

17. mezinárodní konference // 17th International Conference

Aktuální problémy cestovního ruchu

Topical Issues Of Tourism

HISTORIE JAKO SOUČÁST PRODUKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU

HISTORY AS A PART OF TOURISM PRODUCTS



**Vysocina**
Tourism



Aktuální problémy cestovního ruchu

„Historie jako součást produktů cestovního ruchu“

Recenzovaný sborník z mezinárodní konference
Jihlava 15. března – 16. března 2023





Topical Issues of Tourism

„History as a Part of Tourism Products“

Peer-reviewed Conference Proceedings of the
International Conference
City of Jihlava (Czech Republic), March 15–16, 2023



Partneři / Partners

Záštita / Auspices



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Kraj Vysočina



Mediální partner / Media partner

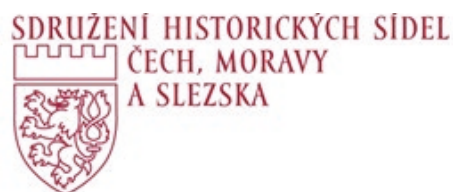


PROPAMÁTKY

Odborní partneři / Partners



CzechTourism



<http://kcr.vspj.cz>

Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra cestovního ruchu
Tolstého 16
Jihlava 01 586

College of Polytechnics Jihlava
Department of Travel and Tourism
Tolstého 16
Jihlava 01 586



<http://www.vysocinatourism.cz>

Vysočina Tourism
příspěvková organizace
Na Stoupách 3
Jihlava 01 586

Vysočina Tourism
contributory organization
Na Stoupách 3
Jihlava 01 586

Elektronické vydání / Digital edition

Elektronické vydání / Digital edition

Editor / Editor: Ing. Petr Scholz, DiS., Ph.D.

Redakce / Editorial office: Ing. Ivica Linderová, PhD.

ISBN 978-80-88064-68-8 (online ; pdf)

Vydala Vysoká škola polytechnická Jihlava, v Jihlavě v roce 2023

Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava

1. vyd.

Published by College of Polytechnics Jihlava, Jihlava (Czech Republic), 2023

Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava

1st edition

Technické zpracování a výroba:

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava, IČ: 71226401

Technical support:

College of Polytechnics Jihlava, Tolstého 1556/16, 586 01 Jihlava

Za věcnou a jazykovou správnost díla odpovídají autoři příspěvků.

For factual and linguistic correctness of contributions guarantee the authors.

© Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2023

Prohlášení o publikační etice

Povinnosti editora

Editor sborníku je zodpovědný za rozhodnutí o otištění zaslaného příspěvku. Přihlíží přitom k politice programového a vědeckého výboru konference a řídí se právními předpisy týkajícími se ochrany osobnosti, autorského práva a plagiátorství.

Rukopisy jsou posuzovány výhradně na základě jejich odborné hodnoty bez ohledu na autorovu rasu, pohlaví, sexuální orientaci, vyznání, etnický původ, občanství nebo politické názory.

Editor vynaloží veškeré úsilí k zachování nestrannosti recenzního řízení. Příspěvky jsou posuzovány jako anonymizované, tj. recenzent nezná jméno autora. Editor zajistí na každý příspěvek dvě odborné recenze. V případě neshody recenzních posudků se editor může radit s dalšími recenzenty.

Dosud nepublikované materiály obsažené v rukopisu nesmí být užity nikým, kdo k němu má přístup, v jeho vlastním výzkumu bez výslovného písemného souhlasu autora.

Povinnosti recenzentů

Pokud se recenzent necítí být dostatečně kvalifikován pro posuzování rukopisu, uvědomí editora a do recenzního řízení nevstoupí.

Každý rukopis je považován za důvěrný dokument a nesmí být nikomu poskytnut a s nikým diskutován.

Posudky musí být objektivní a neměly by obsahovat osobní kritiku autora. Recenzent má povinnost své názory jasně argumentovat.

Recenzent upozorní na relevantní publikované práce, které autor necituje. Recenzent by měl editora upozornit na jakoukoli podstatnou podobnost rukopisu s jinou publikovanou prací, které si je vědom.

Recenzent by neměl posuzovat rukopisy, které u něj zakládají střet zájmů, ať už na základě konkurence, spolupráce nebo jiných vztahů.

Povinnosti autorů

Studie založená na původním výzkumu musí obsahovat popis tohoto výzkumu a rozbor významu tohoto výzkumu v rámci dané výzkumné oblasti. V případě empiricky orientovaných výzkumů musí příspěvek obsahovat informace dostatečné k tomu, aby byl výzkum replikovatelný. Podvodné nebo vědomě nepřesné výroky představují neetické jednání a jsou nepřijatelné.

Autor zasláním příspěvku stvrzuje, že napsal zcela původní práci. Jestliže použil práci, případně formulace jiných autorů, musí je řádně citovat.

Předložení téhož rukopisu zároveň na více místech představuje neetické chování a je nepřijatelné.

Autorství by mělo být omezeno na ty, kteří významně přispěli ke koncepci, uspořádání, provedení nebo interpretaci popisovaného výzkumu. Autor, který příspěvek odevzdal k publikování, zajistí, že příspěvek uvádí právě ty autory, které má. Dále zajistí, že všichni spoluautoři viděli a schválili konečnou verzi příspěvku a že souhlasili s jejím předložením k publikování.

Jestliže autor objeví významnou chybu nebo nepřesnost ve svém již publikovaném příspěvku, je povinen ihned uvědomit editora a spolupracovat s ním na stažení, nebo opravě příspěvku.

(Prohlášení o publikační etice jsou v souladu s pravidly definovanými Komisí publikační etiky/COPE.)

Publication ethics and malpractice statement

Duties of Editors

The editorial staff is responsible for deciding which of the articles submitted to the conference proceedings should be published. They may be guided by the policies of the program and scientific conference committee and constrained by such legal requirements regarding libel, copyright infringement, and plagiarism.

Manuscripts shall be evaluated solely on their scientific merit without regard to authors' race, gender, sexual orientation, religious belief, ethnic origin, citizenship, or political philosophy.

The editor will make every effort to ensure the integrity of the blind review process. Each paper has two blind reviews. The editorial staff may confer with reviewers in making the decision.

Unpublished materials disclosed in a submitted manuscript must not be used by anyone who has a view of the manuscript in their research without the express written consent of the author.

Duties of Reviewers

Any reviewer who does not feel qualified enough to review the research reported in a manuscript should notify the editor and excuse themselves from the review process.

Any manuscripts received for the review must be treated as confidential documents. They must not be shown to or discussed with others.

Reviews should be conducted objectively. There shall be no personal criticism of the author. Reviewers are to express their views clearly with supporting arguments. Reviewers should identify every relevant published work that has not been cited by the author.

The relevant citation should accompany any statement that had been reported previously. Reviewers should also call to the editorial staff's attention any substantial similarity or overlap between the manuscript under consideration and any other published paper of which they have personal knowledge.

Reviewers should not review manuscripts in which they have conflicts of interest resulting from competitive, collaborative, or other reasons.

Duties of Authors

A study based on original research should present an accurate account of the work performed as well as an objective discussion of its significance within the scope of the given research field. In the case of empirically oriented research, the study should contain sufficient details and references to permit others to replicate the work. Fraudulent or knowingly inaccurate statements constitute unethical behaviour and are unacceptable.

By submitting a paper, an author confirms that he or she has written an entirely original work.

Submitting the same manuscript to more than one conference or journal concurrently constitutes unethical publishing behaviour and is unacceptable.

Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution, or interpretation of the reported study. The corresponding author should ensure that all appropriate co-authors and no inappropriate co-authors are included in the paper and that all co-authors have seen and approved the final version of the paper and have agreed to its submission for publication.

When an author discovers a significant error or inaccuracy in their published work, they must promptly notify the editor or publisher and cooperate with the editor to retract or correct the paper.

(Ethic statements are based on rules defined by the Committee on Publication Ethics/COPE.)

OBSAH / CONTENTS

- 11** **A Literature Review of the Qualifications of SPA Managers of Luxury Hotels and Resorts**
Costas Assimakopoulos, Ioanna Leontaridou
- 17** **Green Practices in Contemporary Hotels in Greece**
Costas Assimakopoulos, Panagiotis Tsalis
- 26** **Spokojenost s online turistickými službami v Jihomoravském kraji**
Satisfaction with Online Tourist Services in South Moravian Region
Šimon Balga, Ida Rašovská
- 32** **Cultural history as Part of Stereotypes of Selected Beer Brands in the Czech Republic, Germany and Poland**
Hanne-Lore Bobáková, Janusz Karpeta
- 41** **Lanové a ozubnicové dráhy v cestovním ruchu**
Cable and Cog Railways in Tourism
Tomáš Burda, Veronika Židová
- 52** **Demonstrace významu propojení kultury a turismu v produktech cestovního ruchu a destinačním managementu na potenciálním příkladu v Jihlavě**
Demonstration of the Importance of Connecting Culture and Tourism in Tourism Products and Destination Management on a Potential Example in Jihlava
Tomáš Čihák
- 63** **Issue of Ensuring Comprehensive Security in the Hotel Industry in the Czech Republic**
Tomáš Činčala, Petra Vrtalová, Martin Hrinko, David Palička
- 72** **Jak si poradit s overturismem bez regulací?**
How to Deal with Overtourism without Regulations?
Emil Drápela
- 82** **Historie jako (ne)součást atraktivit cestovního ruchu na municipální úrovni – případová studie města Bechyně**
History as a Part (or a Missing Part) of Tourist Attractions on the Municipal Level – a Case Study of the Town of Bechyně
Jiří Dušek
- 93** **Uplatnitelnost Web Scrapingu v štatistikách cestovného ruchu**
Applicability of Web Scraping in Tourism Statistics
Iveta Fodranová, Matúš Mesarčík, Anna Veszprémi Sirotková
- 102** **Hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží na Slovensku pre rozvoj cestovného ruchu**
Assessment of the Attractiveness of Historical Water Reservoirs in Slovakia for Tourism Development
Bohuslava Gregorová, Pavel Hronček

OBSAH / CONTENTS

115

Sustainable Tourism as a Factor for Tourism Restarting after the COVID-19 Pandemic

Iveta Hamarneh, Petr Jeřábek, Olga Soboleva, Petr Houška

125

Significance of the Hitler's Highway with Regard to Traffic Safety, Historical and Cultural Heritage

Martin Hrinko, Petra Vrtalová, David Palička

136

Aktuální výzvy v interpretaci kulturního a přírodního dědictví v cestovním ruchu

Current Challenges in the Interpretation of Cultural and Nature Heritage in Tourism

Liběna Jarolímková

144

Několik poznámek k historii rekreačního využití Třebońska

A Few Notes on the History of Recreational Use of the Třeboňsko Region

Renata Klufová

154

Vnímání kvality a spokojenosti ve vinařském regionu

Perception of Quality and Satisfaction in the Wine Region

Patrik Kubát, Adéla Prášilová, Monika Ranincová, Andrea Králiková

164

Využitie banského kultúrneho dedičstva pri tvorbe náučného chodníka v Nitrianskom Pravne

Use of Mining Cultural Heritage in Creating an Educational Trail in Nitrianske Pravno

Katarína Mičicová, Ján Válek

174

Klientela a možnosti ubytování v provozech venkovské turistiky využívajících koně ve Zlínském kraji

Clientele and Possibilities of Accommodation in Enterprises of Rural Tourism Aimed on Utilization of Horses in Zlín Region

Vladimír Mikule, Eva Sobotková, Kateřina Košárková, Libor Sládek, Dana Kuřitková

182

Přeshraniční cestovní ruch na příkladu podstávkových domů v česko-německo-polském pohraničí

Cross-border Tourism on the Example of Upper Lusatian Houses in the Czech-German-Polish Border Region

Lukáš Novotný

191

Výzkum zříceniny hradu Štamberk v kontextu regionu

Research of the Ruin of Štamberk Castle in the Context of the Region

Jakub Novotný, Michaela Ramešová

203

Historické tradice a využívání menšinových památek pro cestovní ruch

Historical Traditions and the Use of Minority Monuments for Tourism

René Petráš

213

Změny historického poznání a jejich využití v cestovním ruchu – příklad kutnohorské předměstí Malín a svatý Vojtěch

Changes in Historical Knowledge and their Use in Tourism – an Example of the Suburbs of Kutná Hora Malín and St. Adalbert

René Petráš, Jakub Razim, Ivan Halász

OBSAH / CONTENTS

223

Ekonomía, história a cestovný ruch

Economics, History and Tourism

Jana Piteková

233

Historické nálezy a ich využitie v tvorbe podujatí cestovného ruchu

Historical Finds and their Use in the Creation of Tourism Events

Pavol Plesník, Alexandr Burda, Pavlína Sonnková

243

Lidové tradície jako žádoucí zdroj pro rozvoj cestovního kulturního ruchu?

Folk Traditions as a Desirable Generation for the Development of Cultural Tourism?

Hana Sáblíková

252

Analýza potenciálu pre udržateľný rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku

Analysis of the Potential for Sustainable Development of Culinary Tourism in Slovakia

Anna Šenková

264

Pamiatka UNESCO Vlkolánek a jej udržateľný cestovný ruch

The UNESCO Site Vlkolánek and its Sustainable Tourism

Ivana Tomčíková

273

The Role of Literary Heritage in Tourism: The Case of Ljubljana

Jasna Potočnik Topler

283

Génus loci Požitavských vodních mlynův a ich význam pre cestovný ruch

Genius Loci of Water Mills in the Požitavie Region and their Significance for Tourism

Miroslava Trembošová

293

Přínos Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska ke kulturnímu cestovnímu ruchu
Contribution of the Association of Historical Settlements in Bohemia, Moravia and Silesia to Cultural Tourism

Jiří Vaníček, Liběna Jarolímková

299

Religiózny cestovný ruch a jeho priestorové špecifiká na príklade mesta Šaštín-Stráže

Religious Tourism and its Spatial Specifics on the Example of the Town of Šaštín-Stráže

Ján Veselovský, Alfred Krogmann, Petr Chalupa, Jakub Černek

306

Osoblažská Monorail Track, its Cultural and Safety Significance

for Tourists in the Picture of History

Petra Vrtalová, Martin Hrinko, Tomáš Činčala

A Literature Review of the Qualifications of SPA Managers of Luxury Hotels and Resorts

Costas Assimakopoulos & Ioanna Leontaridou

Abstract

A huge part of the Greece GDP is contributed by Tourism industry. Hence, a great attention has been paid by companies to offer high quality services and in this framework personnel's special competencies are under investigation. The differentiation that Wellness and Spa offers for a hotel or a resort is prominent. Quality services can attract customers of high expenditure capabilities and this is the nest of the market that has to be gained. Skills and competencies of the therapists and managers of a SPA center assure quality. This paper is part of a research project that has been granted by the research Committee of International Hellenic University as a joint effort of the department of Business Administration, Marketing and Tourism and the former Department of Aesthetics and Cosmetology in order to determine the competencies that should be entailed by a Post Graduate Program in SPA management.

The Authors have performed a great campaign of both a qualitative and quantitative research that includes interviews of Spa managers in big Greek Resorts and employees. However, before that, an extensive literature review has been carried out so that trends and elements in this scientific area would be investigated and give the theoretical background of the research. In this paper the results of this extensive literature review are presented and analyzed. The aim of the paper is to investigate any specific characteristics or qualifications that a SPA manager should have so that he/she manages effectively a SPA/wellness center. The impressive outcome is that a Spa Manager should have an interdisciplinary profile that includes not only the knowledge of the therapist subjects, but also marketing, sales and financial management as well as health and safety issues. Based on those findings, the Authors propose the outline of an MSc program.

Keywords: Spa managers. Qualifications. Competencies.

Introduction

Greece is a global touristic destination. Tourism breaks successive records regarding the arrivals. In 2019 the arrivals estimated to be greater than 30M for a population of a country equal to 10M. Then the covid-19 has imposed internationally restrictions to travelling and after those restrictions were raised (last summer) the records are repeated. However, lack of specialized personnel has been noted and labour of many specialties is missing. It is estimated that Greece lack more than 800K labour power, that is well trained. On the other hand trained and specialised personnel can be a differentiated factor for services providing enterprises. International literature has shown that a company should employ highly specialized employments as the latter is a key factor for success particularly when the company provides customized and personalized services.

Hotels are differentiated by the variety of services they provide to their customers. Among the services that attracts customers of higher spending wallets are the spa and wellness services. Wellness and spa centers can exist as integrated modules insight a resort having a vertical organization (manager, employees, supply chain etc.) and autonomous places. The visitors are

proved to be demanding customers and hence an individualized approach must be implicated. Spa manager plays a very important role in this direction.

The spa manager's important role was initially detected by the International Hellenic University and that is why an MSc program in Spa Management was established in 2015. Now since the economic crisis passed and Greece is in a development track again the spa management is once more in the epicenter of a company's pursuit. Spa manager's profile should be once again determined and this is the aim of the paper. Particular objectives are the axes of the qualifications that a spa manager should have in order to deliver his/her duties in a highly qualitative manner.

The rest of the paper is organized as follows: In the next section a literature review is presented. Then, the efforts of our team to determine spa manager's characteristics are depicted, and finally, the profile of a spa manager is described. The paper finishes with the conclusions and the reference list.

Literature review

Generally speaking, leadership requires some skills that depend on the culture of the region, the subject of the company and the business that are running. The most important of all is the knowledge that has to do with the object of the business itself. Additionally, leadership and support are equally important features of the manager (Ladkin & Weber, 2011). Moreover, the capable leader is the one that adopts and implies innovations in the business procedures (Smith et al., 2016) and the necessary technology that can adequately support the innovation which can be considered as a philosophy, a way of thinking or a procedures succession (Ladkin & Weber, 2011). Particularly in tourism in accordance with (Sinclair & Lips-Wiersma, 2008) the manager acquires his/her capabilities by pursuing tasks under social impact and competition pressure.

Nevertheless, in spa management, the manager has to figure out the profile of the customers along with their passions and motivations, lifestyle and hence, customer segmentation is feasible and adjust spa services to customer's individualized needs (Pine & Gilmore, 2013; Rawlinson & Heap, 2017). Obviously, marketing studies are requisite.

Additionally, spa manager should be aware of the touristic package and contribute to its design, (Cohen, 2008). Moving a step further the whole environment of a spa center –aesthetics, atmosphere, design should be part of the manager's job (Ferrari et al., 2014). Even the décor should be originated by the local cultural influence or the spaces should be organized depending to preferences of social outreach (Hindley & Smith, 2017). Spa managers should work on service enhancement (Tussyadiah, 2014).

The health and safety issues that arise in a spa /wellness center according to the literature is a subject of a spa manager. The manager should know the guidelines of World Health Organization and introducing new technologies should take care and re-assure water hygiene and sanitation (Giampaoli & Spica, 2014). Health, hygiene and sustainability issues are strongly connected (Margarucci et al., 2019) and along with the usage of high edge technologies (Valeriani et al., 2018), impose somehow the knowledge and skills background of a modern spa manager.

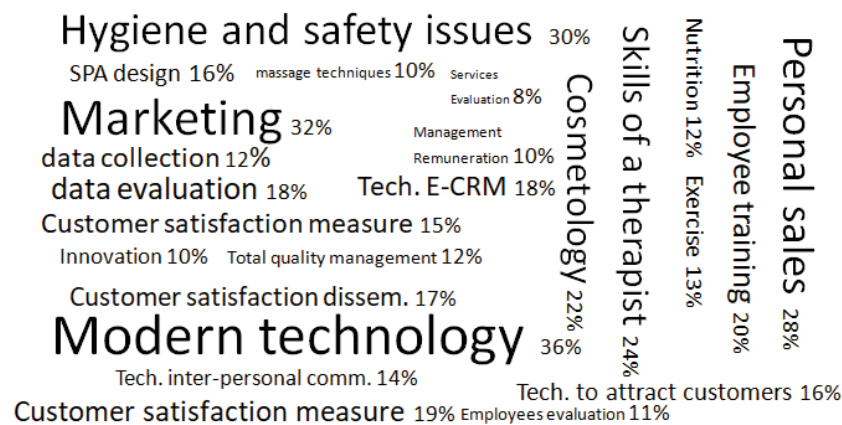
Based on the above literature and the opinion leaders there exists a basic research area for the qualitative approach that is the main objective of this study. The literature scrutiny deduced to a qualitative research tools, i.e. the semi-structured questionnaire which was the main research tool for this phase of the project.

Data and Methods

The aim of the paper is to investigate any specific characteristics or qualifications that a SPA manager should have so that he/she manages effectively a SPA/wellness center. The authors have

conducted a survey that was divided into two parts, a qualitative part and a quantitative part. The qualitative part followed a literature review was carried out using a semi structured questionnaire. The qualitative research aimed to approach experienced distinguished administration members of wellness and spa centers with clear view of the subject. The outcome of the qualitative survey was then used for the quantitative survey. Based on the results of the first campaign of interviews, a structured questionnaire was prepared for quantitative measurements so that robust results are obtained with deductive analysis. The qualitative research took place from May to Sept of 2020. Qualitative research included 12 interviews with spa managers having more than 20 years of experience and faced a lot of experiences. The time consumed by the researchers per interview was about 1,5 hours. The purpose was that they would guide the successive quantitative research by giving characteristics of the profile of a manager or by excluding characteristics of the profile of the manager. After the interviews had finished, the recorded material was passed through N-vivo software to distinguish nodes and grouping terms. The nodes and the terms helped construct the instrument for the second part the quantitative campaign.

Figure 1: Frequencies per term



Source: Own elaboration.

The quantitative campaign entailed a sample of 72 people either having managerial positions or being staff of spa centers in luxurious resorts in Greece. The team approached by in-vivo interviews throughout high season periods 102 members of the population of interest. There were specific meeting where the response rate finally reached 70%. For that purpose team members travelled in a wide geographical spread the country meeting important resorts in Chania, Heraklion, Rethymnon (Crete island), Rhodes, Peloponnese, Athens, Komotini, Chalkidiki, covering almost 70% of the most important touristic regions of Greece. This campaign was undertaken just during two covid-19 summers (2020-2021) when the protocols for face to face meetings were severe. However, the data set was adequate.

Results and discussion

Data processing resulted in a manager's profile that consisted of 4 axes: Management, Marketing, Therapist technical soft skills, Information communication and technology. Each axis has three specialization sub-axes that elaborate the special chapters of the axis. The specialization features of an axis were discovered after exploring the needs of a spa manager as recorded by the field survey campaigns (Busseto et al., 2020). The specialized features are as follows:

Spa Marketing issues: The field research revealed that data regarding customers should be systematically gathered by spa administrative members and therapists and using modern technology it should be stored and processed. The need that has to be covered is the customer profile building which in turn will help for market segmentation and adapt offers of spa centers accordingly.

Table 1: Axes and Sub-axes of a SPA manager's profile

Axes	Sub-Axes
Management	1. Human Resources management 2. Total quality management 3. Styles of management
Marketing	1. Market segmentation techniques 2. Personal sales techniques 3. Customer relationships management (CRM)
Therapist technical soft skills	1. New therapies, massage techniques and exercises 2. Hygiene and safety issues 3. Cosmetology products and nutrition
Information communication and technology	1. Information and Communication Technologies (ICT) 2. CRM software 3. Social media and social networking

Source: Own elaboration.

Moreover, a remarkable finding is that when applying a therapy the customer is sometimes in dialogue with the therapist who can suggest a range of alternative products to the customer and give him/her the opportunity to choose new therapies additionally to the therapies applied. This gives the chance for the therapist to make product/services sales simultaneously with the application of therapies, and increase the revenue for the wellness /spa centre. Hence, personal sales techniques should be one hot feature that spa manager has to be familiar with. In a competitive environment defensive marketing is quite a priority against offensive marketing. Preserving customers is much easier and money saving strategy rather than gaining new customers which in many cases can cost 5-10 times more money. The spa manager/staff has to focus on most valuable customers (distinguish them, give them customized services and offers) so that to retain them. This is the subject of the Customer relationships management (CRM) as a philosophy, system applied in a company. The spa workers should be trained for CRM philosophy.

The qualitative and the quantitative research revealed how important is the human relationship management in modern companies and in spa centers even more important. Employees working in such a place are spending many hours a day in a technically created warm and moisture environment continuously over several months (touristic seasons) when breaks and leisure time for the workers are limited. Conflicts and inter-personal problems arise, and thus, the manager usually comes to solve or counterbalance those disputes. HR management is a key feature for a Spa manager (Bielanski et al., 2011). Competition and the need for differentiation impose to offer flawless services of high quality, do the correct things from the beginning, follow protocols and offer services, continuous self-improvement, design of the services so the problems prevented, etc. All these notions are primary principals of total quality management. Hence, total quality features should be parts of the knowledge profile and train a spa manager should has. Nevertheless, the variety of personalities of customers/staff, the variety of services and environments /needs that a spa/wellness center comes to cover imposes that the manager has the knowledge and skills to adapt

him/her self to dynamic administrative conditions. In other words, spa manager should be aware of different management styles existing in the literature and this should be part of a spa manager feature (Smith and Wallace, 2019).

In the name of continuous improvement, spa therapist and spa managers should never be isolated or estranged from the actual duties and professional skills. New therapies, massage techniques and exercises should be top priority. Even, techniques that are applied being old fashion should be taught in depth so that their working mechanism would be really and in depth known. These should be part of a spa manager figure. Wellness and spa centers are warm environments with high levels of moisture. The environment is friendly to germs and microbes (funguses). Measures of hygiene and safety should be applied. The dangers regarding germs must be explicit to the workers and administration should elaborate to the measures taken to prevent contaminations and their application must be strict. Hygiene and safety issues should be part of a training program for spa managers so that the respective qualifications be also part of the profile of a spa manager. Moreover, therapeutic techniques should be accompanied by appropriate cosmetology products and nutrition. Skin and body must be treated with all products that are important for its health. Thus, therapists and managers in wellness centers should have specialized training regarding cosmetology and nutrition. In this direction qualitative research depicted that cosmetology and nutrition knowledge should be part of a spa manager profile.

Information and Communication Technologies (ICT) and the evolutions and tools included for data gathering and customer profiling as well as customer relationship management (CRM) philosophy needs software support and well-trained employees for data entering and analyzing. Data gathering requires ICT for customers' wills and passions capturing. Social media and social networking is a modern tool for supplying data to the spa/wellness centre servers for CRM and profile segmentation. Moreover, the latter can assist sales and promote offers and get feedback from potential customers. Finally, ICT can play an important role for intra-company communication and extra-company communication. Spa manager and staff should be trained to that also.

Conclusion

After a long investigation that took place from March 2020 until October 2022 the authors succeeded in investigating by both qualitative and quantitative means the special knowledge, skills and competencies that a spa manager should have for a contemporary competitive environment in the tourism sector where spa/wellness centers are embedded into luxurious resorts and differentiation along with high quality services are an imperative need. In this framework the qualitative research provided the seeds for quantitative research and a complete package of the profile of a spa manager figure is provided. The profile includes four basic axes that are also presented. The paper aspires to be a useful tool for universities and organizations that want to train spa managers successfully.

Acknowledgement

This study is funded by the research committee of the International Hellenic University within the framework of the project with code number 21045 of the Research Committee, 2019-2022.

References

Bielanski, M., Saari, S., Wilkonska, A., Tuominen, T., Mora, I., Binder, D., Kendale, D., Thacker, H., Pluszyńska, & Adamski, P. (2011). Challenges for the European SPA Management. Results of the ILIS Project. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 18(2), 160–165. <https://doi.org/10.2478/v10197-011-0013-7>

- Busetto, L., Wick, W. & Gumbinger, C., (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice*, 2(14). <https://doi.org/10.1186/s42466-020-00059-z>
- Cohen, M. (2008). *Understanding the global SPA industry SPA management*.
- Giampaoli, S., & Spica, V. R. (2014). Health and safety in recreational waters. *Bulletin of the World Health Organization*, 92, 79–79. <https://doi.org/10.2471/BLT.13.126391>
- Hindley, C., & Smith, M. K. (2017). Cross-cultural issues of consumer behaviour in hospitality and tourism. *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*. Routledge.
- Ladkin, A., & Weber, K. (2011). Leadership Issues and Challenges in the Tourism Industry: A Hong Kong Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 273–288. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.572662>
- Margarucci, L. M., Romano Spica, V., Gianfranceschi, G., & Valeriani, F. (2019). Untouchability of natural spa waters: Perspectives for treatments within a personalized water safety plan. *Environment International*, 133, 105095. <https://doi.org/10.1016/j.envint.2019.105095>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). The experience economy: Past, present and future. *Handbook on the Experience Economy*, 21–44.
- Rawlinson, S., & Heap, T. (2017). *International Spa Management: Principles and practice*. Goodfellow Publishers Ltd.
- Sinclair, A., & Lips-Wiersma, M. (2008). Leadership for the Disillusioned: Moving beyond Myths and Heroes to Leading that Liberates. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 5(2), 211–215. <https://doi.org/10.1080/14766080809518700>
- Smith, M. K., Ferrari, S., & Puczkó, L. (2016). Service Innovations and Experience Creation in Spas, Wellness and Medical Tourism. M. Sotiriadis & D. Gursoy, *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (299–319). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-290-320161023>
- Smith, M., Wallace, M., (2019). An analysis of key issues in spa management: viewpoints from international industry professionals, *International Journal of Spa and Wellness*, 2(3), 119–134, <https://doi.org/10.1080/24721735.2020.1819706>
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564. <https://doi.org/10.1177/0047287513513172>
- Valeriani, F., Margarucci, L. M., & Romano Spica, V. (2018). Recreational Use of Spa Thermal Waters: Criticisms and Perspectives for Innovative Treatments. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(12), 2675. <https://doi.org/10.3390/ijerph15122675>

Contact details

Associate Professor Costas Assimakopoulos
International Hellenic University
PO Box 141, GR 57400, Sindos
e-mail: casim@ihu.gr

Professor Ioanna Leontaridou
International Hellenic University
PO Box 141, GR 57400, Sindos
e-mail: joanleont@gmail.com

Green Practices in Contemporary Hotels in Greece

Costas Assimakopoulos & Panagiotis Tsalis

Abstract

The aim of this paper is to examine the perceptions of travelers regarding the environmental sustainability of a hotel. Hospitality literature review depicts that few studies have investigated Green practices that result in hotels sustainability, from the traveler's point of view. In a competitive market, managers realize that implementing green strategies to reduce energy, water consumption and waste disposal, is important to withstand economic crisis. On the other hand, it is interesting to investigate whether this green policy has an effect on the increase of the intention of guests, who share environmental concerns, to visit such a hotel.

The Authors perform a field study using a sample of tourists visited Halkidiki, in Greece, and gather data regarding their knowledge and attitude toward the adoption of environmentally friendly policies and at the same time to investigate if their intention to visit hotels that implement such policies is also affected positively.

The results are quite positive and pinpoint that ethical and green policies may result in reducing costs on the one hand and attract an existing dynamic market nest on the other, so that finally green policy can be a strategic decision of the hotels' management.

Keywords: Green hotel. Hotel sustainability. Intention to visit.

Introduction

The need for sustainable energy development is growing rapidly in the world. Widespread use of green energy sources and technologies is important to achieve sustainability in the energy sector in both developing and industrialized countries.

A few years ago, the service sector began to consider the importance of sustainability. Companies in this sector focused on environmental practices such as reducing energy, waste and water costs that are geared towards customer concerns about environmental issues. This means that companies should focus only on the economic dimension in their operations and activities to achieve sustainability but also on the social and environmental dimension (Jabbour, et al. 2013).

There are five dimensions of sustainability in the hospitality sector (employee, customer, society, supplier and shareholders) and sustainable development in this sector can be achieved through stakeholder relationship management. In the literature, several papers have explored a range of sustainable practices in the hospitality sector. These practices mainly focus on how organizational practices can demonstrate environmentally friendly behavior and actions in a responsible manner (Ahmed et al., 2021).

Many organizations worldwide engage in codified sustainable tourism practices using Global Sustainable Tourism Council (GSTC) criteria to assess their sustainable management practices. The GSTC criteria are organized into four pillars, which focus on social, environmental responsibility, economic impact and cultural impact of tourism (Andzenge, 2016). Another example of sustainable tourism criteria is Green Globe International's standards for sustainable tourism, which are recognized by GSTC. Green Globe International is an affiliate member of the World Tourism

Organization, which provides a structured assessment of the sustainability performance of travel and tourism businesses and their supply chain partners.

The question that arises is if the so called Green policy or Green character of a hotel compromises hotels' services and successively the latter moderates the intention of a client to visit a hotel. This is examined in this paper. So, in an attempt to give a definition of a green hotel that our research is focused we can say that a Green hotel is the one that applies the Green Globe International's standards for sustainable tourism, no matter if the company has achieved to get the accreditation from the department of the ministry of tourism in Greece, as the latter is a procedure that needs time so that the "Green paper" is given to a hotel.

The paper is organised as follows: In the next section a literature review is presented giving the background of the study. Then, the methodology section follows giving the methodological steps followed to achieve the aim and objectives of the research. Next, the results of the field research data are presented and a conclusions section ends the paper, discussing the outcomes and give some limitations and future work directions.

Literature review

According to Ajzen (1991) intention is predicted by three factors: attitude toward the behavior, perception of social pressure to perform the behavior (subjective norms-social influence), and control over the performance of the behavior (perceived behavioral control). Consumer behavior when staying in a green hotel differs from others in terms of their attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and intention.

Attitude relates to a person's overall evaluation of a particular behavior. Nevertheless, a person with an environmentally positive attitude is ready to adopt actions of environmental protection. Customers have a positive attitude toward environmental protection by default. Moreover, tourists' green attitude is prejudiced by hotels green practices. Consumers' decision to return to a hotel is geared by the positive emotion they experience and the instant indulgence of doing something good for the environment. Literature has shown that environmentally responsible attitude of a hotel affects positively customer's intention to visit. Additionally, they are ready to tolerate an increased cost for hotels that are engaged in green practices, and even more write down positive comments on the web. Attitudes toward a hotel's environmental concern affect tourists' future intentions (Han & Yoon, 2015).

Social influence relates to the awareness of social pressure that influences a person's behavioral intention and attitude. It is a person's beliefs that are influenced by other people such as family members and friends who believe that a person should or should not perform a specific behavior. Ryu et. al. (2012) found that social influence is positively associated with an individual's attitude toward specific types of behavior. Empirically, there is a relationship between social influence and tourists' attitudes towards a green hotel. Indeed, subjective norms play an important role in an individual's decision to stay in a green hotel and positively influence their intention to revisit a green hotel.

Perceived behavioral control reflects beliefs about access to resources and opportunities needed to perform behavior which includes: the availability of resources needed to engage in the behavior which includes access to money, time and other resources. Perceived behavioral control also refers to the individual's ability to control various factors that influence actual behavior. Previous research has depicted that perceived behavioral control predicts one's behavioral intention. Lee et al. (2010) claim that strong intention is likely to encourage performance. The behavior of guests in green hotels is determined by the resources they are willing to spend on staying in a green hotel. Perceived

behavioral control was found to significantly influence consumers' behavioral intention to stay in a green hotel.

Positive intention relates to the relative strength of one's intention to perform a behavior. Consumer behavior refers to how individuals make decisions to spend their available resources (time, money, and effort) on consumption-related items and additionally intentions to spread positive or negative word of mouth of the green hotel, willingness to pay an expensive price for the green hotel room. Indeed, Chen & Tung (2014) reported that consumers' attitude towards green behavior was a significant predictor of their intention to make positive recommendations and their intention to revisit a green hotel or even more tolerate any extra costs related to green practices. Green hotel practices that protect the environment have an impact on consumers' stay behavior and intention to revisit the hotel. Returning tourists' intention to revisit a green hotel is due to the positive emotion they experienced and the instant gratification of doing something good for the environment. Lee et al. (2010) noted that the overall image of a green hotel affects consumers' intention to revisit the hotel.

Environmental values may have a strong relationship with an individual's perceived value of green hotels. In the literature, there are various definitions of the concept of perceived value and the definition of Zeithaml (1988) is the most universally accepted. It defines perceived value as a person's personal assessment of the usefulness of a product/service based on what is received and what is given. In the hospitality and marketing literature, this concept is widely used to measure consumers' perceived value in terms of "value for money" or functional value. However, as perceived value is not limited to this functional value alone, many researchers have also empirically identified other value perceptions, such as emotional and social value, to explore the multidimensional and context-dependent nature of customer-perceived value. This concept is also applied in many marketing and hospitality studies. Similarly, green hotels, designed to reduce negative impacts on the environment and help conserve natural resources, could create desirable values for consumers who view environmental protection as favorable and necessary. That is, a person with a stronger environmental value should perceive green hotels as having a higher value and thus, has an increased intention to visit.

Many studies in the literature have shown that environmental concern has a favorable effect on people's positive attitudes toward various environmental issues. The well-known knowledge-attitude-behavior model results in environmental awareness and concern (environmental attitudes), which in turn leads to pro-environmental behavior. Environmental knowledge acquired from the outside is expected to lead to positive perceptions of environmental concerns and practices.

Data and Methods

In this section, reference will be made to the methodological research hypotheses of the present study and it will describe the research sample. The purpose of the research is to investigate tourists' intention to stay in a hotel that implements green practices, or otherwise in a green hotel. The questionnaire was available from 22/11/2022 to 29/11/2022. The research population was people visiting Halkidiki, a high touristic region in Northern Greece.

With the aim of collecting the largest possible sample, in the shortest possible time, the avalanche sampling method was chosen. The avalanche method initiates in a non-probabilistic way and continuous giving an increased probability to a larger part of the targeted population to take part in the survey. This way the lack of a sampling framework is somehow surpassed. With this method we managed to collect a total of 179 fully completed questionnaires. The GoogleForms tool was used

to spread the electronic questionnaire. The questionnaire link was shared on social media platforms such as Messenger, Viber, Instagram, Facebook and Telegram.

The questionnaire consists of a total of eleven groups of questions. The "structural variables", that are multi-item variables, are named like Environmentally Concern, Environmental Attitude, Environmental Commitment, Trust, Green Hotel knowledge, Attitude, Green hotel practices, Green personal practices, Cost acceptance, Intention to visit a hotel are built into the groups of questions. There are also questions about respondent demographics and other filtering questions.

Hypotheses formulation

In the first part of the research analysis, statistically significant relationships between respondents' demographic characteristics and their intention to stay in a green hotel will be examined. Therefore, it is examined whether Gender, Age, Occupation and Income moderates the intention to stay in a green hotel.

In the second part of the research analysis, the statistically significant relationships between the independent multi-item variables (moderators) and the dependent multi-item variable (intention to visit a green hotel) will be examined. Therefore, the resulting research hypotheses examines whether the independent variables "Environmental concern", "Environmental views", "Environmental commitment", "Trust", "Opinion of green hotels", "Attitudes", "Green hotel practices", "Personal green practices", "Cost Incurrence" affects the "Intention to Stay" in a green hotel. The problem is considered to be multi-factorial and thus, multinomial regression is necessary for modeling the solution approach.

Results and discussion

This part is for the extraction of the results, detail analysis of them and discussions. The multi-item variables are checked for their inherent capability to consist measures as a whole. In order to check them for consistency, Cronbach's Alpha has been used. The results have depicted that all of them obtained an Alpha value that is greater than 0,65 which is an adequate threshold for proving reliability of the multi-item measure. All measures present inherent consistency so they can be used to calculate new construct variables. On the other hand all of them present face validity and context validity so they are robust tools to be used in this paper.

Some demographics of our sample are presented in Table 1. As it can be seen there has been a stratified sample regarding four main demographic characteristics. To obtain random samples without a sampling framework is quite difficult. However, efforts have been made to have a population profile representation in our sample. The majority of our sample is aged between 40-49 years old, half men half women. All main classes of occupation exist in the sample and the annual income of the overwhelmed majority is ranged from 10.000€ to 30.000€ (more than 67% of the sample).

Hypotheses testing

Regarding hypotheses testing and particularly the existence of a relationship between demographics and the intention for someone to stay in a green hotel, it has been found that only age affects the intention to stay, at a significance level of 0.05 (p-value 0.044).

Nevertheless, intention to stay in a green hotel has been found to be positively affected by all construct variables (see Table 2) (p-value <0.05). The correlation coefficient in all cases is positive and statistically significant. Thus, visitors' attitude, trust, individual responsibility, environmental awareness, environmental concern, green practices by green hotels and green practices by

consumers are all factors affecting their intention to stay in a green hotel. Thus, all hypotheses are sustained. In Table 2 the results of bivariate correlation are depicted.

Table 1: Demographics of the sample

Gender	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Male	103	57.5	57.5	57.5
Female	76	42.5	42.5	100.0
Age	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18-29	59	33.0	33.0	33.0
30-39	44	24.6	24.6	57.5
40-49	35	19.6	19.6	77.1
50-59	27	15.1	15.1	92.2
>=60	14	7.8	7.8	100.0
Occupation	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Unemployed	24	13.4	13.4	13.4
Student	39	21.8	21.8	35.2
Private sector client	80	44.7	44.7	79.9
Public servant	8	4.5	4.5	84.4
Free lancer	16	8.9	8.9	93.3
pensioner	12	6.7	6.7	100.0
Annual income	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0€-10.000€	58	32.4	32.4	32.4
10.001€-20.000€	82	45.8	45.8	78.2
20.001€-30.000€	32	17.9	17.9	96.1
>=30.001€	7	3.9	3.9	100.0
Total	179	100.0	100.0	

Source: Own elaboration.

Table 2: Correlations among all construct variables of our survey

		Env. Attitude	Env. Commitment	Trust	Green Hotel knowledge	Attitude	Green hotel practices	Green personal practices	Cost acceptance	Intention to visit
Env. Concern	Pearson Correl.	.504(**)	.449(**)	.324(**)	.332(**)	.308(**)	.405(**)	.335(**)	.313(**)	.272(**)
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	179	179	179	179	177	179	179	179	179
Env. Attitude	Pearson Correl.		.660(**)	.325(**)	.333(**)	.336(**)	.381(**)	.385(**)	.372(**)	.222(**)
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003
	N		179	179	179	177	179	179	179	179
Env. Commitment	Pearson Correl.			.356(**)	.314(**)	.425(**)	.357(**)	.366(**)	.271(**)	.256(**)
	Sig. (2- tailed)			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N			179	179	177	179	179	179	179
Trust	Pearson Correl.				.628(**)	.606(**)	.557(**)	.349(**)	.333(**)	.427(**)
	Sig. (2- tailed)				.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N				179	177	179	179	179	179
Green Hotel knowledg e	Pearson Correl.					.541(**)	.524(**)	.298(**)	.339(**)	.363(**)
	Sig. (2- tailed)					.000	.000	.000	.000	.000
	N					177	179	179	179	179
Attitude	Pearson Correl.						.755(**)	.582(**)	.487(**)	.574(**)
	Sig. (2- tailed)						.000	.000	.000	.000
	N						177	177	177	177
Green hotel practices	Pearson Correl.							.666(**)	.571(**)	.615(**)
	Sig. (2- tailed)							.000	.000	.000
	N							179	179	179
Green personal practices	Pearson Correl.								.528(**)	.458(**)
	Sig. (2- tailed)								.000	.000
	N								179	179
Cost acceptanc e	Pearson Correl.									.626(**)
	Sig. (2- tailed)									.000
	N									179

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Source: Own elaboration.

It is also important to reveal approximated relationships that connect the independent variables to the intention to stay so that the latter's degree (low/high) can be predicted. It is used multinomial regression, and all structural variables have entered the stepwise procedure. Stepwise is a

procedure where after some calculating cycles, SPSS decides which is the most well fitting linear multivariable model. As can be seen in Table 3, although 9 variables are bond with the intention to stay, linearly there are only 3 of them (cost acceptance, Hotel's green practices, Attitude), that adequately describe 50.8% of the variance of the dependent variable (intention to visit). Those 3 structured variables have statistically significant F change coefficient (less than 0.05).

Table 3: Model Summary(d)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.625(a)	.390	.387	1.19105	.390	111.945	1	175	.000	
2	.700(b)	.491	.485	1.09169	.100	34.306	1	174	.000	
3	.713(c)	.508	.500	1.07584	.018	6.165	1	173	.014	1.686

a Predictors: (Constant), cost acceptance

b Predictors: (Constant), cost acceptance, Hotel's green practices

c Predictors: (Constant), cost acceptance, Hotel's green practices, Attitude

d Dependent Variable: Intention to visit

Source: Own elaboration.

Table 4: Coefficients(a)

Model		Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
3	(Constant)	1.58	.808		1.953	.052	-.017	3.174					
	Cost acceptance	.291	.049	.385	5.882	.000	.193	.389	.625	.408	.314	.662	1.51
	Green hotel practices	.126	.045	.244	2.793	.006	.037	.216	.619	.208	.149	.373	2.68
	Attitude	.128	.052	.203	2.483	.014	.026	.230	.574	.186	.132	.426	2.35

a Dependent Variable: Intention to visit

Source: Own elaboration.

Table 4 presents the standardized and unstandardized coefficients of the linear regression model. The resulted model presents Intention to visit as a function of "cost acceptance", "green hotel practices", "attitude", as the approximated linear equation shows:

$$\begin{aligned} \text{Intention to Visit} \\ = 0.291 \times \text{Cost Acceptance} + 0.126 \times \text{Green Practices} + 0.128 \times \text{Attitude} \\ + 1.58 \end{aligned}$$

The other 6 construct variables remain important independent moderators of intention to visit but their effect is not described well with a linear approximation.

Conclusions

Contemporary tourism industry is quite competitive. In order to withstand competition, sustainability factors are studied. Some of them have to do with environment and particularly the adoption of environmentally responsible management. Hence, environmental sensitivity gains more and more interest to the consumers/hotel customers and hotel visitors. They act environmentally and are aware of green strategies (Nisar et al., 2021). This paper has examined the modern notion

of green hotels in the framework of environmental sustainability. It has been proven that peoples intention to stay in a so called green hotel is affected by a demographic (age) and some other characteristics described above like trust, attitude, individual responsibility, environmental awareness, environmental concerns, green practices by hotels and by the consumer himself. Moreover, when it comes to additional costs the customer seems to be ready to accept it. Some limitation of this work is that there is no sampling framework so that it is not easy to create random samples in a more strict way. However, the study, has clarified some first important factors that hoteliers should take under consideration. A further research should overcome this limitation for results verification.

Acknowledgement

This study is funded by the research committee of the International Hellenic University within the framework of the project with code number 21045 of the Research Committee, 2019-2022.

References

- Ahmed, M. F., Mokhtar, M. B., Lim, C. K., Hooi, A. W. K., & Lee, K. E. (2021). Leadership Roles for Sustainable Development: The Case of a Malaysian Green Hotel. *Sustainability*, 13, 10260. <https://doi.org/10.3390/su131810260>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andzenge, G. (2016). Global sustainable tourism criteria for hotels and tour operators. Retrieved December 13, 2022 from: www.gstcouncil.org/en/gstc-criteria-hotels-tour-operators-destinations/criteria-for-hotels-and-tour-operators.html
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Han, H., & Yoon, H. J. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22–33. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.004>
- Jabbour, C. J., Lopes de Sousa, A. B., Govindan, K., Teixeira, A. A., & Souza Freitas, W.R., (2013). Environmental management and operational performance in automotive companies in Brazil: the role of human resource management and lean manufacturing. *Journal Cleaner Production*, 47, 129–140.
- Lee, J. S., Hsu, L. T. (Jane), Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: How a hotel's green image can influence behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901–914. <https://doi.org/10.1080/09669581003777747>
- Nisar, Q. A., Haider, S., Ali, F., Jamshed, S., Ryu, K., & Saif Gill, S.(2021). Green human resource management practices and environmental performance in Malaysian green hotels: The role of green intellectual capital and pro-environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127504. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127504>
- Ryu, K., Lee, H., & Gon Kim, W. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Contact details

Associate Professor Costas Assimakopoulos
International Hellenic University
PO Box 141, 57400, Greece
e-mail: casim@ihu.gr

Spokojenost s online turistickými službami v Jihomoravském kraji

Satisfaction with Online Tourist Services in South Moravian Region

Šimon Balga & Ida Rašovská

Abstrakt

Digitalizace cestovního ruchu v synergii s destinačním managementem, je v aktuální době velice významným tématem, kterému je třeba věnovat více pozornosti. Existuje mnoho informačních online kanálů nabízejících různé úrovně kvality obsahu. Zásadním problémem je však jejich validita a dostupnost. Cílem studie je zhodnotit spokojenost návštěvníků Jihomoravského kraje s elektronickými službami, respektive internetovými zdroji turistických informací, v kontextu jejich demografického profilu. Hlavním zdrojem informací pro výzkum jsou primární data z dotazníkového šetření, které probíhalo face to face od června do září roku 2022 ve vybraných jihomoravských turistických oblastech. Z těchto dat se analyzuje vztah mezi cílovou skupinou a druhy elektronických služeb. Výsledkem studie je zpracování přehledu využívaných elektronických služeb návštěvníky destinace, jejich kategorizace a zhodnocení, jestli služby nebo webové stránky odpovídají aktuálním trendům, tedy jednoduchosti, stručnosti, rychlé orientaci a přesným informacím.

Klíčová slova: Aktuální trendy. Destinační management. Digitalizace. Dotazníkové šetření. Jihomoravský kraj. Online komunikace. Spokojenost návštěvníků.

Abstract

The digitalization of tourism in synergy with destination management is a very important topic that needs more attention at the moment. There are many online information channels offering different levels of content quality. However, their validity and accessibility is a major issue. The aim of the study is to evaluate the satisfaction of visitors to the South Moravian Region with electronic services, or internet resources of the tourist data, in the context of their demographic profile. The main source of information for the research is primary data from a face-to-face questionnaire survey conducted from June to September 2022 in selected South Moravian tourist areas. From this data, the relationship between the target group and the types of electronic services is analysed. As a result of the study, an overview of the electronic services used by visitors to the destination, their categorisation and an assessment of whether the services or websites correspond to current trends, i.e. simplicity, brevity, quick orientation and accurate information.

Keywords: Current trends. Destination management. Digitalization. Online communication. Questionnaire survey. South Moravia. Visitor satisfaction.

Úvod

Každý návštěvník využívá v nějaké fázi cestování elektronický zdroj informací, který je základním čerpacím kanálem dat pro přípravu nebo realizaci výletu, respektive dovolené. Na jedné straně se objevuje široká škála různých, ale neověřených internetových zdrojů s různou úrovní přesnosti a aktuálnosti informací o destinaci a atraktivitách. Na straně druhé leží ověřené a spolehlivé zdroje. Rozdíl spočívá především v dostupnosti a rozšíření těchto online komunikačních kanálů. Snahou

destinačních společností, respektive řídicích organizací cestovního ruchu, by mělo být vytvářet jednotné virtuální platformy, které shrnují důležité informace pro orientaci návštěvníka v dané destinaci.

V rámci univerzitního výzkumu byl v letní turistické sezóně roku 2022 proveden face-to-face výzkum ve vybraných destinacích Jihomoravského kraje, jehož součástí byly i otázky ohledně spokojenosti s online komunikačními zdroji destinace, jako jsou dostupné mobilní aplikace, destinační webové stránky, profily sociálních sítí a jiné.

Doba digitalizace je již nedílnou realitou každodenního života a je nutné okamžitě přizpůsobit trh destinačních produktů, propagace a komunikace s návštěvníky oblasti moderním trendům a uživatelsky přívětivým rozhraním s přesnými informacemi. Na základě primárních dat získaných z terénního zjišťování výsledků vyhodnotíme vazbu mezi demografickým profilem dotazovaných a jejich hodnocením v dané destinaci Jihomoravského kraje.

Přehled literatury

Mazanec říká, že spokojenost s produktem cestovního ruchu je považována za základní cíl a ukazatel úspěšnosti destinačního managementu (Mazanec a kol., 2007). Úroveň spokojenosti návštěvníků s pobytem v destinaci se obvykle měří jako celková spokojenost s pobytem, ale také jako vliv jednotlivých složek (Albayrak a kol., 2013). Spokojenost návštěvníků je obvykle hodnocena podle míry naplnění jejich očekávání ve vztahu k přijaté službě, produktu a hodnotě. (Kozak & Kozak, 2019). Jedním z klíčových faktorů úspěchu při poskytování služeb je porozumění zákazníkovi. Z tohoto důvodu se poskytovatelé, výzkumníci i místní samosprávy zajímají o chování návštěvníků, jejich motivace a postoje k cestování a v neposlední řadě o spokojenost (Štumpf a kol., 2022).

Pohled na image turistické destinace považuje Gunn (1988) za jeden z nejdůležitějších výsledků vyhledávání a následného zpracování informací. Výzkumníci v oblasti psychologie a spotřebitelského chování naznačují, že je image abstraktní, komplexní a dynamický koncept. Trend digitalizace ale v posledních dvou desetiletích směřuje tam, kde byla vyvinuta online média a platformy pro cestování, která rozšiřují rozsah mobility tím, že ruší časové a prostorové hranice. Tudiž podle Hickersona a kol. (2021) si turisté mohou vychutnat živý virtuální zážitek z turistické destinace a zároveň zůstat na stálém pevném místě. Morosan a kol. (2008) zase považují proces vyhledávání informací o cestování online jako přínosný, bezpečný a přizpůsobitelný, přičemž jejich respondenti byli spokojeni s množstvím i kvalitou informací o cestování dostupných na internetu. Jak vnímané výhody, tak spokojenost s informacemi na internetu byly ze strany respondentů silnými determinanty využívání internetových stránek s informacemi o cestování. Díky snadnému přístupu, nižším nákladům, možnostem globálního rozšíření a produktům a službám na míru, vyhledává stále více cestovatelů individuální zážitky. Sociální média hrají velkou roli v online strategii organizací cestovního ruchu (Popescua a kol., 2015), nicméně právě sociální média se dají zobrazit v komunikačním mixu destinací v souladu se změnami prostředí. Destinace využívají méně tradičních způsobů komunikace a posilují svoji přítomnost na sociálních sítích a internetu. Budují tak propracovanější systémy CRM nebo se daleko více než dříve zaměřují na takzvaná Product placements ve filmové tvorbě, videohrách apod., a to za předem dohodnutou cenu nebo spíše barter (Palatková, 2011). Aby byla digitální marketingová strategie úspěšná, je třeba ji často revidovat. Účelnost využívání digitálního marketingu se ukázala díky nárůstu počtu uživatelů internetu a mobilních zařízení (Morzhyna a kol., 2019).

Data a metody

Cílem příspěvku je ověřit vztah mezi věkem a pohlavím návštěvníků vybraných jihomoravských destinací a ověřit využitelnost a relevanci elektronických zdrojů na základě hodnocení spokojenosti

návštěvníků. Zároveň je dílčím cílem vytyčení aktuálních moderních trendů v digitálním marketingu, respektive vytyčení trendů při tvorbě destinačních online komunikačních kanálů. Podstatné je zanalyzovat výsledek primárních dat z loňského výzkumu ve spojitosti s pohlavím a věkem, neboť je očekáváno, že mladí lidé budou k online informačním zdrojům kritičtější a s narůstajícím věkem by se měl tento trend snižovat.

Pro naplnění cíle práce se provádělo dotazníkové šetření, jehož cílem bylo shromáždit primární data. Sběr dat probíhal metodou face-to-face s využitím metody TAPI/CAPI v měsících červen až září 2022 ve všech pěti turistických oblastech jižní Moravy. V každé oblasti bylo provedeno přibližně 350 rozhovorů. Odpovědi byly sbírány ve vybraných lokalitách, kde byla odůvodněná dostatečná frekvence návštěvníků. Konečný soubor dat obsahuje 1 915 odpovědí. Díky jeho velikosti bylo možné statisticky analyzovat a porovnat několik ukazatelů spokojenosti návštěvníků v jednotlivých turistických oblastech jižní Moravy. Jednalo se o tyto oblasti: Slovácko, Brno a okolí, Pálava a Lednicko-valtický areál (LVA), Moravský kras, Znojmo a Podyjí.

Sběr primárních dat probíhal v měsících červen, červenec, srpen a září 2022. Konkrétně zvolené časové období bylo stanoveno na základě počtu přenocování v ubytovacích zařízeních v Jihomoravském kraji, jak byla evidována v předchozím roce (2021).

Dotazník se skládal z celkem 32 otázek, a to otevřených, polouzavřených a uzavřených. Zjišťování spokojenosti bylo založeno na hodnocení jednotlivých faktorů, které byly rozděleny do následujících skupin:

- *Spokojenost se službami:* stravování, ubytování, elektronické služby, turistická informační místa, muzea a skanzeny, sportovní aktivity, společenské akce, místní turističtí průvodci, doplňkové služby,
- *Spokojenost s dopravou:* kvalita místní veřejné dopravy, infrastruktura, systém turistického značení/orientačního systému, parkování a dostupnost,
- *Spokojenost s turistickou nabídkou:* přírodní prostředí, kulturní památky,
- *Spokojenost s ostatními:* čistota destinace, jedinečnost destinace, počet turistů, přívětivost obyvatel, bezpečnost,
- *Počasí,*
- *Celková spokojenost.*

Pro hodnocení spokojenosti byla použita stupnice od 1 do 5, kde 1 = nejlepší, 5 = nejhorší a "nevím/nemohu posoudit". Pro účely tohoto příspěvku byly zpracovány informace o spokojenosti s elektronickými službami, které poskytlo 985 respondentů. Data byla zpracována pomocí třídění v kontingenční tabulce a dále zpracována pomocí kontingenčních grafů v programu MS Excel, a to až do finální podoby pro prezentaci výsledků uvedených níže.

Výsledky a diskuse

Mladí jsou shovívavějšími uživateli

Z níže uvedené tabulky obsahující srovnání jednotlivého hodnocení spokojenosti na škále známek 1 až 5, kdy nejnižší hodnota je nejlepším výsledkem, vyplývá, že nejvíce relevantních respondentů bylo ve středním věku. Jedná se tedy o dvě nejpočetnější skupiny respondentů ve věku 27–55 let, kdy se oproti mladým lidem dokázali vyjádřit i kritickým postojem vůči dostupným online informačním kanálům. Očekáváním bylo, že výsledky ukážou spíše opačný trend. Mladí lidé, zejména pak nezletilí, považují za naprostou samozřejmost a nedílnou součást jejich běžného života připojení k internetu. Na druhou stranu je dobrým protiargumentem, že právě tyto nezletilé osoby ještě významně nefigurují v rozhodování při výběru destinací a při získávání informací pro plánování jejich výletu. Toto chování je podobné spotřebitelskému rozhodování nezletilých (Vávra a kol., 2019).

Z analyzované podskupiny, tedy z respondentů v kategoriích 27–40 let a 41–55 let, se dá vyčíst, že nejkritičtější postoje a názory k dostupným online destinačním zdrojům v Jihomoravském kraji mají ženy do 40 let. Paradoxně mají zároveň nejpozitivnější hodnocení. Data jsou vyhodnocena v poměru obou pohlaví respondentů dané známky a věkové kategorie ku dané známce u konkrétního pohlaví.

Tabulka 1: Kategorizace jednotlivého hodnocení podle věkové kategorie a pohlaví

	Zn. 1	Zn. 2	Zn. 3	Zn. 4	Zn. 5	
18 a méně	16	10	4	1	1	32
Muž	7	1	1	0	0	9
Žena	9	9	3	1	1	23
19–26	97	59	15	7	3	181
Muž	30	28	8	2	2	70
Žena	67	31	7	5	1	111
27–40	184	90	27	9	4	314
Muž	71	47	14	5	0	137
Žena	113	43	13	4	4	177
41–55	213	69	26	7	1	316
Muž	93	34	18	3	1	149
Žena	120	35	8	4	0	167
56–65	70	25	9	1	1	106
Muž	28	12	5	1	0	46
Žena	42	13	4	0	1	60
66 a více	16	10	6	2	2	36
Muž	6	4	1	1	1	13
Žena	10	6	5	1	1	23
Celkem	596	263	87	27	12	985

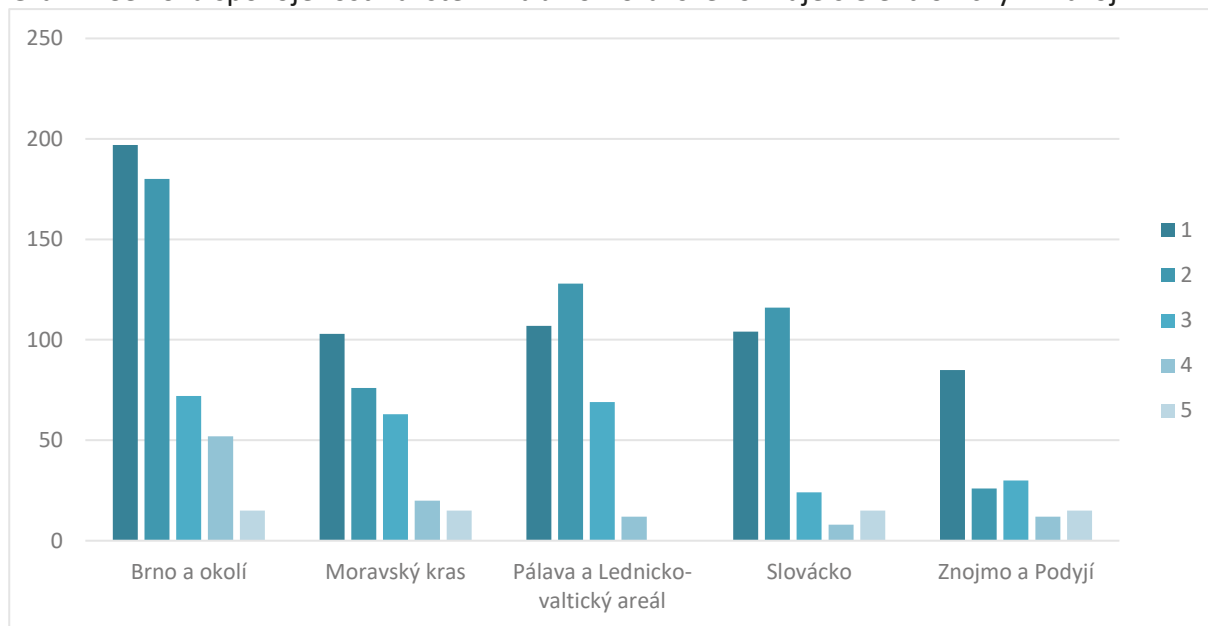
Zdroj: Vlastní zpracování.

Odpovědi byly součástí komplexnějšího dotazníku na vícero oblastí profilu návštěvníka Jihomoravského kraje, a proto nelze definovat konkrétní důvody a příčiny tohoto rozhodování. Jedná se ale o důslednou statistiku, která jasně dává najevo, že je potřeba uživatelsky přizpůsobit online turistické portály a jiné zdroje právě těmto cílovým skupinám.

Jiný kraj, jiný mrav

S lehkou nadsázkou se dají podle lidového rčení označit rozdíly mezi vybranými dotazovanými destinacemi Jihomoravského kraje. V níže uvedeném sloupcovém grafu je zobrazen přehled spokojenosti respondentů v jednotlivých destinacích.

Graf 1: Celková spokojenost návštěvníků Jihomoravského kraje s elektronickými zdroji



Zdroj: Vlastní zpracování.

V této fázi se potvrzuje očekávání, že vybraná místa v samotném městě Brně poskytují turistům výborné zdroje informací, které jsou přesné, dostupné a odpovídají uživatelským požadavkům dnešní doby. Brno – Špilberk, Brno – Tugendhat a Brno – Stará radnice jsou tedy označeny s nejlepším průměrným hodnocením.

Nízké hodnoty vykazují oblasti Blanenska a Boskovic, tedy severní část kraje, která není tak turisticky exponována (na základě Tourdata.cz). Velká část dat byla vyjmuta kvůli obsažení odpovědi „nevím/nemohu posoudit“. Z tohoto jevu vyplývá, že je ve zmíněných oblastech problém s dostupností a povědomím o online zdrojích pro turisty. Oproti tomu Punkevní jeskyně vykazují mnoho odpovědí zhruba s průměrným výsledkem hodnocení. Je to dáno především velkou návštěvností propasti Macocha a konkrétními vyhledávacími dotazy spojenými právě s uvedenou přírodní atraktivitou.

Ve výsledcích primárního výzkumu, tedy face-to-face dotazování, se objevila řada profilů na sociálních sítích nebo online portálů, viz přehled níže:

9x Úžasná místa

4x Profil CCRJM

2x Gastromapa Lukáše Hejlíka

2x I love Jižní Morava

A dále aplikace Discover LVA, Go To Brno, Kam v Brně, Kam ve Znojmě a Kudy z nudy.

Závěr

Příspěvek se zaměřuje na vyhodnocení výzkumu Spokojenosti návštěvníka z hlavní turistické sezóny na jižní Moravě v roce 2022. Vyhodnotili jsme, že nejkritičtější postoje vůči online komunikačním zdrojům destinací mají ženy ve středním věku, respektive 26–40 let. Je vhodným doporučením, aby se webové stránky a obsahy sociálních sítí zrevidovaly a upravily tak, aby lépe nabídly obsah této cílové skupině.

Pro odlehlejší a méně frekventované oblasti je příležitostí vytvořit jednotný turistický informační systém, který je vyvinutý na míru a poskytne potenciálním návštěvníkům perfektní orientační portál a dostupnost potřebných turistických dat. Existuje vysoká šance, že s výše popisovaným nárůstem

trendu digitálního cestovního ruchu se může zvýšit návštěvnost těchto méně navštěvovaných destinací.

Jako doporučení pro krajskou centrálu cestovního ruchu lze navrhnout zahájení spolupráce s opakovaně zmíněnými profily na sociálních sítích, aby vznikla koordinovaná činnost sdílení obsahu vedoucí k ulevění některých přexponovaných míst a atraktivit.

Pro hlubší analýzu této problematiky by bylo vhodné vytvořit další dotazník zaměřený na podrobnější a konkrétnější oblasti a otázky směřující k trendu digitálního turismu a k online komunikačním kanálům destinací, které musí reflektovat požadavky uživatelů tohoto století.

Poděkování

Výsledky prezentované v této studii jsou součástí projektu Kvalita destinace realizovaného s podporou Interní grantové agentury pod číslem IGA-PEF-TP-22-005.

Literatura

- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Albayrak, T., & Caber, M. (2013). The symmetric and asymmetric influences of destination attributes on overall visitor satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 16(2), 149–166.
- Kozak, N., & Kozak, M. (2019). *Tourist destination management: Instruments. products. and case studies*. Cham: Springer. Tourism. hospitality & event management.
- Štumpf, P., Janeček, P., & Vojtko, V. (2022). Is Visitor Satisfaction High Enough? A Case of Rural Tourism Destination, South Bohemia. *European Countryside*, 14(2), 346–362. <https://doi.org/10.2478/euco-2022-0017>
- Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold.
- Choi, Y., Hickerson, B., & Lee, J. (2021). Investigation of the technology effects of online travel media on virtual travel experience and behavioral intention. In *Visual Media and Tourism* (pp. 32–48). Routledge.
- Morosan, C., & Jeong, M. (2008). The role of the internet in the process of travel information search. *Information Technology in Hospitality*, 5(1), 13–23.
- Morzhyna, A., Oliinichenko, M., & Postykina, Y. (2019). Modern trends in digital marketing. Mykolayiv National Agrarian University. *Modern Economics*, 14, 174–179. [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-27](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-27)
- Popescu, M. A., Nicolae, F. V., & Pavel, M. I. (2015, November). Tourism and hospitality industry in the digital era: General overview. In *Proceedings of the 9th International Management Conference* (pp. 163–168). Faculty of Management, Academy of Economic Studies.
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Grada Publishing as.
- Profil návštěvníka 2018–2019 (2020) *CzechTourism Tourdata*. Dostupné z: <https://tourdata.cz/regionalni-reporty/regionalni-analyza-2018-2019-jihomoravsky-kraj/>

Kontaktní údaje

Šimon Balga, doc. Ing. Ida Rašovská, Ph.D.

Provozně-ekonomická fakulta Mendelovy univerzity v Brně

Zemědělská 1665/1, 613 00 Brno, Česká republika

e-mail: sibalga@gmail.com; ida.rasovska@mendelu.cz

Cultural history as Part of Stereotypes of Selected Beer Brands in the Czech Republic, Germany and Poland

Hanne-Lore Bobáková & Janusz Karpeta

Abstract

The article deals with the communication of advertisements of three international beer brands, Czech, Polish, and German. The article aims to describe the ways of advertising communication of the selected brands and to outline the creation of cultural stereotypes. In the introduction of the article, the topic of communication is set in a broader framework of time and content, and the brands are historically introduced and placed in a broader context. This is followed by a review of the literature selection on the topic, a description of the theoretical grasp of the research investigation, an explanation of terminological concepts and a list of the methods used. The verbal investigation examines how advertising messages and stereotyping are approached in Germany, the Czech Republic and Poland, and, both verbal and non-verbal, i.e., which aspects in the creation of cultural stereotypes are common and which are different.

Keywords: Advertising. History. Persuasion. Stereotypes.

Introduction

Working with cultural stereotypes has long been a hot topic that connects cultures by sharing historical experiences, and therefore stereotyping encourages their engagement in persuasive action. Stereotypes focusing on cultural history become part of a given cultural or national identity and are used, for example, in media and marketing communication, in advertising campaigns for products in various sectors, not excluding tourism. In this context, we consider our selected beer brands as a suitable tool to demonstrate their potential for restaurants in the tourism industry, where they can be used appropriately to promote the brand but also to attract potential clients.

The stereotypes contained in the beer advert show the passage of time, the changeability of epochs, human behaviour, and habits. The selected spots suggest that the only thing that has remained constant throughout human existence is the national brand of beer, which has accompanied Germans, Czechs, and Poles through good and bad historical moments.

In our article, we focus on the international aspect of stereotyping, considering the German Czech, and Polish environments. We investigate stereotyping of the three most famous beer brands in Germany, the Czech Republic and Poland. Using a selected sample of commercials, we aim to develop a classification of the strategic objectives of the commercials, including an explanation of the relevant stereotypes. We pay special attention to their potential in persuasive communication for tourism.

Literature review

Stereotypes have a big impact on how people perceive the world. Greek is where the word stereotype first appeared. It has two components: stereos, which in Greek means solid and hard, and typos, which is translated as imprint or pattern. The stereotype is described as a mental construction based on a schematic and simplified perception of reality, coloured in an evaluative

way, frequently based on prejudices and incomplete knowledge, in the Sociological Dictionary (Olechnicki, Załęcki, 2002).

A stereotype works when a person adopts an oversimplified, judgmental view of a phenomenon in the world in advance without giving the legitimacy of the view, which is determined by other common views present in the environment, any serious thought.

He/she then develops his/her understanding of the rules that govern the world based on specific cognitive patterns, such as the idea that people are arranged in hierarchies based on some real or imagined trait in common (Walas, 1995, p. 25).

Bartmiński (1998, p.11), referring to Lippmann's concept of a stereotype (1922) understood as an "image in the head", emphasizes that under the influence of sociologists, stereotypes are commonly combined with ideas of people of different nationalities (German, Jew, Ukrainian), profession (official, peasant), origin (from Warsaw) and so two features of these images come to the fore: the emotional colouring of the image and the tendency to be a false generalization.

Stereotyping is the practice of developing the applicable stereotype. Historical and cultural contexts influence this process. In our article, we will build on the idea of a stereotype as a firm perception produced by historical events, the accumulation of experiences, and their processing within the community.

In line with Bartmiński (1998, p.12) and Vaňková (2004) this processing includes, among other things, stereotyping, i.e., selection of characteristics, hierarchization of characters, elimination of dominant and, of course, hiding unpleasant "embarrassing" characters.

Stereotypes change gradually as a result of shifting socio-political and cultural conditions, making them relatively persistent. The so-called new media, whose primary characteristic is interactivity, is one of the most important tools used today to create stereotypes. A number of authors have addressed the roles of men and women in the media, for example, Collins (2011), found that women are underrepresented in a variety of settings and media, and also it's common for women to be portrayed in a limited way. An and Kim, (2007) and many other researchers such as Eisend (2019), Ellemers (2018), and Fowler and Thomas describe that one of the key segmentation factors in marketing activities is gender has drawn the attention of marketing researchers.

Messages that compete for the attention of potential recipients must be founded on tried-and-true techniques of persuasion and manipulation of communication, and they must present a largely skewed view of reality. Senders frequently employ stereotypes and, among other things, produce the images that the recipient most closely identifies with to communicate with them.

The image of "ours," or the community with which we identify, is the case of the auto-stereotype, whereas the image of the community from which we disassociate ourselves is the case of the hetero-stereotype. The need to identify with a positive and widely accepted representation of one's own community serves as the motivation behind the advertising message. Advertising uses and promotes self-stereotypes that are somewhat idealized and may not accurately reflect historical reality. In this context, we can also work with the concept of a brand that becomes a bearer of images and the stereotypes contained in them. According to Douglas B. Holt (2004) iconic brands create "identity myths".

Data and Methods

Our research study is grounded in the empirical research methodology on the communication of commercials. For our study, we selected a research sample of three well-known Czech beer brands, German Beck's, Pilsner Urquell, and Polish Żywiec. The commercials were for the years 2008 through 2022. We selected three exemplary samples of commercials for the following beer brands:

Beck's (2012), Pilsner Urquell (2017) and Żywiec (2008) to illustrate and analyse cultural history as a component of stereotypes.

Since the materials we used most visibly revealed aspects of the cultural histories of the various nations, they helped us to show how saturated the phenomenon under study was. These advertisements underwent a qualitative content analysis and were then categorized. The website www.youtube.com served as the basis for the data analysis, as this platform is currently widely followed and is also very popular with beer producers as a platform to promote their beer brand. We consider theoretical sources when looking at denotations, connotations, and stereotypes in our investigation. Inductive and deductive research techniques were used to analyse the advertising messages in the spots, allowing us to identify the cultural stereotypes that are typical of the beer brand.

We employ cognitive linguistics terminology and techniques in our methodology, particularly the ideas of denotation, connotation, and stereotype. We emphasize meaning's pragmatic component. We begin with the underlying presumption that using language is a form of cognition for people. The verbal and nonverbal communication of commercials enables us to identify otherwise invisible mental processes.

Our research takes an anthropocentric stance, where language emphasizes the individual as a member of a community and the language one uses shapes the "world picture" that is formed. In this way, a word's connotations and cognitive meaning are developed. Along with the primary conceptual meaning of an expression, the connotation is a secondary, associative meaning component (denotation). The purpose of the study is to identify the types of stereotypes that are used in the sample of commercials chosen for analysis, the ones that are used the most frequently, and the ones that are common to all three brands. This will be accomplished by examining denotative and connotative indicators of communication.

We assume that stereotypes function by a person adopting an explicit or implicit view (in the sense of a distilled and value-based representation of particular phenomena in the world) without challenging its validity (Walas, 1995). Based on this, we conclude that stereotypes are used in beer advertising to depict the cultural and historical connotations of national specifics.

Results and Discussion

In the selected samples, we first focused on the denotative component of the advertising slogan contained in the advertising spot. In the second part, we analysed the connotative component based on authentic spots of individual beer brands.

Stereotypes contained in the advertising spots of Beck's

In our examination, we will first look at a research sample of advertising spots for the German beer brand Beck's.

The key slogans for the Beck's brand in 2012 are *Beck's Löscht Männer Durst*, *Beck's Löscht Kenner Durst*, *Beck's Bier für die grossen Tage*, *Beck's für gute Freunde*, *Mein Beck's*, *Man kann sich ihm einfach nicht entziehen*, *Beck's Appeal*, *Beck's ist Beck's*, *Spitzenpilsner von Welt*, *Der pure Pilsgeschmack*, *Grenzenlos frisch*, *The Beck's experience*, *Beck's cold*, *Welcome to the Beck's experience*, *Beck's folge deinen inneren Kompass*.

When examining the denotative components of Beck's beer commercials, we can observe a shift in brand perception over the years, specifically the perception of the brand in the late 1950s and early 1960s, when beer was depicted in the commercial as an exclusive source of entertainment and pleasure. The brand presentation emphasises quality, familiarity, and worldwide distribution.

In the later years, i.e., in the late 1980s and early 1990s, the brand was highlighted not only in terms of quality but also in terms of sensory aspects, especially taste and sensuality (e.g., the slogans *Beck's Appeal*, *Beck's Löscht Kenner Durst*). There is also a clear shift from an individual perception of life towards a collective way of life, in terms of togetherness and conviviality, friendship and shared fun. This latter feature is becoming a defining feature of the brand for the next decade and is shifting its meaning and scope. An important element of the spots is their soundtrack, based on a catchy, resonant, appealing melody (performed by the world-famous rocker Joe Cocker with the title *Sail away*), which encourages action and detachment from everyday life, depicted in the form of key symbols such as sailing ships, the ocean, new continents, and adventure. The refrain of the spot's theme tune becomes a unifying element of Beck's modern spots in the next period, which emphasises the action of young people and their desire to fulfil their dreams. The words of the slogan *Beck's folge deinen inneren Kompass* call consumers to action and give them the courage of their lives.

Furthermore, when examining the connotative components of Beck's beer brand commercials, the central theme, togetherness, conviviality, fun, courage, and adventure become central, especially the emphasis on the male element that sets the direction. The theme of dreaming also appears, the heroes of the ads are courageous, fearless, and not afraid to plunge into the stormy depths, sail the seas, undertake adventures, and follow their dreams.

We could see in these simplified images of the world the assertion of the male element and the demonstration of masculine qualities such as competitiveness, strength, success, and courage, which is consistent with the research results. According to Hofstede (1998), Germany is a country where a masculine vision of the world prevails. In beer advertisements, masculinity is demonstrated by men taking action; it is men who initiate all kinds of activities and follow their inner compass. Following the inner compass opens the way to adventure and unrepeatable experiences. Following one's inner compass will lead one to one's destination. It gives a person the strength and courage to explore undiscovered possibilities and wonder. Sensory perceptions such as feeling, sensing, and savouring the world are important aspects. Courage is realised by images of rocks, oceans or seas, boating, but also by other water elements such as rain or streams of flowing beer.

The illusion of wanting to improve, speed up and change everything comes to the fore and the emphasis on masculine values such as the desire for competition, success, achievement, and appreciation. Another feature of these commercials is the attempt to cling to gender roles.

Picture 1: Beer brand Beck's



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=3l6zt9AoaXY>

Stereotypes contained in the advertising spots of Pilsner Urquell

The key slogans for the Pilsner Urquell brand in 2017 are The best of us – Firefighter, Pilsner Urquell – 175 years part of our culture, The best of us – Coach, The best of us – Scientist, The real Christmas.

When examining the denotative components of Pilsner Urquell beer commercials, we can trace, in addition to the basic human values typical of doctors, scientists, firefighters and coaches, the maximum effort to help others, to offer a helping hand, support and show the right path in life and, above all, solidarity. An equally important supporting element of Pilsner Urquell brand spots is the personification of beer against the background of historical events in the Czech nation. This is emphasized by the slogan *Pilsner Urquell - 175 years part of our culture*, recalls the most significant moments in the history of the Czech nation in the past years, decades, or centuries, which expresses: *But we have always been able to stick together and fight for each other*. In this case, the denotative component convinces the consumer of a sense of belonging to the Czech nation and verbally glorifies Czech bravery and strength in difficult times.

This advertising spot shows in pictures the most important historical moments through which the Czech nation passes. The bartender conveys a colourful picture of key events in the history of the Czech nation, featuring prominent figures of the Czech past, such as the Austro-Hungarian Emperor Ferdinand, followed by the traveller Emil Holub, then Bedřich Smetana and firefighters extinguishing the burning National Theatre. The year 1968, associated with the date of the invasion by Warsaw Pact troops, is symbolic for consumers of this brand.

Further, when examining the connotative components of Pilsner Urquell beer commercials, the connotative component conveys an image of the world emphasising Czech-Slovak unity, the strength of the nation and its resilience, and the symbolic significance of the victory in the legendary hockey match against the Soviet team. The created brand image is thus associated with national pride, strength and resilience in difficult times and the ability to unite and fight together for Czech national values.

Picture 2: Beer brand Pilsner Urquell



Source: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=Ujp2OGVpKb8

Stereotypes contained in the advertising spots of Żywiec

The key slogans for the Żywiec brand in 2008 are *Nothing has changed, From the very beginning brewed exclusively in Żywiec*. The verbal side of the slogan refers to the historical tradition and belonging to the Polish hometown of Żywiec, as a symbol of the quality of brewing in the context of the long experience and know-how for brewing beer.

The personified beer brand guides us through history in 90 seconds while the spot outlines the history of the last 150 years of Polish history, from the mid-19th century, through the 1930s, 1950s, and 1970s to the present day.

The first part of the spot, set in the 1930s, realistically shows images of the life of a Pole during this time and transports us to a dance floor, where there is elegant dancing, music is playing and beer is on tap, and everyone is having a great time in classy company.

Then, symbolically, the door opens to the next period just after the war, where refinement is abandoned and collectivism is emphasised, typical of the new social order where everyone is equal and together helps the socialist society.

The move away from work and towards entertainment shows the 70s bringing in elements of fun, freedom, inspiration from the western lifestyle and the desire to fulfil one's desires. Then, in the 80s, political and social changes take place that accelerate the realization of the idea of freedom that started in the previous decade. After complex social transformations, the basic democratic ideas come to fruition and society changes into a new, free, democratic, plural society, the kind of society that the main protagonists in the spot wish for. This atmosphere is enhanced by the leitmotif contained in the slogan Nothing has changed, which at the very end of the spot emphasizes tradition, common Polish values such as joy, fun, freedom, and Polish history shown through Żywiec beer.

The spot was made using state-of-the-art film techniques with maximum attention to detail and the reality of the times depicted. The set design was built on a scale never seen in commercial productions. More than 400 extras acted in the spot. Sophisticated costumes were imported especially for the spot from European warehouses including London and Paris. Around a thousand costumes and clothing items from different eras were used, including shoes, handbags, headgear, belts, and other accessories. The attention to detail of the make-up was supervised by five make-up artists. The musical theme for the film is the song 'The Man Called Adam' by The Yachts.

When examining the connotative components of the Żywiec beer brand's 2008 commercials, stereotypes referring to solidarity, national pride, and freedom, as well as fun and joie de vivre come to the fore. Żywiec beer symbolically unites the Polish nation and shows it against a historical background. In this way, the fundamental values that the Polish people represent are implicitly highlighted. These are solidarity, help, freedom, joy, and fun.

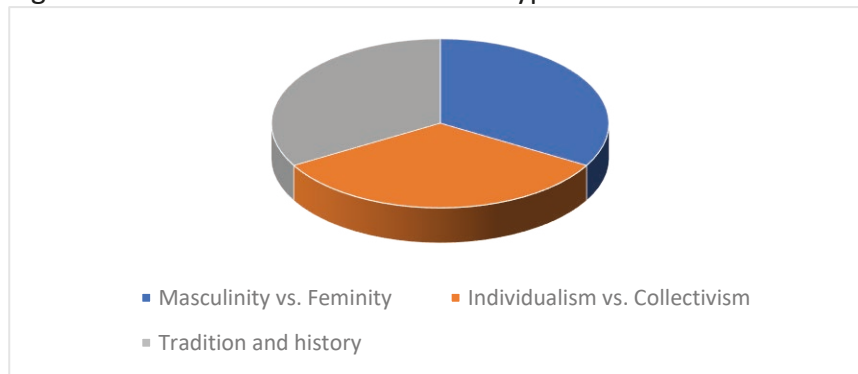
Picture 3: Beer brand Żywiec



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=77AHrKNVADo>

We have incorporated the results of the above-mentioned research into the following graph, which shows the most frequent stereotypes in the studied advertising spots in Germany, the Czech Republic and Poland. These are as follows: masculinity, femininity, individualism, collectivism and tradition and history.

Figure 1: Cultural and historical stereotypes



Source: Own processing.

The results of the research investigation into the denotative and connotative components of the Beck's, Pilsner Urquell and Żywiec beer commercials showed convergent and divergent features of stereotyping in the following categories: masculinity vs. femininity, individualism vs. collectivism, and tradition and history.

The first category showed a high degree of congruence in masculinity and femininity, with the male element coming to the fore in the three cultural environments studied, from the earliest commercials to the present day. In the later period, we can observe the gradual emergence of the feminine element in advertising, and women most often appear accompanied by their male counterparts.

The second category shows convergence in the area of common cultural and historical development, as Czech and Polish societies have undergone the same common historical change of social organization (1918, 1945, 1948 and the 1990s), emphasized by the collective feature of society, when they gradually became independent from the domination of other nations. These cultural and historical elements do not appear in the German environment due to the unfortunate history associated with the wars. Nevertheless, in recent years, the emphasis on the individual and his or her role in society has been emphasized in all cultural settings, which can be seen as a reinforcement of democratic ideas in the newly created state systems in the Czech Republic and Poland.

The third category shows the most marked differences in the approach to stereotyping in the area of tradition and history. In Czech and Polish advertisements there is a common respect for the history of one's own nation, most often presented by typical images from that nation's history. Stereotypical images create a sense of belonging to a given nation and arouse national pride and patriotism in the recipients. The beer brand figuratively becomes part of the national history of that nation, and at the same time, the recipient can easily identify with it. Unlike Czech and Polish commercials, tradition and history are not communicated in German Beck's beer commercials, which is again related to Germany's problematic modern history. In contrast to the Czech and Polish image, which glorifies national history in advertising spots, German advertising spots focus on the present and the future and avoid history in this way. Instead, they seek to conquer global markets. The above research results correspond to Nielsen's (Nielsen, 2016) interpretation of the stereotype. In agreement with him, we see the importance of the use of stereotypes in that the stereotypes examined above were applied concerning the recipients' reception strategy that the advertisement targets.

Conclusion

Stereotypes become an integral part of the culture, they are perpetuated and transmitted in every society. Their essence is used by advertising to promote the brand for its own purposes. The language used in the slogans studied becomes an inseparable medium in conveying awareness of the specificity of the three national cultures studied and creates a holistic image in the form of stereotypes.

Stereotypes will continue to be an interesting research topic not only for linguists, and tourism experts but also for sociologists, psychologists, and marketing researchers, as they can offer a wide range of possible investigations into the issue.

We are aware that the conclusions we have reached are limited by our sample, and therefore for a broader scope it is suggested to extend the research survey to other neighbouring countries such as Austria, Slovakia, and Hungary in the future.

The use of stereotypes represents a potential for the tourism industry to reach clients in the most effective way, e.g., in the implementation of websites for the presentation of restaurants and other establishments. Incorporating advertising spots for beer brands offered by the establishments in question would in this way become a complementary means of promotion and would win over potential clients, particularly because of the quick recognition of the type of stereotype and the tempting identification with it.

Culturally conditioned habits of behaviour and cognition are important factors that influence communication possibilities and are a means of persuasion in any field, especially in tourism. The images portrayed in advertisements refer to the cultural system of a given nation and are therefore comprehensible to the recipient, in verbal, non-verbal, visual, and acoustic terms.

References

- An, D., & Kim, S. (2007). Relating Hofstede's masculinity dimension to gender role portrayals in advertising: A cross-cultural comparison of web advertisements. *International Marketing Review*, 24(2), pp.181–207.
- Bartmiński, J. (1998). Stereotypes live in language. *Scriptores Scholarum*, 19/20(2/3), 11-12.
- Beck's. (2012). „Becks Bier Werbung von 1959-2012“. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=3l6zt9AoaXY> [14.12.2022].
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go? *Sex Roles*, 64(3), 290–298.
- Eisend, M. (2019). Gender roles. *Journal of Advertising*, 48(1), 72–80.
- Ellemers, N. (2018). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69, 275–300.
- Fowler, K., & Thomas, V. (2015). A content analysis of male roles in television advertising: Do traditional roles still hold? *Journal of Marketing Communications*, 21(5), 356–371.
- Hofstede, G. (1998). *Masculinity and Femininity: The Taboo Dimension of National Cultures*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
- Holt, B. D. (2004). *How brands become icons: The principals of cultural branding*. Boston: Harvard Business School Press.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Macmillan.
- Nielsen, M. (2016). Fachspezifische Stereotype der Werbewirtschaft bei der Kampagneadaptation im dänisch-deutschen Kontext. in: Hallsteindóttir, Erla et al. (Eds.): *Perspektiven der Stereotypenforschung*. Frankfurt a. M., Lang: pp.123-143.
- Olechnicki, K., Załęcki, P. (2002). *Dictionary of sociologic*. Torun: Wydawnictwo Graffiti BC.

- Pilsner Urquell (2008). „Pilsner Urquell – 175 let součástí naší kultury“. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=Ujp2OGVpKb8 [15.12.2022].
- Vaňková, I. (2000). An image of the world in the mother tongue. In *The image of the world in language: A collection of papers that were heard in the linguistic section XXVII. year of the Czech-Polish interuniversity conference*. Prague: FF UK, pp. 19-28.
- Walas, T. (1995). Nations and stereotypes. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Żywiec. (2008). „Browar Żywiec historia“. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=77AHrKNVADo> [16.12.2022].

Contact details

PhDr. Hanne-Lore Bobáková, PhD.

Silesian University

School of Business and Administration, Department of Tourism and Leisure Activities

Univerzitní náměstí 1934/3

Karviná, 733 40, Czech Republic

e-mail: bobakova@opf.slu.cz

PhDr. Janusz Karpeta, PhD.

Silesian University

School of Business and Administration, Department of Tourism and Leisure Activities

Univerzitní náměstí 1934/3

Karviná, 733 40, Czech Republic

e-mail: karpeta@opf.slu.cz

Lanové a ozubnicové dráhy v cestovním ruchu

Cable and Cog Railways in Tourism

Tomáš Burda & Veronika Židová

Abstrakt

Sekundární obslužnost, kterou využívají zejména účastníci cestovního ruchu, zajišťují především v horských oblastech lanové, ozubnicové a další horské dráhy již od druhé poloviny 19. století. Jejich počátky najdeme především v alpském prostoru, ale významnou stopu zanechaly i v Česku a na Slovensku. Již od počátku můžeme zaznamenat řadu úspěšných projektů, které v své době byly unikátní i v celosvětovém měřítku (visuté lanovky na Černou horu, Lomnický štít, tunelová lanovka na Imperial v Karlových Varech, sedačkové lanovky na Pustevny nebo Chopok). Po roce 1990 začalo období modernizace a stavba i mimo nejvýznamnější horské oblasti, často však tyto snahy narazily na ekologické či jiné limity. V našem příspěvku identifikujeme jednotlivé fáze rozvoje lanových drah, zhodnotíme význam těchto zařízení nejen pro cestovní ruch a pokusíme se zjistit, zda dochází, spolu s prosazováním udržitelného cestovního ruchu, předcházení overtourismu a snahou o řízení cestovního ruchu i ke změnám v oblasti lanovkové dopravy.

Klíčová slova: Cestovní ruch. Horské oblasti. Lanové dráhy. Doprava. Lyžování.

Abstract

Secondary service, which is mainly used by participants in the tourism industry, has been provided mainly in mountainous areas by ropeways, cogwheels and other mountain railways since the second half of the 19th century. Their beginnings can be found mainly in the Alpine area, but they also left a significant mark in the Czech Republic and Slovakia. Already from the beginning, we can note a number of successful projects that were unique in their time even on a global scale (suspended cable cars to Černá hora, Lomnický štít, tunnel cable car to Imperial in Karlovy Vary, chair lifts to Pustevny or Chopok). After 1990, a period of modernization and construction began even outside the most important mountain areas, but these efforts often ran into ecological or other limits. In our contribution, we will identify the individual stages of cableway development, evaluate the importance of these facilities not only for tourism, and we will also try to predict further developments in relation to sustainable tourism and we will try to find out whether, together with the promotion of sustainable tourism, the prevention of overtourism and efforts to manage tourism, there are also changes in the area of cable car transport.

Klíčová slova: Tourism. Mountain area. Ropeway. Transport. Skiing.

Úvod

Lanové dráhy, ať už visuté nebo kolejnicové jsou dnes nedílnou součástí lyžařských oblastí, najdeme je, ale také v horách v tropických oblastech nebo ve městech, kde jsou součástí hromadné dopravy nebo i jinde. Máme je však většinou stále spojeny s Alpami, kde můžeme vyjet po kolejích například na Pilatus, Jungfrauoch nebo na nejvyšší Zugspitze, nejvyšší vrcholek Německa. Visuté lanovky vyvezou návštěvníky až do výšky přes 3 800 metrů nad mořem na Malý Matterhorn, překonávají

hřebeny v okolí Mont Blancu z Itálie do Francie, nebo prostě jen obsluhují stovky kilometrů sjezdových tratí. Tisíce lanovek jsou rozesety od Norska přes Alpy, Kavkaz, severní Ameriku až po Nový Zéland a Chile, najdeme je, ale i v Dubaji, Číně.

Lanovky a ozubnicové železnice

Téma lanových drah není příliš frekventované v rámci geografických výzkumů v Česku jak v geografii dopravy, tak i v geografii cestovního ruchu. Většinou je to ve spojení s jinými druhy dopravy a dopravní obslužností jako na příklad disertační práce V. Židové (Židová, 2020) nebo monografie M. Mervarta věnovaná turistickým atraktivitám v kolejové dopravě (Mervart, 2021). Poměrně časté jsou články k jednotlivým lanovým drahám například u příležitosti jejich vzniku nebo rekonstrukce (Fojtík 2001, Pajdlhauser a kol. 1987, Burda 2001). Obecné problematice techniky výstavby a provozu lanovek se věnují především práce vytvořené odborníky na dopravu (Hons, 1985, Polcer, 2012) a také řada webových stránek s touto tematikou. Logicky se toto téma objevuje častěji v zahraniční především německé literatuře, která se věnuje především alpskému prostoru, ale také dalším oblastem (Dorigatti, 2019, Denoh, 2022).

Lanovky a příbuzné dopravní prostředky spadají pod drážní dopravu. Drážní doprava je prakticky ze sta procent představována dopravou hromadnou a obecně je také ekologicky vhodnější než silniční (díky nižším jednotkovým externím nákladům), v rámci silniční dopravy má rozhodující roli doprava individuální, hromadná existuje jak v podobě veřejné (pravidelné autobusové linky), tak neveřejné (zájezdy) (Židová, 2020). Lanové dráhy patří do sekundární obslužnosti, tedy jsou určené především ve využití v cestovním ruchu. Najdou se však výjimky např. ve Švýcarsku v oblasti Zermattu nebo Bernských Alp, kde není možné dopravit zejména v zimním období obyvatelé. Stejně tak v některých kopcovitých oblastech slouží lanovky nebo lanovkové výtahy jako prostředky městské dopravy (Burda, 2001). Příkladem může být chilské Valparaíso, kde již v 19. století bylo vybudováno několik desítek těchto zařízení, dosud jich zhruba desítka slouží především jako turistické atrakce.

Podobně jako v městské dopravě, kde slouží systémy metra a kolejové dopravy jako páteřní přepravní systémy na které navazují zejména linky autobusů a trolejbusů, tak v řadě horských středisek existuje stejný princip. Hlavní velkokapacitní většinou kabinové, kabinkové (zejména tzv. twinlinery tedy lanovky se dvěma nosnými lany, které jsou mimořádně odolné vůči povětrnostním podmínkám a mohou být provozovány až při síle větru 100 kilometrů za hodinu) nebo pozemní a často i podzemní lanovky dopravují návštěvníky z údolí na výše položené svahy, které jsou obsluhovány kabinovými a zejména sedačkovými lanovkami a případně i lyžařskými vleky (zejména pak přímo na ledovci, kde je náročná výstavba sloupů kvůli neustálým pohybům ledovcové hmoty) (Dorigatti, 2019).

Pojem „lanová dráha“ se v češtině používá pro dvě relativně různorodá zařízení – pro pozemní a visutou lanovku. Společné mají to zejména lano, které pohání vozy pozemní lanovky na kolejích a také nese vzduchem kabiny nebo sedačky lanovky visuté. Pozemní lanovky mají lano, na jehož obou koncích jsou připevněny vozy, které se potkávají v polovině dráhy, mohou mít každá vlastní kolej, ale většinou se používá kolej společná uprostřed s výhybnou a vynálezem švýcarského konstruktéra Abta výhybkou bez mechanických částí, která je řešená tak že každý vůz má na kole dva okolky, které navedou automaticky vůz na správnou kolej (Mervart, 2021).

Ještě složitější je dělení visutých lanovek. Rozdělujeme je na ty, co mají provoz kyvný (u nás se většinou používá pojem kabinové, protože mají kabiny pro více osob – největší z nich až 150), lano tedy tvoří nekonečnou smyčku, ale každá z kabin má svoji jízdní stopu, a to buď jednu s jednou kabinou anebo dvě se dvěma kabinami.

Dnes jsou ale rozšířenější oběžné lanovky, na kterých je na laně zavěšeno několik desítek malých kabinek (u nás jim říkáme kabinkové ve světě spíše gondolové) nebo sedaček, které mohou být

otevřené nebo s krytem a jsou vybavené vyhříváním, běžné jsou odpojitelné čtyř a šesti sedačky, ale staví se i osmi a deseti sedačky. Ty oběžné se pak dělí na odpojitelné, tedy ty, které napevno obíhají na laně, a ne odpojitelné které mohou dosahovat na trati podobné rychlosti jako kabinové lanovky (i přes 10 m/s) a stávají se tak velice kapacitní dopravními prostředky především v lyžařských střediscích (Burda, 2001).

Mezi významné ukazatele, podle kterých měříme velikost a výkony u lanových drah patří zejména délka trati, převýšení a sklon trati (ten může výjimečně dosahovat i více jak 100 % jako je tomu například u švýcarské lanovky Stechelberg – Mürren se stoupáním 169 %. Andská lanovka na venezuelský vrchol Pico de Bolívar má délku 12 kilometrů v několika úsecích a převýšení přes 3000 metrů – horní stanice leží ve výšce 4 765 m n. m.). Důležitá je také rychlost přepravy, nejrychlejší lanovky na světě dosahují rychlosti až 50 km/h (Dorigatti, 2019).

Lanové dráhy slouží a zejména sloužily jako průmyslová přepravní zařízení pro dopravu materiálů zejména z místa těžby do místa spotřeby. Tento trend se však projevuje i v současné době kvůli požadavkům na úsporu místa a také na menší energetickou a ekologickou náročnost přepravy zejména vnitropodnikové. Na rozdíl od minulosti již nejsou v provozu systémy lanových drah dlouhé několik desítek kilometrů, ale tento velkokapacitní univerzální dopravní prostředek (může mít velmi složitou trasu a procházet i budovami) se uplatňuje například v automobilovém průmyslu (Volkswagen Bratislava – jako první svého druhu na světě ji postavila renomovaná firma Doppelmayr v roce 2002 (Málek, 2021) nebo v dalším výrobním závodu téže automobilky – Glassfabrik v Drážďanech).

Vývoj lanových drah

První primitivní lanovky, tedy dopravní prostředky používající lano jako nosiče nákladu, se začaly používat již v Egyptě při stavbě pyramid. Také Inkové znali a využívali lana při překonání řek nebo strží. Lanovky se používaly i ve středověké Evropě při dobývání měst a pevností a později při těžbě surovin. Zatím chybělo to nejdůležitější tedy mechanický pohon, který přišel spolu s vynálezem parního stroje a zejména elektrického motoru. Ovšem první pozemní lanovky však využívaly principu tzv. vodní převahy, tedy balastních nádrží, které se v horní stanici naplnily vodou a pomocí vyšší váhy tak vytáhly vůz ze spodní stanice do té horní (Hons, 1985). Tento jednoduchý princip využívala například i pražská lanovka na Petřín a dodnes ho můžeme obdivovat při výjezdu k poutnímu kostelu Dom Jesus do Monte v Braze v severním Portugalsku (viz obrázek č. 1).

Lano využili také stavitelé prvních železnic při stavbě úseků, které byly nuceny překonávat větší (z tehdejšího pohledu) stoupání, dnes jsou schopné většinou úseků překonat normální adhezni lokomotivy. Nevýhodou svážnic bylo to, že musely být poměrně krátké, a tak tratě železnic připomínaly schody, kde se střídaly normální adhezni úseky se svážnicovými. Tento problém se pokoušeli konstruktéři odstranit a přišli na myšlenku ozubnice. Nejprve to byl jednoduchý kovový pás s hřeby položený uprostřed nebo na straně kolejí a lokomotiva byla vybavena ozubeným kolem, jehož drážky zapadaly do drážek ozubnice (Burda, 2001).

První zdokonalení tohoto systému přinesla polovina 19. století v podobě tzv. Riggenbachovy ozubnice a následně do dnešní doby nepřekonaný systém dvojité ozubnice vymyslel již zmíněný Carl Abt. V tomto období byla postavena řada zubaček především v USA a ve Švýcarsku, na horu Pilatus vede zubačka se stoupáním více jak 480 promile, na Pikes Peak v USA až do výšky 4 260 m. n. m. V tu dobu byla postavena převážně v tunelu vedoucí ozubená železnice na sedlo Jungfraujoch pod horou Jungfrau ve Švýcarsku do výšky 3 454 m. n. m. (Mervart, 2021).

Na našem území byla postavena ozubnicová dráha na úseku mezi Tanvaldem a Kořenovem v Krkonoších v roce 1902, v současnosti je používán jen při nostalgických jízdách, běžné lokomotivy již zvládnou stoupání jen pomocí adheze. Poslední ozubená dráha na světě byla postavena kvůli

mistrovství v klasickém lyžování ve Vysokých Tatrách v roce 1970 mezi Štrbou a Štrbským plesem ve Vysokých Tatrách v trase zubačky z roku 1896, která však byla pro nerentabilitu zrušena v roce 1932 (Hons, 1985).

Na konci 19. století přišlo opět ke slovu lano a začaly se stavět první pozemní lanové dráhy, ty měly zlepšit špatné dopravní podmínky v horách a přiblížit civilizaci odlehlá místa, stejně jako předtím ozubené horské dráhy, které se dále stavěly většinou s elektrickým pohonem, konstruovaly se také pozemní lanovky ve městech s členitým povrchem především ve Švýcarsku, ta první vznikla v roce 1879 jako spojení městečka Ouchy s nádražím v Lausanne. Svérázným druhem byla městská lanovka Tunnel v Istanbulu, které je považována za první turecké metro (Hons, 1985).

Před první světovou válkou se pozornost konstruktérů obrátila k visutým lanovkám, zkušenosti s dlouhými nákladními lanovkami byly velice dobré (andská lanovka v Argentině k měďným a stříbrným dolům Chilecito – Upulungos s osmi úseky dlouhá 35 kilometrů s převýšením 3510 metrů). Nákladní lanovky se stavěly i u nás například z Černého dolu do Kunčic nad Labem (ta je stále funkční) nebo z Vápenného Podolu přes hřeben Železných hor do Třemošnice a sloužily dopravě vytěženého vápence (Štramberská, 2007). Dnes jsou turistickou atrakcí zbytky lanovky v Českém krasu v areálu Solvayovy lomy, která spojovala místo těžby s železnicí (Čekal, 2012).

Záhy se začaly visuté lanovky využívat i pro dopravu osob. Nejprve jako výstavní atrakce (San Sebastian 1907), první visutou horskou kabinovou dráha postavila firma Von Roll ve Švýcarsku na Wetterhorn v roce 1908, ale ta byla v provozu jen do roku 1914 (dnes jsou její pozůstatky technickou památkou a vyhledávaným cílem turistů) (Dorigatti, 2019).

Do první světové války, která zbrzdila slibný vývoj (ale v rámci techniky znamenala pokrok ve výstavbě v podobě nákladních lanovek zásobujících obě strany konfliktu vysoko v Dolomitech) bylo postaveno několik drah především ve Švýcarsku (v Chamonix) a Itálii. Další se začaly stavět v průběhu 20. let, kdy se přidaly i Německo, Francie, Rakousko a USA, při stavbách se uplatňovaly firmy, které měly zkušenosti s výstavbou nákladních i pozemních lanovek, jako italská Garaventa, rakouský Dopelmayer. Některé dráhy z této doby jezdí, většinou po rozsáhlých rekonstrukcích, dodnes (Dorigatti, 2019).

Data a metody

Náš příspěvek se zaměří na počátky a významné etapy vývoje lanovek ve světě a na našem území. Bude nás zajímat, jak se proměnilo využití a funkce lanovek nejen v cestovním ruchu za téměř dvě století jejich používání jako dopravního prostředku. V našem příspěvku identifikujeme jednotlivé fáze rozvoje lanových drah, zhodnotíme význam těchto zařízení nejen pro cestovní ruch.

Území Česka a potažmo Československa patřilo již od 20. let 20. století ke špičce ve využívání i vývoji lanových drah. Po roce 1990 začalo období modernizace a stavba i mimo nejvýznamnější horské oblasti, často však tyto snahy narazily na ekologické či jiné limity. Pokusíme se zdokumentovat, zda se tyto modernizační trendy projevují i v současnosti a případně pak jakým způsobem. Zda dochází, spolu s prosazováním udržitelného cestovního ruchu, předcházení overtourismu a snahou o řízení cestovního ruchu i ke změnám v oblasti lanovkové dopravy.

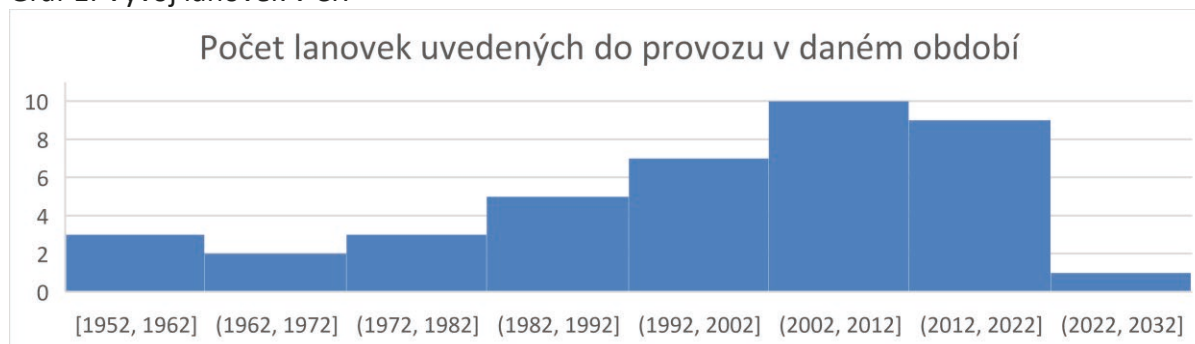
Příspěvek si klade za cíl zmapovat proměny lanovkové techniky i nezvyklé využití stávajících lanovek včetně využití těch nákladních jako součásti dědictví využitelného v cestovním ruchu. Vše doprovází i grafika ve formě grafů s vývojem počtu lanových drah na území Česka a Slovenska a fotografie s příklady různého využití těchto zařízení.

Výsledky a diskuse

Lanovky v Československu a České republice

U nás byly postavené obě pražské lanovky, z nichž ta na Letnou (původně dvoukolejná) skončila provoz v roce 1914 a byla později přestavěna na pojízdné schodiště zrušené v roce 1935. Petřínská měla šťastnější, ale i dramatičtější osud i jí uškodila první světová válka a přestalo se jezdit, k obnově a přestavbě bylo přistoupeno v roce 1932 při příležitosti všesokolského sletu, nová teď již elektrická lanovka sloužila Pražanům a návštěvníkům Prahy až do roku 1965, kdy došlo k sesuvu půdy a zničení její trasy. Ale historie se opakovala a v roce 1985, tentokrát při příležitosti spartakiády, byla petřínská lanovka potřetí dána do provozu a slouží dodnes (Fojtík, 2001). Dalším městem, které se dočkalo dokonce tří lanovek, byly Karlovy Vary, zdejší členitý terén nebyl vhodný pro výstavbu, na začátku minulého století velmi populární, elektrické tramvaje, ale město muselo vyřešit alespoň dopravu lázeňských hostů do hotelů na výšinách nad lázněmi. Jako první byla otevřená 114 metrů dlouhá lanovka k hotelu Imperial v roce 1906, ta je celá vedená v tunelu, dnes je součástí systému městské dopravy. Do podobných míst, ale z jiné strany směřovala i lanovka postavená v roce 1912 ze Slovenské ulice ta ale ukončila svůj provoz v roce 1959. Poslední zprovozněná pozemní lanovka ve Varech vede výšinu Diana nad městem ke známé rozhledně, i tato lanovka dlouhá 437 metrů stále slouží veřejnosti, když spolu s tunelovou lanovkou prošla v osmdesátých letech náročnou rekonstrukcí (Bílek, Polcer, 2010). Poslední karlovarskou lanovku byla nedostavěná dráha na Tři Kříže. Třetí městem, které zapojilo lanovku do městské dopravy se po více jako sto letech, stalo Ústí nad Labem a kabinová lanovka z centra na Větruši (Polcer, 2012).

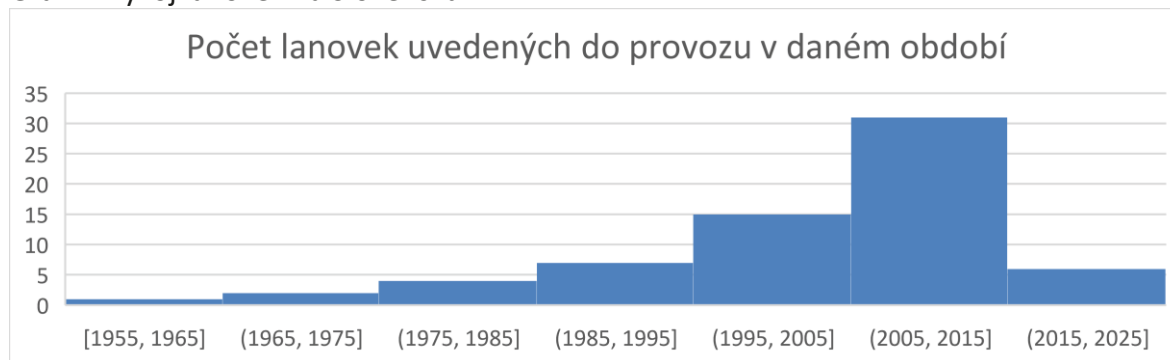
Graf 1: Vývoj lanovek v ČR



Zdroj: Upraveno podle www.lanove-drahy.cz, 2023.

Úspěch visutých lanovek měl ohlas i na našem území a už v roce 1926 se objevil první projekt na stavbu kabinové lanovky z Janských lázní na Černou horu (3,2 kilometrů, převýšení 644 metrů), ten se uskutečnil v roce 1928 a práce provedla především chrudimská strojírna Františka Wiesnera, která stála u zrodu dalších dvou projektů, které vynesly Československo na špici lanovkářství své doby (Tichý, 2004). Nejprve byla postavena lanovka z Liberce-Horního Hanychova na Ještěd v roce 1933 (poslední lanovka ve vlastnictví Českých drah je však po tragické havárii na konci roku 2021 mimo provoz) a v roce 1936 začala stavba unikátní trojúsekové kabinové dráhy z Tatranské Lomnice na Lomnický štít dokončená v roce 1940. Ve své době nejdelší lanovka na světě v délce 6009 metrů vystoupila o 1711 metrů a úsek mezi Skalnatým Plesem a Lomnickým štítem překonávala jen s jednou podpěrrou těsně pod vrcholem, kdy mezi podpěrami činila vzdálenost 1744 metrů (tehdy nejvíce na světě), lanovka byla v dolní části dvojstopá, nahoře jezdila jediná kabina pro 15 osob, cesta z Lomnice až nahoru trvala 40 minut i s přestupy (Pajdlhauser a kol., 1987).

Graf 2: Vývoj lanovek na Slovensku



Zdroj: Upraveno podle www.lanovky.sk, 2023

To nebyl poslední světový úspěch, resp. prvenství, po vypuknutí války a odstoupení pohraničních hor byla postavena lanovka s neodpojitelnými sedačkami na Pustevny v Beskydech jako první svého druhu na světě. Řada nákladních lanovek byla použita při výstavbě pohraničních pevností v horských oblastech na konci třicátých let. Zbytky nákladních lanovek je možné najít v oblasti Kralického Sněžníku v masivu Sušiny (Šetina a kol., 2004).

Po roce 1945 se u nás prosadila se švýcarská firma Von Roll, její licenci dostala pokračovatelka chrudimských strojíren Transporta a bylo postaveno několik unikátních sedačkových lanovek. Stavba první z nich byla zahájena v roce 1947 na Sněžku, první úsek na Růžohorky byl otevřen v průběhu roku 1948 a do výšky 1600 metrů se turisté poprvé vyvezli na konci roku 1949, ačkoli byla životnost této dvojsedačky plánována na 16 let jezdila neuvěřitelných 64 let až do roku 2012. Další lanovky byly postaveny ve Špindlerově Mlýně na Pláš a z Bohosudova na Kněžístě u Teplic v Krušných horách. Unikátních projektů se dočkalo Slovensko. Kromě lanovky Vrátná – Chleb byla postavena čtyřúseková dvojsedačka Jasná – Luková – Chopok – Kosodrevina – Srdiečko (Hons, 1985). Po ukončení spolupráce s Von Rollem stavěla Transporta jednosedáčkové neodpojitelné dráhy, které rychle zastarávaly.

V 60. letech byly postaveny dráhy na šumavskou Klet, Klínovec, na Portášky ve Velké Úpě a na Špičák u Železné Rudy. Kromě toho se Transporta pokoušela o vývoj gondolových čtyřmístných lanovek, první zrealizovala v Sarajevu a další na Slovensku na Malinó-Brdo u Ružomberku. Pak následovaly nové čtyřkabinky na Skalnaté Pleso (1973) a na Černou horu (1983). Po roce 1970 začala mít Transporta konkurenci, proti které nemohla uspět, pro stavbu lanovky na Koňský Grúň v Jasné v roce 1976 byla zakoupena licence firmy Poma a ta se osvědčila (Pajdlhauser a kol., 1987). Pokusila se o vývoj dvojsedačky (poprvé nepříliš úspěšně na Kolibu v Bratislavě a v roce 1979 na Medvědin ve Špindlerově mlýně). V roce 1981 byla stavba lanovek v Transportě zastavena a podnik se dál věnoval výrobě dopravních pásů na uhlí. Lanovky let osmdesátých jsou výsledkem spolupráce francouzské Pomy a kežmarského podniku Tatrapoma (Burda, 2001).

Moderní trendy v masovém cestovním ruchu

Svět se ale v tu dobu již třicet let ubíral jinam, ostatně jako v celém cestovním ruchu. Rozvoji lanovkářství pomohl od 60. let 20. století velký zájem o lyžování i letní turistiku i růst životní úrovně v západní Evropě a v zámoří, především v Alpách a ve Skalnatých horách. Zpočátku se stavěly visuté kabinové lanovky často překonávající horské hřebeny i hranice zemí. Kapacita kabin se zvyšovala až na 150 lidí (Cime de Caron v Savojských Alpách), rychlost na 12, 5 m/s a dosahují výšek nad 4000 metrů. Především od sedmdesátých let byla síť páteřních kabinových lanovek doplňována sedačkovými a kabinkovými lanovkami, které stále zvětšují svou kapacitu (již běžné jsou čtyřsedačky a šestisedačky s možností úkrytu před nepřízní počasí a objevují se kabinky pro 15 osob) a rychlost.

V Evropě především na ledovcích a jako spojovací zařízení bylo postaveno množství lyžařských vleků. Jinde se stavěly spíše lanovky, a proto je jich v Japonsku okolo 1 800 a podobný počet lanovek slouží lyžařům i v USA, i když celkem je nejvíce dopravních zařízení na principu lana nejvíce ve Švýcarsku a Francii. Tady byla postavena řada lyžařských středisek třetí generace jako Trés Vallés, která patří k největším a nejdokonaleji vybaveným na světě (Burda, 2001).

Sedmdesátá, a především osmdesátá léta uplynulého století byla i ve znamení renesance lanových pozemních a také podzemních drah. Potřeba kapacitního spojení především z údolní stanice na ledovec stála u zrodu tunelové lanovky z Kaprunu na ledovec Kitzensteinhorn nazvané „Ledovcový drak“, téměř 4kilometrová dráha s převýšením 1535 metrů a kabinami pro 200 cestujících jezdila bez problému s rekonstrukcí na začátku 90 let až do listopadu roku 2000, kdy zde došlo k největší nehodě v historii lanovek kdy při požáru v tunelu uhořelo přes 150 cestujících (Burda, 2001). Tato tragédie vyvolala otazníky i nad jinými podobnými drahami, které byly postaveny převážně v posledních 20 letech jako Pitzexpress, Mölltalexpress a Kandahar v Rakousku, ledovcové metro v Zermattu a další.

Po roce 1990 vstoupily moderní lanovkářské technologie také k nám. Dvě dráhy byly postaveny v pahorkatinách, ta první jako pulsační lanovka (několik kabelek za sebou ve skupinách) v Mariánských Lázních a druhá jako kyvná kabinová lanovka spojuje hranu propasti Macocha s Punkevními jeskyněmi a výrazně pomáhá řešit ekologickou a dopravní situaci v Moravském Krasu. Další lanovky se zpočátku stavěly především v Krkonoších, kde převzala vládu renomovaná firma Doppelmayr, kromě rekonstrukce i nových zařízení ve Špindlerově Mlýně (postupně jedna šestisedačka, tři čtyřsedáčky a jedna trojsedačka a jedna dvojsedačka), dále pak v Harrachově na Rýžovišti a v Rokytnici nad Jizerou na Lysou horu nebo nejkapacitnější kabinková lanovka u nás z Janských lázní na Černou horu, která nahradila stávající zařízení z roku 1981 (Burda, 2001).

Po roce 2005 pak došlo k zintenzivnění výstavby lanovek, a to jak těch nových, ale zejména repasovaných zařízení zejména z Alp a lanovky se staly standardem i v ostatních pohořích (významné investice na Klínovci, na Lipně nebo na Špičáku v Jizerských horách) (viz grafy). Kromě toho prošlo rekonstrukcí několik desítek lyžařských vleků, tyto rekonstrukce byly mnohdy spojené s vybudování systému umělého zasněžování, bez kterého se při stále teplejších a kratších zimách jen těžko obejdeme a především s pravidelnou dokonalou údržbou sjezdovek, které aspoň přiblížily podmínky lyžování u nás světu.

Lanovky a udržitelnost v městské dopravě, průmyslu i v cestovním ruchu

Nezastupitelnou roli pak začínají hrát v městské hromadné dopravě, kde řeší problém v členitém terénu vysoko položených měst nejen v Evropě, ale také (bolívijský La Paz). V současnosti se řada měst zejména v rozvojových zemích uchyluje k výstavbě velkokapacitních kabinových drah, které často v horském terénu zajišťují funkci, kterou jinde plní tramvaje a autobusy. Důvodem je nemožnost překonání velkých výškových rozdílů bez nutnosti provádět rozsáhlé demolice zejména chudinských čtvrtí a ulevit nepříznivé ekologické situaci ve městě. Příkladem může být kromě kolumbijského Medelínu nebo ostrova Reunionu zejména nejvýše položené hlavní město na světě – La Paz v Bolívii, kde na deseti trasách o délce přes 30 kilometrů může jezdit až 200 000 cestujících každý den. Lanové dráhy integrované do městské dopravy však nalezneme i na našem území (Karlovy Vary) a Praha připravuje výstavbu několika městských lanových drah (z Podbabý do Bohnic nebo ze Smíchova na Pankrác).

Jiným problémem je předimenzování hor a nutnost regulace návštěvníků, ne náhodou byly zamítnuty plány na pokoření Matterhornu nebo Jungfrau. Často se do sporu dostávají provozovatelé lanovek a ochranáři přírody, v Česku byl symbolem boje o mezi zájmy cestovního ruchu a ochranou přírody spor o novou lanovku na Sněžku. Neúspěšný byl záměr dalšího pokračování spojení do Karpacze na polské straně, resp. prodloužení dnešní sedačkové lanovky anebo využití dráhy na Lysou

horu z Rokytnice nad Jizerou i v letní sezóně. Megalomanské projekty bez ohledu na životní prostředí se však stále objevují zejména mimo Evropu, kde nejsou tak přísné limity a v popředí stojí pouze snaha o zisk a také o prestiž. Snaha Čína o vybudování soustavy lanovek v Tibetu nebo Saudské Arábie o stavbu lyžařského střediska v horách na jihozápadě země s ambicemi pořádání zimních olympijských her. Stejně tak projekty lyžařských hal v různých částech světa (nejznámější najdeme v Dubaji) s velmi náročnou spotřebou energií a zejména vody, jsou toho důkazem.

Lanovky nejsou jen hlavním přepravním zařízením v horských oblastech, ale stále více se prosazují i v přepravě nákladů zejména v systémech just in time v automobilovém průmyslu. Svoji roli mají i při těžbě surovin zejména v rozvojových zemích (např. v dolech na zlato na Nové Guinei v blízkosti nejvyšší hory Puncak Jaya), kde dopravují i zaměstnance dolů. Některé původně nákladní lanovky byly přeměněny v turistické atrakce jako například u systému přehradních nádrží v Kaprunu nebo údolí řeky Möll v Korutanech (viz obrázek č. 3).

Speciálním případem lanovek, především těch visutých, jsou ty, které jsou využívány jako turistická atrakce sama o sobě, tedy primární není přeprava z bodu A do bodu B, ale je to již jízda a výhledy během ní. K tomuto účelu jsou lanové dráhy upravovány, často bývají otevřené nebo vybavené prosklenou podlahou a stěnami. Někde se (zejména u městských a výstavních lanovek nebo lanovek v zoologických zahradách) obě dopravní i vyhlídková funkce lanovky kombinují. Je to například v ZOO v San Diegu, výstavním areálu EXPO v Lisabonu nebo v New Yorku na Rooseveltův ostrov uprostřed East River. U nás tento typ lanovky představuje ta v pražské ZOO.

Nejčastěji jsou vyhlídkové lanovky v oblastech tropických deštných a horských mlžných lesů, kde umožňují blízký kontakt návštěvníků s přírodním prostředím vysoko v korunách stromů, jsou tedy alternativou oblíbených stezek v korunách stromů. Najdeme je jak v Amazonii, na severu Austrálie, ale především ve Střední Americe v Kostarice a Panamě. Tyto pomalu jedoucí lanovky (jedna jízda může trvat i přes hodinu) jsou kombinovány s dalšími adrenalinovými zážitky v podobě tzv. zip-lin, tedy volnými sjezdy po laně v horolezeckých úvazcích nebo právě s visutými mosty (viz obrázek č. 2). Nejoblíbenějšími lokalitami jsou kostarická biosférická rezervace Monteverde nebo národní park Brauilo Carillo severně od San Jose nebo národní park Gatún u Panamského průplavu.

Lanovky jsou stále nejekologičtějším dopravním zařízením, pro svůj provoz zabírají jen málo místa a jejich provoz nezatěžuje okolí zplodinami a hlukem, pomáhá i rozvoji turistiky a oživuje do té doby periferní regiony (na Moravě například výstavba několika středisek v oblasti Jeseníků nebo vybudování rozsáhlého střediska na Dolní Moravě). Objevují se však potíže s financováním těchto náročných staveb a některé obce jako Rokytnice nad Jizerou měly problémy se splácením vysokých úvěrů. Trendem posledních let je spojování areálů jak pomocí dopravního spojení (velké projekty ve Špindlerově Mlýně nebo spojení Klínovce a Božího Daru), tak i pomocí jednotného skipasu a propojení například skibusy. Časté je také propojení lanovkářského a lyžařského byznysu s dalšími doprovodnými službami jako je ubytování a stravování nebo wellness a další aktivity. Příkladem může být slovenská investiční skupina TMR, která podniká i v okolních zemích a investuje kromě Špindlerova Mlýna také na Ještědu.

Závěr

Pokusili jsme se zmapovat více jak 150 let vývoje specifického druhu dopravy, který zpřístupnil zejména horské oblasti prakticky na celém světě. Po období kolejových lanovek a ozubnicových železnic přišla od počátku 20. století éra visutých lanovek následovaná od 50. let rozvojem lyžařských lanovek, která vyvrcholila s nástupem masové obliby tohoto sportu v poslední čtvrtině 20. století. Důraz na udržitelnost a problém ohrožení životního prostředí přinesl i otázku omezení plošného rozvoje zejména v alpských oblastech, ale zároveň stál u renesance lanové dopravy. Nezastupitelnou roli pak začínají hrát v městské hromadné dopravě, kde řeší problém v členitém terénu vysoko

položených měst nejen v Evropě, ale také například v jižní Americe (bolívijský La Paz) i jinde. Nově jsou stále častěji využívány lanovky v nákladní dopravě a moderní logistice. Objevuje se nová technika, vyhlídkové, dvojpatrové nebo podzemní lanovky, dochází k elektrifikaci posledních ozubnicových a horských železnic. Změnil se také způsob marketingu. Společné jízdenky, turistické slevové karty, propagační akce a balíčky služeb umožňují prodloužení sezóny a zvyšování návštěvnosti i mimo nejvytíženější centra, což je žádoucí zejména v postcovidové době.

Od počátku šlo u lanových drah nejen o dopravní dostupnost, ale i turistickou atrakci. Mnohé lanovky se staly výletním cílem samy o sobě, když byly zobrazeny v populární kultuře ať je to Meiringská pozemní lanovka známá z posledního případu Sherlocka Holmese nebo lanovka na Schilthorn včetně její horní stanice s otočnou restaurací známá ze zpracování filmů o Jamesovi Bondovi. Lanovky se staly kulturním dědictvím a součástí genia loci daného místa, jen málokdo si dovede představit Petřín bez pozemní lanovky nebo Liberec bez té visuté, která doplňuje známé panorama Ještědu. Stejně ikonická je pro Budapešť pozemní dráha na Budínský hradní vrch nebo lanovka k pevnosti Hohensalzburg v Salzburku.

Tam kde nedochází ke střetům zájmů ochrany přírody a cestovního ruchu, a naopak se řeší i ekologická stránky přepravy, je budoucnost dopravy na laně zajištěna. Výstavba nových zařízení se může stát nástrojem usměrňování návštěvnosti (požadavek na zachování kapacity nové lanovky na Sněžku, aby nedocházelo k přetěžování vrcholu především v sezóně, omezení letního provozu lyžařských lanovek v ledovcových oblastech, zamítavá stanoviska k řadě projektů v chráněných územích apod.). Ekonomické a ekologické zájmy musí být brány v potaz, jinak se stane, že lanovka nás sice vyveze všude, ale na vrcholcích hor už nebudeme mít co obdivovat.

Obrázek 1: Pozemní lanovka Elevador do Bom Jesus do Monte



Pozemní lanovka Elevador do Bom Jesus do Monte v portugalské Braze k poutnímu kostelu nad městem byla vybudována již v letech 1880 až 1882. Délka lanové dráhy je 274 metrů, její sklon dosahuje hodnoty 42° a při jízdě překonáme převýšení 116 m a od roku 2003 patří mezi technické památky. K pohonu slouží tzv. vodní převaha a před každou jízdou se musí naplnit nádrže vozu v horní stanici téměř 6000 litry vody, síla gravitace pak vytáhne nahoru druhý vůz a 30 cestujících. Samotný poutní kostel je na seznamu kulturního dědictví UNESCO.

Obrázek 2: Lanovka v kostarickém národním parku Monteverde



Typická vyhlídková lanovka dopravuje turisty nad úroveň korun stromů horského vlhkého lesa, cesta trvá téměř hodinu a jedná se o poměrně finančně náročný zážitek ceny se pohybují mezi 70 a 120 dolary za jednu jízdu.

Obrázek 3: Lanovka v Korutanech



Některé lanovky původně vznikly jako nákladní a teprve později byly přetransformovány na turistické. Příkladem může být Kreuzeckbahn v rakouských Korutanech, která původně sloužila k dopravě materiálu pro výstavbu rozsáhlé soustavy vodních děl k výrobě vodní energie. Dnes jedna z nejstrmějších alpských lanovek na svoji trasu vyjíždí pouze v letní sezóně od června do září.

Obrázek 4 – Lanovka v Quebecu



Kanadské středisko Mont Tremblant v Quebecu patří k největším na východě amerického kontinentu. Kromě řady lyžařských lanovek zde najdeme vyhlídkovou lanovku od centrálního parkoviště do centra městečka.

Všechna foto T. Burda

Literatura

- Bílek, R., & Polcer, R. (2010). Pozemní lanové dráhy-Diana, dostupné online na www.lanove-drahy.cz
- Burda, T. (2001). 150 let lanových a ozubnicových drah. *Geografické rozhledy*, 10(5), 118-119.
- Cs-Dopravak. (2020). Architektonická soutěž na novou pražskou lanovku zná finalisty, dostupné online na www.cs-dopravak.cz
- Čekal, P. (2012). Solvayovy lomy v novém tisíciletí. *Dráha*, 7.
- Denoh, G. (2022). *100 Jahre Seilbahnen in Tirol*. Erfurt/Wien: Sutton Verlag.
- Dorigatti, E. (2019). *Die Welt der Seilbahnen*. Wien/Bozen: Folio Verlag.
- Fojtík, P. (2001). *Po kolejích na Petřín*. Praha: Dopravní podnik HM Prahy.
- Hons, P. (1985). *Horské dráhy světa*. Praha: NADAS.
- Málek, P. (2021). Lanovková nej: Nejdelší jízda hodinu, nejnižší stanice čtvrt kilometru pod mořem. *Liberecký deník*, dostupné online na <https://liberecky.denik.cz/>
- Mervart, M. (2021). Železniční atraktivita cestovního ruchu. Vysoká škola ekonomická v Praze: Nakladatelství Oeconomica.
- Pajdlhauser, D. a kol. (1987). *Cesta k lanovce*. Praha: NADAS.
- Polcer, R. (2012). Vyhlídková lanová dráha na Větruši, dostupné online na www.lanove-drahy.cz
- Šetina, T. a kol. (2004). *Králický Sněžník*. Pevnosti: Fortprint.
- Štramberská, K. (2007). Těžba vápenců v České republice. Diplomová práce Katedra geografie PřF UP v Olomouci, Olomouc.
- Tichý, A. (2004). Železničáři mezi nebem a zemí. *Veselý výlet*, 22, 18-19.
- Židová, V. (2020). Vliv dopravní obslužnosti na cestovní ruch. Disertační práce VŠE, Praha.

Kontaktní údaje

RNDr. Tomáš Burda, Ph.D.

Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové

e-mail: tomas.burda2@uhk.cz

Ing. Veronika Židová, Ph.D.

Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové

e-mail: veronika.zidova@uhk.cz

Demonstrace významu propojení kultury a turismu v produktech cestovního ruchu a destinačním managementu na potenciálním příkladu v Jihlavě

Demonstration of the Importance of Connecting Culture and Tourism in Tourism Products and Destination Management on a Potential Example in Jihlava

Tomáš Čihák

Abstrakt

Příspěvek prezentuje význam propojení kultury a turismu v produktech cestovního ruchu jakožto příležitost pro organizace destinačního managementu. Cílem příspěvku je demonstrovat formou případové studie na konkrétním případě uvedeném ve strategickém dokumentu města Jihlavy, jak je možné z pohledu lokální organizace destinačního managementu využít kulturní dědictví pro tvorbu produktu cestovního ruchu. Výzkum se uskutečnil v roce 2022 prostřednictvím metody focus group (n=4+1), následně byla provedena komparace tří variant business plánu provozu kulturního objektu. Výzkumným šetřením bylo zjištěno, že pro zajištění příjmů pro provoz kulturního objektu je z hlediska jeho udržitelného provozu naprosto nezbytná existence výrazné turistické atraktivity, resp. že produkt cestovního ruchu realizovaný organizací destinačního managementu je cestou, jak může být kulturní dědictví využito k zatraktivnění turistické destinace.

Klíčová slova: Kultura a cestovní ruch. Organizace destinačního managementu. Produkt cestovního ruchu.

Abstract

The paper presents the importance of connecting culture and tourism in tourism products as an opportunity for destination management organizations. The aim of the paper is to demonstrate in the form of a case study on a specific case mentioned in the strategic document of the city of Jihlava, how it is possible to use cultural heritage for the creation of a tourism product from the point of view of a local destination management organization. The research was carried out in 2022 using the focus group method (n=4+1), then a comparison of three variants of the business plan for the operation of the cultural object was made. A research investigation found that in order to secure income for the operation of a cultural object, the existence of significant tourist attractiveness is absolutely necessary from the perspective of its sustainable operation, or that the tourism product implemented by the destination management organization is a way of how cultural heritage can be used to make a tourist destination more attractive.

Keywords: Culture and Tourism. Destination Management Organisation. Tourism product.

Úvod

Cílem příspěvku je demonstrovat na konkrétní případové studii propojení kultury a cestovního ruchu, resp. využití kulturního objektu pro potřeby cestovního ruchu. Jak zmiňují např. Holešinská

(2022) a Jarolímková (2017), lidé přijíždějí do turistických destinací s různými motivy a svůj pobyt v destinaci si chtějí užít díky existenci různě sestavených produktů cestovního ruchu.

Turistická nabídka v destinaci je často postavena na existenci kulturního dědictví. Investice do obnovy kulturních objektů jsou však velmi nákladné, zároveň realizace kulturních a společenských aktivit (koncerty, přednášky, workshopy, výstavy) negeneruje takové příjmy, které by pokryly nezbytné náklady. Přesto však místní, regionální i národní samosprávy do oblasti kultury investují, protože kultura s sebou přináší tzv. společenský přínos. Vzhledem k napjatým veřejným rozpočtům je však účelné ztrátu z provozu kulturních objektů alespoň minimalizovat. Příspěvek ukazuje, že jednou z vhodných možností je realizace výdělečných aktivit (pro místní občany, ale zejména turisty) v daném objektu, další a strategičtější pak zahrnutí kulturních objektů do komplexnějších produktů cestovního ruchu v destinaci.

Příspěvek reflektuje výsledky výzkumu provedeného v roce 2022 na zadání statutárního města Jihlavy jako součást tvorby dokumentu nazvaného Podnikatelská strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032 (Brána Jihlavy, 2022). V rámci výzkumu byla využita metoda obsahově-kauzální analýzy, data byla získána prostřednictvím metody focus group. Dokument obsahuje návrh pro lokální organizaci destinačního managementu Brána Jihlavy, jak zajistit provoz v nově rekonstruovaném historickém objektu v samém centru krajského města Jihlavy, na území městské památkové rezervace. Finanční plán je běžně součástí strategických dokumentů. Avšak bývá pravidlem, že je zpracován pouze v jedné variantě (Teplá, 2020; Varmužová, 2018). Dokument a v návaznosti na něj tento příspěvek však obsahuje hned tři varianty finančního plánu provozu objektu, které jsou následně i komparovány. Důraz je kladen na demonstraci finančního přínosu výrazné turistické atraktivity pro provoz a hospodaření kulturního objektu.

Přínos výzkumu a příspěvku spočívá v rozšíření poznání o aplikaci manažerské metody provozu kulturního objektu. Příspěvek může být taktéž využit jako případová studie pro předměty zabývající se destinačním managementem či kulturním cestovním ruchem na vysokých školách. Příspěvek má i praktický přínos, a to zejména pro představitele statutárního města Jihlavy a jeho příspěvkovou organizaci Bránu Jihlavy, která v krajském městě působí v roli lokální organizace destinačního managementu.

Přehled literatury

Lidé cestující na dovolenou a zážitky míří do oblastí, které jsou nazývány turistické destinace. Podle UNWTO (2022) je turistická destinace místo s atraktivitami cestovního ruchu, které obsahuje infrastrukturu a služby, které využívá účastník cestovního ruchu, resp. které poskytovatelé služeb přinášejí na trh. Turistická destinace je spojována s určitým prostorem, proto v tomto případě můžeme hovořit o geografickém pojetí destinace. Bieger (1996) tvrdí, že *destinace je geografický prostor, který si návštěvníci volí jako svůj cíl cesty*. Z pohledu návštěvníka je destinace vymezena jeho očekáváním a motivy návštěvy. Obvykle platí přímá úměra, že z čím větší vzdálenosti návštěvník přijíždí, tím větší území vnímá jako samostatnou destinaci. Pro návštěvníky z Česka může být destinací Kraj Vysočina, nebo např. město Jihlava, pro návštěvníky z jiných států Evropy může být destinací celé Česko, pro návštěvníky z USA bude destinací Evropa či konkrétněji střední Evropa apod. (Pachrová et al., 2017).

Z hlediska managementu a marketingu je podle Buhalise (2000) destinace jedním z nejkomplicovanějších subjektů, vzhledem ke složitosti vztahů mezi místními stakeholdery. To potvrzují i Sheehan & Ritchie (2005), podle kterých je management a marketing destinace náročný z toho důvodu, že na rozvoji a tvorbě produktu cestovního ruchu a na destinačním managementu obecně se spolupodílí velké množství stakeholderů různé důležitosti. Z hlediska koordinace činností a marketingu s cílem přilákání návštěvníků do destinace je pro turistickou destinaci klíčová oblast

realizace destinačního managementu. Podle Holešinské (2022) je destinační management specifická forma řízení, která vyžaduje komplexní proces řízení. Ve své podstatě je destinační management praktickou naukou, jak zvládnout rozvíjet destinaci, aby byla konkurenceschopná a udržitelná. Za tímto účelem jsou procesy destinačního managementu založeny na kooperaci mezi jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu, na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci, a především na intenzivní vzájemné komunikaci.

V turistické oblasti (destinaci), kde se setkáváme s destinačním managementem, obvykle narazíme na organizaci destinačního managementu (dále jen „DMO“). V kontextu konkurenceschopnosti vykonávají DMO klasické podnikové manažerské taktiky, jako je strategické plánování, marketing, řízení lidských zdrojů, řízení informací apod. (Ritchie & Crouch, 2006). Podle typu destinace má národní, regionální, nebo lokální (oblastní) působnost (Weaver & Laxton, 2014). Na popis činností organizací destinačního managementu narazíme v řadě vědeckých článků a publikací, např. v Cactus Tourism Journal (Triandafil et al., 2021). Dříve se tyto organizace zabývaly především marketingem (Destination Marketing Organization), postupem času se však svou činností přeorientovaly na organizace, kde nad marketingem převažuje management (Presenza et al., 2005). Nezbytnou činností DMO na všech úrovních je tvorba produktů cestovního ruchu. Dle CzechTourism (2023) je produkt cestovního ruchu komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu návštěvníků. S ohledem na jejich obsah můžeme hovořit o různých typech produktů (Espeso-Molinero et al., 2016; Jarolímková, 2017). Velmi často jsou obsahem produktů cestovního ruchu kulturně-historické atraktivity. Je to proto, že cestování za poznáním, kulturou a historií je jedním z nejčastějších motivů návštěvnosti jakékoli turistické destinace (Yousaf et al., 2018). S tímto zjištěním pracují i provozovatelé turistických atraktivit, když různé expozice umísťují do kulturně-historických objektů. Jak smysluplně a z hlediska provozu udržitelně využít kulturní objekt pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci popisují např. MacLeod (2006) či Ismagilova et al. (2015). Hume (2014) zmiňuje v souvislosti s turistickou atraktivitou v kulturním objektu (zpoplatněná expozice) i efekt vyvolaných příjmů formou zvýšeného prodeje suvenýrů.

Data a metody

Cílem výzkumu bylo demonstrovat význam existence turistické atraktivity pro udržitelný provoz kulturně-historického objektu v Jihlavě ze strany lokální organizace destinačního managementu Brány Jihlavy. Na cíl navazovala výzkumná otázka: *Jak bude vypadat provoz kulturního objektu ze strany organizace destinačního managementu z hlediska jeho rentability a jaký význam může mít začlenění výrazné turistické atraktivity do produktu cestovního ruchu z hlediska hospodaření kulturního objektu?*

Prezentované poznatky jsou výsledkem výzkumného šetření, které vedlo ve vzniku dokumentu Podnikatelská strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032 včetně business plánu budoucího provozu objektu.

V rámci výzkumu byla využita metoda obsahově-kauzální analýzy. Primární a sekundární data byla zajišťována v období září-prosinec 2022. Sekundárním zdrojem dat byla projektová dokumentace projektu KU-CH1-007 Obnova domu Masarykovo náměstí 21, Jihlava podpořeného z Fondů EHP 2014-2021 v rámci výzvy na Revitalizaci movitého a nemovitého kulturního dědictví (CH1) programu Kultura a interní dokumenty organizace Brána Jihlavy, příspěvková organizace (zajišťování v období září-listopad 2022).

Primární data byla získána v prosinci 2022 prostřednictvím metody focus group (2 hod.). Skupinu tvořili 4 zástupci organizací, které budou v rekonstruovaném objektu sídlit či se budou podílet na financování jeho provozu (Brána Jihlavy, p.o., Statutární město Jihlava, DOC.DREAM services s.r.o.,

Knihkupectví a čajovna Kuba & Pařízek), aktivita byla moderována. Výsledné varianty provozu objektu vznikly na základě kvalifikovaného odhadu. Data byla zpracována v softwaru MS Excel (tabulky, graf).

Výsledky a diskuse

Na základě získaných dat byly zpracovány tři varianty business plánu domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě, mimo jiné s cílem zodpovědět položenou výzkumnou otázku.

Business model

Rekonstrukci domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě zajišťuje majitel objektu statutární město Jihlava prostřednictvím projektu KU-CH1-007 Obnova domu Masarykovo náměstí 21, Jihlava podpořeného z Fondů EHP 2014-2021 v rámci výzvy na Revitalizaci movitého a nemovitého kulturního dědictví (CH1) programu Kultura. Kalkulaci příjmů a výdajů v tzv. realistické variantě detailně shrnuje Tabulka 1.

Tabulka 1: Plán provozu objektu – tzv. realistická varianta (částky uvedeny v tis. Kč)

v tis. Kč	2021-2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Provozní příjmy:											
prodej vstupenek - akce BJ (JAM)	-	122	204	204	224	224	246	246	271	271	298
prodej vstupenek - další akce BJ	-	265	108	108	119	119	131	131	144	144	160
prodej vstupenek - rozšířená expozice	-	-	-	-	1 000	1 100	1 320	1 430	1 694	1 815	2 128
prodej suvenýrů, knih, katalogů	-	100	130	130	390	455	495	550	570	585	600
pronájem sálů	-	180	300	309	318	328	338	348	358	369	380
pronájem prostor - čajovna a knihkupectví	-	120	124	127	131	135	139	143	148	152	157
pronájem prostor - CDF	-	-	-	-	-	-	95	143	148	152	157
pronájem apartmánu (nebo rezidenční pobyty)	-	72	120	124	127	131	135	139	143	148	152
PROVOZNÍ PŘÍJMY CELKEM	-	859	986	1 002	2 310	2 492	2 899	3 130	3 476	3 636	4 032
Ostatní příjmy:											
dotace - Fondy EHP	34 695	3 855	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dotace JAM (Ministerstvo kultury ČR)	-	-	630	630	225	225	225	225	225	225	225
dotace - grant na rozšířenou expozici	-	-	-	2 500	-	-	-	-	-	-	-
sponzoring (partner domu, klub přátel)	-	25	50	75	100	100	100	100	100	100	100
OSTATNÍ PŘÍJMY CELKEM	34 695	3 880	680	3 205	325	325	325	325	325	325	325
PŘÍJMY CELKEM	34 695	4 739	1 666	4 207	2 635	2 817	3 224	3 455	3 801	3 961	4 357
Investiční výdaje:											
stavební práce a dodávky - MN21	94 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
rozšířená expozice - výstavba a vybavení	-	-	2 500	2 500	-	-	-	-	-	-	-
rekonstrukce objektu (exteriér i interiéru) včetně fasády	-	-	-	-	-	5 000	-	-	-	-	7 500
INVESTIČNÍ VÝDAJE CELKEM	94 000	-	2 500	2 500	-	5 000	-	-	-	-	7 500
Provozní výdaje:											
energie (plyn, elektřina, vodné a stočné)	300	750	750	950	950	950	1 000	1 000	1 000	1 050	1 050
opravy, revize, dovybavení objektu	250	200	80	80	80	80	85	85	85	90	90
nákup materiálu, drobný majetek	30	60	70	75	75	75	80	80	80	85	85
nákup služeb	30	180	180	185	185	185	190	190	190	195	195
náklady na další akce BJ (účinkující, výstavy)	150	180	135	135	150	150	165	165	180	180	200
náklady na prodej zboží (suvenýrů, knih, katalogů)	-	75	100	100	300	350	380	420	440	450	460
náklady na PR a marketingové aktivity	50	200	100	100	150	150	150	160	160	160	170
náklady JAM (mimo osobních)	2 430	900	900	900	450	450	450	450	450	450	450
osobní náklady - agenda JAM	1 832	1 300	1 326	1 353	1 380	1 407	1 435	1 464	1 493	1 523	1 554
osobní náklady - recepce	300	850	867	884	902	920	938	957	976	996	1 016
osobní náklady - technik, údržba, facility	200	500	510	520	531	541	552	563	574	586	598
osobní náklady - obch. činnost, proj. mgnt, produkce	-	280	560	571	583	594	606	618	631	643	656
osobní náklady - posílení stávajících agend BJ	100	280	286	291	297	303	309	315	322	328	335
náklady na vzdělávání	-	50	55	55	55	60	60	60	65	65	65
poplatky, licence	-	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PROVOZNÍ VÝDAJE CELKEM	5 672	5 855	5 969	6 250	6 137	6 266	6 451	6 578	6 696	6 851	6 973
VÝDAJE CELKEM	99 672	5 855	8 469	8 750	6 137	11 266	6 451	6 578	6 696	6 851	14 473
CASH FLOW	- 64 977	- 1 116	- 6 803	- 4 543	- 3 502	- 8 449	- 3 227	- 3 123	- 2 896	- 2 891	- 10 116
PROVOZNÍ CASH FLOW	- 5 672	- 4 996	- 4 983	- 5 248	- 3 827	- 3 774	- 3 552	- 3 448	- 3 221	- 3 216	- 2 941
SOUHRNNÉ CASH FLOW	- 64 977	- 66 093	- 72 896	- 77 439	- 80 941	- 89 390	- 92 617	- 95 739	- 98 635	- 101 525	- 111 641

Zdroj: vlastní zpracování dle Podnikatelské strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032

Stavební práce vč. základního vybavení interiéru vyjdou město na cca 94 000 tis. Kč (úhrada v letech 2021-2023), na realizaci projektu město obdrželo, resp. obdrží dotaci z grantu v souhrnné částce 38 550 tis. Kč. Město má v plánu předat do konce roku 2023 převážnou část objektu do správy své příspěvkové organizace Brána Jihlavy, která v Jihlavě plní roli lokální organizace destinačního managementu. Výzkumné šetření rozkrylo předpokládané náklady na provoz objektu (odpověď na první část výzkumné otázky).

Náklady na provoz bude mít Brána Jihlavy hrazeny z příspěvku na provoz od zřizovatele, snahou bude minimalizovat provozní ztrátu prostřednictvím výdělečných aktivit. Nicméně z výzkumu vyplynulo, že provoz objektu bude dlouhodobě ztrátový. Vedle aktivit Jihlavského architektonického manuálu, tj. agenda související se zpřístupněním a popularizací historického dědictví v Jihlavě formou organizace workshopů, přednášek, výstav, komentovaných prohlídek v interiéru i městě, prodejem suvenýrů a katalogů (dále jen „JAM“) Brána Jihlavy uzavře smluvní vztah týkající se provozu v části objektu s partnerem projektu, organizací DOC.DREAM services s.r.o., která do domu přesune provoz Centra dokumentárního filmu. Dle předchozích dohod a v návaznosti na podmínky projektu nebude během realizace projektu ani v době jeho udržitelnosti (tj. do 30. 4. 2029) organizace platit na pronájem prostor žádné finanční prostředky. Hradit bude pouze náklady na energie související s působením v příslušné části objektu. Od 1. 5. 2029 bude nájem odpovídat částce, kterou bude už od počátku usídlení a plného provozu v objektu (od 1. 1. 2024) platit třetí subjekt působící v domě, Knihkupectví a čajovna Kuba & Pařízek.

Brána Jihlavy bude muset vedle energií, služeb a nákupu drobného materiálu či zajištění běžných oprav, údržby a revizí pokrývat náklady na pracovní pozice související s projektem – koordinátora JAM a další úvazek související s činností JAM, zajištění recepce, technika – údržbáře, pracovníka zajišťujícího obchodní, produkční a projektovou činnost.

Nový provoz spolu přinese i zvýšené náklady na stávající agendu v organizaci. Příjmy se bude snažit Brána Jihlavy generovat vedle činnosti JAM i pořádáním dalších akcí, pronájmem hudebního a malovaného sálu, nabízením apartmánu (primárně pro tvůrčí a umělecké rezidenční pobyty, popř. pronájem veřejnosti) a prodejem publikací a propagačních předmětů či suvenýrů. S ohledem na dosavadní zkušenost se taktéž počítá s tím, že na realizaci aktivit JAM se bude každoročně žádat o dotaci Ministerstvo kultury ČR – do roku 2026 je reálná dotace ve výši 70 % uznatelných nákladů, v dalších letech pak 50 % uznatelných nákladů. Příjmy se bude Brána Jihlavy snažit zajistit i od soukromých subjektů formou nabízeného sponzorství domu (klubového členství).

Významně zmenšit ztrátu z provozu by ve střednědobém horizontu měla dle výzkumu atraktivní expozice a její začlenění do produktu cestovního ruchu realizovaného v daném objektu kulturního dědictví (odpověď na druhou část výzkumné otázky), ideálně s tématem historie, architektury a stavitelství v Jihlavě a okolí včetně připomínky největšího rozmachu města v období dolování a zpracovávání stříbra. Dům bude ve formě jakési expozice zdarma zpřístupněn veřejnosti sice již od jeho otevření, ale výzkum prokázal, že by byla velká škoda a z hlediska ekonomiky chyba tuto expozici nerozšířit a nezmodernizovat a neudělat z ní velmi výdělečnou turistickou atraktivitu. Expozice by měla procházet celým domem vč. Výťahu (ve výťahové šachtě budou umístěny cenné nálezy objevené při provádění rekonstrukce), hlavní expoziční prostory by se měly nacházet v gotickém sklepení. Náklady na rozšířenou expozici byly výzkumným šetřením a kvalifikovaným odhadem kalkulovány na 5 000 tis. Kč a snahou bude využít některý z grantových programů. V business plánu je plánována výstavba a vybavení expozice na roky 2025 a 2026 s využitím grantu ve výši 50 % nákladů (rok 2026). Od roku 2027 by expozice mohla generovat roční příjmy min. 1 000 tis. Kč odpovídající očekávané roční návštěvnosti min. 10 000 platících návštěvníků. V souvislosti s fungováním expozice se dá taktéž očekávat výrazný nárůst prodeje suvenýrů, knih a upomínkových předmětů.

Ve výdajích se objevují i náklady na vzdělávání zaměstnanců (snahou bude realizovat i společná školení pro zaměstnance všech organizací působících v domě). Do business plánu se dále promítly náklady na nezbytný marketing související s aktivitami v domě, jejich zahrnutí do marketingových produktů, PR a propagace. Dále pak náklady na účinkující pro možnost organizovat akce ze strany Brány Jihlavy či náklady související s výstavní činností. Velkou položku rozpočtu tvoří osobní náklady na nové pozice či posílení agend stávajících. Přestože bude dům po rekonstrukci, je potřeba kalkulovat s náklady na drobné opravy a dovybavení, jednou za 5 let je potřeba počítat s náklady zvýšenými, např. z důvodu potřeby nové fasády.

U běžných provozních výdajů dochází k mírnému meziročnímu navyšování, jež reflektuje očekávaný růst cenové hladiny. I v případě provozních příjmů dochází k mírnému navyšování s ohledem na plánované úpravy cen související s inflací. V business modelu jsou zakomponovány jak položky, které vynakládá majitel objektu statutární město Jihlava, tak jeho příspěvková organizace a hlavní provozovatel objektu Brána Jihlavy. Náklady spojené s provozem organizací DOC.DREAM services s.r.o., která do domu přesune provoz Centra dokumentárního filmu, a Knihkupectví a čajovna Kuba & Pařízek, se v business modelu domu neobjevují, nemají na něj přímý vliv.

Alternativní kalkulace business plánu

Níže jsou uvedeny dvě další možné varianty business plánu, a to v závislosti na jiné zvolené přístupy ohledně placené expozice v domě. Ty jasně demonstrují její důležitost v souvislosti s dlouhodobým provozem objektu. Změny oproti základní variantě uvedené v Tabulce 1 jsou pro snazší orientaci zvýrazněny barevně.

Varianta uvedená v Tabulce 2 počítá s tím, že žádná placená expozice v domě nevznikne. V tomto případě sice budou provozní výdaje nižší (vedle poklesu nákladů na energie nebude potřeba vynakládat tolik finančních prostředků ani na propagační předměty a marketingové aktivity), ale pro provozovatele objektu (DMO Brána Jihlavy) vypadne významný příjem v podobě vstupného, který synergickým efektem vyvolává i vyšší příjmy z prodeje suvenýrů.

Tabulka 2: Plán provozu objektu – varianta bez placené expozice (částky uvedeny v tis. Kč)

v tis. Kč	2021-2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Provozní příjmy:											
prodej vstupenek - akce BJ (JAM)	-	122	204	204	224	224	246	246	271	271	298
prodej vstupenek - další akce BJ	-	265	108	108	119	119	131	131	144	144	160
prodej vstupenek – rozšířená expozice	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
prodej suvenýrů, knih, katalogů	-	100	130	130	143	143	157	157	173	173	190
pronájem sálů	-	180	300	309	318	328	338	348	358	369	380
pronájem prostor - čajovna a knihkupectví	-	120	124	127	131	135	139	143	148	152	157
pronájem prostor - CDF	-	-	-	-	-	-	95	143	148	152	157
pronájem apartmánu (nebo rezidenční pobyty)	-	72	120	124	127	131	135	139	143	148	152
PROVOZNÍ PŘÍJMY CELKEM	-	859	986	1 002	1 063	1 080	1 241	1 307	1 384	1 409	1 494
Ostatní příjmy:											
dotace - Fondy EHP	34 695	3 855	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dotace JAM (Ministerstvo kultury ČR)	-	-	630	630	225	225	225	225	225	225	225
dotace – grant na rozšířenou expozici	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
sponzoring (partner domu, klub přátel)	-	25	50	75	100	100	100	100	100	100	100
OSTATNÍ PŘÍJMY CELKEM	34 695	3 880	680	705	325	325	325	325	325	325	325
PŘÍJMY CELKEM	34 695	4 739	1 666	1 707	1 388	1 405	1 566	1 632	1 709	1 734	1 819
Investiční výdaje:											
stavební práce a dodávky - MN21	94 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
rozšířená expozice – výstavba a vybavení	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
rekonstrukce objektu (exteriér i interiéru) včetně fasády	-	-	-	-	-	5 000	-	-	-	-	7 500
INVESTIČNÍ VÝDAJE CELKEM	94 000	-	-	-	-	5 000	-	-	-	-	7 500
Provozní výdaje:											
energie (plyn, elektřina, vodné a stočné)	300	750	750	750	750	750	800	800	800	850	850
opravy, revize, dovybavení objektu	250	200	80	80	80	80	85	85	85	90	90
nákup materiálu, drobný majetek	30	60	70	75	75	75	80	80	80	85	85
nákup služeb	30	180	180	185	185	185	190	190	190	195	195
náklady na další akce BJ (účinkující, výstavy)	150	180	135	135	150	150	165	165	180	180	200
náklady na prodej zboží (suvenýrů, knih, katalogů)	-	75	100	100	110	110	120	120	130	130	145
náklady na PR a marketingové aktivity	50	200	100	100	100	100	110	110	110	110	120
náklady JAM (mimo osobních)	2 430	900	900	900	450	450	450	450	450	450	450
osobní náklady - agenda JAM	1 832	1 300	1 326	1 353	1 380	1 407	1 435	1 464	1 493	1 523	1 554
osobní náklady - recepce	300	850	867	884	902	920	938	957	976	996	1 016
osobní náklady - technik, údržba, facility	200	500	510	520	531	541	552	563	574	586	598
osobní náklady - obch. činnost, proj. mgnt, produkce	-	280	560	571	583	594	606	618	631	643	656
osobní náklady - posílení stávajících agend BJ	100	280	286	291	297	303	309	315	322	328	335
náklady na vzdělávání	-	50	55	55	55	60	60	60	65	65	65
poplatky, licence	-	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PROVOZNÍ VÝDAJE CELKEM	5 672	5 855	5 969	6 050	5 697	5 776	5 951	6 028	6 136	6 281	6 408
VÝDAJE CELKEM	99 672	5 855	5 969	6 050	5 697	10 776	5 951	6 028	6 136	6 281	13 908
CASH FLOW	- 64 977	- 1 116	- 4 303	- 4 343	- 4 309	- 9 371	- 4 385	- 4 396	- 4 427	- 4 548	- 12 089
PROVOZNÍ CASH FLOW	- 5 672	- 4 996	- 4 983	- 5 048	- 4 634	- 4 696	- 4 710	- 4 721	- 4 752	- 4 873	- 4 914
SOUHRNNÉ CASH FLOW	- 64 977	- 66 093	- 70 396	- 74 739	- 79 048	- 88 419	- 92 803	- 97 199	- 101 626	- 106 173	- 118 262

Zdroj: vlastní zpracování dle Podnikatelské strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032

Druhá alternativní kalkulace popisuje velmi optimistický scénář, kdy by návštěvnost expozice dosahovala 20 000 návštěvníků v prvním roce provozu, a expozice byla tak atraktivní, že by průměrné vstupné mohlo být nastaveno na cenu 150 Kč. Vyšší návštěvnost expozice by vyvolala současně vyšší příjmy z prodeje suvenýrů.

Význam placené expozice a její vliv na hospodářský výsledek celého objektu je zejména patrný z Grafu 1 srovnávajícího provozní cash flow ve všech třech variantách přístupu k realizaci expozice. Investice ve formě turistické atraktivity totiž nejen že přinese příjmy ze vstupného, ale má sekundární vliv i na zvýšení příjmů z prodeje suvenýrů a propagačních materiálů. Zahrnutí nabídky do produktu cestovního ruchu (např. společná vstupenka se ZOO Jihlava) může zvýšit celkovou návštěvnost objektu (i při dražším vstupném odpovídajícím atraktivitě expozice) a v delším horizontu zajistit dokonce pokrytí provozní ztráty objektu, resp. dosažení kladného hospodářského výsledku. Neexistence placené expozice by naopak jen prohlubovala provozní ztrátu.

Tabulka 3: Plán – varianta dražší a navštěvovanější expozice (částky uvedeny v tis. Kč)

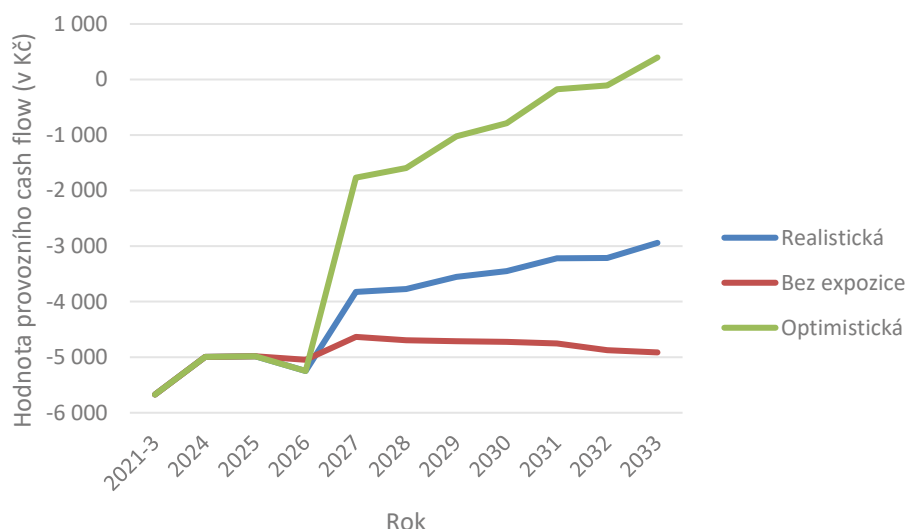
v tis. Kč	2021-2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Provozní příjmy:											
prodej vstupenek - akce BJ (JAM)	-	122	204	204	224	224	246	246	271	271	298
prodej vstupenek - další akce BJ	-	265	108	108	119	119	131	131	144	144	160
prodej vstupenek - rozšířená expozice	-	-	-	-	3 000	3 225	3 795	4 043	4 680	4 860	5 400
prodej suvenýrů, knih, katalogů	-	100	130	130	650	700	750	790	830	860	885
pronájem sálů	-	180	300	309	318	328	338	348	358	369	380
pronájem prostor - čajovna a knihkupectví	-	120	124	127	131	135	139	143	148	152	157
pronájem prostor - CDF	-	-	-	-	-	-	95	143	148	152	157
pronájem apartmánu (nebo rezidenční pobyty)	-	72	120	124	127	131	135	139	143	148	152
PROVOZNÍ PŘÍJMY CELKEM	-	859	986	1 002	4 570	4 862	5 629	5 983	6 722	6 956	7 589
Ostatní příjmy:											
dotace - Fondy EHP	34 695	3 855	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dotace JAM (Ministerstvo kultury ČR)	-	-	630	630	225	225	225	225	225	225	225
dotace - grant na rozšířenou expozici	-	-	-	2 500	-	-	-	-	-	-	-
sponzoring (partner domu, klub přátel)	-	25	50	75	100	100	100	100	100	100	100
OSTATNÍ PŘÍJMY CELKEM	34 695	3 880	680	3 205	325	325	325	325	325	325	325
PŘÍJMY CELKEM	34 695	4 739	1 666	4 207	4 895	5 187	5 954	6 308	7 047	7 281	7 914
Investiční výdaje:											
stavební práce a dodávky - MN21	94 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
rozšířená expozice - výstavba a vybavení	-	-	2 500	2 500	-	-	-	-	-	-	-
rekonstrukce objektu (exteriér i interiér) včetně fasá	-	-	-	-	-	5 000	-	-	-	-	7 500
INVESTIČNÍ VÝDAJE CELKEM	94 000	-	2 500	2 500	-	5 000	-	-	-	-	7 500
Provozní výdaje:											
energie (plyn, elektřina, vodné a stočné)	300	750	750	950	950	950	1 000	1 000	1 000	1 050	1 050
opravy, revize, dovybavení objektu	250	200	80	80	80	80	85	85	85	90	90
nákup materiálu, drobný majetek	30	60	70	75	75	75	80	80	80	85	85
nákup služeb	30	180	180	185	185	185	190	190	190	195	195
náklady na další akce BJ (účinkující, výstavy)	150	180	135	135	150	150	165	165	180	180	200
náklady na prodej zboží (suvenýrů, knih, katalogů)	-	75	100	100	500	540	580	610	640	660	680
náklady na PR a marketingové aktivity	50	200	100	100	150	150	150	160	160	160	170
náklady JAM (mimo osobních)	2 430	900	900	900	450	450	450	450	450	450	450
osobní náklady - agenda JAM	1 832	1 300	1 326	1 353	1 380	1 407	1 435	1 464	1 493	1 523	1 554
osobní náklady - recepce	300	850	867	884	902	920	938	957	976	996	1 016
osobní náklady - technik, údržba, facility	200	500	510	520	531	541	552	563	574	586	598
osobní náklady - obch. činnost, proj. mgnt, produkce	-	280	560	571	583	594	606	618	631	643	656
osobní náklady - posílení stávajících agend BJ	100	280	286	291	297	303	309	315	322	328	335
náklady na vzdělávání	-	50	55	55	55	60	60	60	65	65	65
poplatky, licence	-	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PROVOZNÍ VÝDAJE CELKEM	5 672	5 855	5 969	6 250	6 337	6 456	6 651	6 768	6 896	7 061	7 193
VÝDAJE CELKEM	99 672	5 855	8 469	8 750	6 337	11 456	6 651	6 768	6 896	7 061	14 693
CASH FLOW	- 64 977	- 1 116	- 6 803	- 4 543	- 1 442	- 6 269	- 697	- 460	150	219	- 6 779
PROVOZNÍ CASH FLOW	- 5 672	- 4 996	- 4 983	- 5 248	- 1 767	- 1 594	- 1 022	- 785	- 175	- 106	396
SOUHRNNÉ CASH FLOW	- 64 977	- 66 093	- 72 896	- 77 439	- 78 881	- 85 150	- 85 847	- 86 307	- 86 156	- 85 937	- 92 716

Zdroj: vlastní zpracování dle Podnikatelské strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032

Jak smysluplně a z hlediska provozu udržitelně využít kulturní objekt pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci popisují i jiní autoři, např. MacLeod (2006) či Ismagilova et al. (2015). Hume (2014) zmiňuje v souvislosti s turistickou atraktivitou v kulturním objektu stejně jako bylo zjištěno tímto výzkumem i efekt vyvolaných příjmů formou zvýšeného prodeje suvenýrů. Žádný z výzkumníků však neprováděl komparaci hned tří variant možného způsobu provozu kulturně-historického objektu v návaznosti na existenci či absenci výdělečné turistické atraktivity. Limitem výzkumu byl konkrétní objekt, který má svá specifika a částečně dané podmínky jeho budoucího využití (schválený projekt). V případě větší volnosti by mohl být zkoumán i významnější přínos začlenění turistické atraktivity do kulturního produktu cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že výzkumnou činností vznikl plán budoucího využití objektu a financování aktivit ze strany lokální organizace destinačního managementu, nabízí se provést v časovém odstupu verifikaci plnění stanoveného plánu. Stejně tak případné začlenění nabídky do produktů cestovního ruchu může být předmětem dalšího výzkumu.

Případová studie, resp. výsledky výzkumu provedené na konkrétním objektu v Jihlavě mohou být validovány i na jakémkoli jiném kulturně-historickém objektu.

Graf 1: Komparace provozního cash flow tří variant přístupu k realizaci expozice v objektu



Zdroj: vlastní zpracování dle Podnikatelské strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032

Závěr

V rámci výzkumu bylo zkoumáno, jak bude vypadat provoz kulturního objektu ze strany organizace destinačního managementu z hlediska jeho rentability, resp. jaký význam může mít začlenění výrazné turistické atraktivity do produktu cestovního ruchu z hlediska hospodaření kulturního objektu. Článek a jeho výzkumná část odhalila, že dům Masarykovo náměstí 21, který je rekonstruován za účelem vzniku jednoho z kulturních a společenských center města Jihlavy, kde ale budou zároveň kanceláře a zázemí pro organizace zajišťující aktivity v objektu, bude mít ztrátový provoz, a to nejen kvůli rostoucím a těžko předvídatelným cenám energií (odpověď na první část výzkumné otázky). Snahou hlavního provozovatele objektu, DMO Brána Jihlavy musí být aktivity organizované v domě co nejvíce ekonomizovat a snižovat tak provozní ztrátu. Ta se i tak bude dle výzkumu pohybovat ve výši cca 3 800–2 900 tis. Kč ročně, když nebudou zohledňovány jednorázové investice. Organizace kulturních akcí je bohužel prakticky vždy ztrátová. Příjmy jsou tvořeny jak vlastními aktivitami organizace Brána Jihlavy, tak díky pronájmu sálů a apartmánu. Dalším příjmem může být prodej suvenýrů a propagačních předmětů a podpora ze strany partnerů, např. formou klubového členství, tyto příjmy však výrazně ekonomiku provozu nezlepší.

Na základě výzkumu a zpracování business plánu objektu je možné zodpovědět i druhou část výzkumné otázky. Ze střednědobého i dlouhodobého hlediska může provozní ztrátu významně snížit pouze existence výrazné turistické atraktivity. Proto je v rámci strategie navrhováno rozšíření a zmodernizování expozice, která by se měla nacházet v gotických sklepních prostorách a dále procházet celým domem včetně výtahu tak, aby mohl být návštěvníkům názorně a prostřednictvím nálezů při rekonstrukci prezentován vývoj architektury a stavitelství v Jihlavě a nejbližším okolí. Expozice by mohla být „zlevněna“ díky využití některého z grantových programů, v business plánu se kalkuluje s dotací 50 %, tj. 2 500 tis. Kč při hodnotě investice 5 000 tis. Kč. Atraktivní expozice v samém centru krajského města může zcela jistě hned v prvním roce po otevření oslovit k návštěvě 10 000 platících osob ročně, což může při průměrné ceně vstupného 100 Kč na osobu činit příjem

minimálně 1 000 tis. Kč ročně a dále se pak projevit ve zvýšeném prodeji suvenýrů a upomínkových předmětů. Díky propagaci se dá očekávat každoroční mírné zvyšování návštěvnosti (16 000 návštěvníků v r. 2033), což při navyšování ceny vstupného o 10 % ve dvouletých intervalech bude provozní ztrátu domu dokonce meziročně snižovat (již uvedených cca 3 800–2 900 tis. Kč ročně). Provozní ztráta se tedy díky existenci atraktivní placené expozice může významně snižovat, což se v konečném důsledku projeví ve snižujícím se příspěvku na provoz organizace Brány Jihlavy ze strany zřizovatele - statutárního města Jihlavy (v business plánu není zohledněno, neboť tento příspěvek by byl zároveň výdajem města, což by nemělo na finanční stránku žádný vliv).

Jak je existence atraktivní placené expozice v domě pro jeho provoz stěžejní, ukazují zejména dvě alternativní varianty business plánu. Pokud by žádná placená expozice v objektu nevznikla, bude se provozní ztráta pohybovat v rozmezí 4 600 – 4 900 tis. Kč ročně, a na rozdíl od varianty s expozicí se bude provozní ztráta navíc každoročně zvyšovat. A to i když klesnou náklady na energie v objektu a na marketingové aktivity, protože nabídka nebude tak atraktivní. Klesne totiž i příjem z prodeje propagačních předmětů, neboť se zde dá očekávat přímá souvislost s návštěvností domu. Pokud by se naplnily neoptimističtější scénáře a návštěvnost expozice by dosáhla v prvním roce dokonce 20 000 osob a mírným navyšováním i díky efektivnímu marketingu a využití návštěvnosti ZOO Jihlava např. formou společných produktů cestovního ruchu by návštěvnost do roku 2033 stoupla na 27 000 osob, a při ne zcela nereálném nastavení počáteční průměrné ceny vstupného 150 Kč na osobu, a stejně jako v realistické variantě při zohledňování meziročního navyšování ceny vstupného o 10 % ve dvouletých intervalech, a vyvolaným zvýšením příjmů z rostoucího prodeje propagačních předmětů a suvenýrů, tak by se hospodářský výsledek za celý objekt v roce 2031 dostal dokonce do černých čísel.

Je tedy zcela zřejmé, že kulturní objekt sám o sobě výrazný finanční přínos pro cestovní ruch nemá. Až jeho zahrnutí do produktu cestovního ruchu jako součást atraktivnější turistické nabídky, a ideálně i jeho propojením s nabídkou dalších turistických cílů v destinaci může zajistit jeho prokazatelný přínos pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci, což je příležitost pro příslušnou organizaci destinačního managementu. Jistě by bylo zajímavé s odstupem několika let prozkoumat, zda se navržený plán podařilo realizovat a zejména pak jakou variantu expozice statutární město Jihlava, resp. Brána Jihlavy, příspěvková organizace zvolily.

Poděkování

Tento článek vznikl díky realizaci projektu KU-CH1-007 Obnova domu Masarykovo náměstí 21, Jihlava podpořeného z Fondů EHP 2014-2021 v rámci výzvy na Revitalizaci movitého a nemovitého kulturního dědictví (CH1) programu Kultura a díky svolení ředitele Brány Jihlavy, příspěvkové organizace.

Literatura

- Bieger, T. (1996). *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen*. München: Oldenburg Verlag.
- Brána Jihlavy (2022). Podnikatelská strategie rozvoje domu Masarykovo náměstí 21 v Jihlavě na období 2023-2032.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- CzechTourism (2023). Implementační manuál: Kategorizace organizací destinačního managementu. Praha.

- Espeso-Molinero, P., Carlisle, S., & Pastor-Alfonso, M. J. (2016). Knowledge dialogue through Indigenous tourism product design: a collaborative research process with the Lacandon of Chiapas. Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1331–1349.
- Holešinská, A. (2022). *Destinační management*. Praha: Grada Publishing.
- Hume, D. L. (2014). *Tourism Arts and Souvenirs. The material culture o tourism*. Oxon.
- Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development. *Procedia-social and Behavioral sciences*, 188, 157–162.
- Jarolímková, L. (2017). *Atraktivita a produkty cestovního ruchu*. University Books.
- MacLeod, N. (2006). Cultural Tourism: Aspects of Authenticity and Commodification. In M. Smith & M. Robinson (Eds.), *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation* (pp. 177–190). Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410452-013>
- Pachrová, S., Janoušková, E., & Šedivá Neckářová, A. (2017). *Marketingový výzkum návštěvnosti – významný nástroj destinačního managementu: příklad Kraje Vysočina*. Brno: Akademické nakladatelství CERM.
- Presenza, A., Sheenan, L., & Ritchie, J. R. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism & Leisure Science*, 3, 1–16.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2006). *The Competitive Destinasion: a Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
- Sheehan, L. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Stakeholders Exploring Identity and Salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711–734.
- Smith, S. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582–595.
- Statutární město Jihlava (2020). Obnova domu Masarykovo náměstí 21, Jihlava. Projekt KU-CH1-007
- Teplá, V. (2020). Koncepce rozvoje a řízení Novoměstských kulturních zařízení na roky 2020–2025. Nové Město na Moravě.
- Triandafil, A. A., Dinu A. C., Puie F., & Șerbanescu, A. (2021). Destination management organizations: A systematization of recent literature with a focus on new research trends. *Cactus Tourism Journal*, 3(2), 56–63.
- UNWTO (2022). Accessible Tourism. World Tourism Organization. Madrid
- Varmužová, R. (2016). *Marketingová strategie Kulturního domu Rubín v Brně* [Diplomová práce]. Vysoké učení technické v Brně.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. Milton (Qld): John Wiley & Sons.
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. A. C. (2018). Tourist's motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 197–211.

Kontaktní údaje

Ing. Tomáš Čihák
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16, 586 01 Jihlava
e-mail: tomas.cihak@vspj.cz

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta managementu
Jarošovská 1117/II, 377 01 Jindřichův Hradec
e-mail: xciht02@vse.cz

Issue of Ensuring Comprehensive Security in the Hotel Industry in the Czech Republic

Tomáš Činčala, Petra Vrtalová, Martin Hrinko & David Palička

Abstract

The purpose of the study is to describe the basic security risks associated with the operation of hotels in the Czech Republic, especially hotels with higher accommodation capacities, to evaluate the current state of hotel safety, not only in terms of physical safety, but also the safety and health protection of persons located on the premises of hotels, both accommodated guests and staff. The basic legislation dealing with the issues of security, safety and tourism will also be briefly described. The authors will analyse security risks using selected methods and propose measures to minimize security risks, taking into account the financial demands of their application in practice in the context of the current energy crisis, which will undoubtedly affect the rising prices of not only accommodation, but will affect tourism as such. The paper will contain the main findings after the analyses, the conclusion of the submitted paper will consist of an interpretation of the findings and a proposal for the implementation of specific measures leading to minimizing security risks in the hotel industry.

Key words: Safety. Hotel. Risk. Tourism.

Introduction

Accommodation services are a basic condition for the development of tourism. They are characterized as the possibility of temporary accommodation outside the permanent residence. It can be said that the development of accommodation facilities, hotels in our case, is linked to changes in society, whether political, economic or social, and these changes affect the movement of people outside their permanent residence and also affect the development of various types of accommodation facilities. The first accommodation facilities were inns, which were related to the development of business travel and, for example, the development of transport, post and railways. These facilities are the forerunners of hotels, with hotels first appearing as accommodation for travellers in the late 18th and early 19th centuries, and large luxury hotels beginning to emerge in the late 19th and early 20th centuries in parallel with the formation of the first hotel associations. The hotel industry is now an integral part of the tourism industry, and its subject matter is primarily the construction, management and organization of hotels, including the provision of hotel operations and the provision of quality hotel services (Indrová, 2007, p. 31). In this area, the security aspects of hotels should not be overlooked, not only in terms of physical security, but also the safety and health of the people on the premises, both guests and staff. Especially nowadays, the issue of security threats and risks is an increasingly debated topic, and the authors ask and answer the research questions in the conclusion, which are:

- 1) *Is the current state of hotel security in terms of physical security and health and safety sufficient?*
- 2) *Will the proposed risk minimisation measures be financially acceptable in the current energy crisis and will the quality of services and tourism as a whole be affected?*

Literature review

Occupancy rate of accommodation facilities, price and cost trends

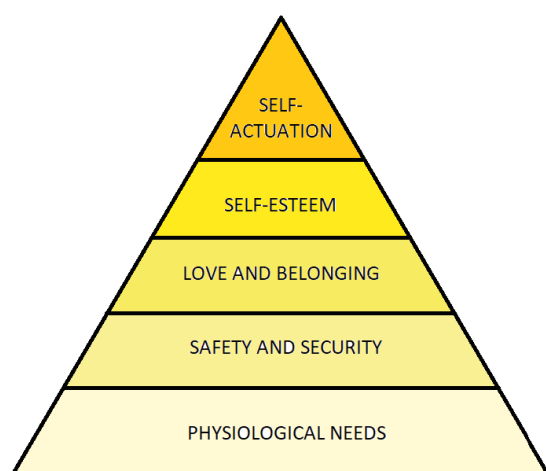
The Association of Hotels and Restaurants of the Czech Republic (hereinafter referred to as “AHR CR”) in cooperation with Data Servis - informace s.r.o. conducted a survey among AHR CR members, i.e. accommodation facility operators and the public, which focused on the expected development of tourism during the summer holidays in 2022. The occupancy rate of accommodation facilities in the Czech Republic in 2022 was mostly up to 60% of capacity. Occupancy rates for the 2022 summer holidays were predicted by the majority of accommodation facility operators to be roughly the same as in 2021, however 37% of the accommodation providers surveyed expected lower interest from domestic tourists, due to higher interest in foreign holidays, but that they would also try to save more on holidays. Gradually, foreign tourists from Germany, Slovakia, Poland, but also Great Britain, the USA and the Netherlands began to return to the Czech Republic. Increased interest was also recorded from France and Spain. However, hotel operators' operating expenses have been rising steadily since the beginning of 2022, mainly due to rising operating costs, jump growth in energy prices, but also, for example, rising staff wages (Association of Hotels and Restaurants of the Czech Republic, 2022).

Despite the COVID-19 disease pandemic, when hotel capacities, especially in the capital city of Prague, decreased to some extent, Prague is still one of the most attractive in the CEE region. Cushman & Wakefield evaluated 20 cities in the region and Prague ranked first. By 2024, new accommodation facilities are forecast to open, especially in the luxury segment, offering nearly 2,000 hotel rooms and more than 1,700 m² of meeting space. The convention industry was doing well before the pandemic, but during the pandemic the number of events and delegates attending in one of the top 10 most popular convention destinations in the world dropped by almost 80% (Newsroom TTG, 2022).

Security as a complex phenomenon

The safety of people and their environment is unattainable in absolute form, so only an acceptable level of safety is attainable. Providing safety concerns all people and covers a wide range of areas such as the protection of health and life of people, security of property, external and internal security of the state, but also fire and physical protection (Fiala & Vilášek, 2010).

Figure 1: Maslow's pyramid, own creation



Source: Own elaboration according to Mcleod, 2023.

One's actions are influenced by fears for one's life and the lives of one's loved ones, but also by fears for one's property. A. H. Maslow, an American psychologist of the humanistic school, ranks the need for security in his pyramid of needs after physiological needs at the second basic level of lower order needs (Smolík & Šmíd, 2010). Maslow's classification of needs is represented as a pyramid (Figure 1). Security is a state in which there are no threats to the reference object, or the risk of possible threats is substantially eliminated. In this case, it is a so-called negative definition. In the case of defining a state in which the reference object sufficiently secures its interests, we speak of a positive definition. Safety is subjective and objective. Objective safety means the state of threats that do not exist in reality or are eliminated to a sufficient extent, while subjective safety means the state when the reference object believes that threats do not exist and are eliminated at the same time. The reference object is the entity to whose interests safety is related (Smolík & Šmíd, 2010, p. 9-10).

Reflections on the issue of safety, individual risks and the related applications of preventive measures have been part of human history since the beginning and have always corresponded with the material and technological level achieved. Safety can also be characterized as a state of the system where there is a real probability of harm to the protected interests, which then determines the scope of protection options against actual safety risks. Organised crime and the increasingly topical terrorism are significant security risks for the Czech Republic since the beginning of the 21st century (Ščurek & Maršálek, 2014, p. 11).

Safety is generally defined as the absence of danger and as such it cannot exist without an object of threat, so it always refers to someone or something. Safety is a state of human consciousness without danger or life without danger, a state without fear and with certainty for the future. In each safety environment, it is possible to identify places or spaces where the safety situation will be different. In some places it will be more favourable, in others the level of risk and threat will be high. Safety is a complex phenomenon whose structure, content and functions transcend not only one discipline but entire scientific fields (Hrínko, 2020, p. 55-56).

Attackers are increasingly targeting unprotected locations with a high concentration of people, regardless of whether they are religiously or politically symbolic sites – the so-called “soft targets”. Although the term “soft targets” is not precisely defined, they are places with a high concentration of people and a low level of security against violent attacks, which are a choice of target for attacks for this characteristic, for example terrorist attacks. The group of soft targets includes, among others, hotels, but for the sake of completeness, the authors also mention other soft targets such as school facilities, including student dormitories, canteens, libraries and study rooms, shopping centres, marketplaces and shopping malls, cinemas, theatres, entertainment centres, gatherings, parades, demonstrations, bars, clubs, discos, etc. (Ministry of the interior of the Czech Republic).

Basic employer obligations in the field of occupational safety and health

One of the basic legal regulations for ensuring Occupational Health and Safety (hereinafter referred to as “OHS”) is undoubtedly Act No. 262/2006 Coll., the Labour Code, as amended (hereinafter referred to as the “Labour Code”). The provisions of Section 101 (2) of the Labour Code stipulate that OHS care imposed on employers pursuant to para. 1 or special legal regulations is an integral and equal part of the job duties of managing employees at all levels of management. In this case, we also proceed from the provisions of Section 302 of the Labour Code according to which the manager is obliged to create favourable working conditions and ensure OHS. In other words, the relevant manager is always responsible for meeting the OHS requirements, even if a person professionally qualified to prevent risks works at the workplace. Such a person is not an executive body for the performance of tasks in the field of OHS (Neugebauer, 2010, p. 33).

In general, however, the basic obligations of the employer also result from other legal regulations, especially from the provisions of Section 5 (1) of Act No. 309/2006 Coll., *which regulates further occupational health and safety requirements in employment relationships and the assurance of safety and health in the activity or provision of services outside employment relationships* and the provisions of Section 3 (2) of Government Regulation No. 101/2005 Coll., *on further requirements for workplace and working environment*.

To summarize the basic obligations of the employer, it is obliged to systematically require and check compliance with legal and other regulations to ensure OHS, to organise OHS inspections at all its workplaces at least once a year and to eliminate any deficiencies. It is also obliged to carry out assessments of the risks arising from possible sources of health and safety hazards in relation to the activities performed. The employer must create a safe and healthy working environment and working conditions and, last but not least, take risk prevention measures (Novotný, 2021, p.5).

OHS in the context of fire protection

Fire protection is the most pervasive area of OSH. Highly dangerous emergencies are therefore undoubtedly fires, in which people's lives and health are at risk and in which significant damage to property occurs. The investigation of the causes of fires is one of the complex technical disciplines within the activities that affect the field of fire protection. Determining the specific cause of a fire is not only important for law enforcement authorities to prosecute the perpetrator of a crime, whether intentional or negligent, but it is also important for prevention in certain types of buildings and operations (Pekar, 2011, p. 2-3).

In order to take adequate measures in connection with fires, it is necessary to know the characteristics of the building and the fire safety management strategy, but also information about the number of people in the building, the evacuation methods and the types of escape routes. The reaction of those present in the building is influenced by their knowledge of the building and its equipment. Persons who use the facility on a regular basis know the escape routes from the facility, unlike those who do not have this knowledge; they will try to leave the facility by the same route they came in (Kučera & Kaiser, 2007, p. 152-153).

Health and safety risks of working in hotels

The staff of hotels with higher accommodation capacities includes mainly reception staff, security staff, kitchen staff, porters, but last but not least laundry staff, administrative staff and many others, but the priorities are: reception, cleaning and maintenance. The main risks to occupational safety are, for example:

- Working with computer monitors – receptionists can suffer from repetitive strain injury (carpal tunnel syndrome, cervical spine problems, eye pain and vision problems). Recommendations for prevention include maintaining the correct body position, combined with breaks from work and sufficient training for workers in this area.
- Shift work – often leads to sleep disturbances, digestive and other health problems and, among other things, the development of stress disorders; night shifts in hotels are often associated with improper air exchange (air conditioning is usually switched off at night).
- Lifting loads – handling guests' luggage. This is where proper training in proper lifting techniques is required to eliminate damage to the back, neck, legs and the existence of luggage trolleys fitted with locking swivel castors.
- Parking in hotel garages – staff provide parking for guests' vehicles, maintenance of parking spaces. The risks are not only from being hit by vehicles, but also from inhaling exhaust fumes, mainly containing carbon monoxide, as well as from asbestos. Here it is appropriate to train

workers in the effect of chemicals on the human body. However, in garages, workers can also be injured by falling from ladders or physically assaulted or robbed. Last but not least, there is a need to take preventive measures against traffic accidents by clear road signs, adjusting the right of way, etc.

- Cleaning area – includes risks of damage from repetitive strain, exposure to chemicals, workplace accidents caused by falls and cuts when taking out bins. Prevention means the provision of personal protective equipment (rubber gloves), proper training in the effects of chemicals on the human body, etc. (Bezpečnost práce v hotelích, 2013).

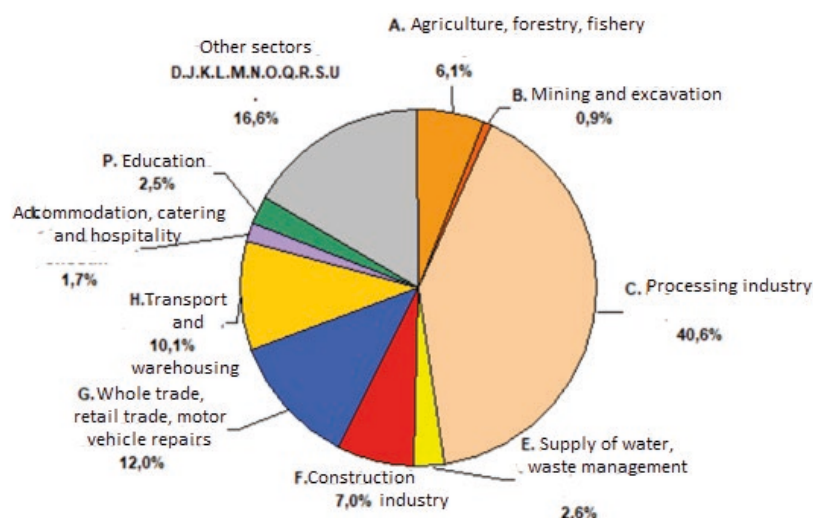
Data and Methods

The contribution is based on the obtained data and also takes into account historical facts that influenced the development of tourism and tourism not only in the Czech Republic but also in Europe. The development of accommodation establishments is closely linked to political, economic and social changes affecting the movement of people outside their homes and influencing the development of various types of accommodation. The hotel industry is an integral part of tourism and its subject is the construction, management and organization of hotels, ensuring their operation and providing hotel services. This undoubtedly has an impact not only on people's lives, but also on the development of the sciences of construction, automotive and tourism in Europe. The data were obtained by extensive research in libraries and historical sources available in scientific libraries and in electronic form. In addition to the descriptive part and answering research questions, the authors of the paper aim to describe aspects of hotel safety in terms of physical safety, as well as personal health and safety, taking into account the current financial demands of operation. The discussion regarding physical security can be conducted with regard to the ever-increasing risk of being attacked by an active attacker, as hotels and accommodation facilities are so-called "soft targets", i.e. places and a higher concentration of people. Here, greater emphasis should be placed on more frequent and consistent training of employees, especially with an emphasis on establishing a unified procedure or creating a methodology in the event of an attack by an active attacker. In the issue of OSH, it is possible to discuss the implementation of more frequent training of employees in the given area, so that the current trend of low occupational accidents in hospitality, accommodation and catering does not have an increasing tendency.

Results and discussion

Finally, to compare the occupational injury rate, the authors mention that in 2020, a total of 41,358 cases of incapacity for work due to occupational injuries were reported in the Czech Republic, of which 12,677 were suffered by women. Compared to the previous year, 2021, there was a 7.2% decrease in the number of occupational accidents with incapacity for work in 2020. In contrast, the absolute number of days off work due to occupational accidents increased by 2.1%. In terms of relative occupational injury rates, the rate of occupational accidents with incapacity for work per 100 insured persons fell from 0.94 to 0.88 in 2020 (i.e., by 6.4%).

Figure 2: Share of occupational injuries in 2020 by CZ-NACE classification of economic entities



Source: Own elaboration according to Výzkumný ústav bezpečnosti práce, v. v. i., 2020.

Eight Regional Labour Inspectorates in the Czech Republic registered a total of 32,490 occupational accidents in 2022, of which 79 were fatal, 753 serious occupational accidents and 31,658 other occupational accidents. By comparison, the highest number of occupational accidents was registered by the Regional Labour Inspectorate for the Moravian-Silesian Region and the Olomouc Region (5,947 occupational accidents, including 11 fatal occupational accidents, 138 serious occupational accidents and 5,798 other occupational accidents) and by the Regional Labour Inspectorate for the South Moravian Region and the Zlín Region (5,612 occupational accidents, including 15 fatal occupational accidents, 148 serious occupational accidents and 5,449 other occupational accidents). On the contrary, the lowest number of occupational accidents was recorded by the Labour Inspectorate for the Capital City of Prague (2,204 occupational accidents, including 5 fatal occupational accidents, 62 serious occupational accidents and 2,137 other occupational accidents) and by the Labour Inspectorate for the Central Bohemia Region (3,288 occupational accidents, including 4 fatal occupational accidents, 88 serious occupational accidents and 3,196 other occupational accidents).

Table 1: Occupational injuries in the Czech Republic in 2022

Regional Inspectorate	Occupational injuries			Total occupational injuries
	Fatal	Serious	Others	
Capital City of Prague	5	62	2,137	2,204
Central Bohemia Region	4	88	3,196	3,288
South Bohemia and Vysočina Regions	14	90	3,881	3,985
Pilsen and Karlovy Vary Region	12	44	3,658	3,714
Ústí nad Labem and Liberec Regions	12	104	3,662	3,778
Hradec Králové and Pardubice Regions	6	79	3,877	3,962
South Moravia and Zlín Regions	15	148	5,449	5,612
Moravian-Silesian and Olomouc Regions	11	138	5,798	5,947
Total injuries as of 31/12/2022	79	753	31,658	32,490

Source: Own elaboration according to Státní úřad inspekce práce, 2022.

Comparing the occupational injury rates for 2020, 2021 and 2022, it can be concluded that they are on a downward trend. Pursuant to the provisions of Section 102 of Act No. 262/2006 Coll., the Labour Code, as amended, the *employer* is obliged to create a safe and non-threatening working environment and working conditions by appropriate organisation of OHS and by taking measures to prevent risks. Risk prevention means all measures following from legal and other regulations for the assurance of OHS and employer's measures which aim at preventing risks, eliminating them or minimizing the effect of non-removable risks. The employer is therefore obliged to continuously search for hazardous factors and processes in the working environment and working conditions and to identify their causes and sources. On the basis of this finding, it shall seek and assess risks and take measures to eliminate them, and implement such measures so that, as a result of more favourable working conditions and levels of critical factors, work previously classified as hazardous according to a special legal regulation can be classified in a lower category. To this end, it is obliged to regularly check the level of occupational safety and health, in particular the condition of production and working means and equipment and the level of risk factors in working conditions, and to observe the methods and manner of identifying and assessing risk factors in accordance with a special legal regulation. If it is not possible to eliminate the risks, the employer is obliged to evaluate them and take measures to limit their effects so that the risk to the safety and health of employees is minimised. The measures taken are an integral and equal part of all employer activities at all levels of management. The employer must keep documentation on the search for and assessment of risks and on the measures taken in accordance with the first sentence (Act No. 262/2006 Coll.).

Answers to the research questions

1) Is the current state of hotel security in terms of physical security and health and safety sufficient?

The authors concluded that currently the issue of physical safety is at an acceptable level, mainly due to the existence of security personnel, security of hotels with CCTV, but it is still necessary to keep in mind that hotels and other facilities providing accommodation services are so-called “soft targets” with a higher concentration of people, where various incidents can occur, which can endanger the lives and health of not only the guests, but also the staff.

There is still room for improvement in the area of occupational safety and health, however, even here it can be stated that it is at a good level, Chart 1 shows that the share of occupational injuries in the hospitality, accommodation and catering sector is only 1.7% according to the CZ-NACE classification of economic entities in 2020.

2) Will the proposed risk minimisation measures be financially acceptable in the current energy crisis, and will the quality of services and tourism as a whole be affected?

In this regard, the authors concluded that measures to minimise risks, not only in the area of physical safety, but also in the area of occupational health and safety will be financially acceptable, but the current energy crisis associated with high energy prices will undoubtedly lead to an increase in prices for services provided in the hotel industry, not only for accommodation, but also for catering and others. Most likely, however, tourism will develop due to the number of foreign visitors.

Conclusion

In conclusion, it can be stated that the authors of the paper, with the help of extant sources and citations, have developed a relevant basis for answering research questions related to the special topic of this year's Jihlava conference – “Historical and Cultural Heritage and its Importance for Tourism” under the “Research in Tourism” sub-topic. As described in the paper, tourism will not stop due to the energy crisis, but it can be predicted that many accommodation providers will be

forced to at least suspend their business activities for these reasons. In the paper, the authors used, among other things, available information concerning the comparison of the occupational accident rate in 2020–2022, on the basis of which it can be stated that the work accident rate has a decreasing tendency. There is still room for improvement in the area of OSH, but it can be said that it is at a good level, so it is necessary to at least maintain this trend. Fire protection is also an important part of OSH, fires are highly dangerous emergencies that cause damage to the health and lives of people, but also high damage to property. Determination of the specific cause of fire is one of the complex technical disciplines in the category of activities that concern the field of fire protection and is important not only for law enforcement authorities for the possible prosecution of the perpetrator of the crime, but also for the prevention of fires in individual types of buildings and operations. Physical security issues were also described in the context of possible attacks, such as terrorist attacks, on unprotected places with a high concentration of people and a low level of security, i.e. so-called "soft targets", where hotels and accommodation facilities also fall. Despite the fact that the issue of physical security is currently at an acceptable level, the authors came to the conclusion that it would be appropriate to unify the procedure of employees or create a methodology for the procedure in the event of an active attacker attacking employees or guests of accommodation facilities.

References

- Act No. 262/2006 Coll., the Labour Code, as amended.
- Association of Hotels and Restaurants of the Czech Republic. (2022). Homepage: Association of Hotels and Restaurants of the Czech Republic. Available from <https://www.ahrcr.cz/>
- Bezpečnost práce v hotelích. (2013). https://www.bozpprofi.cz/33/bezpecnost-prace-v-hotelich-uniqueidgOkE4NvrWuOKaQDKuox_Z4Nq8lug1AdGnGPOsEYHWDs/
- Binns, C., & Kempf, R. (2021). Introduction to Safety and Security in Hotels and Home Sharing. 10.1007/978-3-030-59306-3_1.
- Chauhan, A. & Shukla, A., & Negi, P. (2018). Safety and Security Measures Adopted by the Hotels and their Impact on Customer Relationship Management. *International Journal of Research – GRANTHAALAYAH*, 6, 118-125.
- Declercq, F., & Audenaert, K. (2011). Predatory violence aiming at relief in a case of mass murder: Meloy's criteria for applied forensic practice. *Behavioral sciences & the law*, 29(4), 578-591.
- Fiala, M., & Vilášek, J. (2010). *Vybrané kapitoly z ochrany obyvatelstva*. Karolinum.
- Hrinko, M. (2020). *Pořádková činnost policie*. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Indrová, J. (2007). *Cestovní ruch: (základy)*. Oeconomica.
- Kučera, P., & Kaiser, R. (2007). *Úvod do požárního inženýrství*. Sdružení požárního a bezpečnostního inženýrství.
- Majerník, M., Daneshjo, N., & Bosák, M. (Eds.). (2016). *Production management and engineering sciences: scientific publication of the International Conference on Engineering Science and Production Management (ESPM 2015), Tatranská Štrba, High Tatras Mountains, Slovak Republic, 16-17 April 2015*. CRC Press, Taylor & Francis Group.
- McLeod, S. (2023). *Maslow's Hierarchy Of Needs*. Simply Psychology. Retrieved from <https://simplypsychology.org/maslow.html>
- Ministry of the Interior of the Czech Republic: Terorismus a měkké cíle – dokumenty a odkazy[online]. [cit.2023-0108]. Available from: www.mvcr.cz/cthh/clanek/terorismus-web-dokumenty-dokumenty.aspx
- Neugebauer, T. (2010). *Bezpečnost a ochrana zdraví při práci v kostce, neboli, O čem je současná BOZP*. Wolters Kluwer Česká republika.

- Newsroom TTG. (2022). The development of the hotel market in Prague has not stopped.
<https://www.ttg.cz/vyvoj-hoteloveho-trhu-v-praze-se-nezastavil/>
- Novotný, K. (2021). *Lexikon BOZP: pro provádění kontrolní činnosti v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci dle právních předpisů a technických norem*. ROVS – Rožnovský vzdělávací servis.
- Pekar, V. S. (2011). *Zjišťování příčin požárů v rámci státního požárního dozoru*. Sdružení požárního a bezpečnostního inženýrství.
- Ščurek, R., & Maršálek, D. (2014). *Technologie fyzické ochrany civilního letiště*. Akademické nakladatelství CERM.
- Smolík, J., & Šmíd, T. (2010). *Vybrané bezpečnostní hrozby a rizika 21. století*. Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav.
- Státní úřad inspekce práce. (2022). Pracovní úrazovost v České republice v roce 2022.
<https://www.suip.cz/web/suip/pracovni-urazovost-v-cr>
- Výzkumný ústav bezpečnosti práce, v. v. i. (2020). *Příloha ke zprávě o pracovní úrazovosti v České republice v roce 2020 – rozšiřující a doplňující analytická studie*.

Contact details

Ing. Tomáš Činčala
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírova 17, Ostrava 30
e-mail: tomas.cincala@vsb.cz

Mgr. Bc. Petra Vrtalová
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírova 17, Ostrava 30
e-mail: petra.vrtalova@vsb.cz

doc. Ing. Martin Hrinko, Ph.D., MBA, LL.M.
Vysoká škola CEVRO Institut Praha
Jungmannová 28/17, Praha 1
e-mail: martin.hrinko@icloud.com, martin.hrinko@vsci.cz

Ing. David Palička
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering,
Lumírova 17, Ostrava 30
e-mail: david.palicka@vsb.cz

Jak si poradit s overturismem bez regulací?

How to Deal with Overtourism without Regulations?

Emil Drápela

Abstrakt

Článek prezentuje příklad aplikace strategie eliminace negativních vlivů overturismu na modelovém regionu Jizerské hory. Nejprve jsou popsány zásady, na základě kterých je vhodné strategii vytvořit, a dobré praktiky, které je možné přitom využít. Dále jsou analyzovány možné důvody, které overturismus v lokalitě způsobují a zmíněna vhodná opatření, jak jeho negativní dopady omezit. Výsledky pro turistický region Jizerské hory ukázaly, že většinu problémů s overturismem způsobuje malá kapacita příjezdových komunikací a parkovišť v destinaci. Navržená strategie počítá s vytvořením rezervačního systému pro nejvyužívanější parkoviště přímo u východišť turistických stezek, nebo se zřízením záchytného parkoviště v městě Liberci, odkud na východiště turistických cest zaveze návštěvníky autobus. Účelem článku je komplexním způsobem vysvětlit, jak se overturismu bránit bez nutnosti zavádět regulace, které by cestovní ruch v destinaci omezovaly.

Klíčová slova: Interakce místní obyvatel-návštěvník. Kapacita únosnosti. Percepce overturismu. Rozvoj destinací. Udržitelná strategie.

Abstract

The article presents an example of the application of the strategy of eliminating the negative effects of overtourism on the model region of the Jizera Mountains. First, the principles based on which it is appropriate to create a strategy, and the good practices that can be used are described. Furthermore, the possible reasons that cause overtourism in the locality are analyzed, and suitable measures to limit its negative effects are mentioned. The results for the tourist region of the Jizera Mountains showed that most of the problems with overtourism are caused by the low capacity of access roads and parking lots in the destination. The proposed strategy foresees the creation of a reservation system for the most used parking lots directly at the starting points of the hiking trails, or the establishment of an intercept parking lot in the city of Liberec, from where a bus will take visitors to the starting points of the hiking trails. The purpose of the article is to explain in a comprehensive way how to defend against overtourism without the need to introduce regulations that would limit tourism in the destination.

Keywords: Carrying capacity. Destination development. Local-visitor interaction. Overtourism perception. Sustainable strategy.

Úvod

Overturismus je problém, se kterým se musí potýkat řada úspěšně se rozvíjejících destinací. Je to faktor, limitující rozvoj těchto destinací a způsobující negativní postoje vůči cestovnímu ruchu u místních obyvatel. Rozvoj turismu, který byl v těchto destinacích dříve chápán jako cenný prvek místního rozvoje, je náhle vnímán jako nežádoucí, návštěvníci označováni jako vetřelci a poskytovatelé služeb zaměřených na cestovní ruch vnímání málem jako nepřátelé. Přitom důvody

vzniku overturismu v destinacích bývají často řešitelné, a to mnohdy i v předstihu, preventivně. V českém prostředí hraje mnohdy klíčovou roli nedostatečná turistická infrastruktura (Drápela et al., 2021), jejíž přetížení působí roli spouštěče pocitu diskomfortu u místních obyvatel. Dobrá strategie prevence vzniku overturismu, případně strategie eliminace jeho negativních vlivů, může naopak zajistit dlouhodobý nerušený rozvoj cestovního ruchu v destinaci bez výrazných protestů místních obyvatel. Tento článek se proto zaměřuje na představení různých druhů těchto strategií a evaluaci jejich využitelnosti na konkrétním případu destinace Jizerské hory.

Přehled literatury

Vzhledem k aktuálnosti a závažnosti tématu overturismu existuje řada odborných článků, které se tomuto fenoménu věnují. Pokud bychom výběr zúžili pouze na články, které se věnují tvorbě strategií boje s tímto negativním jevem, mohli bychom výsledný soubor rozdělit na zhruba tři druhy článků: jednak to budou (a) četné případové studie, věnující se různým typům destinací od měst (např. Bertocchi et al., 2020; Barbhuiya, 2021), přes pobřežní resorty (např. Carballo, Leon & Carballo, 2019; Majdak & de Almeida, 2022) až po přírodní oblasti a rezervace (např. Aleksandrova et al., 2021; Drápela, 2022), dále to jsou (b) obecné články o overturismu, poukazující na různé prvky, které je třeba zohlednit ve strategiích, avšak tyto strategie nepopisující (např. Gowreesunkar & Seraphin, 2019; Mihalic, 2020), a konečně (c) analýzy a návrhy reálných strategií, případně jejich komparace (např. Eckert et al., 2019; De Luca et al., 2020).

Klíčovým indikátorem v mnohých studiích je kapacita turistické únosnosti lokality (tourism carrying capacity), která je však, podobně jako celý koncept overturismu, jen velmi vágně definována, neboť objektivně kvantifikovat, jaký počet turistů je již nadměrný, či lokalitu poškozující, prakticky nelze (Lindberg & McCool, 1998). Přesto různá matematická vyjádření kapacity únosnosti dominují řadě strategií mitigace negativních vlivů overturismu (např. Bouchon & Rauscher, 2019; Cheung & Li, 2019). Dalším moderním přístupem k tématu je akcentování využití moderních technologií, zejména tedy všeho, co je „smart“, tedy neustále aktuální a přístupné skrze internet. Ačkoli výsledky těchto přístupů jsou zatím mnohdy diskutabilní (viz Garcia-Hernandez, Ivars-Baidal & de Miguel, 2019), řada expertů v nich vidí budoucnost udržitelného destinačního managementu (viz Fontanari & Traskevich, 2022). Třetím významným trendem pak je důraz na unikátnost každé lokality, a to zejména s přihlédnutím k rozdílům mezi městem a venkovem, vyspělými a rozvojovými zeměmi (viz Boháč & Drápela, 2022; Ghadeli, Hall & Ryan, 2022) apod.

Komplikací při vytváření strategií mitigace projevů overturismu, je, že mnohdy tento stav způsobil úspěch předchozích kampaní, snažících se nalákat návštěvníky do destinace nebo regionu. Výsledkem dobrého place brandingu tak může být nechtěný nadměrný turismus (viz Vegnuti, 2020), což některé klíčové aktéry vede k přesvědčení, že ideálním postupem k obrácení tohoto trendu je přestat destinaci propagovat a omezit přísun peněz na vznik turistické infrastruktury (např. v Českém ráji – viz Drápela, 2022). Jak však ukazují odborné studie (např. Higgins-Desbiolles et al., 2019; Valdivielso & Moranta, 2019), tento problém vyžaduje výrazně sofistikovanější přístup, kombinující řadu opatření jak při komunikaci s návštěvníkem, při vytváření pravidel v ohrožených přírodních lokalitách a overturismem postižených obcích, při plánování rozvoje turistické infrastruktury a případně i při zavádění různých regulací. Trendem posledních let pak je orientace spíše na kvalitu poskytovaných služeb než na kvantitu a snaha o vytvoření jakéhosi ustáleného stavu návštěvníků v destinaci (steady-state tourism, viz Hall, 2010).

Společným prvkem většiny výše zmíněných studií je důraz na regulace jako součást strategií boje s overturismem. Je přitom jasné, že velmi cenné přírodní lokality si podobnou ochranu zaslouží už proto, že hrozí jejich nevratné poškození. Ale co jiné lokality? Je správné zavádět ve městech a na venkově různé regulace jen proto, že omezují návštěvníky a nikoli místní obyvatele? A je to vůbec

nutné? Tento článek by měl přispět do výše nastíněné diskuse o efektivitě různých strategií eliminace negativních vlivů overturismu tím, že poukáže jednak na příklady jejich využití v Česku, dále pak posoudí jejich úspěšnost a vyhodnotí, zda je možné se obejít i bez nepopulárních regulačních opatření.

Data a metody

V rámci analýzy efektivity jednotlivých druhů strategií eliminace negativních vlivů overturismu bylo využito postupu, který kombinoval práci s odbornou literaturou, výzkum v terénu a rozhovory s klíčovými aktéry. Nejprve byly na základě studia odborné literatury (viz výše) definovány typické přístupy, využívané k mitigaci dopadů overturismu v destinacích. Byl studován kontext jejich použití (druh destinace, důvody využití apod.) a možnosti jejich využití na podobných destinacích v Česku. Následně bylo využito výzkumu v terénu (dokumentace stavu lokalit v průběhu roku) a rozhovorů s místními aktéry k evaluaci jejich efektivity při využití v Česku (pokud zde byly využity). Výsledky tohoto postupu jsou uvedeny v tabulární podobě v následující kapitole.

V druhé fázi byly aplikovány výše zmíněné poznatky na turistickou destinaci Jizerské hory, a to tím způsobem, že na základě poznatků z jiných destinací v Česku byla vytvořena modelová strategie eliminace negativních vlivů overturismu pro tento region. Z různých druhů dobrých praktik byly vybrány ty, které se osvědčily v praxi a jsou využitelné pro tuto konkrétní destinaci. Poznatky o jejím aktuálním stavu pocházejí opět z výzkumu v terénu, prováděného v letech 2020-2023, a z rozhovorů s různými aktéry v cestovním ruchu z tohoto regionu.

Výsledky a diskuse

Identifikace vhodných strategií

V první fázi výzkumu byly identifikovány různé přístupy k řešení problémů s overturismem, které byly sdruženy do osmi níže uvedených kategorií (S1-S8). U každé kategorie jsou uvedeny příklady využití a okomentováno jejich použití v různých destinacích ve světě i v Česku.

S1 - Implementace turistické kvóty nebo stropu: Jedná se o omezení počet návštěvníků, kteří mohou v kteroukoli dobu navštívit konkrétní destinaci. Nejčastěji se aplikuje v cenných přírodních lokalitách, u kterých velký počet návštěvníků může znamenat jejich poškození. Nejznámějším případem použití je Galapážské souostroví, kde zavedení turistických kvót pomohlo stabilizovat místní ekosystémy. Časté však také je v různých národních parcích, případně na různých „trecích“ skrz tato území. Jednodušeji se samozřejmě aplikuje v oblastech, do kterých existuje jen málo možných vstupů, což rozhodně není případ české krajiny. I v Česku je však využíván, mediálně známý je např. případ Adršpašského skalního města, kde dle vyjádření CHKO jeho zavedení pomohlo vyřešit dlouhodobě problematickou situaci s náporu turistů o letních víkendech.

S2 - Regulace možností ubytování: Kontrola počtu ubytovacích míst v hromadných ubytovacích zařízeních. Nejčastěji jde o regulaci počtu hotelových pokojů, prázdninových pronájmů a dalších možností ubytování, které jsou oficiálně vedeny jako rekreační zařízení. Velmi rozšířené v řadě měst či pobřežních resortů, nejznámějším případem je patrně Barcelona, která přestala povolovat stavbu a vznik nových ubytovacích zařízení (zejm. hotelů). Reakcí na to však byl obrovský rozmach tzv. krátkodobých pronájmů (typickým zástupcem je služba AirBnB), tedy služeb, které nejsou oficiálně vedeny jako cestovní ruch, ačkoli prakticky jde o totéž. Barcelona se v reakci na to snažila omezit i tento druh podnikání, avšak nepříliš úspěšně. V městských destinacích je tedy zavádění podobných opatření poněkud kontroverzní, výrazně úspěšnější je pak podobná regulace v nepříliš zalidněných přírodních či venkovských oblastech, kde neexistuje tolik bytového fondu, který by byl využitelný pro krátkodobé pronájmy. V Česku tento typ regulace existuje pouze ve formě regulačních opatření v národních parcích, případně limity nastavenými v územních plánech obcí.

S3 - Zavedení turistické daně nebo poplatku: Jedná se o poplatek, který musí návštěvníci zaplatit za návštěvu destinace a který lze použít k financování infrastruktury cestovního ruchu a místních iniciativ. Z pohledu boje proti overturismu by tento poplatek měl být natolik velký, aby odradil alespoň část turistů od návštěvy dané destinace, která cílí na kvalitu zážitku (nebo spíše na movité návštěvníky) a nikoli na jejich kvantitu. Takto vysoké poplatky jsou typické pro některé oblíbené africké národní parky, avšak v Evropě jde spíše o destinace, u kterých je limitován počet možných návštěvníků z kapacitních důvodů. V Česku jsou ubytovací poplatky povinné, avšak vzhledem ke své nízké výši nijak neovlivňují rozhodování turistů. Poplatky za vstup jsou součástí vstupu do některých areálů, vlastněných obcemi nebo soukromníky, jako jsou Prachovské skály nebo Adršpašské skalní město. Jde však spíše o formu vstupného, než o nástroj redukující počet návštěvníků.

S4 - Posílení turistické infrastruktury: Řada problematických situací vzniká proto, že mnohé destinace jsou špatně připraveny na vzrůstající počty návštěvníků. Proto některé strategie využívají prvku, který zdánlivě přispívá k růstu turismu v destinaci (což nakonec nemusí být špatně), v reálu však řeší situaci, která budí nevoli místních obyvatel – typicky jde o parkování návštěvníků u domů místních obyvatel nebo dopravní kongesce na příjezdových komunikacích. Vybudováním vhodné infrastruktury lze odrušit mnohé negativní dopady masového turismu a zároveň zlepšit kvalitu zážitku návštěvníků. Kromě řady příkladů ze zahraničí lze zmínit lokality v Česku jako je Malá Skála nebo Polevsko, kde vybudování nových parkovišť přispělo ke zklidnění situace v místě. V některých případech pak dochází ke kombinaci se strategií S1, kdy je zároveň vybudována nová infrastruktura, ale zároveň uplatněn určitý strop (např. u počtu přijíždějících autobusů v Českém Krumlově).

S5 - Vhodné oddělení funkcí: Subjektivně vnímaný overturismus se mnohdy projevuje negativními reakcemi místních obyvatel na přítomnost turistů v destinaci, vycházejících z odlišných priorit a denních rytmtů obou skupin. Prostorové oddělení funkcí v destinaci, sloužících návštěvníkům, od těch, které slouží místním obyvatelům, patří mezi dobré praktiky už při výstavbě turistické infrastruktury v destinaci. Příkladem jsou turistické resorty po celém světě, které jsou odděleny od místní zástavby, aby nerušily místní obyvatele. Ačkoli tato praxe v rozvojových zemích je spíše motivována touhou o nerušený pobyt v turistické bublině, nezátíženou o pohled na neutěšené životní podmínky místních obyvatel, ve vyspělých zemích včetně Česka jde spíše o vznik specializovaných zón (kempy na kraji obce, chatové osady apod.) oddělených od rezidenčních staveb místních obyvatel. Z hlediska využití v Česku je klíčovým dokumentem územní plán obce.

S6 - Podpora udržitelného cestovního ruchu: Zahrnuje podporu aktivit a ubytovacích kapacit, které minimalizují dopad na životní prostředí a podporují místní komunity. Obecně jde o podporu takových aktivit, které nemají masovou povahu, neohrožují místní prostředí a neobtěžují lokální obyvatele. Přejít od masového k udržitelnému turismu je viditelný zejména v cenných přírodních lokalitách, případně v malých komunitách, které by mohly být přívalem návštěvníků zničeny. Příklady ze zahraničí zahrnují ekologicky šetrné resorty jako Six Senses Resort na Fidži, Feynan Ecolodge v Jordánsku nebo Inkaterre Hotels v Peru, v případě větších oblastí může být příkladem Bhútán nebo již zmíněné Galapágy. V Česku se zatím jedná o ojedinělé soukromé projekty, případně o lokální subjekty podporující rozvoj udržitelného turismu, jako jsou např. geoparky.

S7 - Podpora cestování mimo sezónu: Vzhledem k tomu, že v evropských mimoměstských regionech dochází k overturismu pouze v hlavní letní a/nebo zimní sezóně, je většina roku jakýmsi obdobím klidu, které má potenciál pojmout další návštěvníky bez negativních vlivů na destinaci. Některé strategie tedy motivují návštěvníky, aby navštěvovali destinace mimo sezónu, kdy je návštěvníků méně a dopad na místní komunity je snížen. Obvykle se jedná o změnu v marketingu turistického regionu, kdy jsou propagovány krásy mimosezóny (v Česku zejm. podzimní záběry), turisté motivováni nižšími poplatky za ubytování nebo služby apod. Celosvětově dokonce existuje hnutí cestovatelů, kteří navštěvují známé destinace v době, kdy je v nich relativně nejméně návštěvníků a

zkušenosti o nejvhodnější době návštěvy pak sdílí s ostatními na internetu – stačí do vyhledávače zadat klíčové slovo „off-season travel“.

S8 - Propagace alternativních destinací: Motivace turistů k návštěvě méně přeplněných destinací, které jsou často přehlíženy ve prospěch populárnějších destinací. Celosvětově velmi oblíbená strategie, kdy jsou turistům, navštěvujícím známé lokality, nabízeny podobné, méně známé destinace. V praxi jsou výsledky této strategie diskutabilní, neboť overturismem postižené lokality obvykle zůstávají přeplněné a masový turismus zahltí i dosud méně navštěvované lokality. V Česku např. tuto strategii po určité období prosazovalo CHKO Český ráj, než zjistilo, že nejnavštěvovanějším lokalitám se neulevilo a naopak problémy s masovým turismem vznikly v lokalitách, které byly propagovány jako alternativní. Strategie ale může být efektivní, pokud cílí na jednodenní návštěvníky (obvykle obyvatele regionu), kteří se mohou rozhodnout navštívit novou, dosud nepoznanou destinaci, spíše než známou, ale vyhledávanou.

Aplikace strategií na turistický region Jizerské hory

Jizerské hory jsou oblíbeným cílem cestovního ruchu během letní i zimní sezóny, přičemž problémy s masovým turismem nastávají převážně v zimní sezóně, kdy sem přijíždějí příznivci běžeckého i alpského lyžování ve velkých počtech. Problémem regionu je zejména omezený počet nástupních míst, odkud se lze do hor dostat, která se nacházejí převážně na jižní straně pohoří, který generuje velkou zátěž na příjezdové komunikace. Nejčastějšími projevy overturismu v této oblasti jsou dopravní kolapsy (dopravní kongesce na příjezdových komunikacích, přeplnění kapacity parkovišť a s tím související divoké parkování), které v některých ojedinělých případech přerůstají v konflikty s místními obyvateli. Horské obce jsou však výrazně turistifikovány, velkou část místních obyvatel cestovní ruch živí, jsou tedy vůči návštěvníkům poměrně vstřícní.

Z pohledu místních aktérů existují v oblasti dva hlavní přístupy: obce chtějí podporovat rozvoj cestovního ruchu a snaží se zmírňovat jeho negativní dopady budováním turistické infrastruktury a zaváděním různých pravidel, orgány ochrany přírody (správa CHKO) se naopak snaží snížit rostoucí počty návštěvníků ve vrcholových partiích hor různými omezeními. V praxi to vypadá tak, že v obcích se budují a rozšiřují plochy parkovišť, jejichž použití je placené. V zimní sezóně pak v nejnavštěvovanější obci Bedřichov fungují i terénní koordinátoři, kteří přijíždějící návštěvníky směřují na dosud neobsazená parkoviště. Posílení veřejné dopravy, které je v gesci kraje, naopak příliš nefunguje, autobusové spoje bývají přeplněné, řada návštěvníků se do nich vůbec nedostane a při představě zpoždění z důvodu dopravních kongescí je takové cestování velmi nepohodlné. U vlakových spojů bývá situace podobná, navíc využitelnost vlaku pro dopravu do hor je velmi omezená, neboť trať hory spíše objíždí. Většina přijíždějících návštěvníků proto volí osobní automobilovou dopravu, kdy ovšem musí řešit několik problémů.

První z nich je, kam se vůbec vydat. Obce s dobrou turistickou infrastrukturou (v první řadě tedy zmiňovaný Bedřichov) mají sice velkou kapacitu parkovišť, nicméně lze očekávat kolony na příjezdových komunikacích a kapacita parkovišť může nakonec být vyčerpána. Druhou variantou je zaměřit se do méně vytížených obcí, kde však volných parkovacích míst bývá jen málo a také se brzy naplní. Ideální variantou by se zdálo, že jsou turistická parkoviště mimo obce jako např. Hrabětice nebo Pod Souší. I zde však bohužel platí, že tato parkoviště se brzy naplní, navíc parkování v jejich blízkosti bývá pokutováno, a to na popud správy CHKO, která se tímto snaží zamezit overturismu ve vrcholových částech hor. Celkově lze situaci zhodnotit tak, že poptávka po parkování v sezóně výrazně převyšuje nabídku a z toho vyplývají další problémy.

Tabulka 1: Aplikace různých druhů strategií eliminace negativních dopadů overturismu na turistický region Jizerské hory

Strategie	Klíčové postupy	Popis potenciální aplikace
S1	Kvóty pro vstup/vjezd	Celoplošně neaplikovatelné, použitelné v případě turistických parkovišť v centrálních oblastech hor.
S2	Regulace ubytovacích kapacit	Není třeba aplikovat, negativní dopady působí spíše jednodenní návštěvníci při příjezdu do hor.
S3	Turistické poplatky	Využitelné v případě turistických parkovišť, zvýšení poplatků za ubytování by bylo naopak kontraproduktivní.
S4	Posílení turistické infrastruktury	Rozšíření ploch parkovišť, zvýšení počtu spojů veřejné dopravy, zavedení turistických linek spojujících východiště turistických tras, zavedení online rezervačního systému na parkování v případě parkovišť v centrálních oblastech hor.
S5	Oddělení funkcí	Rozšíření kapacit parkovišť vně zástavby obcí by snížilo dopravní zátěž na centra obcí.
S6	Udržitelný cestovní ruch	Důraz by měl být kladen na větší využívání veřejné dopravy, kdy by návštěvníci měli nechávat svá vozidla na záchytných parkovištích na krajích měst a odtud se dopravovat veřejnou dopravou.
S7	Podpora mimosezóny	V případě lyžování neaplikovatelné, v letní sezóně pak overturismus prakticky nevzniká.
S8	Propagace alternativních destinací	V rámci turistického regionu prakticky není možné přesměrovat tok návštěvníků z nejnavštěvovanějších míst, jako je Bedřichov, na jiná vhodnější místa, neboť v nich není dostatečná turistická infrastruktura. V případě přesměrování návštěvníků do jiných regionů pak narážíme na to, že dostatek sněhové pokrývky bývá jen v jiných, také velmi navštěvovaných regionech (Krkonose apod.).

Zdroj: vlastní šetření

Aplikace výše zmíněných druhů strategií mitigace dopadů overturismu na vybraný region je přehledně uvedena v tabulce 1. Z osmi výše zmíněných strategií byly identifikovány dvě (S2 a S7), které nejsou vhodné pro daný region, neboť nepostihují zdroj overturismu. Další dvě strategie (S1 a S8) jsou aplikovatelné v omezené míře, neboť v podmínkách vybraného regionu je nelze použít v plné míře (tedy tak, jak by tyto strategie měly správně fungovat). Kombinací čtyř zbývajících strategií pak vznikl koncept výsledné strategie, přizpůsobené na míru danému regionu. Jaké jsou klíčové koncepty této výsledné strategie?

V první řadě to je zaměření se konkrétní projevy overturismu – největší komplikace vznikají při příjezdu návštěvníků do hor, kdy na příjezdových komunikacích vznikají dopravní kongesce a v cílových destinacích problémy s parkováním. Velkou část příjíždějících přitom tvoří jednodenní návštěvníci z blízkých regionů, regulaci ubytovacích kapacit tedy nemá smysl realizovat. Naopak klíčovým prvkem by mělo být posílení turistické infrastruktury, a to zejména rozšíření ploch parkovišť, neboť právě jejich nedostatek a problémy při hledání volných ploch způsobují prakticky veškeré problémy. Důraz by pak měl být kladen na zvýšení rozlohy parkovacích ploch mimo zastavěné oblasti – ideálně u významných křižovatek na turistických stezkách. Toto opatření by mělo pomoci zmírnit zátěž, kladenou na zastavěné oblasti, a přispět ke komfortu návštěvníků, kteří se ocitnou přímo „v centru hor“. Na druhou stranu je třeba přiznat, že bezhlavá výstavba parkovišť by rozhodně k udržitelnosti turismu nepřispěla. Je tedy třeba nabídku poněkud diverzifikovat.

V ideálním případě by dopravní zátěž šlo snížit tím způsobem, že by návštěvníci přijeli na záchytné parkoviště někde na okraji Jizerských hor, ideálně v dobré dostupnosti z rychlostní komunikace, tam zaparkovali a do hor se nechali odvézt turistickým autobusem, který by postupně objížděl všechna populární nástupní místa. Výhodou pro návštěvníky by bylo, že by nemuseli dělat pouze okružní výlety (od auta k autu), ale i přechody. Tato veřejná doprava by měla být zdarma, stejně jako

parkování na záchytných parkovištích, a to proto, aby fungoval finanční motivační efekt. Bohužel aktuálně je podobné řešení vzhledem k neutěšenému stavu veřejné dopravy v Libereckém kraji velmi vzdáleno realitě.

Stávající nabídka parkovacích míst přímo v horských obcích je zpoplatněna v zimní sezóně sazbou cca. 200,- Kč za všední den a 300,- Kč za sobotu nebo neděli. Nabídka parkování „blíže přírodě“ u východišť turistických tras by tedy měla být nejméně na této úrovni, či spíše ještě dražší. Vhodné by bylo, aby obsazování parkoviště nefungovalo dosavadním systémem „kdo dřív přijede, parkuje“, neboť to vede jen ke stále dřívějším invazím návštěvníků do hor, ale pomocí online rezervačního systému, kdy si návštěvník koupí dané parkovací místo na celý den a nikdo mu jej nemůže obsadit. Vyššímu komfortu služby by měla odpovídat i vyšší cena parkování (např. 300,-/500,- Kč za den). Návštěvníci, kteří by neměli místo zarezervované, by neměli mít na parkoviště přístup, což ve výsledku funguje jako zastropování množství návštěvníků, kteří odtud budou vyrážet.

Celá strategie zmírnění negativních dopadů overturismu v Jizerských horách tedy funguje převážně na finanční motivaci, kdy návštěvník má možnost buď využít záchytná parkoviště a veřejnou dopravu, které jsou zdarma, stávající parkoviště v horských obcích za cenu 200 – 300 Kč, nebo nově rozšířená parkoviště přímo u východišť turistických tras, kde zaplatí nejvíce a musí si místo dopředu objednat. Důležité je, aby slušný komfort poskytovala již nejlevnější varianta, jinak ji lidé nebudou využívat. Regulační opatření nejsou ve formě zákazů nebo příkazů, ale vycházejí z limitované kapacity parkovišť, přičemž je na každém návštěvníkovi, kterou z variant zvolí. Toto řešení na jednu stranu zpřístupňuje hory i méně movitým návštěvníkům (nedochází tak k sociální exkluzi) díky zkvalitnění veřejné dopravy, na druhou stranu poskytuje vysoký komfort návštěvníkům, kteří jsou ochotni zaplatit za parkování více. Tyto příjmy lze následně využít k financování veřejné dopravy, rozvoji obcí, opravám turistických cest, nebo i k ochraně přírody, zasažené intenzivním turismem.

Závěr

Jizerské hory jsou mezi českými turistickými regiony poměrně unikátní, neboť ačkoli jsou celoročně oblíbené, k projevům overturismu zde dochází pouze v zimní sezóně, a to nikoli z důvodu oblíbenosti alpského lyžování (jako např. v sousedních Krkonoších), ale naopak běžeckého lyžování, což je poměrně neobvyklé. Běžecké lyžování je totiž obecně výrazně méně koncentrováno do určitých lokalit, zejména pokud jej porovnáme s lyžováním alpským, které je závislé na existenci sjezdovek ve skiareálech. Jizerské hory ale mají prudký severní a jižní svah, které jsou pro běžecké lyžování výraznou bariérou, proto se návštěvníci nejprve musí dostat do vrcholové, relativně rovinaté části hor. Právě tento fakt působí velkou dopravní zátěží na oněch několik málo úzkých a klikatých místních komunikacích, které k tomuto účelu lze využít. Druhým velmi podstatným faktem, který je příčinou overturismu v regionu je, že nedostatek parkovacích míst v celé oblasti uměle koncentruje příjíždějící návštěvníky do několika málo lokalit, kde jsou oficiální parkoviště.

Při vytváření strategie, jak s projevy overturismu v regionu bojovat, byla nejprve vytvořena určitá typologie přístupů, které odborná literatura uváděla jako dobré praktiky, vyzkoušené na různých místech ve světě. Při jejich aplikaci na vybraný region vždy bylo třeba zohlednit, zda daný přístup přispěje k řešení konkrétního problému, či zda je jeho použití zbytečné. Je důležité poznamenat, že přístup, který by byl nejúčinnější, vždy závisí na konkrétním kontextu dané destinace, neexistují univerzálně účinné strategie. Je také důležité nezapomenout na zapojení místních komunit do rozhodovacího procesu, stejně jako na dlouhodobou vizi destinace, které by měly být při vytváření vlastní strategie zohledněny.

Výsledná strategie, zohledňující místní potřeby a specifika, pak vycházela z identifikace původu všech problémů: vnímání overturismu v destinaci nezpůsobuje objektivní přehlcení destinace návštěvníky (na vlastních turistických cestách bývá lidí sice hodně, nikoli však tolik, že by si navzájem

překáželi, vytvářeli fronty apod.), ale přehlacení dopravní infrastruktury při příjezdu návštěvníků do destinace. V takovém případě je vhodné řešit vlastní problém posílením přetížené infrastruktury, hledáním alternativních možností dopravy a nikoli regulacemi. Regulace jsou totiž obecně vnímány negativně a poškozují vztahy mezi místními aktéry. Samotnou regulaci však lze skrýt např. za finanční stránku věci, příp. za vyčerpanou kapacitu parkovišť apod.

Z toho vycházela i navržená strategie, která kombinuje tři druhy dopravy na místo (a potenciálního parkování). Jednak jde o zavedení záchytných parkovišť na okraji Jizerských hor, odkud by měly vycházet linky turistických autobusů, které by návštěvníky dopravily na výchozí místo dle jejich výběru. Mělo by se jednat o jasně nejlevnější variantu, nejlépe zdarma, aby návštěvníky motivovala zanechat své vozidlo již zde a nejezdit s ním do hor. Tím by došlo ke snížení dopravní zátěže na místních komunikacích. Návštěvníkům by pak tato varianta nabídla možnost dělat i jiné, než okružní výlety. Druhou možností, jak se do hor dostat, jsou stávající turistická parkoviště v obcích. Tato možnost samozřejmě zůstane zachována. Třetím pilířem strategie je pak rozvoj parkovacích ploch (jak stávajících, tak i nových) při východištích turistických tras, tedy prakticky v přírodě. Vzhledem k tomu, že se jedná o nejkomfortnější variantu, která však je potenciálně ohrožující pro místní přírodu, mělo by se jednat o variantu nejdražší a s omezenou kapacitou. Návrh proto počítá s online rezervačním systémem, kde se každý návštěvník bude muset nejprve objednat, jinak na parkoviště nebude moci vjet. Rezervace by měly celodenní platnost, nezáleželo by tedy na času příjezdu a toto opatření by tak vlastně mělo i regulační charakter. Tento systém by v ideálním případě měly provozovat obce, aby získané peníze byly opět vloženy do péče o území a turistickou infrastrukturu. Na otázku z názvu článku: „Jak si poradit s overturismem bez regulací?“ lze odpovědět, že především přes peněženku návštěvníka, případně přes potřebu rezervace. Dále je třeba si uvědomit, že mnohdy je pojem overturismus nadužíván a problémy v destinaci nepůsobí příliš velký počet návštěvníků, ale spíše nějaký technický nedostatek. Vždy je třeba kriticky zhodnotit, zda určitý kolaps vyvolává skutečně počet návštěvníků, či spíše nedostatky v infrastruktuře, nebo bezohlednost několika málo jedinců. U místních obyvatel se často objevuje NIMBY (not-in-my-backyard) efekt (efekt, při kterém místní obyvatelé protestují proti výstavbě či realizaci obecně prospěšných zařízení, která však nechtějí poblíž jejich domovů), média často z ojedinelého incidentu udělají pravidlo apod. Finanční motivace a dobrá informovanost návštěvníků o aktuální situaci (o počtu volných parkovacích míst apod.) mnohdy mají ve výsledku lepší efekt, než zákazy, na které návštěvník narazí až poté, co do destinace přijede.

Poděkování

Tento článek vznikl díky podpoře projektu „Proaktivní řešení negativních vlivů overturismu“, reg. č. TL03000020. Poskytovatelem podpory je Technologická agentura České republiky, program Éta.

Literatura

- Aleksandrova, A. Y., Bobylev, S. N., Solovyeva, S. V., & Khovavko, I. Y. (2021). Overtourism at Baikal: Problems and Ways of Addressing Them. *Geography and Natural Resources*, 42(3), 248-257. DOI: 10.1134/S1875372821030033
- Barbhuiya, M. R. (2021). Overtourism in Indian cities: a case study of Nainital. *International Journal of Tourism Cities*, 7(3), 702-724. DOI: 10.1108/IJTC-08-2019-0148
- Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S., & van der Borg, J. (2020). Venice and Overtourism: Simulating Sustainable Development Scenarios through a Tourism Carrying Capacity Model. *Sustainability*, 12(2), 512. DOI: 10.3390/su12020512

- Boháč, A., & Drápela, E. (2022). Overtourism hotspots: both a threat and opportunity for rural tourism. *European Countryside*, 14(1), 157-179. DOI: 10.2478/euco-2022-0009
- Bouchon, F., & Rauscher, M. (2019). Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 598-619. DOI: 10.1108/IJTC-06-2019-0080
- Carballo, R. R., Leon, C. J., & Carballo, M. M. (2019). Fighting overtourism in Lanzarote (Spain). *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 506-515. DOI: 10.1108/WHATT-06-2019-0043
- De Luca, G., Dastgerdi, A. S., Francini, C., & Liberatore, G. (2020). Sustainable Cultural Heritage Planning and Management of Overtourism in Art Cities: Lessons from Atlas World Heritage. *Sustainability*, 12(9), 3929. DOI: 10.3390/su12093929
- Drápela, E., Boháč, A., Böhm, H., & Zágorský, K. (2021). Motivation and Preferences of Visitors in the Bohemian Paradise UNESCO Global Geopark. *Geosciences*, 11(3), 116. DOI: 10.3390/geosciences11030116
- Drápela, E. (2022). Geoheritage and overtourism: a case study from sandstone rock cities in the Czech Republic. *Geological Society of London, Special Publications*, 530. DOI: 10.1144/SP530-2022-102
- Eckert, C., Zacher, D., Pechlaner, H., Namberger, P., & Schmude, J. (2019). Strategies and measures directed towards overtourism: a perspective of European DMOs. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 639-655. DOI: 10.1108/IJTC-12-2018-0102
- Fontanari, M., & Traskevich, A. (2022). Smart-Solutions for Handling Overtourism and Developing Destination Resilience for the Post-Covid-19 Era. *Tourism Planning & Development*, Early Access. DOI: 10.1080/21568316.2022.2056234
- Garcia-Hernandez, M., Ivars-Baidal, J., & de Miguel, S. M. (2019). Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2830. DOI: 10.21138/bage.2830
- Ghaderi, Z., Hall, M. C. M., & Ryan, C. (2022). Overtourism, residents and Iranian rural villages: Voices from a developing country. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism - Research Planning and Management*, 37, 100487. DOI: 10.1016/j.jort.2022.100487
- Gowreesunkar, V., & Seraphin, H. (2019). Conclusion: local communities' quality of life: what strategy to address overtourism? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 627-633. DOI: 10.1108/WHATT-06-2019-0042
- Hall, C. M. (2010). Changing Paradigms and Global Change: From Sustainable to Steady-state Tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 131-143. DOI: 10.1080/02508281.2010.11081629
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926-1944. DOI: 10.1080/09669582.2019.1601732
- Cheung, K. S., & Li, L. H. (2019). Understanding visitor-resident relations in overtourism: developing resilience for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1197-1216. DOI: 10.1080/09669582.2019.1606815
- Lindberg, K., & McCool, S. F. (1998). A critique of environmental carrying capacity as a means of managing the effects of tourism development. *Environmental Conservation*, 25(4), 291-292. DOI: 10.1017/S0376892998000368
- Majdak, P., & de Almeida, A. M. M. (2022). Pre-emptively Managing Overtourism by Promoting Rural Tourism in Low-Density Areas: Lessons from Madeira. *Sustainability*, 14(2), 757. DOI: 10.3390/su14020757

- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84, 103025. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103025
- Valdivielso, J., & Moranta, J. (2019). The social construction of the tourism degrowth discourse in the Balearic Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1876-1892. DOI: 10.1080/09669582.2019.1660670
- Vegniti, R. (2020). Cinque Terre, Italy-a case of place branding: from opportunity to problem for tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 471-483. DOI: 10.1108/WHATT-05-2020-0032

Kontaktní údaje

Mgr. Emil Drápela, Ph.D.
Technická univerzita v Liberci
Katedra geografie
Komenského 314/2, 460 05 Liberec
e-mail: emil.drapela@tul.cz

Historie jako (ne)součást atraktivit cestovního ruchu na municipální úrovni – případová studie města Bechyně

History as a Part (or a Missing Part) of Tourist Attractions on the Municipal Level – a Case Study of the Town of Bechyně

Jiří Dušek

Abstrakt

Předmětem příspěvku je problematika atraktivit cestovního ruchu jako výrazu lokalizačních a realizačních předpokladů území pro rozvoj turismu. Teoretická část se zabývá vymezením kulturně-poznávacího cestovního ruchu, jeho druhy, typy a formami. Analytická část příspěvku se věnuje charakteristice autorem zvolené lokality města Bechyně v turistické oblasti Toulava (Jihočeský kraj), kdy je provedena sumarizace jednotlivých kulturních zdrojů a atraktivit města Bechyně z hlediska využitelnosti v cestovním ruchu v konfrontaci s obsahem strategických dokumentů Jihočeského kraje a turistické oblasti Toulava. Zjištěné atraktivity jsou následně rozčleněné z hlediska možných perspektiv využití „historie“ v cestovním ruchu. Město Bechyně bylo zvoleno z důvodu velmi pestré škály historických atraktivit. Studie jednoznačně prokázala, že nezbytným předpokladem pro realizaci podobné studie je tzv. místní znalost vzhledem k centrálnímu řízení destinačního managementu na úrovni turistické oblasti Toulava, kdy řada nadregionálně významných atraktivit Bechyně je ve strategických dokumentech i v praxi zcela opominuta. Příspěvek se též zaměřuje formou SWOT analýzy na problémy lokální (ne)spolupráce jednotlivých shareholders. Závěrem příspěvku jsou vymezena doporučení, která mají za cíl pozvednout úroveň současných turistických produktů města Bechyně a upozornit na opomíjené atraktivity.

Klíčová slova: Atraktivity. Bechyně. Cestovní ruch. Historie. Produkt. Případová studie.

Abstract

The subject of this paper is the tourist attractions as an expression of the predispositions of the territory for the development of tourism as regards localization and realization. The theoretical part deals with the definition of cultural-cognitive tourism, its kinds, types and forms. The analytical part of the paper deals with the characteristics of the town of Bechyně in the Toulava tourist region (South Bohemian Region), selected by the author. It includes a summary of the individual cultural resources and attractions of the town of Bechyně in terms of their usability in tourism in confrontation with the content of the strategic documents of the South Bohemian Region and the Toulava tourist region. The attractions which have been identified are subsequently divided in terms of possible prospects of using “history” in tourism. The town of Bechyně has been chosen because of a very diverse range of its historical attractions. The study has clearly demonstrated that the essential prerequisite for the implementation of a similar study is the knowledge of the local area as opposed to the central control of destination management on the level of the Toulava tourist area, when a number of significant attractions of Bechyně reach beyond the boundaries of the region but are completely overlooked both in strategic documents and in practice. In the form of the SWOT analysis, the paper also focuses on the issues of local cooperation (or lack of

communication) between various shareholders. Finally, the paper includes recommendations which are supposed to raise the level of current tourist products of the town of Bechyně and to draw attention to the neglected attractions of the town.

Keywords: Attractions. Bechyně. Tourism. History. Case study.

Úvod

V odborné literatuře se můžeme setkat s řadou členění cestovního ruchu podle forem a druhů cestovního ruchu. Při určování formy cestovního ruchu přihlížíme především k motivům účasti na cestovním ruchu. Podrobnější určení vlastního průběhu cestovního ruchu pak udává jeho druhové určení, které zachycuje jeho průběh a vlastní realizaci v závislosti na ekonomických, sociálních, geografických či jiných podmínkách, s přihlédnutím k výsledným efektům a účinkům (Indrová et al., 2008). Například Bernecker (viz Vystoupil, Šauer, 2006) člení cestovní ruch na druhy a formy, kde jako rozhodující kritérium používá motivaci prostředí. Vzhledem k nejednotnosti výkladu různých autorů vymezuje Malá (2007) následující kritéria pro určení typu cestovního ruchu: převažující motivace účasti, místo realizace, vztah k platební bilanci státu, délka pobytu, způsob zabezpečení cesty a pobytu, počet účastníků, způsob financování, věk účastníků, převažující prostředí pobytu, ostatní.

Holeček, Mariot a Střída (1999) pod druhy cestovního ruchu řadí motivy a pod formy cestovního ruchu různé způsoby realizace, mnoho autorů zastává opačné dělení, tedy pod druhy realizace a pod formy motivy, například Drobná a Morávková (2004), Pásková a Zelenka (2002) nebo Galvasová (2008), blíže viz Kebza (2015). Typy cestovního ruchu lze ve stručnosti charakterizovat jako soubor aktivit cestovního ruchu majících konkrétní podobu a určitý svébytný charakter (Galvasová et al., 2008). Druhy cestovního ruchu jsou v čase dynamické a velmi se liší. Typy cestovního ruchu prezentované v daném období jsou generovány hlavně potřebami jeho cílů, úrovní kulturní a společenské vybavenosti a existujícími dopravními prostředky (Tureac, Turtureanu, 2008). Přehledy jednotlivých typů cestovního ruchu tak nejsou v čase konečné, ale neustále vznikají nové. Tyto nové typy cestovního ruchu vznikají zejména v souvislosti s nárůstem podílu volného času, s lidskou touhou po nových způsobech trávení volného času, netradičních zážitcích a také i díky technickému pokroku. Typy cestovního ruchu mají veliký význam zejména pro samotné zacílení a nalákání návštěvníků do daného území. Každý typ má svá specifika, která se odrážejí zejména od jeho charakteru. Každý má také jiné nároky na dispozice prostředí, infrastrukturu, lidské zdroje či na chování jednotlivých aktérů při jejich rozvoji. (Galvasová et al., 2008). Obecně lze rozlišit šest typů cestovního ruchu (Tureac, Turtureanu, 2008): relaxační cestovní ruch, relaxační a zdravotní turistika, návštěvní cestovní ruch, tranzitní cestovní ruch, cestovní ruch na kratší vzdálenosti, profesionální cestovní ruch. Oproti tomu např. server Colorwhistle (2023) definuje až 63 různých a unikátních typů cestovního ruchu. Členění cestovního ruchu jsou dle Lindnerové (2013) značně strukturované a není z nich zcela jasný rozdíl mezi formou a typem cestovního ruchu. Typy cestovního ruchu mají dle Galvasové et al. (2008) veliký význam zejména pro samotné zacílení a nalákání návštěvníků do daného území. Každý typ má svá specifika, která se odrážejí zejména od jeho charakteru. Každý typ vyžaduje jiné nároky na dispozice prostředí, infrastrukturu, lidské zdroje či na chování jednotlivých aktérů při jejich rozvoji. Jako jednu ze základních forem turistického ruchu lze označit dle Ryglóvé (2005) kulturní, případně kulturně-poznávací cestovní ruch.

Kulturně-poznávací cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch je vnímán jako samostatná produktová kategorie teprve od konce 70. let 20. století. Zpočátku se myslelo, že se týká malé skupiny vzdělanějších a bohatších lidí, kteří hledají něco

více než klasický písek, slunce a prázdniny u moře. Podle odborné literatury se prý v současnosti považuje, v závislosti na typu destinace, 35-70 % mezinárodních turistů za kulturní turisty (McKercher a du Cros, 2002). Kulturní cestovní ruch znamená cestování za zážitky na místa a za aktivitami, které autenticky představují příběhy a lidi z minulosti i současnosti (McKercher a du Cros, 2002). Odborná literatura rozdělila jednotlivé varianty definic kulturně-poznávacího cestovního ruchu do širších kategorií (Kesner et al., 2008):

- motivační definice – odborná veřejnost je přesvědčena, že kulturní turisté jsou motivováni k cestování jinými důvody než ostatní turisté. Proto tím, co kulturně-poznávací cestovní ruch odlišuje, je právě motivace.
- prožitková definice – kulturně-poznávací cestovní ruch je též zážitkovou aktivitou, minimálně umožňuje zážitek z dotýkání se unikátního sociálního tkaniva, tradice a speciálního charakteru místa, je možné doufat, že díky kulturnímu prožitku se turisté více vzdělají a zabaví, budou mít možnost naučit se něco o významu místa a jeho spojení s místní komunitou, jeho tradicemi a s kulturní a přírodní krajinou.

Světová organizace cestovního ruchu definuje kulturně-poznávací cestovní ruch jako „pohyb osob především z kulturních důvodů: jako jsou studijní cesta, umělecké představení, kulturní zájezd, cestování na festival a další akce, návštěva památek a sídel, cesta za poznáváním přírody, folklórem, uměním či poutěmi“. Ve skutečnosti se kulturně-poznávací cestovní ruch stal „deštníkem“ pro široký rozsah tematických aktivit, včetně historického, etnického, uměleckého, muzeálního cestovního ruchu a dalších (McKercher a du Cros, 2002).

Kulturně-poznávací cestovní ruch je velmi různorodý typ cestovního ruchu, který disponuje významným výchovně-vzdělávacím podtextem a přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva, velmi často je označován také jako kulturně-společenský cestovní ruch. Cíle tohoto typu cestovního ruchu se do značné míry liší. Může se jednat o kulturní krajinu, zajímavá místa i hrady a zámky. Kulturně-poznávací cestovní ruch, který představuje aktivitu, která různými způsoby a prostřednictvím různých prostředků saturuje především duchovní potřeby lidí, jako jsou vzdělávání, poznávání či rozptýlení (a další), a jehož technickou základnu vytvářejí kulturně historické objekty, kulturní a osvětová zařízení či společenská a zábavní centra, převládá v příjezdovém cestovním ruchu do České republiky. V praxi se v čisté podobě tento typ cestovního ruchu vyskytuje velmi zřídka, obecně je vždy kombinován s poutním, kongresovým, pobytovým či lázeňským cestovním ruchem. Kulturně-poznávací cestovní ruch je tedy jednou ze základních forem cestovního ruchu. Je přímo spojena s poznáváním kulturního dědictví, kultury, zvyků, tradic a způsobu života rezidentů navštívené destinace. Četná je tak návštěva muzeí, galerií, výstav, archeologických lokalit, filmových či hudebních festivalů či folklorních akcí. Kombinovány jsou prvky vzdělávání se zábavou, kdy nutným předpokladem je ochota dozvědět se něco nového (Lochmanová, 2015).

Kulturní bohatství ztělesněné památkami, muzejními sbírkami a kulturními tradicemi je nejen neodmyslitelnou součástí většiny českých regionů, měst a mnoha obcí, ale patří také k jejich největším aktivům. Po roce 1989 bylo vynaloženo značné úsilí a prostředky na nápravu škod, způsobených desetiletí trvajícím chátráním a zanedbáváním kulturního dědictví. Náprava škod ještě není dokončena, ale už se objevují relevantní dotazy, jak se obnovené kulturní dědictví efektivně a adekvátně využije. Samo zajištění obnovy a existence památek a muzeí předpokládá nalezení optimálního způsobu jejich prezentace veřejnosti a ve většině případů jejich transformaci do podoby kulturní destinace. Cestovní ruch je již dnes jedním z nejvýznamnějších odvětví ekonomiky ČR, avšak rezervy v jeho rozvoji jsou stále obrovské. To platí prvořadě právě o kulturním cestovním ruchu, jehož budoucnost vyžaduje koordinované úsilí majitelů a provozovatelů kulturních zdrojů a

komerčních subjektů v cestovním ruchu. Procesy regenerace a transformace jsou náročné. Předpokládají nejen dostatečnou investici, ale především tvůrčí myšlení a plně profesionální přístup, který se opírá o metody a postupy, které jsou již ve světě vyzkoušené. Přístup k prostředkům strukturálních fondů EU otevřel pro česká města a obce novou perspektivu financování rozvoje jejich kulturního kapitálu, ale současně zvýraznil nutnost profesionalizace této činnosti (Kesner et al., 2008, viz též Jarolímková, Vaníček, 2020, nebo Richards, 1996). Více o problémech regionální ekonomiky, cestovního ruchu a regionálního rozvoje např. Žárska (2009), Měrtlová (2012), Ivančík, Nečas (2013), Novotná, Volek, Alina (2014), Papcunová, Urbaníková, Korenková (2016), Hrvoňová a kol. (2017), Krásna et al. (2018), Barnová, Krásna (2018), Porvazník, Ljudvigová a Čajková (2018), Čajková, Jankelová, Masár (2021) atd.

Data a metody

Hodnocením potenciálu cestovního ruchu jako výrazu lokalizačních a realizačních předpokladů území pro rozvoj turismu se dle Klapky, Novákové a Frantála (2008), metodologicky zabývají např. Bartkowski (1977), Warszyńska (1979), Mariot (1983), v ČR pak Bína (2002), Vystoupil et al. (2006). Problematika hodnocení lokalizačního potenciálu cestovního ruchu se v zásadě člení na hodnocení přírodních předpokladů pro uskutečnění cestovního ruchu a hodnocení kulturních či kulturně-historických předpokladů pro realizaci cestovního ruchu. Předkládaný příspěvek se věnuje hodnocení kulturně-historického potenciálu se zaměřením na atraktivitu modelové oblasti města Bechyně, nacházející se v okrese Tábor v Jihočeském kraji, devatenáct kilometrů jihozápadně od Tábora na soutoku Smutné a řeky Lužnice. Analytická část příspěvku se věnuje analýze možných perspektiv využití místních atraktivit a „historie“ v cestovním ruchu (lázeňská, architektonická, technická, funerální, sakrální, přírodní, židovská historie atd.) ve vybrané municipalitě. Město Bechyně bylo zvoleno z důvodu velmi pestré škály historických atraktivit, na základě kterých je možné vytvářet nové či inovovat stávající produkty cestovního ruchu. Nezbytným předpokladem pro realizaci studie je tzv. místní znalost vzhledem k centrálnímu řízení destinačního managementu na úrovni turistické oblasti Toulava. Příspěvek se též zaměřuje na problémy lokální spolupráce jednotlivých shareholders a stakeholders a z toho vyplývajících dopadů. Zmíněna je pozice města Bechyně ve strategických plánech rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje a turistické oblasti Toulava. Závěrem příspěvku jsou vymezena doporučení, která mají za cíl pozvednout úroveň současných turistických produktů města Bechyně a upozornit na nevyužívané a opomíjené atraktivitu města.

Charakteristika města Bechyně a turistické oblasti Toulava

Už v pradávných dobách bylo v místech nynějšího bechyňského hradu opevněné hradiště. Kolem něho vznikala potom osada. Kosma vypravuje, že byla důležitou stanicí na zemské stezce, která vedla do Rakous. J. K. Hraše tvrdí, že tato stezka vedla z Prahy na Orlík, Milevsko, Sepekov přes Srlín, Rataje, Lhotu Haškovcovu do Bechyně a Soběslavě, kde se připojovala na lundskou stezku. Arnošt Chleborád ve svém *Popisu okresu bechyňského* píše, že Bechyně byla po založení pražského biskupství sídlem bechyňského arcijáhenství, k němuž náleželo sedm děkanství: bechyňské, vltavské, chýnovské, doudlebské, volyňské, božeňské a prácheňské. Bechyně byla založena českým králem Janem Lucemburským roku 1323 a je do dávných časů počítána k nejzajímavějším osadám v Čechách. Ohrazení nové osady provedl podkomoří českého království Oldřich Pluh z Rabštejna. K obnově opevnění došlo po husitských válkách na konci 15. století. Najdeme je na severní a západní straně. V severní hradební zdi je dosud zachováno 12 pětibokých bašt, vzdálených od sebe 25 metrů. Velká brána stávala mezi obchodním domem Zuzana a vinárnou U Hradeb, zbořena byla před polovinou 19. století. Nejstarší památkou v Bechyni je rozsáhlý hrad, postavený českým králem

Přemyslem Otakarem II. po roce 1268 na místě bývalého župního hradu. Stavba Otakarova je tedy nejstarším a základním pilířem zámku. Bechyňský hrad byl později různými majiteli rozšiřován a přestavován. Poslední výraznou přestavbu provedl slavný jihočeský velmož Petr Vok z Rožmberka v letech 1561 až 1587. V roce 1592 Petr Vok přesídlil do Krumlova a Bechyni poté získal rod Šternberků. Šternberkové zde zůstali až do počátku 18. století, kdy jejich jihočeská větev vymřela po meči. Poslední z rodu, Marie Terezie ze Šternberka, se v roce 1715 provdala za říšského hraběte Jana Leopolda z Paaru. Paarové zasáhli do dějin Bechyně na více jak dvě stě let. Rozšířili zámecký komplex a v jeho okolí vytvořili anglický park. Přinesli do města první průmysl. Věhlas si získala knížecí továrna na výrobu kamen a keramických předmětů, založená roku 1875. Bechyně byla při svém zrodu z dvanácti českých měst nejjižnějším krajským městem. V celistvosti se udržel bechyňský kraj až do roku 1751. V tomto roce byl rozdělen na dva kraje: budějovický a táborský. V okolí Bechyně najdou milovníci turistiky lokality s dobře značenými stezkami jak pro pěší, tak pro cykloturisty. Často navštěvovaným místem je údolí Lužnice pod Bechyní, kde skalní masiv obklopující řeku vytváří mimořádně romantická místa. Řeka Lužnice je rájem rybářů a vodáků (W Partner, 2009). Od 90. let 20. století městu ubylo kolem 1 500 obyvatel, hlavní odliv nastal po zrušení vojenského letiště v roce 1993. K 1. 1. 2022 má Bechyně již jen 4 876 obyvatel, dlouhodobý pokles počtu obyvatel společně s úbytkem služeb se tak stává stěžejním problémem města. Město je součástí turistické oblasti Toulava, jež se rozkládá na pomezí jižních a středních Čech. Centrem turistické oblasti je město Tábor. Vznik turistické oblasti iniciovalo občanské sdružení MAS Krajina srdce ve spolupráci s Moníncem s.r.o. v návaznosti na připravovaný zákon o cestovním ruchu. Již od června 2011 byly vyvíjeny různé aktivity od diskusního fóra na Monínci, po založení pracovní skupiny, která měla, mimo jiné, za úkol založení skupiny pro destinační management a realizaci konkrétních marketingových aktivit pro zviditelnění oblasti (viz MAS Střední Povltaví, 2014). V rámci destinace Toulava je jen jedno centrum nadregionálního významu, a to je Tábor, především z pohledu historie, památek a správního centra severní části Jihočeského kraje. Z určitého pohledu má i Bechyně nadregionální charakter díky lázním. Mezi silné stránky destinace patří dle Vaníčka et al. (2022):

- pestrá nabídka turistických cílů a turistických atraktivit na celém území regionu Toulava, ucelený a pro turistu plošně uchopitelný prostor,
- velké množství přírodních a kulturních památek a chráněných přírodních území, řada naučných stezek, poměrně velké množství eventů v průběhu celého roku,
- vhodné podmínky pro trávení letní i zimní dovolené i pro pobyt mimo hlavní turistickou sezonu, dobré podmínky pro zimní a vodní sporty, vodní turistiku, cykloturistiku, hypoturistiku a agroturistiku, množství objektů individuální rekreace,
- silná vazba regionu Toulava na další části jižních Čech, ale i části středních a západních Čech, což by umožnilo vhodné rozšíření nabídky dalších turistických cílů.

Na straně druhé se jedná o území historicky chudé na socioekonomický rozvoj. Z těchto důvodů nedisponuje ani výraznými společenskými atraktivitami. Ze *Strategického plánu rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava 2014–2024* sice vyplývá, že Bechyně disponuje celoroční atraktivitou kulturní a společenské nabídky, vedení města by však mělo rozvoji turismu věnovat větší pozornost a využít všechny dostupné zdroje a atraktivity území.

Jednotlivé kulturní zdroje a atraktivity Bechyně z hlediska využitelnosti v cestovním ruchu

Významnou úlohu v koordinaci a řízení cestovního ruchu v Jihočeském kraji má Jihočeská centrála cestovního ruchu, příspěvková organizace Jihočeského kraje, která vytváří podporu domácího a příjezdového cestovního ruchu a vykonává funkci krajského destinačního managementu pro destinaci Jižní Čechy. Hlavním cílem je realizace projektů zaměřených na rozvoj turistické nabídky a

prezentace regionu jako turisticky atraktivní destinace v tuzemsku i zahraničí. Pro efektivnější koordinaci cestovního ruchu na celém území kraje jsou jižní Čechy rozděleny na jednotlivé turistické oblasti. Rozdělení je dáno *Koncepcí cestovního ruchu v Jihočeském kraji 2021–2030*, schválenou dne 9. 9. 2021 zastupitelstvem kraje. Na území kraje se nachází 9 turistických oblastí, které pokrývají téměř celou jeho plochu (Budějovicko, Česká Kanada, Český Krumlov Region, Lipensko, Novohradsko-Doudlebsko, Písecko-Blatensko-Strakonicko-Vodňansko, Šumavsko, Toulava, Třeboňsko). Na straně jedné přináší centralizovaný destinační management možnost koncepčně propagovat oblasti kraje jako jeden celek (Jižní Čechy) a umožňuje propagovat i turisticky a ekonomicky „slabší“ oblasti, jejichž města a obce by nebyly schopny venkovský cestovní ruch rozvíjet. Nevýhodou centralizace je opomíjení či neznalost řady místních a unikátních atraktivit, které by mohly významným způsobem akcelarovat rozvoj lokálního cestovního ruchu a přispět k vytvoření nových produktů/služeb cestovního ruchu v dané destinaci. Například v rámci turistické oblasti Toulava je u samotného města Bechyně propagováno celkem 18 turistických atraktivit, *Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030* pak zmiňuje celkem jen 16 atraktivit. Rozdíl mezi oběma čísly není v Bečyni na první pohled významný, ve skutečnosti je však počet atraktivit mnohem větší (62!!!), protože oba dokumenty opomíjí např. architektonické, technické, funerální či židovské atraktivity. Historické pozadí má ze 62 atraktivit celkem 31, tj. 50 %. Svou roli hraje i nízká aktivita lokálních shareholderů a stakeholderů, díky které se dnes v lázeňském cestovním ruchu traduje, že „*chceš-li jet za zdravím, jeď do Bechyně, chceš-li jet za kulturou jeď do Třeboně*“. V rámci městského úřadu nemá cestovní ruch v gesci konkrétní osoba, dílčí (a s ostatními subjekty jako jsou Lázně Bechyně, Panství Bechyně, SUPŠ Bechyně atd., většinou nekoordinované) aktivity jsou realizovány na úrovni Městského informačního centra či Kulturního domu Bechyně. Nyní se tedy zaměříme na všechny kulturní zdroje-atraktivity z pohledu jejich potenciální využitelnosti pro cestovní ruch. Podle Kesnera et al. (2008) to znamená, že půjde o historické a kulturní památky, jejichž vnitřní hodnota a kulturní a historický význam pro společnost již byly památkáři definovány. Z toho důvodu se např. parametrem unikátnosti (čím je památka unikátní a proč) tento příspěvek nebude podobně zabývat. Odborná literatura mezi kulturní zdroje řadí: archeologická naleziště, muzea, hrady, zámky, historické budovy, významné budovy spojené s historickými osobnostmi, zříceniny, umění, sochařství, řemesla, galerie, festivaly, slavnosti hudby a tance, folklor, divadla, „původní primitivní“ kultury, subkultury, etnická společenství, kostely, katedrály, historická bojiště, tradiční řemeslné dílny, historická městská centra, náboženské a tradiční poutě, technické památky, významné parky a zahrady a další objekty, místa a nehmotné výsledky lidské činnosti reprezentující člověka a jeho kulturu atd. Kulturní zdroje se rozdělují na tyto typy: objekt, působiště významné osobnosti, událost, lokalita, tradiční výroba (řemeslo), nehmotné dědictví (Moravec, Novotný, Folbergerová, 2006). Každý typ kulturních zdrojů je možné charakterizovat určitými parametry, které mohou být kvantifikovatelné mírou (úrovní) či kvalifikovatelné rozsahem (kvalitou), které jsou pro daný typ kulturního zdroje charakteristické, což umožní posoudit slabé a silné stránky a příležitosti, které je dobré zohlednit při tvorbě produktu kulturně-poznávacího cestovního ruchu využívajícího daný typ kulturního zdroje (Kesner et al., 2008).

Tabulka 1: Atraktivity cestovního ruchu ve městě Bechyni

Kulturně-historické atraktivity		
zámky, hrady, zříceniny, tvrze	1	Zámek Bechyně (NN)
muzea, galerie, lidové tradice a dílny	9	Alšova jihočeská galerie – Mezinárodní muzeum keramiky Bechyně (NN), Hasičské muzeum (N), Městské muzeum Bechyně (L), Muzeum turistiky (L), Muzeum Vladimíra Preclíka (N), Remíza v Bechyni (L), Alka galerie (L), Galvína – prodejní galerie (L), Bechyňská keramika (N)
kláštery, kostely, modlitebny, hrobky	4	děkanský kostel sv. Matěje (N), hřbitovní kostel sv. Michaela (L), klášter františkánů s kostelem Nanebevzetí Panny Marie (N), paarovská hrobka (N)
města s hradbami, radnice, podzemní chodby	1	město Bechyně (město s hradbami) (N)
vyhlídkové věže	1	věž kostela sv. Matěje (N)
pivovary	1	Keras Bechyně (L)
další	8	jez Dolní mlýn (L), jez Horní mlýn (L), Lázně Bechyně (N), městská památková zóna (N), soubor 20 slavných vil a domů v Bechyni (N), Starý hřbitov (N), SUPŠ Bechyně (N), Židovský hřbitov (NN)
Turisticky významné technické atraktivity		
technické provozy	1	Via ferrata (L)
lomy	1	opuštěný jámový lom (L)
továrny	2	Micro-Epsilon Czech Republic (N), továrna na keramiku Laufen (N)
železnice	1	Křížíkova dráha Tábor–Bechyně (tzv. Elinka) (NN)
mosty	1	Most Bechyňská duha (N)
Naučné stezky		
Počet naučných stezek	4	NS Bechyňka (L), NS Bechyňské vyhlídky (L), NS Po stopách starého opevnění (L), Stezka na Onen Svět (L)
Délka naučných stezek (km)	99	24 km + 3 km + 4 km + 68 km
Pěší turisticky značené trasy		
Počet pěších turistických značených tras	9	Bechyňské vyhlídky okruh (L) Na starou plovárnu, kolem vodopádu, k novému hřbitovu a zpět (L) Okolo Obůrky (L) Okruh Židovou strouhou (L) Okruh přes Dubový vrch (L) Bechyně – Haškovecova Lhota – Rataje – Radětice – Bechyně (L) Bechyně – Dobronice – Stádlec – Dobronice – Haš.Lhota – Bechyně (L) Poutní stezky Toulavy (Klokoty, klášter Milevsko, klášter Bechyně) (N) Stezka údolím Lužnice Toulavou (Planá nad Lužnicí – Sezimovo Ústí – Tábor – Bechyně – Týn nad Vltavou) (L)
Délka pěších turistických značených tras (km)	239	4 + 5 + 7 + 11 + 14 + 20 + 23 + 55 + 100 km
Cyklotrasy		
Počet cyklotras	6	Bechyně – Sudoměřice – Dudov – Třebelice – Dobronice – Bechyně (L) Bechyně – Radětice – Bernartice – Borovany – Dražič – Bechyně (L) Bechyně – Stádlecký řetězový most – Čenkov – Bechyně (L) Bechyně – Bechyňská Smoleč – Vyhnance – Svinky – Klečaty – Březnice – Bechyně (L) Bechyně – Koloděje – Týn nad Vlt. – Černická obora – Bechyně (L) Bechyně – Bernartice – Sepekov – Opařany – Bechyně (L)
Délka cyklotras (v km)	222	31 + 33 + 36 + 36 + 43 + 43 km
Kongresové a konferenční kapacity		
Počet subjektů	1	Zámecký resort (kapacita 1 500 míst) (N)
Počet pravidelně organizovaných klíčových eventů (akcí) v destinaci		
Kulturní akce	7	Bechyňská pouť ke cti Panny Marie Nanebevzaté (L), Divadlo v trávě (L), Bechyňské doteky (L), Bechyňské perlení (L), Keramické trhy Bechyně (L), Léto na Bechyňce (N), Zářečská pouť (L)
Sportovní akce	4	Bechyňské schody (L), Koloběžková Grand prix (L), Pochod Údolím Židovy strouhy (L), Pochod a cyklojízda Bechyňská osma (L)

Poznámka: význam atraktivity lokální (L), národní (N), nadnárodní (NN)

Zdroj: Struktura tabulky zvolena dle Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030 (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2021), vlastní analýza a zpracování.

Tabulka 2: „Historické“ atraktivity cestovního ruchu ve městě Bechyni

Funerální atraktivity	3	hřbitovní kostel sv. Michaela (L), paarovská hrobka (N), Starý hřbitov (N)
Městská architektura	7	jez Dolní mlýn (L), jez Horní mlýn (L), Lázně Bechyně (N), město Bechyně (město s hradbami) (N), městská památková zóna (N), NS Po stopách starého opevnění (L), soubor 20 slavných vil a domů v Bechyni (N)
Sakrální atraktivity	4	Bechyňská pouť ke cti Panny Marie Nanebevzaté (L), děkanský kostel sv. Matěje (N), klášter františkánů s kostelem Nanebevzetí Panny Marie (N), Poutní stezky Toulavy (Klokoty, klášter Milevsko, klášter Bechyně) (N)
Technické atraktivity	6	Hasičské muzeum (N), Křižíkova dráha Tábor–Bechyně (NN), Léto na Bechyňce (N), Most Bechyňská duha (N), NS Bechyňka (L), Remíza v Bechyni (L)
Zámky	1	Zámek Bechyně (NN)
Židovské atraktivity	2	Muzeum turistiky (bývalá synagoga) (L), Židovský hřbitov (NN)
Ostatní památky a atraktivity	8	Alšova jihočeská galerie – Mezinárodní muzeum keramiky Bechyně (NN), Keramické trhy Bechyně (L), Městské muzeum Bechyně (L), Muzeum Vladimíra Preclíka (N), NS Bechyňské vyhlídky (L), Stezka na Onen Svět (L), SUPŠ Bechyně (N), věž kostela sv. Matěje (N)

Poznámka: význam atraktivity lokální (L), národní (N), nadnárodní (NN)

Zdroj: Vlastní zpracování, členění dle Czechtourism.

Tabulka 3: SWOT analýza cestovního ruchu ve městě Bechyni

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • bohatá historie • pestrá nabídka 62 turistických cílů a turistických atraktivit (50 % s historickým pozadím, 4 NN význam) • velké množství přírodních a kulturních památek a chráněných přírodních území, řada naučných stezek • rozvinuté tradiční lázeňství • dopravní dostupnost • hustá síť turistických tras a cyklotras • architektonicky cenné stavby • městská památková zóna Bechyně • ucelený a pro turistu plošně uchopitelný prostor města • množství muzeí nadregionálního významu • množství eventů v průběhu celého roku • vhodné podmínky pro trávení letní i zimní dovolené i pro pobyt mimo hlavní turistickou sezonu • dobrá dopravní dostupnost • region Toulavy je stále vnímán v celé ČR jako oblast vhodná pro trávení domácí delší i kratší dovolené i cílem pro výlety s velkým podílem dalších forem dopravy • silná vazba regionu Toulava na další části jižních Čech jako vhodné rozšíření nabídky dalších turistických cílů 	<ul style="list-style-type: none"> • přílišná sezonnost návštěv, primárně tuzemští návštěvníci • klesající počet návštěvníků, kteří v regionu tráví dovolenou, minimální počet zahraničních návštěvníků • území Toulavy není vnímáno jako jedna turistická destinace, nemá vlastní image, pro destinaci Toulava v podstatě neexistuje „corporate identity“ • nekoordinovaná marketingová podpora cestovního ruchu v rámci regionu Toulavy (opomíjení řady atraktivit) • centralizované řízení destinačního managementu Toulavy • minimální propagace na úrovni města • převážně nízká či značně proměnlivá kvalita nabízených služeb pro návštěvníky, proto regionu dávají přednost jen návštěvníci, kteří preferují nízké ceny a ne kvalitu • postupné a dlouhodobé snižování nabídky služeb • malá nabídka a neodlišení produktů cestovního ruchu • absence řízení cestovního ruchu na úrovni města • obecně nedostatečná komunikace mezi „stakeholders“ v rámci destinace, tedy mezi veřejnou správou, podnikatelskou sférou, sdruženími obcí, provozovateli atraktivit pro návštěvníky a správci památkových objektů a přírodních chráněných území
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> • tvorba a nabídka nových inovativních produktů cestovního ruchu, zachycení aktuálních trendů v cestovním ruchu, zvýšení diferenciaci nabídky vůči rostoucí poptávce na trhu cestovního ruchu • zkvalitňování služeb jako zásadního faktoru spokojenosti návštěvníků, využití certifikace a kodexu kvality • výraznější kultivace lidského kapitálu v cestovním ruchu, vzdělávání a motivace pracovníků v cestovním ruchu • aktivace hlubší spolupráce jednotlivých subjektů • spolupráce města s destinačním managementem Toulavy • využít možnost čerpání mimořádných finančních prostředků z národních a mezinárodních fondů (historický rozdíl mezi Bechyní ↓ a Týnem nad Vltavou ↑) 	<ul style="list-style-type: none"> • zhoršení legislativních a finančních podmínek pro podporu cestovního ruchu v rámci ČR, nedostatečná spolupráce v cestovním ruchu na národní a regionální úrovni, zhoršení ekonomické situace obyvatelstva • nepodaří se dostatečně navázat spolupráci veřejných a soukromých subjektů a provozovatelů turistických atraktivit města • podceňování forem trvale udržitelného cestovního ruchu • zhoršování životního prostředí v rámci destinace • pokles návštěvnosti především domácími návštěvníky, kteří zde pobývají na kratší nebo delší dovolené • ukončení/omezení činnosti Lázní Bechyně • ukončení historických jízd Elinky kvůli změně napájení

Zdroj: Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030 (Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2021), Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava 2014–2024 (Vaniček, et al., 2022), vlastní zpracování.

Závěr

Město Bechyni lze z hlediska cestovního ruchu označit za skrytou perlu Jihočeské kraje. Slavná minulost města spojená s Janem Lucemburským, rodem Šternberků a Paarů i osobností Petra Voka za sebe zanechala řadu pozoruhodných památek ukrytých v lesnaté krajině na soutoku řeky Lužnice a říčky Smutné. I přes řadu problémů posledních let spočívajících v dlouhodobém odlivu obyvatelstva a snižování nabídky služeb se jedná o lokalitu nabízející cca 62 turistických cílů a turistických atraktivit, z toho 50 % má historické pozadí. Potenciál mnoha atraktivit zároveň přímo ukazuje i na problematiku destinačního managementu lokality, který je nyní zajišťován v rámci krajské turistické oblasti Toulava. A tak zatímco strategické dokumenty i praxe (např. CzechTourism) pracují s méně než 20 atraktivitami města, nabídka je ve skutečnosti mnohem pestřejší a zajímavější, přičemž se jedná o opomíjené atraktivity často nadregionálního významu (např. k hřbitovnímu kostelu svatého Michaela náleží i starý městský hřbitov, kde se nachází soubor 700 litinových křížů, jenž patří k nejucelenějším a nejlépe dochované souborům v ČR). Z hlediska struktury bechyňských atraktivit patří mezi ty opomíjené i např. architektonická historie města (publikace *Slavné vily a významné domy v Bechyni* byla oceněna na veletrhu cestovního ruchu Regiony České republiky v roce 2018), funerální historie či osobnostní historie (rodáci a slavné osobnosti spojené s městem typu Františka Křížíka), které se však tento příspěvek nevěnoval. Opomíjet nelze ani uměleckou oblast spjatou se Střední uměleckoprůmyslovou školou (dříve Střední průmyslová škola keramická). Za největší problém destinace vidí autor absenci řízení cestovního ruchu na úrovni města, která by napomohla nejen zviditelnění dalších atraktivit města, ale i katalyzaci vztahů mezi jednotlivými stakeholdery cestovního ruchu. Za klíčové lze považovat propojení a nastartování systémové spolupráce na úrovni města Bechyně-Lázně Bechyně a Panství Bechyně, což by vedlo nejen ke zlepšení destinačního managementu a vzniku nových produktů a služeb cestovního ruchu, ale hlavně k vytvoření ucelené a navzájem propojené nabídky pro krátkodobé i dlouhodobé návštěvníky (např. pacienty v lázních). Zcela nevyužit je v Bechyni potenciál turistické karty Toulavka. V současné době fungují hlavní subjekty izolovaně a nekooperativně (viz např. stěhování Mezinárodního muzea keramiky AJG z prostor zámku, dvojí „nucené“ vystěhování Hasičského muzea, nekomunikace lázní s ostatními subjekty, „konkurence“ soukromého a městského informačního centra atd.). Výsledkem tohoto stavu je omezená schopnost využít dlouhodobě v cestovním ruchu např. různá historická výročí (100 let trati Tábor – Bechyně, 400 let od smrti Petra Voka), kdy se vzhledem k historii a množství atraktivit nabízí vznik pravidelných menších městských slavností. V roce 2023 se v tomto ohledu nabízí výročí 700 let od založení města či 120 let první elektrifikované dráhy z Tábora do Bechyně. Řada kulturních a sportovních akcí ve městě je proto realizována neorganizovaně a živelně bez marketingové podpory města i turistické oblasti Toulava. Dosavadní způsob organizování řady akcí pouze prostřednictvím Kulturního domu nelze považovat za uspokojující. Cestovní ruch by se proto měl vzhledem k současné situaci odlivu obyvatel, úbytku základních služeb a pracovních příležitostí v kontextu obrovského rezervoáru atraktivit stát strategickou oblastí dalšího rozvoje města, chce-li město současný stav minimálně stabilizovat či v lepším případě zlepšit a rozvíjet.

Literatura

- Barnová, S., & Krásna, S. (2018). Digitálne pracoviská v kontexte digitálneho humanizmu. In Š. Majtán, et al. *Aktuálne problémy podnikovej sféry* (pp. 57-62). Bratislava: Ekonóm.
- Bartkowski, T. (1977). *Wypisy do geografii turystycznej. Skrypty 111*. AWF: Poznań.
- Bína, J. (2002). Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. *Urbanismus a územní rozvoj*. 1(5).
- Colorwhistle. (2023). *Types of tourism in the world*. Retrieved from website: <https://colorwhistle.com/types-of-tourism/>

- Čajková, A., Jankelová, N., & Masár, D. (2021). Knowledge Management as a Tool for Increasing the Efficiency of Municipality Management in Slovakia. *Knowledge Management Research & Practice*. DOI: 10.1080/14778238.2021.1895686.
- Drobná, D., & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna.
- Galvasová, I. et al. (2008). *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR.
- Holeček, M., Mariot, P., & Střída, M. (1999). *Zeměpis cestovního ruchu*. Praha: ČGS.
- Hrvoňová, B., Polednáková, A., Szarková, M., Krásna, S., & Marková, J. (2017). *Ekonomické a sociálne nástroje ako faktor tvorby pracovných miest*. Brno: Tribun EU.
- Indrová, J., et al. (2008). *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: MMR ČR.
- Ivančík, R., & Nečas, P. (2013). Theoretical and Methodological Views of Definition of Conflicts. *Security and Defence Quarterly*, 1(1), 17-24.
- Jarolímková, L., & Vaníček, J. (2020). *Kulturní cestovní ruch v České republice*. Praha: VŠE.
- Jihočeská centrála cestovního ruchu. (2021). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2021–2030*. České Budějovice: Jihočeský kraj.
- Kebza, M. (2015). Návštěvnost veřejně přístupných kulturně-historických památek v České republice v roce 2013. *Mladá věda*. 3(1).
- Kesner, L. et al. (2008). *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR.
- Klapka, P., Nováková, E., & Frantál, B. Metodologické přístupy k hodnocení potenciálu cestovního ruchu území. *Miscellanea Geographica*. 14(2008).
- Krásna, S., Gabrhelová, G., Čepelová, S., & Barnová, S. (2018). Selected Aspects of Employees' Job Satisfaction. In Majtán, Š. et al. *Aktuálne problémy podnikovej sféry*. Bratislava: Ekonóm.
- Lindnerová, I. (2013). *Cestovní ruch – základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Lochmanová, A. (2015). *Cestovní ruch*. Praha: Computer Media.
- Malá, V. (2007). Typologie cestovního ruchu. In Indrová J. et al. *Cestovní ruch (základy)* (pp. 17-18). Praha: Oeconomica.
- Mariot, P. (1983). *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda.
- Mckercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism. Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Press, Inc.
- Měrtlová, L. (2012). Porovnání regionálních disparit v regionech České republiky. In *Proceedings of the Conference on 15th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings* (pp. 81-90). Brno: Masarykova univerzita, 2012. WOS:000329432100008.
- Místní akční skupina Střední Povltaví. (2004). *Toulava*. Retrieved from website: <http://www.masstrednipovltavi.cz/toulava/ds-1027/>
- Moravec, I., Novotný, R., & Folbergerová, R. (2006). *Venkovská turistika. Teoretická východiska a možnosti*. Praha: Centrum pro komunitní práci.
- Novotná, M., Volek, T., & Alina, J. (2014). Regional Disparities in Productivity of Small and Medium-Sized Enterprises. In *Proceedings of the Conference on 17th International Colloquium on Regional Sciences* (pp. 757-763). Brno: Masarykova univerzita. WOS:000358536900098.
- Papcunová, V., Urbaníková, M., & Korenková, M. (2016). Financovanie preneseného výkonu štátnej správy na úseku matrik na úrovni miestnej samosprávy v SR. In *Proceedings of the Conference on 19th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings* (pp. 788-795). Brno: Masarykova univerzita. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8273-2016-101.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: MMR ČR.
- Porvazník, J., Ljudvigová, I., & Čajková, A. (2018). Holistic Competence of Leadership and Managerial Subjects. *Politické vedy*, 21(2), 56-77.
- Richards, G., ed. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.

- Rygllová, K. (2005). *Cestovní ruch*. Brno: Brno International Business School.
- Tureac, C., & Turtureanu, A. G. (2008). Types and Forms of Tourism. *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*, 1, 92-103.
- Vaníček, J. et al. (2022). *Strategický plán rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Toulava 2014–2024 (aktualizace z roku 2018 a 2021)*. Krásná Hora nad Vltavou: MAS Sedlčansko.
- Vystoupil, J. et al. (2006). *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: MMR ČR.
- W Partner. (2009). *Historie města Bechyně*. Retrieved from website: <https://www.bechynsko.cz/pametihodnosti/bechyne/>
- Warszyńska, J. (1979). *Ocena atrakcyjności środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki i rekreacji na różnych poziomach i etapach planowania. Skrypty 116*. AWF: Poznań.
- Žárska, E. (2009). Finančná kapacita obce ako determinant rozvoja. In *Teoretické a praktické aspekty veřejných financí*. Praha: Oeconomica.

Kontaktní údaje

doc. Ing. Jiří Dušek, Ph.D.
Vysoká škola evropských a regionálních studií
Katedra managementu veřejné správy
Žižkova tř. 251/6, 370 01 České Budějovice
e-mail: dusek@vsers.cz

Uplatniteľnosť Web Scrapingu v štatistikách cestovného ruchu

Applicability of Web Scraping in Tourism Statistics

Iveta Fodranová, Matúš Mesarčík & Anna Veszprémi Sirotková

Abstrakt

Pandémia COVID-19 výrazne transformovala charakter cestovného ruchu. Stratégie, implementované v boji proti pandémie spôsobili výrazný nárast využívania digitálnych technológií v cestovnom ruchu. Vývoj nových fenoménov v procesoch a vzťahoch cestovného ruchu, tak reagoval na potrebu implementácie digitálnych obchodných praktík, keďže spotrebitelia požadovali digitálnu komunikáciu, online predaj a bezkontaktné riešenia. Tradičná údajová základňa nebola vyvinutá na zachytenie zmien digitalizovaného cestovného ruchu, a preto je nutné hľadať ďalšie zdroje údajov na presnejšie monitorovanie vývoja cestovného ruchu. Riešením by mohlo byť pravidelné dopĺňanie údajov získaných z internetových zdrojov. Avšak zber údajov z internetových portálov môže častokrát zasahovať do súkromia jednotlivcov. Cieľom článku je identifikácia legislatívnych bariér, ktoré určujú podmienky, za akých okolností je možné údaje z webu sťahovať a ako je možné zo stiahnutými údajmi pre účely oficiálnej štatistiky cestovného ruchu nakladať. Hlavnými metódami používanými vo výskumnom procese sú obsahová analýza relevantných publikácií domácich a zahraničných zdrojov. Štúdia poukazuje na názorovú nejednoznačnosť hraníc legality pri extrakcii informácii z bežne dostupných webových stránok.

Kľúčové slová: Web scraping. Internet. Big data. Štatistický systém. Cestovný ruch. Legislatíva.

Abstract

The COVID-19 pandemic has significantly transformed the nature of tourism. The strategies implemented in the fight against the pandemic caused a significant increase in the use of digital technologies in the tourism industry. The development of new phenomena in tourism processes and relationships responded to the need to implement digital business practices, as consumers demanded digital communication, online sales, and contactless solutions. The traditional database was not developed to capture the changes in digitised tourism. Therefore, it is necessary to look for other sources of data to monitor the development of tourism more accurately. The solution could be the regular addition of data obtained from Internet sources. However, data collection from Internet portals can often interfere with the privacy of individuals. This article aims to identify legislative barriers that determine the conditions under which data can be downloaded from the web and how the downloaded data can be handled for official tourism statistics. The main methods used in the research process are content analysis of relevant publications from domestic and foreign sources. The study points to the ambiguity of opinion on the boundaries of legality when extracting information from commonly available websites.

Key words: Web scraping. Internet. Big data. Statistical system. Tourism. Legislation.

Úvod

V informačnej spoločnosti zber údajov pomocou prieskumov stráca na efektívite. Miera odozvy klesá ako v terénnych, tak aj v telefonických prieskumoch. Globalizácia stiera hranice, hospodárska kríza núti podniky aj jednotlivcov svoj čas efektívne využívať. Dopyt po informáciách však stále rastie (Erikson, Haraldsen a Snijkers, 2012).

Ďalším problémom, ktorý komplikuje vykazovanie objektívnych výsledkov je existencia kolaboratívnej ekonomiky. Cestovný ruch je v popredí využívania digitálnych inovácií, a naďalej sa exponenciálnym tempom transformuje na celom svete. Využitie technológií, akými sú takmer univerzálne vysokorýchlostné internetové pripojenie, technológie vyhľadávania a geolokácie, mobilné platby a sociálne platformy vyvolali priam explóziu kolaboratívnej ekonomiky. Pandémia COVID-19 zas urýchlila vývoj nových fenoménov v procesoch a vzťahoch cestovného ruchu, ktoré reagovali na potrebu implementácie digitálnych obchodných praktík, keďže spotrebiteľia požadovali digitálnu komunikáciu, online predaj a bezkontaktné riešenia. Tento vývoj výrazne zvyšuje používanie internetu, ktorý disponuje informačným centrom obsahujúcim rôzne druhy údajov z mnohých rôznych zdrojov. Údaje, ktoré boli pôvodne dostupné len určitým médiám a inštitúciám, sa tak vo veľkom šíria cez kyberpriestor. Internet vyprodukuje každý deň obrovské množstvo údajov nazývaných Big data. Big data môže za určitých podmienok zozbierať každá inštitúcia a použiť ako podporný nástroj na splnenie svojich cieľov.

Zbieranie údajov bolo vždy prioritnou úlohou štatistických orgánov. Jedným zo základných cieľov oficiálnej štatistiky bolo a je poskytovať kvalitné štatistické údaje. Zlepšenie kvality štatistiky by však bolo možno dosiahnuť aj transformáciou existujúcich procesov - modernizáciou informačných a komunikačných technológií, ktoré by využívali údaje z internetu (Adhinugroho a kol., 2020).

Oficiálna štatistika cestovného ruchu v krajinách Európskej únie je tvorená dvoma základnými súbormi údajov. Prvá skupina údajov sa týka kapacity a obsadenosti hromadných ubytovacích zariadení cestovného ruchu – zdrojom informácií sú ubytovacie zariadenia; druhá skupina údajov sa týka dopytu v oblasti cestovného ruchu, najčastejšie prostredníctvom zisťovaní u cestujúcich na hraničných priechodoch alebo prostredníctvom zisťovaní, v ktorých poskytujú údaje domácnosti. Medzi ďalšie oficiálne zdroje štatistík patria štrukturálne podnikové štatistiky, krátkodobé podnikové štatistiky, ktoré môžu poskytovať údaje o tokoch cestovného ruchu a ekonomických výkonoch určitých sektorov v oblasti cestovného ruchu, údaje o zamestnanosti v sektore turistického ruchu, údaje o osobných cestovných príjmoch a výdavkoch z platobnej bilancie, štatistika dopravy (Eurostat, 2017). Zatiaľ čo tradičné štatistiky cestovného ruchu sa zameriavajú predovšetkým na „toky“ (počet návštevníkov, počet prenocovaní atď.), druhý relevantný zdroj údajov o cestovnom ruchu poskytuje Turistický satelitný účet (Tourist Satellite Account, ďalej TSA). TSA kvantifikuje priamy ekonomický vplyv cestovného ruchu na ekonomiku a koľko pracovných miest vytvára. Je založený na systéme národných účtov na meranie priameho ekonomického vplyvu cestovného ruchu. Metodický rámec pozostáva z 10 tabuliek. (IRTS, 2008, p. 77). Satelitný účet je teda v zmysle schválenej metodiky sústavou vzájomne prepojených tabuliek a zostáv, z ktorých každá vyjadruje iný aspekt CR. Táto sústava komplexne prepojuje dopyt po službách a tovaroch CR a ich ponuku medzi (jednotlivými ekonomickými odvetviami (Kuliffay, Škultéty, Heidinger, 2018). TSA obsahuje jedinečnú sadu vzájomne prepojených tabuliek, ktoré zobrazujú veľkosť a rozdelenie rôznych foriem spotreby cestovného ruchu v krajine a príspevky k hrubému domácejmu produktu (HDP), národnému dôchodku, zamestnanosti a iným makroekonomickým ukazovateľom národného hospodárstva. Východiskom zostavenia satelitného účtu cestovného ruchu sa stali údaje o spotrebe návštevníkov v cestovnom ruchu, pomocou ktorých sa vybilancovala produkcia jednotlivých charakteristických a špecifických odvetví zachytených v systéme národných účtov (Orelová, 2018). Význam satelitného účtu je teda v tom, že poskytuje údaje o CR vychádzajúce zo systému národného

účtovníctva, doporučení UNWTO a Štatistickej komisie OSN vládny orgánom. Aj keď Satelitné účty cestovného ruchu predstavujú v súčasnosti najlepší spôsob merania priameho ekonomického prínosu cestovného ruchu, pri ich zostavovaní je nedostatok kvalitných informačných prameňov (Kuliffay, Škultéty, Heidinger, 2018). Východisko pre obohatenie, respektíve doplnenie údajov údajovej základne štatistík cestovného ruchu predstavuje čerpanie údajov z internetu formou web scrapingu. Existuje rad štúdií, ktoré potvrdili prínos web scrapingu dát pre potreby štatistík cestovného ruchu. Oliveira a Baracho (2018) použili dáta zo sociálnych médií pri tvorbe indikátorov rozvoja cestovného ruchu pre potreby štátnych inštitúcií v Brazílii. Putra a Wulandari (2018) využili údaje online cestovných kancelárií na meranie miery obsadenosti izieb na Bali. Belgický štatistický úrad Statbel použil údaje, ktoré získal prostredníctvom Eurostatu od štyroch veľkých platformových spoločností Airbnb, Booking.com, Expedia Group a TripAdvisor, ktoré poskytujú pseudonymizované a súhrnné údaje o všetkých rezerváciách a prenocovaniach, ktoré sa uskutočňujú prostredníctvom ich platforiem na území Belgicka, pri tvorbe oficiálnej štatistiky.

Nové technológie otvárajú nové možnosti pre aj tvorbu štatistiky. Začlenenie internetových zdrojov do pravidelnej tvorby štatistiky a pravidelný zber údajov z internetových portálov súvisiacich s ponukami ubytovania, priebežným sledovaním cien leteniek, železničných lístkov, cien hotelov, vstupeniek na kultúrne či športové podujatia, nákladov na MHD, pohonných hmôt, stravy a vstupeniek až po údaje ako je dopravná plynulosť v miestnej komunikácii, meteorologické údaje, komunikácia o epidemiologických hrozbách a živelných pohromách by napomohol presnejšiemu a promptnejšiemu vykazovaniu účinkov cestovného ruchu. V kombinácii s údajmi získanými od operátorov mobilných sietí by sa mohla kvantifikovať relatívne presná spotreba turistov.

Prehľad literatúry

V minulosti bolo pre výskumníkov a odborníkov z praxe ťažké a nákladné získať údaje (Munzert, Rubba, Meißner a Nyhuis, 2015). S postupom digitalizácie a virtualizácie sa však dostupné údaje na webe pohybujú v miliardách gigabajtov (Cisco, 2016). Analýza týchto údajov umožňuje lepšie pochopenie procesov a javov, ktoré môžu v konečnom dôsledku zvýšiť výkonnosť ekonomiky či zlepšiť nastavenie sociálnych procesov.

Web scraping literatúra sa častejšie zameriava na technickú stránku, etickým aspektom sa venuje len málo autorov (Dreyer a Stockton, 2013; Hirschey, 2014; Snell a Menaldo, 2016; Buchanan, 2017; Krotov a Silva, 2018). V snahe zaplniť túto teoretickú medzeru, sme analyzovali právnu literatúru, avšak možno konštatovať, že s výnimkou niekoľkých blogových príspevkov (Szwed, 2021; Goh, 2021; Campbell, 2019; Lomas 2019) či pohľadov v kontexte práva Spojených štátov amerických (Xiao, 2021; Gold a Latonero, 2018; Parks, 2022 sa tejto téme z pohľadu ochrany osobných údajov nevenuje dostatočná pozornosť. Technická literatúra sa taktiež obmedzuje iba na základnú diskusiu o legislatívnom rámci a potenciálnych riešeniach na obmedzenom priestore (Mancosu a Vegetti, 2020). Ako konštatuje Krotov a kol. (2020): „V právnej a etickej kategórii publikácií sme našli oveľa menej článkov o zoškrabovaní webu v porovnaní s technickou stránkou web scrapingu (Dreyer a Stockton, 2013; Hirschey, 2014; Snell a Menaldo, 2016; Buchanan, 2017; Krotov a Silva, 2018).“ V súvislosti s identifikovanou teoretickou medzerou, ktorá spočíva v absencii štúdií zameraných na legislatívne aspekty web scrapingu, sme sa rozhodli prispieť teoretickou analýzou uvedenej problematiky.

Dáta a metódy

Hlavnými metódami používanými vo výskumnom procese sú obsahová relačná analýza relevantných publikácií domácich a zahraničných zdrojov. Výskumná metóda bola zvolená na základe jej

potenciálu poskytovať výsledky nielen na úrovni opisu a kvantifikácie zjavných prvkov, ale aj interpretačné a vysvetľujúce závery. Vychádzali sme z:

- Textu všeobecného nariadenia na ochranu osobných údajov (General Data Protection Regulation, ďalej len GDPR), ktoré je všeobecnou právnou úpravou ochrany osobných údajov v Európskej únii;
- Výkladových stanovísk ku zneniu GDPR, ktoré vypracoval Európsky výbor na ochranu údajov (nástupca Article 29 Data Protection Working Party), judikatúry Súdneho dvora Európskej únie, rozhodnutí a usmernení dozorných orgánov pre ochranu osobných údajov, domácej a zahraničnej literatúry.

Predmetom výskumu sú údaje z internetu, stiahnuté z webových stránok. Web scraping je automatická metóda na získanie veľkého množstva údajov z webových stránok. Väčšina týchto údajov sú neštruktúrované údaje vo formáte HTML, ktoré sa potom prevedú na štruktúrované údaje v tabuľkovom procesore alebo databáze, aby sa dali použiť v rôznych aplikáciách. Existuje mnoho rôznych spôsobov, ako vykonať zoškrabovanie webu na získanie údajov z webových stránok. Patrí medzi ne používanie online služieb, konkrétnych rozhraní API (aplikačné programové rozhranie) alebo dokonca vytváranie kódu na zoškrabovanie webu od začiatku (napr. Google, Twitter, Facebook, StackOverflow) umožňuje prístup k ich údajom v štruktúrovanom formáte. Okrem technickej stránky zoškrabovania webu, však existujú nevyriešené otázky, ktoré sa koncentrujú do výskumných problémov: aké údaje možno z webu zbierať a ako je možné so zozbieranými údajmi nakladať. Cieľom našej štúdie bola identifikácia legislatívnych bariér, ktoré určujú podmienky, za akých okolností je možné údaje z webu sťahovať a ako je možné zo stiahnutými údajmi pre účely oficiálnej štatistiky cestovného ruchu nakladať. V súvislosti s cieľom riešenie sme stanovili dve výskumné otázky:

- (1) *Aké údaje, týkajúce sa doplnenia údajov oficiálnej štatistiky cestovného ruchu je možné zoškrabať z internetu bez porušenia legislatívy?*
- (2) *Aké sú možnosti nakladania so stiahnutými údajmi pre účely oficiálnej štatistiky cestovného ruchu?*

Výsledky a diskusia

Právo na ochranu osobných údajov je v zmysle článku 8 Charty základných práv Európskej únie (EÚ) základným ľudským právom. Jeho vyjadrenie a podmienky spracúvania osobných údajov ďalej upravuje GDPR, ktoré je z kvality právneho aktu ako nariadenie priamo uplatniteľné a záväzné v členských štátoch EÚ. Tie si síce mohli určité odchýlky a otázky spracúvania osobných údajov upraviť priamo vo svojich národných právnych poriadkoch, ide ale o veľmi limitovanú množinu právnych vzťahov (pozri napríklad Mesarčík, 2021). Z tohto dôvodu sa v rámci nasledujúcich riadkov budeme venovať primárne legislatívnej úprave a výkladu GDPR.

GDPR sa z hľadiska materiálnej pôsobnosti vzťahuje na proces „spracúvania“ „osobných údajov“ (GDPR, článok 2 ods. 1). Termín spracúvanie je definovaný široko (GDPR, článok 4 bod 2) a v zásade zahŕňa akúkoľvek úmyselnú spracovateľskú operáciu s osobnými údajmi. Web scraping a jeho následné prevedenie do štruktúrovanej formy jednoznačne bude napĺňať definíciu spracúvania podobne, ako napríklad činnosť internetového vyhľadávača a publikácia výsledkov vyhľadávania (Súdny dvor Európskej únie, 2014). Osobné údaje v zmysle článku 4 bodu 1 GDPR predstavujú „akékoľvek informácie týkajúce sa identifikovanej alebo identifikovateľnej fyzickej osoby.“ Predmetné ustanovenie ďalej vymenúva niekoľko identifikátorov „ako je meno, identifikačné číslo, lokalizačné údaje, online identifikátor, alebo odkazom na jeden či viaceré prvky, ktoré sú špecifické pre fyzickú, fyziologickú, genetickú, mentálnu, ekonomickú, kultúrnu alebo sociálnu identitu tejto

fyzickej osoby.“ Kľúčovou časťou definície je otázka, kedy je osoba identifikovateľná. V zmysle usmernení (GDPR, recitál 26 alebo Article 29 Data Protection Working Party, 2007) a judikatúry (Súdny dvor Európskej únie, 2016 a Súdny dvor Európskej únie, 2017) platí, že dotknutá osoba je identifikovateľná vtedy, ak existujú právom dovolené možnosti ju stotožniť a je to zároveň primerane pravdepodobné s ohľadom na dostupnú technológiu a náklady (GDPR, recitál 26). Ide o veľmi široký výklad pojmu osobný údaj, ktorý je ale vždy potrebné posudzovať v konkrétnych súvislostiach. Pri web scrapingu nepochybne bude dochádzať k spracúvaniu osobných údajov turistov alebo zahraničných návštevníkov, či už ich údajov o polohe, ekonomickej alebo sociálnej situácii, ktorá sa dá z ich správania derivovať či údajmi od telekomunikačných operátorov. Subjektom, ktorý je primárne zodpovedný v zmysle GDPR za spracúvanie osobných údajov je prevádzkovateľ – teda subjekt, ktorý určí účely a prostriedky spracúvania (GDPR, článok 4 bod 7). Pri analýze a diskusií možností a limitov web scrapingu z pohľadu GDPR sa zameriame na súlad s požiadavkami na vymedzenie účelu a právneho základu. Je to z toho dôvodu, že tieto aspekty vychádzajú zo základných zásad spracúvania osobných údajov a práve tieto otázky vnímame ako esenciálne pre legálne uchopenie web scrapingu.

Ak chce prevádzkovateľ spracúvať osobné údaje, v prvom rade musí určiť dôvod spracúvania osobných údajov. Dôvodom sa v zmysle legálnej terminológie rozumie účel spracúvania. V zmysle článku 5 ods. 1 písm. b) GDPR „osobné údaje musia byť...získavané na konkrétne určené, výslovne uvedené a legitímne účely a nesmú sa ďalej spracúvať spôsobom, ktorý nie je zlučiteľný s týmito účelmi.“ Účel spracúvania teda musí byť v súlade s právnym poriadkom a transparentne komunikovaný dotknutým osobám. Pri sťahovaní údajov z verejne dostupných zdrojov je nevyhnutné, aby subjekt, ktorý tak robí vymedzil svoj vlastný účel spracúvania. Ten býva spravidla iný, ako účel, v zmysle ktorého boli osobné údaje zverejnené. Štát napríklad zverejňuje osobné údaje verejných funkcionárov alebo konateľov spoločností za účelom vyššej transparentnosti. Užívatelia zdieľajú svoju polohu s prevádzkovateľmi sociálnych sietí za účelom zlepšenia užívateľského komfortu a služieb. Prevádzkovateľ by teda mal mať pre údaje získané web scrapingom vlastný účel. Na túto problematiku upozorňuje aj francúzsky dozorný orgán pre ochranu osobných údajov (CNIL, 2020). V našom prípade pôjde o účel vyhotovenia štatistík v oblasti cestovného ruchu. Je nutné poznamenať, že štatistické účely majú v GDPR špecifický režim (GDPR, článok 89) a považujú sa za tzv. privilegované účely (GDPR, článok 5 ods. 1 písm. b) veta za bodkočiarkou). Prakticky to znamená, že štatistické účely sa riadia jemne voľnejším režimom ako iné účely spracúvania osobných údajov. Zároveň ale poukazujeme na prax dozorného orgánu v Španielsku, v zmysle ktorej sa vyžaduje, aby pri použití osobných údajov z verejne dostupných zdrojov bol účel spracúvania porovnateľný s novým účelom spracúvania (AEPD, 2019). Diskutovaný prípad sa ale týkal spracúvania verejne dostupných údajov za komerčným úmyslom. Podobným spôsobom rozhodol dozorný orgán v Poľsku v prípade registra, ktorý ale stiahol údaje aj z neverejných zdrojov (UODO, 2018). Vyššie uvedená prax však nikdy nebola otestovaná pred Súdnym dvorom EÚ a preto v tejto chvíli nepredstavuje právne záväzný výklad.

Druhým kľúčovým prvkom pre legálnosť spracúvania osobných údajov je vymedzenie právneho základu. Z užšieho pohľadu, aby spracúvanie osobných údajov bolo zákonné, pre každý účel musí prevádzkovateľ určiť právny základ (právny titul). GDPR v zmysle článku 6 rozoznáva šesť právnych základov: súhlas, plnenie zmluvy, zákonná povinnosť, životne dôležitý záujem, verejný záujem alebo oprávnený záujem. Napriek tomu, že štatistické účely predstavujú špecifický účel, máme za to, že napriek tomu by mal byť podporený aj osobitným právnym základom. Ideálnym postupom v zmysle niektorých usmernení (napríklad CNIL, 2020) by malo byť získavanie súhlasov. To je ale prakticky nemožné, keďže web scraping v sebe zahŕňa obrovské množstvo údajov dotknutých osôb a získavanie súhlasu na znovu použitie zverejnených údajov by bolo objektívne nereálne. Navyše,

spomínané usmernenie sa týka používania údajov na účely marketingu, kde je situácia špecifická. Do úvahy preto prichádzajú právne základy verejného záujmu prípadne oprávneného záujmu. Ak by web scraping využíval štátny orgán (napríklad Slovenská agentúra pre cestovný ruch alebo Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky), vieme si predstaviť aj využitie právneho základu v podobe verejného záujmu, avšak podporeného špecifickými ustanoveniami v právnom poriadku Slovenskej republiky. Takýto postup vyžaduje aj článok 6 ods. 3 GDPR. V prípade iných subjektov do úvahy prichádza právny základ oprávneného záujmu, ktorý vyžaduje vykonanie testu prevahy oprávneného záujmu, v ktorom musí prevádzkovateľ vyvážiť svoj sledovaný záujem voči právam, slobodám a záujmom dotknutých osôb. Máme za to, že pri správnom nastavení spracovateľských operácií je možné tento právny základ použiť (analogicky Mancosu a Vegetti, 2020).

Špecifickou situáciou je, ak by v rámci web scrapingu boli stiahnuté aj tzv. citlivé osobné údaje. Tie definuje článok 9 ods. 1 GDPR ako údaje „ktoré odhaľujú rasový alebo etnický pôvod, politické názory, náboženské alebo filozofické presvedčenie alebo členstvo v odborových organizáciách, a spracúvanie genetických údajov, biometrických údajov na individuálnu identifikáciu fyzickej osoby, údajov týkajúcich sa zdravia alebo údajov týkajúcich sa sexuálneho života alebo sexuálnej orientácie fyzickej osoby.“ Ich spracúvanie je vo všeobecnosti zakázané, ak prevádzkovateľ nenapĺňa niektorú z výnimiek podľa článku 9 ods. 2 GDPR. Nad rámec právneho základu podľa článku 6 GDPR tak prevádzkovateľ musí nájsť aj vhodnú výnimku. Pri využití web scrapingu na účely štatistiky cestovného ruchu za vhodné považujeme výnimky pre štatistiku a výskum (GDPR, článok 9 ods. 2 písm. j) prípadne významný verejný záujem (GDPR, článok 9 ods. 2 písm. g). Výnimku v podobe preukázateľne zverejnených osobných údajov (GDPR, článok 9 ods. 2 písm. e) nepovažujeme za vhodnú, nakoľko výkladové stanovisko k diskutovanej výnimke uvádza, že na dokázanie preukázateľnosti uverejnenia údajov bude potrebné splniť vysoké kritéria (European Data Protection Board, 2021). Nevylučujeme ale, že na štatistické účely cestovného ruchu, ktoré sú menej invazívne ako účely komerčné, bude možné túto výnimku nakoniec využiť. Samotný článok 89, ktorý upravuje štatistické účely zvyrazňuje implementáciu „primeraných záruk pre práva a slobody dotknutej osoby.“ Ako príklad je uvedená pseudonymizácia či anonymizácia, ktorá by mohla postačovať na kreovanie štatistík v oblasti cestovného ruchu (zhodne Mancosu a Vegetti, 2020).

Vyššie sme načrtli základné atribúty legálneho web scrapingu na štatistické účely. Množina povinností v zmysle GDPR sa tým prirodzene nenapĺňa. Prevádzkovateľ by mal ďalej zohľadniť požiadavky na minimalizáciu údajov (k tomu napríklad Bechmann a Kim, 2019), nastavenie vhodných dôb uchovávanía, bezpečnosť, zodpovednosť či plnenie informačnej povinnosti voči dotknutým osobám (diskusia k transparentnosti napríklad v Xiao, 2021). Osobitne zdôrazňujeme povinnosť vykonať tzv. posúdenie vplyvu na ochranu údajov podľa článku 35 GDPR, ktoré by malo prevádzkovateľovi pomôcť odhaliť riziká spojené so spracúvaním osobných údajov.

Z pohľadu legislatívy na ochranu osobných údajov je potrebné dbať predovšetkým na správne vymedzenie účelu a právneho základu. V diskusií sme poukázali na možné riziká a riešenia súladu web scrapingu v kontexte GDPR. Podľa nášho názoru je web scraping možné vykonať v súlade s legislatívou a využiť údaje na štatistické účely.

Záver

Web scraping sa stal už pomerne bežnou súčasťou internetových aktivít širokého spektra komerčných a nekomerčných subjektov a je nepravdepodobné, že sa tento spôsob získavania údajov zmení. Avšak, hoci zatiaľ neexistujú jasné právne hranice týkajúce sa zoškrabovania webu, európske pravidlá musia rešpektovať európske hodnoty, ako sú právo na súkromie, transparentnosť a základné práva. Voľne sa môžu zdieľať len neosobné údaje alebo nezvratne anonymizované údaje, pretože ľudia musia mať nad svojimi osobnými údajmi plnú kontrolu a musia byť aj naďalej chránení

európskymi pravidlami, ako je napríklad nariadenie GDPR. Keďže však USA a Čína majú vlastné pravidlá ohľadom prístupu k údajom a k ich využitiu, otvára sa veľký priestor pre vpracovanie globálnych štandardov, ktoré by na jednej strane rešpektovali európske hodnoty, no na druhej strane by zaručili konkurencieschopnosť európskych podnikov. V každom prípade web scraping predstavuje výzvu pre každý formát európskej štatistiky.

Literatúra

- Adhinugroho, Y., Putra, A. P., Luqman, M., Ermawan, G. Y., Mariyah, T. S., & Pramana, S. (2020). Development of online travel Web scraping for tourism statistics in Indonesia. *iR information research*, 25(4).
- AEPD. (2019). PS/00240/2019. Dostupné na: <https://www.aepd.es/es/documento/ps-00240-2019.pdf>.
- Article 29 Data Protection Working Party. (2007). Opinion 4/2007 on the concept of personal data. 01248/07/EN. WP 136.
- Bechmann, A. a Kim, J. (2019). Big Data: A Focus on Social Media Research Dilemmas. In R. Iphofen (Ed.), *Handbook of Research Ethics and Scientific Integrity*. Springer.
- Buchanan, E. (2017). Internet research ethics: Twenty years later. In M. Zimmer & K. Kinder-Kurlanda (Eds.), *Internet research ethics for the social age: New challenges, cases, and contexts* (pp. xxixxxxiii). Bern, Switzerland: Peter Lang International Academic Publishers
- Campbell, F. (2019). Data Scraping – Considering the Privacy Issues. Dostupné na: <https://www.fieldfisher.com/en/services/privacy-security-and-information/privacy-security-and-information-law-blog/data-scraping-considering-the-privacy-issues>.
- CNIL (2020). La réutilisation des données publiquement accessibles en ligne à des fins de démarchage commercial. Dostupné na: <https://www.cnil.fr/fr/la-reutilisation-des-donnees-publiquement-accessibles-en-ligne-des-fins-de-demarchage-commercial>.
- Dreyer, A. J., & Stockton, J. (2013). Internet “data scraping”: A primer for counseling clients. New York Law Journal. Retrieved from <https://www.law.com/newyorklawjournal/almID/1202610687621>
- Erikson. J., Haraldsen, G., & Snijders, G. (2012). Seminar on New Frontiers for Statistical Data Collection. 31 October – 2 November 2012, Geneva, Switzerland.
- European Data Protection Board (2021). Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users. Version 2.0. Adopted on 13 April 2021.
- Eurostat. (2017). Dostupné na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/sk&oldid=353850.
- Freechtling, D. C. (1996). Practical Tourism Forecasting, Butterworth Heinemann. WTO (1999), Tourism 2020 Vision. WTO (2002), Tourism Highlights edition 2003.
- GDPR (General Data Protection Regulation). Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES.
- Goh, S. (2021). Is LinkedIn Scraping GDPR compliant? Dostupné na: <https://nubela.co/blog/is-linkedin-scraping-gdpr-compliant/>.
- Gold, Z., Latonero, M. (2018). *Robots Welcome? Ethical and Legal Considerations for Web Crawling and Scraping*, 13 Wash. J. L. Tech. & Arts 275.
- Hirschey, J. K. (2014). Symbiotic relationships: Pragmatic acceptance of data scraping. Berkeley. *Technology Law Journal*, 29(4), 897-927.
- Krotov, V., & Silva, L. (2018). Legality and ethics of Web scraping. *Proceedings of the 24th Americas Conference on Information Systems*.

- Kuliffay, G., Škultéty, P., & Heidinger, P. (2018). Satelitný účet CR.
- Lomas, N. (2019). Covert data-scraping on watch as EU DPA lays down 'radical' GDPR red-line. Dostupné na: <https://techcrunch.com/2019/03/30/covert-data-scraping-on-watch-as-eu-dpa-lays-down-radical-gdpr-red-line>
- Mancosu, M., & Vegetti, F. (2020). What You Can Scrape and What Is Right to Scrape: A Proposal for a Tool to Collect Public Facebook Data. *Social Media + Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120940703>
- Mesarčík, M. (2021). Potrebujeme nový zákon o ochrane osobných údajov? (1. časť). *Justičná revue*. 73(1), 17-29.
- Oliveira, R.A. de & Baracho, R.M.A. (2018). The development of tourism indicators through the use of social media data: the case of Minas Gerais, Brazil. *Information Research*, 23(4), paper 805. Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/23-4/paper805.html>
- Orelová, A. (2018). *Kvantifikácia cestovného ruchu ako východisko merania jeho účinkov*. Scientia Iuventa 2018.
- Parks, A. M. (2022). Unfair Collection: Reclaiming Control of Publicly Available Personal Information from Data Scrapers, 120 MICH. L. REV. 913 (2022).
- Putra, A. P., & Wulandari, H. (2018). Using big data for accommodation statistics: a new challenge in producing tourism statistics. In *Asia-Pacific Economic Statistics Week 2018: closing the gaps in economic statistics for sustainable development*, Bangkok, 7-11 May, 2018 (pp. 3-19). United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.
- Snell, J., & Menaldo, N. (2016). Web scraping in an era of big data 2.0. Bloomberg BNA. Retrieved from <https://www.perkinscoie.com/images/content/1/5/v2/156775/Snell-web-scraping-BNAI.pdf>. STATBEL. <https://statbel.fgov.be/en/themes/datalab/platform-data-residential-tourism>.
- Súdny dvor Európskej únie. (2014), Rozsudok Súdneho dvora (veľká komora) z 13. mája 2014. Vec C-131/12. Google Spain SL a Google Inc. proti Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) a Mariovi Costejovi Gonzálezovi.
- Súdny dvor Európskej únie. (2016). Rozsudok súdneho dvora (druhá komora) z 19. októbra 2016. Vec C-582/14. Patrick Breyer proti Bundesrepublik Deutschland.
- Súdny dvor Európskej únie (2017), Rozsudok Súdneho dvora (druhá komora) z 20. decembra 2017. Vec C-434/16. Peter Nowak proti Data Protection Commissioner.
- Szwed, P. (2021). Is web scraping legal? A short guide on scraping under EU law. Dostupné na: https://discoverdigitallaw.com/is-web-scraping-legal-short-guide-on-scraping-under-the-eu-jurisdiction/#III_PRIVACY_CONCERNS.
- Tourism Satellite Account in Europe 2019 edition.
- UODO. (2018). ZSPR.421.3.2018. Dostupné na: <https://uodo.gov.pl/en/file/314>.
- Xiao, G (2021). Bad bots: regulating the scraping of public personal information. *Harvard Journal of Law & Technology*. Volume 34, Number 2 Spring 2021.

Kontaktné údaje

Ing. Iveta Fodranová, PhD.

Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta, Katedra cestovného ruchu

Dolnozemska 1, 852 35 Bratislava

e-mail: iveta.fodranova@euba.sk

JUDr. Matúš Mesarčík, PhD., LL.M

Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta

Ústav práva informačných technológií a práva duševného vlastníctva

Šafárikovo nám. 6, 810 00 Bratislava

e-mail: matus.mesarcik@uniba.sk

Anna Veszprémi Sirotková, PhD.,

Ekonomická univerzita, Obchodná fakulta

Katedra cestovného ruchu, Dolnozemska 1, 852 35 Bratislava

e-mail: anna.veszpremi@euba.sk

Hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží na Slovensku pre rozvoj cestovného ruchu

Assessment of the Attractiveness of Historical Water Reservoirs in Slovakia for Tourism Development

Bohuslava Gregorová & Pavel Hronček

Abstrakt

Predmetom výskumu bolo hodnotenie atraktivity vybraných historických vodných nádrží na Slovensku mimo banskoštiavnickej vodohospodárskej sústavy, ktorá je od roku 1993 zapísaná v Zozname kultúrnych a prírodných pamiatok UNESCO. Analýzam sme podrobili Novobanský tajch v Novej Bani (vybudovaný v rokoch 1792-1794), Štampocký tajch (Kamenický rybník) v Pukanci (1768-1770), nádrž Hrončok na Kamenistom potoku pri Čiernom Balogu (1881), Smolnícky (Úhorniansky) tajch (1768), klauzu na Bielom potoku pri Smižanoch (1781) a jazero Turzov pri Gelnici (18. storočie). Hodnotenie atraktivity týchto lokalít pre cestovný ruch vychádzalo z metódy valorizácie. Jej princíp spočíva vo výbere (valorizovaných) znakov, ktorým sme priradili isté charakteristiky a tie ohodnotili počtom bodov podľa ich kvality. Keďže nie všetky posudzované znaky sú rovnako dôležité pre rozvoj cestovného ruchu, vo výsledku bola ich významnosť upravená na základe váh. Atraktivita historických vodných nádrží priamo súvisí s úrovňou rozvoja cestovného ruchu v skúmaných lokalitách. V súčasnosti je vybudované rekreačné stredisko len pri Novobanskom tajchu v Novej Bani a menšie pri Smolníckom tajchu. Pri tajchu Turzov v Gelnici boli od roku 1899 do konca 20. storočia prevádzkované kúpele, ktoré sú dnes v ruinách. Pri nádržiach Biely potok, Hrončok, Turzov a pri Štampockom tajchu sa realizujú len vybrané rekreačné aktivity.

Kľúčové slová: Atraktivita. Cestovný ruch. Existujúce in situ. Historické vodné nádrže. Slovensko. Valorizácia.

Abstract

Main research objective was to evaluate the attractiveness of selected historical water reservoirs in Slovakia outside the Banská Štiavnica water management system, which has been inscribed to the UNESCO World Heritage List already in 1993. We analysed the Novobanský tajch in Nová Baná (built in 1792-1794), Štampocký tajch (Kamenický pond) in Pukanec (1768-1770), the Hrončok water reservoir on the Kamenistý brook near Čierny Balog (1881), the Smolnícky (Úhorniansky) tajch (1768), klauza on the Biely brook near Smižany (1781) and the Turzov pond near Gelnica (18th century). The evaluation of the attractiveness of these localities for tourism was based on the valorization method. Its principle consists in the selection of (valued) characters, to which we assigned certain characteristics and evaluated them with the number of points according to their quality. Since not all assessed characters are equally important for the development of tourism, their significance was adjusted based on the weights. The attractiveness of historic water reservoirs is directly related to the level of tourism development in the studied localities. At present, there is a recreation centre only at the Novobanský tajch in Nová Baňa and a smaller one at the Smolnícky tajch. A spa was operated from 1899 to the end of the 20th century near the Turzov pond in Gelnica,

which is now in ruins. Only selected recreational activities are carried out at the reservoirs of Biely potok, Hrončok, Turzov and the Štampocký tajch.

Key words: Attractiveness. Historical water reservoirs. In situ. Slovakia. Tourism. Valorization.

Úvod

Výstavba vodných nádrží sa na území Západných Karpát, t. j. na území súčasného Slovenska, realizovala predovšetkým v súvislosti s rozvojom dvoch hospodárskych aktivít. Prvou bolo rybníkárstvo (od 12. storočia, ale predovšetkým v 16. storočí) a od 16. respektíve 17. storočia baníctvo. Podľa účelu využitia sa budovalo niekoľko druhov nádrží. Príspevok sa zaoberá dodnes funkčnými vodnými dielami prioritne vybudovanými pre účely baníctva a hutníctva (tajchy), ako aj pre účely plavenia a splavovania dreva (klauzy). Najstaršia písomná zmienka o existencii vodnej nádrže pochádza z roku 1510 a pojednáva o tajchu pri Banskej Štiavnici. Predmetom nášho výskumu sú mladšie dodnes existujúce nádrže, vybudované v 18. a 19. storočí.

V súčasnosti uskutočňujeme v rámci projektu VEGA č. 1/0667/21 *Environmentálne špecifiká životného prostredia vybraných montánných vodohospodárskych systémov na Slovensku* komplexný a systematický výskum historických vodných nádrží a vodohospodárskych systémov na území Slovenska. Venujeme sa nielen existujúcim, ale aj zaniknutým nádržiam (alebo ich reliktom v krajine) a ich druhotnému využitiu. V rámci výskumov prebieha ich inventarizácia v teréne, historicko-geografické analýzy a tiež predikcia možností využitia v modernom cestovnom ruchu, vrátane hodnotenia ich atraktivity.

V 18. a 19. storočí bolo na území Slovenska v prevádzke viac ako 100 vodných nádrží, a to nielen tajchov a klauz, ale aj rekreačných (okrasných) jazierok v parkoch pri šľachtických sídlach a niekoľko rybníkov. Do súčasnosti sa po rôznych prestavbách a úpravách zachovala asi len tretina z nich, pričom najväčšia koncentrácia je stále v okolí Banskej Štiavnice, ktorej vodohospodárska sústava je ako súčasť svetového montánného dedičstva od roku 1993 zapísaná v Zozname kultúrnych a prírodných pamiatok UNESCO. Ani jedna z množstva historických vodných nádrží nebola prioritne vybudovaná pre rekreačné účely (plávanie, člnkovanie, prípadne korčuľovanie), ale napriek tomu boli na niekoľkých tajchoch v okolí Banskej Štiavnice, minimálne na konci 19. storočia, postavené drevené plavárne so šatňami alebo móla pre člny (napr.: Rozgrund či Vyhniansky tajch). Podobne tomu bolo na prelome 19. a 20. storočia aj na jazerách (pôvodne určených na pohon mlynov) vo Vydrickej doline, resp. v lokalite Železná studnička, ktorá slúžila ako významné rekreačné centrum obyvateľom Bratislavy. Z väčších jazier bolo ako jediné na konci 19. storočia vybudované (či skôr obnovené) na rekreačné účely nové Štrbské pleso vo Vysokých Tatrách.

Prehľad literatúry

Uvedený prehľad publikovanej literatúry zároveň predstavuje základné teoreticko-metodické východiská výskumu. Nami spracovaná téma nebola doposiaľ podrobne a komplexne skúmaná a predkladá rešerš predstavuje skromný zoznam jednotlivých titulov. Medzi analyzovanými výstupmi či už z oblasti historicko-geografickej charakteristiky vybraných historických vodných nádrží, ale aj z oblasti hodnotenia atraktivity nádrží (resp. antropogénnych objektov v krajine vo všeobecnosti) z pohľadu cestovného ruchu, sa nenachádzajú žiadne komplexné práce, pretože doposiaľ neboli publikované.

V nižšie analyzovaných dielach sa problematika objavuje veľmi okrajovo, resp. torzovite v rámci výskumov príbuzných historicko-geografických tém, pričom mnohé publikácie nie sú vedeckého alebo odborného charakteru, ale len popularizačného, a tým sa v našom prehľade z logických dôvodov nebudeme zaoberať. Výnimku z hľadiska vedeckosti a komplexnosti tvoria len práce

pojednávajúce o tajchoch a ich vodohospodárskych systémoch v okolí Banskej Štiavnice, ktoré tiež vzhľadom k cieľu a rozsahu príspevku nebudeme analyzovať.

Literatúra vzťahujúca sa k historicko-geografickej charakteristike vybraných historických vodných nádrží na Slovensku

Vo fundamentálnej rovine prináša základné ale nekompletné delenie historických vodných nádrží podľa účelu ich vybudovania práca M. Lukáča (Lukáč, 2010). Ale tak ako bolo spomenuté, doposiaľ neexistuje syntetické dielo, ktoré by sa zaoberalo historicko-geografickou charakteristikou vodných nádrží (v súčasnosti pripravujeme monografiu na danú tému). Elementárne informácie o novobanskom tajchu nájdeme v publikácii, ktorá komplexne popisuje dejiny mesta Nová Baňa (Zrebený, 1986). Pukanecký tajch sa v literatúre spomína len veľmi okrajovo, napr. Novák (1977) a Novák & Bárta (2012). Obdobná skromná situácia z hľadiska publikovaných prameňov je v súvislosti s tajchom Hrončok. Len orientačné informácie prinášajú staršie práce R. Bindera (1962) a A. Stránskeho (1969). Spomedzi skúmaných vodných diel je najlepšie spracovaný Smolnícky (Úhorniansky) tajch. Jeho montanistickú charakteristiku ako aj pôvodné morfológické a morfometrické charakteristiky prináša R. Magula (1977) a čiastočne aj R. Magula a J. Brehuva (2004) či D. Novotník (2005). Problematike vodohospodárskych systémov z pohľadu historickej geografie sme sa venovali aj v našich výskumoch (Hronček, Gregorová et al., 2021). Základné informácie o klauze Biele vody je možné čerpať z botanistickej práce H. Oťaheľovej et al. (2008). Odborné spracovanie tajchu Turzov v Gelnici je tiež takmer nulové, vo všeobecnej rovine (z pohľadu montanistiky) je spomenutý v práci R. Magulu (1977).

Literatúra popisujúca metodiky hodnotenia atraktivity antropogénnych objektov v krajine (vrátane vodných nádrží) v cestovnom ruchu

Poľské odborníčky na kultúrne dedičstvo K. Pawłowska s M. Swaryszewskou (Pawłowska & Swaryszewska, 2002) predložili zaujímavý návrh kritérií hodnotenia pamiatok v krajine, keď vo svojej valorizácii navrhli 10 hľadísk. Tieto s malými zmenami prehľadne upravil a publikoval poľský geograf W. Cabaj v príspevku *Metódy hodnotenia atraktivity antropogénneho prostredia pre účely cestovného ruchu* (Cabaj, 2010, pôvodne publikované v roku 2006). Podľa jeho návrhu možno atraktívnosť antropogénneho objektu posúdiť podľa siedmich základných a dvoch doplnkových kritérií. Spomínaný model hodnotenia ďalej rozšíril zakladateľ slovenskej školy geoturizmu P. Rybár (Rybár, 2010; Rybár et al., 2010), ktorý používal desať základných hodnotiacich kritérií (znakov). Tie ďalej členil na čiastkové subkritériá (respektíve parciálne znaky), ktorým priradil aj konkrétne číselné hodnoty na stupnici od 0 po 8. Bodovacia škála bola nastavená tak, že objekt s väčším počtom priradených bodov dosahoval vyššiu atraktivitu pre cestovný ruch. V roku 2015 P. Rybár spolu Ľ. Štrbom (Štrba & Rybár, 2015) podrobili vlastnú hodnotiacu stupnicu revízii, keď ju doplnili o prepočítané hodnoty upravené váhovaním.

Okrem hodnotenia atraktivity prírodných či antropogénnych prvkov sa v odbornej literatúre často pristupuje aj posudzovaniu atraktivity krajiny samotnej. Pre slovenskú geografickú školu je z tohto pohľadu bazálnou prácou monografia P. Mariota s názvom *Geografia cestovného ruchu* (Mariot, 1983). V nej spomínaný autor uvádza, že atraktivitu krajiny definujeme ako schopnosť krajinných štruktúr vytvárať podmienky pre vznik interakcií medzi cestovným ruchom a krajinou. Za činitele (kritériá) atraktivity územia považuje potenciál pre cestovný ruch, rekreačnú infraštruktúru, komunikačnú dostupnosť a psychologické aspekty. Tie vyplývajú z meniacich sa záujmov obyvateľov pod vplyvom rôznych módných vln, propagácie, reklamy a pod. (Mariot, 1983).

Hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží vychádzalo z metódy valorizácie. Jej princípy a aplikácie boli popísané v mnohých prácach. Ako príklad uvádzame: Sláviková, 1977; Mariot, 1983;

Weiss et al., 2005; Čuka, 2007; Plesník, 2008; Gregorová, 2011 atď. Nami uplatnený metodický postup predstavuje v rámci výberu kritérií a znakov kombináciu resp. modifikáciu prístupov jednotlivých autorov a v takomto ponímaní je spracovanie prvotné.

Dáta a metódy

Naša výskumná téma sa zaoberá problematikou, ktorá nebola na Slovensku doteraz systematicky a predovšetkým komplexne skúmaná. Doposiaľ realizované bádania sa sústreďovali predovšetkým len na oblasť Banskej Štiavnice. Na základe týchto faktov bol stanovený aj zámer výskumu. Cieľom práce je teda priniesť základnú historicko-geografickú charakteristiku existujúcich historických vodných nádrží na území Slovenska (západných Karpát) s využitím bibliografickej metódy a štúdia v teréne. Následne na základe výsledkov prvej etapy výskumu vyhodnotiť ich atraktivitu ako antropogénnych objektov v krajine z hľadiska rozvoja cestovného ruchu.

Pri výbere študovaných vodných nádrží sme zohľadňovali dve kritériá. Predmetom výskumu boli len nádrže mimo banskoštiavnického vodohospodárskeho systému, a tiež muselo ísť o existujúce – doposiaľ zachované a prevádzkované vodné plochy. Na základe týchto vymedzujúcich znakov bolo do našej výskumnej vzorky zaradených len päť historických vodných nádrží. Uvádzame ich v geografickej postupnosti od západu na východ: Novobanský tajch v Novej Bani (vybudovaný v rokoch 1792-1794), Štampocký tajch (Kamenický rybník) v Pukanci (1768-1770), klauza Hrončok na Kamenistom potoku pri Čiernom Balogu (1881), Smolnícky (Úhorniansky) tajch (1768), klauza na Bielom potoku pri Smižanoch (1781) a tajch Turzov pri Gelnici (z prvej polovice 18. storočia).

Metodické postupy

Počas realizácie parciálnych cieľov prezentovaných v našej štúdii sme si zvolili metodický postup historicko-geografického výskumu rozdelený do bezprostredne nadväzujúcich, logicky súvisiacich, prípadne súbežne uskutočňovaných krokov, ktorý bol podrobne rozpracovaný a v praxi aplikovaný P. Hrončekom a B. Gregorovou (Hronček & Gregorová, 2022). Fundamentálnym krokom bola heuristika informačnej databázy, respektíve kritická obsahová analýza literárnych, archívnych (textových či mapových) a digitálnych prameňov, ktorá viedla k vytvoreniu rešerše s využitím bibliometrickej metódy. Nasledovala kritická historicko-geografická obsahová analýza identifikovaných a získaných prameňov, tiež ich priestorová a komparatívna analýza so súčasnými mapovými podkladmi.

Po kabinetných výskumoch bol dôležitou súčasťou spracovania problematiky historicko-geografický výskum. Realizovali sme identifikácie vodohospodárskych reliktovej v krajine a ich následnú morfometrickú a morfologickú analýzu na základe teoreticko-metodických postupov práce pri výskume historických reliktovej montánných antropogénnych a historických vodohospodárskych tvarov reliéfu. Počas terénneho výskumu (Ivanička, 1983) sme kladli dôraz na mapovanie druhotného využitia existujúcich vodných nádrží v súčasnosti a hodnotenie ich atraktivity z hľadiska cestovného ruchu.

Finálnu sumu výsledkov získaných uplatnením jednotlivých parciálnych metód kabinetného a terénneho výskumu sme v rámci ukončenia tejto etapy historicko-geografických výskumov súborne systematizovali s využitím metódy kauzálnnej analýzy (Meyfroidt, 2016) a následnej syntézy podľa zvolenej hodnotiacej metodiky (Rybár, 2010).

Valorizáciu sme vypracovali pomocou balového hodnotenia založeného na valorizovaných znakoch a im priradených balových hodnotách. Balové hodnotenie je najčastejšie používaným metodickým postupom valorizácie (Sláviková, 1977; Mariot, 1983; Čuka, 2007; Plesník, 2008). Jeho princíp spočíva vo výbere (valorizovaných) znakov, ktorým priradíme isté charakteristiky a tie ohodnotíme počtom bodov podľa ich kvality. V našom prípade sme výber znakov podriadili cieľu výskumu,

ktorým bolo hodnotenie atraktivity antropogénnych objektov resp. historických vodných nádrží pre cestovný ruch (Tabuľka 1). Modifikovali, doplnili a rozšírili sme kritéria (znaky) použité v prácach P. Mariota (Mariot, 1983), K. Pawłowskej a M. Swaryszewskiej (Pawłowska & Swaryszewska, 2002), P. Weissa s kolektívom (Weiss et al., 2005), P. Rybára s kolektívom (Rybár et al., 2010) a M. Ryškovej s kolektívom (Ryšková et al., 2022).

Tabuľka 1: Zoznam valorizovaných znakov a ich charakteristík s pridelenými balovými hodnotami

Kritérium/znak	Charakteristika	Balová hodnota
Vek	Stredovek	8
	16. storočie	7
	17. storočie	6
	18. storočie	5
	19. storočie	4
	20. storočie	3
Poloha vzhľadom ku krajinným prvkom	V intraviláne sídla	5
	S rozptýlenou zástavbou	6
	V úzkej doline	7
	V širokej doline	8
Poloha vzhľadom k vodnému zdroju**	Prirodzený vodný tok	8
	Umelý vodný tok	7
	Bez vodného zdroja	5
Teplota vody*	< 19 °C	1
	19 – 21 °C	5
	21,1 – 23 °C	6
	23,1 – 25 °C	7
	> 25 °C	8
Čistota vody	Vyhovujúca na kúpanie (podľa merania ÚVZ SR)	8
	Vizuálne čistá (kúpanie na vlastnú zodpovednosť)	2
	Kalná voda	1
	Znečistená odpadom	0
Objem vody**	0,1 - 15 000 m ³	1
	15 000,1 – 25 000 m ³	2
	25 000,1 – 50 000 m ³	3
	50 000,1 – 100 000 m ³	4
	100 000,1 – 250 000 m ³	5
	250 000,1 – 500 000 m ³	6
	> 500 000,1 m ³	7
Rozloha/Plocha**	0,1 – 1 ha	2
	1,1 – 5 ha	3
	5,1 – 10 ha	4
	10,1 – 15 ha	5
	15,1 – 25 ha	6
	25,1 – 100 ha	7
	>100 000 ha	8
Hĺbka**	0 – 2 m	1
	2,1 – 5 m	2
	5,1 – 8 m	3
	8,1 – 10 m	4
	10,1 – 12 m	5
	12,1 – 16 m	6
	> 16 m	7
Kvalita dna	Spevnené	2
	Nespevnené	1

Charakter brehov	Upravený prírodným materiálom (kameňom)	8
	Trávnatý	7
	Pieskový, štrkový	6
	Bahenný	3
	Upravený antropogénnym materiálom (betónom, asfaltom)	1
Členitosť brehov	Výrazne členitý s množstvom zálivov a polostrovov	8
	Členitý	6
	Minimálne členitý	3
	Líniový	1
Hrádza	Charakter prírodného telesa	8
	Charakter antropogénneho telesa vhodne zapadajúci do krajiny	6
	Charakter antropogénneho telesa nevhodne zapadajúci do krajiny	3
Historická hodnota	Objekt ako súčasť súboru technických pamiatok	8
	Objekt ako súčasť historickej krajiny	6
	Objekt ako súčasť múzea v prírode	4
	Objekt ako súčasť náučného chodníka	2
	Solitérny objekt	1
	Objekt bez historickej hodnoty	0
Estetická a emocionálna hodnota	Estetický príťažlivá vodná nádrž	8
	Esteticky uspokojivá	6
	Esteticky neutrálna	2
	Esteticky negatívna	0
Význam a hodnota pre spoločnosť	Medzinárodný význam	8
	Národný význam	6
	Regionálny význam	4
	Lokálny význam	2
Pôvodnosť/autenticnosť	Pôvodná technická stavba	8
	Historická technická stavba po rekonštrukcii	6
	Novovytvorená stavba na mieste historickej	4
Úžitková hodnota	Pôvodné využitie technickej stavby	8
	Revitalizované využitie	6
	Iné druhotné využitie	4
	Nefunkčná technická stavba	2
	Zaniknutá technická stavba	0
Dostupnosť	Pešo do 30 min.	8
	Pešo nad 30 min.	6
	Na bicykli	4
	Po spevnenej komunikácii automobilom	2
Ponuka služieb a infraštruktúrna vybavenosť	Bez ponuky služieb	1
	S obmedzeným rozsahom služieb (jednoduché občerstvenie, sociálne zariadenia, šatne)	4
	So širším rozsahom služieb (ubytovacie a stravovacie zariadenia, sociálne zariadenia, šatne)	6
	S kompletnou ponukou služieb (športové vybavenie – ihriská, požičiavanie športových potrieb, kompletná rekreačná infraštruktúra)	8
bezpečnosť	Objekt s bezpečnostnou službou	4
	Objekt s vizuálnymi bezpečnostnými nariadeniami	3
	Objekt nevyžadujúci bezpečnostné opatrenia	2
	Objekt bez bezpečnostných opatrení	1

* Kategórie vytvorené podľa dlhodobých meraní SHMÚ v letných mesiacoch

** Kategórie stanovené na základe výskumu parametrov historických vodných nádrží v okolí Banskej Štiavnice

Zdroj: autori, 2023.

Podľa počtu získaných bodov sme následne kategorizovali historické vodné nádrže na tie, ktoré majú nízku, strednú, vysokú a najvyššiu atraktivitu z hľadiska rozvoja cestovného ruchu.

Celý historicko-geografický a terénny výskum využitý v štúdiu vychádzal z kultúrno-geografického prístupu ku krajine, ktorým sme študovali príčinnú súvislosť skúmaných historických krajinných prvkov a javov na báze vzťahu krajina – človek a čas (de Blij & Murphy, 1999). Po jeho završení v rámci tejto etapy výskumu sme pristúpili k spracovaniu výsledkov do predloženej konečnej podoby vedeckej štúdie.

Výsledky

Stručná historicko-geografická charakteristika vybraných historických vodných nádrží

Novobanský tajch bol vybudovaný severozápadne od mesta Nová Baňa na sútoku Kýzového potoka a jeho pravostranného prítoku Štepnica. Leží na južnom úpätí pohoria Vtáčnik v okrese Žarnovica a v katastrálnom území mesta Nová Baňa. Výstavba bola realizovaná v roku 1794 z dôvodu akumulácie vody na pohon banských ťažných a čerpacích zariadení. Základy hrádze boli vymurované v dĺžke 15,5 siah, na ostatnú časť hrádze položili múr spevnený haseným vápnom. Voda sa do nádrže privádzala aj jarkom zo susednej doliny Novobanského potoka. Z nádrže ju odvádzala sústava vodných jarkov a tunelov k technickým zariadeniam poniže tajchu. Pôvodnému účelu slúžila až do definitívneho uzavretia baní v roku 1887 (Zrebený, 1986). Odvtedy chátrala, ale v roku 1965 bola oficiálne transformovaná na rekreačné účely. Zlý stav hrádze nevydržal a v roku 1966 sa pretrhla. Následne bola opravená ako sypaná hrádza, avšak je nižšia ako pôvodná. Na rekreačné účely slúži dodnes. Hrádza dlhá 150 m, vysoká 13 m a široká v korune taktiež 13 m akumuluje jazero s plochou 2 ha a objemom 22,0 tis. m³. Maximálna hĺbka vody je 8 m (Marek, 2011). V okolí tajchu sa nachádza kompletná rekreačná vybavenosť pre vodné športy, reštauračné a ubytovacie zariadenia, dopravná a iná infraštruktúra (parkoviská, sociálne zariadenia, prístupové komunikácie, oddychové zóny), športoviská, upravené pláže. Na jazere sa člnkuje, pláva, prevádzkuje rybolov a počas tuhých zím sa využíva aj na korčuľovanie. Zároveň je súčasťou náučného chodníka.

Štampocký tajch (v súčasnosti nazývaný Kamenický rybník) bol vybudovaný na potoku Sikenica v mieste ústia jeho pravostranného prítoku Štampoch na južnom úpätí Štiavnických vrchov. Leží v katastrálnom území obce Vysoká v okrese Banská Štiavnica. Bol postavený v rokoch 1768-1770 na pohon banských strojov a úpravárenských zariadení v okolí Pukanca, kde bola voda privádzaná k vodným kolesám viac ako 12 km dlhým náhonom. Svoju pôvodnému účelu slúžil do polovice 19. storočia, kedy sa po úpadku baníctva v Pukanci začala akumulovaná voda využívať na zavlažovanie (Novák, 1977; Novák & Bárta, 2012). Pôvodný priehradný múr mal výšku 8 siah s množstvom vody na 21 týždňov pre 6 tíkov stúp. Návodný svah bol vybudovaný z kameňa, z vonkajšej strany utesnený ílom a zatravnený. Po skončení ťažby nebol udržiavaný, čo viedlo k pretrhnutiu hrádze v 60. rokoch 20. storočia. Opravený priehradný múr bol postavený ako sypané teleso, ale je nižší oproti pôvodnému. Jeho výška je len 8 m a šírka v korune až 36 m. V súčasnosti nádrž slúži ako chovný rybník pre rekreačný rybolov a občasné kúpanie a člnkovanie. Celý priestor vodohospodárskeho systému je súčasťou náučného chodníka.

Klauza Hrončok sa nachádza na Kamenistom potoku vo Veporských vrchoch v katastrálnom území obcí Hronec a Čierny Balog v okrese Brezno. Hrádza bola vybudovaná v roku 1881 na mieste staršej drevenej (Stránsky, 1969). Tá s najväčšou pravdepodobnosťou pochádzala z konca 18. storočia, kedy sa podobné hrádze budovali nielen v povodí Čierneho Hrona, ale aj v susedných Nízkych Tatrách. Nová hrádza umožňovala plaviť drevo Kamenistým potokom do Hronca a potom Čiernym Hronom a Hronom až na pílu v Štiavničke. Za týmto účelom boli brehy Kamenistého potoka obložené dreveným spevnením z guľatiny (Binder, 1962), takže tok mal charakter dreveného koryta. Kamenná hrádza s dĺžkou 76,1 m, šírkou 5,3 a výškou 10 m akumuluje objem 123 863 m³ vody. Jej kapacita sa

naplní za 24 až 48 hodín, podľa prietoku v Kamenistom potoku. Návodná stena je vybudovaná zo žulových kvádrov spojených maltou. V hrádzi sú na vypúšťanie vody umiestnené dve brány. Hrádza spolu s okolím bola rekonštruovaná štátnym podnikom Lesy Slovenskej republiky v rokoch 2001-2003 a stala sa súčasťou vonkajšej expozície Lesníckeho skanzenu. V súčasnosti slúži táto technická pamiatka na rekreačný rybolov, ako turistický cieľ s oddychovou zónou a v blízkosti sú okrem značených turistických chodníkov aj značené cyklotrasy.

Smolnícky, resp. Úhorniansky tajch sa nachádza v doline Smolníckeho potoka vo Volovských vrchoch, v Košickom kraji v okrese Gelnica. Voda Smolníckeho potoka už v 18. storočí nepostačovala na poháňanie odvodňovacích banských mechanizmov, ťažobných či rôznych úpravárenských strojov, technických zariadení a predovšetkým na cementačné účely, preto sa pristúpilo k stavbe vodohospodárskeho systému s umelými kanálmi, štôľňami a vodnou nádržou na akumuláciu resp. efektívne využívanie vodnej energie (Magula & Brehuv, 2004). S budovaním tohto systému, ktorý bol druhým najvýznamnejším na území dnešného Slovenska (po banskoštiavnickom), sa začalo v roku 1768 a jeho súčasťou bol aj Smolnícky tajch. Sypaná hrádza tajchu dlhá 190 m, vysoká 14 m a široká v korune 3 m bola dokončená hneď v roku 1768. Slúžila na akumuláciu vody s objemom 189 870 m³ zo Smolníckeho potoka, horských prameňov a zrážok (Magula, 1977; Novotník, 2005). V hrádzi, ktorá bola na návodnom svahu spevnená lomovým kameňom, sa nachádzali dva výpustné otvory s priemerom 21 cm. Voda vytekajúca kanálom Grom dlhým 7,45 km, širokým 50 cm a hlbokým 60 cm sa privádzala k technickým zariadeniam šachty Rotenberg a Gross Kunst (Hronček, Gregorová et al., 2021). Hrádza bola niekoľkokrát pretrhnutá a prestavovaná, napríklad už v roku 1768, potom v roku 1813. V súčasnosti má Úhornianske jazero výšku hrádze 16 m, zaberá plochu 4 ha a dosahuje max. hĺbku 13 m. Využíva sa na člnkovanie, rybolov a príležitostné kúpanie. V bezprostrednej blízkosti tajchu funguje okrem lodenice aj reštaurácia.

Vodná nádrž (klauza) nazývaná Klauzy nachádzajúca sa na Bielom potoku v národnom parku Slovenský raj pri Smižanoch bola pôvodne vybudovaná grófskou rodinou Csákyovcov v roku 1781 ako zemito-drevná hrádza na splavovania dreva. To sa plavilo po 14 kilometrov dlhom upravenom koryte Bieleho potoka až k jeho ústiu do Hornádu, kde boli v lokalite Smižianska Maša (časť obce Smižany) vybudované hrable (Petrík, 2006). V maši, ktorá bola v prevádzke do roku 1866 sa vyrábalo železo, liatina a zhutňovala sa ruda z neďalekých spišských baní (Žifčák, 1993). V roku 1917 firma Glesinger hrádzu prebudovala na kamennú a svojmu pôvodnému účelu slúžila až do polovice 20. storočia. Dosahovala výšku 7,5 m a opätovne bola zrekonštruovaná začiatkom 70. rokov 20. storočia (Oťaheľová et al., 2008). Následne bola koncom 70. rokov 20. storočia cca 80 m vyššie vybudovaná malá hrádza na zachytávanie kalov a plavenín, čím sa zabránilo zanášaniam pôvodnej nádrže. Jazero hlboké max. 1,5 m bolo v roku 1980 prispôbené na chov rýb a následne v roku 1985 vyhlásená za technickú pamiatku. V súčasnosti je nádrž využívaná na prírodnú turistiku a je cenná z hľadiska výskytu vodnej a močiarnnej vegetácie a ich spoločenstiev. Klauza leží priamo na značenom turistickom chodníku.

Turzov tajch v Gelnici bol vybudovaný v doline Turzovho potoka pravdepodobne už v prvej polovici 18. storočia, ale v písomných prameňoch sa spomína v roku 1760. Išlo o zemitú hrádzu, ktorá akumulovala vodu ako energetický zdroj na pohon banských, technických a úpravárenských zariadení v doline Turzovho potoka (Magula, 1977). Boli to predovšetkým banské mlyny, stupy a hámre na spracovanie medenej rudy v lokalite Slovenské cechy (Zechen). Celý systém pozostával z troch jazier. Najväčšie ležalo najvyššie (Turzov tajch) a jeho zemitá sypaná hrádza bola navýšená v prvej polovici 19. storočia. Hĺbka jazera sa tak zvýšila na súčasných 17 m a jeho plocha na 1,5 ha. Po úpadku baníctva koncom 19. storočia, keď vlastnil jazero a okolité pozemky starosta Gelnice Karl Menesdorfer, ich od neho v roku 1889 odkúpila spoločnosť gelnických mešťanov s cieľom vybudovať v tomto priestore kúpele. Akciová spoločnosť tu postupne vystavala niekoľko liečebných pavilónov

a reštauráciu. Celý areál bol upravený na rekreačné účely vrátane plávania a člnkovania na jazere (Pásztor, 2012). Kúpele boli v prevádzke do polovice 20. storočia, potom sa až do roku 2009 využívali na iné rekreačné účely (podnikové a pionierske rekreácie). V súčasnosti je areál v ruinách. Samotné jazero slúži na občasné kúpanie a rybolov, jeho okolie na pohyb v prírode a turistiku. Dolné, sčasti zasedimentované jazero s plochou cca 0,5 ha je využívané na rybolov a pohon makety stúp v baníckom skanzene. Z tretieho jazera sa zachovala už len malá depresia.

Hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží pre cestovný ruch

Valorizácia predstavuje komplex kartografických, kartometrických a GIS metód doplnených o terénny výskum, ako aj subjektívne hodnotenia autorov. Na ich základe sme prideliť jednotlivým historickým vodným nádržiam príslušný počet bodov pre každý valorizovaný znak (Tabuľka 2).

Tabuľka 2: Hodnotenie historických vodných nádrží z hľadiska rozvoja cestovného ruchu

Kritérium/znak	Názov vodnej plochy/počet bodov					
	Novobanský tajch	Štampocký tajch	Klauza Hrončok	Smolnícky tajch	Klauza na Bielom potoku	Turzov tajch v Gelnici
Vek	5	5	4	5	5	5
Poloha vzhľadom ku krajinným prvkom	5	8	7	8	7	6
Poloha vzhľadom k vodnému zdroju	8	8	8	8	8	8
Teplota vody	7	6	5	6	1	6
Čistota vody	1	1	2	1	2	8
Objem vody	2	3	2	5	1	4
Rozloha/Plocha	3	3	2	2	3	3
Hĺbka	5	3	4	6	1	7
Kvalita dna	1	1	1	1	1	1
Charakter brehov	7	7	3	7	3	7
Členitosť brehov	6	3	1	6	1	6
Hrádza	6	6	6	6	6	6
Historická hodnota	2	2	4	6	8	8
Estetická a emocionálna hodnota	2	6	8	6	8	6
Význam a hodnota pre spoločnosť	4	4	4	6	4	4
Pôvodnosť/autenticnosť	6	4	6	6	4	6
Úžitková hodnota	4	6	4	4	6	4
Dostupnosť	8	8	4	8	4	8
Ponuka služieb a infraštruktúrna vybavenosť	8	1	1	6	1	1
Bezpečnosť	3	3	3	3	3	3
Σ	93	88	79	106	77	107

Zdroj: autori, 2023

Následne sme si vytvorili intervaly počtu bodov a nim sme priradili kategóriu stupňa atraktivity (Tabuľka 3), pričom sme každú vodnú plochu do nejakej kategórie zaradili. Rozdiely medzi intervalmi predstavovali hodnotu 10 bodov. Naše výsledky nie je možné konfrontovať so zisteniami a závermi ostatných výskumov, keďže sme podobne zamerané práce v slovenskom priestore neidentifikovali. Najnižší počet bodov získala Klauza na Bielom potoku (iba 77) a najvyšší Turzov tajch v Gelnici (107). Rozdiel v bodovom zisku činil 30 bodov. Zaujímavosťou je, že vodné nádrže s najvyššou atraktivitou sa nachádzajú v historickom území dolného Spiša a s najnižšou atraktivitou na strednom Spiši.

Tabuľka 3: Stupeň atraktivity historických vodných nádrží

Intervaly bodov získané balovým hodnotením	Stupeň atraktivity
menej ako 80	nízky
81-90	stredný
91-100	vysoký
viac ako 101	najvyšší

Zdroj: autori, 2023

Diskusia

Na základe kritickej analýzy existujúcich a overených metodík používaných na hodnotenie atraktivity kultúrnych a technických objektov v krajine sme prišli k záveru, že ani jednu z nich nie je možné transformovať na hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží (existujúcich, ako aj ich reliktov) pre cestovný ruch. Naším evaluačným požiadavkám nezodpovedali, skôr boli vhodné na hodnotenie kultúrnych pamiatok v krajine z pohľadu pamiatkového fondu a pamiatkovej ochrany, na hodnotenie technických pamiatok z hľadiska montánneho turizmu, resp. na hodnotenie krajiny a jej prvkov z hľadiska fyzickej či humánnej geografie. Keďže pri historických nádržiach ide o kombináciu viacerých špecifik, pristúpili sme k vytvoreniu vlastnej hodnotiacej metodiky pozostávajúcej z 20 valorizačných znakov a ich charakteristík s pridelenými balovými hodnotami. Pri zostavovaní znakov a stupníc sme sa opierali o vyššie spomínané (parciálne) metodiky, ktoré boli doplnené o všeobecné kategórie vychádzajúce z teoreticko-metodických aspektov fyzickej, humánnej a historickej geografie, ako aj o zaužívané hodnotenia parametrov týkajúce sa historických vodných nádrží v okolí Banskej Štiavnice a o normy a dlhodobé merania SHMÚ v Bratislave.

Výsledky hodnotenia atraktivity jednotlivých vodných nádrží sa v plnom rozsahu zhodovali s našimi predpokladmi vychádzajúcimi z historicko-geografického výskumu a z ďalších analýz. Považujeme ich zatiaľ za pilotné a poukazujú na to, ktoré nádrže majú výrazný potenciál pre rozvoj (regionálneho) cestovného ruchu. Naša metodika stanovila ako najatraktívnejšie vodné nádrže v Gelnici a v Smolníku. Práve pre tieto lokality boli vypracované projekty obnovy a rozvoja pod záštitou Košického samosprávneho kraja. Nádrže s okolím by sa v priebehu niekoľkých rokov mali stať aktívnymi rekreačnými centrami s regionálnou, v prípade Gelnice s celoslovenskou pôsobnosťou. Tretia v poradí skončila vodná nádrž v Novej Bani (vysoký stupeň atraktivity), pričom v súčasnosti prebieha jej revitalizácia riadená mestom Nová Baňa. Najnižšie hodnotenie atraktivity mali nádrže Hrončok a Biely potok, čo sa odzrkadlilo aj v ich súčasnom využívaní, keďže slúžia len ako návštevné body v rámci pešej turistiky a cykloturistiky.

V súčasnosti ešte nemôžeme upozorniť na prípadné limity tohto hodnotenia, resp. na jeho slabé či silné stránky, keďže ide o prvú - pilotnú etapu výskumov. Napriek malej vzorke sú však výsledky pre prax uspokojivé. V nasledujúcich mesiacoch by sme chceli uskutočniť historicko-geografické rekonštrukcie a hodnotenia všetkých (doposiaľ existujúcich) historických vodných nádrží na Slovensku, vybudovaných do polovice 20. storočia.

Obrázok 1: Hodnotenie atraktivity skúmaných historických vodných nádrží pre cestovný ruch



Zdroj: autori, 2023

Záver

V závere štúdie môžeme konštatovať, že jej cieľ bol naplnený. Keďže nebolo možné relevantne využiť žiadnu existujúcu metodiku vhodnú na hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží pre cestovný ruch, vytvorili sme si na základe našich teoreticko-metodických poznatkov a terénnych výskumov vlastnú. Jej uplatnením sme získali výsledky, ktoré sa zhodujú s vývojom v praxi. V letných mesiacoch plánujeme realizovať dotazníkový prieskum, ktorý bude zameraný na hodnotenie atraktivity historických vodných nádrží medzi širokou verejnosťou.

Takto koncipovaná metodika doposiaľ absentovala a predbežné výsledky poukazujú na to, že v praxi by mohla pomôcť pri ďalšom rozvoji, respektíve revitalizácii reliktov historických vodných nádrží pre cestovný ruch.

Podakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci riešenia projektu č. VEGA 1/0667/21: Environmentálne špecifiká životného prostredia vybraných montánných vodohospodárskych systémov na Slovensku.

Literatúra

- Binder, R. (1962). *Osadníci na Horehroní*. Banská Bystrica: Stredoslovenské vydavateľstvo.
- Cabaj, W. (2010): Metody oceny atrakcyjności środowiska przyrodniczego i antropogenicznego dla potrzeb turystyki. Cabaj, W. & Kruczek, Z. Eds. *Podstawy geografii turystycznej*. Kraków: Wydawnictwo Proksenia.
- Čuka, P. (2007). *Priestorová dynamika infraštruktúry cestovného ruchu v Banskej Bystrici a jej rekreačnom zázemí*. Geografické štúdie č. 14. Banská Bystrica: FPV UMB.
- de Blij, H., J. & Murphy, A., B. (1999). *Human Geography*. New York: John Willey & Sons.
- Gregorová, B. (2011). Valorizácia potenciálu aktivít cestovného ruchu v strediskách rekreačnej oblasti Chopok – juh. *Scientia Iuventa*. Banská Bystrica: Ekonomická Fakulta UMB.
- Hronček, P., Gregorová, B., Tometzová, D., & Jesenský, M. (2021). Scientific journeys to one of the oldest copper cementation sites in Central Europe (Smolník, Slovakia). *History of Geo- and Space Sciences*, 12(2). <https://doi.org/10.5194/hgss-12-179-2021>

- Hronček, P., & Gregorová, B. (2022). *Historická geografia: antropogénne transformácie a využívanie vodných tokov v doline Hrona východne od Banskej Bystrice*. Banská Bystrica: Katedra geografie a geológie FPV UMB.
- Ivanička, K. (1983). *Základy teórie a metodológie socioekonomickej geografie*. Bratislava: SPN.
- Lukáč, M. (2010). *Historické nádrže a priehrady na Slovensku v kontexte Európy a ICOLD*. Banská Bystrica: Slovenský vodohospodársky podnik.
- Magula, R., & Brehuv, J. (2004). Vodohospodársky systém smolníckeho revíru a jeho využívanie v minulosti. *Zborník prednášok – Seminár k historickému vodnému dielu Úhorná*. Poprad: Povodie Dunajca a Popradu.
- Magula, R. (1977). Využívanie vody na banícke účely v Spišsko-gemerskom rudohorí v minulosti. *Zborník Slovenského banského múzea*, VIII., 79-94.
- Marek, D. (2011). *Koncept územného plánu mesta Nová Baňa*. Nová Baňa: Archív mesta Nová Baňa.
- Mariot, P. (1983): *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda.
- Meyfroidt, P. (2016). Approaches and terminology for causal analysis in land systems science. *Journal of Land Use Science*, 11(5), 501-522.
- Novák, J. (1977). Vodohospodársky systém v Banskoštiavnickom rudnom revíri a jeho funkcia v minulosti. *Zborník Slovenského banského múzea*, VIII., 109-141.
- Novák, J., & Bárta, V. (2012). *Tajchy v okolí Banskej Štiavnice*. Slovenská Ľupča: AB ART press.
- Novotník, D. (2005): Spätný pohľad za seminárom k historickému vodnému dielu Úhorná. *Vodohospodársky spravodajca*, 1-2, 24-25.
- Oťaheľová, H., Hrivnák, R., Valachovič, M., Rydlo J., & Paľove-Balang, P. (2008). Vodná a močiarna vegetácia Národného parku Slovenský raj. *Múzeum a súčasnosť, řada prírodovědná*, 23, 148-163.
- Pásztor, P. (2012). *Gelnica, história a súčasnosť*. Košice: Harlequin s.r.o.
- Pawłowska, K., & Swaryczewska, M. (2002). *Ochrona dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie i partycypacja społeczna*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Petrík, J. (2006). *Slovenský raj. Náčrt histórie a osobností Slovenského raja: udalosti – roky – ľudia*. Spišská Nová Ves: Macko.
- Plesník, P. (2008). *Vymedzenie a ocenenie regiónov cestovného ruchu*. Bratislava: Ekonóm.
- Rybár, P. (2010). Assessment of attractiveness (value) of geotouristic objects. *Acta Geoturistica*, 1(2), 13-21.
- Rybár, P., Baláž, B., & Štrba, Ľ. (2010): *Geoturizmus – Identifikácia objektov geoturizmu*. Košice: Fakulta BERG TU Košice.
- Ryšková, M., Dzuráková, M., Račoch, R., & Honek, D. (2022). (Eds). *Metodika klasifikace a hodnocení průmyslového dědictví z pohledu památkové péče: vodní hospodářství*. Olomouc: Výzkumní ústav vodohospodářský T. G. Masaryka, v. v. i., Národní památkový ústav, Univerzita Palackého v Olomouci, Historický ústav AV ČR.
- Sláviková, D. (1977). Aplikácia rôznych metód hodnotenia krajiny na rekreačné využitie na modelovom území okresu Žiar nad Hronom. *Geografický časopis*, 29(2), 170-184.
- Stránsky, A. (1969). *Drevorubači na Čiernom Hrone*. B. Bystrica: Stredoslovenské vydavateľstvo.
- Štrba, L. & Rybár, P. (2015). Revision of the "Assessment of attractiveness (value) of geotouristic objects". *Acta Geoturistica*, 6(1), 30-40.
- Weiss, P., Jankovičová, M., Kurčová, E., Kostovský, D. & Vaníček, M. (2005). *Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike*. Bratislava: Ministerstvo hospodárstva SR, odbor obchodu a cestovného ruchu.
- Zrebený, A. (1986). *Dejiny Novej Bane*. Martin: Osveta.
- Žifčák, F. (1993). *Smižany*. Levoča: Modrý Peter.

Kontaktné údaje

PaedDr. Bohuslava Gregorová, PhD.
Univerzita Mateja Bela
Fakulta prírodných vied
Katedra geografie a geológie
Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica
e-mail: bohuslava.gregorova@umb.sk

doc. et doc. PaedDr. Pavel Hronček, PhD.
Univerzita Mateja Bela
Fakulta prírodných vied
Katedra geografie a geológie
Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica
e-mail: pavel.hroncek@umb.sk

Sustainable Tourism as a Factor for Tourism Restarting after the COVID-19 Pandemic

Iveta Hamarneh, Petr Jeřábek, Olga Soboleva & Petr Houška

Abstract

This paper focuses on sustainable tourism and sustainable tourism development as a factor for tourism restarting after the COVID-19 pandemic. At the center of interest in this study is also sustainable business in tourism and hospitality, and the factors influencing sustainable business in this sector. The restart of tourism after the COVID-19 pandemic has to be founded to support the sustainable recovery of tourism, promote the digital transition, move to a greener tourism system and rethink tourism for the future. The importance of advancing a multi-disciplinary, multi-sectoral approach to sustainable tourism is more than essential. This includes engaging all actors such as; private and public sectors, civil society, and local communities in designing and implementing sustainable tourism strategies and models. Additionally including community-based rural tourism, agrotourism, and domestic tourism. The paper reviews the relevant literature on sustainability and sustainable tourism; research papers, studies, and related written materials. The common characteristics and differences and the interface between sustainable tourism and social responsibility also are discussed.

Keywords: COVID-19 Pandemic. Social Responsibility. Sustainability, Sustainable Business. Sustainable Tourism.

Introduction

Recently, we have witnessed a growing interest in the issues of sustainable development, sustainable business, and corporate social responsibility, which are not only supported by governments and international organizations but also by companies and citizens (Paris Agreement, 2015). This is mainly due to climate change resulting from global warming, limited sources of raw materials, public pressure (also professional and political) on greening, and changes in consumer behavior and preferences. The European Union also emphasizes that socially responsible corporate governance can significantly contribute to sustainable development while supporting Europe's competitiveness (Eberhard-Harribey, 2006; European Commission, 2001; European Commission, 2011; European Commission, 2021).

The current situation around the COVID-19 pandemic, the energy crisis, and other factors such as the political situation in some countries, has not been easy for companies, and nobody was prepared for it. However, this situation can allow companies to show themselves in the best light, show how resilient they are, manage risk, and adapt to new circumstances. The values associated with sustainable development, implementing sustainable business principles, and CSR are integral in this time full of uncertainty and fear.

Literature Review

Sustainable Tourism and Sustainable Tourism Development

After the COVID-19 pandemic (UNWTO, 2020; Assaf et al., 2021; European Commission, 2020; Houška & Petrů, 2022; Jiang & Wen, 2020; Koh, 2020), it is necessary to determine the path of further development and transformation of global tourism. Zhang et al. (2021) point out that the

World Tourism Organization (UNWTO, 2020) has described sustainable tourism as a form of tourism that could contribute to the future survival of the sector. According to Santos-Roldán et al. (2020), there is a straightforward approach on the part of tourists to sustainable tourism development, which is driven by the positive effects and motivation it brings and the satisfaction that the tourist perceives when consuming a responsible type of tourism. Sustainable tourism development is particular to those tourists who can show greater awareness of the problem of sustainability, who reject the development of mass tourism, and in their selection, try to contribute towards the protection of the destination. They are sensitive to the negative impacts of tourism and support the development of good sustainable tourism from an economic, social, and environmental point of view.

Tourism is one of the most promising and dynamic fields in the world (Mowforth & Munt, 2015; Williams, 2009; Edgell & Swanson, 2013). It is essential to plan and develop tourism in a targeted and sustainable way, despite the trade-offs between environmental, economic, and social goals (Maadows et al., 1972; Nath & Devuyt, 1996; UN, 2015; Streimikiene et al., 2021; Liu et al., 2013; Cordoso, 2020; Gallardo-Vázquez, 2019; Hoppstadius & Möller, 2018; Teare, 2020; Séraphin & Gowreesunkar, 2021). Most of this attention has been directed toward the economic and environmental sustainability of the industry (European Commission, 2019). However, less attention has been directed toward social sustainability issues, and unfortunately some considerations of the implications of aging and disability, which undoubtedly present challenges for the future of tourism are neglected (Darcy et al., 2010; Dwyer, 2005). Notwithstanding the importance of economic growth and environmental responsibility, a broader sense of human dignity, respect, and welfare (Scheyvens & Biddulph, 2018; Higgins-Desbiolles, 2006) means there is a need to carefully consider the more comprehensive social benefits of tourism. Sustainable tourism development must maintain a high level of satisfaction of tourists' needs while increasing their knowledge of sustainability issues, and promote sustainable tourism practices (UNEP & UNWTO, 2005). Despite the contribution of tourism to a country's socio-economic development, it can cause the loss of local identity or the degradation of the environment (Azam et al., 2018). Tourists are therefore, responsible for releasing harmful substances and high consumption, which calls into question the sustainable dimension of tourism. This problem is further highlighted by the recent trend towards more frequent and shorter holiday trips which are supported by low-cost international airlines connecting a growing number of destinations (Merli et al., 2019). Saarinen (2006) emphasizes that the benefits of tourism and its sustainable development can be positive given their interaction with the environment and the community. Visitors have the most significant impact on promoting sustainability when they exert pressure and demand that companies implement sustainable measures (Fatma et al., 2016). Cavagnaro et al. (2021) have shown in their research that young tourists are open to sustainable tourism regardless of their socio-economic background. Komppula et al. (2018) examined the values related to the sustainable consumption of young Finnish and Russian consumers and in particular, the sustainable behaviour of this demographic. In terms of their consumption, their values align with willingness to take specific actions and responsibility for sustainable travel. They have shown that value orientation can vary between nationalities that have been affected by different living conditions in other countries. Sustainable tourism is also vital for local communities in terms of creating jobs, empowering disadvantaged groups, improving culture and heritage as well as environmental protection (Sutresna et al., 2019; Sutawa, 2012). Sustainability is also a vital issue for the further development of hospitality (Matteucci, 2020). Shen et al. (2020) emphasize the need for effective communication about sustainability to persuade customers to practice sustainability while clarifying the measures taken by hotel management. The expansion of hotels has significantly contributed to environmental degradation in many parts of the

world. Developing and promoting a new tourism product based on unique rural heritages and traditions can also contribute to sustainable tourism development. Coros et al. (2017) examined this issue in the example of Romania. Their research shows that rural tourism can significantly support destinations' development and contribute substantially to sustainable tourism development, especially in rural economies.

The issue of standardization in tourism (Indrová et al., 2011) is the subject of an ongoing debate at the international level. This debate provides evidence of the diversity of views on the objectives of this standardization, its value, potential, limits, or feasibility. The big group of standards is linked with sustainable tourism (ISO 18065; ISO 20611:2018; ISO 23405:2022; ISO 21401:2018). Authors (Strombach & Surmeier, 2013) discuss that the development of standards and certification programs in global tourism has gained importance in production-consumption. New service standards focus on the social dimension of sustainability. Authors (Novelli et al., 2017) deal with implementing standards to improve sustainable tourism in the region. According to Surmeier (2020), the sustainability standards in tourism can contribute to capacity building and upgrading at the firm level.

Sustainable Business

The circular economy business model is another solution for sustainable tourism (Vargas-Sanchez, 2018). The circular economy business model studies the competitiveness of companies at a time that is evolving towards scenarios focused on social and environmental responsibility (Geissdoerfer et al., 2017). Currently, only individual measures are used in particular actions related to waste management, renewable energy use, and sustainable consumption and production (Falcone, 2019; Dražič et al., 2020). Drazic et al. (2020) emphasize that the environmental pillar of sustainable hospitality presupposes, among other things, the reuse of biodegradable waste. The COVID-19 pandemic is a significant event that has highlighted the issue of sustainability in the tourism sector. As a result, many see the COVID-19 pandemic as a turning point in tourism that allowed the chance to reflect on the sector's pressing environmental and socio-economic problems and set a new course in the tourism business (Seraphin and Gowreesunkar, 2020). However, if tourism is to be revitalized as more sustainable, it is necessary to reap the real benefits of the current situation. A common feature of all existing strategies is the achievement of sustainable development goals to end poverty, protect the planet, and ensure prosperity for all. It is necessary to take advantage of the fact that tourism has the potential to contribute either directly or indirectly to all the aims of sustainable development goals.

Corporate Social Responsibility

Several researchers who subsequently published the findings deal with the issue of corporate social responsibility. Espasandin-Bustelo et al. (2020), in their study, analyzed journals in the field of management and tourism with a high impact factor to offer other researchers previously unavailable knowledge about CSR issues in tourism management. Streimikiene et al. (2021) analyzed the scientific literature to identify the primary forms and factors for strengthening tourism competitiveness by realizing the economic, social, and environmental goals of the development of tourism destinations. They found that business participants are interested in implementing new technologies in tourism services that positively impact the environment and local communities. At the same time, they point out that although sustainable development and sustainable tourism are increasingly gaining more attention, possible measures are not fully implemented by both tourism service providers and tourists themselves. CSR activities can build trust and cooperation by raising stakeholders' moral expectations and positively contributing to the community and social life. It can

also be used as a tool for increasing competitiveness (Lins et al., 2017; Čech & Neubauer, 2016; Kalisch, 2002; Wels, 2016; Hamarneh, 2013; Strombach & Surmeier, 2013). Sustainability has grown as a trend with a reputation in the hospitality industry and tourism field in recent times (Eberhard-Harribey, 2006; Iyer and Jarvis, 2019; Ertuna et al., 2019; Hatipoglu et al., 2019; Balaji et al., 2019; Green Hotels Association, 2022; Ipsos, 2021; Legrand, 2021; Steiner, 2021; Yeon et al., 2021). Nevertheless, the idea of partnerships between Multinational Hospitality Companies (MHC) and Small and medium-sized enterprises (SMEs) (which, by the way, represent 99% of all businesses in the EU) is not fully covered by the prior studies, and other academic research has not picked up on this tendency yet (Ertuna et al., 2019; Hatipoglu et al., 2019) for the most part in relation to the MHC and SME partnership in a rising destination. Sustainability challenges create barrier-free conditions to individual businesses' capacity; therefore, a collaboration of different partners is vital at the intersection of regional, national, and international organizations. After all, we must cooperate with consumers, customers, investors, and stakeholders. Their role as 'good corporate citizens' has received growing attention (Kolk & Lenfant, 2010). This good influence is mainly associated with their qualified role of altering and positively influencing the business environment. Different measures of taking on CSR in the companies, specifically in the tourism and hospitality industry, consist of both levels of either international or national (home and host country). In the local context, CSR is additional sensitivity to local contexts (e.g., culture, tradition, and nature) (Hatipoglu et al., 2019; Iyer & Jarvis, 2019; MacKenzie & Gannon, 2019), including SMEs. Hospitality companies also implement CSR activities that bring positive impacts on the environmental, social, and economic dimensions. Holcomb et al. (2007) of the best hotel companies in the United States found that 80 % of the hotel companies analyzed reported being socially responsible for some form of charitable donation, and 40 % mentioned some aspects of CSR in their vision or mission.

Data and Methods

The literature review focuses on the definition of sustainable tourism and its typical characteristics and differences; the interface between sustainable tourism, sustainable tourism development, and social responsibility also are discussed. The articles for this study were identified through data-based searches and manual searches of journals in tourism, sustainable tourism, sustainability, and other related fields. An extensive search of the following databases was conducted: Science Direct, Current Contents, Social Sciences Index-Proquest, and EBSCO Host. The keywords used for searchers included the following terms: sustainability, sustainable tourism, sustainable business, sustainable tourism development, social responsibility, and the COVID-19 Pandemic. An intensive manual search was also made of the following journals: *Annals of Tourism Research*, *Corporate Governance*, *Current Issues in Tourism*, *Journal of Business Ethics*, *Journal of Cleaner Production*, *European Journal of Tourism Research*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Journal of Travel Research*, *Social Sciences*, *Tourism Management*, *Worldwide Hospitality*, and *Tourism Themes*, etc. Papers, research, reports, and studies were purposely chosen to include a range of academic and non-academic empirical research reports. The main reason for adopting this approach was to review a large number of studies available and to seek the view of different groups involved in sustainability and sustainable tourism. The review of 78 academic and non-academic papers helps to identify the main dimensions discussed in connection with sustainability and tourism.

Results and Discussion

After reviewing the relevant literature on sustainability, it can be summarized that sustainability/sustainable tourism is increasingly recognized:

- As a part of governments' strategies, business, profits, organizations, and public and private partnerships (Maadows et al., 1972; Paris agreement, 2015; Hatipoglu et al., 2019; Surmeier, 2020; Séraphin & Gowreesunkar, 2021).
- As a critical factor that could contribute to the future survival of the tourism sector (Assaf et al., 2012; UN, 2015; Zhang et al., 2021; Houška & Petrů, 2022; UNWTO, 2020; Seraphin and Gowreesunkar, 2020; European Commission, 2020; Jiang & Wen, 2020; Koh, 2020; Teare, 2020; Yeon et al., 2021).
- As an element supporting the development of good tourism from an economic, social, and environmental point of view (Streimikiene et al., 2021; Liu et al., 2013; Darcy et al., 2010; Dwyer, 2005; Nath & Devuyst, 1996; Scheyvens & Biddulph, 2018; Higgins-Desbiolles, 2006; Cordoso, 2020; Hoppstadius & Möller, 2018; UNWTO, 2001; UNWTO, 2017).
- As a motivator for participation in tourism (Santos-Roldán et al., 2020; Fatma et al., 2016; Cavagnaro et al., 2021; Komppula et al., 2018).
- As a vital tool for local communities and business (Sutresna et al., 2019; Sutawa, 2012; Geissdoerfer et al., 2017; Lins et al., 2017).
- As a vital issue for the further development of hospitality and new tourism products (Shen et al., 2020; Darcy et al., 2010; Dwyer, 2005; Coros et al., 2017; Balaji et al., 2019; Dražič et al., 2020; Green Hotels Association, 2022; Legrand, 2021; Matteucci, 2020; Steiner, 2021).
- As a integral part of corporate social responsibility (Hamarneh, 2013; Čech & Neubauer, 2016; Wels, 2016; Espasandin-Bustelo et al., 2020; Streimikiene et al., 2021; Hatipoglu et al., 2019; Iyer & Jarvis, 2019; MacKenzie & Gannon, 2019; European Commission, 2001; European Commission, 2011; European Commission, 2021; Ipsos, 2021).

After reviewing the literature, sustainable tourism is an attractive strategy as it is perceived as high-yield tourism that can increase tourist spending. Moreover, sustainable tourism:

- Can improve tourists' activities and consumer behavior while using the tourism product. Sustainable tourism can improve culture, heritage, local development, rural destinations, and partnerships in the tourism industry.
- Contributes towards government support of fair trade in the tourism industry, promotes different types of tourism, and promotes rural tourism development.
- Does not stand still but constantly evolves through new opportunities and transfer of experience.
- Creates new socio-cultural opportunities by providing new job positions.

Conclusion

The review of 78 academic and non-academic papers has helped to identify the main dimensions discussed in connection with sustainability and tourism. The literature review has underlined the increasing importance of sustainability and sustainable tourism globally. Even though there are different strategies between large businesses like MHS and small businesses like SMEs, reporting on their socially responsible practices is still optional. Therefore, we face problems with fair conditions in trade for business and other socio-economic factors. Generally, most managers prioritize socio-economic aspects more than environmental ones (Boiral et al., 2019; Kraus et al., 2020). Furthermore, managers, owners, and investors are engaged in environment-related actions such as reducing energy consumption, recycling, and waste reduction; they do so mainly because they

desire to reduce costs. The idea of corporate sustainability as a security factor for employees is in the background, or it is viewed as having the bottom level of importance in corporate culture (Boiral et al., 2019; Mura et al., 2021). Countries and destinations have different expectations in the recovery and restart phases after the COVID-19 pandemic (Kuščer et al., 2022). One of the proposed directions is the development of sustainable tourism, focusing on the behavior of responsible tourism and the cooperation of stakeholders. Restrictions on tourism due to a pandemic may lead people to rethink their consumption patterns. As a result of this is that it may also make people want to return to a more straightforward way of life focused on personal development rather than materialism. It could be an opportunity for radical change in consumption patterns, greater sustainability, and awareness.

Acknowledgements

This paper aims to present the results of the project "Factors Influencing Sustainable Business in Tourism and Hospitality", which is funded by the Grant Agency Academia Aurea (GAAA/2022/8).

References

- Assaf, A. G., Kock, F., & Tsionas, M. (2021). Tourism during and after COVID-19: An Expert-Informed Agenda for Future Research. *Journal of Travel Research*, 61(2), 454-457. doi: 10.1177/00472875211017237.
- Azam, M., Alam, M.M., & Hafeez, M.H. (2018). Effect of Tourism on Environmental Pollution: Further Evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *Journal of Cleaner Production*, 190, 330-338. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.04.168. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.04.168.
- Balaji, M. S., Jiang, Y. & Jha, S. (2019). Green hotel adoption: a personal choice or social pressure? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(8), 3287-3305.
- Boiral, O., Ebrahimi, M., Kuyken, K., & Talbot, D. (2019). Greening Remote SMEs: The Case of Small Regional Airports [Article]. *Journal of Business Ethics*, 154(3), 813-827. doi: 10.1007/s10551-017-3447-0.
- Cardoso, C. (2020). The contribution of tourism towards a more sustainable and inclusive society: key guiding principles in times of crisis. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 679-689. doi: 10.1108/WHATT-07-2020-0065.
- Cavagnaro, E., Staffieri, S., Carrieri, A., Burns, K., Chen, N. & Fermani, A. (2021). Profiling for sustainable tourism: young travellers' self-transcendence values and motivations. *European Journal of Tourism Research* 28, 2810. doi: 10.54055/ejtr.v28i.2261.
- Coros, M. M., Gică, O. A., Yallop, A. C., & Moisescu, O. I. (2017). Innovative and sustainable tourism strategies A viable alternative for Romania's economic development. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5), 504-515. doi: 10.1108/WHATT-07-2017-0033.
- Čech, P. & Neubauer, J. (2016). *Strategie růstu a společenská odpovědnost firem*. Logos Polytechnikos, 7(3), 59-76.
- Darcy, S.; Cameron, B.; Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 515–537. doi: 10.1080/09669581003690668.
- Dražić, G., Dražić, N., & Gajić, V. (2020). New ecotechnologies for waste reuse in sustainable hospitality. Paper presented at the Second International Scientific Conference Science, Education, Technology and Innovation - SETI II (pp. 405-413), Belgrade, Serbia: IRASA.
- Dwyer, L. (2005). Trends underpinning global tourism in the coming decade. In *Global Tourism*; Theobald, W., Ed.; Heinemann: Oxford, UK; pp. 529–545.

- Eberhard-Harribey, L. (2006). Corporate social responsibility as a new paradigm in the European policy: how CSR comes to legitimate the European regulation process. *Corporate governance*, 6(4), 358-368. doi: 10.1108/14720700610689487.
- Edgell, D. L. and Swanson, J. R. (2013). *Tourism Policy and Planning. Yesterday, Today, and Tomorrow*. Abingdon: Routledge.
- Ertuna B. Karatas-Ozkan M. Yamak S. (2019). Diffusion of sustainability and CSR discourse in the hospitality industry: Dynamics of local context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2564–2581. doi: 10.1108/IJCHM-06-2018-0464.
- Espasandin-Bustelo, F., Palacios-Florencio, B., & Sanchez-Rivas García, J. (2020). CSR intellectual structure in management and tourism. *The TQM Journal*, 32(3), 521-541. doi: 10.1108/tqm-06-2019-0173.
- European Commission. (2001). Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Retrieved from: <https://1url.cz/YKOCI>. (Accessed on 27.1.2022).
- European Commission. (2011). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. Retrieved from: <https://1url.cz/hKOCZ>. (Accessed on 27.1.2022).
- European Commission. (2019). Communication from the Commission. The European Green Deal. Retrieved from: <https://1url.cz/QKOZW>. (Accessed on 27.1.2022).
- European Commission. (2020). Transformative change in the global post-2020 Biodiversity Framework. Retrieved from: <https://1url.cz/tKOUF>. (Accessed on 27.1.2022).
- European Commission. (2021). *Corporate Social Responsibility Directive – CSRD*, Retrieved from: <https://1url.cz/tKOb1>. (Accessed on 27.1.2022).
- Falcone, P. M. (2019). Tourism-based circular economy in Salento (South Italy): a SWOT-ANP analysis. *Social Sciences*, 8(7), 216. doi: 10.3390/socsci8070216.
- Fatma, M., Rahman, Z., & Khan, I. (2016). Measuring consumer perception of CSR in tourism industry: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 39-48. doi: 10.1016/j.jhtm.2016.03.002.
- Gallardo-Vázquez, D., Hernández-Ponce, O. E., & Valdez-Juárez, L. E. (2019). Impact factors for the development of a competitive and sustainable tourist destination. Case: Southern Sonora Region. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*; 9(2): 3-14. doi: 10.2478/ejthr-2019-0008.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. & Hultink, E. J. (2017). The circular economy–A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757-768. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.12.048.
- Green Hotels Association. (2022). Retrieved from: <http://greenhotels.com/index.php>. (Accessed on 27.1.2022).
- Hamarneh, I. (2013). Corporate Social Responsibility as a competitive advantage in Tourism sector. *Journal of Tourism & Services*, Vol. 4 Issue 7, 36-51.
- Hatipoglu, B., Ertuna, B., & Salman, D. (2019). Corporate social responsibility in tourism as a tool for sustainable development. An evaluation from a community perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2358-2375.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an ‘industry’: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27, 1192–1208. doi: 10.1016/j.tourman.2005.05.020.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S. & Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 19(6), 461-475. doi: 10.1108/09596110710775129.

- Hoppstadius, F., & Möller, C. (2018). 'You have to try being a role model' – Learning for sustainability among tourism entrepreneurs in a Swedish biosphere reserve. *European Journal of Tourism Research*, 20, 28-45. doi: 10.54055/ejtr.v20i.338.
- Houška, P. & Petrů, Z. (2022). International Standardization in Tourism Services: Tool to Reduce and Restart Tourism in the Post-COVID-19 Time. *Innovative Strategic Planning and International Collaboration for the Mitigation of Global Crises*, IGI Global (USA) 2022, Pages 18, ISBN13: 9781799883395|ISBN10: 1799883396| ISBN13 Softcover: 9781799883401|EISBN13: 9781799883418. doi: 10.4018/978-1-7998-8339-5.ch013.
- Indrová, J., Houška, P., & Petrů, Z. (2011). Kvalita ve službách cestovního ruchu. Praha: Oeconomia (p. 40). In Czech.
- Ipsos. (2021). *Bez společenské odpovědnosti se kvalitní firemní strategie neobejde*. Retrieved from: <https://1url.cz/8KObV>. (Accessed on 27.1.2022).
- Iyer G. Jarvis L. (2019). CSR adoption in the multinational hospitality context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2376–2393. doi: 10.1108/IJCHM-06-2018-0451.
- ISO 18065 Tourism and related services – Tourist services for public use provided by Natural Protected Areas Authorities – Requirements.
- ISO 20611:2018 Adventure tourism – Good practices for sustainability – Requirements and recommendations.
- ISO 23405:2022 Tourism and related services – Sustainable tourism – Principles, vocabulary and model.
- ISO 21401:2018 Tourism and related services – Sustainability management system for accommodation establishments – Requirements.
- Jiang, Y. Y., Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2563-2573. doi: 10.1108/IJCHM-03-2020-0237.
- Kalisch, A. (2002). Corporate Futures: Social Responsibility in the Tourism Industry. London: Tourism Concern.
- Koh, E. (2020). The end of over-tourism? Opportunities in a post-Covid-19 world. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1015-1023. doi: 10.1108/IJTC-04-2020-0080.
- Kolk, A. & Lenfant, F. (2010). MNC Reporting on CSR and Conflict in Central Africa. *Journal of Business Ethics*, 93 (S2), 241- 255. doi: 10.1007/s10551-009-0271-1.
- Kraus, P., Stokes, P., Cooper, S. C., Liu, Y. P., Moore, N., Britzelmaier, B., & Tarba, S. (2020). Cultural Antecedents of Sustainability and Regional Economic Development-A Study of SME 'Mittelstand' Firms in Baden-Wurttemberg (Germany). *Entrepreneurship and Regional Development*, 32(7-8), 629-653. doi: 10.1080/08985626.2020.1713223.
- Kuščer, K., Eichelberger, S., Peters, M. (2022). Tourism organizations' responses to the COVID-19 pandemic: an investigation of the lockdown period. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 247-260. doi: 10.1080/13683500.2021.1928010.
- Legrand, W. (2021). *The solutions nature provides: how can hotels contribute and benefit?* Retrieved from: <https://www.hospitalitynet.org/panel/125000113.html>. (Accessed on 27.1.2022).
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824. doi: 10.1111/jofi.12505.
- Liu, C.H.; Tzeng, G.H.; Lee, M.H.; Lee, P.Y. (2013). Improving metro-airport connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 95–107. doi: 10.1016/j.tmp.2012.09.004.

- MacKenzie N. Gannon M. J. (2019). Exploring the antecedents of sustainable tourism development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2411–2427. doi: 10.1108/IJCHM-05-2018-0384.
- Matteucci, V. (2020). How can the hospitality industry increase corporate value aligned with sustainable development goals? Case examples from Hilton, Melia and Sun. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(5), 509–523.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III., W. W. (1972). *Limits of Growth. A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A. & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests' experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 169–179. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.04.022.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability. Development, globalisation and new tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Mura, L., Zsigmond, T., & Machová, R. (2021). The effects of emotional intelligence and ethics of SME employees on knowledge sharing in Central-European countries. *Oeconomia Copernicana*, 12(4), 907–934. doi: 10.24136/oc.2021.030.
- Nath, B., Hens, B. & Devuyt, D. (1996). *Sustainable development*. Brusel: VUB Press.
- Novelli, M., Klate, M., & Dolezal, C. (2017). The ASEAN Community-based Tourism Standards: Looking Beyond Certification. *Tourism Planning Development*, Vol. 14, Issue 2, 60–281. doi: 10.1080/21568316.2016.1243146.
- Oh, H., Assaf, A. G. & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205–219. doi: 10.1177/0047287514546228.
- Paris Agreement. (2015). Retrieved from: <https://1url.cz/NKOZK>. (Accessed on 27.1.2022).
- Saarinén, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140. doi: 10.1016/j.annals.2006.06.007.
- Santos-Roldán, L., Castillo Canalejo, A. M., Berbel-Pineda, J. M., & Palacios-Florencio, B. (2020). Sustainable Tourism as a Source of Healthy Tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 5353. doi: 10.3390/ijerph17155353.
- Séraphin, H., & Gowreesunkar, V. G. (2021). Tourism: how to achieve the sustainable development goals? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. doi:10.1108/WHATT-08-2020-0086.
- Scheyvens, R.; Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 20, 589–609. doi: 10.1080/14616688.2017.1381985.
- Shen, L., Qian, J., & Chen, S. C. (2020). Effective Communication Strategies of Sustainable Hospitality: A Qualitative Exploration. *Sustainability*, 12, 6920. doi: 10.3390/su12176920.
- Steiner, M. (2021). *Hotels, The New Community Beacon*. Retrieved from: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4104567.html> (Accessed on 27.1.2022).
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29, 259–271. doi: 10.1002/sd.2133.
- Strombach, S., & Surmeier, A. (2013). Knowledge dynamics in setting sustainable standards in tourism – the case of „Fair Trade in Tourism South Africa“. *Current Issues in Tourism*, Vol. 16, (7-8), 736–752. doi: 10.1080/13683500.2013.785485.
- Surmeier, A. (2020). Dynamic capability building and social upgrading in tourism – Potential and limits of sustainability standards. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 28, Issue 10, 1498–1518. doi: 10.1080/09669582.2020.1744615.

- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 4, 413-422. doi: 10.1016/S2212-5671(12)00356-5.
- Sutresna, I. B., Suyana, U. I. M. & Saskara, I. A. N. (2019). Community based tourism as sustainable tourism support. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 94(10), 10-78. doi: 10.18551/rjoas.2019-10.09.
- Teare, R. (2020). Reflections on the theme issue outcomes: tourism sustainability in natural, residential and mountain locations: What are the current issues and questions? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), I-VI. doi: 10.1108/WHATT-06-2017-0027.
- UNEP & UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. p.11-12. Retrieved from: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf> (Accessed on 27.1.2022).
- UN. (2015). Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Retrieved from: <https://sdgs.un.org/2030agenda>. (Accessed on 27.1.2022).
- UNWTO (2020). Global Guidelines to Restart Tourism. Madrid, Spain. Retrieved from: UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf (amazonaws.com). (Accessed on 27.1.2022).
- UNWTO. (2001). Global Code of Ethics for Tourism. Retrieved from: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>. (Accessed on 27.1.2022).
- UNWTO. (2017). Tourism and the sustainable development goals – journey to 2030. Retrieved from: <https://1url.cz/VKOOm>. (Accessed on 27.1.2022).
- Vargas-Sanchez, A. (2018). The unavoidable disruption of the circular economy in tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 652-661. doi: 10.1108/WHATT-08-2018-0056.
- Wells, V.K., Gregory Smith, D., Babak, T., Manika, D. & McCowlen, C. (2016). An exploration of CSR development in heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 58, 1-17. Doi: 10.1016/j.annals.2016.01.007.
- Williams, S. (2009). *Tourism geography: A new synthesis*. London: Routledge.
- Yeon, J., Song, H. J., Yu, H., Vaughan, Y., & Leed, S. (2021). Are socially responsible firms in the U.S. tourism and hospitality industry better off during COVID-19? *Tourism Management*. 85, 104321. doi: 10.1016/j.tourman.2021.104321.
- Zhang, Y., Lingyi, M., Peixue, L., Lu, Y., & Zhang, J. (2021). COVID-19's impact on tourism: will compensatory travel intention appear? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(7), 732-747. doi: 10.1080/10941665.2021.1908383.

Contact Details

Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D., Mgr. Petr Jeřábek,
Pan-European University, Department of Tourism
Spálená 14, 110 00 Prague 1
e-mail: iveta.hamarneh@peuni.cz; petr.jerabek@peuni.cz

Mgr. Olga Soboleva, PhD., MBA, Ing. Petr Houška, PhD.
Pan-European University, Department of Tourism
Spálená 14, 110 00 Prague 1
e-mail: olga.soboleva@peuni.cz; petr.houska@peuni.cz

Significance of the Hitler's Highway with Regard to Traffic Safety, Historical and Cultural Heritage

Martin Hrinko, Petra Vrtalová & David Palička

Abstract

The purpose of the study is to describe and recognize the reasons, purpose, original construction plans and failure during the completion of the highway, which, according to the plans of the German builders, was originally supposed to follow the highway from Germany and Poland and go through the territory of our country from Wrocław to Vienna, when this constructed highway known as the so-called Hitler's highway was supposed to be important for the safety and acceleration of road transport, tourism and the transport of goods across Central Europe. Some sections of the highway under construction still fulfil their purpose, while others, on the other hand, have become a torso and a permanent remnant of the construction. The idea of building a Germany-funded highway in the 1940s laid the foundations that are still relevant to the Czech historical and cultural heritage today. The authors will examine the extent of the heritage for tourism, evaluate the idea of building such a road link between Berlin and Vienna, and further describe the background of the construction and non-completion of the highway from the perspective of the political and historical events of the time. The paper will contain the main findings after the qualitative and quantitative analysis, the conclusion of the paper will be an interpretation of the findings and a proposal for further benefits not only for the safety when travelling through the middle of Europe, which one of the greatest mass murderers in world history decided to build.

Key words: Hitler's highway. Cultural and historical significance. Travelling. Safety.

Introduction

The Vienna – Wrocław extraterritorial highway, designated the A88, also known as the Hitler's highway, is an unfinished highway of Nazi Germany that was to connect Vienna and Wrocław via Moravia and eastern Bohemia. According to the project, the highway was to be 320 km long. A total of 83 km were under construction in the Czech Republic. ("Extraterritorial Vienna – Wrocław highway", 2023). The purpose of the authors of the paper is to describe the history and significance of the construction of roads and highways, to recognize the reasons, purpose, original plans for construction and failure in the completion of the first Czechoslovak highway, which was originally planned by German builders to follow the first ever European highway from Germany through Poland and go through the territory of our country to Vienna, when this highway under construction known as the so-called Hitler's highway was to be important for the safety and acceleration of road transport, tourism and transport of goods across Central Europe. Some sections of the highway under construction still fulfil their purpose, while others, on the other hand, have become a torso and a permanent remnant of the construction. The idea of building a Germany-funded highway in the 1940s laid the foundations that are still relevant to the Czech historical and cultural heritage today. The authors will examine the extent of the heritage for tourism, evaluate the idea of building such a road link between Berlin and Vienna, and further describe the background of the construction and non-completion of the highway from the perspective of the political and historical events of the time. In the context of political events, the paper mentions the research on electoral polling in the

society and the power of propaganda of the then onset and course of the regime. The paper will contain the main findings after the qualitative and quantitative analysis, the conclusion of the paper will be an interpretation of the findings and a proposal for further benefits not only for the safety when travelling through the middle of Europe, which one of the greatest mass murderers in world history decided to build. The authors ask research questions and answer them in the conclusion, as follows 1) *Did the uncompleted so-called Hitler's highway become the basis for the current road network?* 2) *Did Hitler's propaganda and security policy play a role in the construction of the highway?*

Data and Methods

The paper is based on the collected data and historical facts that have influenced both politically and developmentally the lives of people and the sciences of construction, automotive, engineering, mechanization and ultimately tourism development in Europe. The data were obtained through extensive research in libraries and historical sources available in research libraries and in electronic form. In addition to the descriptive section and answering the research questions, the paper aims to describe the findings of the study of the development, evolution and work on the transport link across Europe, set in the difficult period between the World Wars, including the impact of the builder's preparations for war.

Results

Germany's plans to build megalomaniac highway

A depiction of the direction and construction plan can be seen in Figure 1. The construction plans were timeless at the time, the construction was planned according to the then modern "German" standards and was the technical and structural basis for the future construction of the highway in Czechoslovakia. But let's read about it step by step and focus on the Hitler's highway in question after describing the history of road construction and the need to create a road network.

Figure 1: Depiction of the direction and location of the highway construction in our territory



Source: Daněk, 2020.

Road and highway history

The construction of safe roads is an important benefit of our time, whether in terms of higher safety, or saving time and energy for the driver and crew. These parameters are primarily focused on the road planning, construction and maintenance system. Before the beginning of our era, the Romans already started to build roads outside the cities to a large extent. The roads were paved with stone, sometimes covered with concrete. From the middle of the 19th century, roads began to be

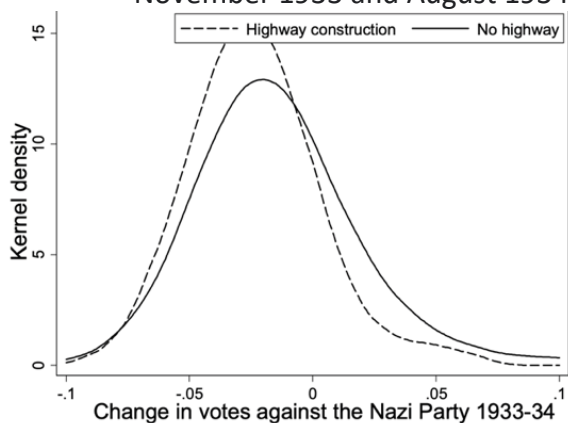
asphalted. The massive boom in the construction of asphalted roads is linked to the development of the chemical industry based on oil processing in the first half of the 20th century, and especially to the boom in motoring after the Second World War. The massive development of motoring has created a need for traffic regulation and accessibility. Traffic regulations and other necessary regulations were created to limit traffic. The need to improve safety has not only affected the cars and roads, but also the creation of rules and restrictions. Ensuring the safety and fluency of traffic has required the rebuilding of existing roads and the construction of roads that can accommodate more vehicles, that can facilitate moving faster due to the quality of the surface, leading curves and avoiding obstacles, and where other means of transport have been excluded from participating in traffic. Highways started to be built. The earliest reports of roads come from Egypt, dating back 3000 years, and from China, dating back 2000 years. The first significant stage in the development of road transport dates back to the Roman Empire. During this period, the Romans managed to build 150,000 km of transport routes. The Romans built roads to build, administer and maintain their empire. The road network of the Roman Empire reached its peak not only in the Ancient World, many places on Earth even today do not have such a high quality road network. The Romans also took care to organise traffic well on the roads – for example, Julius Caesar’s decree banning heavy vehicles from driving in cities at night because of the strong noise (“Roads and bridges”, 2020). In the second half of the 18th century the road network in Bohemia was built. According to the decision of Maria Theresa in mid-1746, road construction was to be resumed, after the interruption by the death of Emperor Charles VI and the subsequent wars. At the end of 1751, an inventory of the main roads was drawn up, and in 1752 the construction of other road sections began. In the middle of the 19th century there were 23 state roads and 372 district roads in Moravia and Silesia. The massive development of road transport and the resulting development of the road and later the highway network forced Czechoslovakia in 1918 to address the need for rapid renewal of the road infrastructure. The request for the construction of a highway through the territory of the then already considerably territorially abridged Czechoslovak Republic first appeared in 1938 in Adolf Hitler’s instructions to Joachim von Ribbentrop, Minister for Foreign Affairs. The reason for this construction was to provide a direct highway connection between the economically important town of Wrocław, located in the German part of Silesia, and Vienna, which became part of Germany after the annexation of Austria. Construction of the highway continued until 1942. The completed structures and some sections of the highway body are still very well preserved. The oldest highway currently in operation in the Czech Republic is the D1 highway. The construction of the D1 highway was already approved in 1938. At that time, a highway link between Prague and Subcarpathian Ruthenia was envisaged. It was not until 1963 that the government decided to resume highway construction in Czechoslovakia. The original design of the highway no longer met the technical requirements of the time, so a new design was prepared. The first section of the highway network, a 21 km long section of the D1 highway, was put into operation on 12 July 1971. It was not until 1980 that the entire highway from Prague to Brno was completed, where it was followed by the newly completed D2 highway leading to Bratislava in Slovakia. Today, the D1 section from Prague to Brno is part of the 4th Pan-European Berlin/Nuremberg – Prague – Bratislava – Budapest – Constance/Thessaloniki / Istanbul Corridor (“Roads and bridges”. Driving a car, 2020).

Results of the measurement of public support for the political regime of the time (data).

Politics is part of the development and processes in society. Influencing society is often accompanied by an interest in targeted propaganda. In this paper, the authors discuss, among other things, the trigger for such important decisions for the development of society, travelling and tourism, namely the construction of a megalomaniac highway project. Political benefits include the

building of the described first national highway network in the world in Germany after 1933. In essence, sophisticated propaganda ensured that the construction of the so-called Hitler's highway was highly effective in reducing resistance to Hitler's regime. To measure public support, we used the results of the parliamentary elections in November 1933 and the referendum in August 1934 – both held after the Nazi Party took power. Support in the 1933 elections and the 1934 referendum was generally high, with about 90 percent of Germans voting in favour. Some cities supported the regime almost unanimously; in others, the regime was supported by less than two votes out of three. In Garrel in Lower Saxony, for example, only 60 percent of voters said yes. At the other end of the spectrum, Wendlingen (in southwest Germany) recorded 99.9 percent support. Because of intimidation in polls, it cannot be assumed that the proportion of votes cast in favour is an unbiased indicator of support for the regime (Evans 2006). Between November 1933 and August 1934, work started in most of the districts through which the first sections of the highway passed. Specifically, the differences in the proportion of “no” votes between November 1933 and August 1934 were examined. In a non-democratic setting, this is a more appropriate outcome variable than the proportion of voters saying “yes” – one cannot then be sure that a “yes” vote was for the regime, but given how potentially costly a “no” vote was, these votes are a clear sign of opposition. This also means that the estimated effects are a lower threshold of the actual shift in attitudes induced by the highway (Voth & Voigtländer, 2014).

Figure 2: Distribution of changes in the proportion of voters opposing the Nazi regime between November 1933 and August 1934



Source: Voth & Voigtländer, 2014.

Figure 2 illustrates the main findings of the authors of the original study. It shows how much the construction of new highways changed the electoral results by plotting the distribution of changes in the proportion of voters opposing the Nazi regime between November 1933 and August 1934. There is a noticeable shift towards lower values – and a faster decline in opposition – for areas through which new highways pass. In an average district, the votes against the regime fell by 1.6 percentage points over this 9-month period (starting from already low levels). In districts where the highway runs, the decline was 1.5 times faster, representing another percentage point of reduction in opposition. In addition, it was possible to consider potential endogenous issues – highway planning may have followed a political course after 1933. To this end, the lowest-cost roads were built between the end towns. The economic and transport benefits were disputable. Overall, they showed to be minimal (Ritschl 1998; Vahrenkamp 2010). While these may have played a role locally, research suggests that highways also increased support because they could be exploited by propaganda as powerful symbols of competent, energetic government (Voth & Voigtländer, 2014).

Highway construction

Hitler's government pursued two goals in building the highway network. First, they focused on the success of the propaganda and demonstrated their competence by “getting things done”. This goal was energetic and many older Germans still point to the highway network to argue that the Nazi regime has also had positive aspects. Second, the government tried to create jobs. Adolf Hitler himself laid the first lump of earth for the construction of the highway in September 1933. The weekly news strip shows him addressing a huge crowd of workers and declaring that the “gigantic undertaking” was to bear witness to the determination and vision of the regime. Along with rearmament, the highway is widely seen as a key part of the Keynesian demand stimulus by Hitler's government. In line with the propaganda of the regime, many observers took it for granted that the construction of the new highway network had substantially reduced unemployment. The rapid increase in production under Hitler is typically explained by the strength of the cyclical upturn, supported by the end of deflation and declining economic uncertainty (Ritschl 1998). Immediately after coming to power, the Nazi government began to push for new road construction projects. At the Berlin Motor Show – just 11 days after he came to power – Hitler proposed far-reaching plans to “motorize” the Germans, providing not only roads but also cheaper compact cars. The new regime could draw on earlier plans: Long before the Nazi government started building highways, a private think-tank, the so-called STUFA, drew up detailed plans for a comprehensive highway network in Germany (Vahrenkamp 2010). In the Rhineland, Bonn and Cologne were linked by another – unrelated – project. Konrad Adenauer, later Chancellor of the Federal Republic of Germany, coordinated efforts to reduce unemployment. It was open in 1932. In the summer of 1933, a new public corporation was established to build and operate the new highways. The network was planned with the help of a network of local enthusiasts (Vahrenkamp 2010). Gennaioli and Shleifer (2010): In several cases the exact path was decided by Hitler himself, who insisted on scenic routes. Upon the orders of Josef Goebbels, Propaganda Minister, schedules were coordinated so that work could begin simultaneously at 22 sites in March 1934. Instead of building whole sections of the highway first, construction was done across the country in 1934. The rapid decline in unemployment after 1933, highlighted as a key factor in the economic recovery, convinced many people that road building “worked”. After the perceived incompetence and the stalemate of Weimar policy, many Germans were undoubtedly impressed by the rapid progress in road construction. The propaganda machine took particular care to link the roads in the public imagination to Adolf Hitler himself – the highways were called “Führer's roads”, thus increasing the popularity of the Führer and improving his image even further. While these effects affected voting in the country as a whole, it is likely that the regime's success in building the highway was more important to voters in districts where new roads were constructed (Voth & Voigtländer, 2014). Neither Hitler nor the Nazi Party, however, invented the highway, although records suggest that they tried to take some credit for it through propaganda. In 2012, Deutsche Welle (DW), the German news station, published a report on Nazis involvement in the highway, indicating the idea that the Nazis invented it “historical fiction”. Germany was initially unable to build highways due to financial constraints after the First World War. The first highway which was successfully financed and built was opened in 1932 between the German cities of Bonn and Cologne upon Rhine. DW noted that the Nazi regime supported the construction of highways in the 1930s and used highways as part of its propaganda. After the outbreak of World War II, prisoners and Jewish forced labourers were also brought in to build highways. Although the Nazi government supported the construction of a highway system in the 1930s, they did not create the concept (Daragh, 2022). Historians now say that Adolf Hitler simply jumped on the bandwagon of increasing mobility that was already gaining momentum around the world. He certainly recognized the potential for securing his own power and

inducing the entire nation through what initially seemed like a fool's errand. At the same time, Nazi propaganda promised people full mobility. The aim was to enable everyone to travel – not just the rich. Thus the idea of Volkswagen – “the people's car” was born. Hitler also got the German National Railway Company to introduce omnibus services on the first sections of the new highways. In 1934 he spoke of the “labour struggle” that was ahead and promised to reduce the high number of unemployed. The construction itself was marked by diseases, death, hunger and misery. There were strikes and the strike leaders were sent to concentration camps. Of course, none of this was told to the public (Dick & Lichtenberg, 2012).

Construction of the highway passing through the territory of the Second Czechoslovak Republic

The construction began in April 1939 during the German occupation of Czechoslovakia and was stopped on 73 km of the line in April 1942 due to the increasing demands of World War II. After the war the construction was not restored, the whole route was abandoned. The D43 highway, formerly the R43 express way (Czech: Rychlostní silnice R43), is a highway in the Czech Republic. Once completed, it will connect the cities of Brno and Moravská Třebová and the D1 highway with the R35 express way. The first project on this route was created after the Munich Agreement by Nazi Germany as the extraterritorial highway A88 Breslau (Wrocław) – Vienna, passing through the territory of the Second Czechoslovak Republic with customs stations at all exits. The construction began in April 1939 during the German occupation of Czechoslovakia and was stopped on 73 km of the line in April 1942 due to the increasing demands of World War II. After the war the construction was not restored, the whole route was abandoned. In the 1980s, a modern plan for the R43 was drawn up and the first 7 km long section from Brno to the north was built. In the 1990s, plans for the southern section with a route directly through the centre of Brno were abandoned and other alternatives, some using the route of the German highway, have been considered. The existing R43 segment is used as a feeder only in some alternatives. The plans for the northern part use the main part of the German highway (Dick & Lichtenberg, 2012). The body of the described Hitler's highway winds through the Moravian countryside. In the terrain, numerous bridges, embankments or cuttings act as a reminder of where it was supposed to lead exactly, is noticeable when looking at an aerial map – from Městečko Trnávka to the south of Brno it is possible to trace a little interrupted belt of greenery, which absorbs the former construction site. And there are few places where the designed highway actually serves traffic at present. However, this should change in the future, as the D43 highway is to be built approximately along the A88 route as a new link between Brno and north-west Moravia and eastern Bohemia. As already described, the demand for the construction of a highway through Czechoslovak territory was first made by Adolf Hitler at the beginning of October 1938, at a time when the Wehrmacht was already “liberating” the Czechoslovak borderlands. Later, he also ordered that the land needed for the construction of the highway be granted the status of extraterritoriality, i.e., its removal from Czechoslovak territory and its internationalisation. By the end of November, the contract was signed, the highway project was completed by the end of the year and in April of the following year, already on the territory of the Protectorate, the actual construction began, with the first sections to be opened in 1939. Initially, construction moved really fast, but no section was put into operation that year. In the spring of 1942, the building activity died down completely due to the suspension of all civil construction in the German Reich. The construction site was guarded until the end of the war, but after the liberation no one continued building the highway. In contrast, the remaining usable material and construction equipment was removed and the construction site was left to its fate. Hřebečsko, which was the largest German-language island in the Czechoslovak inland until 1945, was annexed to the Reich during the war together with the borderlands. The northernmost demonstrable work

on the highway was carried out east of Lanškroun; however, the forest section near Czech Albrechtice and Moravian Lubník can now only be identified with an old aerial map. The highway was to cross the main railway line from Olomouc to Prague at the Krasíkov railway station, preparatory work and ground surveys were carried out in the vicinity of Třebašov and Staré Město. For the time being, the traces of the highway were rather indirect, but from Městečko Trnávka, or the Oslenska stream in the south of the village, a green strip of the former highway body can already be seen in the terrain. To the west of Jevíčko, you can find the first of the completed highway bridges, which crosses the road from Jevíčko to Svitavy near the former Jewish cemetery. It is not far to other bridges along the road along the low unfinished embankment: a smaller one bridges the already closed mill race, a larger parabolic one extends over the road to Smolná and is immediately followed by another low arch over the Malonínský stream. Then the highway route plunges into a cut through which the bridge with the road to Velké Opatovice passes. Then there are hundreds of metres of embankment and completed bridges and small bridges over field roads, the local line or the Jevíčka river, especially interesting is the bridge south of the Velké Opatovice railway station, which is built on foundations shaped into an arch – it was to cross the planned relocation of the local line from Opatovice to Skalice nad Svitavou. The green belt of the overgrown highway body with other completed bridge constructions then continues on low embankments or in shallow cuts between the fields near Borotín and Vanovice up to Sudice. It is possible to walk partly along the highway, a part of the route is used as an access road to the landfill. If the embankments of the highway were not too high here, the bulky earthworks behind Sudice cannot be overlooked. The highway crosses the valley of the Semíč stream with a massive embankment, and an interesting parabolic bridge was built over the road from Sudice to Vísky. It is followed by a cut in the saddle between two hills and then the highway route descends gently to the Svitava River, while few of the bridges and other structures considered here have been built; for example, the bridge over the road from Svitávka to Mladkov has been completed but not used, and only the foundations of the bridge over the Svitava River have been completed. In the 1970s, however, the highway route was partially used near Svitávka, namely for a new link between Boskovice and the main route I/43. Other finished highway bridges can be seen near Drnovice, where the highway route reaches, among other things, through a cut between fields near Voděradý, where it is possible to see the concrete footings of a temporary wooden bridge that carried traffic across the construction site. At the entrance to Lysice from Boskovice, you can see the torso of an unfinished bridge. Approaching from Bořítov, the highway cut is interrupted by the embankment of the local road. In the hilly terrain near Černá Hora, the highway was planned as a straight line even at the cost of extensive earthworks, such as the deep cut near Žernovník, where one can also encounter an arch of an unfinished parabolic bridge or several finished culverts. Another challenge was to cross the valley of the Lubě River and the Dvorský Strem. The originally considered bridge would have led directly over the dominant rock formation of Krkatá bába. The design was eventually reconsidered and the valley was to be bridged in each highway direction by two high concrete viaducts with narrow arches, while the highway divided into two bodies would bypass Krkatá bába. However, not much has survived after the construction of the Four Bridges, more or less only the concrete footings of the crane and technical equipment, or the remains of the camps at Hluboké Dvory. Even the highway body itself is often disturbed or reused as a field or in another way. At Moravské Knínice, the highway is again more visible in the terrain. The local highway cut is protected as a Obůrky-Třeštenec natural monument, and a bridge was built over the Kuřimka River, which is still preserved today and is accessible from the cycle path along the route of the cancelled railway line to Veverská Bítýška. A field road then stretches along the highway body to Jinačovice, where a torso of the bridge is located. Near this village there are other bridge structures, one only has foundations, the finished parabolic bridge to

the south of the village is overgrown with greenery. Another bridge to be built was to cross the road near Rozdrojovice, then the highway curves around to the Brno dam. In sight of the dam, the highway was to cross the valley of the Svratka River via a high viaduct. Of the planned three pillars, only one was completed, which still stands alone above the Svratka River and is used, among other things, as a climbing wall. A large crossroad and a restaurant with a view of the dam were to be built on the other bank, but a part of the old Bystrc buildings were to fall down. Furthermore, the route of the extraterritorial highway found a use in Brno, as the name of Old highway suggests, for the busy drive from Bystrc south to the D1 highway. Worth mentioning is the two-storey bridge accessible from the Černý public transport stop, which crosses the valley of the Vrbovec stream and a field road ("Po stopách německé průchozí dálnice", 2020). However, the Old highway city road follows the route of the German highway only to the Bosonohy fortification. The originally planned route was to lead from the fortification along Bosonohy and then in the area to Troubsko and Ostopovice a fly-over intersection with the Protectorate highway, today's D1, was to be built. Only the plans and earthworks remained, but these are no longer visible. Further on, near Ostopovice, there are torsos of two bridges and also an extended body for the planned resting place under Urban's Hill continued with a high embankment. Overgrown with greenery, there is another bridge, which was supposed to cross the unfinished relocation of the Hajany road, and also a bridge over the Hajanský stream, are hidden by the road to Hajany. A piece of the cut further on to Syrovice is used for an asphalt mixing plant, and further on, cars already drive on the D52 highway built in the 1990s, for which several bridges and other elements from the Second World War era were used and completed. And anyway, the construction site of the extraterritorial highway ended at the site of today's Bratčice highway exit; further on it was only in the plans (Po stopách německé průchozí dálnice, 2020).

Discussion

A discussion regarding the construction in the context of the circumstances of one of the dark times of the then Czechoslovakia can be conducted especially on the influence of Germany on the political decisions of the Czechoslovak government, later in the Protectorate, but it is also worth mentioning the technical view of the stricter standards in the construction of road networks applied by the German builders in the unfinished construction of the motorway on the territory of the then Czechoslovakia.

The planned route was supposed to be 320 km long, but construction took place only on less than a quarter of it, most of it in the territory of the Protectorate of Bohemia and Moravia. Since 65 km of the highway were to be completed by the end of 1940, work began at a very fast pace. Workers were rotated on the construction site in ten-hour two-shift operation, with approximately 600 workers needed for each five-kilometre section. A large amount of heavy machinery was involved in the construction. For example, a ČKD tower crane or a Bleichert cable crane, an Orenstein & Koppel steam locomotive and a Deutz OMZ 122 diesel locomotive, a Škoda steam excavator, a Weserhütte W800 diesel excavator, a Tatra-Kemna diesel roller, or a ČKD type M steam roller, Demag explosive rammers and other machines. A branched network of tracks with a gauge of 760 and 600 mm was also created for the transport of materials. The extraterritorial highway was to connect to the already partially completed section of the Dresden-Berlin-Wrocław – Glivice highway network with a connection southwest of the Silesian metropolis. From the north, five large bridges were designed with respect to the planned parameters. In 1940, the construction of two of them, located in Protectorate territory, began. At that time, preparatory work was also taking place in the vicinity of Lanškroun. However, nothing has survived of these structures except for the remains of one test pillar. The first noticeable remains of the highway can be found north of Městočko Trnávka,

where a slight cut in the landscape relief appears at first, which continues with little visible remains southwest of the village towards Lazy. There we can encounter not only terrain irregularities but also remnants of sewers and culverts under the highway body. The route continues along a well-recognizable embankment following the Hušák hill towards Víška u Jevíčka, where the foundations of an unbuilt parabolic bridge are located. South of Víška, one can come across another concrete foundation of an unfinished highway bridge, followed by a cut in the slope of an insignificant elevation where the highway leaves the Sudetenland and enters the territory of the former Protectorate (Daněk, 2020).

Answers to the research questions

1) *Did the uncompleted so-called Hitler's highway become the basis for the current road network?*

2) *Did Hitler's propaganda and security policy play a role in the construction of the highway?*

The construction began in April 1939 during the German occupation of Czechoslovakia and in April 1942 was stopped due to the increasing demands of World War II. As the content of the article shows, after the war the construction was not restored, the whole route was abandoned. But in the 1980s, a modern plan for the R43 was drawn up and the first 7 km long section from Brno to the north was built. In the 1990s, plans for the southern section with a route directly through the centre of Brno were abandoned and other alternatives, some using the route of the German highway, have been considered. The existing R43 segment is used only in some alternatives. The plans for the northern part use the main part of the German highway. The road is still considered for the future, as the future forecasts of the use of the segments of the Hitler's highway along today's R43 lead to, as can be seen from the statistical measurements in Table 1. 1. Therefore, it can be stated that the so-called Hitler highway, which was started with the construction but not completed for the reasons mentioned above, became an important basis for the construction of the Czech express way used today. Then there are hiking trails, monuments and ultimately the cultural heritage of our history of travelling and tourism.

Table 1: Traffic volume on the R43 express way, prospective condition, two-way traffic during 24 hours

Road	Vehicle type	Year						
		2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035
R43 section 1	Passenger	5750	6600	7100	7500	7800	8100	8300
	Freight	2050	2300	2500	2700	2800	2900	3000
	Total	7800	8900	9600	10200	10600	11000	11300
R43 section 2	Passenger	6100	7000	7500	8000	8300	8600	8800
	Freight	2150	2500	2600	2800	2900	3000	3100
	Total	8250	9500	10100	10800	11200	11600	11900
R43 section 3	Passenger	6600	7500	8100	8600	9000	9300	9500
	Freight	2250	2600	2800	2900	3100	3200	3200
	Total	8850	10100	10900	11500	12100	12500	12700
R43 section 4	Passenger	6050	6900	7400	7900	8200	8500	8700
	Freight	2000	2300	2500	2600	2700	2800	2900
	Total	8050	9200	9900	10500	10900	11300	11600
R43 section 5	Passenger	6200	7100	7600	8100	8400	8700	8900
	Freight	2100	2400	2600	2800	2900	3000	3000
	Total	8300	9500	10200	10900	11300	11700	11900
R43 section 6	Passenger	6300	7200	7700	8300	8600	8900	9100
	Freight	2200	2500	2700	2900	3000	3100	3200
	Total	8500	9700	10400	11200	11600	12000	12300

Source: R43 express way project, 2006.

Here we must state that the construction of the highway, together with the development of the armaments industry, significantly influenced the election results and Adolf Hitler's rise to power in Germany. Hand in hand with the propaganda of these revolutionary and energetic steps with perfectly elaborate propaganda, the regime of the time was even able to erase the history of highway construction in Germany and to attribute the author's idea to Adolf Hitler. After reading the article, readers will come to a conclusion about the power and influence of propaganda, media and politics on the then and current situation.

Conclusion

In conclusion, it can be stated that the authors of the paper, with the help of extant sources and citations, have developed a relevant basis for answering research questions related to the special topic of this year's Jihlava conference – “*Historical and Cultural Heritage and its Importance for Tourism*” under the “*Research in Tourism*” sub-topic. In the paper, the authors describe the historical concept not only of Hitler's highway but describe it in the complete context of the construction of a highway starting in Germany, continuing through Poland and Czechoslovakia to Vienna. In the paper, the authors did not forget to use the available information on political decisions and public opinion in Germany at the time when the political party led by Adolf Hitler took power in the country, which accompanied the construction of the highway. The paper is focused on a detailed description of the work of a partial part of Hitler's highway passing through the Sudetenland and the territory of Czechoslovakia, i.e., the territory where it was the basis for the development of tourism in the form of road transport in the current Czech Republic. The future direction of the original foundations of the Hitler's highway will be used in even smaller fragments for the construction of a more comprehensive road, probably with a bypass of the South Moravian metropolis of Brno as D43. Many partial structures (unfinished bridges) will probably remain unused, but the sections of roads mentioned in the article, which are still in use today, will be part of our history and in the minds of those who remember them as the “German highway built on Hitler's order”.

References

- Daněk, P. (2020). *Hitlerovy mosty ztracené v polích: Pozůstatky dálnice Breslau–Wien (1)*. 100+1 Magazine: <https://www.stoplusjednicka.cz/>
- Daněk, P. (2020). *Exteritoriální dálnice Vídeň–Vratislav*, 100+1 Magazine: <https://www.stoplusjednicka.cz/>
- Daragh, R. (2022). *Did Hitler Invent 'Highways and Microphones', as Ye Claimed?* Retrieved February 12, 2022, from <https://www.newsweek.com/fact-check-did-hitler-invent-highways-microphones-ye-claimed-kanye-west-1764170>
- Dick, W. & Lichtenberg, A. (2012). *Autobahn history*. Retrieved January 12, 2023, from <https://www.dw.com/en/the-myth-of-hitlers-role-in-building-the-autobahn/a-16144981>
- Hertel, G., Siebert, H. E., & Vogel, R. (1999). Maintaining Inter-Vehicle Spacing -Using Synergetic Effects between Rail and Road Traffic! *Commucations – Scientific Letters of the University of Zilina*, 1(4), 17–28. doi:10.26552/com.C.1999.4.17-28+
- Jaffe, E. (2014). *How Highway Construction Helped Hitler Rise to Power*. Retrieved March 27, 2014, from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-06-06/how-highway-construction-helped-hitler-rise-to-power>.

Mapy.cz. (2023). *Exteritoriální dálnice Vídeň–Vratislav*. Retrieved January 4, 2023, from <https://mapy.cz/turisticka?source=base&id=2242472&x=16.5261376&y=49.1703732&z=16>

Po stopách německé průchozí dálnice. (2020). Retrieved September 2, 2023, from <https://www.moravskyturista.cz/2020/09/po-stopach-nemecke-pruchozi-dalnice.html>

Roads and bridges: Driving a car. (2020), Retrieved January 4, 2023, from https://is.muni.cz/do/ped/kat/geografie/synteza/um/Silnice_a_mosty.pdf

ŘSD ČR a projektová kancelář pro dopravní a inženýrské stavby. (2006). *Rychlostní silnice R43 projekt: Oznámení dle § 6 zákona 100/2001 Sb. o posuzování vlivu na životní prostředí*. Retrieved April. 19, 2022, from <https://portal.cenia.cz/eiasea/download/>

Voth, J. H., & Voigtländer, N. (2014). *Highway to Hitler: UCLA and NBER and University of Zurich and CEPR*. Zurich, Switzerland.

Contact details

doc. Ing. Martin Hrinko, Ph.D., MBA, LL.M.
Vysoká škola CEVRO Institut Praha
Jungmannová 28/17, Praha 1
e-mail: martin.hrinko@icloud.com; martin.hrinko@vsci.cz

Mgr. Bc. Petra Vrtalová
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírová 17, Ostrava 30
e-mail: petra.vrtalova@vsb.cz

Ing. David Palička
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírová 17, Ostrava 30
e-mail: david.palicka@vsb.cz

Aktuální výzvy v interpretaci kulturního a přírodního dědictví v cestovním ruchu

Current Challenges in the Interpretation of Cultural and Nature Heritage in Tourism

Liběna Jarolímková

Abstrakt

Interpretace kulturního a přírodního dědictví v cestovním ruchu čelí mnoha výzvám a příležitostem v souvislosti se změnami na trhu cestovního ruchu, zejména v souvislosti s digitální transformací společnosti a technologickými inovacemi. Článek prezentuje výsledky výzkumu postojů návštěvníků památek k jednotlivým způsobům interpretace. Preference interpretačních metod byly zkoumány u tří nejvýznamnějších segmentů návštěvníků kulturních a přírodních památek v České republice: mládeže, rodin s malými dětmi a seniorů. Byly použity metody desk research a dotazníkového šetření. Analýza dat byla provedena pomocí matematických a statistických metod. Při výzkumu bylo zjištěno, že většina návštěvníků (83 %) preferuje osobní formy interpretace. Specifické nároky na interpretaci mají zvláště rodiny s dětmi. U sledovaných skupin se preference metod interpretace při návštěvě kulturních a přírodních památek pouze mírně odlišuje. Výsledky výzkumu potvrzují u všech zkoumaných segmentů pozitivní postoj k metodám interpretace s využitím digitálních technologií. Mladí dospělí a rodiny s dětmi považují digitální formy výkladu za vhodnou plnohodnotnou alternativu k ostatním formám výkladu, senioři berou digitální formy výkladu jako vhodný doplněk klasických forem.

Klíčová slova: Cestovní ruch. Digitalizace. Interpretace. Kulturní dědictví. Přírodní dědictví.

Abstract

The interpretation of cultural and nature heritage in tourism faces many challenges and opportunities in the context of changes in the tourism market, especially in the context of the digital transformation of society and technological innovation. This paper presents the research results on the attitudes of visitors to heritage sites towards different modes of interpretation. The preferences of interpretation methods were investigated among three most important segments of visitors to cultural and nature monuments in the Czech Republic: youth, families with young children and seniors. Desk research and questionnaire survey methods were used. Data analysis was carried out using mathematical and statistical methods. During the research, it was found that most visitors (83 %) prefer personal interpretation. Families with children in particular have specific demands for interpretation. The preference for interpretation methods when visiting cultural and natural monuments differs slightly between the groups studied. The results of the research confirm a positive attitude towards interpretation methods using digital technologies for all the segments studied. Young adults and families with children consider digital forms of interpretation as a suitable full-fledged alternative to other forms of interpretation, while seniors consider digital forms of interpretation as a suitable complement to classical forms.

Keywords: Cultural Heritage. Digitization. Interpretation. Natural Heritage. Tourism.

Úvod

Počty návštěvníků kulturních i přírodních památek stoupají. Vysoká návštěvnost s sebou přináší možnost rozšíření osvěty o významu památek a jejich hodnot, zároveň představuje také hrozbu devastace památek v důsledku nešetrného chování návštěvníků. To často není záměrné, ale je zapříčiněné neznalostí a nepochopením hodnoty navštívené památky a neznalostí správného chování. Tato situace přináší nové podněty a perspektivy pro interpretaci kulturního a přírodního dědictví a podtrhuje význam kvalitní interpretace kulturního a přírodního dědictví.

Interpretace je jedním z nástrojů podporujících udržitelné využívání přírodního a kulturního dědictví v cestovním ruchu. Při restartu cestovního ruchu po útlumu způsobeném opatřeními proti šíření covid-19 dochází ke změnám ve spotřebitelském chování návštěvníků i ke změnám při tvorbě nabídky v cestovním ruchu. Jedním z významných inovačních směrů současnosti je digitální transformace cestovního ruchu. Větší využití digitalizace se projevuje také při interpretaci přírodního a kulturního dědictví. Cílem výzkumu, jehož výsledky jsou prezentované v tomto příspěvku, bylo zjistit preference metod interpretace u návštěvníků památek, zvláště jejich postoje k digitálním inovacím v interpretaci. Výsledky jsou porovnány s výsledky obdobného výzkumu z let 2018 a 2020. Výzkum navazoval na projekty programu Erasmus+ „Metodologie interpretace evropského přírodního dědictví v cestovním ruchu“ a „Metodologie interpretace evropského kulturního dědictví v cestovním ruchu“ řešené na Katedře cestovního ruchu VŠE v letech 2017–2023.

Přehled literatury

Interpretace je jeden ze způsobů komunikace s návštěvníkem. Od jiných druhů komunikace (informování, marketingová komunikace, propagace) se odlišuje, má specifické cíle, zásady metody. Evropská komise (2018) zmiňuje význam interpretace v prioritách politiky na podporu kulturního dědictví. Důležitost kvalitní interpretace je zakomponovaná také v opatřeních ve Strategii rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021-2030 (MMR, 2020).

Teorii interpretace se odborná literatura zabývá přibližně 100 let. První známou publikací byla kniha *Adventures of a Nature Guide* vydaná v USA roce 1920 (Mills, 2006). Zásady interpretace formulované Tildenem (1957) pro národní parky USA jsou platné i v dnešní době. V Evropě se problematikou interpretace intenzivně zabývali odborníci od 90. let 20. století, a to zvláště se zaměřením na interpretaci regionálního dědictví, např. Ham (1992), v České republice (Ptáček, 2004, 2012), (Medek, 2016). Autoři Masters a Carter (1999) rozpracovali metodiku hodnocení kvality interpretace. Po roce 2000 se interpretací zabývají stovky odborných statí, témata výzkumu jsou většinou úzce vymezená a mají vazbu na konkrétní území. Většina prací je zaměřená na tvorbu a hodnocení obsahu interpretace, strukturu a design informací. Specifickým tématem posledního desetiletí je využívání moderních technologií v interpretaci (Davies, 2014), (Gandhi, 2020). Pro podporu interpretace evropského kulturního dědictví bylo roku 2014 založeno evropské sdružení European Association for Heritage Interpretation - Interpret Europe. Jeho cílem je vytvoření platformy pro mezinárodní spolupráci a výměnu zkušeností. (EAHI, 2023) Souhrnně problematiku Interpretace evropského kulturního dědictví shrnuje publikace *Interpretation of European Cultural Heritage in Tourism* (Jarolímková a kol., 2020b). Navazující publikace věnovaná interpretaci přírodního dědictví bude publikována v roce 2023.

Správně pojatá interpretace nejen seznámí návštěvníky s kulturním a přírodním dědictvím a pomůže jim pochopit jeho hodnoty. Měla by také vzbudit zájem o hlubší poznání navštívené lokality a vést k vytvoření osobního pozitivního vztahu návštěvníka k danému místu. Podněcuje také dlouhodobý zájem o ochranu kulturního a přírodního dědictví a vyvolá změny k žádoucímu šetrnému chování návštěvníků k památce.

Pro interpretaci kulturního a přírodního dědictví je možné použít různé metody osobní či neosobní interpretace. Identifikováno bylo používání 27 různých metod. (Jarolímková a kol., 2020b).

Trendy v interpretaci kulturního dědictví jsou následující (Jarolímková, 2020a):

- V obsahu informací dochází k posunu od faktografického obsahu sdělení ke sdělení v širším sociálním, geografickém a historickém kontextu.
- Interpretace zahrnuje více interaktivních a herních prvků, snaží se zapojit všechny smysly člověka (např. zařazením haptických prvků).
- Větší důraz je kladený na emocionální působení a zprostředkování mimořádných zážitků (např. noční prohlídky, tzv. expozice "posledního dne" využívané u technických památek, interpretace prostřednictvím uměleckého díla).
- Využívání moderních technologií při interpretaci.

Využití technologií při interpretaci má řadu přínosů, ale nese s sebou i rizika. Technologie obecně rozšiřují možnosti interpretace a zvyšují její kvalitu (např. rozšířená realita zobrazující zaniklé fáze památky), umožňují individuální přizpůsobení zájmům, jazykovým i jiným nárokům návštěvníků. V souladu se změnami v komunikaci ve společnosti ve 21. století usnadňují posun od textové k vizuální interpretaci. Působí moderně a pro některé návštěvníky jsou zajímavým zpestřením.

Digitalizace v interpretaci představuje nejen prostředek pro zkvalitnění interpretace, ale zároveň přínos v oblasti řízení cestovního ruchu. Může pomoci řešit problémy s toky návštěvníků, bezpečností a ochranou památek, může být zdrojem dat pro zlepšení destinačního managementu a účinnější marketing.

Technologie se v interpretaci používají od doby, kdy byly instalovány první počítače, televizní obrazovky a zavedeny první audioprůvodce a informační kiosky se statickými obrazovkami. Škála nástrojů se s rozvojem technologií dynamicky rozšiřuje, k dispozici jsou dotykové obrazovky, audiovizuální systémy, projekční technologie a videomapping, mobilní zařízení s přístupem k internetu, aplikacím, QR kódům, multimédiím, zkvalitňuje se virtuální a rozšířená realita. Nová média otevírají nové neomezené možnosti a příležitosti a vedou k posunu od statických textových panelů na výstavách k vizualizaci a interaktivitě (Šobáňová 2014). Někteří autoři (Davies 2014, Činčera a kol. 2018a) hovoří o zrodu "digitální interpretace". Činčera a kol. (2018b, s. 2). Hlavní výhodou efektivního využití technologií je možnost přizpůsobit tlumočený obsah zobrazením různých úrovní informací a jazykových verzí. To může pomoci odpovědět na jednu z nejdůležitějších výzev současnosti – individualizaci (Koutoura 2014).

Volba způsobů interpretace u památek je ovlivněna charakterem památky, cíli interpretace a technickými, finančními a organizačními možnostmi poskytovatele. Měla by také respektovat specifické potřeby a preference jednotlivých segmentů návštěvníků. Obvykle se využívá kombinace různých metod a nástrojů nabízené interpretace, a návštěvník si tak může vybrat tu, která nejlépe odpovídá jeho potřebám a aktuálním preferencím.

Data a metody

Cílem výzkumu bylo zjistit zkušenosti a preference metod interpretace u návštěvníků památek, zvláště jejich postoje k metodám využívajícím moderní digitální technologie. Výzkum byl zaměřený pouze na české návštěvníky. Preference byly zjišťovány u tří segmentů návštěvníků, u nichž lze předpokládat rozdílné potřeby a chování: mládeže (návštěvníci ve věku 15–26 let), rodin s dětmi (alespoň 1 dítě ve věku 3–15 let) a seniorů (návštěvníci starší 60 let). Výzkum byl zaměřený na nejčastěji používané metody interpretace v České republice, se kterými mají návštěvníci památek v České republice zkušenosti. Těmi jsou: prohlídky s průvodcem, ochutnávky, workshopy, živá historie, tištěné materiály, interpretační panely, návštěvnická/interpretační centra, expozice,

pracovní listy, hry, audioprůvodce, QR kódy, multimediální průvodce, mobilní aplikace, virtuální realita, rozšířená realita. Pro zjištění zkušeností a preferencí návštěvníků byla zvolena metoda kvantitativního výzkumu. Sběr dat probíhal v říjnu – prosinci 2022 formou online dotazování. Dotazník obsahoval 24 otázek (viz tab. č. 1). (Totožné otázky byly pro zjištění preferencí při návštěvě kulturních a přírodních památek.)

Tabulka 1: Přehled otázek

Číslo	Otázka
1	Jak často navštěvujete kulturní památky?
2	Jaký je nejčastěji váš hlavní motiv pro návštěvu kulturní památky?
3	Kolik času věnujete obvykle návštěvě jedné památky?
4	Jak často využíváte některou z forem interpretace při návštěvě kulturní památky?
5	Preferujete osobní nebo neosobní metody interpretace při návštěvě kulturních památek? Prosím napište, proč preferujete tyto metody?
6	Jaké metody interpretace využíváte nejčastěji při návštěvě kulturní památky?
7	Jaké 3 metody interpretace preferujete při návštěvě kulturní památky (prosím uveďte v pořadí podle preference 1–3)?
8	Prosím napište, proč preferujete tyto metody.
9	Jak vnímáte a nakolik využíváte metody interpretace využívající digitální technologie při návštěvě kulturních památek?
10	Co ovlivňuje vaši volbu metody interpretace? (čas, cena, osobní zájem, druh památky, jiné)
11	Při vašich cestách do zahraničí využíváte při návštěvě kulturních památek interpretaci stejným způsobem jako při cestách po ČR? Možný komentář.
12	Jak hodnotíte interpretaci kulturních památek v zahraničí ve srovnání s interpretací obdobných památek v ČR?

Zdroj: vlastní šetření

Zpracovány byly odpovědi celkem 1 108 respondentů. Pro zpracování dat byly použité běžné matematicko-statistické metody. Šetření bylo obdobné dvěma předchozím šetřením realizovaným v roce 2018 a 2020 k tématu preferencí metod interpretace kulturního a přírodního dědictví (Jarolímková, Míšková, 2018; 2019), (Jarolímková, 2020a), aby bylo možné provést srovnání a identifikovat trendy.

Výsledky a diskuse

Mezi respondenty mírně převažovaly ženy (63 %), respondenti pocházeli rovnoměrně ze všech krajů České republiky.

Shrnutí výsledků šetření u segmentu mládeže

Počet respondentů 306. Většina respondentů (89 %) byli studenti středních nebo vysokých škol. Přírodní a kulturní památky navštěvují stejně často, ale hlavní motiv návštěvy je odlišný. Pro návštěvu kulturních památek převažuje motiv poznání, a s ním související časté využívání nabízené interpretace. Nejčastějšími motivy návštěvy přírodních památek jsou kochání se přírodou, trávení času s blízkými, turistika, odpočinek. Hlavní motiv poznání přírody uvedlo pouze malé procento dotázaných (8 %). V důsledku této skutečnosti není interpretace u přírodních památek většinou návštěvníků cíleně vyhledávána, nabízená interpretace je využívána pouze částečně (např. pozornost je věnována pouze některým panelům naučné stezky). Zajímavým relativně často (24 % respondentů u kulturních/resp. 20 % u přírodních památek) uváděným motivem u mladých návštěvníků bylo pořízení zajímavých fotografií pro sociální sítě.

Celkově preferují osobní interpretaci před neosobní.

Nejvíce preferovaná metoda interpretace je prohlídka s průvodcem a exkurze (60 % respondentů uvedlo na prvním místě). Dále získaly vysoké preference workshopy a ochutnávky (50 %). Všichni respondenti jsou ochotni si za tyto služby připlatit. Vysoké preference získaly také mobilní aplikace (55 % respondentů je uvedlo mezi 3 nejoblíbenějšími), často zmiňované s vazbou na QR kódy (42 %). Mladí lidé jsou zvyklí mobilní aplikace běžně používat v každodenním životě. Navíc je jich velké množství, které vyhovuje osobním preferencím. Pozitivně působícím faktorem je také skutečnost, že jsou většinou bezplatné. Tištěné interpretační materiály mladí lidé používají méně často (65 % upřednostňuje digitální informace před tištěnými). Několik respondentů uvedlo jako důvod nepoužívání tištěných materiálů negativní dopady jednorázové spotřeby papíru na životní prostředí. Překvapivě nízké preference u mládeže má virtuální realita a multimediální průvodce. Současně se jedná o metody, se kterými má mládež malé zkušenosti. Překvapivě nízké preference má také interpretace formou her. Mezi 3 nejoblíbenější metody ji nezařadil ani jeden respondent. Při výběru interpretace respondenty nejvíce ovlivňuje osobní zájem a cena, odrazuje velký počet návštěvníků. Návštěvě památky věnuje obvykle nejvíce respondentů 1–2 hodiny (48 %). Návštěvníci jsou spokojenější s interpretacemi a jejich kvalitou v zahraničí, ovšem většina respondentů se při výběru interpretace chová stejně jak v ČR, tak v zahraničí.

Shrnutí výsledků šetření u segmentu rodiny s dětmi

Počet respondentů 252. Velký počet oslovených z tohoto segmentu uvedl, že nevyužívají žádné metody interpretace, ti nebyli do zpracování zařazeni. 44 % dotázaných rodin má jedno dítě, 37 % dvě děti, 19 % tři děti. Děti byly nejčastěji ve věku 6–10 let.

Rodiny s dětmi navštěvují častěji památky přírodní než kulturní. V obou případech je poznání památek významným motivem cesty.

Celkově mírně preferují neosobní formy interpretace (53 %) před formou osobní.

Nejvíce preferované jsou metody interaktivní: workshopy (40 % respondentů), ukázky (36 % respondentů), z neosobních metod mobilní aplikace a QR kódy (44 %). Vysokou preferenci mají návštěvnická centra. Často jsou využívány informační panely a naučné stezky. Velká část respondentů má zkušenost s využíváním pracovních listů a her, ale mezi preferovanými metodami je respondenti neuvedli. Rodiče se snaží redukovat čas, který děti tráví nad digitálními technologiemi, proto je využívání metod obsahujících digitální prvky záměrně nižší.

Při výběru interpretace respondenty nejvíce ovlivňuje věk a zájmy dítěte. Důležitá je zábavná forma a sdělení jednoduché, srozumitelné pro děti. Respondenti často zmiňovali (32 %), že interpretace přizpůsobená pro děti nebývá běžně k dispozici. Návštěvě památky věnuje obvykle nejvíce respondentů 2–4 hodiny (29 %) nebo 4–6 hodin (29 %). Při návštěvě v zahraničí využívají interpretaci méně často než v domácím cestovním ruchu, důvodem je jazyková bariéra u dětí. Využívají většinou stejné metody interpretace. Ze zkušeností považují interpretaci v zahraničí většinou za kvalitnější, zajímavější pojetou.

Shrnutí výsledků šetření u segmentu senioři

Počet respondentů 550. Přírodní a kulturní památky navštěvují stejně často. U obou kategorií je motiv poznání významný. Celkově preferují osobní interpretaci před neosobní. Nejvíce preferovaná metoda interpretace je prohlídka s průvodcem (78 % respondentů). V přírodě jsou preferované informační panely. Oblíbená jsou také návštěvnická centra a workshopy.

Nejčastěji používané jsou prohlídky s průvodcem a tištěné materiály.

Postoj k metodám založených na moderních technologiích je různorodý. 20 % respondentů je ochotně používá a považuje je za velmi přínosné, 20 % respondentů s těmito prostředky neumí zacházet. Zbylí respondenti je považují za vhodný a zajímavý doplněk, rozšíření interpretace a

využívají je podle situace. Jako preferovanou metodu je uváděli jen ojediněle. Nikdo z respondentů neuvedl audioguide mezi preferovanými metodami.

Při výběru interpretace respondenty nejvíce ovlivňuje osobní zájem a dostupnost, pro někoho je bariérou fyzická náročnost. Návštěvě památky věnuje obvykle nejvíce respondentů 1–2 hodiny (55 % respondentů).

V zahraničí se většina respondentů se při výběru interpretace chová stejně jako v ČR. Pouze malý počet respondentů uvedl, že interpretaci využívá méně, a to kvůli jazykové bariéře a vyšším cenám.

Tabulka 2: Srovnání preferencí metod interpretace sledovaných segmentů

Segment návštěvníků	Preferované metody	respondenti (%)
mládež	průvodce/exkurze	60
	mobilní aplikace	55
	workshopy	50
rodiny s dětmi	mobilní aplikace	44
	workshopy	40
	ukázky	36
senioři	průvodce/exkurze	78
	informační panely	48
	návštěvnická centra	36

Zdroj: vlastní šetření

Závěr

Celkově jsou preferované osobní formy interpretace, respondenti je považují za přínosnější než formy neosobní. U kulturních památek je preference osobních forem interpretace vyšší, preferuje je 83 % respondentů. U přírodních památek je preference interpretace osobních forem interpretace nižší (63 % respondentů). U přírodních památek je interpretace využívána méně často a častěji jsou ve srovnání s návštěvou kulturních památek upřednostňovány neosobní formy interpretace, nejčastěji informační panely. Přetrvává nedocení a neúplné využívání interpretace přírodních památek. I když je interpretace přírodního dědictví připravená u většiny přírodních památek v České republice, věnují jí návštěvníci obvykle jen částečnou pozornost.

Postoje respondentů mohou být ovlivněné dlouhodobě relativně stabilní nabídkou metod interpretace v České republice, která mohla vést k vytvoření určitých stereotypů při návštěvě památek. To potvrzuje i zjištění, že většina respondentů se v zahraničí chová stejně jako v domácím prostředí.

Je možné vyvodit závěr, že chování návštěvníků památek je relativně homogenní. U tří segmentů sledovaných samostatně jsou ve využívání a preferencích metod interpretace pouze malé rozdíly. U všech segmentů je relativně malá preference metod založených na ICT technologiích. U všech zkoumaných segmentů se projevil převažující pozitivní postoj k metodám interpretace s využitím digitálních technologií. Mladí dospělí a rodiny s dětmi považují digitální formy výkladu za vhodnou plnohodnotnou alternativu k ostatním formám výkladu, senioři berou digitální formy výkladu jako vhodný doplněk klasických forem.

Ve srovnání s výzkumy z let 2018 a 2020 došlo k mírnému navýšení využívání digitálních metod interpretace (vyšší procento návštěvníků uvedlo jejich využití, nikoliv preference). Toto odpovídá rozšíření nabídky interpretace formou digitálních technologií v posledních dvou letech a potvrzuje se tím akceptace nabídky interpretace návštěvníky, ale zároveň konzervativnost v preferencích.

Literatura

- Činčera, J., Medek, M., & Lupač, M. (2018a). *Příroda 2.0? Využití digitálních médií pro terénní interpretaci přírodního dědictví*. Masarykova univerzita. Retrieved from <https://munispace.muni.cz/library/catalog/view/993/3087/748-1/#preview>
- Činčera, J., Medek, M., & Lupač, M. (2018b). Hodnocení kvality terénních programů digitální interpretace přírodního dědictví. *Envigogika*, 13(1), 1-14.
- Davies, J. (2014). *On-site Digital Heritage Interpretation. Current uses and future possibilities at World Heritage Sites*. Durham: Durham University. Retrieved from https://www.academia.edu/15642304/Onsite_Digital_Heritage_Interpretation_at_World_Heritage_Sites_Current_uses_and_future_possibilities
- EAIH. (2023). *European Association for Heritage Interpretation - Interpret Europe*. Retrieved February 12, 2023, from <https://interpret-europe.net/>
- European Commission. (2018). *Initiative 5 Tourism and heritage*. Retrieved September 16, 2020, from https://ec.europa.eu/culture/content/tourism-and-heritage_en
- Gandhi, J. (2020). *Chybí vám exotická příroda? Cestujte pomocí virtuální reality*. Retrieved from <https://forbes.cz/chybi-vam-exoticka-priroda-cestujte-pomoci-virtualni-reality/>
- Ham, S. H. (1992). *Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets*. Golden: North American Press.
- Jarolímková, L. (2020a). Interpretace přírodního dědictví: Preference návštěvníků přírodních památek. *Geografické informácie*, 24(2), 119-130. DOI: 10.17846/GI.2020.24.2.119-130
- Jarolímková, L. and MIECAT project team (2020b). *Interpretation of European Cultural Heritage in Tourism*. Prague University of Economics and Business, Oeconomica Publishing House – Prague 2020.
- Jarolímková, L., & Míšková, Z. (2018). Methodology of Interpretation of European Cultural Heritage. In: Bevanda, Vuk (ed.). *Recent Advances in Information Technology, Tourism, Economics, Management and Agriculture* (pp. 186-192). Belgrade: All in One Print Center.
- Jarolímková, L., & Míšková, Z. (2020). Methods of Interpretation of Architectural Heritage in Tourism in the Czech Republic. In: *Tourism and Architecture in the Framework of Cultural Heritage and Innovation* (pp. 7-24). Berlin: Fachhochschule des Mittelstands GmbH, Bielefeld und Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT).
- Koutoura, A. (2014). *Edutainment in Museums: a Tool for Disseminating Knowledge*. Maastricht University. Retrieved from https://www.academia.edu/10377338/Edutainment_in_Museums_a_Tool_for_Disseminating_Knowledge
- Masters, D., & Cater, J. (1999). *A practical guide on how to survey and assess heritage interpretation*. Highland Interpretive Strategy Project.
- Medek, M., Činčera, J., Gregorová, J., Pořízková, K., & Lisková, M. (2016). *Naučné stezky: zpracování a hodnocení nepřímých interpretačních programů*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita Brno, 2016.
- Mills, E. A. (2006). *The Adventures of a Nature Guide*. Kessinger Publishing.
- MMR ČR. (2021). *Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030*. Retrieved from <https://www.mmr.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/Strategie-rozvoje-CR-CR-2021-2030.pdf.aspx?lang=cs-CZ&ext=.pdf>
- Ptáček, L. (2004). *Interpretace místního dědictví. Příručka pro plánování a tvorbu prezentací místních zajímavostí*. Brno: Nadace Partnerství.
- Ptáček, L., Růžicka, T., Medek, M., Hušková, B., & Banaš, M. (2012). *Jak předkládat svět*. Brno: Partnerství, o.p.s.

- Šobášková, P. (2014). *Muzejní expozice jako edukační médium. 1. Díl. Přístupy k tvorbě expozic a jejich inovace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting Our Heritage*. 3. vyd. Chapel Hill, United States of America: The University of North Carolina Press.

Kontaktní údaje

Ing. Liběna Jarolímková, Ph.D.
Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta mezinárodních vztahů
Katedra cestovního ruchu
nám. W. Churchilla 1938/4
130 67 Praha 3 – Žižkov
e-mail: jaro@vse.cz

Několik poznámek k historii rekreačního využití Třeboňska

A Few Notes on the History of Recreational Use of the Třeboňsko Region

Renata Klufová

Abstrakt

Příspěvek se zabývá historií využití Třeboňska pro cestovní ruch a rekreační účely. Cílem je zmapovat transformaci využití území v posledních staletích a dekáдах, zejména na konci 20. a poč. 21. století. Součástí studie je výzkum změn intenzity využití oblasti vybranými formami cestovního ruchu a rekreace a jejich deskripce v širším kontextu hospodářského vývoje území. Stručně jsou popsána hlavní zjištění výzkumu: postupná transformace od intenzivního využití území vázaným cestovním ruchem a rekreací v různých podnikových zařízeních k jeho intenzivní komercializaci v současnosti i změna využití území od převládající rekreace u vody k dnes populární cykloturistice. V příspěvku je diskutován rovněž potenciál území pro další využití cestovním ruchem, resp. možné limity ve vztahu k jeho vybraným formám a možnosti rozvoje forem jiných, méně tradičních.

Klíčová slova: Rekreace. Udržitelný cestovní ruch. Třeboňsko. Historie. Cykloturistika.

Abstract

The paper deals with the history of the use of the Třeboňsko region for tourism and recreational purposes. The aim is to map the transformation of the use of the area in the last centuries and decades, especially at the end of the 20th and the beginning of the 21st century. The study includes research on changes in the intensity of use of the area by selected forms of tourism and recreation and their description in the broader context of the economic development of the area. The main findings of the research are briefly described: the gradual transformation from intensive use of the area by tourism and recreation in various corporate establishments to its intensive commercialisation at present, as well as the change in use from the predominant recreation by the water to the now popular cycling. The paper also discusses the potential of the territory for further use by tourism, or possible limits in relation to its selected forms and the possibility of developing other, less traditional forms.

Keywords: Recreation. Sustainable tourism. Třeboňsko area. History. Cyclotourism.

Úvod

Třeboňsko jako krajina ve stadiu druhotné ekologické rovnováhy, která je výsledkem specifického způsobu hospodaření v ní, krajina nabízející četné přírodní i historické atraktivity, je v podstatě již po staletí cílem mnoha návštěvníků. A právě specifická historie tohoto území představuje stále potenciál pro šetrný, usměrňovaný rozvoj cestovního ruchu. V literatuře je možné najít velké množství prací popisujících současný či nedávné využití území cestovním ruchem a rekreací. Prací zabývajících se historií využití území je méně. V příspěvku se snažíme této problematice věnovat. Vzhledem k jeho omezenému rozsahu se zaměřujeme pouze na vybrané aspekty této problematiky, s důrazem na nejvíce zatížené lokality Třeboňska (oblast Chlumu u Třeboně).

Přehled literatury

Ve druhé polovině 20. stol. představovalo Třeboňsko destinaci, kam jezdili návštěvníci převážně za rekreací u vody. Při dotazování návštěvníků na přelomu tisíciletí bylo zjištěno, že 44 % z nich sem přitahují právě možnosti rekreace u vody, 24 % příroda, 16 % historické památky a 13 % cykloturistika (Klufová, 2003). V současné době převažují cykloturisté. Došlo tak k většímu prostorovému rozptýlení rekreatantů v území, objevily se ale také nové problémy. Podle Ptáčka a Urbančíkové (2019) je struktura návštěvníků Třeboňska velmi pestrá: pěší turisté, jednodenní návštěvníci, rodiny s dětmi, cykloturisté, cyklisté sportovci, vodáci, pobytoví návštěvníci, lázeňští hosté, chalupáři, chataři, místní návštěvníci a další. Autoři se věnují i vývoji návštěvnosti vybraných turistických cílů v letech 2010 – 2017. Cykloturistika však v území stále narůstá, podle Plánu péče o CHKO Třeboňsko na období 2018 – 2027 mohou počty návštěvníků na některých oblíbených trasách přesahovat ročně 50 000, s denními maximy přes 1 000 osob. V některých přetížených místech tak vznikají určité konflikty.

Z uvedeného je patrná stále vyšší potřeba usměrňovat rozvoj cestovního ruchu v území udržitelným způsobem. Využití území v tomto kontextu se věnuje celá řada prací (Klufová, 2003; Navrátil a kol., 2015). Cestovní ruch a rekreace na Třeboňsku byly zkoumány z rozličných úhlů pohledu – např. konflikty vodácké turistiky na Lužnici (Solařová, 2009), konflikty mezi cykloturisty a rezidenty (Jáchimová, 2022), tvorby cykloturistických sítí (Giovanni et. al., 2017) či s ochranou přírody a hospodářským využitím území, autenticity (Klufová, Dvořáková Líšková, 2018), amenitní migrace (Bartoš, M. a kol., 2008), spokojenosti návštěvníků (Štumpf, P. a kol., 2022), vnímání dopadů politiky cestovního ruchu aktéry v území (Luštický a kol. 2017), lázeňství (Psíková, 2003, 2018) a mnohé další.

Data a metody

Cílem příspěvku je nastínit historické změny využití Třeboňska pro rekreační účely a cestovní ruch. Základní metodou je tedy studium nejen historických pramenů, ale i současných studií. Součástí analýzy je mj. zpracování statistických údajů popisující intenzitu cestovního ruchu v území v různých časových obdobích, včetně využití dalších dat z různých zdrojů. S ohledem na rozsah má příspěvek spíše informativní charakter, problematika je studována v rámci rozsáhlé analýzy území s využitím dotazníkových šetření, řízených rozhovorů s různými aktéry v území, statistické a prostorové analýzy dat, jejichž výsledky však nebylo možné do příspěvku vtěsnat.

Několik poznámek z historie využití území Třeboňska rekreací, turismem a dalšími volnočasovými aktivitami

Tradiční historické destinace Třeboňska

Jižní Čechy jako celek byly propagovány po celé 20. stol. Jako příklad lze zmínit Cestovní zpravodaj, roč. 1934, č. 12, který se zaměřoval právě na propagaci tohoto regionu. Třeboň zde byla označena jako město jezerní (Markus, n.d.). Historicky nejdéle a nejčastěji navštěvovanými lokalitami na Třeboňsku jsou samotná Třeboň, Chlum u Třeboně, Staňkov. V různých zdrojích lze nalézt první zmínky o jejich propagaci v rámci cestovního ruchu. V Národní politice ze dne 26. 10. 1929 píše vrchnostenský rada zemské politické správy Jan Kamenický velmi pěkně o Chlumu, dne 13. 9. 1930 v témže časopise o Třeboni, v časopise Letem Světem, roč. IV, č. 2 o Chlumu (rybník Staňkov) a v čísle 45 roč. III téhož časopisu o Chlumu všeobecně (Pamětní kniha městyse Chluma u Třeboně).

Rekreační využití Třeboňska šlechtickými rody

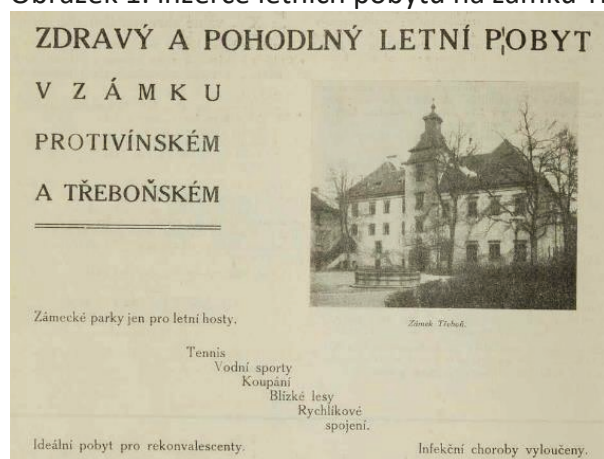
Oblast Třeboňska byla využívána pro rekreační účely šlechtickými rody, jež zde měly své majetky (Rožmberkové, Švamberkové, Schwarzenbergové). Za zmínku stojí zejména působení rodu Schwarzenbergů, velmi dobrých hospodářů, kteří zde zaváděli pěstování nových plodin, podporovali

řemesla, snažili se řešit složitou sociální situaci zakládáním chudobinců, hospodařili v lesích a na rybnících a provozovali mnohé další aktivity, včetně turistického využití zámků. Na celé řadě míst turisté narazí na typickou schwarzenberskou hospodářskou architekturu (tzv. schwarzenberský sloh kombinující režné cihlové a kamenné zdivo). Příslušníci tohoto rodu měli v oblibě lovecké zábavy, které měly na území Třeboňska a také Hlubocka dlouholetou tradici. Na Třeboňsku sloužila pro tyto účely mj. kolenecká obora. Z archivních fondů velkostatku Třeboň lze pro období 2. pol. 19. stol. zrekonstruovat jen rámcový průběh loveckých sezón (Matlas, P., Ouredová-Hronková, L., 2017). Schwarzenbergové trávili na Třeboni obvykle dobu povánoční a začátek roku, a dobu velikonoční, kdy se věnovali lovu tetřevů. V Zámeckém a Cepském revíru na jih od města se panstvo věnovalo lovu jelenů. Na podzim se bavili obvykle lovem zvaným šoulačka (Pirschgang).

Na zámku v Chlumu u Třeboně každoročně pobývala delší dobu rodina Františka Ferdinanda d'Este. Arcivévoda byl fanatický lovec. Střílel od svých 14 let a do konce svého života, tj. za 37 let lovů složil 275 000 ks zvěřiny. Pro zajímavost: v lovecké knize panství Chlum, která je uložena ve SOA v Třeboni dne 17. 6. 1903 arcivévoda se svým hostem na rybníku Kanclíř ulovil 47 divokých husí, 36 divokých kachen, 5 ks jiného vodního ptactva a 561 racků, celkem 649 ks vodního ptactva, a odpoledne při šoulačce mirochovským revírem složil dva srnce. Díky této lovecké horečce byly zámky Konopiště i zámek Chlum spíše loveckými trofejními panoptiky (Štícha, 2013). Po dobu první světové války podléhal chlumský velkostatek správě hohenberských velkostatků. Výnosem ministerstva zemědělství ze dne 3. 5. 1919 byla na chlumské panství uvalena nucená správa a celou agendu převzalo Ředitelství bývalých císařských statků. V roce 1921 bylo toto ředitelství přejmenováno na Ředitelství státních lesů a statků v Praze. Z Chlumu se stávalo oblíbené letovisko a na zámek tak začalo jezdit nové panstvo.

Schwarzenbergové umožňovali prohlídky svého památkového majetku (Markus, n. d.). Agendu turistických prohlídek měly na starosti správy zámků, na něž se zájemci obraceli obvykle nejprve s písemnou žádostí. Z pochopitelných důvodů byly velmi časté žádosti o prohlídky v neděli, jež byla pro mnohé vhodným výletním dnem. Podle regulí měli však schwarzenberští zaměstnanci v neděli právo na odpočinek stejně jako kteříkoliv jiní pracující a prohlídky se tak v tento den konaly pouze zcela výjimečně a na výslovné povolení vládnoucího knížete (Popelka, 2017). Zámky byly ve druhé polovině 19. stol. otevírány pravidelně v době nepřítomnosti panstva (Ouredová-Hronková, 2017). Ve 30. letech 20. století byly nabízeny i letní pobyty (obrázek 1). Možná byla i prohlídka archivu knížete v Třeboni s výstavkou památných písemností. Veškeré návštěvy byly velmi pečlivě evidovány v návštěvních knihách. Třeboňský zámek nejčastěji navštěvovaly rodiny a malé společnosti přátel, školy a nejrůznější spolky.

Obrázek 1: inzerce letních pobytů na zámku Třeboň v roce 1934



Zdroj: Markus, A. Tradice, 1934–1938, SOA Třeboň.

Individuální rekreace - využití Třeboňska nejen významnými osobnostmi

Oblast byla rovněž rekreačně využívána řadou významných osobností. Movitější představitelé politického dění, různých úřadů a institucí, ale i kultury obvykle využívali možnosti letního bytu na zámku, dále v pivovaru a v soukromých bytech. V roce 1920 např. v chlumeckém zámku pobýval na letním bytě skladatel Oskar Nedbal, v roce 1927 pak spisovatel K. M. Čapek – Chod a básník Antonín Sova. V letech 1951 - 1971 navštěvoval Chlum u Třeboně František Hrubín, koupil si zde rodinný domek na náměstí. Městys byl využíván řadou významných osob za účelem pobytu na letním bytě po celé období 1. republiky s poklesem v roce 1933 v důsledku krize a horšího počasí. V roce 1929 pobývalo v Chlumu u Třeboně celkem 300 letních hostů. Pro rekreační účely byla využívána i škola, kde byla opět zřízena prázdninová osada Svazu důstojnictva z velké Prahy (Pamětní kniha městyse Chluma u Třeboně).

Tabulka 1: počty letních hostů v Chlumu u Třeboně a Staňkova 1929–1980

rok	Chlum u Třeboně	Staňkov
1929	300	
1930	300	200 stanů
1931	83 rodin	
1932	450	600
1933	350	
1934	400	
1937	400	
1971	2 218 (36 cizinci)	
1975	13 461 (9 480 Hejtman – Jih)	
1976	8 821 Hejtman - Jih	
1977	6 823 Hejtman – Jih, 2 253 veřejné tábořiště sever	
1978	14 035, Z toho: CK Rekrea – 1 210 osob, Sedlčanské strojírny – 460 osob, Spolana Neratovice 1 630, Uranové doly Příbram – 310, rekreační zařízení MNV 9 685 osob a pionýrská rekreace 740 osob.	
1979	13 209 (zařízení MNV)	
1980	14 244 (RZ Chlum) Z toho: CK Rekrea – 1 210 osob, Sedlčanské strojírny – 460 osob, Spolana Neratovice 1 630, Uranové doly Příbram – 310, rekreační zařízení MNV 9 685 osob a pionýrská rekreace 740 osob.	

Zdroj: Pamětní kniha městyse Chluma u Třeboně, Kronika města 1975–1978.

„Aby také obec vyšla vstříc cizineckému ruchu, dala postavit na vlastním pozemku u Hejtmana obecní plovárnu, obsahující 20 kabin jednotlivých, 2 společné a buffet; stavbu provedl pan stavitel Pekař z Třeboně a náklad činil 13 353 Kčs (v tom není zahrnuta 40% sleva na dříví Kčs 4 345), takže stavební cena činila 17 698 Kčs. Provoz zahájen 16. července a za zbytek sezony vybráno na vstupném a z kabin 1 692 Kčs“. V roce 1931 zde byla postavena „druhá partie – 10 kabinek nákladem 1 600 Kčs“. Za sezónu 1934 vykazovala čistý výtěžek 3692,90 Kčs.

V souladu s heslem „návrat k přírodě“ se podle Pamětní knihy městyse Chluma u Třeboně projížděly denně na rybníku Hejtman různotvaré loďky, na březích Staňkova rostly nové a nové chaty jako houby po dešti. Některé z nich již měly i krb a byly uvnitř přepychově zařízeny. Jejich majitelé (místní, z Prahy, J. Hradce atd.) trávili v nich často několik dní i nocí. Na ostrovu za hrázkou mezi Špačkovem a Staňkovem postavil restaurátér Čecháček (1931) jednopatrovou restauraci zvanou Slavjanka. Na obci hostinský Mádr otevřel „Hotel Česká Kanada“, a tím byl dán základ rekreačního charakteru pro celou staňkovskou oblast. Její obliba stoupala a rozvoj cestovního ruchu se od této doby neustále rozvíjí až do dnešních dnů (Štícha, 2014).

Hromadný cestovní ruch

V roce 1930 přivítal Chlum opět 300 letních hostů, vedle toho také na břehu Staňkovského rybníka na 200 stanů skautských. V roce 1931 fungoval na pile „Kostka“ letní tábor skautů – žáků Sokola smíchovského. V roce 1931 si YMCA postavila na ostrově „Vlčici“ (Staňkovský rybník) pěknou budovu as za 120 000 Kčs s jídelnou, kuchyní, množstvím pokojíčků, přístavištěm na břehu a vším příslušenstvím. Záznamní kniha pamětní obce Staňkova nás dokonce informuje o tom, že se v tomto roce ve Staňkovském rybníku utopil 23 letý Američan Willam Rigby, což však nebyl v historii tohoto zařízení ojedinělý případ. Zároveň se na březích rybníka vyskytovalo již několik skautských táborů. V tomto období se již objevují pozitivní ohlasy místních živnostníků na zvýšený počet osob v době letní sezóny. V roce 1932 posloužila pro rekreační účely opět i chlumecká škola, kde bylo umístěno 60 dětí.

Obrázek 2: současná podoba rekreačního zařízení YMCA



Zdroj: Renata Klufová, 2022.

Vázaný cestovní ruch – podniková rekreace, tábory

V období socialismu bylo Třeboňsko (stejně jako jiné, turisticky lákavé oblasti) využíváno různými formami vázaného cestovního ruchu a rekreace. V oblasti fungovala celá řada podnikových rekreačních zařízení. Zámek v Chlumu u Třeboně předal MNV k 1. 1. 1967 i s rozsáhlým parkem národnímu podniku Spolana Neratovice, budovy č. p. 270, 65 sloužily pro rekreaci Sedlčanských strojůren (46 lůžek), v blízkosti obce Hamr sloužila budova č. p. 355 a přilehlé okolí jako rekreační areál Uranového průmyslu Příbram (později podnik Diamo) s 5 chatami, Sklo Union Teplice nabízel možnosti rekreace svým zaměstnancům ve 4 chatách na břehu rybníka Hejtman a celá řada dalších (Kronika obce Chlum u Třeboně, 1975-1978, SOA Třeboň).

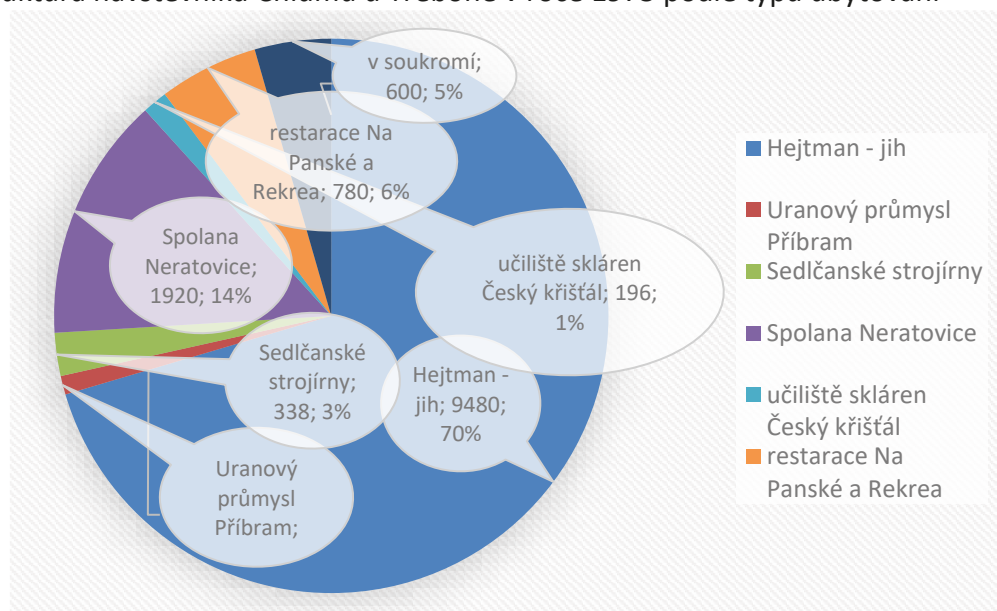
V chlumeckém zámku (RZ Spolany Neratovice) se dokonce v září 1977 konalo Symposium III. o bezplamenových metodách atomizace, pořádané v rámci XX. Mezinárodního spektroskopického kolokvia a 7. mezinárodní konference atomové spektrometrie (Kronika Chlumu u Třeboně 1975–1978). Tuto akci můžeme chápat jako první vlaštovku na poli kongresového cestovního ruchu. Toto středisko bylo vedle rekreace využíváno i pro celou řadu dalších akcí (zejména různá školení různých organizací, v únoru 1977 se zde mj. konalo setkání mezinárodních a národních organizací mládeže a studentstva, kterého se zúčastnili představitelé 15 mezinárodních organizací z Evropy, Asie, Afriky a Latinské Ameriky. O potenciálu území pro MICE akce či různé druhy eventů za předpokladu existence infrastruktury s dostatečnou kapacitou svědčí řada dalších akcí podobného typu, mezi nimi např. i konání XVI. filmového festivalu českých a slovenských filmů, který v roce následujícím probíhal

v několika jihočeských městech, včetně Chlumu u Třeboně. V roce 1979 vlastnilo nějaký rekreační objekt v Chlumu 11 různých závodů.

Právě v této jedné z nejvíce zatížených lokalit už v roce 1978 řešil MNV problematiku zásobování a veřejného stravování v době letní sezóny. Porovnáme-li počet obyvatel městyse (1 780 v roce 1980) s počtem oficiálně hlášených návštěvníků 14 035 osob, kdy řadu dalších osob u příbuzných a známých nebylo možné statisticky podchytit, lze odhadnout, že v době sezóny docházelo k minimálně téměř osminásobnému nárůstu počtu osob v lokalitě.

Největší rekreační areál Hejtman – jih byl mj. v roce 1972 modernizován (výstavba skokanského můstku, přístaviště loděk, parkoviště, přívod pitné vody, úprava ostrova). Kronikářka města uváděla pro tento rok také rostoucí zájem i ze strany návštěvníků ze zahraničí (tehdejší NDR, PLR), ze západních států pak zájem o myslivost a rybolov. Obec disponovala v tomto roce 234 lůžky v chatách a 155 místy pro stany. Náklady na dvě plánované akce „Z“ v roce 1973 – rekreační areál Hejtman – jih a chodník s parkovištěm (směr plovárna) činily 1 049 tis. Kčs a 424 tis. Kčs. V roce 1975 se v Chlumu rekreovalo již 13 461 osob (viz tab. 1), strukturu rekreantů podle typu ubytování ukazuje graf 1.

Graf 1: Struktura návštěvníků Chlumu u Třeboně v roce 1975 podle typu ubytování



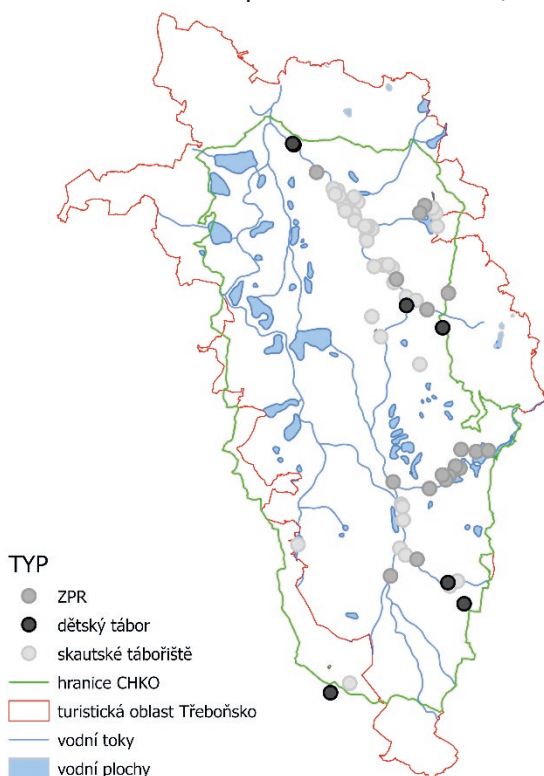
Zdroj: vlastní zpracování podle údajů Kroniky Chlumu u Třeboně 1975–1978.

Území Třeboňska bylo a stále je hojně využíváno různými druhy dětských táborů. Podle Plánu péče z roku 1995 se na území CHKO nacházelo 12 stálých dětských táborů a Správa CHKO měla vytipováno 42 lokalit, na kterých bylo povolováno táboření dětských kolektivů. Za „žijící legendu“ lze označit DT Nový Řadov, založený v roce 1934 a od té doby nepřetržitě sloužící v různých podobách svému účelu. V Chlumu u Třeboně sloužily pionýrské tábory zaměstnancům Velkovýkrmem Třeboň (30 chat) a Jihočeských státních lesů.

Většina dětských táborů, v minulosti sloužící výhradně organizovanému pobytu dětí, prodělala (podobně jako některá zařízení podnikové rekreace) porevoluční transformaci a slouží dnes jako zařízení volného cestovního ruchu, některé z nich nabízejí své ubytovací kapacity na trhu např. prostřednictvím vlastní internetové prezentace, sociálních sítí či změnily zcela svůj účel – např.: původní tábor Lesů ČR, Lesního závodu Třeboň v Chlumu u Třeboně změnil zcela svého majitele a slouží dnes pod názvem Lesák jako zařízení volného cestovního ruchu; Tokáňské, původně rota pohraniční stráž, dnešním majitelem je Dům dětí a mládeže J. Hradec a slouží jako stálý dětský

tábor; do rekreačního objektu Mechanika Praha v Pístině byly v r. 1995 na základě rozhodnutí okresního úřadu umístěny chovanky Ústavu sociální péče, který musel být z důvodů uplatnění restitučních nároků původních majitelů přestěhován ze zámku ve Stráži nad Nežárkou (Hule, 2002) či již zmíněný Nový Řadov, původně dětský tábor Partexu Nová Včelnice, na přelomu tisíciletí Tudor s. r. o. slouží dnes jako zařízení volného cestovního ruchu. Z původní rekreačního zařízení Sedlčanských strojíren v Chlumu je dnes Hotylek.eu. A v daném výčtu by bylo možno pokračovat dále.

Obrázek 3: zařízení podnikové rekreace, skautské a dětské tábory v 90. letech min. stol.



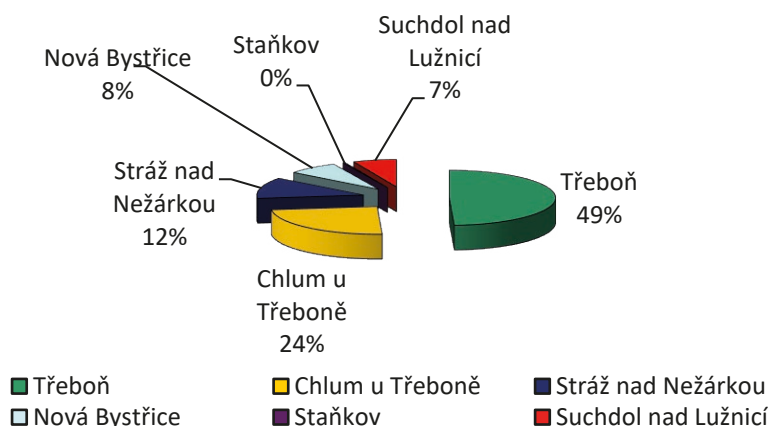
Zdroj: vlastní zpracování.

Mimo sezónu bylo území Třeboňska využíváno také pro školy v přírodě (Na Panské v Chlumu u Třeboně, Hamr a další). Obrázek 3 ukazuje prostorovou distribuci zařízení podnikové rekreace a skautských táborů v 90. letech minulého století. Původní zařízení podnikové rekreace (ZPR) byla (podobně jako v jiných turistických oblastech) po roce 1989 privatizována a dnes fungují na komerční bázi. Z obr. 3 je patrné, že se většina z nich nacházela v oblasti Chlumu u Třeboně (rybníky Hejtman a Staňkovský), skautské tábory pak především podél Nežárky.

Vrátíme-li se k roku 1990, graf 2 představuje prostorové rozložení ubytovacích zařízení na Třeboňsku v roce 1989. Z tohoto grafu byl jasně patrný dominantní význam Třeboně jako nástupního, největšího a z hlediska cestovního ruchu nejlépe vybaveného centra oblasti (stále trvá). Dále se zde ve větší míře projevoval Chlum u Třeboně, význam ostatních středisek byl podstatně nižší, resp. nevýznamný. Odlišná byla prostorová struktura z hlediska počtu přenocování. Tady se jevil Chlum u Třeboně, zejména díky intenzivnímu využívání rybníku Hejtman, jako nejvýznamnější turistické středisko, které vykazovalo 45 % všech přenocování studovaného prostoru. Připočítáme-li k tomu také Staňkovský rybník, bylo zde koncentrováno 50 % přenocování. Třeboň pak byla z hlediska počtu přenocování druhá v pořadí.

Zatímco v Třeboni hráli v roce 1989 ve struktuře jednotlivých ubytovacích zařízení nevýznamnou roli hotely, byl v oblasti kolem Chlumu u Třeboně výrazně dominantní kempinkový turismus. Proto připadala téměř polovina nabídky lůžek, resp. míst pro stany na ploše v kempech na toto středisko. Celkově bylo možno tedy volný cestovní ruch v oblasti charakterizovat nabídkou, zaměřenou jednostranně na kempinkový turismus a turistická zařízení oslovovala více méně jeden poptávkový segment (ty, kteří vyhledávají nenáročné, levné ubytování, umožňující pobyt u vody), jaký v západních státech podle Arnolda (1990) v podstatě neexistuje.

Graf 2: prostorová struktura ubytovacích zařízení na Třeboňsku v roce 1989



Zdroj: Arnold, 1990.

Porovnáme-li se současnou situací, bylo podle údajů ČSÚ na Třeboňsku k 6. 3. 2018 registrováno celkem 151 ubytovacích zařízení, z toho 12 hotelů (10 s celoročním provozem), 75 penzionů (38 celoročně), 3 turistické ubytovny (2 s celoročním provozem), 32 kempů, 4 chatové osady a 25 ostatních zařízení (z toho 10 celoročních). Celkově bylo 40 % zařízení s celoročním a 60 % letním provozem. Výše uvedené údaje ale neposkytují úplný obrázek, protože například neevidují ubytování v soukromí. Na serveru trebonsko.cz bylo v červenci 2018 nabízeno 281 zařízení. Dle odhadu KPMG zachycují údaje ČSÚ maximálně 15% celkového stavu. Některá zařízení nabízejí bohatou škálu doprovodných služeb, včetně jezdeckví, půjčování kol a sportovního vybavení (Ptáček, Urbančíková, 2019).

K zásadním a trvalým problémům lze zařadit vysokou sezónnost cestovního ruchu a naopak nedostatečnou nabídku atraktivních produktů a doplňkových služeb v mimo sezóně, která by zajistila rovnoměrnější využívání rekreačního potenciálu, a nedostatečně rozvinutou infrastrukturu cestovního ruchu (Solařová, 2009). Vzhledem k tomu, že Třeboňsko patří k nejvytíženějším oblastem z hlediska cykloturistiky (v oblasti se nachází až nadměrné množství cyklotras nejen oficiálních, ale také tzv. „doporučených“ (neoficiálních), které vznikají bez domluvy s místními organizacemi, koordinujícími rozvoj cestovního ruchu), dochází zde relativně často ke konfliktním situacím s místním obyvatelstvem. Postoj místních obyvatel k cykloturistům dosáhl podle Jáchimové (2022) z pohledu Doxeyho iritačního indexu fáze znechucení, kdy 80 % oslovených občanů přítomnost cykloturistů obtěžuje. Lokalita je podle většiny dotázaných (včetně předních aktérů cestovního ruchu) cykloturisty přeplněná pouze v letní sezóně, proto se jako jeden z možných návrhů do budoucna jeví zvýšená propagace destinace mimo období letních prázdnin.

Ptáček a Urbančíková (2019) identifikovali v území 2 hlavní typy konfliktních míst:

1. Místa, kde dochází ke konfliktům mezi uživateli, a to buď mezi návštěvníky a místními (hospodáři, motoristé) – typicky se jedná o komplikace v silničním provozu či při těžbě v lese, pohyb na hrázích, nebo různými typy návštěvníků navzájem (nejčastěji cyklisté x pěší) – typicky využívání pěších tras KČT cyklisty v místech, kde nejsou cyklotrasy oficiálně vyznačeny v terénu.
2. Místa, kde pohyb návštěvníků způsobuje problém pro ochranu přírody, dochází ke střetu se zájmy ochrany přírody. Často se jedná o nezákonné parkování v zákazu vjezdu zejména na lesních pozemcích a u rybníků, u pískoven, průjezd klidovými oblastmi se vzácnými živočichy (velcí savci) a lokalitami, kde je v hnízdním období ohroženo úspěšné hnízdění vzácných druhů ptáků. Do těchto míst návštěvníky v současné době navádí velmi hustá síť „doporučených“ (a většinou oficiálně neschválených) cyklistických tras. Pod tímto názvem jsou uváděny v tištěných i elektronických mapách.

Závěr

Historicky došlo k výrazným změnám využití Třebońska pro volnočasové aktivity šlechtických rodů, přes návštěvy movitější klientely (významné osobnosti, politici, literáti a další) k masovosti vázaného cestovního ruchu a následnou transformaci po roce 1989 až k současnému intenzivnímu využití převažující individuální rekreací. Koncentrace návštěvníků a dlouhodobě rostoucí návštěvnost na některých místech (zejména v oblasti Třeboně, Chlumu u Třeboně a okolí) především v letní sezóně naráží na hranice únosnosti infrastruktury, návštěvníků, místních obyvatel i fenoménů samotných. Za posledních 30 let se tedy výrazně změnila struktura ubytovacích kapacit i návštěvníků, došlo k výraznému zlepšení turistické infrastruktury i struktury ubytovacích zařízení – k posunu od zařízení podnikové rekreace, kempů a dětských táborů spíše k penzionům a ubytování v soukromí, zvýšil se počet hotelů. Díky rozvoji nových forem cestovního ruchu (zejména cykloturistiky) dochází ke snížení koncentrace návštěvníků do několika lokalit. Přesto stále zůstávají některé lokality přetížené a vznikají tak různé druhy konfliktů, které je potřeba řešit a předcházet jim. Správa CHKO se této problematice věnuje poměrně intenzivně, kdy má zpracovány limity využití CHKO a BR Třeboňsko, koncepci práce s návštěvníckou veřejností.

Lze zde identifikovat ještě nějaké oblasti nevyužitého potenciálu? Domníváme se, že ano – právě v návaznosti na historii oblasti, ale i historii využití území pro rekreační a turistické účely. Určitým potenciálem v tomto smyslu disponuje např. Vitorazsko nebo oblast Kardašovy Řečice, a to v souvislosti s dosud nepříliš známými fenomény nebo specifiky z jejich historického vývoje.

Literatura

- Arnold, K. (1990). *Ökopark Waldviertel – Südböhmische Teichplatte*. Wiener Universität.
- Bartoš, M., Kušová, D., Těšitel, J., Kopp, J., & Novotná, M. (2008). Amenity migration in the context of landscape-ecology research. *Versita, Journal of Landscape Ecology*, 1(2), 5–21.
- Giovanni, A., Malucelli, F., & Nonato, M. (2017). Cycle-tourist network desing. *Trasportation Research Procedia*, 22, 154–163.
- Klufová, R. (2003). *Cestovní ruch Třebońska*. Přír. fakulta Univerzity Karlovy, disertační práce.
- Klufová, R., & Dvořáková Lišková, Z. (2018). Vývoj cestovního ruchu na Třeboňsku ve vztahu k jeho autenticitě. *Aktuální problémy cestovního ruchu: „Autenticita v kontextu cestovního ruchu“*, Recenzovaný sborník z mezinárodní konference (pp. 190–199). Jihlava: VŠPJ.
- Jáchimová, A. (2022). *Konfliktní situace mezi cykloturisty a rezidenty na Třeboňsku*. Přírodovědecká fakulta UK v Praze, Přírodovědecká fakulta, diplomová práce.
- Kronika obce Domanín. SOA Třeboň.
- Kronika obce Chlumu u Třeboně 1975–1978. SOA Třeboň.

- Kronika obce Chlumu u Třeboně 1979–1990. SOA Třeboň.
- Luštický, M., Gunina, D., & Oberhel, M. (2017). Multi-criteria Approach for Measuring Stakeholder Perception on the Impacts of Tourism Policy. *Global Business & Finance Review*, 22(3), 95–109.
- Markus, A. (n. d.). *Tradice – věstník Svazu českých úředníků a zřízenců knížete ze Schwarzenberku v Čes. Budějovicích*, 1934–1938, SOA Třeboň.
- Matlas, P., & Oúrodová-Hronková, L. (2017). Příprava a průběh honů na třeboňském a hlubockém panství – příklad roku 1865. In L. Oúrodová-Hronková (ed.): *Schwarzenberská krajina Hlubocka a Třeboňsko*, České Budějovice: Národní památkový ústav, 154–161.
- Navrátil, J., Knotek, J., Pícha, K., & Fialová, J. (2015). The protected areas: are they still in the 'pleasure periphery' or are they destinations for sustainable tourism activities? *European Journal of Tourism Research*, 11, 57–72.
- Oúrodová-Hronková, L. (2017). Turistická krajina. In L. Oúrodová-Hronková, (ed.): *Schwarzenberská krajina Hlubocka a Třeboňsko*, České Budějovice: Národní památkový ústav, 180–189.
- Pamětní kniha městyse Chlumu u Třeboně. SOA Třeboň, 1923.
- Ptáček, L., & Urbančíková, J. (2019). *Koncepce práce s návštěvnickou veřejností* (Interpretační plán). Třeboň, Správa CHKO Třeboňsko.
- Popelka, K. (2017). Návštěvy a společenské události na zámku Hluboká v letech 1850–1930. – In. Oúrodová-Hronková, L. (ed.): *Schwarzenberská krajina Hlubocka a Třeboňsko*, České Budějovice: Národní památkový ústav, 2017, s. 168–179.
- Psíková, J. (2003). *Třeboňské lázně. Takové byly a jsou*. Třeboň, Bertiny lázně, s.r.o.
- Psíková, J. (2013). *135 let slatinných lázní v Třeboni*. Třeboň, Lázně Třeboň.
- Solařová, P. (2009). *Konflikty při využívání řeky Lužnice rekreačními aktivitami*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, diplomová práce.
- Štícha, A. (2013). Nahlédnutí do historie Chlumu a okolí VIII. *Chlumský zpravodaj*, IX, 5–6.
- Štícha, A. (2014). Nahlédnutí do historie Chlumu a okolí XIX. *Chlumský zpravodaj*, X, 5–6.
- Štumpf, P., Janeček, P., & Vojtko, V. (2022). Is Visitor Satisfaction High Enough? A Case of Rural Tourism Destination, South Bohemia. *European Countryside*, 14(2), 346–362.

Kontaktní údaje

doc. RNDr. Renata Klufová, Ph.D.
Ekonomická fakulta JU
Studentská 13, 370 05 České Budějovice
e-mail: klufova@ef.jcu.cz

Vnímání kvality a spokojenosti ve vinařském regionu

Perception of Quality and Satisfaction in the Wine Region

Patrik Kubát, Adéla Prášilová, Monika Ranincová & Andrea Králiková

Abstrakt

Vinařský cestovní ruch v sobě nese bohatou historii, tradice, ale hlavně zážitky, které vyvolávají různé pozitivní emoce. Víno, stejně jako cestovní ruch, je s emocemi neodmyslitelně spojeno. A právě prožívané emoce v destinaci ovlivňují spokojenost z její návštěvy. Proto je cílem této studie identifikovat spokojenost návštěvníků spojených s destinací vinařského cestovního ruchu a v neposlední řadě s produkty cestovního ruchu, které mají návaznost na historii v místě jejich produkce nebo vzniku. Pro naplnění tohoto cíle byla sesbírána data online dotazníkovým šetřením. Respondenty byli návštěvníci českých vinařských oblastí. Sesbíraná data byla podrobena analýze (IPA – Importance Performance Analysis) ke zjištění spokojenosti v destinaci a důležitosti zkoumaných faktorů. Jedním ze zjištění studie je, že nejčastějším motivem návštěv vinařských oblastí České republiky je zábava. Faktory, jako příroda a venkovské prostředí, relaxace a odpočinek, přátelé a známí, byly označeny za silné stránky vinařské destinace, stejně jako kvalita vína a pomáhají tak vytvářet loajální vztah návštěvníka k destinaci skrze spokojenost s přítomností a úrovní těchto faktorů. Celková atmosféra ve vinařské destinaci byla označena v pořadí dle nejčastěji označovaných za příjemnou, uvolněnou a přátelskou.

Klíčová slova: IPA. Spokojenost. Vinařská destinace. Vinařský cestovní ruch.

Abstract

Wine tourism involves a rich history, traditions, but above all experiences that evoke certain positive emotions. Wine, like tourism, is inextricably linked to emotions. And it is the emotions experienced in a destination that influence satisfaction with a visit. Therefore, the objective of this study is to identify visitors' satisfaction associated with a wine tourism destination and, ultimately, with tourism products that have a connection to the history of the place where they are produced or from which they originate. To achieve this objective, data were collected through an online survey. Respondents were visitors of the Czech wine regions. The collected data were analyzed (IPA – Importance Performance Analysis) to determine the satisfaction with the destination and the importance of the studied factors. One of the findings of the study is that these wine regions are visited mainly for entertainment purposes. Factors such as nature and rural environment, relaxation and recreation, friends and acquaintances were identified as strengths of the wine destination, as well as the quality of the wine, which contribute to a loyal relationship between the visitor and the destination through satisfaction with the presence and level of these factors. The overall atmosphere at the wine destination was described as pleasant, relaxed and friendly, in order of the most frequent mentions.

Keywords: IPA. Satisfaction. Wine destination. Wine tourism.

Úvod

Výroba vína, kultura a tradice jsou hluboce zakořeněny nejen ve známých vinařských zemích, ale také ve vinařských oblastech České republiky. Zde dochází mimo jiné ke spojení vína, přírody, kultury a gastronomie, ale také zážitků vycházejících převážně z návštěvy místa v rámci turistiky. Přestože má místní vinařská tradice dlouhou historii, neznamená to, že úroveň a rozvoj ostatních souběžných a doplňkových odvětví jsou dnes na stejné úrovni. Zpracování, distribuce a prodej vína, doplňkové služby a produkty, pohostinství, spolupráce, udržitelnost a respekt k přírodě jsou aspekty, s nimiž se každé vinařství střetává.

Vinařský cestovní ruch se rodí z bohaté historie a tradic v destinaci a nese v sobě hlavně zážitky, které vyvolávají určité emoce. Víno, stejně jako cestovní ruch, je s emocemi neodmyslitelně spojeno. A právě prožívané emoce v destinaci spolu s dalšími faktory (a atributy) destinace ovlivňují spokojenost z její návštěvy. Vinařská destinace, se svými atributy a poskytovanými službami a produkty, tak předkládá soubor faktorů, které lze zhodnotit, a to právě ze strany samotných návštěvníků a pomocí jejich evaluací.

Přehled literatury

Vinařský cestovní ruch a jeho specifika

Pro mnohé destinace je vinohradnictví a produkce vína již nedílnou součástí jejich historie a identity a je také důležitým prvkem image národní značky (UNWTO, 2022). Vinařství a samotné pěstování vinné révy má v České republice již dlouhou historii a tradici. Vinnou révu pěstovali na dnešním území České republiky již Římané kolem 3. století našeho letopočtu (období římské říše) v oblasti Pavlovských vrchů. První písemné dokumenty o existenci vinařství na našem území se dochovaly z 11. století. Velkou změnou prošlo vinařství v Česku zejména v devadesátých letech 20. století, kdy se po letech kolektivního hospodaření začalo opět zaměřovat na kvalitu (Flamik, 2012; NS MAS ČR Jihomoravského kraje, 2009; Vinařský fond, 2021).

Současné rozdělení pěstitelských oblastí a podoblastí upravuje v ČR Zákon č.321/2004 Sb. o vinohradnictví a vinařství, který usiluje o navázání na podmínky a požadavky v oblasti vinohradnictví a vinařství dle předpisů Evropské unie. Tento zákon vymezuje dvě vinařské oblasti – vinařská oblast Morava a vinařská oblast Čechy. Dále tyto oblasti dělí na 6 podoblastí. Aktuálně má Česká republika přes 17 866 hektarů vinic, ze kterých se až 96 % ploch nachází ve vinařské oblasti Morava. Zbýlá procenta spadají do vinařské oblasti Čechy (Ministerstvo zemědělství ČR, 2022). Bližší vymezení vinařských oblastí a podoblastí je uvedeno v tabulce 1.

Co se týká konkurenceschopnosti českých vín ve světě, tak z pohledu objemu produkce vína Česká republika s objemem 592 tis. hl (období 2021-2022) nemůže konkurovat největším producentům v Evropě – Itálie, Španělsko a Francie. Tyto země spolu reprezentují až polovinu světové produkce vína (Ministerstvo zemědělství ČR, 2022). Na druhou stranu v oblasti kvality vín konkurenceschopnost českých vín každoročně stoupá. Tento fakt dokazuje počet získaných ocenění, který v roce 2022 dosáhl 1292 medailí ze zahraničních soutěží (Vino a Styl, 2023). Právě takto rozvinutý vinařský průmysl v ČR může pomoci rozvíjet i vinařský cestovní ruch. Vinařská turistika neboli jinak nazývaná vinný turismus nebo enoturismus, je dle Zelenky a Páskové (2012, s. 311) charakterizována jako „*forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním způsobu pěstování vína v tradičních vinařských oblastech, návštěvami vinohradu, ochutnávkami vín, procítěním atmosféry vinných sklípků, vináren a nákupem archivních i nových vín.*“

Burda a Plesník (2022) považují za základní prvky produktu vinařského cestovního ruchu víno, vinařskou oblast a v neposlední řadě vinaře. Právě vinaři mají podstatný vliv na rozvoj cestovního ruchu ve vinařském regionu a kvalitu zážitků. Setkání vinaře s klientem představuje pro vinaře nejlepší marketingový nástroj. To se v ČR podle Flamika (2020) pojí s fenoménem „vinařského

patriotismu“, kdy každý Čech pokládá svého vinaře téměř za přítele. Vhodnými příležitostmi k budování takových vztahů jsou vinařské akce, které se konají přímo v místě původu a výroby vína.

Tabulka 4: Počty vinařských obcí, katastrálních území a viničních tratí v ČR k 31.12.2021

Vinařská oblast/ podoblast	Počet vinařských obcí	Počet katastrálních území	Počet viničních tratí	Počet pěstitelů	Plocha osázených vinic (ha)
Litoměřická	35	44	82	51	333,8
Mělnická	40	56	89	92	342,8
Čechy – ostatní				39	19,1
Čechy	75	100	171	180	695,7
Mikulovská	30	33	185	1892	4961,3
Slovácká	118	133	418	6266	4288,7
Velkopavlovická	70	81	321	5467	4765,7
Znojemská	90	105	218	899	3145,6
Morava – ostatní				55	8,9
Morava	308	352	1142	14450	17170,2
Celkem ČR	383	452	1313	14628	17865,9

Zdroj: Ministerstvo zemědělství ČR, 2022

Mezi významné produkty podporující rozvoj vinařství a vinařského cestovního ruchu v ČR náleží vinařské stezky, zejména dlouhodobý projekt Moravské vinařské stezky pod záštitou Nadace Partnerství (Nadace Partnerství, 2023). Dalším produktem nebo spíše službou, které každoročně přiláká do vinařských destinací mnoho lidí, jsou oslavy ukončení sklizně vína – vinobraní. To se již tradičně koná od září do přelomu října a často se propojují i s místním folklórem (Zelenka & Pásková, 2012). Mezi nejznámější, největší a zároveň nejnavštěvovanější vinobraní v ČR lze zařadit Pálavské vinobraní v Mikulově, Historické vinobraní ve Znojmě a Mělnické vinobraní. Tyto akce v sobě spojují místní tradice, historii, gastronomii a víno a každoročně je navštíví desetitisíce návštěvníků, domácích i těch zahraničních (Vinařský fond, 2022).

Česká republika má veliký potenciál být kvalitní a vyhledávanou destinací v oblasti vinařské turistiky (Flamik, 2020, 2012). Burda a Plesník (2022) doporučují vinařům zaměřit se na nově vyšlechtěné odrůdy vinné révy, což je velmi lákavé zejména z pohledu potenciálních domácích zájemců o pěstování vinné révy. Z pohledu zahraniční klientely může tento fakt působit jako motivace zažít něco výjimečného a neopakovatelného – něco co v okolních zemích nenajdou. Jako další významný faktor vnímají autoři technologii výroby vína, a to jak tradiční způsoby výroby, tak i velmi aktuální přírodní a biodynamická vína.

Kvalita a spokojenost v ČR

Kvalitní produkt nebo služba je jedním ze základních předpokladů úspěchu v konkurenčním boji na trhu. Vhodně zvolená strategie a diferenciací nabídky může představovat rozhodující faktor v tradičních turistických oblastech (Rašovská & Ryglová, 2017). I proto je důležité se neustále

problematikou kvality a s tím související spokojeností zákazníků zabývat. Kozel (2006, s. 190) definuje spokojenost jako „subjektivní pocit člověka o naplnění jeho potřeb a přání. Ta jsou podmíněna jak zkušenostmi a očekáváním, tak osobností a prostředím.“ Spokojenost zákazníka se obvykle posuzuje podle toho, zda došlo k naplnění jeho očekávání nebo nikoliv. V případě, že očekávání bylo naplněno, je zákazník spokojen. Pokud však naopak zcela naplněno nebylo, zákazník je nespokojen. V případě, že produkt nebo služba předčila zákaznicko očekávání, je zákazník příjemně překvapen (Rašovská & Ryglová, 2017).

Obecně platí, že spokojenost často vede k loajalitě a věrnosti – zákazník se bude vracet (Leo a kol., 2021). Dolnicar, Coltman & Sharma (2015) však upozorňují, že v cestovním ruchu to nemusí vždy platit. Někteří lidé i přes spokojenost v destinaci preferují objevovat stále nová místa a destinace. Zákazníci citliví na cenu zase mohou bez ohledu na spokojenost upřednostňovat cenově výhodnější nabídku. Výsledkem zákaznické spokojenosti může být také tvorba pozitivního image – spokojení zákazníci rozšiřují pozitivní recenze mezi členy rodiny, přáteli a známými. To následně přispívá k větší konkurenceschopnosti podniku (Vogt & Andereck, 2003).

Spokojenost reprezentuje důležitou součást řízení kvality. Rašovská a Ryglová (2017) vnímají kvalitu jako to, co si zákazník přeje a zároveň to, co je destinace nebo daný poskytovatel služby schopen a ochoten nabídnout zákazníkovi navíc k odlišení se od konkurence. Důležitým faktem zůstává, že kvalita v cestovním ruchu není vnímána jen na základě jedné služby, ale spojuje se s celým řetězcem služeb. K měření spokojenosti s kvalitou lze využít mnoho nástrojů, od základních nástrojů jako například systémy stížností, mystery shopping, průzkumy spokojenosti nebo jednoduché dotazníkové šetření, až po sofistikovanější nástroje jako gap analýza, SERVQUAL, IPA, PFI, ESCI. Cílem sofistikovanějších nástrojů je kromě získání základního obrazu spokojenosti i operacionalizovat kvalitu služeb a spokojenost pro lepší měřitelnost a sledovatelnost (Rašovská & Ryglová, 2017).

Data a metody

Cílem této studie je identifikovat spokojenost návštěvníků spojených s destinací vinařského cestovního ruchu a v neposlední řadě s produkty cestovního ruchu, které mají návaznost na historii v místě jejich produkce nebo vzniku. Na základě předchozích studií (Quintal, Thomas, & Phau, 2015; Terziyska & Damyanova, 2020; Thomas, Quintal, & Phau, 2018) bylo identifikováno 18 faktorů spokojenosti v rámci vinařských destinací cestovního ruchu v České republice (Tabulka 2).

Za účelem identifikace klíčových faktorů spokojenosti byly v období od května do června 2021 sesbírána primární data. Se sběrem dat pomohli studenti, kteří dotazník šířili online formou a nadále byl dotazník zveřejněn na tematických webových stránkách s vínem. Dotazník byl zaměřen na návštěvníky českých a moravských vinařských oblastí a jejich návštěvě v jedné z dílčích podoblastí za posledních 5 let. Celkový počet respondentů byl 283, přičemž podrobnou strukturu respondentů lze vidět v tabulce 3.

Tabulka 5: Zkoumané faktory spokojenosti

Označení faktoru	Faktor	Průměr spokojenosti	Průměr důležitosti
F1	Nákup	4,29	3,79
F2	Degustace	4,29	4,06
F3	Kvalita vína	4,42	4,41
F4	Vinařské události	3,89	3,47
F5	Relax	4,52	4,47
F6	Návštěva vinařství	4,02	3,50
F7	Edukace	3,78	3,44
F8	Příroda	4,55	4,48
F9	Přátelé	4,41	4,33
F10	Tradice	4,37	4,10
F11	Interakce	4,05	3,78
F12	Cestování	4,15	4,03
F13	Památky	4,26	4,06
F14	Dopravní dostupnost	3,72	3,75
F15	Přijetí obyvateli	4,11	3,93
F16	Prohlídka vinařství	4,08	3,82
F17	Gastronomie	3,97	3,90
F18	Udržitelnost	3,78	3,88
	Medián	4,13	3,92

Zdroj: vlastní data

K identifikaci faktorů, na které by se měly organizace destinačního managementu (DMO) primárně zaměřit, byla použita IPA analýza, která je v oblasti cestovního ruchu hojně používána (Bi, Liu, Fan, & Zhang, 2019; Rašovská, Kubickova, & Ryglová, 2020). Jedná se o způsob, jak poukázat na silné či slabé stránky zkoumané problematiky. Tyto stránky jsou formovány na základě spokojenosti (výkonnosti) a důležitosti (významnosti) jednotlivých faktorů, které působí na návštěvníky vinařské destinace a mají výrazný vliv na úspěch celého subjektu. Slabé a silné stránky nejsou jediným výstupem této analýzy. Grafickým provedením IPA analýzy je dvourozměrná síť (Graf 1). Ta je rozdělena do čtyř kvadrantů jejichž poloha se nejčastěji určuje na základě mediánů průměrných hodnot (Ahmed, 2021), což bylo také využito v této práci.

Tabulka 6: Charakteristiky respondentů

Pohlaví a věk	Absolutní počet	Relativní počet
Muž	124	43,82
Žena	159	56,18
18–23	127	44,88
24–30	44	15,55
31–40	22	7,77
41–50	45	15,90
51–60	25	8,83
61 a více let	20	7,07

Zdroj: vlastní data

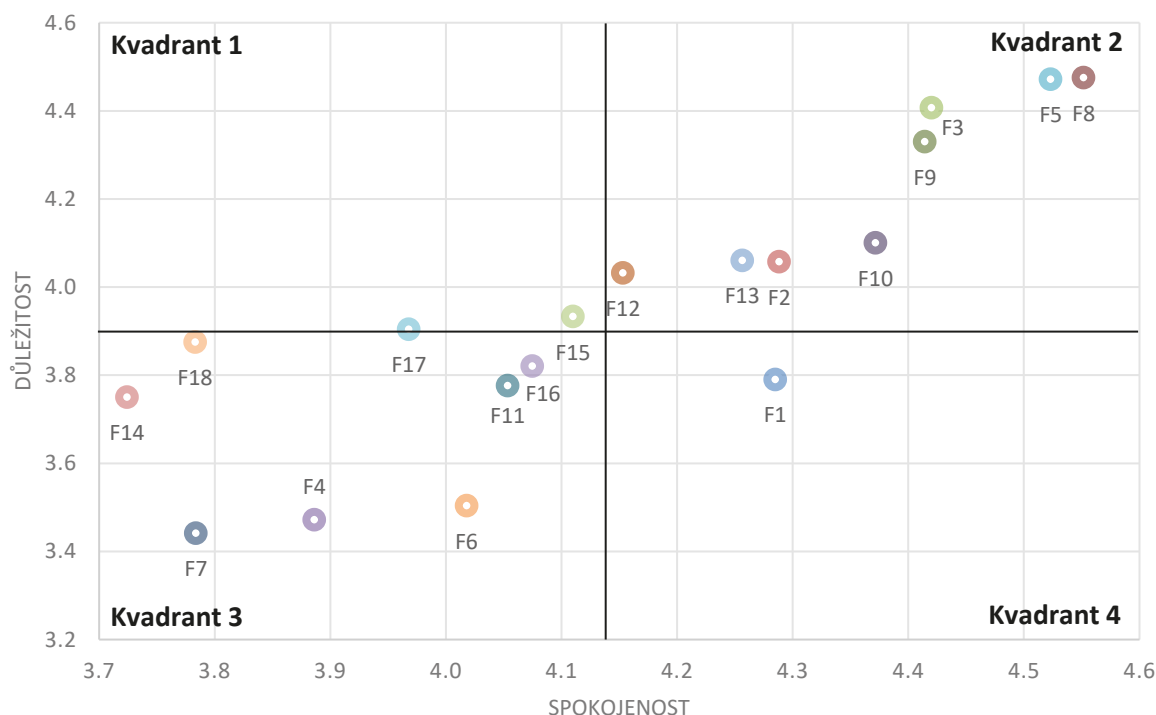
Výsledky a diskuse

V rámci IPA analýzy byly do IPA sítě vyneseny průměrné hodnoty míry spokojenosti a důležitosti jednotlivých faktorů od respondentů (Tabulka 2). Respondenti přiřazovali míru spokojenosti a důležitosti na stupnici 1–5, kde je 1 velmi nespokojen/velmi nedůležité a 5 je velmi spokojen/velmi důležité. Celkově byli respondenti se všemi faktory spíše spokojeni nebo velmi spokojeni a zároveň všechny považovali za spíše důležité nebo velmi důležité. Proto je tomu přizpůsobena i IPA síť v Grafu 1. Kvadranty této sítě jsou vytvořeny na základě mediánů průměrných hodnot jednotlivých faktorů. Nejvíce faktorů se soustřeďuje do druhého a třetího kvadrantu. S faktory v prvním kvadrantu jsou respondenti méně spokojeni a zároveň je považují za velmi důležité při návštěvě vinařských destinací v České republice. Vyskytuje se zde faktor F15, a to přátelské přijetí místním obyvatelstvem, ale také F17 – gastronomické speciality, které se nachází uvnitř vinařství nebo v jeho blízkosti. Oba faktory se nacházejí v těsné blízkosti hranic kvadrantů, mohou se tak jevit jako méně problémové. Nicméně i na tyto faktory, by se měly vinařské destinace v České republice nejvíce zaměřit a dát jim vyšší prioritu. Důležitost faktoru F15 byla zkoumána i dříve (Králiková, Kubát & Ryglová, 2021) a faktor byl označen jako jeden z klíčových, který ovlivňuje štěstí návštěvníků ve vinařské destinaci. Gastronomie se v rámci českých vinařských destinací také objevila v předešlých výzkumech (Králiková & Kubát, 2022; Králiková a kol., 2021; Rašovská a kol., 2020) jako faktor, který je potřeba zlepšit. Lze tedy zmínit, že gastronomie je jedním z klíčových faktorů, kterému by měly DMO případně také samotná vinařství věnovat větší pozornost.

Naopak silné stránky vinařských destinací v České republice jsou obsaženy ve druhém kvadrantu. Lze tvrdit, že úroveň vinařských destinací v České republice je na velmi dobré úrovni z pohledu zkoumaných faktorů, jelikož se jich zde soustřeďuje nejvíce. Konkrétně to jsou faktory: F2 – degustace vína, F3 – kvalita vína, F5 – relax nebo odpočinek, F8 – příroda (scenérie), venkovské prostředí, F9 – přátelé a známí, F10 – vinařská kultura a tradice, tamější atmosféra, F12 – cestování, F13 – kulturní památky a další atraktivity v okolí. Všechny zmíněné faktory jsou pro respondenty velmi důležité a také jsou s nimi velmi spokojeni. Aktéři vinařských destinací v České republice by však měli dbát na jejich neustálém zlepšování. Pozitivním znamením u faktorů F2, F3 a F5 je určitá míra kontrolovatelnosti samotnými vinařstvími. Tyto faktory jsou pro destinaci klíčovými, pomáhají vytvářet loajální vztah návštěvníka k destinaci. Tento loajální vztah potom může vést jak k

opakovaným návštěvám, tak ke kladným recenzím (Ingrassia a kol., 2022; Pelegrín, González-Menorca, & Meraz, 2019). Tyto výsledky tak dokládají vnímání českých vinařských destinací jako destinace, které odrážejí nejen zvyky a tradice, ale také kulturu daného místa (Flamik, 2012; Kubát & Kerma, 2022; Pásková, 2009). Zkoumání a identifikace vnímání (věrnostních) faktorů návštěvníky je zásadní pro jednotlivá vinařství i pro vinařské destinace (Králiková & Kubát, 2022).

Graf 1: IPA síť



Zdroj: vlastní data

Třetí kvadrant zachycuje faktory s nižší spokojeností i důležitostí. Pro tento kvadrant je charakteristické, že není faktorům věnována nadbytečně velká priorita, jelikož to zkrátka nepotřebují. Vinařské destinace České republiky by měly být i přesto stále schopny reagovat na změny preferencí návštěvníků. Vyskytují se zde následující faktory: F4 – účast na vinařských událostech, F6 – navštívení vinařství a setkání se s vinařem, F7 – zájem dozvědět se více o víně (edukace, vzdělání), F11 – sociální interakce, F14 – dopravní dostupnost (kvalita infrastruktury, frekvence spojů apod.), F16 – prohlídka po vinici a vinařství, F18 – udržitelnost a ekologie. Vinařské destinace v České republice by se měly zaměřit zejména na faktor F18, protože se nachází na hranici s prvním kvadrantem, který charakterizuje slabé stránky destinací, a tedy je mu přiřazena vyšší míra důležitosti než spokojenosti. Jak dokládají Králiková a Kubát (2022), loajalita je jedním z faktorů udržitelného rozvoje a cestovního ruchu. Proto by se i vinařství a DMO měly více zaměřit na konkrétní dopad loajality návštěvníků na udržitelný rozvoj nejen v destinaci.

Ve čtvrtém kvadrantu se nachází pouze faktor F1 – nákup vína ve vinařské destinaci. S nákupem vína jsou respondenti spokojeni, ačkoli tomu přiřazují nižší důležitost. Tento faktor by tedy pro vinařské destinace v České republice neměl být prioritní a nemusí mu být věnována tak vysoká pozornost. Nákup vína přímo ve vinařské destinaci souvisí také se samotnou návštěvou destinace a následnými prožívanými pozitivními emocemi (Králiková a kol., 2021). To prokazují i Pelegrín a kol. (2019), kteří potvrdili vliv pozitivních emocí spojených s vínem na následný záměr toto víno nakoupit. Právě z tohoto důvodu mohou být návštěvníci českých vinařských destinací

spokojení s možností nákupu vína v destinaci, i když je pro ně vnímaná důležitost tohoto faktoru nižší. I přesto je potřeba tomuto faktoru věnovat alespoň částečnou pozornost, protože nákup a ochutnávka vín jsou jednou z primárních motivací vinařských turistů k návštěvě vinařských destinací (Bruwer & Alant, 2009; Bruwer & Rueger-Muck, 2018).

Závěr

Vinařský cestovní ruch je již neodmyslitelnou součástí historie a tradic České republiky, které si stále připomínáme nejen při slavnostech vína. Jak už bylo zmíněno, český vinařský cestovní ruch má velký potenciál. Nasvědčuje tomu množství faktorů, se kterými jsou návštěvníci spokojeni při návštěvě vinařské destinace v České republice. Objevuje se zde stále prostor pro zlepšování, a to konkrétně u slabých stránek vinařských destinací v České republice – jsou jimi přijetí místními obyvateli, udržitelnost a ekologie, gastronomické speciality ve vinařské destinaci. Pokud se vinařské destinace zaměří na problémové faktory, bude pro návštěvníka řetězec služeb stále kvalitnější, což následně může být pro destinaci prospěšné v řadě konkurenčních výhod. I když Česká republika objemem produkováného vína nemůže konkurovat vinařským velmocím, tak kvalitou vín a jejich úspěchy si každoročně, nejen na zahraničních soutěžích, upevňuje ve světě své renomé. Proto lze tvrdit, že spokojenost s českými vinařskými destinacemi roste, vysokou spokojenost potvrdila i tato studie. Pro přesnější zjištění by bylo vhodné identifikovat spokojenost návštěvníků s jednotlivými faktory i v dalších evropských vinařských destinacích. Výsledky pak následně porovnat s vinařskými destinacemi na území České republiky a zjistit tak konkurenční (ne)výhodu na mezinárodní úrovni. Limitem této studie je značný podíl respondentů ve věkové kategorii 18 až 23 let (téměř 45 % respondentů). V případných budoucích studiích by bylo vhodné při sběru dat zohlednit nejen pohlaví respondentů, ale také jejich věk a finanční příjem, aby lépe promítnuly specifika vzorku typického návštěvníka daných vinařských destinací.

Literatura

- Ahmed, H. O. K. (2021). How to use importance-performance analysis (IPA)-based SWOT analysis as a new quantitative methodology for developing actual strategic plans in universities. *SN Social Sciences*, 1(1), 32. doi:10.1007/s43545-020-00039-9
- Bi, J. W., Liu, Y., Fan, Z. P., & Zhang, J. (2019). Wisdom of crowds: Conducting importance-performance analysis (IPA) through online reviews. *Tourism Management*, 70, 460–478. doi:10.1016/j.tourman.2018.09.010
- Bruwer, J., & Alant, K. (2009). The hedonic nature of wine tourism consumption: An experiential view. *International Journal of Wine Business Research*, 21(3), 235–257. doi:10.1108/17511060910985962
- Bruwer, J., & Rueger-Muck, E. (2018). Wine tourism and hedonic experience: A motivation-based experiential view. *Tourism and Hospitality Research*, 19(4), 488–502. doi:10.1177/1467358418781444
- Burda, A., & Plesník, P. (2022). Specifics of wine tourism in the Czech Republic. In *10th International Conference Proceedings: Current trends in spa, hospitality and tourism* (pp. 68–78). Praha, Česko: Institute of Hospitality Management and Economics. Dostupné z: <https://ucp.cz/wp-content/uploads/2022/10/current-trends-in-spa-hospitality-and-tourism.pdf#page=68>
- Dolnicar, S., Coltman, T., & Sharma, R. (2015). Do satisfied tourists really intend to come back? Three concerns with empirical studies linking satisfaction to behavioral intentions. *Journal of Travel Research*, 54(2), 152–178. doi:10.1177/0047287513513167

- Flamik, J. (2020). Když se nechodí pro víno, ale za vínem aneb Stav a perspektivy vinařské turistiky v ČR. *Celý o turismu*. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/kdyz-se-nechodi-pro-vino-ale-za-vinem-aneb-stav-a-perspektivy-vinarske-turistiky-v-cr/>
- Flamik, J. (2012). *Jižní Morava příběh vinařského regionu*. Dostupné z: http://www.stezky.cz/MVS/media/Grafika/Tiskoviny_pdf/Studie_otevrene_sklepy.pdf
- Ingrassia, M., Altamore, L., Bellia, C., Grasso, G. L., Silva, P., Bacarella, S., . . . Chironi, S. (2022). Visitor's Motivational Framework and Wine Routes' Contribution to Sustainable Agriculture and Tourism. *Sustainability*, 14(19), 12082. doi:10.3390/su141912082
- Kozel, R. (2006). *Moderní marketingový výzkum*. Praha, Česko: Grada Publishing.
- Králiková, A., & Kubát, P. (2022). Wine Tourism as an Alternative of Sustainable Development of the Rural Region—A Case Study of the Czech Republic. *Cultural Sustainable Tourism*, 25–32. doi:10.1007/978-3-031-07819-4_3
- Králiková, A., Kubát, P., & Ryglová, K. (2021). Visitors' Happiness and Loyalty in the Moravian Wine Region. *European Countryside*, 13(4), 750–767. doi:10.2478/euco-2021-0040
- Kubát, P., & Kerma, S. (2022). Preconditions of Wine Tourism Development in Slovenia and the Czech Republic – Selected Aspects. *6th EMAN Selected Papers (Part of EMAN Conference Collection)*. doi:10.31410/eman.s.p.2022.135
- Leo, G., Brien, A., Astor, Y., Najib, M., Novianti, S., Rafdinal, W., & Suhartanto, D. (2021). Attraction loyalty, destination loyalty, and motivation: agritourist perspective. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1244–1256, doi:10.1080/13683500.2020.1772207
- Ministerstvo zemědělství ČR. (2022). *Situační a výhledová zpráva: Réva vinná a víno*. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/file/714380/Vino_2022_web.pdf
- Nadace Partnerství. (2023). Moravské vinařské stezky. *Nadace Partnerství*. Dostupné z: <https://www.nadacepartnerstvi.cz/Co-delame/Projekty-OPS/Moravske-vinarske-stezky>
- NS MAS ČR Jihomoravského kraje. (2009). *Tradice a současnost vinařství jižní Moravy a tvorba pěších tras, venkovských muzeí a dalších produktů venkovského cestovního ruchu*. Dostupné z: http://www.mas-moravsky-kras.cz/create_file.php?id=434
- Pásková, M. (2009). *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové, Česko: Gaudeamus.
- Pelegrín, J., González-Menorca, C., & Meraz, L. (2019). The influence of the emotions produced by the wine offer, winery visits, and wine news on wine purchase intent in tourists. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 17(1), e0104. doi:10.5424/sjar/2019171-13524
- Quintal, V. A., Thomas, B., & Phau, I. (2015). Incorporating the winescape into the theory of planned behaviour: Examining 'new world' wineries. *Tourism Management*, 46, 596–609. doi:10.1016/j.tourman.2014.08.013
- Rašovská, I., Kubickova, M., & Ryglová, K. (2020). Importance–performance analysis approach to destination management. *Tourism Economics*, 27(4), 777–794. doi:10.1177/1354816620903913
- Rašovská, I., & Ryglová, K. (2017). *Management kvality služeb v cestovním ruchu. Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha, Česko: Grada Publishing.
- Terziyska, I., & Damyanova, R. (2020). Winescape through the lens of organized travel – a netnography study. *International Journal of Wine Business Research*, 32(4), 477–492. doi:10.1108/ijwbr-09-2019-0050
- Thomas, B., Quintal, V. A., & Phau, I. (2018). Wine Tourist Engagement With the Winescape: Scale Development and Validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(5), 793–828. doi:10.1177/1096348016640583
- UNWTO. (2022). Gastronomy and wine tourism. *The World Tourism Organization*. Dostupné z: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>

- Vinařský fond. (2021). Historie révy vinné v Čechách a na Moravě. *Vína z Moravy a vína z Čech*. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/o-vine/pruvodce-vinem/historie-vinarstvi-na-morave-a-v-cechach/historie-revy-vinne-v-cechach-a-na-morave>
- Vinařský fond. (2022). 3 největší vinobraní v Česku aneb Jak se slaví svátek vína. *Vína z Moravy a vína z Čech*. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/aktuality/123868284-3-nejvetsi-vinobrani-v-cesku-aneb-jak-se-slavi-svatek-vina?slug=123868284-3-nejvetsi-vinobrani-v-cesku-aneb-jak-se-slavi-svatek-vina>
- Víno a Styl. (2023). Rekordní počty ocenění pro tuzemská vína. Rok 2022 přinesl vinařům medaile i úspěchy. *Vinoastyl.cz*. Dostupné z: <http://www.vinoastyl.cz/rekordni-pocty-oceneni-pro-tuzemska-vina-rok-2022-prinesl-vinarum-medaile-i-uspechy/>
- Vogt, C. A., & Andereck, K. L. (2003). Destination perceptions across a vacation. *Journal of Travel Research*, 41(4), 348–354. doi:10.1177/0047287503041004003
- Zákon č. 321/2004 Sb. – Zákon o vinohradnictví a vinařství. In: *Zákony pro lidi*. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321>
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha, Česko: Linde.

Kontaktní údaje

Ing. Patrik Kubát

Mendelova univerzita v Brně

Zemědělská 1665/1, Černá Pole, 613 00 Brno

e-mail: patrik.kubat@mendelu.cz

Využitie banského kultúrneho dedičstva pri tvorbe náučného chodníka v Nitrianskom Pravne

Use of Mining Cultural Heritage in Creating an Educational Trail in Nitrianske Pravno

Katarína Mičicová & Ján Válek

Abstrakt

Cieľom príspevku je analyzovať a zhodnotiť kultúrno-historický potenciál baníctva v okolí Nitrianskeho Pravna s akcentom na tvorbu banského náučného chodníka. Medzi 14. a 17. storočím tu prebiehalo vyhľadávanie, ťažba a spracovanie zlata, ktoré realizovali prevažne nemecky hovoriaci kolonisti. Z tohto obdobia sa tu zachovali unikátne archetypy a mozaiky historickej krajiny štruktúry, ktoré doposiaľ neboli preskúmané a zhodnotené. Príspevok sa zaoberá prezentáciou výskumu montánneho kultúrneho dedičstva a jeho využitím v kontexte turizmu. Navrhovaným produktom máme snahu priblížiť výstupy kultúrno-historického výskumu účastníkom cestovného ruchu v rámci popularizácie vedy. Celý projekt je riešený v spolupráci s Obecným úradom Nitrianske Pravno, Karpatonemeckým spolkom a Občianskym združením Hornonitrie. Súčasťou je prezentácia návrhu banského chodníka v katastri obce Nitrianske Pravno. V rámci neho sú predstavené jednotlivé aspekty baníctva, ako napríklad historický vývoj, sociálna štruktúra obyvateľstva v časoch najväčšieho rozmachu, technologické postupy a mechanizmy využívané pri ťažbe rúd drahých kovov. Okrem toho príspevok prináša všeobecné informácie o obci Nitrianske Pravno, o súčasnom stave cestovného ruchu v lokalite a stručný teoretický exkurz z oblasti tvorby náučných chodníkov. Zároveň približujeme problémy spojené s tvorbou návrhu tohto projektu. Štúdiu vychádza ako jeden z výstupov projektu VEGA 1/0127/21 Etnokultúrne aspekty nemeckých minoritných spoločenstiev s prihliadnutím na fenomén baníctva na Hornej Nitre.

Kľúčové slová: Baníctvo. Kultúrne dedičstvo. Náučný chodník. Nitrianske Pravno. Rozvoj cestovného ruchu.

Abstract

The aim of this paper is to analyse and assess the cultural and historical potential of mining in the vicinity of Nitrianske Pravno with an emphasis on creation of an educational trail. An extensive search, mining and processing of golden ore took place between the 14th and 17th centuries, and it was realised mainly by German speaking colonists. Unique archetypes and mosaics of historic landscape structure from this period are still present at this territory, and they have not been properly explored and evaluated yet. The paper deals with the presentation of research on cultural heritage connected with mining and its use in the context of tourism. With a proposed product we aim to bring the outputs of cultural and historical research closer to tourism participants as a part of the popularisation of science. In this project we collaborate with the municipal office of Nitrianske Pravno, Association of Carpathian Germans and Civic association Hornonitrie. The presentation of the mining educational trail in Nitrianske Pravno is an important part of the paper. The trail will include information about historical development, social structure in the times of greatest mining expansion, technological mechanisms and processes used in extracting and processing of ores.

Besides that, the article deals with general information about the municipality of Nitrianske Pravno, the current state of tourism in this locality and it provides a brief theoretical excursion into the field of educational trails. At the same time, we are approaching the problems associated with the design of this project. Publishing of this paper is one of the outcomes of the project VEGA 1/0127/21 Ethnocultural aspects of German minority societies with emphasis on the phenomenon of mining on upper Nitra.

Keywords: Cultural heritage. Educational trail. Mining. Nitrianske Pravno. Tourism development.

Úvod

Najmä v priebehu 14. až 17. storočia prebiehala v Nitrianskom Pravne a jeho okolí výrazná exploácia nerastného bohatstva predovšetkým za účelom získavania zlata z rúd a rozsypov. Po úpadku baníctva došlo k transformácii spôsobu obživy autochtónneho obyvateľstva a paralelne s tým aj k transformácii spôsobu využívania krajiny. Prechod na chov dobytka a lesné hospodárstvo síce pozmenil kultúrnu krajinu, no napriek tomu sa v okolí obce dodnes zachovalo množstvo krajinných štruktúr spojených s baníckou činnosťou. (Žabenský, 2021) Spolu so zachovanými baníckymi artefaktmi, architektonickými pamiatkami, chotárnymi názvami, etnickým povedomím a ďalšími prvkami tradičnej kultúry tvoria jeden z najlepšie zachovaných prejavov baníckeho kultúrneho dedičstva karpatských Nemcov na Slovensku.

Toto dedičstvo má silný potenciál na využitie v cestovnom ruchu nielen v oblasti genealogického turizmu. Využiť sa dá aj pri kreovaní múzeí, pamätných domov, intravilánnych architektonických pozoruhodností, prírodných atrakcií či kultúrnych podujatí. Jedinečnú možnosť prezentácie ponúkajú neobvykle dobre zachované banícke prejavy kultúrnej krajiny ako prívodové a ryžovacie jarky, haldy, plošiny, pingy, tajchy, kutacie či ťažobné štôlne. Vytvorenie náučného chodníka vedúceho cez tieto krajinné prvky môže prilákať do regiónu nových návštevníkov a priniesť nové komplexné poznatky týkajúce sa nemeckej minority a baníckej histórie hornej Nitry. V súčinnosti s tvorbou ďalších podporných atraktivít cestovného ruchu, dobudovaním vhodnej turistickej infraštruktúry a účinnou a cielenou marketingovou stratégiou má potenciál dopomôcť k transformácii regiónu z centra baníctva na centrum cestovného ruchu.

Prehľad literatúry

Pri skúmaní predmetnej problematiky bolo potrebné podrobné heuristické skúmanie a analýza množstva publikovaných i nepublikovaných výstupov. Spomedzi využitej prehľadovej literatúry môžeme spomenúť napríklad Žudela (2010) zaoberajúceho sa osídľovaním a sídlami na území Slovenska v neskorom stredoveku alebo Benžu a kol. (1998), ktorí sa venovali problematike urbanizmu a architektonickým riešeniam v priestore vidieckych sídel.

Problematike národnostných menšín na Slovensku sa venoval Botík (2007). Nemeckou národnostnou menšinou na Slovensku sa zaoberala napríklad Horváthová (2002), ktorá popisuje priebeh a vlny kolonizácií jednotlivých oblastí Slovenska, vplyv Nemcov na remeselnú výrobu, ich cechovú organizáciu či vybrané oblasti nemeckej kultúry, z ktorých viaceré fragmenty sa zachovali dodnes aj na hornej Nitre. O nemeckej kultúre pojednáva aj Marek (2006), spoločenskú stránku nemecko-slovenského spolunažívania v 16. až 18. storočí približuje Doruľa (2014) a novšej histórii nemeckého etnika na Slovensku sa venujú Gabzdilová-Olejníková a Olejník (2004).

Problematikou baníctva vo všeobecnosti sa zaoberalo viacero autorov, spomedzi ktorých môžeme spomenúť napríklad Labudu (1999 & 2019) venujúceho sa počiatkom baníctva, Hvožďaru (1999) riešiaceho ryžoviská zlata v Západných Karpatoch alebo Kúšika (2015) a Knésla a Knéslovú (2006), ktorí sa baníctvu venujú z geologického hľadiska. Medzi najkomplexnejšie diela patrí 12-zväzkové

dielo Agricola (1556), ktoré sa venuje všetkým súčastiam baníctva a s ním súvisiacim oblastiam. Konkrétne baníctvu na hornej Nitre sa doposiaľ venovala len minimálna pozornosť. Prínosné sú mapovania a analýzy vykonané Štátnym geologickým ústavom Dionýza Štúra (2023), ktoré lokalizovali niektoré zo starých banských diel. Touto problematikou sa zaoberali aj Böhmer a Hvoždara (1969), Zelný a Uher (1988) či Holec (1968). V súčasnosti sa významnou mierou na výskume rudného baníctva v Nitrianskom Pravne a okolí podieľa aj Žabenský (2019, 2020, 2021, 2022).

Staré mapové diela a podklady predstavujú ďalší potenciálny zdroj skúmania. Ide predovšetkým o mapy z 1. vojenského (Jozefského) mapovania (1763 – 1785), 2. vojenského (Františkovo) mapovania (1806 – 1869) a 3. vojenského mapovania Rakúsko-Uhorska (1869 – 1887). Tieto mapy obsahujú toponymá, ktoré reflektujú nemeckú a banícku históriu územia, napríklad *Stollen* (štôlne) alebo *Seifen* (ryžovačky) (Arcanum maps, n. d.). Užitočné môžu byť aj topografické, katastrálne, komasačné, lidarové a iné mapy.

Cenné informácie poskytujú aj monografie pochádzajúce od pôvodných obyvateľov Nitrianskeho Pravna, ktorí boli v časoch po 2. svetovej vojne násilne deportovaní do nemecky hovoriacich krajín. Richter a kol. (1986) a Richter a Schwertsik (1979) v nich približujú tradičnú kultúru, baníctvo a kolektívnu pamäť nemeckej menšiny. Všeobecnú históriu Nitrianskeho Pravna prináša aj príspevok (1964) a monografia (1985) od Zemeneho, prípadne dielo Remiašovej (1985). Ďalšie informácie poskytujú aj monografie obcí Nitrianske Pravno (Kolektív, 2018), Malinová (Lacko, 2009) a Tužina (Bukovinská a kol., 2018).

Jednou z najvýznamnejších publikácií v oblasti tvorby náučných chodníkov je na Slovensku metodická príručka Slovenskej agentúry životného prostredia (Pachinger, Cimermanová, Skubičan, Vačoková & Králik, 2016), ktorá popisuje základné pojmy, princípy tvorby, význam, kategórie, starostlivosť, nové trendy a niektoré konkrétne príklady náučných chodníkov. Hodnotné sú aj publikácie od Bizubovej a Nevřelovej (2006), Burkovského a Králikovej (2015), Otevřela (2010) alebo Růžičku (2012), ktorí sa venujú projektovaniu, výstavbe, popularizácii a udržiavaniu náučných chodníkov. Pri realizácii takýchto projektov je potrebné dbať aj na legislatívnu úpravu a normy, napríklad STN 01 8025, STN 83 7017, Vyhlášku MŽP SR č. 24/2003, zákony č. 326/2005 Z. z. o lesoch, č. 543/2002 Z. z. o ochrane prírody a krajiny, č. 49/2002 Z. z. o ochrane pamiatkového fondu, č. 50/1970 Zb. o územnom plánovaní a stavebnom poriadku a iné.

Dáta a metódy

Cieľom príspevku je analyzovať cestovný ruch v okolí Nitrianskeho Pravna s akcentom na montánne kultúrne dedičstvo a navrhnúť možnosti jeho sprístupnenia prostredníctvom tvorby náučného chodníka a mobilnej aplikácie. V spolupráci s Obecným úradom Nitrianske Pravno, Občianskym združením Hornonitrie a Karpatonemeckým spolkom v Nitrianskom Pravne vznikol projekt Banského náučného chodníka, ktorý má potenciál získať na svoju realizáciu finančnú podporu vlády Slovenskej republiky z Akčného plánu transformácie uhoľného regiónu horná Nitra. Návrh banského náučného chodníka je postavený predovšetkým na výskume banskej činnosti a jej pozostatkov v krajinnej štruktúre v okolí obce Nitrianske Pravno. Ten bol následne doplnený o analýzu publikovaných zdrojov, archívny výskum a rozhovory s informátormi. Predmetnej problematike sa od roku 2018 venuje M. Žabenský. V spolupráci s ním sme na základe jeho zistení a poznatkov realizovali sekundárny opakovaný výskum v Nitrianskom Pravne a príľahlom okolí v období rokov 2022 – 2023. Jeho súčasťou bol terénny výskum kultúrnej krajiny a možností aplikácie a vybudovania náučného chodníka doplneného o rôzne interaktívne aj technické prvky. Významným doplnkom terénneho výskumu boli neštandardizované rozhovory s informátormi z rôznych kultúrnych a administratívnych inštitúcií v Nitrianskom Pravne a v okolitých obciach a tiež s

obyvateľmi týchto obcí. Takto získané primárne dáta sme konfrontovali a komparovali s publikovanými zdrojmi, ktoré sme podrobili heuristickej analýze, selekcii na základe relevantnosti a následne sme pomocou logických postupov dedukcie a indukcie vyvodili konkrétne závery aplikovateľné na riešenie problematiky.

Výsledky a diskusia

Ako sme spomenuli v predchádzajúcich kapitolách, pre adekvátne návrhy rozvoja cestovného ruchu prostredníctvom zachovaného montánneho kultúrneho dedičstva je potrebné dôkladné štúdium súvisiacich tém, ako sú dejiny a súčasný stav cestovného ruchu v skúmanej lokalite. Na základe poznatkov z týchto oblastí je možné navrhnúť adekvátne a realizovateľné možnosti rozvoja cestovného ruchu.

Vymedzenie skúmaného územia

Skúmané územie sa nachádza na západnom Slovensku v Trenčianskom samosprávnom kraji v okrese Prievidza. Historicky bolo súčasťou Nitrianskej župy, etnograficky je súčasťou regiónu Ponitrie, subregiónu horná Nitra (Beňušková, 2005, s. 65). Obec Nitrianske Pravno je aj v súčasnosti spádovou oblasťou pre okolité obce, obchodným, administratívnym a čiastočne aj kultúrnym centrom (Horváthová, 2002, s. 38). Skúmané reliktory banskej činnosti sa nachádzajú predovšetkým v extravilánnej časti Nitrianskeho Pravna na obrube Strážskych vrchov (Žabenský, 2021, s. 11–12).

Žabenský (2021, s. 23) potvrdzuje tvrdenia ďalších autorov, že ťažba v širšom okolí Prievidze (teda aj v skúmanom území) prebiehala už v predhistorickom období, čo dokladuje množstvo archeologických nálezov aj rekonštrukcie transektov dobových kultúrno-krajinných vrstiev.

Z obdobia baníckej činnosti sa v krajine nachádzajú viaceré archetypy a mozaiky historickej krajiny štruktúry. Z nich najzachovalejšími sú *Próm Wichtn* (Pravnianske smrečiny) – zóna s ryžovacími jarkami, haldami a pracovnými plošinami, *Longe Gröm* (Dlhý jarok) – najväčší doteraz preskúmaný ryžovací jarok, *Teichen* (tajchy) – prehradením ryžovacieho jarka vznikli dva tajchy, alebo ryžoviská *Seifen Tal* a *Béte Seifen* (Žabenský, 2021, s. 75–77).

Skúmané územie je súčasťou nemeckého jazykového ostrova Hauerland (z nem. *hau* - klčovať) (Botík, 2007, s. 83; Horváthová, 2002, s. 33). Nitrianske Pravno (pôvodne *Deutsch Proben* – Nemecké Pravno) bolo založené v 14. storočí na nemeckom zákupnom práve v blízkosti ryžovísk pri potoku Tužina (Richter & Schwertsik, 1979, s. 17–18; Zemene, 1985, s. 20 – 21; Púčik 2018, s. 57, 60). Nemecké Pravno bolo už krátko po svojom osídlení uvádzané v listinách ako *oppidum*, mestečko (Žabenský, 2021, s. 30). Vrchol ťažby zlata v 15. storočí dokladuje aj pomenovanie *Arany Prona* (z maď. Zlaté Pravno) (Púčik, 2018, s. 80). Keďže po ukončení banskej činnosti v 17. storočí tvorili extravilán obce rozsiahle haldy, nebolo toto územie vhodné na rastlinnú výrobu, a tak sa miestne obyvateľstvo preorientovalo na živočíšnu výrobu, remeselnú produkciu a sezónne práce (Žabenský, 2021, s. 74; Žabenský, 2022, s. 49).

Žabenský (2021, s. 29) definoval na skúmanom území tri kolonizačné vlny: v 14. a možno aj v 15. storočí kolonizáciu ťažiarov na zákupnom práve, v 15. až pravdepodobne 17. storočí kolonizáciu banských robotníkov a želiarov a v 17. – 19. storočí kolonizáciu za účelom lesného hospodárstva. Po 2. svetovej vojne bola veľká časť obyvateľstva nemeckej národnosti vysťahovaná, do Nitrianskeho Pravna a okolitých obcí sa ich vrátil len malý počet (Geschwandtner, 2018, s. 138). V súčasnosti tvorí nemeckú diasporu len časť najstarších obyvateľov, ktorí si udržiavajú karpatonemeckú identitu najmä členstvom v rôznych spoločensko-kultúrnych organizáciách.

Vývoj a súčasný stav cestovného ruchu v Nitrianskom Pravne

Cestovný ruch sa v skúmanej oblasti začal intenzívnejšie rozvíjať po roku 1990, kedy bol založený Karpatonemecký spolok spolu so svojimi regionálnymi centrami a oblasťnými strediskami. V Nitrianskom Pravne a okolitých obciach začali členovia spolku organizovať a podporovať genealogický cestovný ruch (M. Ďuricová, osobná komunikácia, jún 15, 2022). Bývalí obyvatelia tejto oblasti a ich rodinní príslušníci, ktorí boli po 2. svetovej vojne vysťahovaní a žili v Nemecku, pravidelne prichádzali na niekoľko dní do Nitrianskeho Pravna a okolia. Takéto návštevy sa konali aj recipročne. K. Richterová (osobná komunikácia, jún 14, 2022) uviedla, že genealogický cestovný ruch fungoval v malej miere pred pandémiou koronavírusu aj na individuálnej báze. Štatistické údaje stavu turizmu v tejto oblasti neboli získavané ani analyzované. Cestovný ruch v tejto lokalite, rovnako ako na celom svete, zastavila pandémia v rokoch 2020 – 2021.

V súčasnosti je turizmus v Nitrianskom Pravne a jeho príľahlom okolí rozvinutý len minimálne, a to z viacerých dôvodov. Primárna ponuka cestovného ruchu je veľmi úzka, zahŕňa minimum prírodného potenciálu a kultúrno-historické pamiatky nie sú prístupné návštevníkom v potrebnej podobe a prijateľnom stave. Kultúrno-historické pamiatky tejto časti Hauerlandu sú sústredené v centre obce Nitrianske Pravno, ďalšie prvky tradičnej architektúry môžeme nájsť najmä v časti obce Vyšehradné, v menšej miere aj v okolitých obciach. Niektoré z nich sú národnými kultúrnymi pamiatkami. V Nitrianskom Pravne sú najvýznamnejšími pamiatkami kostol sv. Jána Krstiteľa, „novoslohový chrám poznačený modernizmom“ (Lenhart, 2018, s. 246), ktorého gotická kaplnka je najstaršou zachovanou stavebnou pamiatkou obce, a renesančné kúrie, ktoré lemujú časť centrálneho námestia. Vo Vyšehradnom to sú Richtárov dom *pom Jošk'la* (z nem. Jožkov dom) a drevená zvonica, obe zo začiatku 19. storočia a rekonštrukcia murovaného *Mendellovho domu* z 2. polovice 19. storočia, za ktorú jeho majiteľ získal cenu *Europa Nostra*.

Ponuka ubytovacích a stravovacích zariadení sa pandémiou covid-19 znížila takmer na nulu. Ubytovacie zariadenia vhodné pre individuálny turizmus zanikli úplne, stravovacie zariadenia sa udržali len v Nitrianskom Pravne a v obci Malinová. Prírodný a kultúrno-historický potenciál je čiastočne využitý značkovými cyklotrasami a turistickými trasami. Obcou Nitrianske Pravno prechádza zelená turistická trasa, ktorá vedie nad obecnú časť Vyšehradné, kde je možné sa napojiť na červenú Cestu hrdinov SNP. Obcou prechádzajú aj tri cyklotrasy. V okolí Nitrianskeho Pravna sa nachádzajú dva náučné chodníky – jeden v obci Malinová, ktorý vedie chotárom obce, druhý vedie z centra Vyšehradného do Národnej prírodnej rezervácie Vyšehrad. Nachádza sa tu aj významné hradisko. Na inštitucionálnom princípe v lokalite funguje len Múzeum kultúry karpatských Nemcov v Nitrianskom Pravne, ktoré je súčasťou Slovenského národného múzea. Vo Vyšehradnom sa nachádza súkromný etnodom, podobne ako v Tužine.

Primárnu ponuku cestovného ruchu dotvárajú aj mnohé organizované kultúrno-spoločenské podujatia, ktorých návštevnosť však má len regionálny charakter. Organizovaný genealogický cestovný ruch zanikol najmä z dôvodu, že priami pamätníci sú v pomerne vysokom veku, niektorí z nich podľahli zdravotným problémom, a aj samotní organizátori, členovia Karpatonemeckého spolku, už nemajú fyzické sily na organizáciu takéhoto podujatia. Mladšia generácia potomkov karpatských Nemcov už nemeckú identitu neposilňuje, prípadne ju ani nemá (M. Ďuricová, osobná komunikácia, jún 15, 2022).

Návrhy pre rozvoj cestovného ruchu

Najväčší potenciál pre rozvoj cestovného ruchu v Nitrianskom Pravne vidíme v možnosti využitia reliktovej baníckej činnosti nachádzajúcich sa v kultúrnej krajine v okolí obce pri vybudovaní náučného chodníka. Návrh bol spracovaný na základe podkladových materiálov k projektu (Válek, 2022). Na jednotlivých informačných tabuliach sa budú nachádzať informácie popularizujúce výsledky

doterajšieho výskumu nemeckej minority a predovšetkým baníckej histórie v regióne. Takýto druh turistickej atraktivity má potenciál prilákať turistov s rôznym cestovateľským zameraním, či už vystahovaných rodákov, nadšencov baníctva a ryžovania, turistov alebo rodiny s deťmi.

Okruh trasy začína na námestí v Nitrianskom Pravne pred kostolom sv. Jána Krstiteľa, pokračuje popri radnici k obecnému sídlu Múzea kultúry karpatských Nemcov. Odtiaľ pokračuje cez Žltú ulicu, kde sa v minulosti nachádzala banícka robotnícka kolónia, až sa dostáva mimo intravilánu obce. Na okraji obce sa naskytá výhľad na pozostatky ryžovísk *Siefen Tal*. Chodník pokračuje popri cestnej komunikácii k protipožiarnym nádržiam, ktoré kedysi slúžili ako tajchy. Ďalej trasa vedie do lesa v lokalite Bôrik, kde prechádza najprv popri banských prívodových jarkoch na vodu, potom po okraji ryžovacieho jarku až do vodovodu, dnes známeho ako Stará chvojnická cesta. Touto cestou sa dostáva na vyvýšený okraj priestoru, ktorý ponúka výhľad na rozsah územia, ktoré bolo v minulosti výrazne exploatované baníckou činnosťou. Týmto územím trasa pokračuje aj cez vekovo najmladší a najlepšie zachovaný tretí stupeň banských dobývok, prechádza cez polia s prepadlinami po banských štôľňach a vchádza do ryžovacieho jarku. Popri ňom sa dostáva až k bývalým kravským pasienkom, ktoré symbolizujú úpadok baníctva a nástup chovu dobytká. Následne sa cez Malinovskú ulicu okruh uzavrie príchodom naspäť na hlavné námestie. Celková dĺžka náučného chodníka je približne 7,2 km a prevýšenie predstavuje asi 60 m. Časová náročnosť s prihliadnutím na zastávky pri náučných tabuliach je odhadovaná na dve až tri hodiny. Terén nie je náročný a v horšie prístupných častiach bude upravený aj pre detských návštevníkov.

Súčasťou trasy náučného chodníka bude trinásť informačných tabúl rozmiestnených tematicky pri vhodných krajinných prvkoch. Prvá tabuľa poskytne všeobecné informácie o chodníku a popis farského kostola; druhá informuje o histórii obce a radnici; súčasťou tretej tabule bude 3D model historického námestia a popis jeho súčastí; štvrtá tabuľa sa venuje robotníckej kolónii; piata ponúka popis výhľadu na ryžoviská *Siefen Tal* a ich histórii; šiesta je zameraná na tajchy; siedma informuje o rôznych historických spôsoboch ťažby zlata v tejto oblasti; ôsma približuje spoločenskú situáciu a sociálne vrstvy baníckej spoločnosti; deviata zastávka predstavuje 3D lidarový snímok rozsahu baníckej činnosti; desiata tabuľa pojednáva o spôsoboch drvenia a spracovania rudy; jedenásta približuje posledné pokusy ťažiarov o získanie zlata v 18. storočí; dvanásť tabuľa hovorí o mechanizme oddeľovania zlata od iných prímiesí a napokon trinásť približuje úpadok baníctva a transformáciu obyvateľstva na nové spôsoby obživy.

Okrem samotných tabúl budú súčasťou chodníka aj ďalšie atraktivity. V blízkosti obce v meandri potoka Kravská bude vybudovaná zábavno-relaxačná zóna slúžiaca nielen turistickým návštevníkom, ale aj domácim obyvateľom. Nachádzať sa tu budú detské preliezačky v podobe zmenšených banských mechanizmov, posedenie, ohnisko či altánok. Súčasťou trasy chodníka budú aj lavičky, banské šmýkačky, funkčná replika banskej stupy, žľaby a ryžovacie dosky, lanové mosty, repliky vstupov do banských štôľní alebo aj drevený amfiteáter v prírode, ktorý môže slúžiť na organizáciu kultúrnych podujatí ďalej rozvíjajúcich turizmus v lokalite. Samostatnou súčasťou zakomponovanou do trasy chodníka bude aj ekopark, kde sa návštevníci dozvedia informácie o ekológii, separovaní odpadu, chove včiel, ale aj o geologickom zložení lokality či domácej flóry. Potenciál prilákať ďalších, prípadne aj zahraničných turistov má aj mobilná aplikácia, ktorá bude sprostredkovať bližšie informácie k jednotlivým informačným tabuliam, zjednodušovať orientáciu v teréne a ponúkať rôzne formy zatraktívnenia trasy vrátane interaktívnych hier, kvízov, hádaniek či možnosti vyhrať zľavový poukaz do pohostinských zariadení v obci. Fungovať bude na princípe prepájania virtuálnej reality s okolitým priestorom. Aplikácia bude okrem slovenčiny dostupná v anglickej a nemeckej jazykovej mutácii. Ďalšou súčasťou zvyšujúcou atraktivitu chodníka bude aj jeho začlenenie do oficiálnej siete značkových turistických trás Slovenska. Celkový rozpočet projektu vrátane materiálu, práce, organizácie a mobilnej aplikácie je predbežne odhadovaný

na 349 000 €. Projekt chodníka bol vypracovaný v spolupráci s obecným úradom v Nitrianskom Pravne a jeho realizácia je plánovaná v rámci Akčného plánu transformácie uhoľného regiónu hornej Nitry. V rámci neho budú predložené aj ďalšie projekty zamerané na rozvoj cestovného ruchu v tejto lokalite, ako napríklad vytvorenie banického múzea, ktoré by koordinovalo a riadilo ďalšie iniciatívy a projekty na podporu turizmu. Potenciál využitia má napríklad aj nemecký dialekt aplikovateľný na intravilnálne a chotárne názvy, pestovanie a spracúvanie špecifických odrôd rastlín, napr. čerešne *Steinkirsche*, zriadenie miestnych pamätných domov (napr. sochára Jozefa Damka), kachliarskeho múzea, využitie fotosteny a podobne. (Návrhy sú bližšie rozpracované v Mičicová – Válek, 2022.)

Tabuľka 1: SWOT analýza náučného chodníka

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • unikátnosť ponuky • erudované a exaktné informácie • interaktívne prvky • realistické a funkčné repliky banských mechanizmov • mobilná aplikácia • multispektrálna edukačná funkcia • možnosť využitia jednotlivých súčastí na ďalšie kultúrno-spoločenské aktivity • family friendly • nenáročnosť údržby 	<ul style="list-style-type: none"> • náročnejšia dopravná dostupnosť • časť trasy vedie po cestnej komunikácii • vlastnícke pomery pozemkov v obci • nízka miera spolupráce predstaviteľov obce • slabo rozvinutá sekundárna ponuka CR
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • možnosť získania finančnej podpory z projektov EÚ • možnosti rozšírenia a nadviazania na ďalšie turistické trasy • možnosť organizovania nových a zvýšenie úrovne existujúcich kultúrnych podujatí • možnosť rozvoja sekundárnej ponuky • zvýšenie atraktivity regiónu • možnosť rozvoja spolupráce s organizáciami a inštitúciami CR v okolí • náučný chodník ako súčasť Akčného plánu transformácie uhoľného regiónu horná Nitra 	<ul style="list-style-type: none"> • riziko neschválenia finančnej podpory projektu • údržba finančne zabezpečená na 5 rokov • nekontrolovateľný vandalizmus • nepriaznivé počasie • nezáujem verejnosti

Zdroj: vlastné spracovanie, 2023

Vzhľadom na maximálny rozsah príspevku približujeme len vybrané body analýzy. Multispektrálna edukačná funkcia zahŕňa okrem mnohých aspektov banickej kultúry (dejiny, socio-kultúrne pomery, technológie a mechanizmy ťažby atď.) aj oblasti environmentalistiky, ekológie, geológie či botaniky. Prostredníctvom preliezačiek a ďalších interaktívnych prvkov podporuje pohyb hravou formou. Jedným z najvýraznejších problémov môže byť nejednotnosť vlastníckych pomerov pozemkov, cez ktoré chodník prechádza. Väčšina je síce vo vlastníctve obce, ale časť z nich spadá pod správu Slovenskej republiky, Lesov SR, Vodohospodárskeho podniku SR alebo patrí súkromným majiteľom, o ktorých ochote spolupracovať informácie zatiaľ nemáme. Ohrozením funkčnosti chodníka v budúcnosti môže byť fakt, že jeho údržba je z projektu finančne zabezpečená len na obdobie 5 rokov. V prípade nezískania ďalších finančných dotácií bude chodník bez údržby chátrať.

Záver

Cieľom príspevku bolo zanalyzovať cestovný ruch v okolí Nitrianskeho Pravna s akcentom na montánne kultúrne dedičstvo a navrhnúť možnosti jeho sprístupnenia prostredníctvom tvorby náučného chodníka a mobilnej aplikácie, ktorý sme splnili pomocou prezentácie konkrétneho návrhu. Prebiehajúci výskum môže byť podkladom pre ďalšie skúmanie montánneho dedičstva aj ako podklad pre tvorbu ďalších strategických dokumentov pri podpore a rozvoji regiónu nielen v oblasti cestovného ruchu.

Veríme, že napriek slabej angažovanosti administratívnych pracovníkov obce Nitrianske Pravno pri podávaní žiadosti o dotáciu získa cestovný ruch dostatočnú podporu pre svoj rozvoj. Na základe získaných poznatkov z terénnych výskumov aj štúdia literatúry sme presvedčení, že región hornej Nitry má výrazný potenciál aj pre cestovný ruch na medzinárodnej úrovni. Realizácia a prevádzkovanie navrhnutého náučného chodníka by pomocou multiplikačného efektu napomohli k revitalizácii regiónu ako takého.

Literatúra

- Agricola, J. (1556). *De re metallica libri XII*. Basileae, Švajčiarsko. Preklad: Ježek, B., & Hummel, J. (1933) *Jiřího Agricolu dvanáct knih o hornictví a hutnictví*. Praha, ČR: Matice hornicko-hutnická.
- Arcanum maps. (n. d.). *Maps of Europe* [mapa]. Dostupné na <https://maps.arcanum.com/en/browse/composite/#>
- Benža, M. a kol. (1998). *Ľudová architektúra a urbanizmus vidieckych sídiel na Slovensku*. Bratislava, SR: Academic Electronic Press, s. r. o. pre Národné pamiatkové a krajinné centrum.
- Beňušková, Z. (2005). *Tradičná kultúra regiónov Slovenska. Prehľad charakteristických znakov*. Bratislava, SR: VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.
- Bizubová, M., & Nevřelová, M. (2006). Význam náučných chodníkov v krajine a jej ochrane. *Acta Environmentalica Universitatis Comenianae*, 14(2), 5–10.
- Botík, J. (2007). *Etnická história Slovenska. K problematike etnicity, etnickej identity, multietnického Slovenska a zahraničných Slovákov*. Bratislava, SR: Lúč.
- Böhmer, M., & Hvožd'ara, P. (1969). *Výsledky šlichového výskumu z východnej časti Malej Magury (Horná Nitra)*. Bratislava, SR: Geologický ústav Univerzity Komenského.
- Bukovinská, A. a kol. (2018). *Tužina: dedina storakých remesiel*. Martin, SR: Neografia, a.s.
- Burkovský, J., & Králiková, K. (2015). *Náučné zariadenia v prírode. Príručka pre tvorbu, prevádzku a údržbu náučných chodníkov, lokalít a bodov*. Banská Bystrica, SR: ŠOP SR.
- Doruľa, J. (2014). *O slovensko-nemeckom spolunažívaní v 16. – 18. storočí*. Bratislava, SR: Slavistický ústav Jána Slanislava SAV.
- Gabzdilová-Olejníková, S., & Olejník, M. (2004). *Karpatskí Nemci na Slovensku od druhej svetovej vojny do roku 1953*. Bratislava, SR: SvÚ SAV, SNM – MKKN.
- Geschwandtner, B. (2018). Ceste k zmenám. In Kolektív, *Nitrianske Pravno. Mesto s pamäťou zlata* (s. 121–150). Martin, SR: Neografia.
- Holec, G. (1968). *Správa o literárno-historickom výskume rudného baníctva na Hornom Ponitří*. Prievdza, SR: Banský výskumný ústav.
- Horváthová, M. (2002). *Nemci na Slovensku. Etnokultúrne tradície z aspektu osídlenia, remesiel a odievania*. Dunajská Streda, SR: Lilium Aurum.
- Hvožd'ara, P. (1999). Ryžoviská zlata v Západných Karpatoch. *Mineralia Slovaca*, 31, 241–248.
- Kněsl, J., & Kněslová, A. (2006). Perspektívy typov Au mineralizácie na Slovensku. *Meneralia Slovaca*, 38, 187–192.
- Kolektív. (2018). *Nitrianske Pravno – miesto s pamäťou zlata*. Martin, SR: Neografia.

- Kúšik, D. (2015). History of mining at the territory of Slovakia. *Slovak Geological Magazine*, 15(2), 5–20.
- Labuda, J. (1999). Ryžovanie zlata a začiatky osídlenia banskoštiavnického regiónu. *Mineralia Slovaca*, 31, 393 – 396.
- Labuda, J. (2019). Zrod baníctva na Slovensku – osídľovanie banských regiónov z pohľadu archeológie. *Historická revue*, 30(9), 7–11.
- Lacko, R. a kol. (2009). *Malinová*. Martin, SR: FOMI s. r. o.
- Lenhart, J. (2018). Z dreva, kameňa a hliny. In Kolektív, *Nitrianske Pravno. Mesto s pamäťou zlata* (s. 219 – 256). Martin, SR: Neografia.
- Marek, M. (2006). *Cudzie etniká na stredovekom Slovensku*. Martin, SR: Matica slovenská.
- Mičicová, K., & Válek, J. (2022). Mapovanie ponuky cestovného ruchu a jeho ďalšieho potenciálu v Nitrianskom Pravne a okolí s akcentom na kultúrnu karpatských Nemcov. *Kontexty kultúry a turizmu*, 15(2), 85–102.
- Otevřel, R. (2010). *Metodika projektování naučných stezek* (dizertačná práca). Mendelova univerzita, ČR.
- Pachinger, P., Cimermanová, I., Skubičan, P., Vačoková, L., & Králik, A. (2016). *Náučný chodník. Príprava, realizácia, starostlivosť. Metodická príručka*. Banská Bystrica, SR: Slovenská agentúra životného prostredia.
- Púčik, M. (2018). Dejiny písané zlatom. In Kolektív, *Nitrianske Pravno. Mesto s pamäťou zlata* (s. 51–86). Martin, SR: Neografia.
- Remiašová, M. (1985). Z dejín Nitrianskeho Pravna a okolia – Najstaršie osídlenie. In *Nitrianske Pravno 1335 – 1985* (s. 7–16). Nitrianske Pravno, SR: Miestny národný výbor v Nitrianskom Pravne.
- Richter, S. M., & Schwertsik, S. (1979). *Deutsch Proben – wie es daheim war*. Stuttgart, DE: Hilfsbund karpatendeutscher Katholiken.
- Richter, R. a kol. (1986). *Unsere Heimat: Beneschau, Bettelsdorf, Fundstollen, Zeche*. Stuttgart, DE: Hilfsbund der Karpatendeutschen Katholiken.
- Růžicka, T. (2012). Naučme se dělat naučné stezky. *Ochrana přírody*, 67(3), 24–25.
- Štátny geologický ústav Dionýza Štúra. (2023). *Staré banské diela* [mapa]. Dostupné na <http://apl.geology.sk/geofond/sbd/>
- Válek, J. (2022). Banský náučný chodník v Nitrianskom Pravne (návrh projektu). Nepublikované.
- Zelný, Ľ., & Uher, P. (1988). Hydrotermálna polymetalická mineralizácia v Chvojnici (Malá Magura). *Mineralia Slovaca*, 20, 561 – 566.
- Zemene, R. M. (1964). Z dejín Nitrianskeho Pravna a okolia. In *Horná Nitra – Vlastivedný zborník II* (s. 77 – 169). Banská Bystrica, SR: Stredoslovenské vydavateľstvo.
- Zemene, R. M. (1985). Dejiny Nitrianskeho Pravna do roku 1948. In *Nitrianske Pravno 1335–1985* (s. 17–81). Nitrianske Pravno, SR: Miestny národný výbor v Nitrianskom Pravne.
- Žabenský, M. (2019). Výskum krajiny, nemeckej kultúry a baníctva v Malinovej. *Kontexty kultúry a turizmu*, 12(2), 35–56.
- Žabenský, M. (2020). *Výskum kultúrno-historického vývoja baníctva na hornej Nitre prostredníctvom multitemporálnej analýzy transektov kultúrno-krajinných vrstiev*. Nitra, SR: UKF.
- Žabenský, M. (2021). *Výskum baníctva v okolí Nitrianskeho Pravna*. Nitra, SR: UKF.
- Žabenský, M. (2022). Vplyv baníctva na proces adaptácie nemeckej minority v okolí Nitrianskeho Pravna s akcentom na poľnohospodárstvo. *Národopisná revue*, 32(3), 206–222.
- Žudel, J. (2010). *Osídlenie Slovenska v neskorom stredoveku*. Bratislava, SR: VEDA.

Kontaktné údaje

Mgr. Katarína Mičicová

Ústav manažmentu kultúry a turizmu, kulturológie a etnológie FF UKF v Nitre

Štefánikova 67, 949 74 Nitra

e-mail: katarina.micicova@ukf.sk

Mgr. Ján Válek

Ústav manažmentu kultúry a turizmu, kulturológie a etnológie FF UKF v Nitre

Štefánikova 67, 949 74 Nitra

e-mail: jan.valek@ukf.sk

Klientela a možnosti ubytování v provozech venkovské turistiky využívajících koně ve Zlínském kraji

Clientele and Possibilities of Accommodation in Enterprises of Rural Tourism Aimed on Utilization of Horses in Zlín Region

Vladimír Mikule, Eva Sobotková, Kateřina Košárková, Libor Sládek
& Dana Kuřitková

Abstrakt

Cílem příspěvku je přinést aktuální pohled na klientelu provozů venkovské turistiky využívajících koně ve Zlínském kraji a na vybrané služby, které provozy poskytují. Průzkum proběhl na Mendelově univerzitě v Brně v roce 2021. Dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 47 majitelů provozů, bylo zaměřeno na charakteristiku klientely jednotlivých provozů a nabízené další služby mimo jízdy na koni, konkrétně možnosti ubytování. Cílovou skupinou, která nejčastěji vybrané provozy navštěvuje, tvoří rodiny s dětmi (59,6 %) a jedná se zpravidla o lokální návštěvníky (40,4 %), kteří přijíždějí ze vzdálenosti do 20 km a nejčastěji tráví v provozu pouze část dne (76,6 %). Možnost ubytování v areálu nabízí 36,2 % provozovatelů, nejčastěji se jedná o ubytování v pokojích (70,6 %) či chatkách (35,3 %). Většina ubytovatelů (64,7 %) disponuje více než 20 lůžky s cenou v rozmezí 250 – 499 Kč za osobu a noc (58,8 %). Celkem 64,7 % ubytovatelů nabízí možnost ubytování s domácími zvířaty, 35,3 % s poplatkem do 150 Kč, 23,5 % zcela bez poplatku.

Klíčová slova: Venkovská turistika. Kůň. Ubytování.

Abstract

The aim of the article is to bring actual view on clientele of enterprises of rural tourism with horse breeding in Zlín region and on chosen services offered by enterprises. The study was done at Mendel University in Brno in 2021. A questionnaire survey (in which 47 owners of enterprises took participation) it was aimed on characteristic of clientele and offered services - accommodation. Families with children are the most common target groups of visitors (59.6%) and usually they are local visitors (40.4%) living up to 20 km from enterprise and they spend at enterprise only a part of the day (76.6%). 36.2 % of owners offer accommodation, mostly in rooms (70.6 %) or cottages (35.3%). Majority of owners (64.7%) have more than 20 beds with price of 250 – 499 CZK per person and night (58.8%). All together 64.7% of owners offering accommodation offer a possibility of domestic animal presence – 35.3% with a fee up to 150 CZK, 23.5% without any fee.

Key words: Rural Tourism. Horse. Accommodation.

Úvod

Zlínský kraj patří mezi atraktivní regiony České republiky, kde si přijdou na své jak milovníci hor, tak zájemci o lázeňství, vinařskou turistiku nebo třeba církevní památky. Bělokarpatské louky hostí největší populace orchidejí u nás, navštívit můžete ekologickou obec Hostětín či Žitkovou v oblasti Moravských Kopanic, domov žitkovských bohyní. Někdo dá přednost plavbě po Baťově kanále, jiný

památce UNESCO, arcibiskupskému zámku v Kroměříži s Podzámeckou a Květnou zahradou. V regionu můžete obdivovat i nehmotné památky UNESCO. Na lidových slavnostech se setkáte s tancem rekrutů – verbuňkem, do Vlčnova zámíří zájemce o jízdu králů. Lidovou architekturu naleznete v našem nejznámějším skanzenu – Valašském muzeu v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm. Stavby Dušana Jurkoviče se nacházejí v lázeňském městě Luhačovice, na Pustevnách, nebo třeba při cestě na Svatý Hostýn. Zoologická zahrada ve Zlíně – Lešné byla v roce 2021 třetím nejnavštěvovanějším místem České republiky. A zapomenout samozřejmě nesmíme ani na krajské město Zlín s jeho baťovskou tradicí. Řada atraktivit tohoto regionu se nachází mimo velká města a jsou součástí venkovského cestovního ruchu, který i díky předchozí pandemii covidu-19, kdy lidé nemohli cestovat do zahraničí, zažívá v posledních letech doslova boom. S venkovským cestovním ruchem jsou nerozlučně spjata i hospodářská zvířata, ať již chovaná pro užitek, nebo jen jako zajímavost pro návštěvníky. Z regionu pochází i jedno ze dvou našich národních plemen ovcí – valašská ovce. Stádo tohoto plemene mohou návštěvníci obdivovat třeba v již zmíněném Valašském muzeu v přírodě.

Dashper (2020) uvádí rostoucí trend turistiky, kdy vám společníka dělá zvíře, přičemž v určitých směrech je dovolená se zvířetem podobná dovolené s jakýmkoliv jiným členem rodiny. Nejdůležitějším hospodářským zvířetem pro venkovskou turistiku je v tomto ohledu kůň. Pohled na svět z koňského sedla je milovníky koní považován za ten nejkrásnější. Přibývá jezdeckých stezek, po kterých můžete s koněm putovat celou Českou republikou, rostou i počty koní a to o 2 – 3 000 zvířat ročně. Z cca 18 tisíc koní, které se u nás chovali v roce 1995, bylo ke konci roku 2021 již téměř 99 tisíc (Malinovský, 2021) a v roce 2022 jsme překonali hranici 100 000 chovaných koní. Tento trend se netýká jenom České republiky. Pickel-Chevalier (2015) uvádí, že ve Francii se nachází 1600 provozů zaměřených na jezdeckou turistiku a 60 000 kilometrů vyznačených jezdeckých tras. V jezdecké federaci je ve Francii okolo 700 000 členů, což ji staví na třetí místo v Evropě po Velké Británii a Německu. Tomljenović et al. (2018) zmiňují, že jízdě na koni se věnují dvě procenta evropské populace. Béki et al. (2013) studovali strukturu lidí věnujících se jízdě na koni a rozvoj jezdecké turistiky v Maďarsku. Provozy umožňující jízdu na koni pro začátečníky či mírně pokročilé lze nyní nalézt již prakticky ve všech maďarských regionech. Sigurðardóttir a Helgadóttir (2015) sledovali uspokojení klientely jezdecké turistiky na Islandu, kdy spokojenost souvisela s délkou jízdy, charakterem vybrané stezky a samozřejmě také se službami provozovatelů. Rozvoj podnikání spojeného s koňmi je i u nás důležitým aspektem udržitelného rozvoje a zabýval se jím např. Švarc (2009) v oblasti Dražanské vrchoviny, kdy pomocí dotazníkového šetření mezi majiteli provozů zjišťoval charakteristiku provozů včetně nabízených služeb a dále složení klientely. Koňským stezkám a jejich rozvoji v České republice se věnovala Kubešová (2010), která se zaměřila jednak na jezdecké stanice a jejich služby, jednak na uživatele jezdeckých stezek – jezdce. Maděrová (2018) se zaměřila na Kraj Vysočina, konkrétně na jezdeckou turistiku v okolí Žďáru nad Sázavou. V průzkumu se věnovala jak majitelům provozů, tak i veřejnosti. Ve Zlínském kraji se rozvojem koňských turistických stezek teoreticky zabýval ve své bakalářské práci Novosad (2007). Navázat na jeho práci se pokusila naše studie, která se zaměřila na úroveň služeb provozovatelů venkovské turistiky ve Zlínském kraji, kteří ke svému podnikání využívají koně a porovnála je s požadavky široké veřejnosti.

Data a metody

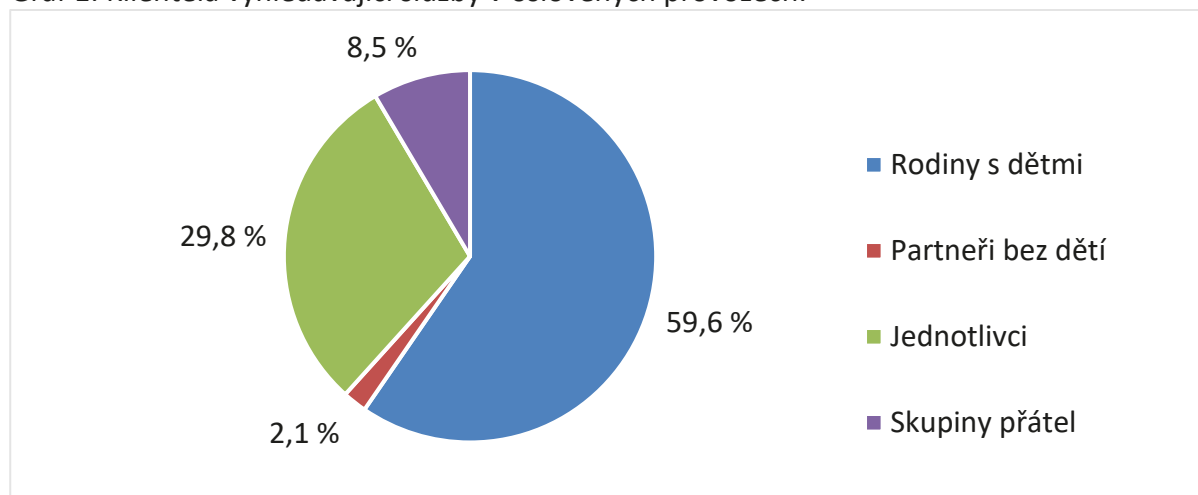
Cílem příspěvku je přinést aktuální pohled na klientelu provozů venkovské turistiky využívajících koně ve Zlínském kraji a na vybrané služby, které provozují. Průzkum, který proběhl formou dotazníkového šetření na Mendelově univerzitě od 2. 1. do 10. 3. 2021, byl součástí studie zaměřené na provozovatele podnikající v oblasti venkovského cestovního ruchu ve Zlínském kraji, kteří využívají koně a také na veřejnost. Navázal na předchozí teoretickou studii zpracovanou na

Mendelově univerzitě v roce 2007. Práce se zaměřila na úroveň služeb provozovatelů venkovské turistiky ve Zlínském kraji, kteří ke svému podnikání využívají koně a porovnání těchto služeb s požadavky široké veřejnosti. Zjišťovala se úroveň jednotlivých služeb provozů, to, zda je podnikání rentabilní, složení klientely, využívání chovaných koní (zastoupení plemen, k čemu jsou využíváni, preferované jezdecké styly) a porovnávaly se s požadavky široké veřejnosti. Dotazník obsahoval 27 otázek. V tomto článku uvádíme část dotazníkového šetření, jehož respondenty byli majitelé jednotlivých provozů. Pozornost byla zaměřena na klientelu, která využívá jejich služeb a na vybrané služby, které provozovatelé nabízejí. U klientely nás zajímalo, kdo tvoří cílovou skupinu, z jaké vzdálenosti návštěvníci přijíždějí, kolik času tráví v provozu. U služeb jsme se zaměřili na ubytování – zda ho majitelé nabízejí, jakou formou, ubytovací kapacity, cena za ubytování a možnost ubytování s domácími zvířaty. Kontaktní údaje na provozovatele byly vyhledány pomocí internetových vyhledávačů podle klíčových slov (např. jezdecká turistika), dále přes webové portály (hyje.cz, kamkekonim.cz) a na doporučení některých respondentů. Majitelé byli osloveni pomocí emailu, telefonicky, přes sociální sítě, v některých případech i osobně. Celkem bylo získáno 47 vyplněných dotazníků. Zpracování výsledků proběhlo v programu Microsoft Excel.

Výsledky a diskuse

První otázka byla zaměřena na cílovou skupinu, která navštěvuje dotčené provozy. Nejčastěji se jednalo o rodiny s dětmi (59,6 %). Následovali jednotlivci s 29,8 %, poté skupiny přátel (8,5 %) a partneři bez dětí (2,1 %). Z výsledků je zřejmé, že provozy navštěvují především rodiny s dětmi, což koresponduje s výsledky Švarce (2009), u kterého tato skupina tvořila 62,8 %, následována jednotlivci (51,2 %). Také Duda (2011) uvádí jako nejčastější cílovou skupinu u provozů venkovského cestovního ruchu rodiny s dětmi (34,8 %).

Graf 1: Klientela vyhledávající služby v oslovených provozech.



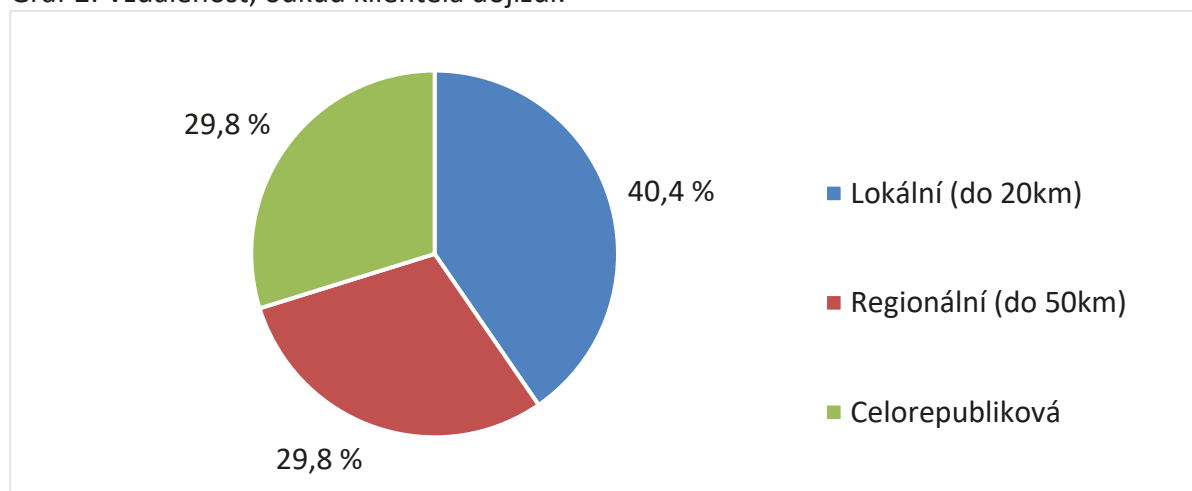
Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Pro provozovatele je důležité znát potřeby a požadavky konkrétní cílové skupiny, protože to může ulehčit komunikaci mezi provozovatelem a klientem. Vytvoření příjemného prostředí a péče o návštěvníky je předpokladem pro to, že se klientela vrátí a doporučí provoz i svým přátelům a blízkým (Pourová, 2002). Výběrem klientely se zakládá vztah mezi podnikatelem a zákazníkem, což představuje nejdůležitější součást nabídky produktu cestovního ruchu (Stříbrná, Mikula, 2015).

Druhá otázka se zaměřila na vzdálenost, odkud návštěvníci přijíždějí. Na prvním místě byli klienti z blízkého okolí do 20 km (40,4 %). Z větší vzdálenosti v rámci regionu (do 50 km) přijíždělo 29,8 % a stejné procento tvořili i návštěvníci z jiných oblastí republiky (29,8 %). Žádný z majitelů nezmínil

významnější podíl zahraniční klientely. Duda (2011) zjistil největší poptávku po službách venkovského cestovního ruchu u klientů z jiných regionů (41,8 %), dále z místního regionu (32 %). Turisté ze zahraničí tvořili 14,8 % a z blízkého okolí 11,5 %. Svůj průzkum prováděl v oblasti Těšínského Slezska, což je velmi dobře dostupný region pro polské návštěvníky. Zlínský kraj je pro zahraniční návštěvníky poměrně těžko dosažitelný, jedinou výjimkou jsou návštěvníci ze Slovenska, se kterým region sousedí, ale provozy s chovem koní jsou velmi specifické (převaha lokálních návštěvníků), takže potenciální zákazníci pravděpodobně raději využijí služby v okolí svého domova a nepojedou jezdit na koni do zahraničí.

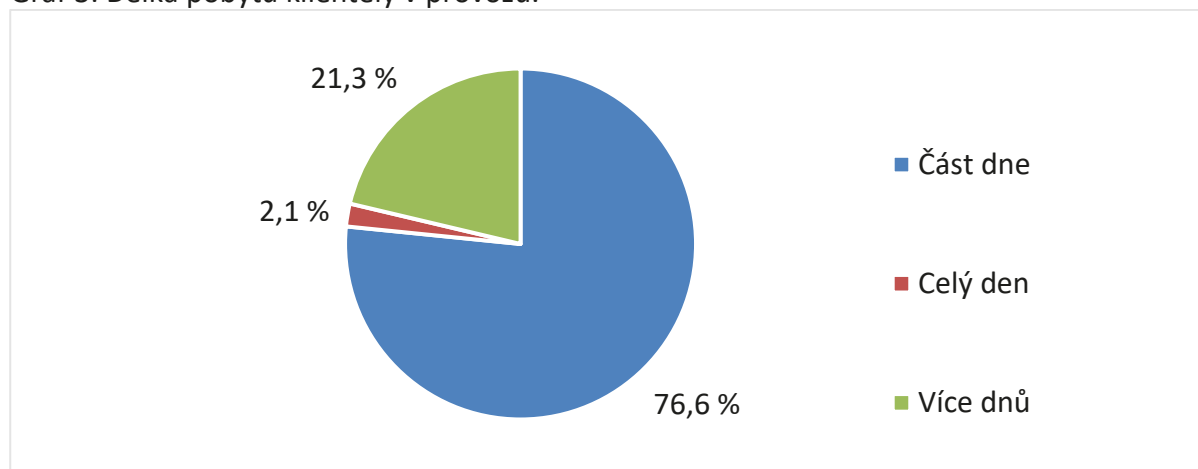
Graf 2: Vzdálenost, odkud klientela dojíždí.



Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Třetí otázka se zaměřila na délku pobytu klientů v jednotlivých provozech. Převažoval pobyt během části dne (76,6 %), kdy si zájemci vyjeli např. na projížďku a po návratu odjeli. Na druhém místě byl vícedenní pobyt (26,6 %) a celý den strávilo v provozu 2,1 % návštěvníků. Pobyt na delší dobu než týden neuvedl žádný z majitelů. Délka pobytu samozřejmě záleží i na možnostech jednotlivých provozů, zda nabízejí ubytovací a stravovací služby. Švarc (2009) došel k podobným výsledkům, kdy většina respondentů volila možnost jeden den (autor neměl v nabídce část dne), následovala možnost 2-5 dní a více než týden.

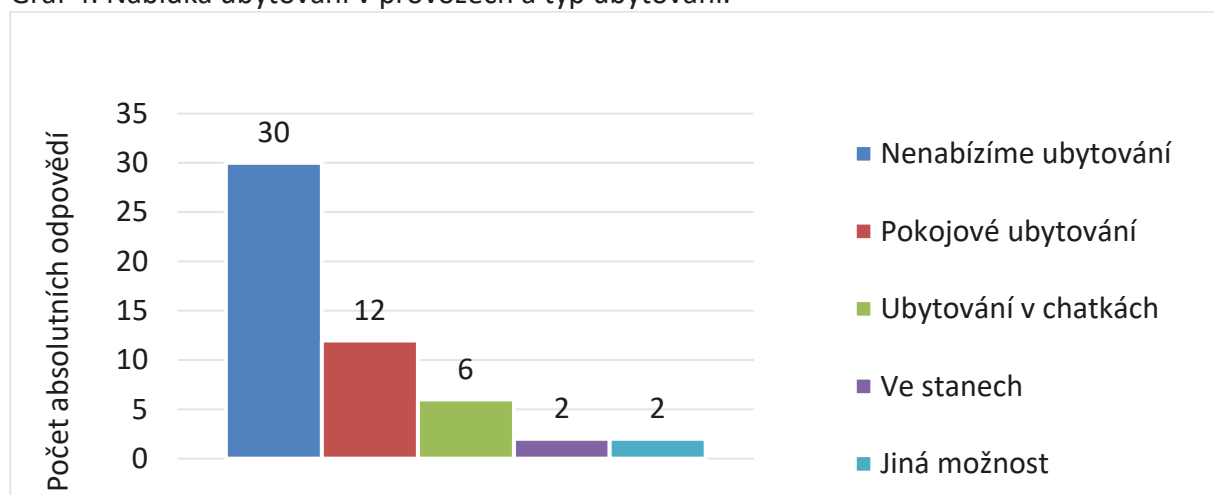
Graf 3: Délka pobytu klientely v provozu.



Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Následující otázka se zaměřila na nabídku ubytování, zda ho provozovatelé nabízejí a pokud ano, o jaký typ ubytování se jedná. Možnost ubytování nabízí 17 provozovatelů (36,2 %). U těch, kteří ubytování nabízejí, se v 70,6 % jedná o ubytování pokojového typu. Dalším typem bylo ubytování v chatkách (35,3 %) a stanech (11,8 %). Jako jinou možnost uvedli respondenti „prázdninový domeček“ a „srub.“ Menší nabídka ubytovacích služeb odpovídá i výsledkům Maděrové (2018), která zjistila, že pouze 45 % majitelů provozů spojených s jezdeckou turistikou v okolí Žďáru nad Sázavou nabízí ubytování.

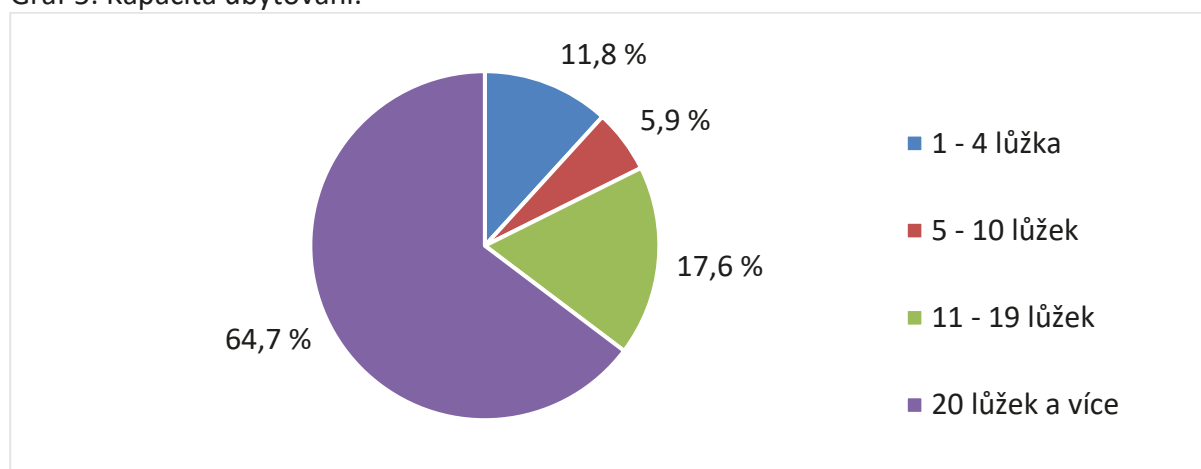
Graf 4: Nabídka ubytování v provozech a typ ubytování.



Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Pátá otázka se věnovala ubytovací kapacitě provozů, které nabízejí ubytování. Většina provozovatelů (64,7 %) má více než 20 lůžek. Následují provozy s 11 – 19 lůžky (17,6 %) a 1 – 4 lůžky (11,8 %). Menší počet lůžek se doporučuje vzhledem k rozptýlení návštěvníků do regionu a zamezení větších koncentrací lidí na jednom místě. Mikula (1995) uvádí, že by na rodinné farmě neměla kapacita přesáhnout 12 lůžek. V našem případě souvisí vyšší počet lůžek např. s pořádáním letních kurzů pro děti u koní, kdy je zapotřebí ubytovat větší skupinu.

Graf 5: Kapacita ubytování.

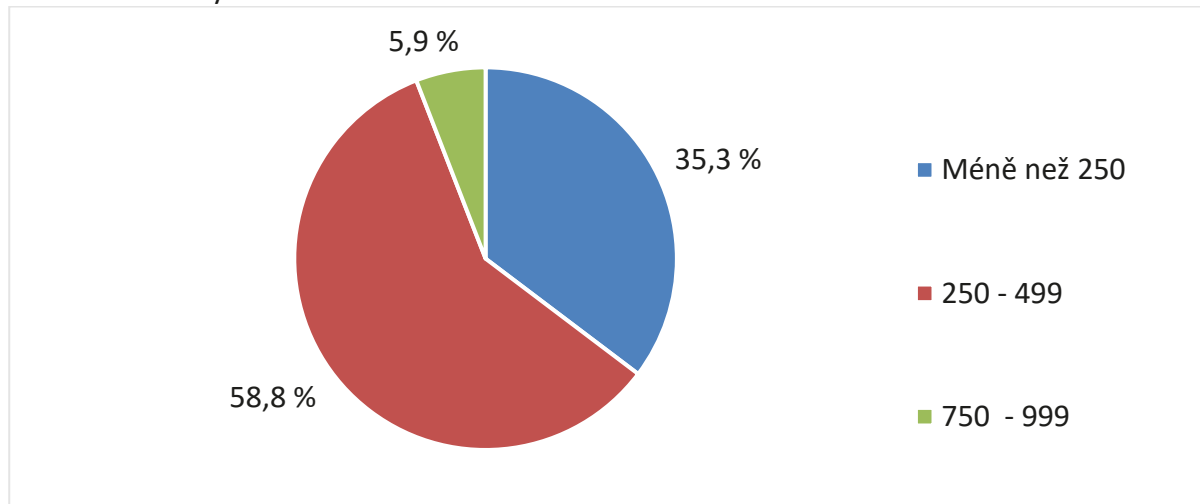


Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Šestá otázka zjišťovala cenovou hladinu ubytování. Cena se nejčastěji pohybovala mezi 250 – 499 Kč (58,8 %), následovala cena menší než 250 Kč (35,3 %) a cena v rozpětí 750 – 999 Kč (5,9 %). V rozpětí

500 – 749 Kč nebylo nabízeno žádné ubytování, stejně tak za částku vyšší než 1000 Kč. Nízká cena za ubytování souvisí jednak s nabídkou jednoduchého základního ubytování – např. společného pro větší skupiny (děti na kurzu), ubytování ve stanech atd. a také s velkou vzdáleností regionu od velkých center (Praha, Brno).

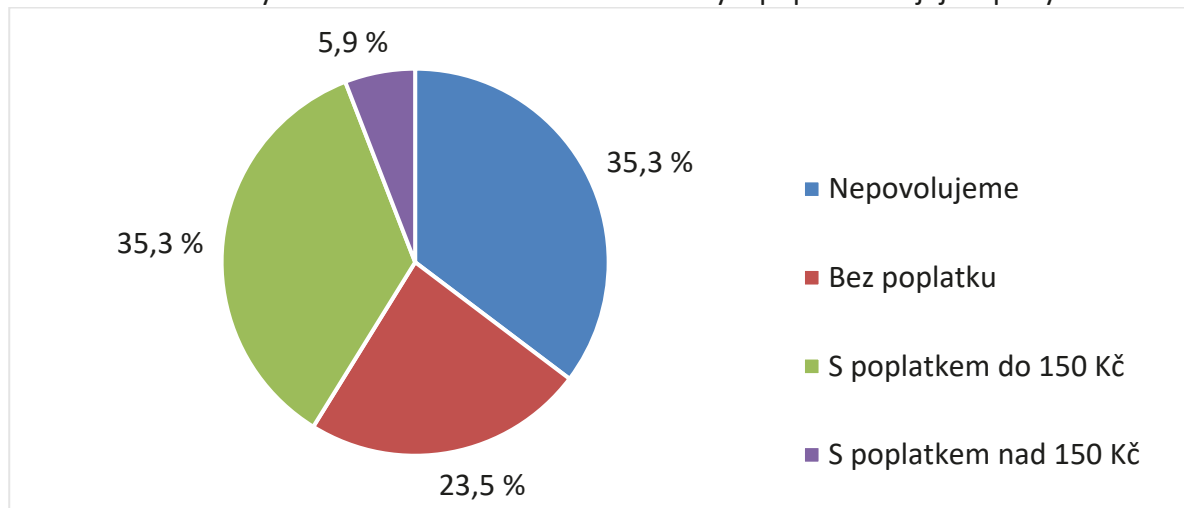
Graf 6: Cena ubytování v Kč za osobu a noc.



Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Z provozů, které nabízejí možnost ubytování, jich 35,3 % nepovoluje ubytování s domácím zvířetem. Stejně procento (35,3 %) ubytování se zvířaty umožňuje za poplatek do 150 Kč. Zcela bez poplatku umožňuje ubytování s domácím mazlíčkem 23,5 % provozovatelů a 5,9 % má za tuto službu poplatek vyšší než 150 Kč. Dále bylo zjištěno, že někteří provozovatelé nabízejí službu hlídání domácích zvířat – provozují hotel pro psy. Jedná se o perspektivní přivýdělek, protože nemají v okolí konkurenci a klienti k nim dojíždějí i z širšího okolí.

Graf 7: Možnost ubytování s vlastními domácími zvířaty a poplatek za jejich pobyt.



Zdroj: vlastní průzkum autorů.

Ubytovat hosty i s domácím mazlíčkem, zpravidla psem, nebývá pro majitele ubytovacích zařízení jednoduché. Nevychovaný pes či kočka mohou poškodit vybavení pokoje a ani složená záloha na případné škody nemusí problém vyřešit. Po zvířatech zůstanou i zbytky srsti, které se ne vždy podaří

dokonale odstranit, což může přinést zdravotní potíže dalším hostům, pokud se mezi nimi najde někdo alergický na tyto složky. Značná část ubytovatelů se proto možnosti ubytování zvířat v penzionech a jiných zařízeních brání a najít vhodné místo na dovolenou nebývá pro majitele např. psa, který si ho chce vzít s sebou, zrovna jednoduché. Z oslovených provozů téměř dvě třetiny možnost trávení dovolené se svým domácím mazlíčkem umožňuje. Jedním z důvodů bude určité pozitivní vztah majitelů provozů ke zvířatům (sami se zvířaty pracují), jak ukazuje i fungování psího hotelu a pokrytí nevyužité poptávky po těchto službách, dalším může být i cenově méně nákladné vybavení ubytování, kdy nehrozí velké škody při případném poškození. Jak uvádí Dashper (2020), cestování, kdy vám společníka dělá zvíře, má rostoucí tendenci a stále více lidí bere zvíře jako rovnoprávného člena rodiny, se kterým tráví dovolenou. Pro provozovatele ubytování se tak nabízí možnost rozšíření nabídky o perspektivní službu.

Závěr

Průzkumu, který proběhl na Mendelově univerzitě v Brně v roce 2021 a věnoval se provozům venkovské turistiky s chovem koní ve Zlínském kraji, se zúčastnilo 47 majitelů těchto subjektů. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na charakteristiku klientely a nabízené služby, konkrétně ubytování. Cílovou skupinou, která nejčastěji vybrané provozy navštěvuje, tvoří rodiny s dětmi (59,6 %) a jedná se zpravidla o lokální návštěvníky (40,4 %), kteří přijíždějí ze vzdálenosti do 20 km a nejčastěji tráví v provozu pouze část dne (76,6 %). Zpravidla přijíždějí na několikahodinové vyjížďky na koních ať už v areálu farmy či jezdeckého klubu, nebo po okolí. Možnost ubytování v areálu nabízí 36,2 % provozovatelů, nejčastěji se jedná o ubytování v pokojích (70,6 %) či chatkách (35,3 %). Většina ubytovatelů (64,7 %) disponuje více než 20 lůžky s cenou v rozmezí 250 – 499 Kč za osobu a noc (58,8 %). Nízká cena za ubytování souvisí jednak s nabídkou jednoduchého základního ubytování – např. společného pro větší skupiny (děti na kurzu), ubytování ve stanech atd. a také s velkou vzdáleností regionu od velkých center (Praha, Brno). Celkem 64,7 % ubytovatelů nabízí možnost ubytování s domácími zvířaty, 35,3 % s poplatkem do 150 Kč, 23,5 % zcela bez poplatku. Tato služba mívá běžně poměrně omezenou nabídku, takže pro dotčené provozy představuje dobrý potenciál i do budoucna. Vzhledem k rostoucímu počtu lidí, kteří berou své domácí mazlíčky jako právoplatné členy domácnosti a tráví s nimi i dovolenou, by mohla být nabídka ubytování se zvířaty v době rostoucí konkurence velmi perspektivní i pro další provozy, které tuto službu zatím nenabízejí.

Literatura

- Béki, P., Vágó, T., & Lasztovicza, D. (2013). The present of equine tourism in Hungary in reflection to an empirical research. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 7(1), 19-23. Agroinfo Publishing House, Budapest.
- Dashper, K. (2020). Holidays with my horse: Human-horse relationships and multispecies tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100678.
- Duda, D. (2011). *Analýza rozvoje venkovské turistiky v Euroregionu Těšínské Slezsko*. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Brno.
- Kubešová, L. (2010). *Analýza současného rozvoje koňských stezek v České republice*. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Brno.
- Maděrová, M. (2018). *Možnosti rozvoje jezdecké turistiky v oblasti Žďáru nad Sázavou*. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Brno.
- Malinovský, J. (2021). Počet koní v ČR se blíží ke sto tisícům. S osly už tuto metu překonali. In: *Jezdci.cz* [online]. 2021 [cit. 2022-1-15]. Dostupné z: <https://www.jezdci.cz/clanky/pocet-koni-v-cr-se-blizi-ke-sto-tisicum-s-osly-uz-tuto-metu-prekonali/>

- Mikula, P. (1995). *Agroturistika v nápadech*. Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR.
- Novosad, J. (2007). *Rozvoj koňských turistických stezek ve Zlínském kraji*. Bakalářská práce. Mendelova univerzita v Brně, Brno.
- Pickel-Chevalier, S. (2015). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir et Société/Society and Leisure*, 38(1), 110-134.
- Pourová, M. (2002). *Agroturistika*. Praha: Credit.
- Sigurðardóttir, I., & Helgadóttir, G. (2015). Riding High: Quality and Customer Satisfaction in Equestrian Tourism in Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 105-121.
- Stříbrná, M., & Mikula, P. (2003). *Agroturistika a biopotraviny: základ prosperity farmy: právní, finanční a informační podnikatelské minimum*. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací. Potravinářské informace.
- Švarc, O. (2009). *Rozvoj venkovské turistiky v mikroregionu Dražanská vrchovina se zaměřením na využití koní*. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Brno.
- Tomljenović, R., Boranić-Živoder, S., & Čorak, S. (2018). Horse Riding Tourism—Definitional Conundrum. In *4th International Rural Tourism Congress, Congress Proceedings* (pp. 278-287). Supetar.

Kontaktní údaje

Ing. Vladimír Mikule, Ph.D., Ing. Eva Sobotková, Ph.D., Ing. Kateřina Košárková
 Ing. Libor Sládek, Ph.D., Dana Kuřitková
 Mendelova univerzita v Brně
 Zemědělská 1
 613 00 Brno
 e-mail: mikule@mendelu.cz

Přeshraniční cestovní ruch na příkladu podstávkových domů v česko-německo-polském pohraničí

Cross-border Tourism on the Example of Upper Lusatian Houses in the Czech-German-Polish Border Region

Lukáš Novotný

Abstrakt

Studie je věnována unikátní lidové architektuře v podobě podstávkových domů v česko-německo-polském pohraničí z pohledu rozvoje turismu. Tyto domy jsou v této oblasti typické především ve venkovských oblastech, jsou významnou součástí tamního kulturně-architektonického dědictví a jejich výskyt dokládá přeshraniční vlivy pro rozvoj rurální architektury v oblasti (nejen) Lužice v Sasku a pohraničních oblastí ČR a Polska. Studie přináší poznatky na základě především rozhovorů se stakeholdery ze všech třech zemí. Cílem je zjistit potenciál podstávkových domů pro rozvoj přeshraničního cestovního ruchu. Ty jsou zde nahlíženy jako zajímavý přeshraniční fenomén, který skýtá poměrně široký prostor pro spolupráci v oblasti cestovního ruchu. Hlavní část práce je věnována možným návrhům na využití podstávkových domů pro rozvoj turismu v lokalitě česko-německo-polského pohraničí. Studie nejprve definuje pojmy přeshraniční a venkovský cestovní ruch. Následně se definuje pojem podstávkový dům, jeho výskyt v krajině, oblasti rozšíření a specifika péče o něj. V další části práce je vyložen význam krajiny podstávkových domů pro cestovní ruch v česko-německo-polském pohraničí a poslední část studie přináší design a následně poznatky výzkumného šetření, které bylo realizováno formou polostrukturovaných rozhovorů v ČR, Německu a Polsku. V závěru jsou zformulována doporučení pro další rozvoj podpory turismu v oblasti podstávkových domů, z nichž plyne, že je třeba významně zesílit přeshraniční síťování aktérů v tomto tématu a posílit povědomí přeshraničního regionu coby místa výskytu této ojedinělé venkovské architektury, která nemá jinde na světě obdoby.

Klíčová slova: lidová architektura. Podstávkové domy. Pohraničí. Cestovní ruch. Přeshraniční spolupráce.

Abstract

The study is devoted to the unique folk architecture in the form of Upper Lusatian houses in the Czech-German-Polish border area from the perspective of tourism development. These houses are typical in this area, especially in rural areas, they are an important part of the local cultural and architectural heritage and their occurrence demonstrates the cross-border influences for the development of rural architecture in the area of (not only) Lusatia in Saxony and the border areas of the Czech Republic and Poland. The study presents findings based mainly on interviews with stakeholders from all three countries. The aim is to find out the potential for the development of cross-border tourism on the topic of suburban houses. They are seen as a cross-border phenomenon that offers a relatively wide scope for cooperation in the field of tourism. The main part of the paper is devoted to possible proposals for the use of Upper Lusatian houses for the development of tourism in the locality and the possibilities of financing them. The study first defines the concepts of

cross-border and rural tourism. Subsequently, it defines the Upper Lusatian house, its occurrence in the landscape, areas of extension and its care. The next part of the paper explains the importance of the Upper Lusatian houses for tourism in the Czech-German-Polish border region and the last part of the study presents the design and then the findings of the research investigation, which was carried out in the form of structured interviews in the Czech Republic, Germany and Poland. In the conclusion, recommendations are formulated for the further development of tourism promotion in the area of Upper Lusatian houses, suggesting that the cross-border networking of actors on this topic needs to be significantly strengthened and the awareness of the cross-border region as a place of this unique rural architecture, which has no parallel elsewhere in the world, needs to be strengthened.

Keywords: folk architecture. Upper Lusatian houses. Border regions. Tourism. Cross-border cooperation.

Úvod

Tato studie se zaměřuje na podstávkové domy a jejich místo v rozvoji cestovních ruchů v pohraničí mezi Českem, Německem a Polskem. V tomto regionu jsou právě podstávkové domy coby typická vesnická stavení velmi zajímavým a originálním prvkem tamní převážně vesnické architektury, který v tomto rozměru nemá nikde jinde na světě obdobu (Mališová, Gregor & Sojka 2003). Zachování těchto domů, kterých zde nalezneme stovky, ale i jejich využití pro posílení regionální identity a cestovní ruch je zde již tématem debat na různých úrovních. Je však nutné vidět to, že řada z těchto domů je dnes již v dezolátním stavu, případně již nestojí nebo byla velmi necitlivě přestavěna a tím ztratila původní historicko-architektonickou hodnotu. Péče o tyto pozoruhodné klenoty lidových staveb a nimi spojená kultura a tradice se zdají být důležitým tématem jak na lokální či regionální úrovni (Frolec 1997), tak i v rámci přeshraničních aktivit.

Právě na území pohraničních oblastí těchto třech zemí, tedy hlavně v Horní Lužici nebo Českosaském Švýcarsku či v Bogatyňském výběžku, ale i mimo ně (v ČR např. na Kokořínsku nebo v Českém středohoří) je koncentrace těchto vesnických stavení tak veliká, že hovoříme o krajíně podstávkových domů. Jde o pozoruhodné domy, v nichž se spojuje tradice hrázděných a roubených domů, která se navíc z teritoriálního hlediska a architektonických vlivů ukazuje i přeshraničně. Vypozorovat můžeme narůstající zájem destinačních agentur, obcí, krajů a dalších aktérů na kooperaci, tvorbě mezinárodních projektů na záchranu jednak podstávkových domů, ale také tradic, kterou s sebou tyto stavby nesou.

Cílem této studie je identifikovat přeshraniční význam krajiny podstávkových domů pro rozvoj přeshraničního cestovního ruchu. Odpovědi se na to hledají realizací vlastního empirického šetření formou polostrukturovaných rozhovorů mezi stakeholdery z řad samospráv, expertů a občanské společnosti. Sběr dat byl proto realizován v Česku, Německu (Sasku) i Polsku. Jde o první šetření tohoto typu, které se věnuje krajíně podstávkových domů.

V první kapitole jsou vyložena relevantní teoretická východiska a je uveden dosavadní stav poznání k tomuto tématu. Konkrétně se zde vychází z perspektivy venkovského cestovního ruchu (teorie cestovního ruchu) a přeshraniční spolupráce (*border studies*). Tím se ukazuje spojení teoretického záběru práce v oblastech cestovního ruchu a politické geografie. V další části je definován pojem podstávkový dům, jsou specifikovány jeho znaky, výskyt a identifikovány znaky krajiny podstávkových domů v česko-německo-polském pohraničí. Vychází se zde především z existující regionální literatury. V empirické části je jednak vyložena metodologie a design výzkumu, je charakterizován profil respondentek a respondentů a jsou uvedeny cíle šetření. Předmětem zájmu výzkumu a této studie bylo jednak to, jaký je zájem o podstávkové domy z hlediska domácích turistů,

dále pak i zahraničních. Dále bylo cílem poznat přeshraniční význam krajiny podstávkových domů a jak jsou případně provozovatelé těchto domů připraveni na zahraničních turisty. Vychází se zde z předpokladu, že téma potenciál má, ale že chybí strategie a sesítování aktérů na různých úrovních (i např. na úrovni destinačních agentur).

Přehled literatury

Cestovní ruch zde budeme definovat jako společenský jev tvořený z velké části službami. Jde o činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011). Nás zde budou zajímat konkrétně jeho specifické dvě formy, na něž se vztahuje tato případová studie o krajině podstávkových domů, a to jednak venkovský a také přeshraniční cestovní ruch. Jde o podoby tzv. alternativního cestovního ruchu, kterým rozumíme mj. nemasovou podobu turismu, která bere v úvahu potřeby a zvyky místní populace (oproti masovému cestovnímu ruchu, který může negativně ovlivňovat přírodní a kulturní prostředí (Hall a Kirkpatrick, 2005; Devesa, 2010).

Za venkovský cestovní ruch považujeme souborné označení pro druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově (Šíp a kol., 2020; Roberts & Hall, 2001). Jeho rozvoj souvisí tedy s venkovem (Zhang 2021), například právě i s venkovskou architekturou (viz např. zde Gao & Wu 2017; Smith 2009; Stříbrná 2005), která stojí ve středu zájmu této studie. Novější výzkumy dokazují význam tohoto tématu v aktuálním cestovním ruchu, případně příbuzných disciplín (Pavlovic et al. 2012; Clarke et al., 2001; Vukoučič et al., 2022; Sun, 2011; Park & Yoon, 2011). Odhalují zároveň i některé bariéry, typické pro tento druh cestovního ruchu, jako je špatná dopravní dostupnost, nedobrá infrastruktura, ale i například omezená otevírací doba daných památek nebo neexistující navazující služby, zejména gastronomické a ubytovací (Janotová a kol. 2011). Šetření upozorňují také na potíže s propagací daných objektů, včetně finančních limitů, které mohou brzdit rozvoj této podoby turismu (Zhu & Shang, 2021).

Přeshraniční cestovní ruch pak definujeme jako takovou formu cestovního ruchu, která cílí na utváření společných přeshraničních aktivit cestovního ruchu v rámci dvou a více kompaktních pohraničních oblastí. Zpravidla jde o rozvoj služeb v pohraničních oblastech a utváření společného přeshraničního destinačního managementu (Novotný, 2018). Předpokladem k jeho realizaci je přeshraniční spolupráce, která je vykonávána jak samosprávnými, tak i ostatními subjekty (Novotný, 2021; 2022; Novotný & Pelešová, 2021; Prokopa, 2010). Teritoriálně se tato forma cestovního ruchu realizuje na území, vymezeném pro účely rozvoje přeshraniční spolupráce prostřednictvím politiky hospodářské a sociální soudržnosti, ale také například na území některého z euroregionů (viz Novotný, 2016). Může jít např. o rekreační cestovní ruch, zpravidla bez přespání a motivovaný znovuoživením tělesných i duševních sil jedince, dále o kulturní, nákupní či jiný (Leick, Schewe & Kivedal, 2021).

Podstávkový dům je specifický typ venkovské architektury (Mališová, Gregor & Sojka, V. 2003). Vyznačuje se tím, že zpravidla roubenému přízemí předstupuje samostatná předložená konstrukce, tedy podstávka (Mágr, 2013). Ta má v konstrukci domu významnou roli, poněvadž vynáší staticky odděleně patro nebo střechu. Architektonicky jde o pozoruhodné stavby, přičemž tato konstrukce vznikla v reakci na rozjíždění roubení, které hůře odolává svislému tlaku konstrukcí nad ním. Jejich výskyt je typický v česko-německo-polském pomezí a architektonicky se například hornoluzický typ těchto staveb (zpravidla s hrázděným patrem) (Sächs. Verein f. Volksbauweise, 2006; Noky, 2020) liší od (severo)českého typu podstávkových domů (zde bývá patro roubené), ovšem podobností i rozdílů je ve skutečnosti více (Peer & Mágrová, 2012). Tyto různé varianty podstávkových domů

souvisí často s tím, čím se jejich majitelé živil, jsou dány ale i majetkovými poměry či specifiky dané etnografické oblasti.

Obdivovat je lze v řadě měst v této oblasti, na české straně je to například v Novém Boru, Chrastavě, Jablonném v Podještědí, na německé mj. v okresech Zhořelec či v Saském Švýcarsku a v Polsku je to např. v okresech Jelení Hora či Zgorzelec. To dokládá provázanost a rozšíření podstávkové konstrukce. Každopádně v těchto regionech pozorujeme pozvolný vzrůst zájmu o tento pozoruhodný fenomén. Počet těchto domů zde odhadujeme na 19 000, a tak se nelze divit tomu, že zde vznikají různé iniciativy s cílem dokumentovat, obnovovat či zachraňovat tyto podstávkové domy.

Jednou z nich byla např. aktivita Kruhu přátel Muzea Varnsdorf, kdy se na toto téma realizoval přeshraniční projekt (s partnerem Spolkem pro podporu regionu „Horní Mandava/prameny Sprévy“), jehož jedním z výstupů bylo sestavení databáze podstávkových domů v tamním regionu. V samotném Varnsdorfu jich je 243 a ve Studánce 91. tyto podstávkové domy ukazují způsob života původních obyvatel Varnsdorfu, prostých sedláků, tkalců a řemeslníků z 18. a 19. století. Jejich charakteristickým prvkem je sloupová konstrukce „obkružující“ stavbu minimálně z jedné štítové strany a u celodřevěných staveb je dokola celého domu. Skloubil se tak slovanský typ domu s německým vlivem, kdy přízemí jsou roubená a patra hrázděná. Některá lidová stavení mají vzácné kamenné portály (Mágr, 2013).

Data a metody

Zde prezentované poznatky jsou součástí obsáhlejšího šetření, které cílilo na podstávkové domy a které krom aspektů přeshraniční spolupráce a cestovního ruchu akcentovalo také obecně otázky zachování tohoto specifického dědictví lidové architektury a také na problémy, které to přináší například v návaznosti na činnost samospráv, destinačních agentur, financování formou projektů apod. Zde je důraz kladen ovšem na využití těchto staveb v přeshraničním cestovním ruchu, mj. i perspektivou přeshraničních aspektů. Předmětem šetření bylo jednak to, jaký je zájem o podstávkové domy z hlediska domácích turistů, dále pak i zahraničních. Dále bylo cílem poznat přeshraniční význam krajiny podstávkových domů.

Protože téma podstávkových domů je součástí různých strategií cestovního ruchu, ať už krajů (především Libereckého, zčásti i Ústeckého) nebo dalších územních celků a protože na německé straně působí Nadace podstávkových domů coby vůdčí iniciativa, která se snaží toto téma různě propagovat, mimo jiné i každoročně pořádanou akcí Den otevřených podstávkových domů (*Tag der offenen Umgebendhäuser*), tak se dotazování soustředilo i na účast či neúčast provozovatelů a majitelů podstávkových domů na této akci a případně i na jiné jejich propagační aktivity směrem k veřejnosti.

Primárním zdrojem dat jsou polostrukturované rozhovory (k tomu viz mj. Phillimore & Goodman, 2004; Ren, Pritchard & Morgan, 2010), které byly realizovány v lednu a únoru 2023 na české, německé a polské straně. Soubor otázek byl vybrán právě s ohledem na to, aby se cílilo také na aspekty přeshraničního cestovního ruchu. Srozumitelnost a také smysl otázek byl ověřen malým předvýzkumem na české a německé straně, na jehož základě byly otázky upraveny a pojaty srozumitelněji. Komunikačním jazykem na německé a polské straně byla němčina, resp. angličtina. Rozhovory byly pořízeny prezenčně, ale i telefonem. Je jich celkem 37. Výpovědi respondentek a respondentů musely být anonymizovány, protože jsme ve většině případů od nich nezískali souhlas s publikováním jejich výpovědí neanonymizovaně.

Na české straně bylo realizováno celkem 15 rozhovorů, z toho 4 se zástupci samospráv, 3 přeshraničního managementu a 6 občanské společnosti včetně expertů a majitelů podstávkových domů a 2 z oblasti managementu cestovního ruchu. Vzorek zahrnoval 4 ženy a 11 mužů a teritoriálně

zahrnoval okresy Česká Lípa (4), Děčín (5) a Liberec (6). V případě německého vzorku respondentů se podařilo shromáždit 12 respondentek a respondentů z okresů Görlitz/Zhořelec (7), Bautzen/Budyšín (3) a Saské Švýcarsko-Východní Krušné hory (2). Soubor zahrnoval 5 žen a 7 mužů a osoby převážně z oblasti občanské společnosti (6), dále samosprávy (2) a také přeshraničního managementu (2) a cestovního ruchu (2). Na polské straně se podařilo oslovit vůbec nejméně respondentek a respondentů, je jich 10, z toho 2 ženy a ostatní muži a geograficky pocházejí z okresů Zgorzelec (4), Jelenia Góra (5) a Lwówek Śląski (1). Zastoupeni jsou respondenti z oblasti samosprávy (2), cestovního ruchu (2), managementu přeshraniční spolupráce (1) a občanské společnosti (5).

Výsledky a diskuse

Zejména na české a saské straně je mezi respondenty poměrně silně rozšířen názor o podstávkových domech coby společném kulturním dědictví. Je to dáno jednak charakterem samotné cílové skupiny, kterou tvoří ti, kdo se o toto téma aktivně zajímají. Dáno je to však již i existujícími malými projekty a dalšími neformálními iniciativami mezi různými aktéry. Ohnisky těchto názorů jsou (nahlíženo českou perspektivou) zejména oba výběžky (Šluknovský a Frýdlantský) a jejich přilehlé pohraničí se Saskem, zčásti i s Polskem. Na polské straně je sice akcentován méně přeshraniční rozměr krajiny podstávkových domů, ovšem i tady je toto povědomí zastoupeno, byť je to méně často. Tomuto tématu je přeshraničně věnována silněji pozornost v německo-polském pohraničním prostoru Görlitz a Zhorzelce. Tento pocit společného dědictví je důležitým předpokladem pro formování nějakých společných strategií regionálního rozvoje a cestovního ruchu, které by zohledňovaly či přímo byly zaměřeny na význam právě těchto specifických venkovských staveb. Na něm je třeba dále stavět a posilovat ho zejména kultivací regionální historické paměti a regionálního vlastivědného, ale také interkulturního vzdělávání.

Na saské straně působí Nadace podstávkového domu (*Stiftung Umgebendehaus*), která se zaměřuje na odborné poradenství i další aktivity, které mají přispívat k rozvoji těchto domů. Aktivní je primárně v Sasku, ovšem například tím, že každoročně uděluje Cenu podstávkových domů a také organizuje Den otevřených podstávkových domů, tak se snaží oslovovat také provozovatele či majitele těchto domů i v Polsku a České republice. Každoročně vychází brožura, která obsahuje informace a kontakty o daných domech s uvedením možností, jak lze dané podstávkové domy navštívit. Brožura je velmi zajímavým dokumentem o přeshraničním významu krajiny podstávkových domů. Zejména ze saské strany pak zaznívá ochota tuto aktivitu rozšířit a pokusit se o zajištění i dalších možností návštěvy těchto podstávkových domů a obecně silněji propagovat tyto stavby. Je však nutno současně dodat, že (i na základě rozhovorů) na české straně zájem v poslední době spíše stagnuje, na polské je to podobné. Z německé strany naopak padají další nápady, jak tyto projekty dále podporovat a rozšiřovat a napomáhat v rozvoji turismu.

Podle mě je to málo, mířit jen na jeden den (míněná je Den otevřených podstávkových domů – pozn. LN), který má takto sesítovat podstávkové domy. To téma má podle mě určitý potenciál a myslím, že by se to mělo propagovat silněji. Ale těžko se mi to takto říká, proto moje možnosti v tom něco podnikat jsou samozřejmě omezené. To by bylo na někom, kdo sedí výš, aby to nějak rozjel, myslím, že by o to jistě zájem byl. (Respondent DE, okres Görlitz)

Den otevřených podstávkových domů je skvělá věc, ale myslím, že bychom se měli i nad rámec toho přeshraničně více navštěvovat a seznamovat se s tím, jak to vypadá s podstávkovými domy u sousedů, jsou v tam v těch způsobech a technikách oprav a rekonstkcí o hodně dál než my. Už jsem se účastnil pár takových akcí a myslím, že tohle by se mohlo nějak i dále šířit a nabízet i širší veřejnosti. (Respondent CZ, okres Děčín)

Téma podstávkových domů již bylo také předmětem několika malých i větších projektů na podporu přeshraniční spolupráce, jejichž cílem bylo jednak zmapovat stav těchto domů, ale i například

nabídnout metodologický rámec pro jejich udržitelnou rekonstrukci (viz např. Mágr 2013). Ovšem projekty měly i konkrétnější cíle, v rámci jednoho z nich se podařila i vzorová rekonstrukce podstávkového domu v saském městě Hirschfelde. V rámci jiného projektu se realizovala rekonstrukce podstávkového domu v Lipové nebo v saském Cunewalde (pod kostelem). Doprovodnými programy těchto rekonstrukcí byly různé semináře, workshopy a kolokvia pro řemeslníky, projektanty a architekty, kteří se zabývají rekonstrukcemi podstávkových domů.

Podle vyjádření respondentek a respondentů tyto vazby ale v posledních letech spíše lehce ochably či přímo stagnují. Některé z podstávkových domů (typické především pro českou stranu) například již neparticipují na Dni otevřených podstávkových domů s odůvodněním, že to je pro ně z různých důvodů složité, chybí infrastruktura (parkovací místa, občerstvení apod.) a zájem se různě proměňuje. Jakkoli to z výpovědí nezaznělo, tak patrně je to dáno tím, že chybí i nějaká zastřešující organizace, která by toto téma a s ním spojenou kooperaci, a především propagaci posouvala dopředu. Tady by se přímo nabízela silnější podpora destinačních agentur, ale také regionálních zastoupení (krajů, spolkových zemí), muzeí, památkových úřadů apod.

Respondentky a respondenti vidí jistou sílu v kooperaci a větší propagaci, ovšem například ohledně tématu možné žádosti na zapsání krajiny podstávkových domů na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO se staví spíše zdrženlivěji. Na české a polské straně upozorňují na to, že zde není tak velká podpora rekonstrukci těchto staveb, že je zde velká část z nich v nedobrému stavu a že je třeba v první řadě vyřešit tento problém a přesvědčit o významu těchto staveb i například zástupce obcí apod.

Saská strana naopak již v těchto aktivitách značně pokročila. V Horní Lužici například zřídila Cestu podstávkových domů (*Oberlausitzer Umgebindehausstraße*) a podařilo se ji (díky činnosti Nadaci Umgebindehaus) navázat i na prestižní Německou cestu hrázdných domů (*Deutsche Fachwerkstraße*), díky níž se daří do regionu lákat tuto velmi specifickou a stále početnou turistickou skupinu především ze západního Německa. Jde o 112 kilometrů dlouhý úsek této stezky, který je koncipován jako naučná okružní trasa a vede přes nejznámější města a obce Ebersbach-Neugersdorf, Seifhennersdorf, Großschönau, Mittelherwigsdorf, Oderwitz, Herrnhut a Kottmar. Trasa leží v půvabné krajině, která geologicky patří k Hornolužickým horám nebo k přírodnímu parku Žitavské hory.

Ty domy hodně jsou z části ze dřeva, takže pak stárnou a logicky je tedy nutné myslet na jejich rekonstrukci. Tady by ale bylo třeba, aby se ty úpravy dělaly nějak smysluplně, protože když se na to nebude hledět, tak přijdeme o tuhle tradici. Víím o řadě domech, které jsou prázdné, chátrají, protože na ně jejich opravu majitelé nemají peníze. (Respondent CZ, okres Liberec)

Nás by moc těšilo, kdyby sem jezdilo více turistů. Popravdě, to jsem ani nevěděl, že na německé straně to jedou takhle ve velkém a že tam se toho tolik děje. Já se snažím si tenhle svůj dům udržovat, a když mi to i něco vynese ze vstupného, tak budu rád, protože práce je tady pořád dost. (Respondent PL, okres Jelení Hora)

Přetrvává však i nadále nedostatečná infrastruktura, typická obecně pro venkovský cestovní ruch. Vidět je to na chybějících kapacitách ohledně ubytování či gastronomie, a to i například v Obercunnersdorfu, který je mimochodem nedaleko Rumburku a který je jakýmsi pomyslným hlavním městem podstávkových domů na saské straně, kde nalezneme dvouapůlkilometrový skanzen podstávkových domů podél hlavní silnice. Ten je velmi kompaktním dokladem výskytu podstávkových domů. Právě Obercunnersdorf je dobrým příkladem šetrného přístupu k těmto podstávkovým domům a jejich shlukům, kdy se podařilo umně skloubit jejich původní venkovskou originalitu s moderním komfortem. Například turistické napojení nejen Obercunnersdorfu, ale i jiných bližších obcí jako Seifhennersdorfu, Großschönau apod. na rumburskou památku rezervaci podstávkových domů, která ukazuje velmi zajímavý soubor s 18 podstávkovými domy původně

tkalců, označovaný lidově jako Zvědavá ulička a pojmenovaný na počest spisovatele Aloise Vojtěcha Šmilovského, se přímo nabízí jako výzva pro příhraniční cestovní ruch.

Závěr

Krajina podstávkových domů zahrnuje na české, německé i polské straně rurální regiony, přičemž některé z nich, například Bogatyňský výběžek v Polsku nebo třeba Šluknovský výběžek na české straně, řeší v současnosti řadu zásadních strukturálních především sociálních problémů, které tamní regiony negativně zatěžují. Právě například téma podstávkových domů proto má potenciál stát jednak kulturně-regionálním pojítkem mezi těmito třemi zeměmi a jejich trojmezím, a to na různých úrovních, vedle regionů a obcí také například destinačních agentur nebo dalších organizací. Může pak i napomoci překonávat strukturální problémy, které se zde řeší, může být potenciální příležitostí pro jejich rozvoj (včetně rozvoje jejich regionálních identit a posilování transregionální image) s vítanou přidanou hodnotou v podobě přeshraničních aktivit.

Klíčem k posilování aktivit v oblasti cestovního ruchu a podstávkových domů jsou samozřejmě finanční zdroje. Vítaná by byla zesílená kooperace destinačních agentur na české, německé a polské straně, která by se zaměřila na možnosti financování různých propagačních a také osvětových aktivit. Pokud by se měla do budoucna vykrystalizovat opět iniciativa na podporu zapsání krajiny podstávkových domů na seznam světového kulturního dědictví UNESCO (cpby přeshraničního produktu), tak jedna z iniciačních aktivit by měla vzejít právě z této kooperace, ale i kooperace například památkových úřadů, regionálních muzeí a dalších institucí, které kultivují regionální historickou paměť. Tyto aktivity by měly být podpořeny větším akcentem na kooperaci místních i regionálních samospráv. Na české straně jsou to v první řadě Ústecký a Liberecký kraj, kdy i dle mínění respondentů panuje k tomuto tématu větší otevřenost v kraji Libereckém. Bylo by dobré právě z pozice této kooperace koordinovat i již existující aktivity partnerských obcí, ale i například národních parků České a Saské Švýcarsko, pokusit se je zintenzivnit, rozšiřovat informační síť v jednotlivých regionech a nasměrovat tyto aktivity cíleněji a profesionálněji k moderní propagaci krajiny podstávkových domů coby česko-německo-polského přeshraničního regionu. Podpůrnou roli zde mohou sehrát také euroregiony (Labe a Nisa), případně další organizace (včetně organizací vzdělávacích).

Ve všech třech zemích žijí angažovaní lidé, jimž záleží na dobrém rozvoji krajiny podstávkových domů. Jsou to často nadšenci z řad regionálních historiků, architektů a dalších osob. Jejich zájem a jejich kontakty a již i stávající vazby jsou pro další rozvoj tohoto destinačního produktu důležité. Mají zkušenosti, intenzivní zájem o podstávkové domy, kterému často oběťují hodně času, jsou i řešiteli či účastníky řady projektů (i přeshraničních) a věnují se tématu z různých úhlů, které jsou obohacující. Pokud se budou v národních hranicích i přeshraničně rozvíjet různé naučné stezky (nebo třeba cyklostezky), tak expertíza i těchto osob by měla být zohledněna.

Větší či menší snaha vtisknout přeshraničnímu regionu mezi ČR, Německem a Polskem, zvaném krajinou podstávkových domů, tento nový obtisk coby prostoru s originální a jedinečnou venkovskou architekturou, se objevila v řadě rozhovorů tohoto šetření. Ty ukázaly, že potenciál pro další rozvoj zde je, ale že je třeba aktivity a projekty z minulosti, ale i ty současné lépe koordinovat a usměrňovat. To se zdá být naléhavým aktuálním úkolem pro samosprávy, ale i instituce působící v oblasti cestovního ruchu.

Literatura

- Binek, J. a kol. (2007). *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno: Georgetown.
- Clarke, J., Denman, R., Hickman, G., & Slovak, J. (2001). Rural tourism in Roznava Okres: A Slovak case study. *Tourism Management*, 22(2), 193–202.

- Devesa, M. a kol. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547–552.
- Frolec, V. (1997). *Lidové umění a dnešek*. Strážnice: Blok.
- Gao J., & Wu B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: a case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223–233.
- Hall, D., & Kirkpatrick, I. (2005). *Rural tourism and sustainable business*. Clevedon: Channel View Publications.
- Janotová M. a kol. (2011). *Venkovský cestovní ruch – příležitost pro nové podnikání*. Klatovy: Úhlava, o.p.s.
- Krätke, S. (1998). Problems of cross-border integration: The case of the German–polish border region. *European Urban and Regional Studies*, 5(3), 249–262.
- Leick, B., Schewe, T., & Kivedal, B. K. (2021). Tourism Development and Border Asymmetries: An Exploratory Analysis of Market-Driven Cross-Border Shopping Tourism. *Tourism Planning & Development*, 18(6), 673–698.
- Mágr, F. (2013). *Opravy podstávkových domů: příručka pro majitele a stavebníky*. Mandava: vlastivědné čtení z Varnsdorfu a Šluknovského výběžku: ročenka Kruhu přátel muzea Varnsdorf 2012–2013.
- Mališová, V., Gregor, K., Sojka, V. (2003). *Lidová architektura Českého Švýcarska*. Děčín: Správa CHKO Labské pískovce.
- Noky, T. (2020). Zur Herkunft des Umgebendehauses - Eine Theorie. *Der Holznagel* (Deutschland), 46(1), 21–29.
- Novotný, L. (2016). Přeshraniční cestovní ruch na příkladu evropského regionu Dunaj–Vltava. *Acta Universitatis Carolinae Iuridica*, 62(3), 169–181.
- Novotný, L. (2018). Přeshraniční cestovní ruch a Smart Cities: příklad měst Ústí nad Labem a Drážďany. In S. Pachrová, S. & I. Linderová (eds.), *Aktuální problémy cestovního ruchu* (pp. 325–331). Jihlava: VŠPJ.
- Novotný, L., & Pellešová, P. (2021). Impact of the COVID-19 Crisis on the Regulation to Tourism in the Czech Republic. *Central European Public Administration Review*, 19(1), 199–222.
- Novotný, L. (2021). Impact of COVID-19 on Czech Cross-Border Commuters: Legal Perspective. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*, 29(1), 1–10.
- Novotný, L. (2022). Effects of 'covidfencing' on cross-border commuting: a case of Czech German borderland. *European Planning Studies*, 30(4), 590–607.
- Park, D., & Yoon Y. (2011). Developing sustainable rural tourism evaluation indicators. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 401–415.
- Pavlovic, S., Zivanovic, Z., Gataric, D., & Stanic, S. (2012). The Traditional Architecture in the Function of Planning and Development of Rural Mountain Areas in Serbia as Tourist Destinations. *Journal of Settlements and Spatial Planning* 1(Special Issue), 85–95.
- Peer, J., & Mágrová, K. (2012). *Lidová architektura v Rumburku*. Rumburk: Město Rumburk.
- Prokkola, E. K. (2010). Borders in tourism: The transformation of the Swedish-Finnish border landscape. *Current Issues in Tourism*, 13(3), 223–238.
- Phillimore, J., & Goodman, L. (eds.). (2004). *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. London: Routledge.
- Ren, C., Pritchard, A., & Morgan, N. (2010). Constructing Tourism Research: A Critical Approach. *Annals of Tourism Research*, 37, 885–904.
- Roberts, L., & Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. Cambridge: CABI.

- Ryglová, K., Burian M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Sächs. Verein f. Volksbauweise (ed.). (2006). *Umgebende. Eine einzigartige Bauweise im Dreiländereck Deutschland, Polen, Tschechien*. Leipzig: Sächsischer Verein für Volksbauweise e.V.
- Smith, M. (2009). *Issue in Cultural Tourism*. New York: Routledge.
- Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press.
- Sun Y, J., Verbeke M., Min, Q. & Cheng, S. (2011). Tourism potential of agricultural heritage systems. *Tourism Geographies*, 13(1), 112–128.
- Šíp, L. a kol. (2020). *Venkovský cestovní ruch*. Brno: Společnost vědeckých expertů cestovního ruchu.
- Timothy, D. J., Saarinen, J., & Viken, A. (2016). Editorial: Tourism issues and international borders in the Nordic Region. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 1–13.
- Tosun, C., Timothy, DJ, Parpairis, A., & MacDonald, D. (2005). Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18(1), 5–23.
- Woods, M. (2011). *Rural*. London: Routledge.
- Veselá, H., Sellnerová, A., & Hanzlík, J. (2015). *Krajinou podstávkových domů: Do údolí Ploučnice a Merboltic*. Ústí nad Labem: Národní památkový ústav.
- Vukouičić, D., Petrović, D., Gatarić, D., Božović, S., Ristić, D., & Jeftić, M. (2022). Assessing the tourist potential of cultural–historical spatial units of Serbia using comparative application of AHP and mathematical method. *Open Geosciences*, 14(1), 1170–1189.
- Zhang, X. (2021). Impact of rural tourism on residents' well-being in traditional ancient villages: a case of North Guangxi. *Heritage Science*, 138(9).
- Zhu, W. J., & Shang, F. B. (2021). Rural smart tourism under the background of internet plus. *Ecological Informations*, 65, 101424.

Kontaktní údaje

doc. Dr. Lukáš Novotný, M.A.

Katedra politologie

Filozofická fakulta

Univerzita Jana Evangelisty Purkyně

Pasteurova 1, 400 96 Ústí nad Labem

e-mail: Lukas.Novotny@ujep.cz

Výzkum zříceniny hradu Štamberk v kontextu regionu

Research of the Ruin of Štamberk Castle in the Context of the Region

Jakub Novotný & Michaela Ramešová

Abstrakt

Příspěvek přibližuje dosavadní výsledky výzkumu hradu Štamberk realizovaného dle nově definovaných zásad pro výzkum, správu a prezentaci historických zřícenin, jehož cílem je podpořit nová řešení jak zvýšit využitelnost hradu pro cestovní ruch a integrovat památku do regionálních struktur lokalit s potenciálem cestovního ruchu. Hrad byl významným panstvím v rámci území dnešní Vysočiny. Předmětem řešení projektu, na kterém od roku 2020 spolupracuje ÚTAM AV ČR s Mikroregionem Telčsko, je výzkum historie hradu se zaměřením na technologická hlediska jeho výstavby, stavebních změn i zániku. Součástí je vytvoření 3D modelu zříceniny v krajinném kontextu. Projekt se soustředí na dějiny výroby vápna a související inventarizaci geologických lokalit. Tento výzkum přináší nové informace důležité nejen pro poznání historie hradu či pro studium analogických situací, ale také pro zvýšení atraktivity památky pro cestovní ruch. Příspěvek nejprve představí aktuální standardy výzkumu a managementu zřícenin, následně se bude zabývat nástinem potenciálu výzkumu Štamberka pro oblast cestovního ruchu s důrazem na historii hradu, mapování krajinného rámce a identifikace vazeb na regionální prostředí. Na závěr zrekapituluje dosavadní výsledky využitelné k prezentaci historického, kulturního i přírodního bohatství regionu se specifickou vazbou na cestovní ruch.

Klíčová slova: Štamberk. Zřícenina. Technologický výzkum. Prezentace památek. Cestovní ruch.

Abstract

The paper provides an overview of the research results of the Štamberk castle carried out according to newly defined principles for the research, management and presentation of historical ruins, the aim of which is to support new solutions to increase the usability of the castle for tourism and to integrate the monument into the regional structures of localities with tourism potential. The castle was an important place within the territory of today's Highlands. The subject of the project, on which ITAM CAS has been collaborating with the Telčsko Microregion since 2020, is research into the history of the castle with a focus on the technological aspects of its construction, structural changes and demise. It includes the creation of a 3D model of the ruins in a landscape context. The project focuses on the history of lime production and the related inventory of geological sites. This research brings new information important not only for learning about the history of the castle or for studying analogous situations, but also for increasing the attractiveness of the monument for tourism. The paper first presents the current standards of research and management of ruins, then it deals with an outline of the research potential of Štamberk for the field of tourism with an emphasis on the history of the castle, mapping the landscape framework and identifying links to the regional environment. At the end, it summarizes the results so far that can be used to present the historical, cultural and natural wealth of the region with a specific link to tourism.

Keywords: Štamberk. Ruin. Technological research. Presentation of monuments. Tourism.

Úvod

Hrad Štamberk situovaný nedaleko Telče zapsaný na seznamu světového dědictví UNESCO představuje památku nezanedbatelného významu. Jeho dosavadní využití v rámci cestovního ruchu však podstatně limitoval jeho stav, od něhož se do značné míry odvíjelo penzum získatelných znalostí o historii objektu i o jeho vazbách na jiné lokality památkového významu v regionu. Štamberk se dnes nachází v podobě reliktů zdiva – jde tedy o zříceninu. Dle odborné literatury termín zřícenina odkazuje na objekt zachovaný v neúplném stavu, který vzniká v důsledku ztráty původního účelu stavby. Obvykle byly podobné architektury vystaveny dlouhodobému chátrání, aniž by vyvstával důvod je přestavovat nebo odstraňovat. Český památkář Ondřej Šefců (Šefců, 2017) uvádí, že zříceniny v klasickém slova smyslu představují pozůstatky kdysi pozoruhodných historických staveb s přidanou hodnotou romanticky vnímaného postupného rozpadu. Současným pohledem lze tedy říci, že potenciál zřícenin pro cestovní ruch je značný, podaří-li si tyto památky adekvátně poznat, spravovat, prezentovat a integrovat do systému jiných atraktivních lokalit v dosažitelné blízkosti. Mezi problémy, které v této souvislosti u zřícenin vyvstávají, patří ochrana před klimatickými a biologickými vlivy a v neposlední řadě i před samotnými lidmi. Ke specifickým středověkých zřícenin lze ovšem řadit i nedostatečnou znalost jejich historie či původní podoby, často způsobenou neexistujícími prameny, které by minulost objektů dovolily uspokojivě objasnit a zprostředkovat hodnoty na zříceniny vázané. Samostatnou stránkou problému je také způsob zpřístupňování (fyzického i informačního) těchto památek, které těsně souvisí s jejich využitím pro prezentaci daného regionu a navazující ekonomiku spojenou s cestovním ruchem. Jedná se tedy o komplexní problém, který vyžaduje citlivý přístup v součinnosti různých odborností.

K tomu je třeba připočíst další příznačný rys historických objektů – a pro zříceniny to platí o to výrazněji – a sice jejich jedinečnost, ke které se často pojí specifika krajinného kontextu (Novotný & Bláha, 2019). Při jejich výzkumu, ochraně, prezentaci a využití v rámci destinačního marketingu jinými slovy zpravidla nelze použít univerzální řešení či postupy, které se osvědčily jinde. K adekvátnímu nastavení podmínek výzkumu, zpřístupnění i prezentace zřícenin je proto nezbytné rozvinout mezioborový systémový přístup, který se (formou případové studie) v tomto příspěvku pokusíme přiblížit na konkrétním příkladu zříceniny hradu Štamberk. Pokud jde o možnosti integrace objektu do cestovního ruchu v regionu Vysočiny, má hrad Štamberk bezesporu nezanedbatelný potenciál. Tento příspěvek se tedy konkrétně snaží odpovědět na otázky, jak cíleně prováděný mezioborový přístup může k identifikaci, zpřístupnění a zvýšení tohoto potenciálu přispět, a to jednak z hlediska výzkumu památky samotné, jednak ve spojitosti s určením jejích vazeb na širší regionální prostředí.

Přehled literatury

Úvodní nástin problémů, s nimiž se praxe správy, výzkumu a prezentace částečně dochovaných památek potýká, ukazuje, že jde o záležitost velmi náročnou. Výzkum hradu Štamberka a využití získaných poznatků se však v tomto směru může teoreticky opírat o několik zásadních os. Za jednu z nich lze pokládat obecné zásady pro zacházení se zříceninami, druhou pak představuje konkrétní poznání potenciálu cestovního ruchu vázaného na daný objekt v souvislosti s bezprostředním i širším regionálním prostředím.

Věnujme se nejprve obecným zásadám správy, poznání a zpřístupnění zřícenin. Tradiční přístup k památkové péči byl (často výhradně) zaměřen na technické a stavební aspekty záchrany a údržby konkrétního objektu. Moderní metodický přístup, který se projekt zabývající se hradem Štamberk snaží zohlednit, je nicméně založen na zahrnutí dalších oblastí, do kterých lze zařadit širší škálu aspektů, jimiž jsou: *stavební historie, historický kontext, předchozí stavební práce, konzervační zásahy, sociální prostředí, ekonomické prostředí*.

Vedle toho problematika zahrnuje také jiné rozměry důležité pro další práci s objektem, k nimž patří: *zachování historické hodnoty, technicko-stavební udržitelnost, využití (znovu-využití) objektu, ekonomická udržitelnost, bezpečnost, správa objektu, destinační management a marketing.*

Velkým přínosem je, že specificky pro oblast historických (středověkých) zřícenin jsou dostupné (RUINS, n.d.) komplexní metodické příručky *Best Practices Handbooks*, které pokrývají tři hlavní dimenze – udržitelnou ochranu zřícenin, jejich soudobé využití a moderní management, z nichž lze při vzniku koncepcí přístupu ke zříceninám čerpat:

- *Universal rules of sustainable preservation, protection and conservation of historic ruins*
- *Universal rules and model forms of sustainable use and re-use of ruined historical sites*
- *Universal rules and model forms of modern management of historical ruins.*

Souhrnný metodický dokument k uvedeným příručkám pak představují *Guidelines for elaboration of plans of management, use and protection of historic ruins* (Szmygin, 2020). Jde o dlouhodobý strategický dokument, který pokrývá všechny základní problémy ochrany a správy daného objektu (lokality), a poskytuje tak referenční rámec pro úvahy o tom, jakými směry se při zacházení se zříceninami, k nimž patří i Štamberk, vydat.

Další osou, kterou je při směřování a uplatnění výzkumu zříceniny hradu Štamberka třeba zohlednit, je analýza potenciálu cestovního ruchu památky a regionu. V tomto směru se lze opírat o výsledky studie vypracované týmem Vysoké školy polytechnické Jihlava v roce 2018 (Chalupa, Rux & Vojáčková, 2018). Kraj Vysočina v této práci skóroval jako region, který z hlediska cestovního ruchu disponuje velkým potenciálem. S ohledem na Štamberk lze zejména zdůraznit bezprostřední blízkost Telče (6 km od hradu), jejíž jádro se zámeckým areálem figuruje na seznamu světového dědictví UNESCO a která je turisticky velmi vytížená. Oproti tomu zřícenina hradu Štamberk tak vysoký potenciál nevykazuje, přestože se nachází v lokalitě, která z hlediska cestovního ruchu nabízí možnost zaměřit pozornost na atraktivitu krajiny. Tato situace tedy vybízí k nalézání možností jak památkové lokality efektivně usouvztažnit a daný rozdíl v turistické atraktivitě překlenout. V případě spojení Telč – Štamberk takové možnosti bezesporu existují, jak se níže pokusíme ukázat v souvislosti s danými výsledky výzkumu zříceniny hradu.

Data a metody

Předkládaný příspěvek si klade za cíl představit dosavadní výsledky projektu regionální spolupráce „Technologický výzkum zříceniny hradu Štamberk v širším kontextu regionu“, při jehož řešení projektový tým metodicky vycházel z výše zmíněných zásad pro výzkum, správu a prezentaci historických zřícenin.

Důležitými vstupními kritérii se stalo i přihlédnutí k uvedenému vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu objektu ve vazbě na region a k možnostem jeho zvýšení.

Vzhledem k omezeným časovým a finančním možnostem projektu tak byly při realizaci připraveny podklady zejména pro následující části zmíněných zásad a využití dat:

Analýza

Charakteristika místa

Popis historie

Formální charakteristika lokality

Stručná charakteristika stavu

Technický stav

Charakteristika využívání objektu

Prezentace, zpřístupnění, edukace a cestovní ruch.

Zkoumána byla celková situace hradu Štamberk jak z hlediska jeho dějinného vývoje, tak současného stavu. Podrobnou heuristikou dostupných pramenů a sekundárních zdrojů vznikla historická rešerše, která byla rozšířena o navazující poznatky relevantní k identifikaci vazeb zříceniny na jiné turisticky zajímavé lokality a objekty. Součástí tohoto směru výzkumu byla i typologická zhodnocení předpokládané hradní dispozice či vytěžení poznatků získaných archeologickým výzkumem a mapováním vývoje sídelní a komunikační struktury mikroregionu. Souběžně probíhaly specializované materiálové analýzy, které se zaměřovaly na detailní poznání složení stavebních materiálů užitých při vzniku a adaptacích hradu, včetně stop jejich změn v čase (dopad živelních katastrof). Opět byl kladen důraz na kontextuální zasazení zjištění se zřetelem k vyhledání a specifikaci regionálních souvislostí umožňujících zvýšení atraktivity cestovního ruchu zříceniny. Jako poslední je popisována metoda pořízení a zpracování podkladů pro vznik 3D modelu hradu jako prostředku pro efektivní poznání a zpřístupnění specifity krajinného rámce, který má dle výše citovaných podkladů s ohledem na cestovní ruch rovněž podstatný význam.

Stanovenými cíli řešení projektu z hlediska potenciálu nových poznatků pro využití v rámci cestovního ruchu souhrnně řečeno bylo:

- *přispět k poznání dějinné situace hradu Štamberk, a to z historického i technologického hlediska: analýza provenience a zpracování použitých stavebních materiálů (kámen, malta, zdivo);*
- *integrovat tyto poznatky do struktury dalších pozoruhodných lokalit a objektů v regionu, tj. vypracovat úvodní inventarizaci geolokalit mikroregionu a provést pilotní analýzu historie výroby vápna v mikroregionu, která rovněž může mít potenciál širšího využití pro turismus;*
- *podchytit krajinnou specifitu lokality, zejména z hlediska unikátní terénní situace a způsobu jejího využití člověkem, tzn. vytvořit 3D model zříceniny v krajinném kontextu, který současně umožní studovat předpokládané středověké podoby hradu.*

Výstupy projektu tedy můžeme uvést jako konkrétní aplikaci snahy o výše nastíněný komplexní mezioborový přístup k památce typu zřícenina, který zároveň zohledňuje mapování potenciálu cestovního ruchu lokality i regionu. Jak již bylo předesláno, předmětem řešení projektu se v tomto duchu stala těsná spolupráce odborností na výzkumu dějin hradu Štamberk s pozorností k výše zmíněným aspektům využitelnosti výstupů v cestovním ruchu (propojení s jinými památkově zajímavými lokalitami, integrace do regionálního kontextu, zvýšení atraktivity získaných poznatků a jejich efektivní prezentace). Autoři se domnívají, že tyto směry výzkumu mohou přinést nové možnosti, jak prezentaci objektu a jeho využití v cestovním ruchu adekvátně podpořit. Projekt v tomto navázal na předchozí spolupráci ÚTAM AV ČR s Geoparkem Vysočina zaměřenou na posouzení zajištění zděných reliktních zříceniny hradu Štamberk.

Výsledky a diskuze

Historie hradu Štamberk a náměty na využití poznatků v cestovním ruchu regionu

Dle výše nastíněných kritérií lze hrad Štamberk v jeho současné podobě považovat za „klasický“ příklad památky typu zříceniny. Hrad, těsně spjatý s dějinami regionu, se řadí k nezanedbatelným turistickým lokalitám, ačkoli jeho vytíženost v rámci cestovního ruchu narážela na určité limity. Ke komplexu adekvátních přístupů ke zhodnocení příznačnosti tohoto objektu a podpoření jeho turistického využití tedy bezesporu patří snaha poznat okolnosti jeho historie ve vazbě na přílehlý region, která bude tvořit nedílnou podporu prezentace hradu i jeho integrace do regionálních programů. V tomto směru se projektovému týmu podařilo upřesnit či kontextualizovat některé klíčové body dějin hradu a načrtnout možné osy propojení lokality s blízkými turistickými centry s vyšším potenciálem cestovního ruchu.

Na základě zhodnocení získaných poznatků lze jednoznačně potvrdit, že ve středověké době hrad Štamberk patřil k významným sídelním centrům regionu, přestože výzkum jeho nejstarší historie naráží na několik problémů, které již byly naznačeny v předešlé části tohoto textu. Pro objasnění první etapy existence hradu ve 13. století nejsou k dispozici žádné (autorům dosud známé) přímé písemné zdroje. Pramenná základna pro následující období 14. století je sice bohatší, informace z archivních materiálů jsou však v daných případech nejednoznačné.

Problematická, ovšem z hlediska cestovního ruchu zajímavá je otázka počátků existence hradu Štamberka a osoby jeho zakladatele. Její podstatnou součást musí tvořit zhodnocení etymologického vývoje názvu hradu. Z pilotního průzkumu vysvítá, že označení hradu „Štamberk“ s největší pravděpodobností původní situaci neodpovídá. Variantu tohoto názvu hradu se podařilo vysledovat do 17. století (Ramešová, 2023), v písemných pramenech ze starší doby (14. století) však převažuje forma Šternberk (Sternberch/Sternberg). Z tohoto důvodu již u starších badatelů převážil názor, že zakladatelem hradu byl některý z příslušníků rodu Šternberků. Za pravděpodobného stavebníka se tak zpravidla považuje Jaroslav ze Šternberka, významná figura veřejného života Českého království závěru 13. století. Jaroslav je v 80. letech 13. století doložen ve funkci bitovského purkrabího, což nevylučuje možnost, že měl na vzniku hradu podíl. Hrad, jehož existenci na sklonku 13. století dokládají archeologické nálezy, ležel v obvodu bitovské provincie, kde mohl Jaroslav za zásluhy ve své funkci získat územní majetky. Regionální historiografie naopak starší etapu minulosti sídla klade do spojitosti s řádem templářských rytířů (Ramešová, 2023). Ačkoli je tato vazba prozatím zachytitelná pouze v sekundárních pramenech, nese dle posouzení autorů z hlediska potenciálu cestovního ruchu regionu nezanedbatelný význam. Důvodem je jednak popularita legendické tradice spjaté s templáři, jednak skutečnost, že se přítomnost příslušníků templářského řádu v sekundárních pramenech i v novodobé literatuře předpokládá též u nedaleké Telče. Tento aspekt tedy nevylučuje možnost obě lokality na základě hypotéz o templářských aktivitách v kraji tematicky propojit.

Pokud jde o stavební podobu památky a její zasazení do krajiny, původní hradní architektura využívala unikátní krajinné situace, a sice skalnatého terénu masivních žulových bloků návrší nad obcí Lhotka. Jde o doklad velmi efektivního využití krajinných specifik člověkem, které lze spolu se specifitou zdejší přírody pro zvýšení atraktivity lokality pro turismus bezesporu také využít. Hrad tvořil systém opevnění a samotné jádro sídla, kde se podařilo doložit existenci (minimálně dvou) kamenných budov (Zimola, 2022). Nároží jedné ze staveb se dodnes dochovalo v podobě mohutného expresivně působícího střepu na jižní straně. Charakter zdiva i zdících malt jednoznačně ukazuje na několik fází výstavby hradu. Součástí jeho dispozice zcela jistě tvořily také dřevěné konstrukce. Zjevné je, že již ve středověku byl štamberský hrad zasazen v impozantním přírodním kontextu, který v současné chvíli umožňují nově uchopit podklady pro vytvoření 3D modelu hradního areálu i model samotný. Tyto metody výzkumu, a sice geodetická zaměření, 3D skenování, nadto mohou s ohledem na cestovní ruch přispět k vytvoření podrobnějšího plánu lokality anebo mapy oblasti.

Vrátíme-li se k historii Štamberka, je z hlediska majetkových poměrů důležitým, ovšem zatím jen málo objasněným bodem jeho dějin možná vazba sídla na osobu Perchty z Moravan (Richter, 1976). K jejímu věnu na počátku 14. století patřily nedaleké Počátky, které později tvořily součást příslušenství hradu. Je tedy možné, že se k její osobě na přelomu 13. a 14. století vázalo též území, na němž stojí Štamberk. Jelikož Perchta svého času pečtila šternberským znakem, není vyloučena vazba na tento prestižní rod. S jistotou můžeme říci, že v první polovině 14. století měl hrad Štamberk ve vlastnictví rod Tluksů (Teplý, 1927, s. 126). Konkrétně jej podle všeho držel Bušek Tluksa, leník Jana Lucemburského. Výraznému rodu Tluksů na Vysočině patřil také hrad Kámen. Zde by se tedy opět nabízela možnost propojení památek například formou popularizačních programů

zohledňujících vývoj sídelní struktury kraje a jeho majetkové souvislosti, kterými se zabýval Stanislav Vohryzek (Vohryzek, 2017). Prameny jako takové pak dovolují říci, že sňatkem ovdovělé Buškovy manželky hrad Štamberk alespoň částečně přešel do majetku Štěpána z Březnice, který byl v polovině 14. století v regionu též výraznou osobností; disponoval značným územním vlastnictvím. Výklad dalších osudů hradu pak opět naráží na problém nesnadné interpretace pramenů (Tiray, 1913, s. 223). Jeho okolnosti ještě bude třeba prozkoumat. S jistotou můžeme tvrdit, že štamberské panství nakonec připadlo pánům z Hradce. Následovala krátká epizoda, kdy Štamberk držel rod pánů z Kravař. Již roku 1406 se však opět vrátil Hradeckým.

Zostřenou pozornost je z hlediska turismu i samotné situace hradu třeba věnovat sledování osudů Štamberka v 15. století, které je tradičně pokládáno za dobu, kdy hrad zanikl. Za významnou etapu minulosti zříceniny lze zřejmě označit 20. léta 15. století, kdy se štamberského sídla měly dotknout dějinné události spjaté s husitským hnutím. Roku 1423, když se na Telčsku pohybovaly husitské síly, došlo na obléhání Telče a dosavadní názory se téměř bez výjimky shodují v tom, že vojsko táboritů pod vedením Jana Hvězdy z Vícemilic řečeného Bzdinka napadlo také Štamberk, který vydrancovalo a v podstatě zničilo. I v tomto případě je však na místě citlivý mezioborový přístup ke zhodnocení výpovědních možností pramenů a k interpretaci vývoje materiálního stavu památky. Předpoklad obležení Telče husity v roce 1423 sice lze podpořit vícero nezávislými zdroji, ohledně úlohy Jana Hvězdy a dopadů husitských aktivit na hrad samotný je však situace méně zřetelná. Údaj o Bzdinkově vedení husitských sil na Telčsku totiž pochází ze sekundárních zdrojů, o jejichž hodnověrnosti lze pochybovat. Údaj o zničení hradu husity lze sice sledovat do 18. století; od událostí, které popisuje, by jej nicméně dělila nezanedbatelná proluka takřka 300 let, kdy již mohl být autor ovlivněn tehdejší, čili mladší situací hradu, patrně jeho podstatným zchátráním.

V této souvislosti je však zároveň důležité říci, že husitská ofenziva na Štamberk zřejmě faktický základ má. V archeologických nálezech z hradu se totiž objevují hroty šípů a jiné doklady o násilném uchvácení sídla, které lze klást do husitské doby (Bláha, 1970; Měřínský, 1980). I zde se tak v rámci integrace Štamberka do cestovního ruchu regionu nabízí možnost usouvztažnění památky s blízkými lokalitami, kterých se dotklo husitské tažení (např. lokality a objekty, které čelily obléhání husitského vojska – Telč, Štamberk, Roštejn), anebo vypracování trasy doložených i předpokládaných husitských výpadů na Vysočině.

Dokončeme ještě, že husitský útok na Štamberk patrně nepředstavoval definitivní konec hradu, což se za současného stavu poznání zdá dle postřehů Josefa Bláhy či Miloše Drdáckého málo pravděpodobné. K dějinám hradu by patrně bylo možné vztáhnout také události ze 40. let 15. století, kdy se v telčském kraji vojensky angažoval Hynce Ptáček z Pirkštejna, jeden z nejvýznačnějších českých šlechticů té doby, který se zapojoval do politického dění a otázek nástupnictví na český trůn. Roku 1444 se měl Hynce zmocnit nedalekého hradu Bílkova. Hypoteticky tedy mohl Štamberk dalšímu náporu čelit v této době, kdy byla situace v regionu napjatá. Pozdější údaj o území, na němž hrad Štamberk leží, známe z roku 1447, kdy ho vlastnila Anna z Hradce. Odkazuje však na „zboží“, nikoli přímo na hrad. Podle posledních výzkumů se každopádně zdá, že Štamberk po husitských aktivitách na Telčsku ještě nějakou dobu přežíval. Objem a charakter destrukce zdiva dovoluje uvažovat, že významně zanikal kupříkladu až rozebíráním na stavební materiál, snad v průběhu vzniku některé z větších staveb v okolí.

Z obecné perspektivy lze těmito poznámkami ilustrovat, že poznání dějin památky z hlediska rozvoje jejího potenciálu pro cestovní ruch nese nezanedbatelný význam. Rešerše poznatků o historii hradu Štamberka a jejich doplnění jasně svědčí o tom, že s ohledem na region existuje více cest, jak zdůraznit vazby památky na jiné atraktivní a turisticky užívané lokality v blízkosti.

Obrázek 1: Zřícenina hradu Štamberk



Zdroj: vlastní zpracování

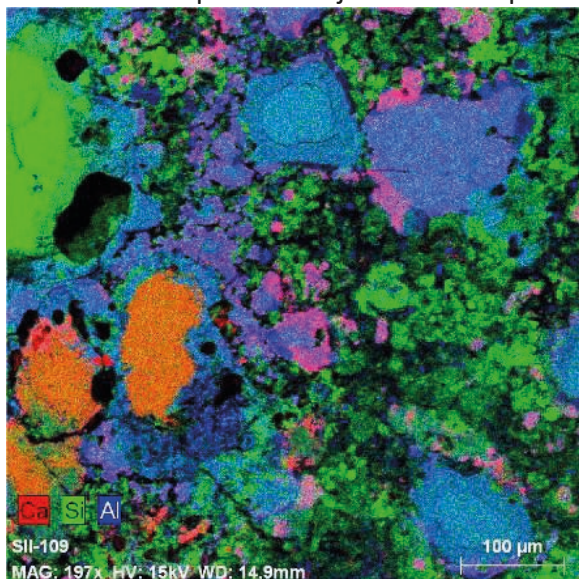
Další výsledky projektu s potenciálem využití pro cestovní ruch

Jak již bylo zmíněno, vzhledem k omezenému rozsahu projektu nebylo cílem vytvořit komplexní plán správy, využívání, ochrany a prezentace zříceniny hradu Štamberk, ale shromáždit vybrané analýzy, data a podklady pro případné zpracování takového plánu a současně tím zvýšit potenciál integrace lokality do cestovního ruchu v regionu. K tomu lze využít revizi a rekapitulaci historie hradu, jejíž stručný souhrn jsme již uvedli. Dále však tuto příležitost poskytují také podrobné materiálové analýzy, jejichž cílem bylo poodhalit charakter stavebních materiálů a technologií využitých při výstavbě hradu s ohledem na regionální kontext. Tyto metody představují nezastupitelného pomocníka při hledání odpovědí na otázky dispozičního vývoje sídla, příčin degradace jeho hmot či dobové stavitelské praxe, tedy i pro sledování vazeb, které po technologické stránce hrad Štamberk k prostředí regionu pojily (původ a dovoz surovin apod.). Níže je uveden výběr výsledků takových analýz s úvahami, jak konkrétně by je bylo možné do koncepce programů cestovního ruchu zapojit. Pokud jde o metodický postup takto orientovaného výzkumu, lze doplnit, že ze vzorků stavebních materiálů odebraných při terénním průzkumu zříceniny byly zhotoveny nábrusy pro pozorování v elektronovém mikroskopu. Pojivo v maltách bylo identifikováno na základě plošných analýz provedených zejména na tzv. pojivových hrudkách, které (i přes již mnohdy pokročilou dekalifikaci) nejlépe vystihují složení původního materiálu a poskytují informace, které lze pro hledání širších regionálních vazeb využitelných v cestovním ruchu zohlednit. Další metodu zkoumání vzorků stavebních materiálů představovala rentgenová difrakční analýza (XRD); proveden byl také základní petrografický rozbor výbrusů vzorků pomocí optické (světelné) mikroskopie. Analýzy těchto vzorků

ukazují, že v dochovaných reliktech zdiva hradu jsou zastoupeny tyto typy materiálů (Koudelková, Kozlovce, Slížková, Frankeová & Viani, 2021):

- *metamorfovaná hornina (pravděpodobně vápnitý erlán), obsahující základní karbonátovou hmotu (kalcit a dolomit) a jemnozrnné klasty nekarbonátových minerálů: živců, slíd, křemene, amfibolu a pyroxenu. Některá zrna jsou silně postižena tepelnou degradací, což ukazuje na to, že byl Štamberk v minulosti zasažen požáry;*
- *vápenná malta připravená pravděpodobně ze středně až mírně hydraulického vápna, písku obvyklého složení (křemen, živce a slídy) a strusky;*
- *hliněná mazanina, tedy nevypálená surovina s výrazným zastoupením jílových minerálů. Dále se zde vyskytují zrna křemene, živců a slíd (velké do 0,1 až 0,4 mm). Vzorek neobsahuje vápenné pojivo.*

Obrázek 2: Mapa zobrazující distribuci prvků



Zdroj: vlastní zpracování

Z hlediska zde sledovaného tématu je třeba vyzdvihnout, že výše popsané materiálové analýzy jsou důležitým vstupem pro určování provenience surovin použitých při výstavbě hradu, kterými lze obohatit síť lokalit v regionu s vazbou na Štamberk, a využít je tedy i v koncepci rozvoje cestovního ruchu. V roce 2021 byl vedle toho proveden také povrchový geologický průzkum souvisejících lokalit vytipovaných na základě historických a současných mapových podkladů i dle doporučení místních pamětníků a specializované databáze Calcarius, který k určení původu materiálů může rovněž přispět. Přítomnost suroviny vhodné pro výrobu vápna prokázal průzkum místa předběžně zjištěného zmíněným způsobem na k. ú. Strachňovice. Na místě byla též objevena struska a vápenný nedopal, které ukazují na zdejší vápennou produkci. Druhou prozkoumanou lokalitou byly již částečně zasypané malé jámové lomy v okolí Velíše v k. ú. Malý Pěčín. V obou případech byly odebrány referenční vzorky, které poslouží pro srovnávací analýzy s materiálem nalezeným v historických objektech včetně Štamberka, a specifikovat tak možné propojení těchto lokalit. Veřejně přístupná GIS databáze Calcarius byla o tyto nové poznatky aktualizována.

Poslední část aktivit projektu spočívala ve vytvoření digitálního a následně i fyzického modelu zříceniny hradu Štamberk. Jak již bylo nadneseno, krajinnou situaci lokality zříceniny lze považovat za výjimečnou a pro potřeby cestovního ruchu dobře využitelnou. Model hradu v tomto smyslu

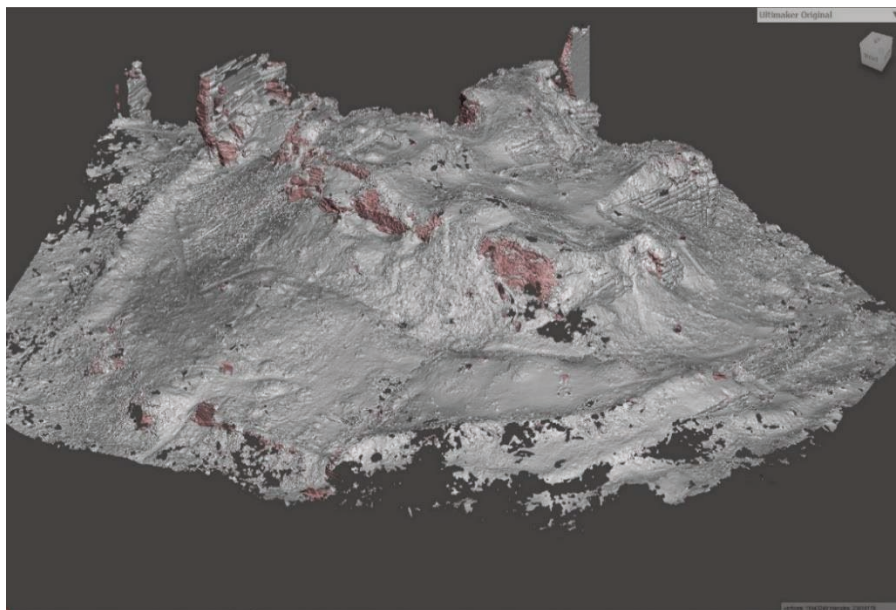
poskytuje unikátní způsob vizualizace skalního masivu a jeho okolí včetně způsobu, jakým do něj byla hradní architektura začleněna.

S ohledem na metodu vzniku modelu lze pro doplnění souvislostí uvést, že na celém území hradního areálu a přilehlého terénu proběhlo skenování a jeho následné usazení do souřadnic. Poté byly doplněny detaily statickým laserovým skenerem X7. K měření se přistoupilo v době, když byla vegetace bez olistění a terén beze sněhu. Skenování základu obvodové zdi nicméně ztěžovaly polomy a místy vrstva listů na zemi v západní části hradního okrsku. Na severním a východním okraji se v okolí skal nacházel hustý nálet. Výsledkem skenování jsou dvě mračna bodů na terénu (ve formátu e57, větší s kompletním povrchem dále ředěné na 2 cm a menší pouze s detaily na odkrytých základech s ředěním na 5 mm). Mračna byla následně dočištěna, poté vznikly dva povrchy v mesh – celé území s podrobností cca 5 cm a vykopávky s podrobností cca 2 cm. Takto vytvořený digitální model byl následně využit k tisku 3D modelu.

Při práci s digitálním modelem se ukázalo, že zvolená technologie skenování pro účely prezentace a 3D tisku vykazuje na jednu stranu přílišnou míru detailu, na druhou stranu řadu otevřených míst v povrchu. Vyžaduje proto značné množství netriviálních úprav a zjednodušování. V další fázi z tohoto důvodu proběhlo laserové skenování hradu pomocí dronu, z něhož vzešlo mračno bodů a z nich odvozený povrch mesh s nižším rozlišením, avšak větší celistvostí.

Jak již bylo zmíněno, vytvoření modelu díky převedení do menšího formátu představuje podstatný příspěvek k možnostem studia zasazení hradní architektury v terénu a samozřejmě také k interpretaci a případnému modelování její původní podoby. Model vedle toho umožňuje zpřístupnit charakter celého hradního okrsku a způsob zásahu člověka do krajiny v této lokalitě názornou a snadno uchopitelnou formou širší veřejnosti – ať již prostřednictvím on-line dostupného modelu, tak fyzického 3D modelu. Tím se podstatně zvyšuje i efektivita zprostředkování atraktivity krajinného kontextu zříceniny Štamberka, který lze pokládat za jeden z podstatných faktorů cestovního ruchu.

Obrázek 3: Digitální model hradu Štamberk



Zdroj: vlastní zpracování

Kontextuální výzkum hradu Štamberka potvrzuje, že zříceniny jako svébytný typ památky představují se zřetelem k oblasti cestovního ruchu specifikum, a to jak z hlediska poznání, záchrany

a údržby, tak také prezentace a využití. Vyžadují proto specifický přístup založený na systémovém náhledu celé problematiky, který je charakteristický pro památkovou vědu jako takovou. Jedná se o památky atraktivní, které lze pro koncepcí rozvoje cestovního ruchu dobře hodnotit. Hrad Štamberk v tomto směru nepředstavuje výjimku. Pro adekvátní posílení situace a potřeb zřízení je výhodné čerpat z existujícího výběrového přehledu technik, technologií a materiálů, některé z nichž byly úspěšně využity při výzkumu zřízení hradu Štamberk v rámci realizace projektu regionální spolupráce. Tento projekt se mimo jiné zaměřoval na identifikaci hodnot lokality s potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Získané výstupy dosažené v tomto projektu tak jednak rozšiřují možnosti výzkumu hradu do budoucna, jednak mohou být efektivně využity právě pro zvýšení potenciálu využití hradu v cestovním ruchu. Od kvality a míry poznání památky se odvíjí možnosti její prezentace veřejnosti, a tudíž i její zajímavost. Jmenovaný projekt se v tomto ohledu zaměřoval nejen na studium památky jako takové, ale i na identifikaci jejích vazeb na prostředí regionu, která pomůže Štamberk začlenit do sítě pozoruhodných a turisticky využívaných či využitelných lokalit a objektů. Projekt v tomto smyslu kladl důraz na:

- *získání nových poznatků (nejen) o stavební historii hradu Štamberk a jejich usouvztažnění s jinými regionálními lokalitami památkového významu;*
- *prezentaci historie hradu Štamberk v kontextu regionu;*
- *vizualizaci krajinného rámce hradní architektury formou 3D modelu;*
- *prezentaci přírodního (geologického) bohatství regionu (Geoparku Vysočina);*
- *získání detailnějších poznatků o historii výroby vápna v mikroregionu.*

Realizace projektu s těmito kritérii jednoznačně ukázala, že cíleně prováděný mezioborový výzkum je s to podstatně zvýšit možnosti identifikace a zpřístupnění hodnot konkrétní památky klíčových pro rozvoj cestovního ruchu. Kontextuální historicky zaměřený výzkum dovádí k poznání, že Štamberk byl pevně integrován do regionální sídelní struktury. Jednalo se o sídlo, které bylo svědkem, či přímo dějištěm regionálně významných dějinných událostí, které ho umožňují blíže tematicky propojit s jinými nedalekými lokalitami různého turistického významu a využití. Podstatnou složkou jsou i historicky nepodložené aspekty dějin Štamberka, které se však staly nedílnou součástí místní regionální tradice, jež má v programech cestovního ruchu taktéž své pevné místo. Realizace analýz stavebních materiálů přispěla k zodpovězení otázek týkajících se regionálního původu těchto materiálů a na to vázané problematiky technologických postupů stavebních skupin činných v regionu. Tento pohled pomáhá určit síť turisticky využitelných lokalit s vazbou na Štamberk, jejíž součástí tvoří také možné historické zdroje vápna. Vznik digitálního i vytištěného modelu zřízení podstatně podpoří možnost postihnout jedinečný krajinný charakter a zpřístupnit toto specifikum lokality veřejnosti. Současně s tím vznikly vysoce kvalitní poklady pro další výstupy s potenciálem využití pro programy cestovního ruchu mimo jiné jako základ vytvoření plánu oblasti či podrobných map.

Dle výše citované studie (Chalupa et al., 2018) je potenciál cestovního ruchu lokality okolí hradu vysoký, potenciál samotné zřízení však spíše nízký. Domníváme se, že právě komplexní přístup při primárně technické záchraně této zřízení a její cílený výzkum vytváří potřebné předpoklady pro budoucí zvýšení potenciálu objektu pro cestovní ruch. Uvedené příklady výstupů jsou důležitým krokem pro dosažení tohoto cíle, neboť památku umožňují postihnout jednak jako významný solitér, jednak jako integrální součást regionální struktury.

S ohledem na rozsah je plánováno pokračování projektu i v dalších letech, které umožní rozšířit a prohloubit jednotlivé plánované analýzy zejména s potenciálem k navazujícímu výzkumu historie lomů a kamenictví v mikroregionu. Dalším přínosem bude přesah témat projektu do výzkumu jiných lokalit Kraje Vysočina stejně jako možnost využití získaných historických dat pro popularizaci a rozvoj

cestovního ruchu. Přínos tohoto přístupu pro obohacení cestovního ruchu v regionu ve spojení s touto konkrétní památkou ověří nové podmínky zpřístupnění hradu Štamberg spolu s další prezentací poznatků. Nadále bude nutné stav a fungování památky sledovat a vyhodnocovat možnosti dalšího směřování správy a výzkumu, včetně vlivu implementace získaných zjištění do praxe cestovního ruchu.

Poděkování

Příspěvek byl zpracován v rámci řešení projektu regionální spolupráce „Technologický výzkum zříceniny hradu Štamberg v širším kontextu regionu“ podpořeného Akademií věd ČR a Krajem Vysočina. Autoři děkují Mgr. et Mgr. Stanislavu Vohryzkovi, Ph.D. za spolupráci při výkladu pramenů k historii hradu a poskytnuté podněty. Dále děkují ostatním členům realizačního týmu projektu (jmenovitě zejména prof. Ing. Miloši Drdáckému, DrSc., doc. Ing. Zuzaně Slížkové, Ph.D. a Ing. Janu Válkovi, Ph.D.).

Literatura

- Bláha, J. (1970). Zjišťovací výzkum na hradě Šternberku a některé problémy keramiky vrcholného středověku na jihozápadní Moravě. *Zvláštní příloha Vlastivědného věstníku moravského*, 22(3), Brno, 5–36.
- Chalupa, P., Rux, J., & Vojáčková, H. (2018). *Studie potenciálu cestovního ruchu vybraných lokalit se středověkými ruinami v Kraji Vysočina*. Jihlava: VŠPJ.
- Koudelková, V., Kozlovce, P., Slížková, Z., Frankeová, D., & Viani, A. (2021). *Chemická a mikrostrukturální analýza vzorků stavebního materiálu ze zděných relikvů zříceniny hradu Štamberg*, Praha: ÚTAM AV ČR.
- Měřínský, Z. (1980). Morava za husitských válek ve světle archeologických nálezů a výzkumů. *Archeologia Historica*, 5, 31–68.
- Novotný J. & Bláha, J. (2019). A system approach to medieval ruins management. *Proceedings of the conference System approaches '19. System Perspective on Modern Technologies* (pp. 19–25). Prague: University of Economics.
- Ramešová, M. (2023). *Templářský řád v Telči a okolí* (rešerše). Praha: ÚTAM AV ČR.
- Richter, V. (1976). *Telč. Státní zámek, město a památky v okolí*. Praha: Academia.
- RUINS. (n.d.). [cit. 2022-11-27]. Dostupné z: <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/RUINS.html>.
- Szmygin, B., Trochonowicz, M., Szostak, B., Siwek, A., Fortuna-Marek, A., Klimek, B. ... Papić, I. (2020). *Guidelines for elaboration of plans of management, use and protection of historic ruins*. Lublin: Lublin University of Technology.
- Šefců O. (2017). Problémy při opravách torzálních památek. Poznatky památkáře. *Sborník přednášek z odborného semináře STOP*. STOP.
- Teplý, F. (1927). *Dějiny města Jindřichova Hradce*. Část všeobecná. Dílu 1. svazek 1. Od nejstarší doby až do vymření rodu pánů z Hradce, Jindřichův Hradec.
- Tiray, J. (1913). *Vlastivěda moravská II. Místopis Moravy IV*. Jihlavský kraj. Telecký okres, Brno.
- Vohryzek, S. (2017). *Šlechta na jihozápadní Moravě do husitských válek* [online]. [cit. 2022-05-13]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/w0uzp/>. Disertační práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Libor Jan.
- Zimola, D. (2022). Archeologický výzkum hradu Šternberk (Štamberg). *Museum Factum. Čtvrtletník Muzea Vysočiny Jihlava*, 12(3), 12–15.

Kontaktní údaje

Ing. Jakub Novotný, Ph.D.

Ústav teoretické a aplikované mechaniky AV ČR

Prosecká 809/76, 190 00 Praha 9

e-mail: novotny@itam.cas.cz

Mgr. Bc. Michaela Ramešová, Ph.D.

Ústav teoretické a aplikované mechaniky AV ČR

Prosecká 809/76, 190 00 Praha 9

e-mail: ramesova@itam.cas.cz

Historické tradice a využívání menšinových památek pro cestovní ruch

Historical Traditions and the Use of Minority Monuments for Tourism

René Petráš

Abstrakt

Značná část památek je spjata s národnostními či náboženskými menšinami, kdy k nejnavštěvovanějším patří židovské památky. Zásadní roli přitom samozřejmě hraje historická tradice, která bývá klíčovým prvkem jejich autenticity. Jenže praktické využívání historických tradic pro cestovní ruch (třeba při vytváření produktů) bývá u menšinových památek často komplikované. Cílem bylo analyzovat tyto problémy v ČR i v komparaci s dalšími zeměmi. K největším problémům patří přetrvávající zpolitizovanost otázky menšin ale také nedostatečné znalosti osob působících v cestovním ruchu, někdy dokonce neprobádanost otázky vůbec. Vztahy k řadě menšin jsou i dnes složité, takže například připomínání německých tradic v Polsku ale i ČR leckdy způsobuje podráždění. Pro efektivní využívání historických tradic jsou přitom nezbytné značné znalosti, které osobám z praxe cestovního ruchu leckdy chybí. Navíc jde často i o odborné dosud nevyřešené historické problémy, protože obecné otázky vývoje bývají sice historikům známy dostatečně, jenže zde jde o regionální faktografii (často spjatou i s konkrétními budovami), kde je řada mezer a nedostatků a nejednou se názory odborníků mění. Možno například zmínit, že nedávno bylo zpochybněno dlouholeté působení legendárního rabbiho Löwa v Mikulově.

Klíčová slova: Historické tradice. Menšinové památky. Právní úprava cestovního ruchu. Turistická oblast Kutnohorsko a Kolínsko.

Abstract

A significant part of the monuments is connected with national or religious minorities. Jewish monuments are among the most visited monuments. Of course, historical tradition plays an essential role, which is a key element of their authenticity. However, the practical use of historical traditions for tourism (for example, when creating products) is often complicated for minority monuments. The aim was to analyze these problems in the Czech Republic and in comparison with other countries. The biggest problems include the ongoing politicization of the issue of minorities, but also insufficient knowledge of people working in the tourism industry, sometimes even the fact that the issue has not been explored at all. Relations with a number of minorities are still complicated today, so for example the mention of German traditions in Poland and the Czech Republic sometimes causes irritation. At the same time, considerable knowledge is necessary for the effective use of historical traditions, which people from the tourism industry often lack. In addition, it is often also a matter of professional historical problems that have not yet been resolved, because the general issues of development are known to historians well enough, but here it is a matter of regional factography (often connected with specific buildings), where there are many gaps and shortcomings and the opinions of experts change more than once. It can be mentioned, for example, that the long-term work of the legendary Rabbi Löw in Mikulov was recently called into question.

Keywords: Historical traditions. Minority Monuments. Legal Regulation of Tourism. Tourism Region Kutnohorsk and Kolínsko.

Úvod

Památky jsou často spjaté s národnostními či náboženskými menšinami, takže je lze označit jako památky menšinové. V České republice patří k nejnavštěvovanějším židovské, kdy se ale často přehlídí, že ještě větší roli hrají tradice německé. Praktické využívání historických tradic pro cestovní ruch je totiž u menšinových památek často komplikované a zpolitizované, kdy typicky připomínání německých tradic v ČR ale ještě více třeba v Polsku způsobuje podráždění nemalé části veřejnosti. Problémem bývají i mnohdy nedostatečné znalosti osob působících v cestovním ruchu, leckdy i malá prozkoumanost otázky, protože zde jde o regionální faktografii často spjatou dokonce s konkrétními budovami, kde bývá řada mezer a nedostatků. Situace bývá v článku často ilustrována příklady z turistické oblasti Kutnohorsk Kolínsko, kde autor žije. Autor je v otázce menšinových památek a jejich právní podpory na celostátní úrovni značně aktivní, což je zde také nastíněno.

Přehled literatury

Zpracování problematiky menšinových památek a jejich využití pro cestovní ruch je zatím v ČR minimální kromě několika článků autora. Práce přímo k tématu jsou bohužel výjimkou jak v ČR, tak i ve světě (Petráš & Šultová, 2019a). Existují vcelku početné publikace pouze o židovských památkách, ale obecný pohled na menšinové aspekty zde chybí, ostatně i u svým způsobem módního tématu židovských dějin je mnohé dosud neprobádáno (Petráš & Šultová, 2019b). I vědecké publikace k cestovnímu ruchu takové pohledy neobsahují, což lze ilustrovat například na reprezentativním sborníku z konference v Jihlavě v únoru 2018 zaměřené na autenticitu, což by se mohlo menšinových památek dotýkat, jenže badatelé tomu nevěnovali pozornost a alespoň jistá tematická blízkost byla zřejmě jen v článku o místech paměti (Tyslová, 2018). V zahraničí najdeme práce o využívání židovských památek pro cestovní ruch (např. Lehrer, 2013), jenže obecný pohled na menšinové památky zde nebývá. Častější je zájem o poměrně úspěšný etnoturismus věnovaný kmenům v USA nebo třeba v Africe (Xie, 2011), jenže zde jde o specifika kultur a životního stylu, zatímco památky hrají jen okrajový význam – příkladem je třeba sborník z roku 2015 *Ethnic and Minority Cultures as Tourist Attractions* (podrobně viz Petráš & Jouzová, 2020).

Publikace přímo k menšinovým památkám tedy nejsou, proto je nutné sledovat literaturu související, která ale bohužel zabíhá do odlišných vědeckých odvětví, kdy každé sleduje až na výjimky jen své problémy a širší mezioborový pohled zcela chybí (Petráš, 2019). Zásadní je odborná literatura k památkové péči, ale pro znalce dějin umění jsou bohužel obvykle menšinové aspekty irelevantní, kdy se snaží nalézt obecné kulturní vývojové tendence a jejich podmíněnost národní nebo náboženskou orientací tvůrců a majitelů pro ně nebývá zajímavá. Najdou se ale i výjimky jako je sedmisetstránková kniha zachycující osudy německých památek v severních Čechách po roce 1945 (Konfiskované osudy, 2019). Právní úpravou památkové péče se zabývá jen hrstka odborníků a ti jsou vytíženi složitou přípravou nového památkového zákona propojenou navíc se stavebním právem. (Petráš, 2013, s. 172-179). Zásadní je také odborná literatura věnovaná národnostní a menšinové problematice, kde se objevují informace o menšinových kulturních památkách, ale obvykle nikoli z hlediska cestovního ruchu. Pro ilustraci možno uvést, že ČR je vázána i několika mezinárodními smlouvami týkajícími se menšin, kde relevantní je hlavně Rámcová úmluva o ochraně národnostních menšin, která obsahuje článek 5.1 zajišťující ochranu kulturního dědictví, jenže právě o toto ne zcela jasné ustanovení nejvíce právní literatura přílišný zájem (např. Hofmann, Malloy & Rein, 2018, s. 138).

Data a metody

Pojem menšinové památky byl používán dosud jen ojediněle a míněny jsou jím památky významně spjaté hlavně s národnostními a náboženskými menšinami, kdy bylo sledováno zejména jejich možné využití pro cestovní ruch ale i kulturní život. V praxi turismu nešlo o něco převratného, kdy se jedná o součást kulturního cestovního ruchu a zejména židovské památky patří k velmi atraktivním ve světě i u nás, komplexní pohled na menšinové památky ovšem až na výjimky chybí (podrobně Petráš, 2021).

Cílem bylo analyzovat problémy týkající se historických tradic a využívání menšinových památek. Zásadní bylo zpracování vývoje této otázky v ČR, protože se jedná o významné skutečnosti pro menšiny i cestovní ruch, přitom informace nejsou až na výjimky veřejnosti známy. Článek se zde totiž nemálo opíral o specifické zkušenosti autora. Zvýšená pozornost byla věnována právním aspektům, autor je vzděláním jak právník, tak historik, v České republice jeden z mála specialistů na právní postavení menšin a současně patří k ještě menší hrstce odborníků na právní úpravu cestovního ruchu. Výzkum se věnoval tématu dosud jen minimálně prozkoumanému, což vedlo k omezenému množství a specifickému složení využitě literatury. Autor navíc využíval také své kontakty k získání neoficiálních informací, a dokonce i osobní zkušenosti, protože mj. jako člen Rady vlády pro národnostní menšiny (jeden ze dvou zástupců odborné veřejnosti) menšinové památky propaguje (podrobně Petráš, 2021).

Výsledky a diskuse

Problémy využívání historických tradic u menšinových památek

Obtíží je samozřejmě celá řada a je asi nemožné vytvořit z nich nějaký jednoznačný systém, proto jsou některé klíčové vybrány. Pro úspěšné využívání historických tradic, a to zvláště u menšinových památek, jsou zásadním problémem nedostatečné znalosti osob působících v cestovním ruchu, ale někdy dokonce neprobádanost otázky vůbec. V České republice byly alespoň zatím menšinové aspekty spíše přehlíženy, zejména německé tradice byly (a to nejenom po druhé světové válce) cíleně likvidovány nebo zapomínány. Pro ilustraci lze uvést, že autor se dobře znal se zemřelým dr. Vaňousem, po celou dobu jedním z hlavních řečníků a v mnohém spoluvůrcem jedněch z největších historických slavností Stříbření v Kutné Hoře v letech 1992 až 2019, které se snad podaří v červnu 2023 obnovit. Ten upozorňoval, že slavnosti probíhají v češtině, jenže Kutná Hora až do roku 1422 byla téměř zcela německá, takže jazyk neodpovídá, což se při slavnostech nikdy veřejně nepřipomínalo. Jádrem slavností je přitom jakási rekonstrukce návštěvy krále Václava IV. ve městě s dlouhými projevy herců.

Výjimkou, kdy menšinové aspekty jsou naopak zdůrazňované a svým způsobem módní, jsou památky židovské. Ty se staly – v českých podmínkách ale až po roce 1989 – mimořádně populární. Zde to ale spíše prohlubuje bezpečnostní rizika, která se týkají židovských památek, jež budou nastíněna níže. Přílišná pozornost věnovaná pouze židovským památkám může oživit antisemitismus společnosti, i proto je vhodné – jak opakovaně doporučuje autor – přistupovat k menšinovým památkám obecně.

Pro efektivní využívání historických tradic jsou nezbytné značné znalosti, které osobám z praxe cestovního ruchu často chybí. V cestovním ruchu působí zejména osoby se vzděláním ekonomickým nebo geografickým, zato historiků zde bývá málo. Doslova katastrofou pak bývá vysoká fluktuace zaměstnanců nebo pokusy zařadit bez důkladnější přípravy nezaměstnané. Praxe například z Kutné Hory pak ukazuje, že průvodci vědí o místní historii málo a najdou se i příklady, kdy dokonce ani nevědí, že se zde těžilo stříbro. Problémem je obecně bohužel běžná skutečnost, že při výuce dějin se přehlíží místní tradice a pamětihodnosti.

Neznalosti bohužel bývají zcela zásadní, jak lze ilustrovat na příkladu Kutné Hory, kde autor žije. Návštěvníci Kutné Hory ale bohužel běžně i místní obyvatelé, a dokonce pracovníci cestovního ruchu leckdy neznají klíčové informace. Podceňují typicky mimořádnou rozlohu historického jádra Kutné Hory, kdy středověká města na území dnešní ČR mívala jen málokdy rozlohu přes 20 hektarů (např. sousední Kolín celkem běžnou velikost 11 ha), zcela výjimečně přes 30 ha (Opava 30, Brno 37, Olomouc 47) a žádné přes 50 ha kromě Kutné Hory 71 ha (a to bez historicky starších předměstí Sedlce a Malína) a kolosu pražských měst celkem 550 ha. Tyto dvě města přitom byla rozsáhlá i v evropském kontextu, což ukazuje třeba Paříž 439 ha nebo Vídeň 100 ha (Hoffmann, 1992, s. 81). V praxi cestovního ruchu přitom návštěvníci prochází jen malou část historického jádra, což si často ani neuvědomují. Turistický potenciál Kutné Hory, kde se nalézají řada unikátních památek, je tedy s ohledem na pouhých dvacet tisíc obyvatel mimořádný a jen zčásti využitý. Z dalších často neuvědomovaných faktů možno zmínit skutečnost, že ani místní obyvatelé obvykle nechápou zásadní význam města pro středověkou ekonomiku kvůli nejbohatším stříbrným dolům světa. Tehdy se samozřejmě používaly obvykle peníze z drahých kovů, přičemž hodnota stříbra ke zlatu byla mnohonásobně vyšší než dnes, kdy je stříbro relativně levné. Neznámý i pro místní bývá také kutnohorský unikát vzniklý připojením blízké Sedlce, kdy Kutná Hora má většinu katedrál (přesněji staveb katedrálního typu, pojem katedrála je spjat s církevní organizací) v ČR, kdy vedle pražského Svatého Víta jde pouze o Barboru v Kutné Hoře a Katedrálu Nanebevzetí panny Marie v Sedlci, dnes součástí Kutné Hory. Svatý Bartoloměj v Kolíně je katedrálou kuriózně jen z poloviny, Olomouc je sporná, další takovéto stavby zejména na Praze - Zbraslavi a v Klášterní Skalici (u Českého Brodu) byly zničeny již za husitství. Přitom v českých podmínkách je u památek vedle baroka klíčová gotika, jejímž vrcholným projevem v městském prostředí jsou právě katedrály, kdy se vrcholný středověk leckdy označuje jako věk katedrál! Bohužel nemalá část těchto informací je neznámá i pro pracovníky cestovního ruchu, proto zde bylo tomuto nástinu věnováno tolik pozornosti (podrobně viz program konference v červnu 2022, <http://turismus.prf.cuni.cz>)

Snad ještě zásadnějším problémem je skutečnost, že pro cestovní ruch potřebné informace týkající se menšinových památek představují bohužel nejednou odborně dosud neprozkoumané historické problémy. Obecné otázky vývoje bývají sice historikům známy dostatečně, jenže je potřebná regionální faktografie, někdy dokonce spjatá s konkrétními budovami, kde je řada mezer a nedostatků. Nemalou část návštěvníků menšinových památek totiž tvoří zájemci o danou materii nebo příslušníci dané menšiny, které základní faktografie neuspokojí. Tento problém je zvláště výrazný v menších či dokonce miniaturních destinacích. Tam na jedné straně míří hlavně zájemci či přímo nadšenci, často jde o potomky například Židů nebo Němců, kteří mají zájem o velmi detailní informace. Na druhé straně pak množství odborníků věnujících se otázce zde logicky bývá miniaturní nebo dokonce nulové.

Nelze přehlížet ani skutečnost, že nejednou se názory odborníků mění. U využívání menšinových památek to může být zvláště ošemetné, pokud je třeba daná destinace zaměřena na návštěvníky určité národnostní nebo náboženské příslušnosti a najednou se zjistí, že skutečnými tvůrci byli příslušníci jiné skupiny, která může mít tradičně i velmi negativní vztahy. V zemích se složitějším národnostním nebo náboženským vývojem jako je Španělsko (ale také ČR) se pak může například ukázat, že cenná památka nemá původ křesťanský ale islámsko-arabský nebo židovský.

Hlavní je ale vždy snaha pracovníků cestovního ruchu nebo přímo majitelů dané nemovitosti. Zde konkrétní zkušenost autora, který při pravidelných cestách na uznávané mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu v Pavlově obvykle navštíví také nedaleký Mikulov. Zde přitom již řadu let obědvá v restauraci hotelu, jehož budova má slavnou historii, což je důvod jeho návštěv a nikoli nějaká lákavá gastronomie. Fungoval zde totiž dlouhodobě vrchní zemský rabinát pro Moravu, jímž prý byl v letech 1553-1573 legendární rabbi Löw. Restaurace a hotel přitom tuto unikátní tradici, která by

dle názoru nejenom autora přilákala návštěvníky možná i z Vídně, téměř nijak nevyužívá, o čemž autor obvykle diskutuje s personálem a upozorňuje na rozsáhlé možnosti. Podle posledních výzkumů ale bylo zpochybněno dlouholeté působení rabbi Löwa v Mikulově.

Židovské památky a bezpečnostní rizika

Využívání historických tradic naráží na nespočet problémů, ze kterých zde lze i kvůli omezenému prostoru nastínit jen některé. Rozhodně ale nesmí být přehlížena rizika bezpečnostní, kdy menšinové památky jsou mnohdy terčem útoků národnostních nebo náboženských oponentů, přičemž zvláště mnoho jich má kultura židovská. Autor tuto otázku nechce přehlízet i z důvodu, že se dostal k řadě zajímavých informací, z nichž ale ne všechny mohou být zveřejněny. Ty přitom ukazují mnohotvárnost cestovního ruchu, který se musí vyrovnávat třeba i s možnými bezpečnostními riziky, jež jsou ale podmíněny například zahraniční politikou státu nebo efektivní spoluprací bezpečnostních orgánů (Petráš & Šultová, 2019a).

Česká republika patří k nejvíce proizraelským státům světa, což ale nese i bezpečnostní rizika, protože by se mohla proto stát cílem islámských extrémistů a je vlastně překvapivé, že k tomu dosud nedošlo. Zejména některá vyjádření Miloše Zemana byla opravdu ostrá, cizina přitom není na jeho leckdy až brutální bonmoty zvyklá, což vyvolalo ohlas v arabském světě. U Miloše Zemana (premiéra 1998-2002 a prezidenta 2013-2023) působí proizraelský postoj zvláště, když si uvědomíme jeho dobré vztahy například k Rusku a dalším státům spíše protiizraelským. Je zajímavou otázkou, nakolik je ovlivněn původem z Kolína – „Jeruzaléma na Labi“ s tradičně silnou židovskou komunitou, která ovšem byla téměř zcela vyhlazena přibližně v době jeho narození na konci druhé světové války. Židy nenávidí islamisté, arabští nacionalisté, ale i ultrapravice, dokonce část ultralevice a najdou se i přežitky antijudaismu mezi tradicionalistickými křesťany. Ochrana židovských památek – zejména stále funkčních synagog – je při takto širokém spektru potenciálních pachatelů pořádným oříškem a autor zažil případy, kdy kvůli rozsáhlým bezpečnostním opatřením raději prohlídku unikátních staveb oželel.

Tato bezpečnostní opatření jsou ale velmi náročná a mnohde si je nemohou dovolit, což je i případ Kolína, který přitom uvažuje o zápisu do Seznamu světového dědictví UNESCO jako židovské město. Autor využil před několika lety svých důvěrných kontaktů na regionální bezpečnostní orgány v oblasti Kutnohorsko Kolínsko a s hrůzou zjistil, jak zde (ne-)funguje klíčové propojení mezi veřejnou správou, policií státní, obecní a armádou, přestože je zde i klíčový bezpečnostní cíl v ČR, tedy hlavní vojenské letiště Chotusice u Čáslavi! Podnětem k tomuto zájmu byl svérázný zážitek, kdy při výletu prošel až na startovací asfaltovanou dráhu a to, aniž by někoho potkal – tedy bez jakékoliv kontroly. Musíme doufat, že i v souvislosti s aktuálními plány na nákup letounů F-35, ale také s aktivizací zbrojení NATO kvůli Ukrajině, pro které jde o jednu z klíčových leteckých základen, se situace zlepšuje. Tato poznámka se může zdát příliš odbočující, ale připomíná klíčový prvek – a to nejenom pro ochranu židovských památek ale v mnohém i obecně pro cestovní ruch, kterým je propojování mnoha zdánlivě i nesouvisejících problémů.

Zájem odborníků o menšinové památky v letech 2018-2020

Autor se otázkou menšinových památek zabývá již řadu let a snaží se aktivně o jejich právní ochranu a výraznější využívání v turismu, což je zde třeba nastínit. Počátky byly spíše náhodné v zásadě v roce 2018. Autor se věnuje cestovnímu ruchu, ale jeho hlavní vědecká specializace je vývoj právního postavení národnostních menšin. Uvědomil si tehdy, že odborníků takto zaměřených je několik a se značnou částí z nich již spolupracuje. Zvažoval tedy možnosti propojení obou okruhů a objevil fenomén menšinových památek. Obecně byl tento aspekt naprosto přehlížený, a to nejenom v ČR, ale velký zájem je věnován památkám židovským. Ty mají přitom zásadní význam pro Kolín, což je

pro autora sousední město, se kterým má řadu kontaktů. Podařilo se mu zorganizovat úspěšný workshop 21. května 2019 v Kolíně zaměřený na menšinové památky, na jehož počátku vystoupil tehdejší starosta Vít Rakušan (dnes ministr vnitra) ale také např. doyen výzkumů cestovního ruchu doc. Vaníček (program viz <http://turismus.prf.cuni.cz>). To mělo i důležité lokální souvislosti, protože Kolín právě z iniciativy starosty Rakušana plánoval prosadit se na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO, a to zejména jako židovské město se sloganem „Jeruzalém na Labi“. Kuriozitou ovšem byla skutečnost, že tyto snahy byly dlouho – i v době workshopu – utajované, aby město mohlo vykoupit domy sousedící se synagogou. Pokud by totiž majitelé tušili, jak zásadní roli mají v plánech města, tak by cena zřejmě razantně vzrostla (Petráš & Jouzová, 2020).

Menšinovým památkám se tehdy věnovalo jen několik odborníků a šlo spíše o okrajové téma, což se ale zčásti změnilo kvůli rozsáhlým požadavkům německé menšiny z léta 2019. Ta totiž s mezinárodní podporou předložila premiéru Babišovi celkem 42 požadavků zásadně rozšiřujících používání němčiny. V ČR se na celém území státu používá jako faktický úřední jazyk čeština ale i slovenština, ve dvou okresech Těšínska také polština, což je i mezinárodněprávně zakotveno v Evropské chartě regionálních či menšinových jazyků. Němci požadovali používání němčiny na celém území státu, což by přineslo velké problémy veřejné správě, která samozřejmě nemá dostatek jazykově kvalifikovaných úředníků. Požadavků byla celá řada a některé byly až kuriózní jako představa kompletního vysokoškolského vzdělání v němčině a to například (výslovně uvedeno) v oboru právo, který se přitom v ČR vyučuje jen na čtyřech univerzitách, a to ještě s nemalým provázáním vyučujících působících běžně na více školách. Kde by se pak vzali odborníci na speciální výuku v němčině? Kuriózním prvkem (ale pro menšinovou otázku nijak netypickým) byla snaha tato jednání utajit, protože jakmile se informace dostaly k samosprávě, tak ta logicky začala ostře protestovat. Pozoruhodnou ukázkou „kvality“ české publicistiky je skutečnost, že o této důležité otázce se dodnes zřejmě výrazněji nepsalo (Petráš & Jouzová, 2020).

Při projednávání otázky se projevila náhoda, která podpořila koncepci ochrany menšinových památek. Zásadní roli totiž hraje Rada vlády pro národnostní menšiny, která je sice orgánem jen poradním ale zato velmi prestižním, jehož předsedou bývá premiér. Rada je složena ze zástupců vládních orgánů, kteří ale u citlivějších sporných otázek logicky nemohou být příliš aktivní, protože nejde o ministry a obvykle ani jejich náměstky, dále je složena ze zástupců menšin, jenže ti o mnohé prvky nemají zájem nebo se v nich (typicky u složitých právních otázek) důkladně neorientují, nakonec jsou i dva zástupci odborné veřejnosti. Autor je členem Rady za odbornou veřejnost a byl jmenován i do speciální komise pro řešení požadavků německé menšiny. Náhodou tedy byl aktivní právě odborník věnující se menšinovým památkám. Při diskusích je nezbytné mít stále na paměti, že právní postavení menšin je komplikované a ani běžní právníci se v něm neorientují, přitom Evropská charta regionálních či menšinových jazyků patří k nejsvráznějším dokumentům. Nestanoví totiž státům, které ji přijmou, stejná pravidla, ale dává na výběr z desítek různých práv pro menšiny (přesněji pro užívání menšinového jazyka), ze kterých si daná země vybere, a to dokonce pro každý jazyk zvlášť. To sice dává žádoucí možnost přizpůsobit se reálným podmínkám, ale jednání pak jsou o to komplikovanější.

Autor s dalšími odborníky z Právnické fakulty Univerzity Karlovy již téměř desetiletí zajišťuje Radě vlády pro národnostní menšiny fakticky právní servis a v říjnu 2019 byl pověřen Úřadem vlády analyzovat požadavky německé menšiny. Proběhl speciální workshop, ale využita byla také tradiční konference k právní úpravě cestovního ruchu organizovaná autorem na Právnické fakultě UK 12. listopadu. Tam se diskutovalo mj. o problému menšinových památek a dorazily i pracovnice Úřadu vlády. Uvažovalo se o možnosti spíše deklarativního zakotvení podpory menšinových památek a kultur vůbec v některém zákoně. Nabízela se možnost připravovaného nového památkového

zákona, což bylo probráno i s částí jeho tvůrců, jenže tento zákon vzniká mimořádně komplikovaně a výsledek je dosud nejasný (Petráš, 2018b).

Menšinové památky a jejich využívání pro turismus mohou řešit mnohé klíčové problémy. Zásadní skutečností v menšinové otázce v ČR je často výrazný nepoměr mezi historickým významem řady společenství pro českou kulturu a jejich dnešní početností. Všechny tři nebo možná čtyři největší menšiny v ČR totiž vznikly převážně až migracemi po roce 1945 nebo dokonce v současnosti. Slováci se masově stěhovali do českých zemí až po druhé světové válce, což se týká i Romů, protože původní romské populace zničil holocaust. Ukrajinská a obdobně i ruská menšina, které je obtížné přesně rozlišit, se vytvářejí až poslední zhruba čtvrtstoletí (početná byla ale i emigrace v meziválečné éře) a masově rostou od března 2022. Naopak Němci a Židé dnes představují jen zlomek jejich počtu od středověku až do druhé světové války. Česká republika chce vyjít vstříc židovské menšině kvůli holocaustu, ale i Němcům ve snaze překonat historickou roztržku ze čtyřicátých let a s ohledem na vlivné sousedy, ale jak to udělat při jejich minimální početnosti, aby nešlo fakticky o diskriminaci ostatních menšin? Proč tedy například přiznávat němčině rozsáhlá práva jako faktickému úřednímu jazyku, když je nemá ukrajinština nebo ruština, specificky i romština? Lze se ale zaměřit na podporu menšinových památek, a ty jsou skutečně hlavně německé a často židovské. Podařilo se přesvědčit německou menšinu, aby mj. začala oficiálně požadovat propagaci německých památek a jejich využívání pro cestovní ruch.

Dopady koronavirové krize na cestovní ruch a možné přínosy menšinových památek

Z hlediska menšin se tedy mohla zdát otázka menšinových památek jasná, kdy jejich podpora a propagace znamenala podporu menšinových kultur. Odlišná ale byla situace z hlediska praxe cestovního ruchu. Až do koronavirové krize roku 2020 rostl cestovní ruch velmi rychle a obavy vyvolával spíš overtourism, který se projevoval v řadě slavných destinací. Za této situace ze strany praktiků i teoretiků cestovního ruchu logicky nebyl větší zájem o menšinové památky, které sebou nesly např. rizika politizace ale i nemalé nároky na kvalifikaci pracovníků. Koronavirus ale znamenal zřejmě nejhlubší krizi, které odvětví v éře masového turismu prodělalo. Například v ČR se teprve v současnosti vrací na předkrizovou úroveň a mnohé problémy třeba s personálem přetrvávají. Šance na dlouhodobou veřejnou podporu pro menšinové památky a jejich propagaci v cestovním ruchu tedy může být cenným stabilizujícím prvkem (Petráš, 2021).

Nelze přitom přehlížet ani aspekt silících progresivistických tlaků, v současnosti úspěšných zejména v případě energetické politiky, z dílčích prvků hlavně u omezování automobilů se spalovacím motorem. Mnohdy se předpokládalo, že při katastrofálních poměrech koronavirové krize a v současnosti hrozící (v ČR zřejmě již začínající) ekonomické deprese progresivistické tlaky zeslábnou, ale není tomu tak. I když razantní ekologická opatření hrozí likvidovat například důležitý automobilový průmysl, tak aktivisté ale i nemalá část politiků zejména na úrovni EU chce pokračovat podobným stylem. Dalším cílem progresivistických tlaků může být právě cestovní ruch, což se projevovalo již před koronavirovou krizí například v Barceloně, kde levicovní aktivisté prováděli různé obstrukce návštěvníkům. Cestovní ruch se sice snaží omezovat ekologické dopady, ale z povahy věci jsou takové možnosti jen omezené, protože doprava (zejména letecká) nebo krátké ubytování mimo stálé bydliště znamenají nepochybnou ekologickou zátěž. Cestovní ruch vzhledem k jeho různorodosti sice lze jen těžko nějak zakázat nebo výrazně omezit, ale už pouhá skutečnost, že tlak tisku a různých celebrit by ho označoval za nevhodný, jak tomu u progresivistických kampaní bývá, by přinášela nepříjemný ekonomický dopad.

Využívání menšinových památek, tedy propagace menšinových kultur v cestovním ruchu, požadovaná samotnými menšinami je přitom argument, který na progresivistické hnutí (vedle ekologie a genderu) nepochybně platí. Přitom je naprosto zásadní si stále uvědomovat, že propagace

menšinových památek obvykle neznamená žádný velký a nákladný skok, ale leckdy jen snadné doplnění současných aktivit, která tím ale získají oceňovaný charakter vzdělávání veřejnosti o menšinových kulturách. Tedy typicky při výkladech o místní historii lze doplnit, že třeba bývalí vlastníci hradu či zámku patřili k nějaké menšině a jaké to mělo dopady. Menšinový aspekt přitom může inspirovat i moderní genderové pojetí, tedy upozornit na specifika života žen. V podmínkách ČR, která je mimochodem tlakem progresivních ekologů proti spalovacím motorům ekonomicky zvláště ohrožena, lze přitom nalézt menšinový – nejčastěji německý nebo židovský – aspekt téměř všude (podrobně Petráš, 2021).

Například v Kutné Hoře je zatím poslední zásadně zrenovovanou památkou knihovna naproti kostelu Matky Boží Na Náměti, která získala statut národní kulturní památky. Budova sloužila dlouhé roky jako zvláštní škola, proto se snadno nabízí např. pořádání akcí k vývoji romského vzdělání, což je mimochodem stále aktuální téma velmi důležité z hlediska mezinárodních organizací dohlížejících na lidská práva v ČR. Samozřejmě by šlo zvolit i jiné téma, protože historické budovy mívají složitou minulost, ale tohle má asi největší šanci na pozitivní ohlas i podporu od veřejné sféry. Zaměření na menšinové památky a kultury tedy obvykle neznamená něco složitě tvořit, ale při volbě tématu – a to i při tvorbě produktů cestovního ruchu – zvolit zaměření menšinové. To má pak nemalou šanci získat veřejnou podporu (Petráš, 2021).

V době koronaviru kontakty ustaly a řešení německých požadavků přešlo v zásadě do kuloárů a dodnes není dokončeno. Existují však i jiné menšinové problémy, kde podpora památek a kultur a jejich využívání pro cestovní ruch může České republice pomoci. Vcelku je totiž nutné upozornit, že ČR má u mezinárodních orgánů věnujících se právům menšin poměrně špatnou pověst, takže podpora památek a kultur by se mohla hodit. Zejména když náklady nebudou horentní, a hlavně se mohou vrátit, dokonce státu i finančně prospět, pokud budou efektivně umístěny do cestovního ruchu, což je jinak u prostředků používaných na menšinové aktivity neobvyklé.

Otázka tedy začala být zajímavá i pro cestovní ruch, takže se uvažovalo o zařazení nějakých ustanovení na podporu využívání menšinových památek a kultur do právních předpisů tohoto odvětví. Na toto téma se zaměřila konference k právní úpravě cestovního ruchu, kterou autor organizoval nezvykle v červnu 2022 a hlavně v Kutné Hoře spolu s prohlídkou obvykle nepřístupných památek – část referátů včetně dr. Králové ředitelky Odboru cestovního ruchu MMR zazněla v synagoze (program viz <http://turismus.prf.cuni.cz>).

Právě tehdy ale také opět ožila myšlenka zákona o cestovním ruchu. Zákon o cestovním ruchu, pokud bude přijat, by znamenal hlavně právní zakotvení destinačního managementu vytvářeného svéráznou quasiprávní cestou od roku 2018. Předpokládá se přitom značná veřejná podpora tohoto systému, což logicky dává možnost prosazovat u subjektů cestovního ruchu například ekologické přístupy ale také třeba podporu menšinových památek a kultur. Příprava zákona, do které se autor zapojil (na prvním kulatém stole k otázce patřil k hlavním řečníkům), se ale protahuje a výsledek je dosud nejasný. Autor musí konstatovat, že jednání usilují o kvalitní destinační management, ale zásadní problémy právní jsou zatím spíše podceňovány. Když diskutoval právní aspekty destinačního managementu s kolegy z Právnické fakulty UK, tak představa části tvůrců o snadném vytvoření takového koncepčně zcela nového zákona vyvolala údiv a někdy až výsměch, a to i u členů Legislativní rady vlády.

Připravují se tedy dva zákony týkající se cestovního ruchu, a to nový památkový zákon a zákon o cestovním ruchu, kam by šlo zařadit propagaci menšinových památek a kultur, ale otázkou je, kdy a zda vůbec se těchto zákonů dočkáme. Nabízí se ale možnost zařadit nějaké takové ustanovení do zákona č. 159/1999 Sb., tedy připojit ho k další připravované novelizaci. Původní koncepci zákona věnovaného podnikání v cestovním ruchu je samozřejmě takové ustanovení vzdálené, ale již mnoho let – hlavně od zařazení horské služby – funguje tento zákon (z formálně-legislativního hlediska

bohužel) jako všeobecné shromaždiště norem k cestovnímu ruchu, takže to možné je. V únoru 2023 je tedy zatím takováto situace, ale autor se rozhodl podnítit další aktivity, ostatně již v roce 2022 prosadil projednávání otázky v Radě vlády pro národnostní menšiny. Ukazuje se, že připomínky jednotlivce často zapadnou, proto ve spolupráci s českými ale i zahraničními odborníky připravuje iniciativu, která by se měla tématu dlouhodobě věnovat.

Závěr

Využívání historických tradic naráží na řadu problémů, ze kterých alespoň některé byly v článku analyzovány. Šlo hlavně o problém často nedostatečných znalostí veřejnosti a bohužel i pracovníků cestovního ruchu, přičemž efektivní využívání menšinových památek vyžaduje nemalé odborné znalosti. Takovéto potřebné informace především regionální přitom často nejsou vůbec k dispozici, protože zpracovanost řady témat je velmi omezená a často téměř nulová. Důležitou součástí článku je i nástin vývoje odborného zájmu o menšinové památky, který obsahuje i mnohé informace objasňující jejich aktuálnost.

Literatura

- Hoffmann, F. (1992). *České město ve středověku*. Praha, ČR: Panorama.
- Hofmann, R., Malloy, T.H. & Rein, D. (2018). *The Framework Convention for the Protection of National Minorities: A Commentary*. Leiden, Nederland – Boston, USA: Brill Nijhoff.
- Lehrer, E.T. (2013). *Jewish Poland Revisited. Heritage Tourism in Unquiet Places*. Indianapolis, USA: Bloomington.
- Konfiskované osudy. Umělecké památky z německého majetku získaného československým státem a jejich severočechští majitelé*. (2019) Praha, ČR: Artefactum.
- Petráš, R. (2013). *Právo a cestovní ruch*. Praha, ČR: UJAK.
- Petráš, R. (2018a). Současné právní problémy cestovního ruchu v České republice. *Studia turistica* 1/2018, s. 12-23. Dostupné z <https://www.studiaturistic.cz/>
- Petráš, R. (2018b). Dlouholeté spory o nový památkový zákon, *COT Celý o turismu*, červenec – srpen 2018, s. 24.
- Petráš, R. (2019). Česká právní úprava cestovního ruchu v roce 2018 a výhledy do budoucna, *Studia Turistica*, 10(1), 56-63. Dostupné z <https://www.studiaturistic.cz/>
- Petráš, R. & Šultová, K. (2019a). Menšinové památky a problémy jejich využití pro cestovní ruch. In *Aktuální problémy cestovního ruchu / Cestovní ruch – příležitost pro venkov* (pp. 249-258). Jihlava, ČR: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2019>
- Petráš, R. & Šultová, K. (2019b). Právní a praktické problémy fungování židovských náboženských obcí 1890–1949. *Právněhistorické studie*, 49(1), 91-118. Dostupné z https://karolinum.cz/data/clanek/6966/PHS_49_1_0091.pdf
- Petráš, R. (2020). Aktuální problémy české právní úpravy cestovního ruchu v roce 2019. *Studia Turistica*, 11(1), 42-51. Dostupné z <https://www.studiaturistic.cz/>
- Petráš, R. & Jouzová, M. (2020) Aktuální problémy menšinových památek v ČR a rizika overtourismu. In *Aktuální problémy cestovního ruchu* (pp. 183-191). Jihlava: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/conference-topical-issues-of-tourism-2020>
- Petráš, R. (2021). Aktuální krize cestovního ruchu, menšinové památky a právo. In Dušek, J. a kol. *Politiky a strategie pro regionální a udržitelný rozvoj v místním kontextu* (pp. 99-110). České Budějovice, ČR: Vysoká škola evropských a regionálních studií.

Tyslová, I. (2018). Places of Memory in Marketing Communication of Tourism Destinations in Czech Republic. In *Aktuální problémy cestovního ruchu / Autenticita v kontextu cestovního ruchu* (479-488). Jihlava, ČR: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2018>

Xie, P. F. (2011). *Authenticating Ethnic Tourism*. Bristol: Velká Británie, UTP.

Kontaktní údaje

JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.

Univerzita Karlova Právnická fakulta

Nám. Curieových 7, 116 40 Praha 1

e-mail: petras@prf.cuni.cz

Změny historického poznání a jejich využití v cestovním ruchu – příklad kutnohorské předměstí Malín a svatý Vojtěch

Changes in Historical Knowledge and their Use in Tourism – an Example of the Suburbs of Kutná Hora Malín and St. Adalbert

René Petráš, Jakub Razim & Ivan Halász

Abstrakt

Historické tradice mají zásadní význam pro cestovní ruch, jedním z praktických problémů jsou však občas až zásadní posuny v historickém poznání. Využití nových pohledů vědců v praxi cestovního ruchu může být obtížné, realita bývá leckdy taková, že veřejnost ale i pracovníci destinačního managementu se o nich dozvídají až po letech. Otázka je studována zejména na příkladu kutnohorského předměstí Malín. Kutná Hora patří k nejvýznamnějším destinacím cestovního ruchu v ČR, ale obvykle není známa složitá struktura tohoto města. K vlastní Kutné Hoře vzniklé okolo stříbrných dolů koncem 13. století totiž byly až po druhé světové válce připojeny Sedlec (s jádrem v klášteře založeném roku 1142) a Malín, původně hradiště nejpozději z 10. století. Turisté míří do centra a také do Sedlce se slavnou Kostnicí, nejstarší část Malín naopak není navštěvována vůbec. Historické výzkumy posledních dvaceti let ale ukazují, že význam hradiště byl mnohem větší, než se dosud tušilo, a to zejména v době kdy patřil rodu Slavníkovců. Z něj pocházeli svatý Vojtěch a jeho bratři považovaní za klíčové osobnosti v počátcích polské ale i uherské státnosti. Místní veřejnost o těchto nových poznatcích neví téměř nic a propagace informací zejména mezi návštěvníky z Polska a Maďarska se zatím neprovádí. Cílem je na jedné straně analýza vývoje historického poznání Malína zejména v posledních dvou desetiletích, na druhé straně pak možnosti využití pro cestovní ruch včetně naznačení významu přikládaného svatému Vojtěchovi v zahraničí, konkrétně v Maďarsku. Ilustruje i v ČR časté přehlížení náboženských tradic, a to i v zemích západní kultury.

Klíčová slova: Kutná Hora – Malín. Svatý Vojtěch. Změny historického poznání.

Abstract

Historical traditions are of fundamental importance for tourism, but one of the practical problems is sometimes even fundamental shifts in historical knowledge. Using the new perspectives of scientists in the practice of tourism can be difficult, the reality is sometimes such that the public as well as destination management staff learn about them years later. The question is studied mainly on the example of Malín, the suburb of Kutná Hora. Kutná Hora is one of the most important tourist destinations in the Czech Republic, but the complex structure of this city is usually not known. Sedlec (with its core in a monastery founded in 1142) and Malín, originally a castle from the 10th century at the latest, were added to Kutná Hora itself, which arose around the silver mines at the end of the 13th century. Tourists head to the center and also to Sedlec with the famous ossuary, the oldest part of Malín, on the other hand, is not visited at all. However, historical research of the last twenty years shows that the importance of Malín was much greater than previously suspected, especially when it belonged to the Slavník family. Saint Adalbert and his brothers, considered to be key figures in the beginnings of Polish and Hungarian statehood, came from him. The local public knows almost

nothing about these new findings, and the promotion of information, especially among visitors from Poland and Hungary, has not yet been carried out. The goal is, on the one hand, the analysis of the development of historical knowledge of Malín, especially in the last two decades, and on the other hand, the possibilities of use for tourism, including an indication of the importance attached to Saint Adalbert abroad, specifically in Hungary. It illustrates the frequent neglect of religious traditions in the Czech Republic, even in countries of Western culture.

Keywords: Changes in historical knowledge. Kutná Hora – Malín. Saint Adalbert.

Úvod

Historické tradice jsou mimořádně důležité pro cestovní ruch, ale leckdy se ukáže, že skutečné dějiny vypadaly zřejmě jinak, než se třeba i po staletí tradovalo. Často se pak praxe cestovního ruchu jen velmi pozvolna vyrovnává s novým historickým poznáním, k čemuž přispívá obvykle ekonomická nebo geografická kvalifikace osob v destinačním managementu, naopak historici si mnohdy ani neuvědomují možné výrazné ekonomické dopady takovýchto nových pohledů.

Téma dopadů změn historického poznání je samozřejmě zkoumáno na konkrétních příkladech, a to zejména na pozoruhodném případě kutnohorského předměstí Malín. Ke Kutné Hoře – proslulé turistické destinaci – vzniklé okolo stříbrných dolů koncem 13. století totiž byly až po druhé světové válce připojeny Sedlec (s jádrem v klášteře založeném roku 1142) a Malín, původně hradiště nejpozději z 10. století. Turisté navštěvují vlastní historické město a Sedlec se slavnou Kostnicí a katedrálou, ale téměř nikdy nejstarší část Malín. Historické výzkumy posledního čtvrtstoletí ale prokázaly nesrovnatelně větší než dříve předpokládaný význam hradiště Malín v 10. století, kdy patřil rodu Slavníkovců. Z rodu pocházeli svatý Vojtěch a jeho bratři považovaní za spoluzakladatele polské i uherské státnosti. Místní obyvatelé i pracovníci cestovního ruchu však o nových poznatcích historiků téměř nic netuší. Propagace Malína, a to alespoň mezi návštěvníky z Polska a Maďarska, se zatím neprovádí. Otázkou je také, jaké může mít rozvoj cestovního ruchu dopady na Malín.

Přehled literatury

Podceňování významu Malína ve starší historiografii

Starší odborná literatura jevila o Malín jen minimální zájem a jeho význam byl podceňován. Je to patrné například na monumentálním díle české historiografie České dějiny, kde v rejstříku dílu zachycujícímu 10. století ani Malín nenajdeme. Také nejvýznamnější práce z komunistické éry například od Rudolfa Turka se držely staršího pojetí a Malín považovaly jen za jedno z mnoha hradišť rodu Slavníkovců (Turek, 1982). Naopak moderní práce již Malínu věnují pozornost (Žemlička, 1997), a to někdy opravdu značnou (Bláhová, Frolík, Profantová, 1999). Nezájem o Malín měl totiž dva zásadní prvky, které byly od devadesátých let postupně překonány. První z nich, který je mezi odborníky zajímavými se o starší české dějiny dobře známý, je zásadní zmenšení předpokládaného panství rodu Slavníkovců. Podle dnešních názorů (Sláma, 2007) chybná představa o mohutném panství Slavníkovců navazuje až na slavného kronikáře Kosmase, podle kterého patřila tomuto rodu téměř polovina Čech – východní a jižní. Nové přístupy předpokládají jen nevelké panství mezi tradičním uznávaným jádrem Libic nad Cidlinou a Malínem (pouhých 20 km), nebo možná ještě včetně Časlavi (dalších 8 km jihovýchodně od Malína). Zde se nacházela zřejmě jen tři nebo čtyři hradiště – vedle tří uvedených asi fungoval i Hanín (v meandrech Labe, dnes vedle nádraží Kolín) ležící mezi nimi. Malín tedy nebyl jedním z mnoha hradišť Slavníkovců, ale jeden z pouhé hrstky, dokonce možná jen ze dvou (Velímský, 2014, Třeštík, 2014). Svatý Vojtěch zde vzhledem k blízkosti tradičního uznávaného centra Libice téměř jistě pobýval.

Druhý zásadní prvek zásadně zvyšující význam Malína, tedy i jeho důležitost pro Slavníkovce včetně svatého Vojtěcha, je celostátní odbornou literaturou spíše přehlížen. Leckdy dokonce převažují zastaralé názory, které vyloučila až moderní technika pomocí složitých metod, k čemuž existuje několik regionálních studií. V Malíně totiž fungovala mincovna rodu Slavníkovců razící stříbrné mince (představující tehdy v Evropě jádro měny) s označením Malin civitas, což ale bylo tradičně vysvětlováno bohatými ložisky stříbra v okolí. Důlní činnost před polovinou 13. století, kdy se začíná těžit na území historického jádra Kutné Hory, sice nebyla nikdy zdokumentována, ale argumentovalo se možností nálezů stříbra i na povrchu. Pomocí moderních technických metod analyzujících příměsi ve stříbře se ale podařilo místní původ stříbra u Slavníkovských mincí (označených Malin civitas) vyloučit. Za pravděpodobný původ rudy se uvažuje dokonce až severní Afrika (Holub, 2007, Velímský, 2007). Mince znamenající možná i provokaci vůči vládnoucím Přemyslovcům tedy nebyla projevem snadného místního získávání stříbra, ale sloužila spíše pro ekonomické potřeby Malína jako významného dopravního a snad i tržního uzlu na tradiční stezce z Čech na Moravu nebo pro prezentaci Slavníkovců jako mocného rodu. To z něj dělá jedno z klíčových českých sídel 10. století. Pokud tedy shrneme oba uvedené prvky, pak důležitost Malína je nesrovnatelně vyšší než se historikům (a to již od středověkých kronikářů jako byl Kosmas) zdálo, přitom současně se historický význam svatého Vojtěcha a jeho bratří nijak nezmenšil! Dokonce snad i relativně vzrostl, protože podle dnešních názorů nešlo o příslušníky rodu, který konkuroval vládnoucím Přemyslovcům, ale o pozoruhodné osobnosti, které se prosadily spíše vlastními schopnostmi.

Regionální literatura k Malínu

Malín naráží na obvyklý problém sídel s kdysi slavnou minulostí, která v moderní době mají význam nesrovnatelně menší. Nevelké množství zájemců o regionální dějiny pak často ani neví, do kterého nezpracovaného tématu se pustit dříve, k veřejnosti ale i pracovníkům cestovního ruchu se dostávají leckdy jen střípky. Podrobnější knihy vznikly často ještě za monarchie a dnes jsou zejména u starších dějin místy až zoufale zastaralé, což je i případ dějin Malína znovu vydaných před dvěma desetiletími (Ledr, 1897/2002). Tato situace se ostatně částečně týká i Kutné Hory jako celku, která přes kdysi celoevropský význam má obdobné množství pracovníků v muzeu a archivu jako jiná maloměsta a další instituce zde sídlící (často pobočky celostátních) se jen málo věnují regionální historii. Tradičním problémem nejenom pro cestovní ruch ale i kulturní život, a dokonce i samotnou vědeckou práci, bývá minimální spolupráce historických pracovišť v daném regionu. V Kutné Hoře sídlí archiv i řada muzeí, galerií a také archeologických pracovišť patřících v ČR k nejvýznamnějším, ale kooperace je minimální, k čemuž přispívá i jejich podřízenost různým resortům.

Běžným prvkem jsou i zásadní rozdíly ve zpracovanosti historie sousedních regionů ale také různých etap dějin, což lze krásně ilustrovat právě na Malínu. Zájemci o dějiny Kutné Hory Malín jako okrajové předměstí přičleněné navíc k městu až roku 1961 přehlížíjí, navíc odborníků na starší středověk je obecně málo, a je nedostatek historických pramenů, takže o předhusitské éře bývá napsáno málo, což se týká i rozsáhlých dějin města (Štroblová, Altová, 2000). Sousední venkovský region Novodvorská je přitom zpracován důkladně dvěma provázanými reprezentativními knihami z prestižního nakladatelství Karolinum z let 2011 a 2013, jenže autoři se bohužel dosti striktně drží vymezení zkoumané oblasti končící bohužel na okraji Malína. I v části věnované historickému vývoji je ale starší středověk popsán jen stručně a Malínu jako klíčovému hradišti pro region se věnuje jen několik řádek (Lipský, Šantrůčková, Weber, 2011, s. 28), ale cenné jsou samozřejmě obecné informace třeba k historickým pramenům regionu. Na západní straně Malína směrem k vlastnímu městu je předměstí Sedlec s důležitým klášterem z roku 1142, jehož starší vývoj byl Malínem nemálo ovlivněn, ale rozsáhlá publikace (Lomičková, 2009) tomu věnuje jen malý zájem.

Odborné publikace k cestovnímu ruchu v Kutné Hoře jsou až překvapivě výjimečné (Petráš, Šultová, 2019 nebo Petráš, Jouzová, 2020), přímo k Malínu literatura neexistuje. Vznikly ojedinělé studentské práce zejména k otázce využívání Kutné Hory pro film, ale ani zde není o Malínu téměř nic.

Data a metody

Práce byla zaměřena na změny historického poznání a jejich dopady na cestovní ruch, což bylo zkoumáno na příkladu Malína – předměstí Kutné Hory. Cílem byla na jedné straně analýza vývoje historického poznání Malína zejména v posledním čtvrtstoletí, na druhé straně pak možnosti využití pro cestovní ruch včetně naznačení významu přikládaného svatému Vojtěchovi v zahraničí, konkrétně hlavně v Maďarsku. Obecněji tedy otázka zněla, nakolik jsou osoby působící v cestovním ruchu schopné využít nové poznatky historiografie. Tým byl složen zaprvé z odborníka na cestovní ruch, který žije v daném městě. Ten se spojil s historikem věnujícím se středověku a zahraničním badatelem schopným analyzovat význam svatého Vojtěcha v Maďarsku. Všichni zapojení jsou vzdělání (ve dvou případech vedle historie) také právníky, ale tuto kvalifikaci zde v zásadě nevyužili.

Odborník na středověkou historii používal vcelku běžné metody medievistické (tedy středověké) historiografie k analýze vývoje pohledu na postavení rodu Slavníkovců, a tedy i významu hradiště Malín. Maďarský odborník využil své zkušenosti s využíváním tradice svatého Vojtěcha a maďarskou odbornou literaturu. V místě žijící odborník již několik let věnoval zájem podceňování významu Malína a využíval své kontakty ale i působení v Komisi cestovního ruchu Kutné Hory k opatření informací. Zpracoval na základě toho celkovou analýzu problému, kdy pracovníci cestovního ruchu se jen pozvolna dostávají k novým poznatkům historiků, jak lze vidět právě u Malína. Zařadil i některé další příklady pro komparaci, která však nemohla jít kvůli rozsahu článku do detailů.

Výsledky a diskuse

Některé výrazné změny historického poznání v nedávné době a vliv na cestovní ruch

Tato studie se primárně věnuje změnám historického poznání v Kutné Hoře – Malín, což ale rozhodně není jediný takovýto případ. K jedné z nejvýraznějších změn v poznání české minulosti došlo nedávno až překvapivě blízko u Libenic vzdálených jen 4 km severovýchodně od Malína. Ještě reprezentativní Velké dějiny zemí Koruny české I. (Bláhová, Frolík, Profantová, 1999, s. 123-124) věnovaly mimořádnou pozornost domnělému keltskému kultovnímu areálu s významnou svatyní a hrobem datovanému na přelom 4. a 3. století před Kr. Objeveny byly v roce 1959 a k nálezům vznikla dokonce již roku 1962 rozsáhlá kniha, což rozhodně není v archeologii běžné. Jenže dnešní pohled prosazující se od roku 1995 předpokládá spíše germánský hrob ze 4. nebo 5. století, tedy odlišný výklad archeologických nálezů a posun o tři čtvrtiny tisíciletí! Z hlediska cestovního ruchu je vhodné připomenout silnou keltománii v řadě zemí včetně ČR, která tak přišla o možnou zajímavou destinaci. Jen 40 km jihovýchodně od Libenic leží Nasavrky a blízké keltské oppidum, kde se v posledních letech vytváří jeden z největších archeoskanzenů na světě, který přitahuje čím dál více návštěvníků (www.zemekeltu.cz).

U historických tradic lze zmínit, že Libenice i Malín se nachází u tradiční klíčové Haberské stezky z Čech na Moravu, takže je lze vidět také z dnešní důležité silnice a železnice Kolín – Havlíčkův Brod. Mimořádný tradicionalismus dopravních cest a umístění sídliště daný přírodními podmínkami ale často i přímou návazností jdoucí leckdy přes tisíciletí je dobré nepodceňovat.

Zvlášť ilustrativní ukázkou nedávných zásadních změn historického poznání představuje asi nejstarší funkční stavba na území bývalého Československa kostel svaté Markéty Antiochijské v Kopčanech, kdy jde o zřejmě dle dnešních poznatků o jedinou stojící stavbu z dob Velké Moravy. Jeho historický význam byl objeven až po roce 2004, což překvapí, protože sice prošel ve 13. století gotickou

přestavbou, ale nachází se jen necelé dva kilometry od navštěvovaného proslulého hradiště v Mikulčicích. Ani na Slovensku není dosud tato informace příliš rozšířena, a to ani mezi odborníky na využívání církevních památek pro cestovní ruch, což si jeden z autorů ověřil i na 11. mezinárodním kolokviu o cestovním ruchu v Pavlově v září 2021. Zde stojí za zmínku, že skutečné stáří obou kostelů v Malíně je sporné, což je u památek raného středověku běžné, takže nelze vyloučit ani posun do starší doby. Důkladný archeologický výzkum je totiž zejména v zastavěných prostorách možný jen výjimečně. Veřejnost by asi překvapila skutečnost, že na řadě významných nalezišť (např. jedno z dávných center Čech Kouřim) se předpokládá na základě řady důkazů, že to nejcennější stále zůstává v zemi.

Problémy změn historického poznání éry Slavníkovců a hradiště Malín

„Zemřel Slavník, otec svatého Vojtěcha. Ač v jeho povaze a životě vyniká velmi mnoho pamětihodných rysů, chceme se zmínit aspoň o některých mála z nich, a proto přerušujeme běh našeho vypravování. Byl to muž ke všem veselý tváře, bystrého ducha a úsudků, vlídný v hovorech a bohatý světskými i duchovními statky. V jeho domě se skvěla poctivost a upřímná láska, spravedlnost soudů i hojnost předáků. Svými činy dokládal znalost práva, podporoval chudé, utěšoval zarmoucené, přijímal pocestné a chránil vdovy a sirotky. Sídlem tohoto znamenitého knížete byla Libice, ležící v místě, kde řeka Cidlina ztrácí své jméno a ústí do volnějšího toku Labe. Jeho knížectví mělo tyto hranice: na západ proti Čechům potok Surinu a hrad, ležící na hoře, jež se jmenuje Oseka, při řece Mži. Rovněž na jižní straně proti Němcům tyto pomezí hrady: Chýnov, Důdleby a Netolice až doprostřed hvozdu, k východu proti moravské zemi hrad ležící pod pomezím hvozdem, jménem Litomyšl, až k potoku Svitavě, tekoucímu středem hvozdu, na sever proti Polsku hrad Kladsko, ležící nad řekou Nisou. Tento kníže Slavník, dokud žil, šťastně žil.“ (Kosmas, 2011, s. 61-62; anglicky Cosmas 2019, s. 93).

V citované pasáži z Kroniky Čechů, jednoho z nejvzácnějších děl naší středověké historiografie, zachytil pražský děkan Kosmas památku na velmože Slavníka a jeho rod. Důvodem, proč se kronikář rozhodl o libickém knížeti rozepsat obšírněji, byla patrně snaha uctít svatého Vojtěcha a glorifikovat jeho urozený původ, odvozovaný právě od Slavníka. Zároveň se Kosmovo písemné svědectví zasloužilo o vznik „slavníkovského mýtu“. Vyprávění o vzestupu a pádu vznešené dynastie ovládající rozsáhlé državy a soupeřící o moc s vládnoucími Přemyslovci se totiž vrylo hluboko do národní kulturní tradice předávané z generace na generaci (Lutovský, Petrů, 2005, s. 28-32). Mezi historiky projevil zájem o osud Slavníka a jeho potomstva již v polovině 19. století František Palacký, zakladatel moderního českého dějepisectví, který přišel jako první s dodnes běžně užívaným rodovým jménem „Slavníkovců“. Palacký nevnímal ještě Slavníkovce jako rovnocenné konkurenty Přemyslovců, nepochyboval však o velikosti jejich teritoria, jež znal z četby Kosmovy kroniky. Výkladový posun způsobilo německé dějepisectví 19. století, když pod vlivem evolucionistické sociologie začalo operovat s hypotézou o kmenové rozdrobenosti v raně středověkých Čechách, přičemž vycházelo z předpokladu, že českou kotlinu obývaly již od předstátní doby malé kmeny a že někteří jejich náčelníci se těšili nezávislému postavení. Patřili sem prý i příslušníci slavníkovské rodiny, kteří byli pány nad slovanským kmenem Charvátů. Vývoj měl směřovat k hegemonii Přemyslovců, přičemž se konsensuálně přijímalo, že „budování přemyslovského státu“ se neobešlo bez násilného podmaňování slabších kmenů silnějšími a že jeho vyústěním bylo vyvraždění Slavníkovců na Libici roku 995 (Třeštík, 2011, s. 69-70). Stanovisko německé historické obce převzala i česká tzv. Gollova škola, jejíž reprezentant Václav Novotný ve svých Českých dějinách (Novotný, 1912) nadlouho kanonizoval jak „kmenovou teorii“, tak roli Slavníkovců v dramatu sjednocovacího procesu. Chybějící díly v mozaice poté doplnily archeologie a numismatika, když historický model

podepřely tezí jednak o početnosti hradů a územním rozmachu panství Slavníkovců, jednak o usurpaci jejich mincovního regálu pražskými knížaty jakožto výsledku rostoucí animozity mezi Přemyslovci a Slavníkovci (např. Turek, 1982).

Slabina této konstrukce ale spočívá v tom, že zatímco hmotné relikty mohou být ambivalentní, obtížně datovatelné a náchylné k účelové (dez)interpretaci, literární prameny pro slavníkovskou éru jsou zase torzovité a skýtají prostor spekulacím. Mezioborová spolupráce na ose historie – archeologie má navíc ve zvyku spokojit se vzájemným přejímáním výsledků nikoliv jako otevřených problémů, nýbrž jako pevných faktů dodávajících legitimitu vlastním názorům (Kalhous, 2020). Proto je pochopitelné, že poté, co se pod náporu kritiky otřásla jednotlivá badatelská východiska, zhroutil se v 90. letech 20. století i „slavníkovský mýtus“ vybudovaný na víře v jejich správnost. Za historiky se ozval asi nejhlasitěji Dušan Třeštík s oponenturou opřenou o rozbor literárních památek. Dospěl k závěru, že v našich zemích můžeme počítat s etnickou jednotou Čechů, přičemž Slavníkovci byli pouze hradeckými správci, dosazenými od příbuzensky spřízněných Přemyslovců, a jejich likvidace nebyla ani tak završením cílevědomého budovatelského úsilí jako spíše epizodickým projevem krize a „vyřizování účtů“ mezi členy politické elity (Třeštík, 1990, 2007, 2014, souhrnně Třeštík, 1997). Z archeologů se ve stejném duchu vyslovil Jiří Sláma ve své kritické bilanci slavníkovského bádání, jejíž dílčí úvahy měl příležitost ještě později rozvinout (Sláma, 1995). Sláma jednak staví do nepříznivého světla Kosmova vědomosti o Slavníkovcích, jednak varuje před omezenou vypovídací hodnotou archeologického materiálu pro vymezení slavníkovského dominia a určení „knížecího“ charakteru Libice stejně jako pro řešení mocensko-politických otázek. Slavníkovce pokládá i on za pouhé hradecké úředníky, strážící z Libice důležité zemské stezky polskou a trstenickou z vůle Přemyslovců, se kterými byli pokrevně spřízněni, a jejichž důvěry praotec rodu Slavník požíval. Vytratila se současně dřívější víra ve faktografickou spolehlivost Kosmova líčení, pokud jde o hranice libického knížectví. Oproti maximalistické koncepci Rudolfa Turka nárokuje pro Slavníkovce více než polovinu Čech a oproti kompromisnímu návrhu Rostislava Nového kladoucího jejich teritorium do severovýchodních Čech prosazuje se dnes minimalistické stanovisko, podle něž Slavníkovci kontrolovali jen širší okolí Libice nad Cidlinou a Malína (přehledově Semotanová, 2016; Zelenka, 2016). O co se však v očích zainteresovaných odborníků zmenšila rodová država, o to narostl význam sídel, které jsou pro Slavníkovce bezpečně doloženy, nejen známější a pro návštěvníka atraktivnější Libice, ale i terénně zatím nedostatečně zmapovaného Malína (Velímský, 2007).

Současný život v Kutné Hoře – Malín a možnosti cestovního ruchu

V současnosti je Malín poměrně vzdálené předměstí Kutné Hory s tisícovkou obyvatel, jejichž počet mírně roste kvůli stavbě nových domů. Je dosti rozlehlý a tvořený rodinnými domy. Jádrem leží na kopečku, tedy přímo na původním hradišti vzniklém nejpozději v 10. století, ale zřejmě již dříve. Jsou zde především dva kostely představující nejstarší dochované stavby nejen v Kutné Hoře ale i širokém okolí, starší Kostel apoštolů Jana a Pavla (původně svatého Jana Křtitele) zřejmě z 10. století, novější svatý Štěpán se hřbitovem, kostnicí i dřevěnou zvonici snad z 12. století, který je umístěn nápadně hned vedle hlavní silnice.

Turisté se zde téměř neobjevují, a to i přes blízkost hlavního nádraží Kutné Hory, odkud je ostatně Malín s oběma kostely snadno viditelný. To turisty mnohdy plete, kdy z nádraží (ale obdobně i při příjezdu autem z východu) nejdříve vidí nápadný kopec s historickou zástavbou Malín, po kilometru novou zástavbou přichází další zjevně historická nevelká část Sedlec a teprve po dalších dvou kilometrech (a to dokonce převážně přes moderní sídliště) se dostanou k okraji vlastního rozlehlého historického jádra.

Využití nových historických poznatků by mohlo přilákat poměrně dost turistů do tohoto kutnohorského předměstí. Autenticita je v moderním rozvoji turismu jedním z klíčových přínosů (Tyslová, 2018) a tady jde o nejstarší část slavného města. Turisté totiž masově navštěvují Kutnou Horu a Malín přitom leží na důležitých příjezdových komunikacích – nedaleko hlavního nádraží ale i u klíčové silnice, která prochází přímo nevelkým historickým jádrem Malína. Překážkou je zatím téměř neexistující infrastruktura, kdy v Malíně například není použitelná restaurace nebo veřejná WC s částečnou výjimkou Sokolovny s bufetem, která ale leží až na okraji, a navíc v nepřehledných uličkách.

Vytvoření infrastruktury pro turisty by přitom přispělo i ke zlepšení života místních, kdy příjmy z turismu by pomohly udržet zařízení přínosná i pro místní. Někaký potenciální budoucí overtourismus je alespoň zatím při pohledu na permanentně zcela mrtvé ulice spíše vtipem, navíc turisté by logicky mířili na vrchol Malína s kostely, kde žije jen málokdo. V dnešní ČR je nezaměstnanost, kterou dokáže cestovní ruch zmírnit nebo dokonce vyřešit, obvykle přehlíženým rizikem, ale je dobré upozornit, že největším zaměstnavatelem v širokém regionu je automobilka Toyota u Kolína. Vývoj tohoto odvětví bude kvůli elektromobilitě složitý, ostatně v únoru 2023 se dostal podnik do problémů a přestal měsíc vyrábět. Důkladnější analýza cestovního ruchu Malína by samozřejmě vyžadovala jeho zařazení do celkové koncepce Kutné Hory, která ale není v současnosti vyřešená, proto tento nástin probral jen některé dílčí prvky.

Tradice svatého Vojtěcha a jeho bratrů v zahraničí

Svatý Vojtěch (956-997) patří mezi „nejintegrativnější“ střeoevropské světce s důležitým celoevropským přesahem. Po otci pocházel ze slavného českého rodu Slavníkovců, ale jeho matka byla saského původu. Za kněze ho vysvětili v Praze, později studoval v Magdeburgu, kde během biřmování přijal jméno Adalbert. Tehdy se spřátelil s pozdějším císařem Ottou III. Oba tehdy začala zajímat výchoevropská misie západního křesťanství, na které později aktivně participovali.

V druhé polovině 80. let 10. století se Vojtěch stal v pořadí druhým pražským biskupem. Uvažoval nad poutnickou cestou do Svaté země, ale nakonec během cesty do Říma vstoupil do nejstaršího mnišského řádu, tedy mezi benediktiny. Po návratu domů založil břevnovský klášter, který se stal důležitým misijním centrem pro západoslovanské národy. Odtud přišli první řeholníci i do benediktinského kláštera Svatého Martina (dnes Pannonhalma) na severu současného Maďarska. Nemožno vyloučit ani jeho účast na založení benediktinského opatství v Hronském Beňadiku. Jde o jednu z největších středověkých budov tohoto typu na Slovensku (Mészáros, 2022, s. 51).

Pod vlivem komplikovaných českých poměrů Vojtěch odešel do Uherska, kde misijně působil v letech 994-995 (Legeza, 1994). Během svého pobytu v Ostřihomě pokřtil knížete Gejzu a jeho syna Štěpána (původně Vajka), který se později stal prvním uherským králem a světcem. Štěpán I. proto nikoli náhodou po nástupu na trůn právě – tehdy už mučedníka – Vojtěcha vyhlásil za patrona ostřihomské arcidiecéze. Ostřihom (Esztergom) je dodnes centrem maďarské katolické církve a kult sv. Vojtěcha tu byl vždy velmi silný. Výstavba tamní impozantní baziliky zasvěcené i sv. Vojtěchovi začala z iniciativy uherského kardinála slovenského původu Alexandra Rudnaje právě v den sv. Vojtěcha 23. dubna 1822. Sv. Vojtěch však byl důležitý i pro Trnavu, kde skoro tři století sídlilo centrum uherské katolické církve. Hlavní představitel uherské protireformace a důležitý aktér rozvoje národních jazyků v jejím rámci kardinál a arcibiskup Péter Pázmány tady například v roce 1619 založil pro mladé chudé šlechtice seminář *Bursa (seminarium) sancti Adalberti*. Trnava se postupně stala centrem vzdělávání katolických kněží z maďarského, slovenského, chorvatského a německého jazykového prostředí (Mészáros, 2022, s. 53-54).

Po ukončení uherské mise se Vojtěch vrátil do Říma, odkud se však na naléhání papeže a císaře Otty II. pokusil vrátit mezi Čechy. Mezitím ale došlo k vyvraždění většiny jeho českých příbuzných. Vojtěch nakonec zakotvil mezi Poláky, kde založil klášter v Międzyrzeczu (Meseritz). Tady ho však zastihla mučednická smrt z rukou pohanských Prusů, kteří ho zabili 23. dubna 997 u ústí řeky Visly do Baltického moře. Křesťanský polský kníže vykoupil jeho pozůstatky a slavnostně ho nechal pochovat v Hnězdně, které se brzy stalo centrem formujícího se polského katolicizmu a prvním polským arcibiskupstvím. Po dlouhá staletí bylo Hnězdno hlavním centrem katolické církve v polsko-litevském státě, tamní arcibiskup měl titul primase a spolupodílel se na korunovacích polských králů. Později byly Vojtěchovy tělesné pozůstatky přeneseny do Prahy, kde je dodnes pochovaný. Relikvie s ním spojené se však nachází i v Hnězdně, v Ostřihomi a v Římě.

Kult a tradice sv. Vojtěcha je dodnes silně přítomný v hlavních sídlech českého, maďarského, polského i slovenského katolicizmu (Praha, Ostřihom, Hnězdno, Trnava). Kostely zasvěcené jeho jménu se nachází i v jiných důležitých městech (například v Krakově, Plzni, Českých Budějovicích, Příbrami, ale i v pennsylvánské Filadelfii nebo Clevelandu atd.). Osoba a památka sv. Vojtěcha se bezprostředně spojuje se začátky křesťanství mezi středoevropskými národy i s rozvojem jejich státnosti a kultury. Po roce 1989 se postupně stala i symbolem politického středoevropanství, o čemž svědčí ceny, nadace a rozličné akce zasvěcené jeho jménu.

Historická osoba a církevně duchovní, případně integrativní středoevropská dimenze kultu sv. Vojtěcha může být v každém případě zajímavá i z pohledu poutnického turizmu, který ve více či méně organizované podobě existuje ve všech státech středoevropského regionu. Může mít ale i vzdělávací roli, protože skoro všechna místa spojená se životem sv. Vojtěcha mají i důležité politicko-historické poslání.

Závěr

Práce analyzovala vývoj historického poznání Kutné Hory – Malína zejména v posledním čtvrtstoletí, přičemž ukázala, kde vznikla zřejmě klamná idea o mocném rodu Slavníkovců, což znamenalo přehlížení Malína a jeho významu pro tento rod včetně svatého Vojtěcha. Druhým cílem pak byla analýza možností využití těchto poznatků pro cestovní ruch, kde součástí bylo i naznačení významu přikládaného svatému Vojtěchovi v zahraničí, konkrétně v Maďarsku. Jak je zjevné, pak význam této osobnosti je v cizině uznávám často více než v samotné ČR a mohl by tedy přitáhnout návštěvníky zejména z Polska a Maďarska, a to nejenom z řad věřících. V současnosti je Malín, přestože je předměstím významné destinace Kutné Hory, navštěvován jen zcela minimálně a postrádá také vhodnou infrastrukturu. Vzhledem k jeho výhodné poloze by však mohl být cílem alespoň krátkých cest zejména od návštěvníků Kutné Hory.

Obecněji otázka v této práci zněla, nakolik jsou osoby působící v cestovním ruchu schopné využít poznatky historiografie, jejíž názory zejména na starší éru se často mění. Jak bylo ukázáno na příkladu Malína, ale i některých dalších, tak situace není nijak ideální. Pracovníci cestovního ruchu nebývají školenými historiky, ale spíše ekonomy nebo geografy, na druhé straně pak historici často přehlíží možné praktické využití jejich poznatků nebo nad ním spíše vůbec neuvažují. Je to jeden z typických projevů složité interdisciplinarity cestovního ruchu, přičemž dle názoru autorů by v praxi měly obě strany – tedy praktici cestovního ruchu i historici – usilovat o kooperaci.

Literatura

- Bláhová, M., Frolík, J., & Profantová, N. (1999). *Velké dějiny zemí Koruny české I. Do roku 1197*. Praha, ČR: Paseka.
- Cosmas. (2019). *Cosmae Pragensis Chronica Bohemorum: Cosmas of Prague, the Chronicle of the Czechs*. Budapest, Maďarsko, New York, NY, USA: CEU Press.

- Holub, M. (2007). K možnostem vzniku a zachování bohatých sekundárních rud stříbra v kutnohorském revíru. *Slavníkovci v českých dějinách (Antiqua Cuthna 2)* (pp. 120-140). Praha, ČR: KLP.
- Kalhous, D. (2020). Historie a archeologie: limity spolupráce a porozumění mezi obory. In *Raný český stát 10. století* (pp. 211-224). Praha, ČR: Filosofia.
- Kosmas. (2011). *Kronika Čechů*. Praha, ČR: Argo.
- Ledr, J. (1897/2002). *Dějiny obce Malína*. Kutná Hora, ČR: Kuttna. (původní vydání 1897)
- Legeza, I. (1994). Szent Adalbert missziós szerepe a magyar történelemben. In: *Kelet-Közép-Európa szentje: Adalbert* (pp. 122-140). Budapest, Maďarsko: Magyar Egyháztörténeti Enciklopédia Munkaközössége.
- Lipský, Z., Šantrůčková, M., & Weber, M. (2011). Vývoj krajiny Novodvorská a Žehušicka ve středních Čechách. Praha, ČR: Karolinum.
- Lomičková, R. (ed.) (2009). Sedlec, Praha, ČR: TOGGA.
- Lutovský, M., & Petrář, Z. (2015). *Slavníkovci: mýtus českého dějepisce*. Praha, ČR: Libri.
- Mészáros, A. (2022) Szent Adalbert kultuszának 19. századi hármás magyarországi emlékezetrétege. In *Szent Adalberttől a Budapest-Varsó vasútig*. Esztergom, Maďarsko: Szent Adalbert Közép-és Kelet-Európa Kutatásokért Alapítvány.
- Novotný, V. (1912). *České dějiny I. 1*. Praha, Rakousko-Uhersko: Laichter.
- Petráš, R., & Šultová, K. (2019). Menšinové památky a problémy jejich využití pro cestovní ruch. *Aktuální problémy cestovního ruchu/Cestovní ruch – příležitost pro venkov* (pp. 249-258). Jihlava, ČR: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2019>
- Petráš, R., & Jouzová, M. (2020). Aktuální problémy menšinových památek v ČR a rizika overtourismu. *Aktuální problémy cestovního ruchu/Overtourism – riziko pro destinace* (pp. 183-191). Jihlava, ČR: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2020>
- Semotanová, E. (2016). Slavníkovská doména v historické kartografii. *Historiografické a historické problémy středověku* (pp. 26-31). Praha, ČR: Historický ústav.
- Sláma, J. (1995). Slavníkovci: významná či okrajová záležitost českých dějin 10. století? *Archeologické rozhledy*, 47(2), 182-224.
- Sláma, J. (2007). Slavníkovci v pohledu současného bádání. *Slavníkovci v českých dějinách (Antiqua Cuthna 2)* (pp. 9-12). Praha, ČR: KLP.
- Štroblová, H., & Altová, B. (ed.) (2000) *Kutná Hora*. Praha, ČR: NLN.
- Třeštík, D. (1990). České kmeny. (Historie a skutečnost jedné koncepce.). *Studia mediaevalia Pragensia* 1, 129-143.
- Třeštík, D. (1997). *Počátky Přemyslovců: vstup Čechů do dějin (530-935)*. Praha, ČR: NLN.
- Třeštík, D. (2007). Proč byli vyvražděni Slavníkovci? *Slavníkovci v českých dějinách (Antiqua Cuthna 2)* (pp. 13-19). Praha, ČR: KLP.
- Třeštík, D. (2011). České kmeny. *Akademická encyklopedie českých dějin 2 (Č/1. čarodějnické procesy česko-portugalské vztahy)* (pp. 69-70). Praha, ČR: Historický ústav.
- Třeštík, D. (2014). Co se stalo 28. září 995 na Libici. *Po stopách svatého Vojtěcha (Antiqua Cuthna 3)* (pp. 63-71). Praha, ČR: KLP.
- Turek, R. (1982). *Slavníkovci a jejich panství*. Hradec Králové, ČR: Kruh.
- Tyslová, I. (2018). Places of Memory in Marketing Communication of Tourism Destinations in Czech Republic. *Aktuální problémy cestovního ruchu/Autenticita v kontextu cestovního ruchu* (pp. 479-488). Jihlava, ČR: VŠPJ. Dostupné z <https://kcr.vspj.cz/uvod/archiv/konference/aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2018>

- Velímský, F. (2007). Nové archeologické nálezy v Malíně (okr. Kutná Hora). *Slavníkovci v českých dějinách (Antiqua Cuthna 2)* (pp. 57-80). Praha, ČR: KLP.
- Velímský, F. (2014). Kostel sv. Jana Křtitele v Malíně (okr. Kutná Hora) ve světle dosavadního archeologického výzkumu. In *Po stopách svatého Vojtěcha (Antiqua Cuthna 3)* (pp. 175-198). Praha, ČR: KLP.
- Zelenka, J. (2016). Kosmův popis slavníkovského panství – fikce versus realita. *Akademický atlas českých dějin* (pp. 42). Praha, ČR: Academia.
- Žemlička, J. (1997). *Čechy v době knížecí*. Praha, ČR: NLN.

Kontaktní údaje

JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.
Univerzita Palackého v Olomouci Právnická fakulta
Třída 17. listopadu 8, 779 00 Olomouc
Univerzita Karlova Právnická fakulta
Nám. Curieových 7, 116 40 Praha 1
e-mail: petras@prf.cuni.cz

JUDr. PhDr. Jakub Razim, Ph.D.
Univerzita Palackého v Olomouci Právnická fakulta
Třída 17. listopadu 8, 779 00 Olomouc
e-mail: jakub.razim@upol.cz

Prof. Dr.habil. Iván Halász, PhD., DSc.
Ústav státu a práva AVČR
Národní 18, 110 00 Praha 1
e-mail: ivan.halasz@ilaw.cas.cz

Ekonomía, história a cestovný ruch

Economics, History and Tourism

Jana Piteková

Abstrakt

Predmetom skúmania ekonómie je systém, v ktorom žijeme a v ktorom sa rozvíja aj cestovný ruch. Príspevok vysvetľuje makroekonomické ako aj mikroekonomické aspekty implementácie histórie do rozvoja cestovného ruchu na Slovensku. Z pohľadu štátu ako celku ide o skúsenosti spojené s legislatívnou úpravou cestovného ruchu v Československu a na Slovensku v rokoch 1918–1947. Mikroekonomický prínos histórie ako súčasti cestovného ruchu je vysvetlený na príklade podnikania – poskytovania ubytovania v súkromí v Zamagurskej obci Osturňa, ktorá je pamiatkovou rezerváciou ľudovej architektúry. Autorka sa dlhodobo zaoberá vedeckým skúmaním histórie cestovného ruchu, prednáša ekonómiu a je živnostníčka v oblasti poskytovania ubytovania v súkromí. Zmyslom príspevku je poukázať na úspechy našich predchodcov v oblasti formovania politiky cestovného ruchu a jeho legislatívnej úpravy, ktoré sú inšpiratívne a aktuálne aj v súčasnom období. Mikroekonomický prínos príspevku je v poukazaní na kreatívny potenciál histórie a tradícií pri zvyšovaní efektívnosti podnikania.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Ekonomia. Podnikanie. Zákon o cestovnom ruchu.

Abstract

The subject of economy research is the system in which we live in and where the tourism industry has been developed. This study explains the macroeconomic and microeconomic aspects of history implementation into development of the tourism industry in Slovakia. From the state's perspective and its overall experience is closely related to legislative reform of tourism industry in Czechoslovakia and Slovakia during 1918–1947. Microeconomic contribution of the history as a part of tourism can be explained on entrepreneurship example: provision of private accommodation services in Osturňa village of Zamagurie area, which is folk architecture reservation.

The author has dedicated many years of her life to scientific research of the history of tourism industry, she is a lecturer in economics, entrepreneur – she provides private accommodation services. The main aim of her study is to point out successes of our ancestors when policies of the tourism industry were formed, legislative reforms, which are actual in the current times and serve as an inspiration. Microeconomic contribution of this article is to point out the creative potential of the history and traditions that enhances the entrepreneurship effectiveness.

Key words: Tourism industry. Economy. Entrepreneurship. Tourism legislation.

Úvod

Názov príspevku je pomerne všeobecný. Ekonomia je rozsiahla a náročná veda, ale pomáha nám vysvetliť naše správanie z pozície trhových subjektov, ale aj štátu ako celku. Jej poznatky dokážeme využiť vo všetkých oblastiach života. Ekonomia sa zvykne nazývať najmladšou vedou, ale najstarším umením. Každý človek, ktorý žil a žije na tejto planéte, je ekonóm. Každý z nás musí rozmyšľať ako si čo najlepšie uspokojiť svoje potreby z obmedzených zdrojov. Takže história sa od ekonomie nedá

oddeliť, navyše sa zo skúseností našich predchodcov môžeme veľa naučiť. V úvode knihy „Dva svety cestovného ruchu na Slovensku“ (Piteková, 2022) nájdete citát – Neexistuje krajšia práca ako v cestovnom ruchu a krajšia veda ako ekonómia. Cestovný ruch vnímam v porovnaní s ekonomikou „len“ ako oblasť podnikania. Z hľadiska historického vývoja prešiel cestovný ruch obdobím prudkého rozvoja a stal sa svetovým fenoménom. História nám môže poslúžiť ako inšpirácia, ale dokážeme ju kreatívne využiť aj ako produkt. Oba tieto aspekty čitateľ v príspevku nájde.

Prehľad literatúry

Kľúčovým zdrojom príspevku je monografia „Dva svety cestovného ruchu na Slovensku“. Prvým svetom je rozvoj cestovného ruchu na Slovensku od 2. pol. 19. storočia do roku 1947. Jedná sa o rozvoj v podmienkach trhovej ekonomiky. V týchto podmienkach sa cestovný ruch rozvíja aj v súčasnosti. Slovensko bolo v tomto období súčasťou Rakúsko-Uhorskej monarchie, Československej republiky, ale šesť rokov aj ako samostatný štát. Systematické spracovanie danej problematiky bolo predmetom dizertačnej práce, ktorú som obhájila v roku 1999. Vo výskume som pokračovala v rámci habilitačnej práce, výsledkom je „druhý svet“, tj. rozvoj cestovného ruchu na Slovensku od roku 1948 do roku 1989. V tomto období bolo Slovensko a Česká republika jeden štát, preto zistené poznatky sú využiteľné v oboch krajinách. Táto téma si vyžadovala poctivú vedeckú prácu, dlhoročné skúmanie archívnych prameňov, odbornej knižnej a časopiseckej literatúry. Jedná sa o viac ako 300 zdrojov, ktoré sú uvedené v monografii. Nakoľko habilitačná práca bola obhájená v roku 2005 a doteraz nepublikovaná, cítila som potrebu odovzdať tieto poznatky ďalším generáciám. Ekonómia nie je v názve príspevku na prvom mieste náhodou. Ekonómia nad tým všetkým bdie, drží ako keby ochrannú ruku. Vysvetľuje rozdiel medzi trhovou a centrálnou riadenou ekonomikou. Sú to diametrálne odlišné systémy, ale túžba cestovať, spoznávať ako aj pracovať a podnikáť v cestovnom ruchu bola stále tá istá.

Dáta a metódy

Základnou metódou spracovania danej problematiky je historicko-logická metóda a metóda abstrakcie. Prezentované poznatky sú výsledkom štvrtstoročného systematického vedeckého skúmania. Metódou abstrakcie som vylúčila síce dôležité, ale z makroekonomického hľadiska nerelevantné informácie ako samostatný rozvoj hoteliérstva, kúpeľníctva, živnostenského podnikania. Syntézou boli jednotlivé čiastkové poznatky usporiadané do logických celkov, ktoré sa týkajú organizácie a legislatívnej úpravy cestovného ruchu. Za veľmi dôležité považujem prepájanie teórie a praxe. Preto v druhej časti príspevku sú využité metódy ako pozorovanie, komparácia, empiria.

Cieľom príspevku je poukázať na prepojenie ekonomie, histórie a cestovného ruchu z makroekonomického ako aj mikroekonomického pohľadu. Úspechy našich predchodcov v oblasti formovania politiky cestovného ruchu a jeho legislatívnej úpravy sú dodnes neprekonané. Tlakom zdola však boli podnikatelia a dobrovoľné spolky. Na príklade vlastného podnikania som premostila minulosť s prítomnosťou s využitím poznatkov ekonomie. Návrat k tradíciám, útek pred civilizáciou sú silné motivátory súčasných cestovateľov. História a tradície môžu výrazne prispieť k diferenciacii produktu a k posilneniu trhovej pozície v prostredí monopolistickej konkurencie.

Výsledky a diskusia

Formovanie organizačnej štruktúry cestovného ruchu na Slovensku v rokoch 1918–1938

Istá úroveň organizácie cestovného ruchu už bola vytvorená v rámci Rakúsko-Uhorskej monarchie. Od roku 1873 pôsobil na území Slovenska Uhorský karpatský spolok so sídlom v Spišskej Novej Vsi, ktorý mal v jednotlivých mestách 18 turistických sekcií. Okrem toho pôsobil na Slovensku aj

Maďarský turistický spolok so sídlom v Budapešti. Uhorský karpatský spolok mal na Slovensku v roku 1918 už vybudovanú organizačnú štruktúru, osvedčených funkcionárov, aktívnych členov a prosperujúce hospodárske zázemie. Po vzniku Československej republiky sa sídlo spolku presťahovalo zo Spišskej Novej Vsi do Budapešti, jeho sekcie prestali pracovať a spolok sa rozpadol. Ten istý osud postihol aj Maďarský turistický spolok. Turistické hnutie však nezaniklo a snaha o vytvorenie novej organizačnej základne bola zvršená v roku 1920, keď na základe činnosti, organizácie a skúseností Uhorského karpatského spolku vznikol v Poprade nový Karpatský spolok – Karpathenverein. Združoval tak ako predtým obyvateľov Slovenska nemeckej a maďarskej národnosti. Nová politická situácia v Československu nebola naklonená tomuto novému spolku a v lete 1921 Ministerstvo pre správu Slovenska zakázalo činnosť Karpathenvereinu, a to aj napriek nepopierateľným zásluhám o rozvoj cestovného ruchu. Až po dlhých rokovaníach a schválení stanov spolku bol Karpathenverein na Slovensku v roku 1922 opäť povolený. Sídlil v Kežmarku a jeho zásluhy možno vidieť predovšetkým v budovaní materiálno-technickej základne lyžovania a turistiky a v organizovaní športových podujatí. Počas svojho trvania do roku 1944 Karpathenverein spopularizoval lyžovanie a najmä Vysoké Tatry. Organizácie, ktoré vznikli na Slovensku po roku 1918, sa v tlači s rešpektom vyjadrovali o činnosti Karpathenvereinu, považovali ho za svoju konkurenciu, čo v konečnom dôsledku prospelo rozvoju cestovného ruchu (Terezčák, 1998 In: Piteková, 2022). Okrem činnosti Karpathenvereinu, ktorý nadviazal na tradície spred roka 1918, sa organizácia cestovného ruchu na Slovensku začala budovať od základov z iniciatívy a pod vplyvom českých odborných kruhov. Vtedy používané pojmy „turistika“ a „cudzinecký ruch“ môžeme s istou mierou abstrakcie stotožniť so súčasným pojmovým aparátom – domáci a zahraničný cestovný ruch. V českých krajinách sa organizačná základňa cestovného ruchu budovala už v druhej polovici 19. storočia. V roku 1888 bol založený Klub českých turistov a od roku 1889 vydával svoj vlastný „Časopis turistů“. Klub českých turistov sa angažoval najmä v domácom cestovnom ruchu. Jeho organizácia, propagácia a podpora bola v porovnaní so Slovenskom do roku 1918 na podstatne vyššej úrovni. Už pred rokom 1900 sa hľadali spôsoby rozvoja domáceho cestovného ruchu a jeho sprístupnenia širokým masám obyvateľstva. Časopis turistů v ročníkoch do roku 1918 len sporadicky uverejňoval články o cestovnom ruchu na Slovensku. V dôsledku silného vplyvu maďarizácie na Slovensku sa návšteva českých turistov prísne sledovala a obmedzovala.

Zahraničný cestovný ruch v Čechách po organizačnej stránke zastrešovalo tzv. Ústredie zemských cudzineckých zväzov so sídlom v Prahe, ktoré v roku 1918 združovalo 4 cudzinecké zväzy, a to Zemský zväz pre povznesenie návštevy cudzincov so sídlom v Prahe, Zemský zväz pre povznesenie návštevy cudzincov na Morave a v Sliezsku so sídlom v Brne, Landersverband für Fremdenverkehr v Karlových Varoch a Deutcher Landesverband Fremdenverkehr in Mähren und Schlesien (Kolesár, 1929 In: Piteková, 2022). Po roku 1918 sa organizácia domáceho a zahraničného cestovného ruchu vyvíjala v súlade s organizačnou štruktúrou už vytvorenou v českých krajinách. Môžeme konštatovať, že podmienky na uskutočnenie zámerov slovenských nadšencov a priekopníkov v cestovnom ruchu boli podstatne lepšie v porovnaní so situáciou pred rokom 1918.

Klub československých turistov

Klub československých turistov vznikol 13. novembra 1918 v Prahe premenovaním Klubu českých turistov. Jeho základnými organizačnými zložkami sa stali tzv. odbory. Klub československých turistov neprišiel na Slovensko ako do krajiny bez vytvorených organizačných základov cestovného ruchu, pretože na slovenskom území už viac ako štyri desaťročia dobre pracoval už spomínaný Uhorský karpatský spolok a Maďarský turistický spolok. Po vzniku Československej republiky slovenskí turisti a nadšenci cestovného ruchu využili priaznivú situáciu na aktivizáciu svojich síl. 19. januára 1919 založili Tatranský spolok turistický so sídlom v Liptovskom Sv. Mikuláši. Spolok sa

rýchlo rozvíjal a založil svoje skupiny v Ružomberku, Košiciach, Nitre, Bratislave, Žiline a Turčianskom Sv. Martine. Už po krátkom pôsobení mal 985 členov a upozornil na seba pozoruhodnými pracovnými výsledkami, najmä prerábaním značenia turistických ciest a celkovej orientácie v slovenskom jazyku, získavaním podkladov na tvorbu slovenského názvoslovie niektorých prírodných zaujímavostí a v roku 1920 vydaním Turistického sprievodcu v Košiciach. Tajomníkom Tatranského spolku turistického sa stal Miloš Janoška. Medzi obidvoma partnermi došlo vo februári 1920 k rokovaniu a na valnom zhromaždení Tatranského spolku turistického 28. februára 1920 vyslovili jeho zástupcovia súhlas so zlúčením. V máji 1921 ústredie Klubu československých turistov (KČST) v Prahe uznalo ústredie Tatranského spolku turistického za „odbor KČST“ v Liptovskom Sv. Mikuláši (Terezčák, 1998 In: Piteková, 2022). Do roku 1938 na Slovensku pôsobilo 75 odborov s približne 30-tisícovou členskou základňou, čo tvorilo cca tretinu z celkového počtu členov KČST. Klub bol postavený na pevných ekonomických základoch, preberal, ale aj budoval a prevádzkoval chaty, ubytovne, nocľahárne a iné turistické objekty. Upravoval a značkoval rozsiahlu sieť turistických ciest na Slovensku a propagoval Slovensko vo svojich časopisoch Krásy Slovenska a v úradnom orgáne Časopis Klubu československých turistov.

Slovenský cudzinecký zväz

Domáci cestovný ruch mal v rokoch 1918 – 1938 dominantné postavenie vzhľadom na politickú situáciu v Európe a všeobecnú úroveň podmienok na rozvoj cestovného ruchu. Postupne sa však zdôrazňoval najmä národohospodársky význam zahraničného cestovného ruchu a potreba jeho podpory a propagácie. Po 1. svetovej vojne a vzniku Československa sa vytvorili priaznivejšie podmienky pre zahraničný cestovný ruch. Príliv návštevníkov najmä zo západných krajín a Spojených štátov amerických bol čiastočne citeľný aj na Slovensku. Táto nová situácia si postupne vyžadovala potrebu posilňovať záujem o cestovný ruch predovšetkým tých subjektov, ktoré prichádzali do kontaktu s cudzincami na Slovensku. V českých krajinách už pôsobili tzv. Zemské zväzy pre povznesenie návštevy cudzincov. Ministerstvo obchodu v Prahe už v roku 1919 poverilo Český zemský cudzinecký zväz na Morave a Sliezsku založiť zväz tohto druhu na Slovensku. Táto náročná úloha si vyžadovala dôkladnú prípravu. Cudzinecký zväz na Morave a Sliezsku preto oslovil všetky slovenské župy, oboznámil ich s úlohou a zmyslom vytvorenia Cudzineckého zväzu a požiadal o zaslanie zoznamu ľudí, ktorí sú zanítení pre rozvoj cestovného ruchu a boli by ochotní spolupracovať pri propagácii a rozvoji cestovného ruchu. Po takmer dvojročnej príprave bol 16. januára 1921 založený Slovenský cudzinecký zväz so sídlom v Bratislave. Do jeho vedenia boli zvolení poprední predstavitelia slovenskej a českej verejnosti. Zo slovenských členov sa najvýraznejšou osobnosťou stal Kornel Stodola, poslanec a predseda Obchodnej komory v Bratislave. Základnou úlohou Slovenského cudzineckého zväzu bolo združovať všetkých činiteľov, obce, akciové spoločnosti a jednotlivcov s cieľom zvýšiť zahraničnú návštevnosť na Slovensku (Kolesár, 1929 In: Piteková, 2022). Medzi najväčšie úspechy Slovenského cudzineckého zväzu patrí podanie návrhu osnovy zákona o cestovnom ruchu už v roku 1934.

Legislatívna úprava cestovného ruchu sa na území Slovenska začala formovať pred takmer sto rokmi Z charakteristiky organizácie cestovného ruchu na Slovensku v rokoch 1918–1938 vyplýva, že napriek postupne sa formujúcim podmienkam rozvoja cestovného ruchu chýbala jednotná organizácia upravená zákonom. V tom čase vyspelé krajiny cestovného ruchu (Francúzsko, Švajčiarsko, Rakúsko) už mali vytvorený legislatívny rámec organizácie cestovného ruchu. Cestovný ruch sa na Slovensku rozvíjal na základe dobrovoľnej aktivity, ale už koncom dvadsiatych rokov a výraznejšie v priebehu tridsiatych rokov sa zdôrazňuje potreba jednotnej organizácie a legislatívneho zázemia cestovného ruchu. V Československu bolo vrcholným orgánom štátnej

správy oddelenie pre cestovný ruch pri ministerstve obchodu, priemyslu a živností. Pre činnosť tohto oddelenia boli v štátnom rozpočte vyčlenené finančné prostriedky (napr. v roku 1936 3,3 mil. Kč), ale nemalo žiadne právo združovať príslušné záujmové zložky cestovného ruchu a koordinovať ich činnosť. Osobitný propagačný odbor s nepatrnou dotáciou pre cestovný ruch malo aj ministerstvo železníc. V propagácii kúpeľného cestovného ruchu samostatne pracovalo ministerstvo zdravotníctva v rámci štátnych kúpeľov, bez ohľadu na celkovú československú kúpeľnú propagáciu. Ministerstvo zahraničných vecí svojou tlačovou službou, publikačnou a spravodajskou činnosťou v zahraničí sa čiastočne podieľalo aj na propagácii cestovného ruchu. Propagáciu cestovného ruchu v zahraničí okrem zahraničných zastupiteľských úradov do istej miery zabezpečoval aj Čedok, československá cestovná a dopravná kancelária, ktorá mala pobočky v Londýne, Paríži, Berlíne a vo Viedni (Nový, Fodor, 1936 In: Piteková, 2022). Okrem uvedených štátnych orgánov, existovalo mnoho poloúradných a súkromných inštitúcií, ktoré mali v programe propagáciu a vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu. Všetky organizácie mali dobrovoľné členstvo a subvenčný charakter financovania. Medzi týmito orgánmi a organizáciami neexistovala priama spolupráca v cestovnom ruchu. Túto skutočnosť viacerí vtedajší predstavitelia odborných kruhov považovali za hlavnú príčinu nedostatočného rozvoja cestovného ruchu v porovnaní so zahraničím. Pozitívnym prvkom bolo nielen konštatovanie tohto stavu, ale predovšetkým snaha o jednotný postup a koordináciu všetkých subjektov v propagácii a starostlivosti o cestovný ruch v Československu podložený legislatívnou úpravou.

Prvým krokom v procese formovania legislatívnej úpravy cestovného ruchu bolo vytvorenie Československej ústrednej cudzineckej rady v januári 1929 z iniciatívy ministerstva obchodu. Úlohou členov rady bolo podieľať sa na pláne politiky cestovného ruchu. Jej členmi sa stali zástupcovia príslušných úradov, korporácií, spolkov a podnikov. Táto inštitúcia pôsobila na základe dobrovoľnej spolupráce. Pokladala sa za medzistupeň medzi nekoordinovanou dobrovoľnou činnosťou v cestovnom ruchu a jeho zákonnou úpravou. Ústredná cudzinecká rada mala byť dočasným orgánom. Iniciátori jej vzniku v prípade neosvedčenia sa dobrovoľnosti členstva a vzájomnej spolupráce zamýšľali uzákoniť činnosť Cudzineckej rady a zaviesť povinné príspevky zo strany súkromných záujemcov. Zároveň sa v roku 1928 začala diskusia o návrhu zákona o cestovnom ruchu, na ktorého vypracovaní sa podieľali predstavitelia ministerstva obchodu.

Štyri oficiálne verzie návrhu zákona o cestovnom ruchu 1934–1936

K obnove diskusie o zákone o cestovnom ruchu a k vypracovaniu jeho alternatívnych návrhov sa opäť pristúpilo po hospodárskej kríze v rokoch 1929–1933. Výsledkom legislatívnej úpravy cestovného ruchu malo byť vytvorenie celoštátneho orgánu pre koordináciu rozvoja cestovného ruchu. Okrem neho sa predpokladala existencia celoštátnych odborných orgánov (hotelieri, automobilisti atď.) s regionálnymi pobočkami. Nakoľko formovanie starostlivosti o cestovný ruch by sa malo začať budovaním základov, uvažovalo sa o vytvorení miestnych a oblastných orgánov, ktoré by mali zastúpenie v predpokladanom celoštátnom orgáne. Nemenej dôležitú úlohu mala mať spolupráca s príslušnými rezortmi štátnej správy. V podstate by išlo o určitú celoštátnu koncentráciu politiky cestovného ruchu pri zachovaní decentralizácie. Legislatívna úprava cestovného ruchu mala zahŕňať otázky výchovy občanov a orgánov miestnej samosprávy k cestovnému ruchu, dozor nad hotelmi a kúpeľmi, turistické značkovanie, spôsob financovania nových investícií atď., nemala však obmedzovať súkromnú iniciatívu.

Mimoriadnu pozornosť venovanú príprave zákona o cestovnom ruchu môžeme dokumentovať vypracovaním štyroch verzií oficiálnych návrhov. Po neprijatí zákona o cestovnom ruchu v Československu v roku 1928, slovenskí predstavitelia ako prví začiatkom tridsiatych rokov znovu upozornili na potrebu legislatívnej úpravy cestovného ruchu. V roku 1934 Národohospodársky ústav

Slovenska a Slovenský cudzinecký zväz po viacerých poradách subjektov zainteresovaných na cestovnom ruchu predložili návrh nového zákona o cestovnom ruchu. Členmi návrhovej komisie boli univ. prof. Dr. R. Horna, univ. prof. Dr. J. Karvaš (vedúci kolektívu), dr. E. Šafařík a JUC. E. F. Nový (Nový, Fodor, 1936 In: Piteková, 2022).

Návrh predpokladal zriadenie osobitného ústredného úradu pre cestovný ruch, ktorý by bol pričlenený k predsedníctvu ministerskej rady. Tým by sa zabezpečilo sústredenie pôsobnosti úradu v jednotlivých rezortoch štátnej správy. Návrh sa mal realizovať založením autonómneho zväzu – Ústredia cestovného ruchu v Prahe, ktorého členmi sa mali stať zástupcovia príslušných ministerstiev a všetkých ústredných celoštátnych orgánov so vzťahom k cestovnému ruchu. Okrem regionálnych útvarov pre cestovný ruch, v ktorých by bolo povinné členstvo, existovali by aj regionálne záujmové zväzy ako pobočky celoštátnych záujmových zväzov. Ústredie cestovného ruchu mali finančne zabezpečovať regionálne (zemské) zväzy z príjmov trojakého druhu:

- a) *príspevky záujmových korporácií,*
- b) *výnos z poplatkov z cestovného ruchu z regiónov, ktoré majú z neho prospech,*
- c) *poplatky podnikov poskytujúcich služby prechodného ubytovania.*

Propagačná činnosť sa mala dotovať z osobitného propagačného fondu, ktorý by zároveň pôsobil ako odborné ústredie pre propagáciu. Návrh zákona riešil okrem iného aj investičnú činnosť v cestovnom ruchu a vytvorenie ústavu pre výskum cestovného ruchu (Nový, Fodor, 1936 In: Piteková, 2022).

Viaceré inštitúcie motivované týmto prvým návrhom iniciatívne vypracovali ďalšie návrhy, ktoré v podstate nadväzovali na pôvodný slovenský návrh zákona o cestovnom ruchu. Ústredie čs. cudzineckého ruchu v Prahe trvalo na svojom prevzatí celoštátnej organizácie starostlivosti o cestovný ruch. Zväz hotelierov a veľkoreštaurátorov navrhoval zriadenie ministerstva pre cestovný ruch. Rámcové návrhy vypracovalo Ústredie čs. kúpeľov a minerálnych žriadiel, Zemský cudzinecký zväz v Brne a ďalšie inštitúcie.

Z uvedených návrhov k najdokonalejším patril návrh Ústredne obchodných komôr. Namiesto už existujúceho Ústredia čs. cudzineckého ruchu navrhovalo vytvorenie tzv. Cudzineckého ústavu, ktorý by mal na starosti propagáciu cestovného ruchu po organizačnej a normatívnej stránke. V práci mu mali pomáhať viaceré poradné zbory. V regionálnej štruktúre uprednostňovali tzv. krajské (krajské) výbory, v ktorých by prevládal vplyv obchodných komôr. V návrhu tvoria obchodné komory základný prvok politiky cestovného ruchu. Zdroje financovania mali plynúť z príspevkov obcí a združení záujemcov a z cudzineckej prirážky k dani z príjmov.

Okrem návrhov prevažne dobrovoľných združení sa publikovali aj návrhy vládnych orgánov. Z podnetu ministerstva obchodu bol v roku 1935 predložený prepracovaný návrh zákona o cestovnom ruchu z roku 1928. Podľa tohto návrhu sa mala starostlivosť o cestovný ruch úplne prenechať štátnej správe pod vedením ministerstva obchodu. Spoluprácu jednotlivých rezortov by zabezpečoval medziministerský zbor. Súkromní podnikatelia v cestovnom ruchu mali spolupracovať v rámci poradného zboru pri ministerstve obchodu a v celoštátnych zväzoch. Celková organizačná štruktúra mala byť pod dozorom štátnej správy.

Aj zákonodarné kruhy sa zapojili do tohto procesu a ich verziu návrhu zákona o cestovnom ruchu predložili poslaneckej snemovni Národného zhromaždenia ako návrh č. 384 v roku 1936. Čiastočne je totožný s návrhmi slovenských odborných kruhov v cestovnom ruchu a obchodných komôr. Podľa tohto návrhu sa odporúčalo zriadiť Národné cestovné stredisko s poradnými zbormi pre propagačné, kúpeľné a iné otázky. Tento navrhovaný orgán by podliehal priamo ministerskému predsedníctvu. Jednotlivé kraje Československa navrhovali rozčleniť do oblastí cestovného ruchu, ktoré by viedli krajské (oblastné) výbory. Návrh obsahuje aj klasifikáciu a členenie podnikov

cestovného ruchu, formy získavania úverov na investície v cestovnom ruchu, kontrolu poriadku v podnikoch cestovného ruchu atď. Finančné krytie malo byť zabezpečené z príspevkov obcí, časťou z kúpeľných poplatkov, poplatkami podnikov cestovného ruchu vrátane dopravných podnikov atď. (Piteková, 2022, s. 39).

Finálny návrh zákona o cestovnom ruchu bol predložený na jar 1937

Všetky navrhované osnovy zákona o cestovnom ruchu boli prerokované s ich iniciátormi a na základe dohody bol vypracovaný finálny návrh osnovy zákona o cestovnom ruchu, ktorý bol predložený na jar roku 1937. V navrhovanom zákone starostlivosťou o cestovný ruch bolo poverené ministerstvo obchodu, vybrané orgány štátnej správy a ďalšie oprávnené inštitúcie. Za základné jednotky starostlivosti o cestovný ruch boli navrhnuté miestne a zemské jednotky cestovného ruchu, ktoré môžu mať oblastné zastupiteľstvá. Záujemci z určitých odborov mali byť organizovaní v celoštátnych odborných zväzoch. Ústredná rada cestovného ruchu mala byť poradným orgánom ministerstva obchodu, ale súčasne mala sústreďovať všetky príslušné zložky (organizácie cestovného ruchu).

Pôsobnosť všetkých orgánov bola presne vymedzená. Podobne bol charakterizovaný spôsob finančného krytia, ktorým mali byť:

- a) *príspevky od obcí (% z príjmovej časti obecného rozpočtu),*
- b) *príspevky členov,*
- c) *príspevky od ústrednej rady, krajiny,*
- d) *príspevky ministerstiev, 1 % z predaja devíz z titulu cestovného ruchu, prirážka k poplatku za vybavenie cestovných dokladov atď.*

Návrh osnovy upravoval niektoré živnosti, ako značkovanie turistických chodníkov, smernice pre vydávanie informačno-propagačných pomôcok, sankcie atď.

Do rozpadu Československa v roku 1938 nebol zákon o cestovnom ruchu schválený. Príčinou bola zhoršujúca sa politická situácia v Európe, ktorá vyvrcholila vypuknutím 2. svetovej vojny. Neprijatie zákona ovplyvnila aj skutočnosť, že konečný návrh zákona o cestovnom ruchu nesústredil rozhodovaciu právomoc v cestovnom ruchu do rúk samostatného orgánu, ako to bolo navrhnuté v 1. a 2. verzii zákona (Ústredie cestovného ruchu, prípadne Cudzinecký ústav). Slovenskí predstavitelia počas diskusie o návrhu zákona o cestovnom ruchu aktívne spolupracovali a požadovali vytvorenie ústredného autoritatívneho útvaru pre všetky celokrajinské, ako i regionálne zložky (úradné a dobrovoľné) cestovného ruchu na Slovensku (Piteková, 2022).

Zákon o cestovnom ruchu č. 149/1939 Sl. Z. a jeho uplatňovanie v praxi

V predchádzajúcich častiach sme charakterizovali snahu politických predstaviteľov a odborných kruhov vytvoriť legislatívny rámec pre rozvoj cestovného ruchu. Po vzniku Slovenského štátu v roku 1939 mohli títo reprezentanti nadviazať na svoju činnosť v rámci Československej republiky a dokončiť svoje zámery v tejto oblasti z roku 1934. Od roku 1939 sa cestovný ruch na Slovensku vyvíjal odlišným spôsobom ako v Čechách. Slovensko vytvorilo už v roku 1939 zákonné podmienky pre starostlivosť o cestovný ruch, ktoré zverilo vedeniu štátnej správy. V Čechách bol systém samosprávneho Zväzu cestovného ruchu a jeho hospodárskych skupín. Organizáciu osôb činných v cestovnom ruchu prevzal štát v autonómnych Slovakotouroch – miestnych zboroch pre cestovný ruch a v Riaditeľstve pre cestovný ruch ako vrcholnom orgáne. V Čechách sa vybudovali samosprávne odborné stavovské skupiny, ktoré vytvorili odborný Ústredný zväz cestovného ruchu (Podolay, 1947 In: Piteková, 2022). Základ pre organizáciu cestovného ruchu na Slovensku v rokoch 1939 – 1945 vytvoril Zákon o cestovnom ruchu č. 149/1939 Sl. Z. z 23. júna 1939. Zákon riadením

cestovného ruchu poveril ministerstvo hospodárstva. Na vykonávanie tejto úlohy zákon predpokladá zriadenie osobitného štátneho ústavu, a to Riaditeľstva pre cestovný ruch pri ministerstve hospodárstva. Organizácia Riaditeľstva pre cestovný ruch bola upravená vládny nariadením č. 199/1939 Sl. Z. Vládnym nariadením č. 101/1940 Sl. Z. bolo Riaditeľstvo pre cestovný ruch vyhlásené za podnik spravovaný podľa zásad obchodného hospodárenia. Okrem týchto základných právnych dokumentov boli vydané viaceré doplňujúce vyhlášky (napr. vyhláška, ktorá upravuje organizačný štatút miestnych zborov pre cestovný ruch a iné).

Zákon o cestovnom ruchu definoval tzv. záujemcu o cestovný ruch, tj. fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá vo svojom podniku alebo povolání zárobkovo profituje z cestovného ruchu. Záujemcov o cestovný ruch určoval minister hospodárstva vyhláškou. Za záujemcov na cestovnom ruchu sa považovali nielen podniky hostinských a výčapníckych živností, kúpele, sanatóriá, hotely, ale aj autoservisy, čerpacie stanice, výrobné liehových nápojov, nábytku, bielizne, dodávateľia vody, energií atď. Zákon o cestovnom ruchu sa do praxe zavádzal postupne. Činnosť miestnych a oblastných zborov sa mohla plne rozvinúť až po ustálení ich počtu a začlenenia miestnych zborov do jednotlivých oblastných zborov. Tento proces bol zavŕšený v roku 1942, kedy na Slovensku pôsobilo 9 oblastných a 31 miestnych zborov. Nakoľko miestne i oblastné zbory úspešne ovplyvňovali rozvoj cestovného ruchu a svojou demokratickou štruktúrou zapadali do hospodársko-politického vývoja po 2. svetovej vojne, uvažovalo sa o ich prevzatí a uzákonení aj v Čechách a na Morave (Truska, 1946 In: Piteková, 2022). Politické udalosti februára 1948 tento proces zastavili, ale túžba cestovať ostala...

História ako podporný produkt cestovného ruchu

Na históriu vo vzťahu k cestovnému ruchu sa dá pozeráť aj z mikroekonomického hľadiska. Ani legislatívna úprava cestovného ruchu v prvej tretine 20. storočia by nevznikla bez tlaku zdola, bez dobrovoľných aktivít spolkov a podnikania na báze slobody a konkurencie. V tejto časti príspevku sa presunieme do súčasnosti. Ekónómia je fascinujúca veda, jej štúdium a prednášanie ma naplňa 30 rokov. Pôsobenie na verejnej vysokej škole však má jednu chybičku krásy. Nedokážem užiť rodinu, tento príjem nám nestačí na pokrytie výdavkov. Živnostenské podnikanie, poskytovanie ubytovania v súkromí, sa pre našu rodinu stalo zdrojom dodatočných príjmov. Takýmto spôsobom podnikali aj moji rodičia, pokračujem v tradícii a spolu s manželom a deťmi budujeme rodinný podnik. Okrem prenájmu dvoch apartmánov vo Vysokých Tatrách, ponúkame v letnej sezóne aj prenájom rekreačného domu mojich rodičov, ktorý sa nachádza v Osturni, okres Kežmarok. Osturňa je jedinečná obec. Svojou dĺžkou cca 9 km patrí k najdlhším na Slovensku. Leží blízko hraníc s Poľskom, na rozmedzí dvoch národných parkov – Pieninského a Tatranského. S úsmevom hovorievam, že ju nenašiel ani socializmus. V obci nikdy nebolo roľnícke družstvo a dodnes sa od každého domu tiahne úzky pás role, ktorú obrábajú, resp. na nej pasú ovce domáci obyvatelia. Väčšina domov však už slúži ako rekreačná chata. Táto obec už v roku 1978 získala status pamiatkovej rezervácie ľudovej architektúry, vďaka čomu sa prísne strážila nielen výstavba nových dreveníc, ale podarilo sa získať finančné prostriedky aj na rekonštrukciu starých. V jednej z týchto dreveníc, postavenej v roku 1881, sa pred osemdesiatimi rokmi narodil môj otecko. To, koľko ekonomických zmien zažil môj otec za svoj život, nezažil biblický Matuzalem za celých takmer tisíc rokov života. Ešte nikdy som sa nestretla s vyjadrením, že produktom cestovného ruchu sa môže stať aj človek, ale v prípade otecka to takto cítim. Keď návštevníkom rozpráva o svojom detstve a živote v drevenici, so zatajeným dychom počúvajú a v spätnej väzbe sa vyjadrujú, že práve toto bol ich najkrajší zážitok z dovolenky v Zamagurí. Otecko sa postaví pod hlavný trám a začne: „...Tento trám je najpevnejší, najsilnejší, drží celý dom tak ako matka spája rodinu. Pod týmto trámom ma moja mamička privádzala na svet, pretože ľudia verili, že dáva silu....“ Pokračuje vysvetlením, prečo čižmy jeho mamy, mojej babky,

stále viseli a dodnes visia na stene. Tento príklad využívam každý rok pri vysvetľovaní marginálnej analýzy, ktorú študenti považujú za jednu z najnáročnejších tém mikroekonómie. Otecko príbeh rozpráva aj v anglickom a nemeckom jazyku. Dorozumie sa aj poľsky, rusky a francúzsky. Nemá ani maturitu, celý život pracoval ako čašník. Pokora, skromnosť, viera a pracovitosť týchto jednoduchých ľudí je skutočným skvostom, pokladom, produktom cestovného ruchu.

Záver

Ekonomia ako veda vzniká v roku 1776, keď Adam Smith v diele Bohatstvo národov popisuje uzavretý trhový kolobeh ako historickú zmenu, ktorá môže viesť národy k prosperite. Mal hlbokú pravdu. Ekonomický pokrok, ktorý zažijeme za 30 rokov života, nezažili pred 18. storočím ľudia za celé stáročia. Cestovný ruch je prirodzeným dôsledkom rastu životnej úrovne, turista sa už nepovažuje za „černokňažníka, ktorý kradne Bohu deň.“ História nás môže veľa naučiť, ale dokážeme ju využiť aj ako nástroj zvýšenia efektívnosti podnikania v cestovnom ruchu. Príspevok vysvetlil jeden aj druhý aspekt. Skúsenosti našich predchodcov v oblasti organizácie a legislatívnej úpravy cestovného ruchu sú inšpiratívne a aktuálne aj v súčasnosti. V rokoch 1948 – 1989 sa z ideologických dôvodov o týchto veciach nesmeli písať, prednášať. O to viac si toto biele miesto teórie cestovného ruchu zaslúži vedecké skúmanie.

Domácnosti a podniky sú základnými piliermi trhového kolobehu. Tvoria ich ľudia so svojimi vedomosťami, skúsenosťami, ale predovšetkým srdcom. Vďaka extrémne rýchlemu ekonomickému rastu posledných desaťročí sa dnešní sedemdesiatnici a starší stávajú živou históriou, „tzv. živým produktom“. Vážme si ich skúsenosti, poznatky, ktoré sa dajú získať len odžitými rokmi. Dovoľme histórii, aby nám pomohla pochopiť súčasnosť a inšpirovala nás nielen k zvýšeniu efektívnosti podnikania, ale aj k zmysluplnému legislatívnemu rámcu rozvoja cestovného ruchu.

Literatura

- Piteková, J. (1999). *Príspevok ku skúmaniu vývoja cestovného ruchu na Slovensku do roku 1945*. Banská Bystrica: EF UMB.
- Piteková, J. (2022). *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*. Krakov: Spolok Slovákov v Poľsku.
- Piteková, J., & Sirotiaková, M. (2017). The Symbiosis of Economics and the Social Doctrine of the Church in Family Business. *Liberec Economic Forum 2017*, 11. – 13. September 2017. Liberec: Technical University of Liberec, Faculty of Economics.
- Piteková, J., & Gončárová, Z. (2018). Rodinný podnik ako konkurenčná výhoda podnikania v cestovnom ruchu. *Hotelnictví, turismus a vzdělávání (Proceedings from International scientific conference)*. Praha: Vysoká škola hotelová.
- Piteková, J., & Gončárová, Z. (2019). Information as a quality management tool in accommodation services. *The Poprad economic and management forum 2019* (pp. 159-165). VERBUM - vydavateľstvo KU.
- Piteková, J., Gončárová, Z., & Vrábliková, M. (2020). Assessment of the impact of selected satisfaction parameters on the competitiveness of family tourism. *Marketing and Management of Innovations*, 11(4), 131-143.
- Piteková, J., Gončárová, Z., & Vrábliková, M. (2021). Ľudský faktor ako zdroj spokojnosti zákazníkov rodinných podnikov cestovného ruchu. *Reflexie. Kompendium teórie a praxe podnikania*, 5(3), 12-26.
- Vrábliková, M., Gončárová, Z., Škodová, L., & Faturíková, Z. (2022). Motivation of employees in family and non-family business *The Poprad economic and management forum 2022* (pp. 410-422). VERBUM - vydavateľstvo KU.

Kontaktné údaje

doc. Ing. Jana Piteková, PhD.

Katolícka univerzita v Ružomberku

Hrabovská cesta 1, 034 01 Ružomberok

e-mail: jana.pitekova@ku.sk

Historické nálezy a ich využitie v tvorbe podujatí cestovného ruchu

Historical Finds and their Use in the Creation of Tourism Events

Pavol Plesník, Alexandr Burda & Pavlína Sonnková

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá významom podujatí a eventov v troch historických objektoch v Českej republike – na zámku v Hradci nad Moravicí, zámku na Janskom vrchu a štátnom zámku Bečov. V nadväznosti na historické nálezy a artefakty, ktoré boli v minulosti objavené sa na uvedených pamiatkach začali organizovať zážitkové gastronomické podujatia, ktoré boli lákadlom pre turistov, ako aj výrazným nástrojom propagácie a zviditeľnenia historických objektov. Podujatia boli organizované pod našou gesciou a vytvorili tak základ vedeckých a odborných zistení o pozícii podujatí v historických objektoch, ich význame a dôležitosti pri propagácii. Podujatia zvýšili povedomie o daných historických objektoch a následne aj zvýšili ich návštevnosť. Cieľom príspevku je identifikovať vzácne historické nálezy a nadviazať na tematické a zážitkové podujatia, ktoré sú zamerané pre širokú verejnosť a môžu podporiť zvýšenú návštevu historických objektov v rámci celej Českej republiky. Príspevok vychádza z vlastných skúseností pri organizácii podujatí, ktoré realizujeme už od roku 2013. Výsledkom skúmania je identifikácia potreby podujatí v historických objektoch ako nástroj ich výrazného zviditeľnenia a propagácie.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Destinácia. Eventy. Historické objekty. Historické nálezy. Zážitková gastronómia.

Abstract

The paper deals with the significance of events in three historical objects in the Czech Republic - the castle in Hradec nad Moravicí, the castle on Janský Vrch and the state castle Bečov. Following historical findings and artefacts that were discovered in the past at the mentioned monuments, experiential gastronomic events were organized, which were an attraction for tourists, as well as a significant tool for the promotion and visibility of historical objects. The events were organized under our management and thus formed the basis of scientific and professional findings about the position of events in historical objects, their meaning and importance in promotion. The events raised awareness of the given historical objects and consequently increased their attendance. The goal of the contribution is to identify rare historical finds and to follow them up with thematic and experiential events, which are aimed at the general public and can support increased visits to historical objects throughout the Czech Republic. The contribution is based on our own experience in organizing events, which we have been implementing since 2013. The result of the research is the identification of the need for events in historical objects as a tool for their significant visibility and promotion.

Keywords: Destination. Events. Experiential gastronomy. Historical findings. Historical objects. Tourism.

Úvod

Historické objekty sú veľmi často cieľovou destináciou návštevníkov v cestovnom ruchu. Aj napriek pomerne vysokej návštevnosti sa najmä hrady a zámky potýkajú s problémom, ktorý sa dá nazvať nízkou opakovanou návštevnosťou. Klient sa zvyčajne uspokojí s jednou návštevou a pre ďalšiu účasť v cestovnom ruchu si vyberá iný objekt. Bežný turista nemá tendenciu vracieť sa na miesto kultúrno-poznávacieho turizmu, ktoré už v minulosti navštívil. Navyše, pre miestnu populáciu, resp. obyvateľov z blízkeho okolia sa historické objekty – najmä hrady a zámky zdajú príliš všedné a odsudzujú sa k imidžu všednosti. Taký objekt je príliš blízko na to, aby sa stal lákadlom pre miestnu komunitu a chýba mu výnimočnosť. Väčšinou im stačí objekt vidieť zvonku, prípadne už niekedy v minulosti spoznali jeho interiéry a exteriéry v rámci napríklad školských výletov. Z tohto hľadiska sa ukazuje návštevnosť historických objektov ako čiastočne ťažko udržateľná a prevádzkovatelia by mali zvažovať nové produktové línie, ktoré by mohli opakovane prilákať klientelu, ktorá objekt už navštívila. Medzi najvhodnejšie produkty historických objektov patria podujatia. Tie môžu byť rôzneho charakteru – kultúrne, folklórne, religiózne, ale aj gastronomické, ktorými sa v príspevku zaoberáme. Návštevníci sa pritom môžu na týchto podujatiach aktívne podieľať. Vnímajú zážitky viacerými zmyslami, súčasťou sú dobové artefakty, resp. historizujúce prvky kostýmov, čo vytvára event veľmi autentický. Zážitok možno výrazne umocniť aj tým, že sa návšteva historického objektu koná pre uzavretú skupinu návštevníkov a to v inom termíne, než je obvykle vymedzený čas pre bežných návštevníkov.

Prehľad literatúry

Problematikou podujatí v historickom prostredí v cestovnom ruchu sa zaoberá pomerne veľa autorov v domácej aj zahraničnej literatúre. Vo väčšine prípadov ide o prípadové štúdie vo vybraných regiónoch Českej republiky a v mnohých destináciách Európy. Absentujú gastronomické podujatia, ktoré sú predmetom záujmu nášho príspevku.

Mura a Kajzar (2019) analyzovali podujatia vo vybraných kultúrno-historických pamiatkach ako inšpiráciu k ich návšteve. Hlavným cieľom bolo kvantifikovať štatistický vzťah medzi počtom vybraných podujatí v pamiatkových objektoch Českej republiky a počtom jej návštevníkov. Štatisticky boli analyzované historické pamiatky, na ktoré sa platí vstupné a kde je vstup zadarmo. Zistili, že nie je štatisticky významný rozdiel medzi počtom spoplatnených pamiatok a priemerným počtom návštevníkov na jednu historickú pamiatku. Je ale štatisticky významný rozdiel medzi počtom podujatí v historických pamiatkach a počtom návštevníkov týchto podujatí. Podujatia v kultúrnych pamiatkach sú jednou z významných alternatívnych motivácií prilákania turistov do pamiatok. Výsledky sú relevantné pre samosprávy, organizácie destinačného manažmentu a kultúrne organizácie, ktoré môžu pomocou rôznych nástrojov pomôcť prilákať viac turistov. Kmeco et al. (2019) skúmal vybrané faktory dopytu po podujatiach v kultúrnych objektoch v Českej republiky. Zrealizoval reprezentatívny dotazníkový prieskum, z ktorého vyplynulo, že obyvatelia Českej republiky majú názor, že kultúrne podujatia sú organizované častejšie ako športové podujatia. Motív účasti na podujatiach sú hlavne zážitok a zábava, pričom sa ženy častejšie zúčastňujú podujatí ako muži. Ľudia prejavujú výrazne väčšiu radosť z účasti na kultúrnych podujatiach ako na iných (napríklad športových, nákupných, náboženských a pod.). Autori odmietajú sezónnosť podujatí, tie sa nemusia organizovať len v lete, ale práve v mimosezóne. Prínosom príspevku je zameranie výskumu na novú oblasť rozvoja cestovného ruchu v Českej republiky - organizovanie podujatí v turistických destináciách a snaha odhaliť vplyv rôznych faktorov na dopyt po podujatiach. Šťastná et al. (2020) spája kultúru, cestovný ruch a rozvoj vidieka. Snaží sa podať prehľad o rôznych formách kultúrneho turizmu v Česku. Atrakcie kultúrneho turizmu sú identifikované a zoradené podľa ich kognitívnej funkcie. Ich zoznam zahŕňa kultúrne dedičstvo v

oblasti archeologických lokalít, architektúry, umenia, folklóru, pútí, technických diel, kultúrnych podujatí či chránených krajinných oblastí. Ako príklad bola zvolená kultúra vína na južnej Morave. Jeho analýza bola vypracovaná pomocou analýzy dôležitosti/výkonnosti. Česko má veľký potenciál pre rozvoj kultúrneho turizmu vo vidieckych oblastiach, ale zdá sa, že vyžaduje veľa práce, keď treba neustále zosúlaďovať meniace sa záujmy turistov s potenciálom regiónov. Jedným z dôležitých cieľov je prilákať turistov do vidieckych oblastí a obmedziť tak ich koncentráciu na najatraktívnejších miestach. Vidiecky kultúrny turizmus sa v tomto smere javí ako významný aspekt. Súčasťou štúdie je príklad prispôsobenia sa súčasnej situácii s COVID-19 tak, aby vhodne podporila rozvoj a kultúrny potenciál domáceho cestovného ruchu v Juhomoravskom regióne vo vzťahu k ekonomickým dopadom na medzinárodný cestovný ruch.

Teixeira et al. (2019) analyzovali prínos turistických podujatí a spokojnosť klientov na nich ako faktor konkurencieschopnosti. Dôležitá je pritom kvalita podujatia, ktorá vytvára predpoklad spokojnosti. Zrealizovali výskum kvantitatívnou metodológiou štyroch podujatí na Madeire v Portugalsku. Ako štatistickú metódu použili modely štruktúrálnych rovníc, z ktorých sa ukázalo, že spokojnosť sa odráža v lojalite klienta k výberu turistickej destinácie a tiež priamo a nepriamo prispieva k regionálnej konkurencieschopnosti cestovného ruchu. Štúdia valorizuje podujatia v cestovnom ruchu, ktoré sú vnímané spokojnosťou klienta a zvyšujú atraktivitu a potenciálnu návštevnosť pamiatky. Reverte a Perez (2017) analyzovali podujatia, ktoré sa konajú vo vyspelých turistických destináciách vo vzťahu k cestovnému ruchu. K tomuto účelu bola vytvorená klasifikácia podujatí a ich zapojenie do tvorby ponuky v cestovnom ruchu. Efektivita podujatí bola konfrontovaná s manažérmi, podieľajúcimi sa na tvorbe ponuky v destinácii. Autori zrealizovali prieskum na vzorke 263 podujatí, pričom merali koreláciu medzi rôznymi položkami organizácie podujatí a cestovným ruchom. Hlavným získaným výsledkom je potvrdenie významného vzťahu medzi úrovňou turistických podujatí a návštevnosťou destinácie. Ďalším efektom podujatí je aj pozitívny vplyv na miestnu identitu. Organizátori podujatí ich vnímajú ako súčasť svojho imidžu, ktorý zvyšuje atraktivitu destinácie. Carvalho et al. (2016) pojednávajú o novej paradigme v cestovnom ruchu, ktorá mení význam podujatí v cestovnom ruchu. Autori sa zaoberajú otázkou kreativity pri organizácii podujatí v cestovnom ruchu a ich význame pre tvorbu produktov a zážitkov v destinácii. Význam kreativity prirovnávajú k efektu „snehovej gule“, pričom výskum aplikovali v stredisku Loulé v Algarve. Zistili, že podujatia zlepšili miestnu ekonomiku a vytvorili výraznú diferenciáciu v tvorbe ponuky cestovného ruchu v destinácii Algarve v Portugalsku. Hernandez-Mogollon et al. (2018) posudzovali vplyv kultúrnych podujatí na celkový imidž destinácie cestovného ruchu. Analyzovali dve podujatia v Španielsku na základe hodnotenia kognitívnych a afektívnych zložiek imidžu destinácie. Konceptuálny model použitý vo výskume hodnotí vplyv súboru hmotných a nehmotných prvkov na kognitívne a afektívne zložky imidžu destinácií a v konečnom dôsledku aj na celkový imidž destinácií. Výsledky ukazujú, že kultúrne podujatia slúžia ako propagátor turizmu a pomáhajú rozvíjať imidž destinácie, ako aj naznačujú, že kognitívny imidž prispieva k formovaniu celkového imidžu viac ako afektívny imidž. Zistenia tiež odhaľujú, že štrukturálne prvky a značka miesta pozitívne ovplyvňujú kognitívne aj afektívne obrazy destinácií. Thomas a Thomas (2012) sa zaoberajú významom kultúrnych podujatí pre rozvoj cestovného ruchu na ostrove Jersey v Normandii. Autori reagujú na pokles cestovného ruchu koncom 20. storočia, ktorý bol spôsobený meniacim sa dopytom z celosvetového hľadiska. Bol zrealizovaný výskum na báze primárnych aj sekundárnych údajov. Podstatnú časť tvorila úloha podujatí v kultúrnych objektoch ostrova. Autori skúmali povahu a dôležitosť podujatí z hľadiska aktuálneho vývoja, pričom zohľadňovali vnútorné (ostrovné) aj vonkajšie (medzinárodné) vplyvy na evolúciu. Z toho vytvorili priamu analýzu dôležitosti podujatí na ostrove Jersey. Lestari a Yustra (2022) sa zamerali na identifikáciu a význam kultúrnych a spoločenských podujatí na ostrove Lombok v Indonézii, ktorých účelom bolo udržať

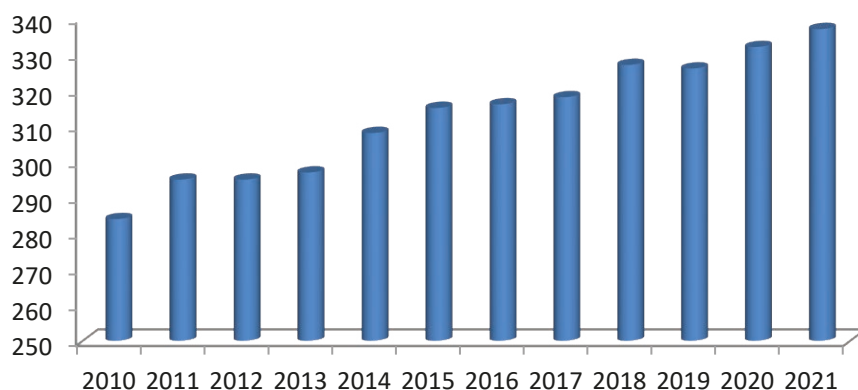
turistov na ostrove čo najdlhší čas. Identifikovali sa rôzne podujatia v rámci folklóru, hudby, jedál a nápojov. V prípade všetkých typov podujatí sa meral ich potenciál pre cestovný ruch. Údaje sa zbierali priamym pozorovaním, rozhovormi s kultúrnymi lídrami, náboženskými duchovnými, komunitnými vodcami, odborníkmi na cestovný ruch a podnikateľmi. Štúdia identifikovala podujatia ako alternatívu k turistickým atrakciám Lomboku, ktoré sú nevyhnutné pre zlepšenie ekonomickej stránky cestovného ruchu. Článok tiež vytvoril súbor opatrení a odporúčaní pre strategický rozvoj cestovného ruchu.

Dáta a metódy

Cieľom príspevku je identifikovať vzácne historické nálezy a nadviazať na tematické a zážitkové podujatia, ktoré sú zamerané pre širokú verejnosť a môžu podporiť zvýšenú návštevu historických objektov v rámci celej Českej republiky. Príspevok vychádza z vlastných skúseností pri organizácii podujatí, ktoré realizujeme už od roku 2013.

V Českej republike bolo v roku 2021 sprístupnených 337 pamiatkových objektov, z ktorých 116 je spravovaných Národným pamiatkovým ústavom a zostávajúce objekty prevádzkujú iné subjekty, napríklad kraje, mestá, obce alebo spolky. Väčšina pamiatkových objektov je sprístupnená za poplatok. Táto situácia sa nezmenila ani v poslednom období, kedy v dopyte v cestovnom ruchu nastali významné a negatívne zmeny. Počet a vývoj objektov so spoplatneným vstupným znázorňuje graf 1.

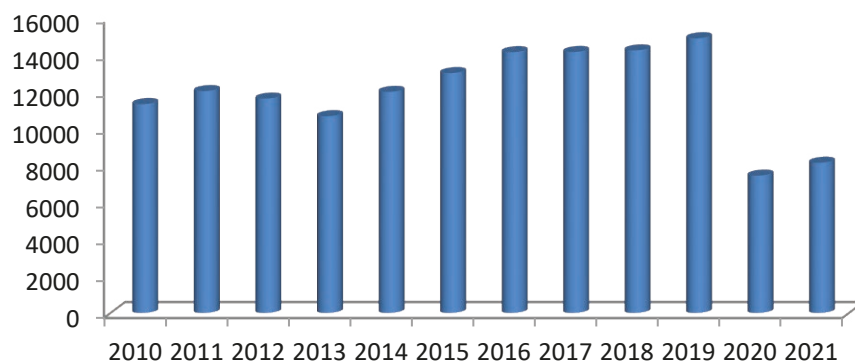
Graf 1: Vývoj počtu pamiatok v ČR sprístupnených za vstupné v rokoch 2010–2021



Zdroj: vlastné spracovanie

V dôsledku pandémie vírusu Covid 19 v rokoch 2020, 2021 a čiastočne aj 2022 nastal výrazný pokles výkonov v cestovnom ruchu z celosvetového hľadiska. Zahraničný cestovný ruch sa takmer zastavil, domáci cestovný ruch kolísal v dôsledku jednotlivých etáp a vln pandémie. Prejavilo sa to aj v návštevnosti pamiatkových objektov, návštevnosť v prvom roku pandémie sa znížila o polovicu. Vývoj počtu návštevníkov znázorňuje graf 2.

Graf 2: Vývoj počtu návštevníkov pamiatok v ČR sprístupnených za vstupné v rokoch 2010 – 2021 (v tisícoch)

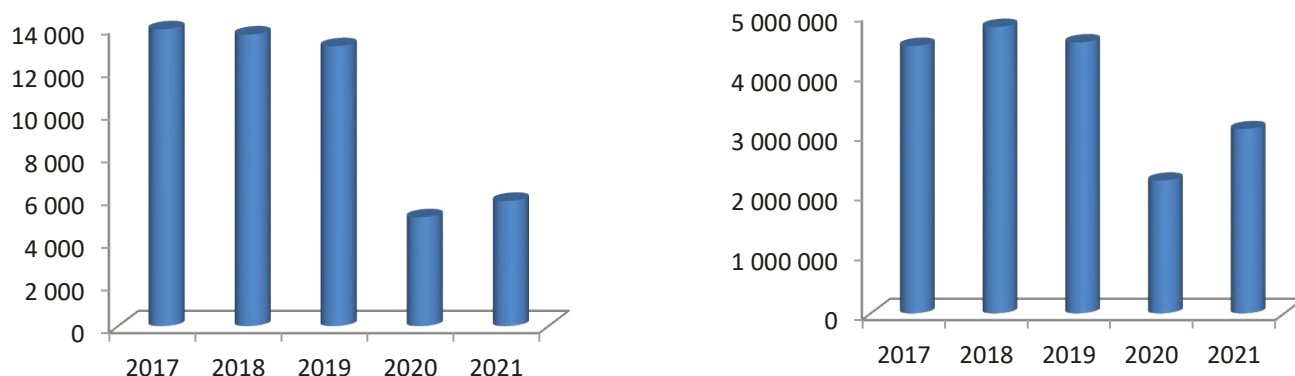


Zdroj: vlastné spracovanie

Národný pamiatkový ústav, ktorý spravuje najvýznamnejšie hrady a zámky v Českej republike zaznamenal za prvé tri štvrtroky roku 2022 návštevnosť okolo 3,4 milióna návštevníkov. Ide o 13 % nárast návštevnosti oproti minulému roku a o 26 % pokles oproti roku 2019, teda obdobie pred koronavírusovou pandémiou. Aj v roku 2022 sa potvrdil trend z roku 2021 - klesol počet zahraničných návštevníkov a zvýšil sa záujem slovenských návštevníkov vrátane opakovaných návštev.

Ako bolo už uvedené, podujatia v historických objektoch sú jedným z nástrojov udržateľnosti vysokej a opakovanej návštevnosti. V dôsledku pandémie počet podujatí aj návštev výrazne poklesol. Oproti roku 2017 poklesol počet akcií v pamiatkových objektoch o 57,8 % a návštevnosť vykazuje pokles o 31,1 %. Stav znázorňuje graf 3.

Graf 3: Vývoj počtu podujatí v pamiatkových objektoch a vývoj ich návštevnosti

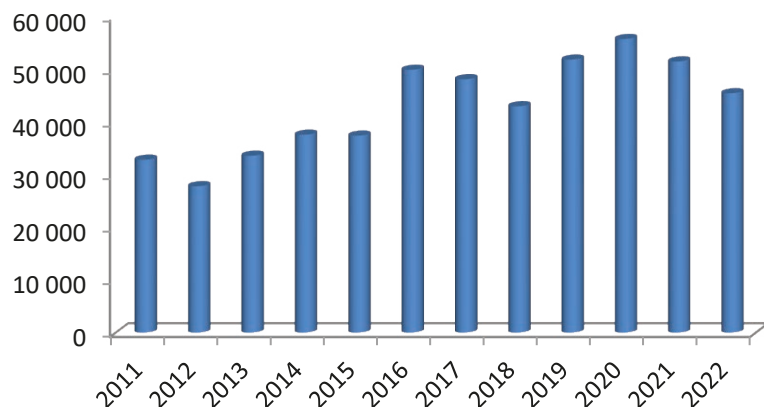


Zdroj: vlastné spracovanie

Dlhodobu sa podieľame na organizácii podujatí na viacerých hradoch a zámkoch. V rokoch 2013 až 2022 sme zorganizovali mnoho podujatí, ktoré prispeli k zvýšeniu návštevnosti. Je nutné uviesť, že situácia bola výrazne priaznivejšia pred pandémiou Covid 19, ale v rámci pandémie sa vyskytli obdobia, kedy tlak choroby nebol príliš významný a pamiatkové objekty boli sprístupnené verejnosti. Dobrým príkladom je zámok v Hradci nad Moravicí, kde návštevnosť aj vďaka podujatiam mala výrazne odlišnú tendenciu už od roku 2013, ako v iných pamiatkových objektoch Českej

republiky, pričom pandémie Covid 19 sa neprejavila v počte návštevníkov tak výrazne negatívne, ako na ostatných historických objektoch v ČR. Znázorňuje to graf 4.

Graf 4: Vývoj návštevnosti v zámku Hradec nad Moravicí



Zdroj: vlastné spracovanie

V priebehu siedmich rokov sme zorganizovali veľký počet podujatí v troch historických objektoch – v zámku v Hradci nad Moravicí, zámku Bečov nad Teplou a zámku Jánský vrch. Všetky podujatia sme dôkladne monitorovali, zisťovali spätnú väzbu a spokojnosť návštevníkov, ktorá bola mimoriadne vysoká. Záujem o návštevu podujatí bol veľmi veľký, často sa záujemci na akciu nedostali ale napriek tomu zámok navštívili, čo druhotne zvýšilo návštevnosť pamiatky. Mimoriadny prínos nami organizovaných podujatí hodnotili prevádzkovatelia najmä v rámci propagácie – pamiatkové objekty sa vďaka podujatiam dostali do médií. Všetky údaje o našich podujatiach boli štatisticky vyhodnocované a ako je uvedené vyššie možno prehlásiť, že zvýšili návštevnosť jednotlivých pamiatkových objektov. Pridanou hodnotou našich podujatí bolo v rámci ich organizácie aj objavenie archívu historických vín na zámku Bečov nad Teplou. Ten bol valorizovaný odborníkmi, zistila sa mimoriadna hodnota a archív bol vyhlásený za štátny poklad Českej republiky, čo bolo veľmi intenzívne medializované, dokonca aj v zahraničí.

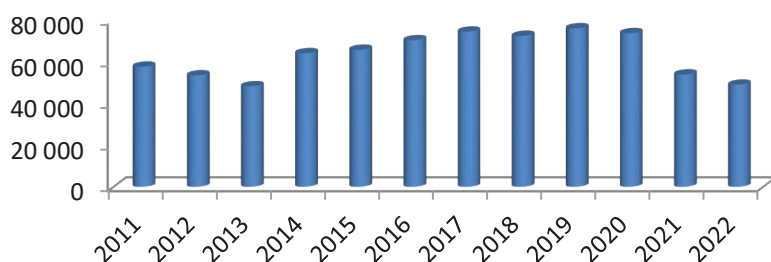
Výsledky a diskusia

V roku 2013 bola zahájená spolupráca medzi zástupcami zámku Hradec nad Moravicí Mgr. Petrom Havrlantom a zástupcom Sliezskej univerzity v Opave, FPF z Ústavu kúpeľníctva, gastronómie a turizmu odborníkom na nápojovú gastronómiu Mgr. Alexandrom Burdom. Z iniciatívy predstaviteľov zámku došlo k začiatku spolupráce. Podujatia boli postavené na historickom základe - „pivničnej knihe“ evidovanej pravidelne od konca 18. stor. až do apríla 1945. Predmetom evidencie boli vína a liehoviny, ktoré obyvatelia zámku Hradec nad Moravicí – kniežatá Lichnovskí, nakupovali v celej Európe. Je evidentné, že objemy zásob sa menia a reagujú na cesty či chuťové i politické preferencie obyvateľov zámku. Všetky vína boli starostlivo uskladnené a rovnako starostlivo evidované v rozľahlej zámockej pivnici až do osudných dní roku 1945, kedy bol Hradec nad Moravicí oslobodený Červenou armádou. Napriek tomu, že sa pred frontom utekajúci Lichnovskí snažili svoje objemné tekuté bohatstvo ukryť a zámockú pivnicu v januári 1945 zamurovali, vojaci zásoby za vlhkom a čerstvou omietkou čoskoro našli. Počas nasledujúcich dvoch dní dokázali oslobodzujúce jednotky sovietskych vojakov po desaťročia aj stáročia tvorené zásoby mnohokrát zbierkových exponátov vypiť a to bezo zvyšku... Vojaci bajonetmi otvárali aj také exponáty ako boli Portské vína z ročníkov 1792 alebo tzv. ikonické francúzske vinárstvo Chatteau Chatteau. Fascinujúca pestrosť a nákladnosť

zbierky vín a osudy obyvateľov zámku nás inšpirovali k spoločnej tvorbe tematických večerov. Výklad historika a gastronóma sa navzájom prelínali. Témy aj vína sa prispôbovali jednotlivým obdobiam, osobnostiam kniežat Lichnovských a ich zahraničným pobytom. Návštevníkom sa prezentovali kópie zápisov z pivničnej knihy, fotografie portrétov kniežat aj napríklad slávna hostina usporiadaná na počesť návštevy pruského cisára. Stretnutie návštevníkov a degustácia prebiehali na balkóne zámku s neopakovateľným výhľadom na večernú zámockú záhradu, ako aj v zámockej pivnici, jedálni aj na nádvorí. Snažili sme sa maximálne využiť genia locci Hradca nad Moravicí a priniesť návštevníkom gastronomický zážitok optikou polovice 19. stor. aj prvej polovice 20 stor. Nevšedná edukačná činnosť v zámku Hradec nad Moravicí prispela aj k tomu, že Národný pamiatkový ústav ČR získal prestížnu cenu Európskej únie - Europa Nostra, nazývanú tiež pamiatkársky "Oskar". Okrem návštevníkov z Hradca nad Moravicí a blízkej Opavy, navštívili cieľene zážitkové večery aj z Ostravy, Havířova, Frýdku Místku, Přerova a Olomouca.

Na základe dobrých skúseností s podujatiami na zámku Hradec nad Moravicí sa kastelán Zámku Bečov, Mgr. Tomáš Wizovský rozhodol organizovať podobné podujatia a tematické večery. Došlo k zmienke o neidentifikovaných zbierkových predmetoch, na základe čoho začala v prvom kroku neformálna spolupráca s našim odborníkom Mgr. Burdom. Išlo o nepopísané a etiketou neoznačené fľaše. Vzhľadom na skutočnosť, že tieto predmety boli počas druhej svetovej vojny uschované v tesnej blízkosti českého štátneho pokladu nevyčísliteľnej hodnoty, sme sa oprávnenne domnievali, že majú vysokú cenu. Celkom 133 neoznačených fliaš sa vďaka tomu stali predmetom skúmania súdneho znalca v odbore a po unikátnom objave relikviára Sv. Maura dochádza na zámku Bečov nad Teplou s odstupom takmer tridsiatich rokov k objavu exkluzívnych francúzskych vín z Chateau Yquem ako aj z ďalších regiónov. Tento poklad šľachtického rodu Beufort-Spontain bol uschovaný až do osemdesiatych rokov 20. storočia a vďaka indiciám zahraničného bádateľa a opatrného vyšetrovania štátnej polície došlo k jeho objavu. Dnes je relikviár Sv. Maura vystavovaný na zámku v samostatnom a dobre zabezpečenom oddelení a s odstupom času sa dostalo rovnakej starostlivosti aj vínam a koňakom. Začali sa v našej gescii organizovať riadené degustácie, ktoré sa zameriavali na dobové vinárstvo 19. a 20. storočia. Výber odrôd na degustáciách bol identický s výberom vín, objavených v zámockej pivnici. Išlo o podujatia, ktoré významne spopularizovali historické nálezy a vyvolali mimoriadny záujem a pozornosť someliérov ako aj medzinárodných médií. Plánované podujatia boli realizované formou letných zážitkových večerov spojených s degustáciou od roku 2013 a spolupráce trvala až do konce roku 2017. Popularita podujatí bola mimoriadna, čo dokazuje skutočnosť, že lístky na ne boli vypredané hneď po zverejnení termínov, čo bolo často 3 – 4 mesiace vopred. Degustačných večerov sa pravidelne zúčastňovali návštevníci z neďalekých Karlových Varov, Mariánskych Lázní, ale aj z Prahy. Graf 5 znázorňuje nárast návštevnosti zámku od roku 2013, kedy sa začali konať prvé tematické večery.

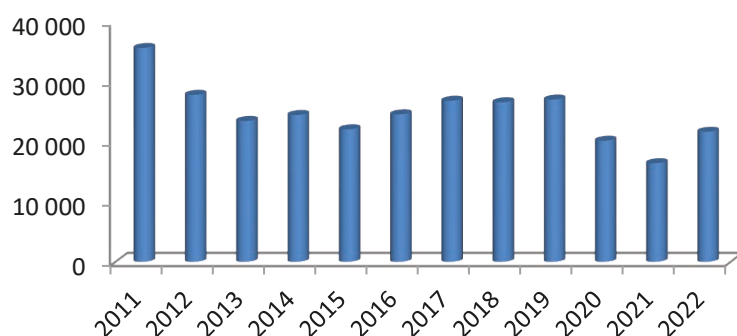
Graf 5: Vývoj návštevnosti v zámku Bečov nad Teplou



Zdroj: vlastné spracovanie

Skúsenosti z predošlých dvoch pamiatkových objektov motivovali aj kastelánku zámku Jánsky Vrch Bc. Kateřinu Danielovou. Zámok bol v minulosti vo vlastníctve cirkvi a obývali ho vysokí cirkevní hodnostári. Rovnako sa tu nachádzala zámocká pivnica o ktorej je známe, že slúžila na ukladanie vín, ale aj na skladovanie piva. Zámok sa nachádza na hranici s dnešným Poľskom a slúžil vrocavským biskupom. Všetky tieto fakty ovplyvnili koncepty prvých tematických večerov venovaných omšovým vínam, vínu a náboženstvu alebo kláštorným pivovarov v ČR aj v Európe. Pravidelná a vysoká návštevnosť na úspešných letných degustáciách v zámockej záhrade sa však tematicky vyčerpala a početní návštevníci z radov miestnych obyvateľov prejavili záujem o nové témy späté s nápojmi. V nadväznosti na tento záujem sme sa rozhodli opäť využiť genia locci miesta a dopriať návštevníkom aj ďalšie témy degustácií bez historického odkazu k danému miestu. Na návštevnosti sa tieto programy prejavili pozitívne. Degustácie si získali svoju stálu klientelu sú pravidelne rezervované dlho pred podujatím. Možno konštatovať, že títo návštevníci tvoria stálu klientelu, tvoriacu pevný návštevnícky základ zámku. Aj napriek veľkej vzdialenosti využili ponuky programu hostia z Hradca Králové, Pardubic, Prahy alebo zo Žatca. Podľa ich vyjadrení, program návštevníkov inšpiroval natoľko, že sa rozhodli prísť a spojiť ho s návštevou a prehliadkou regiónu, čo vytvára významnú pridanú hodnotu z pohľadov výkonov v turizme danej oblasti. V súčasnej dobe je zámok Jánský Vrch jediným aktívne spolupracujúcim subjektom s pravidelným záujmom o tematické degustácie.

Graf 6: Vývoj návštevnosti v zámku Jánsky Vrch



Zdroj: vlastné spracovanie

V januári a februári 2023 sme zrealizovali riadené rozhovory s kastelánmi uvedených zámkov, účelom ktorých bolo zistiť spätnú väzbu o podujatiach, ktoré boli organizované pod našou gesciou. Mgr. Petr Havrlant, koordinátor projektov na zámku Hradec nad Moravicí považuje degustácie vín za nový fenomén, ktorý sa stal atraktivitou pre návštevníkov nielen z okolia Opavy, ale prekvapivo aj zo vzdialenejších destinácií. Zúčastniť sa podujatí priamo v zámockej pivnici, kde bola uložená zbierka vín kniežat Lichnovských sa stalo veľmi lákavou ponukou. Osobitne vyzdvihuje previazanie súčasných informácií o víne s historickými informáciami získanými z archívu, ako aj prezentáciu dochovaných originálnych predmetov, ktoré súvisia s vínom a ktoré si účastníci podujatí mohli pozrieť. Aj vďaka podujatiam vzniklo na zámku Edukačné centrum, ktoré napomohlo k zviditeľneniu uvedených podujatí aj na iné pamiatkové objekty v správe Národného pamiatkového ústavu. V roku 2015 sa skúsenosti s podujatiami dostali aj na štátny hrad a zámok Bečov. Podľa vyjadrenia kastelána Mgr. Tomáša Wizovského sa v danom roku organizovali úspešné podujatia, ktorých cieľom bola prezentácia vín zapísaných v historickej pivničnej knihe kniežat Lichnovských. Zámok Bečov evidoval vo svojich zbierkach vína, ktoré boli ocenené súdnymi znalcami, na základe čoho sa zámok stal správcom najhodnotnejšej zbierky vín v celej Európe. To bol hlavný dôvod využiť uvedenú skutočnosť pri organizácii podujatí pod našou gesciou. Bolo zrealizovaných viacero

degustácií, ktoré podľa vyjadrenia kastelána mali obrovský úspech, dlho pred termínom konania boli vypredané a mali mimoriadne pozitívne ohlasy. Zúčastňovali sa ich klienti zo vzdialených miest, podujatia boli interpretované v mnohých, aj zahraničných médiách, čo výrazne zviditeľnilo a spropagovalo zámok. Prevádzkovatelia zámku majú výrazný záujem o pokračovanie organizácie týchto tradičných podujatí. Na zámku Jánský Vrch podľa vyjadrenia kastelánky Bc. Kateřiny Danielovej v roku 2019 zorganizovali podujatie Cirkev a víno. Išlo o prezentáciu omšových vín, ktoré boli na miestnom zámku v minulosti dominantné. Pôvodne malo ísť o jednorázovú akciu, ktorá sa stretla s veľkým ohlasom a našla si svoju stabilnú klientelu, ktorá sa v súčasnosti stále rozširuje. Preto ho pravidelne zaraďujú do programu letných akcií. Podujatia slúžia k propagácii zámku, navštevujú ho klienti aj z iných regiónov, prípadne sa o zámku dozvedia návštevníci, ktorí trávajú dovolenku v Jeseníkoch a tým si môžu spestriť svoj pobyt.

Záver

Príspevok sa zaoberal pozíciou zážitkových eventov pri zvyšovaní návštevnosti a propagácii vybraných pamiatkových objektoch v Českej republike. Podujatia pritom vychádzali z nájdených historických artefaktov, ktoré boli tematicky transformované priamo do programovej a obsahovej náplne eventov. Vytvorilo sa prepojenie historických udalostí a nálezov s tvorbou tematických zážitkov pre návštevníkov pamiatok. V našej gescii bol organizovaný veľký počet podujatí, ktorých výsledkom bola zvýšená propagácia daných objektov a druhotne aj zvýšená návštevnosť, čo je v príspevku zdokladované štatistickými údajmi. Z uvedeného vyplýva, že je veľmi vhodné využívať unikátne „genius loci“ jednotlivých pamiatok a vytvoriť v ňom pre návštevníka jedinečný a autentický zážitok.

Literatúra

- Carvalho, R., Ferreira, A. M., & Figueira, L. M. (2016). Cultural and Creative tourism in Portugal. *Pasos – Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(5), 1075-1082.
- Hernandez-Mogollon, J. M., Duarte, P. A., & Folgado-Fernandez, J. A. (2018). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 170-178.
- Kmeco, L., Mezulanik, J., & Civelek, M. (2019). Factors of demand for cultural events in tourism: The case of the Czech Republic. *Marketing and Management of Innovation*, 4, 118-128.
- Lestari, Y. B., & Yustra, K. (2022). Identifying Tourism Potentials of Ethno-Cultural Attractions in Lombok. *Sustainability*, 14(23), 16075.
- Mura, L., & Kajzar, P. (2019). Small Businesses in Cultural Tourism in a Central European Country. *Journal of Tourism and Services*, 10(19), 40-54.
- Reverte, F. G., & Perez, S. M. (2017). Cultural and social impacts of events held in tourism destinations. A managers' perception point of view. *Cuadernos de Turismo*, 40, 681-683.
- Šťastná, M., Vaishar, A., & Zámečník, S. (2020) Cultural tourism as a possible driver of rural development in Czechia. Wine tourism in Moravia as a case study. *European Countryside*, 12(3), 292-311.
- Teixeira, S. J., Ferreira, J. J. M., & Parra-Lopez, E. (2019). Tourist events and satisfaction: a product of regional tourism competitiveness. *Tourism Review*, 74(4), 943-977.
- Thomas, B., & Thomas, S. (2012). Cultural events and tourism in Jersey. *Shima International Journal of Research into Island Cultures*, 6(1), 114-131.

Kontaktné údaje

doc. RNDr. Pavol Plesník, PhD.
Ekonomická univerzita v Bratislave
Dolnozemska cesta 1, 85235 Bratislava
e-mail: pavol.plesnik@euba.sk

Mgr. Alexandr Burda
Střední škola hotelnictví a služeb a Vyšší odborná škola Opava, příspěvková organizace
Tyršova 867/34, 746 01 Opava
e-mail: burda@sshsopava.cz

Ing. Pavlína Sonnková
Střední škola hotelnictví a služeb a Vyšší odborná škola Opava, příspěvková organizace
Tyršova 867/34, 746 01 Opava
e-mail: sonnkova@sshsopava.cz

Lidové tradice jako žádoucí zdroj pro rozvoj cestovního kulturního ruchu?

Folk Traditions as a Desirable Generation for the Development of Cultural Tourism?

Hana Sábliková

Abstrakt

Tento příspěvek je věnován analýze malého města v rozvoji kulturního cestovního ruchu. Výzkum je založen na základě lokalizačních, výběrových a realizačních předpokladů pro cestovní ruch. Analytická část práce byla založena na kvantitativní metodě dotazníkového šetření, a to jak z pozice místních návštěvníků kulturních událostí, tak i místních podnikatelů v dané lokalitě. Výsledky ukazují významný turistický potenciál Kyjova, a to s ohledem na vinařskou kulturu a folklór. Ze zjištěných dat je patrné, že místní obyvatelé jsou si vědomi silných stránek města, které také vnímají jako potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Jejich motivace pro zapojení do kulturních aktivit, spočívá především v důrazu na možnost osobního setkání s ostatními. Místní podnikatelé podporují rozvoj cestovního ruchu v lokalitě, avšak vyžadují větší podporu ze strany obce. Rozvoj cestovního ruchu je důležitý s ohledem na zvýšení diverzifikace průmyslu, znalost místa, místních zvyků a obyvatel, ale také pro zajištění přechodu k postindustriální společnosti k udržitelné formě rozvoje, která přispívá k ekonomickému, sociálnímu i environmentálnímu pilíři. Atributy zlepšení představují pro podnikatele komunikaci a koordinaci, zatímco pro obyvatele je to především otázka čistoty obce a dostupné možnosti parkování.

Klíčová slova: Destinační management. Kulturní cestovní ruch. Lidová kultura. Rozvoj venkova. Slovácko.

Abstract

This contribution is devoted to the analysis of a small town in the development of cultural tourism. The research is based on localization, selection and implementation assumptions for tourism. The analytical part of the work was based on the quantitative questionnaire survey method, both from the position of local visitors to cultural events and local entrepreneurs in the given location. The results show the significant tourist potential of Kyjov regarding wine culture and folklore. From the obtained data, it is evident that local residents are aware of the city's strengths, which they also perceive as a potential for the development of tourism. Their motivation for getting involved in cultural activities lies primarily in the emphasis on the possibility of meeting others in person. Local entrepreneurs support the development of tourism in the locality, but they require more support from the municipality. Tourism development is important with regard to increasing the diversification of the industry, knowledge of the place, local customs and inhabitants, but also to ensure the transition from a post-industrial society to a sustainable form of development that contributes to economic, social and environmental polish. For entrepreneurs, the attributes of improvement are communication and coordination, while for residents it is primarily a question of the cleanliness of the village and the possibility of parking.

Keywords: Destination management. Cultural tourism. Folk culture. Rural development. Slovácko region.

Úvod

Cestovní ruch je s lidstvem úzce spjat a lze o něm uvažovat jako o dlouholeté tradici, která byla v průběhu let ovlivněna rozličnými motivy k cestování. V dřívějších dobách se jednalo o náboženské poutě nebo objevování kontinentů. Významných rozměrů, spjatých s funkcí využití volného času a zlepšení kvality života, dospěl s rozvojem transoceánských letů. Cestovní ruch je celosvětově významným průmyslovým odvětvím, ve kterém hraje roli konkurence destinací, přístup aktérů a výkonnost. Rozvoj cestovního ruchu není jen pozitivní, ale zároveň se s ním objevují také různé externality. Jeho pozitivem je určité oživení atraktivit dané lokality, vyšší počet pracovních míst, ale také větší povědomí o navštěvované oblasti a zvyklostech komunity. Na druhé straně, mnohdy dochází k narušení krajinného rázu, znečištění životního prostředí či dokonce zhoršení kvality života místních lidí. Koncept udržitelnosti tak vyvstává více do popředí zájmu místních skupin i mezinárodních institucí.

Cestovní ruch je mnohdy soustřeďován do větších aglomerací, které nabízejí širokou škálu produktů a služeb. Postupně je však větší pozornost věnována také menším městům a venkovskému prostředí. Malá města mohou sloužit jako centra kulturní turistiky s bohatou sítí sociálních kontaktů, nabídky služeb, pracovních příležitostí a dostupného dopravního spojení. Svou nezaměnitelnou roli sehrávají také kulturní události. Domácí cestovní ruch na Moravě je zřejmý, přičemž jeho obliba je úzce spjata s vinařskou kulturou. Jihomoravský kraj patří k vyhledávaným destinacím domácího cestovního ruchu. Pozornosti však neunikne ani zahraničním návštěvníkům, i když v mnohem nižší míře. Tento příspěvek konkrétně analyzuje potenciál rozvoje kulturního cestovního ruchu na Kyjovsku. Jedná se o místo, ve kterém je značné zastoupení hmotných, i nehmotných kulturních dědictví. Z pohledu přítomnosti lidových tradic a řemesel, je turisticky atraktivní.

Přehled literatury

Společnost se v průběhu značně rozvíjela a procházela mnohými fázemi, přičemž významnou změnou pro rozvoj volného času a cestovního ruchu, byl přechod od materiální společnosti ke společnosti post-materiální. To je charakteristické přesunem z průmyslových odvětvích do jiných typů služeb. Nemateriální složky jsou pro tuto post-materiální společnost významné (Ma, An & Park, 2018) a značně tak ovlivňují i kvalitu lidského života (Bell, 2014). Garay (2019) popisuje kulturní cestovní ruch jako formy spojené s kognitivní funkcí. Zjednodušeně to lze vnímat jako návštěvu kulturního místa, spojeného se získáváním znalosti o místních zvyklostech či o daném regionu (du Cros a McKercher, 2020). Světová organizace cestovního ruchu charakterizuje kulturní cestovní ruch jako „*typ aktivity cestovního ruchu, ve kterém je základní motivací návštěvníka učit se, objevovat, prožívat a konzumovat hmotné a nehmotné kulturní atrakce. produkty v turistické destinaci. Tyto atrakce/produkty se týkají souboru charakteristických materiálních, intelektuálních, duchovních a emocionálních rysů společnosti, která zahrnuje umění a architekturu, historické a kulturní dědictví, kulinářské dědictví, literaturu, hudbu, kreativní průmysl a živé kultury s jejich životním stylem, hodnotou. systémy, přesvědčení a tradice*“ (UNWTO, 2017).

Malá města mají důležitou regionální úroveň a hrají významnou roli v rozvoji venkova. Dokud byla vnímána jako součást městských systémů, nebylo jim věnováno příliš pozornosti. (Steinführer, Vaishar & Zapletalová, 2016). To se změnilo s jiným pojetím, a to vnímáním malých měst jako součástí venkovských oblastí (Jaszczak et al. 2021). Na českém území je poměrně hustá síť malých a středně velkých měst (Sýkora a Mulíček, 2014), která poskytují základní městské služby a dopravní spojení pro okolní sídla, včetně rozvoje nabídek zaměstnání a služeb. Klusáková (2017) definuje malá

města jako místa paměti a velká města jako místa změny. Značná část malých měst na českém území bývala feudálními panstvími, ze kterých byly dochovány mnohé zámky a zámecké zahrady, parky nebo také historická jádra měst, které považujeme za kulturní dědictví. Rozvoj kulturního cestovního ruchu je poté spjat s využíváním těchto dědictví (Kwiatkiewicz-Soltys & Bajger-Kowalska, 2019).

Malá města pro své kulturní dědictví a technické vybavení, mají silný potenciál, stát se centrem turismu. A to na základě několika funkcí, jakými je například pořádání kulturních akcí, zprostředkování ubytovacích a stravovacích zařízení, ale i dalších nabízených služeb.

Města na Moravě dříve sloužila jako tržiště, později se staly panstvím a s průmyslovou revolucí expandovala průmyslovými funkcemi. Funkce malých měst byla čím dál méně závislá na zemědělství jakožto primárnímu sektoru průmyslu. (Vaishar, Šťastná & Zapletalová, 2022). Cestovní ruch v těchto městech, tak může představovat další velmi důležité zdroje financí.

Hmotné kulturní dědictví odkazuje na hmotné památky, jakými jsou architektonická, malířská, sochařská díla nebo také budovy, lidská sídla s historickými, etnologickými a jinými hodnotami z pohledu dějin. Patří sem ale také archeologické předměty, oblečení či pokrmy. Mezi kulturní památky ve výzkumné lokalitě Kyjov jednoznačně patří zámek Kyjov (dnes prostory vlastivědného muzea), radnice, fara, boží muka nebo kostel Nanebevzetí Panny Marie.

Za nehmotné kulturní dědictví jsou považovány různé tradice, jazyk, gesta, řemesla a další, která jsou zapsána na seznamu UNESCO v Úmluvě o zachování nemateriálního kulturního dědictví. Ve výzkumné oblasti se konkrétně jedná o slovácký verbuňk, jízdu králů nebo modrotisk. Datování Verbuňku není přesně známo, nicméně bylo úzce spjato s verbováním mladých mužů do vojny a do seznamu UNESCO byl zapsán v roce 2005. Jízda králů je spjata s křesťanským svátkem (svatodušní pondělí), dříve hojná po celém území České republiky. Nyní zastoupena pouze na Slovácku a na Hané. Obyčej má podobu obřadního průvodu s družinou na ozdobených koních. Na seznamu UNESCO je zapsán od roku 2011. O tři roky předtím, v roce 2018, byl na seznam také připsán modrotisk. Jedná se o techniku barvení přírodním indigem, které mají společné několik evropských států. Regionální rysy jsou vyobrazeny využitím odlišných motivů tisku. Kyjovský charakter je podpořen, ale mnohými dalšími tradicemi, mezi které patří Martinské hody, fašank neboli masopust, Velikonoce, mikulášské obchůzky nebo stavění májky. Tyto lidové tradice úzce souvisí s křesťanskými svátky. Lidové odívání, kyjovský kroj, se dlouho vyvíjel a zastával mnohé funkce. V současnosti je dokonce rozlišen do dvou typů, dle místa nošení, a to na kroj severokyjovský a jihokyjovský.

Data a metody

Cílem tohoto příspěvku je analýza a hodnocení potenciálního rozvoje kulturního cestovního ruchu na Slovácku, konkrétně v obci Kyjov. Výzkumné otázky tohoto výzkumu zní:

- *Jaká je percepce kulturních událostí a turistických atraktivit na Kyjovsku z řad místních obyvatel?*
- *Jaké faktory hodnotí místní obyvatelé jako potenciálně přínosné pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti?*
- *Jak místní podnikatelé nahlíží na rozvoj kulturního cestovního ruchu na Kyjovsku?*
- *Jaká je ochota místních podnikatelů zapojit se do aktivit města a za jakých podmínek?*

Jak je výše patrné, teoretická část této práce byla věnována studiu odborné literatury a vědeckých článků, týkající se konceptualizace malých měst, kulturního cestovního ruchu a kultury na Slovácku. Metodika výzkumu byla složena z několika dalších dílčích kroků, kterými byla analýza sekundárních dat, zkoumání předpokladů (lokalizačních, výběrových a realizačních) a analýza primárních dat:

Sekundární data byla získávána z veřejně přístupných statistických databází, především pak z Českého statistického úřadu. Z této databáze byla získána data o hromadných ubytovacích

zařízeních, včetně jejich návštěvnosti. Data byla sbírána za rok 2019, 2020 a 2021 a/nebo pro rok 2022 na základě jejich dostupnosti. Tato deskriptivní analýza byla nezbytná pro vyhodnocení kvantitativních ukazatelů, pomocí níž lze konstatovat a interpretovat pozici výzkumné oblasti jako na oblast destinace cestovního ruchu. Faktor lokalizace, selekce a realizace výzkumné oblasti byl podroben výzkumu. Lokalizační předpoklady byly zkoumány na přítomnost přírodních a kulturních podmínek Kyjova z dostupných zdrojů. Selektivní předpoklady obsahují analýzu informační a propagační aktivity města. Realizační předpoklady byly zaměřeny především na dopravní infrastrukturu, dostupnost lokality a kapacitu ubytovacích zařízení.

Primární data byla získána na základě kvantitativní metody dotazníkového šetření. Pro potřeby výzkumu byla zvolena struktura polostrukturovaného dotazníku, který zahrnuje otázky standardizované neboli uzavřené, ale také otázky otevřené. Byly vypracovány dva samostatné dotazníky, přičemž jeden byl určen místním obyvatelům a druhý směřoval k místním podnikatelům. Výběr vzorku se lišil dle oslovené skupiny. Zatímco pro místní obyvatele byl založen na ochotě vyplnit dotazník, což je označováno jako vzorek pohodlný, místní podnikatelé byli vybráni účelově.

Tabulka 1: Struktura respondentů v dotazníkovém šetření pro místní návštěvníky (otázky 1-5)

Struktura respondentů dle pohlaví		Počet respondentů
žena		72
muž		28
Struktura respondentů podle věku		
15-25 let		20
26-36 let		36
37-47 let		29
48-58 let		12
59-90 let		8
Struktura respondentů dle místa bydliště		
V centru města		13
V rodinném domě ve městě		23
V bytovém domě (na sídlišti)		25
V okolní obci nebo místní části		40
Jinde		2
Struktura respondentů dle stupně vzdělání		
Základní (i nedokončené)		4
Vyučen(a)		10
Střední s maturitou		38
Vysokoškolské		48
Struktura respondentů dle oboru zaměstnání		
Zemědělství, lesnictví, rybolov		4
Zpracovatelský průmysl		8
Zdravotnictví, školství, sociální péče		13
Expertní služby, finančnictví, poradenství		7
Administrativa, správa, soudnictví		15
Obchod, gastronomie		11
Studuji		11
Mateřská/rodičovská		13
Jiná		18

Zdroj: vlastní zpracování.

Dotazník pro místní obyvatele, s ohledem na zvolenou metodiku, s sebou samozřejmě nese rizika spojená s anonymitou respondentů, které lze eliminovat prostřednictvím zvolených kritérií. V tomto výzkumu se jednalo o kritéria místa pobytu respondentů. Dotazníkové šetření bylo vytvořeno přes Survio.com a bylo sdíleno na on-line platformě předem vybraných stránek sociální sítě Facebook. Šetření probíhalo od prosince 2021 do června 2022. Dotazníkový formulář otevřelo celkem 213 respondentů, nicméně celkový počet obdržených – a kompletních – dotazníků bylo 100. To představuje návratnost 46,9 %. Získaná data byla vyhodnocena kontingenční tabulkou a nejdůležitější informace byla následně znázorněna grafem či tabulkou. První otázky dotazníkového šetření byly určeny pro potřeby sociologického hodnocení respondenta. Zapojení respondenti do výzkumu patří do různých věkových skupin, stupně vzdělání a pracovního oboru. Kompletní přehled sociologických hodnot respondentů (místních návštěvníků) uvádí tabulka 1.

Dotazník pro místní podnikatele byl rozeslán na základě analýzy webu k nalezení aktérů ve sféře podnikání ve zvolené oblasti Kyjovska. Stejně jako u dotazníkového šetření pro místní obyvatele, i dotazník pro podnikatele byl vypracován na platformě Survio.com. Vygenerovaný odkaz k dotazníkům byl vybraným podnikatelům zaslán na uvedené e-mailové adresy, společně s vysvětlením projektu, pozici výzkumníka a práva respondentů. Sběr dat probíhal od května do července 2022. Celková návratnost dotazníků činila pouhých 18 % (55 oslovených podnikatelů, 10 responzí). Data z vyplněných dotazníků byla převedena do tabulky Excel a hodnocena kontingenční tabulkou.

Výsledky a diskuse

Územní vymezení

Kyjov (10 849 obyvatel k 31.12.2021) patří do okresu Hodonín v Jihomoravském kraji. Náleží do jednoho z center národopisné oblasti Dolňácko na Slovácku ležící na úpatí vrchoviny Chřiby. Lidové umění je zachováno téměř ve svém původním stavu. Město je vzdáleno 43 km od krajské metropole Brna, se kterým má také značně vybudovanou dopravní síť spojení. Oblast tohoto regionu je součástí Moravské vinařské oblasti, což je také jedna z velmi významných turistických atraktivit. Navíc je zde vybudována značná síť cyklostezek, které jsou obzvláště atraktivní pro návštěvníky vyhledávající aktivní rekreaci a poznávání oblasti. Zázemí Kyjova zahrnuje celkem 27 venkovských obcí, které mají dohromady přes 23 000 obyvatel.

Lokalizační, selektivní a realizační předpoklady dotčené oblasti

Lokalizační předpoklady pro tuto práci jsou vybrány na základě nejvyšší atraktivity, a tudíž i případného potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti. Jak již bylo uvedeno, lokalizační předpoklady jsou věnovány přírodním a kulturním atraktivitám Kyjova. Stěží v této obci nalezneme významné krajinné prvky, neboť nejznámější přírodní rezervace leží za hranicemi Kyjova. Jmenovitě se jedná o Písečný rybník v Miloticích. Západní a jihozápadní oblast u Kyjova je atraktivní pro své pahorkatiny, které se kloubí se sady, vinohrady, rybníky a dalšími krajinnými prvky. Patrně největší přírodní atraktivitu oblasti představuje přírodní park Chřiby, jehož kyjovská rozloha není příliš velká. Nicméně je to ideálním místem pro aktivní rekreaci. Velmi oblíbeným místem přírodního parku Chřiby je za i zřícenina hradu Cimburk, pískovcová sála Kozel nebo skalisko Kazatelna. Centrum Kyjova je městskou památkovou zónou, kdy nejatraktivnější kulturní památkou je zcela bezpochyby renesanční zámek, ve kterém sídlí Vlastivědné muzeum. Ve městě se nachází také několik konstruktivistických vil, které pochází z 20. a 30. let 20. století. Většina kulturních událostí Kyjova je spojena s folklórem a vínem (Město Kyjov, web).

Pro selektivní předpoklady byla zvolena identifikace informačních a propagačních zdrojů na Kyjovsku. V dané lokalitě lze rozlišit tři významné oblasti pro předávání informací, jak pro turisticky atraktivní místa, tak i ke konání kulturních událostí. Prvním významným zprostředkovatelem je

informační centrum Kyjova, které je provozováno městem Kyjov. Propagace jsou zde sdíleny bezplatně, přičemž nejsou omezeny pouze na město Kyjov, ale na celý jeho region. Druhým zdrojem je webová stránka města Kyjov, na které lze najít hned několik propagačních materiálů (Slovácko – kraj tradic, vína, slunce a pohody, Město Kyjov, tipy na výlety Kyjovsko nebo také propagační materiál Krajinou Moravského Toskánska). Mimo jiné lze na této webové stránce najít také různé tipy na akce v Kyjově, výletů do okolí, včetně kalendáře akcí a měsíčníku Kam v Kyjově. Měsíčník Kam v Kyjově je materiál s přehledem o kulturním a společenském děním na Kyjovsku. Dění v regionu je také zprostředkováno prostřednictvím místní akční skupiny Slovácko v pohybu, především pak propagací na sociální síti Facebook. Kromě těchto tří signifikantních zdrojů, jsou informace sdělovány také dalšími soukromými sociálními skupinami na Facebooku, ale také klasickou propagací skrze plakáty.

Realizační předpoklady byly analyzovány na základě dopravní infrastruktury, dostupnosti lokality a kapacity ubytovacích zařízení. V rámci územního plánu je koridor pro dopravní strukturu označen jako KD1 a s tratí č. 340 Brno – Šlapanice – Veselí nad Moravou, vymezeno pro železniční trať a drážní přepravu. Silniční přeprava je realizována na průchodných silnicích I. až III. třídy. Kyjov má také značně rozvinutou síť účelové komunikace pro pěší a cyklisty. Cyklostezky a cyklotrasy jsou v současnosti trasovány na sedmi trasách (například cyklostezky „Mutěnka“, Moravská vinařská cyklostezka „Kyjovská“ a „Moravská vinná“ nebo cyklotrasa z Kyjova do Mouchnice). Dle územního plánu Kyjova jsou plánovány další tři návrhy cyklostezek, včetně propojení cyklotras přímo do centra města. Dostupnost lokality je dána veřejnou dopravou, a to zajištěním vlakového a autobusového spojení (Územní plán Kyjov, 2019). Kapacit ubytovacích zařízení v Kyjově je celkem 8 s 95 pokoji a 208 lůžky.

Tabulka 2: Přehled hostů v ubytovacích zařízeních v Kyjově

Rok	Oblast	Hosté	Z toho cizinců	Počet nocí
2019	Kyjov	10 804	2 210	18 371
2020	Kyjov	6 484	1 621	11 976
2021	Kyjov	7 242	537	13 783

Zdroj: Veřejná databáze. Český statistický úřad Praha

Primární data, získaná dotazníkovým šetřením, byla vymezena na subjektivním hodnocení z pozic místních obyvatel a návštěvníků kulturních událostí, přičemž na základě konkrétní otázky: „*Jak celkově vnímáte pořádání kulturních akcí na území obce*“ lze uvést, že více jako 60 % všech respondentů hodnotí tyto události pozitivně či spíše pozitivně, přičemž dominantně považují tuto pozitivitu na základě vlastního kulturního obohacení a osobního kontaktu s dalšími jedinci. Kolem 17 % respondentů uvedlo také pozitivní přínos pro podnikatele, obce, a to v rámci zlepšení image a/nebo finančního přínosu. Je však zřejmé, že kulturní události jsou hodnoceny spíše z pohledu osobního přínosu než veřejného zájmu. Jednoznačně negativní hodnocení uvedlo pouze 1 % respondentů. Při konkrétním hodnocení negativních vlivů kulturních událostí u 47 % respondentů převyšovalo znepokojení s hlukem a odpady. Pro analýzu hodnocení atraktivních míst (a událostí) v Kyjově, byla v dotazníkovém šetření uvedena tabulka jednotlivých oblastí (urbanistická struktura, památky, městská zeleň a podobně), ve které měli respondenti uvést své hodnocení na stupnici 1 (nejhorší) až 5 (nejlepší). Zmíněné oblasti zpravidla obdrželo průměrné hodnocení, na stupnici 4 pak nejvyššího zastoupení obdržely památky a historické budovy. Otevřený typ otázky dotazníkové šetření po konkrétních turisticky atraktivních místech, přineslo poměrně zajímavé hodnocení, kdy zúčastnění respondenti vnímají turisticky atraktivní místa převážně mimo oblast Kyjova. To je vyobrazeno v následující tabulce.

Tabulka 3: Turisticky atraktivní místa na Kyjovsku

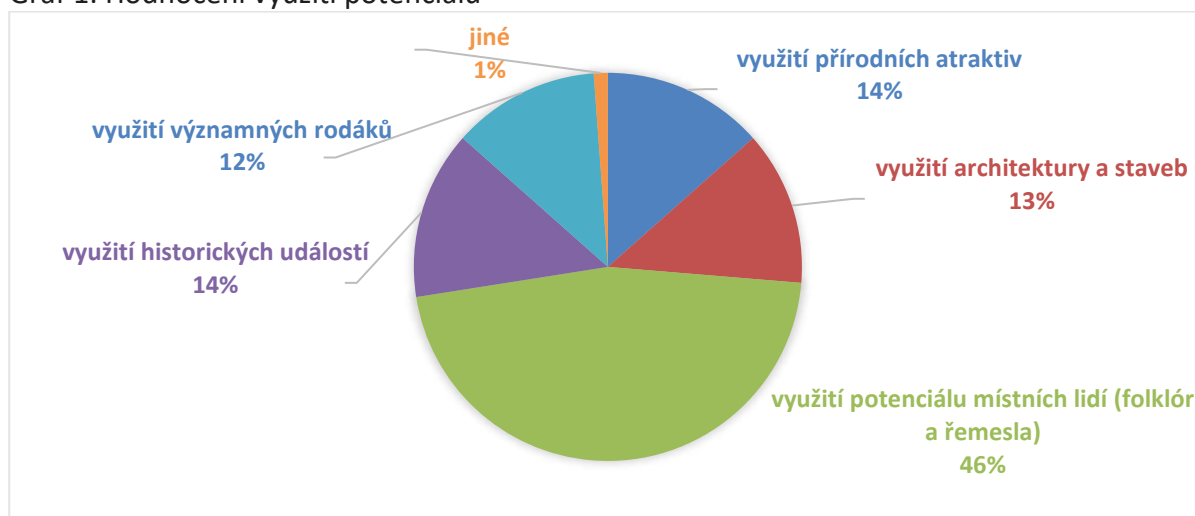
Lokality v Kyjově	Počet odpovědí	Lokality v blízkosti Kyjova	Počet odpovědí
Radnice	8	Zámek Milotice	33
Muzeum	11	Milotice	20
Žádná další lokalita v Kyjově zmíněna	0	Pálava	16
		Mikulov	6
		Rozhledna Kobylí/Kobylí vrch	6
		Bukovanský mlýn	11

Zdroj: vlastní zpracování.

Výzkumná otázka: *Jaká je percepce kulturních událostí a turistických atraktivit na Kyjovsku z řad místních obyvatel?* přinesla dvě zcela odlišné odpovědi. Kulturní události jsou značnou nad polovinou, vnímány pozitivně, a to s ohledem na naplnění společensko-kulturních hodnot místních. Oproti tomu, turisticky atraktivní místa jsou na území obce limitována a doporučení místních obyvatel směřuje k návštěvě okolních oblastí. Určité vyjasnění pohledu přinesla odpověď na otázku: *„Jaké faktory hodnotí místní obyvatelé jako potenciálně přínosné pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti?“*. Následující graf přináší přesné zastoupení tohoto hodnocení.

Je patrné, že místní obyvatelé na Kyjovsku, si uvědomují svou silnou stránku města, kterou zároveň vnímají i jako významný zdroj pro potenciální rozvoj cestovního ruchu. Tím je bezesporu folklór, následován využitím historických událostí a přírodních atraktivit.

Graf 1: Hodnocení využití potenciálu



Zdroj: vlastní zpracování.

Dotazníkové šetření bylo spuštěno také pro místní podnikatele, avšak s ohledem na jejich nízkou návratnost, je nutné toto brát v potaz i při jejich hodnocení a interpretovaná data vnímat spíše jako podklad pro případný další výzkum na dané téma. Jednou z položených výzkumných otázek bylo: *„Jak místní podnikatelé nahlíží na rozvoj kulturního cestovního ruchu na Kyjovsku?“*. 90 % respondentů podporuje rozvoj cestovního ruchu v Kyjově. 90 % podnikatelů zapojených do tohoto šetření vnímá účast na těchto aktivitách dokonce jako prospěšné. 80 % dotazovaných také pociťuje vliv kulturních aktivit na své podnikání. Tento vliv je jimi hodnocen velmi pozitivně. Zbývajících 20 % respondentů pak na své podnikání nepociťují vůbec žádný vliv. 60 % respondentů se domnívá, že na dané lokalitě je dostatek prostoru a možností pro větší rozvoj cestovního ruchu a 40 % respondentů vnímá určité přetížení oblasti v době sezónních akcí. V tabulce 4 je blíže demonstrováno hodnocení dalších faktorů pro zapojení podnikatelů do kulturních aktivit města (případně regionu).

Tabulka 4: Konkrétní hodnocení podnikatelského zapojení

Slabá stránka podniku pro zapojení	% responzí	Silná stránka podniku pro zapojení	% responzí	Existuje dostatek ubytovacích a stravovacích kapacit a možnosti parkování	% responzí
<i>Chybějící kontakt na pořadatele</i>	36	Nabídka zajímavých produktů	55	Ano, jsou volné kapacity	80
<i>Nedostatek podmínek a financí</i>	9	Nabídka doplňkových služeb	36	Ne, bylo by třeba kapacity výrazně navýšit	20
<i>Nerelevantní služby a produkty</i>	9	Sponsoring	9	Momentálně ano, v budoucnosti ne	0
<i>Jiné (zázemí, podpora, aj.)</i>	46	jiné	0		

Zdroj: vlastní zpracování.

Poslední výzkumná otázka: „*Jaká je ochota místních podnikatelů zapojit se do aktivit města a za jakých podmínek?*“. Ochota zapojení do kulturních a společenských událostí města ze strany podnikatelů je zřejmá, neboť téměř většina respondentů uvedla zájem na jejich podpoře a pozitivním dopadům na podnikání. Uvedeným důvodem pro zapojení se do těchto aktivit je převážně finanční zisk a reklama podniku. Zapojení do aktivit s ohledem na podporu rozvoje města je slabá, přičemž respondenti uvedli takový důvod jako slabý či neutrální. Podnikatelé se nechtějí účastnit akcí především na základě nedostatečné podpory ze strany města a nedostatku času a podmínek. Nedostatečná podpora je zřejmá s ohledem na vyžadování účastnického poplatku/nájmu stánků. Jeden respondent uvedl také přesvědčení, že město by mělo pronajímat stánky na kulturních akcích zadarmo pouze místním podnikatelům, zatímco ostatní by měli standardně zaplatit poplatek. Otevřený typ otázky 14: „*Co by podle Vás město mělo zlepšit, aby se do kulturních akcí zapojilo více místních podnikatelů?*“ nalezlo jednoznačnou shodu ve zlepšení komunikace města, pořadatelů a podnikatelů, včetně sdílení informací a účelového oslovení místních podnikatelů. Na druhé nejčastěji zmiňované příčce byla zmíněna finanční podpora, eventuálně propagační podpora.

Závěr

Malá města mají potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, a to na základě využívání své identity. V případě Kyjova se jedná o udržení tradic lidové kultury daného regionu, což však nebude možné bez zapojení místních aktérů. Tito aktéři mohou být zástupci z různých sfér. Je zřejmé, že v Kyjově je významný rozvojový potenciál viděn ve využívání místních zvyklostí, hmotného i nehmotného kulturního dědictví. Zdá se však, že komunikace mezi obcí a místními aktéry vyžaduje značné zlepšení. Dá se očekávat, že nastavení komunikace a větší spolupráce bude potřeba i mezi obcemi ve svém zázemí navzájem, tak aby bylo vytvořeno silné turistické centrum, které právě díky své vysoké provázanosti, bude schopné přinést pestrou škálu aktivit a zajistí dostatečné kapacity služeb i v budoucnu.

Rozvíjení turistického potenciálu destinace obvykle není otázkou zaměření pouze na jednu oblast, ale spíše podporou všech jejích složek. Mezi pět základních prvků cestovního ruchu patří atraktivita, aktivity, dostupnost, ubytování a vybavení. Dle zjištění toho výzkumu je v současnosti dostatek kapacit a služeb. Kyjov by mohl významně těžit především z nabídky ubytovacích a stravovacích kapacit, ale také z prodeje lokálních produktů. Zisky by byly generovány, a navíc by zůstaly v regionu.

Při správně zvoleném systému, mohou tedy tyto kroky přinést do obce příjmy a zároveň uspokojit potřeby společenského a kulturního života pro místní obyvatele i návštěvníky.

Pandemie Covid-19 ukázala, že menší města by měla být zaměřena především na rozvoj domácího cestovního ruchu, což je pravděpodobně i příklad Kyjova.

Literatura

- Bell, D. (2014). The coming of post-industrial society. In D. B. Grusky & K. R. Weisshaar (Eds.), *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*, 4th ed. London: Routledge. doi: 10.4324/9780429494642
- du Cros, H., McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism*, 3rd ed. London: Routledge. doi: 10.4324/9780429277498
- Garay, L. (2019). Visit Spain. Breaking down affective and cognitive attributes in the social media construction of the tourist destination image. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100560.
- Jaszcak, A., Vazoniene, G., Kristianova, K., & Atkociuniene, V. (2021). Social and Spatial Relation Between Small Towns and Villages in Peripheral Regions: Evidence from Lithuania, Poland, and Slovakia. *European Countryside*, 13(2), 242–266. doi:10.2478/euco-2021-0017
- Klusáková, L. (2017). Small towns in Europe in the 20th and 21st centuries: *Heritage and development strategies* (First edition). Karolinum Press.
- Kwiatek-Softys, A., & Bajger-Kowalska, T. (2019). The Role of Cultural Heritage Sites in the Creation of Tourism Potential of Small Towns in Poland. *European Spatial Research and Policy*, 26(2), 237–255. doi:10.18778/1231-1952.26.2.11
- Ma, S. J., An, S., & Park, D. S. (2018). Urban-rural migration and migrants' successful settlement in Korea. *Development and Society*, 47(2), 285–312. Doi: 10.21588/dns/2018.47.2.007
- Město Kyjov [online]. ©2018 [cit. 09.10.2020]. Dostupné z: <https://www.mestokyjov.cz/index.asp>
- Steinführer, A., Vaishar, A., & Zapletalová, J. (2016). The Small Town in Rural Areas as an Underresearched Type of Settlement. Editor's Introduction to the Special Issue. *European Countryside*, 8(4), 322–332. doi:10.1515/euco-2016-0023
- Sýkora, L., & Mulíček, O. (2014). TOWN. *Small and Medium-Sized Towns in Their Functional Territorial Context* [Case Study Report the Czech Republic]. Luxembourg/Louvain-la-Neuve: ESPON/Katolieke Universiteit Louvain
- Územní plán Kyjov. (2019). Úplné znění po vydání změny č. 2. [citováno 10. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.mestokyjov.cz/>
- Vaishar, A., Šťastná, M., & Zapletalová, J. (2022). Small industrial towns in Moravia: a comparison of the production and post-productive eras, *European Planning Studies*, doi: 10.1080/09654313.2022.2110377

Kontaktní údaje

Mgr. Hana Sábliková
Mendelova univerzita v Brně
Agronomická fakulta
Zemědělská 1665/1, 613 00 Brno
e-mail: sablikova.hana@seznam.cz

Analýza potenciálu pre udržateľný rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku

Analysis of the Potential for Sustainable Development of Culinary Tourism in Slovakia

Anna Šenková

Abstrakt

Kulinársky cestovný ruch je kľúčovým faktorom rozvoja mnohých turistických destinácií a regionálna gastronómia sa stáva dôležitým prvkom pri celkovom vnímaní a hodnotení ich ponuky návštevníkmi. Cieľom predkladaného príspevku je prezentovať výsledky výskumu zameraného na vnímanie významu a potenciálu kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku zástupcami odborných inštitúcií zainteresovaných do vytvárania jeho ponuky. Zber primárnych údajov bol realizovaný elektronickou formou prostredníctvom dotazníkovej metódy. Z celkového počtu 121 oslovených subjektov odpovedalo 94 (75,2 %), čo tvorí konečný výberový súbor. Výsledky boli spracované vybranými metódami deskriptívnej a induktívnej štatistiky. Z hlavných zistení vyplýva, že všetci zúčastnení vnímajú kulinársky cestovný ruch ako príležitosť pre udržateľný rozvoj slovenských regiónov v budúcnosti. Za najdôležitejšie atribúty budúceho rozvoja považujú respondenti najmä koordinovanú reálnu štátnu podporu cestovného ruchu, zmenu postoja pri vnímaní dôležitosti cestovného ruchu zo strany štátnych orgánov, odborných inštitúcií a podnikateľského sektora, dobudovanie infraštruktúry v regiónoch a propagáciu produktov kulinárskeho cestovného ruchu modernými marketingovými nástrojmi.

Kľúčová slova: Kulinársky cestovný ruch. Udržateľný rozvoj. Potenciál. Slovensko.

Abstract

Culinary tourism is a key factor in the development of many tourist destinations and regional gastronomy is becoming an important element in the overall perception and evaluation of their offer by visitors. The aim of the present paper is to present the results of research focused on the perception of the importance and potential of culinary tourism in Slovakia by representatives of professional institutions involved in the creation of its offer. Primary data collection was carried out electronically through a questionnaire method. Out of a total of 121 subjects contacted, 94 (75.2%) responded, which constitutes the final sample. The results were processed using selected methods of descriptive and inductive statistics. The main findings show that all participants perceive culinary tourism as an opportunity for sustainable development of Slovak regions in the future. In particular, the respondents consider the most important attributes of future development to be coordinated real state support for tourism, a change in attitude in the perception of the importance of tourism on the part of state authorities, professional institutions and the business sector, the completion of infrastructure in the regions and the promotion of culinary tourism products with modern marketing tools.

Keywords: Culinary tourism. Sustainable development. Potential. Slovakia.

Úvod

V posledných rokoch sa pre mnohých cestovateľov stala gastronómia neodmysliteľným prvkom pri spoznávaní kultúry a životného štýlu navštívených krajín. Nárast záujmu o kulinársky cestovný ruch odráža zlepšenie ekonomickej životnej úrovne postmoderných konzumných spoločností, ktoré ovplyvnené účinkami globalizácie hľadajú autenticitu a tradície. Vzťah medzi gastronómiou a cestovným ruchom má mnoho rozmerov a význam kulinárskeho cestovného ruchu sa stáva dôležitou otázkou pri formovaní komplexnej ponuky turistických destinácií. Na Slovensku však ide z vedeckého hľadiska o nedostatočne preskúmanú tému, ktorá si zaslúži ďalší výskum. V slovenských podmienkach sa problematike stravy a stravovania doteraz venovala pozornosť najmä z etnografického hľadiska a absentujú štúdie, ktoré by sa zameriavali komplexnejšie na kulinársky cestovný ruch, najmä z hľadiska manažmentu a marketingu s akcentom na ekonomický, sociálny a kultúrny význam pre regióny majúce potenciál pre jeho udržateľný rozvoj v budúcnosti. Najmä tieto dôvody viedli autorku k zameraniu svojho výskumu na zistenie názorov vybraných inštitúcií, ktoré sa určitým spôsobom podieľajú na realizácii ponuky pre kulinársky cestovný ruch na Slovensku.

Prehľad literatúry

Kulinársky cestovný ruch je pomerne mladá forma cestovného ruchu. Folkloristka Lucy Long (1998) bola jednou z prvých autorov, ktorí použili pojem „kulinársky cestovný ruch“ (*Culinary tourism*) v článku „*Culinary Tourism – a folkloristic perspective on eating and otherness*“ s cieľom opísať turistov, ktorí chceli prostredníctvom miestneho jedla a vína spoznať iné kultúry. Kulinársky cestovný ruch definovala ako zámernú, prieskumnú účasť na kulinárskej ceste, ktorá zahŕňa konzumáciu alebo prípravu a prezentáciu potravín, jedál, kuchýň, systému alebo štýlu stravovania. Účastník takejto cesty je vnímaný ako aktívny prvok, ktorý získava turistickú skúsenosť, dodáva jej význam a umožňuje tým estetické vnímanie gastronómie. Michael C. Hall, Sharples a kol. editovali v roku 2003 odbornú publikáciu „*Food Tourism Around the World: Development, Management, and Market*“, ktorá patrí medzi najcitovanejšie v tejto oblasti. Ďalšou z najpoužívanějších definícií kulinárskeho cestovného ruchu je definícia od Hall a Sharples (2003), podľa ktorej je kulinársky cestovný ruch zážitkovým výletom do gastronomického regiónu na rekreačné alebo zábavné účely, zahŕňa návštevy primárnych a sekundárnych výrobcov potravín, gastronomických festivalov, potravinárskych veľtrhov, podujatí, farmárskych trhov, ukážky varenia, ochutnávky kvalitných potravinárskych výrobkov alebo akékoľvek turistické činnosti súvisiace s jedlom. Vzhľadom na rastúci trend kulinárskeho cestovného ruchu medzi turistami na celom svete sa podľa UNWTO (2012) vplyv gastronómie na destinácie a turistov stal jednou z obľúbených tém výskumu v oblasti cestovného ruchu a hotelierstva. Na uľahčenie prehľadu výskumu kulinárskeho cestovného ruchu je podľa Dixita (2019) vhodné rozdeliť existujúci výskum z hľadiska troch perspektív, a to z perspektívy spotrebiteľa, z perspektívy producenta a z perspektívy rozvoja turistickej destinácie. Pre všetky tri perspektívy je charakteristické množstvo záujmov a možné konflikty medzi nimi, ktorými sa zaoberajú. Z pohľadu spotrebiteľa môže byť jedlo motívom cestovania, súčasťou hľadania nevšedného zážitku a jedným z kombinácií faktorov ovplyvňujúcich návštevy destinácií. Zdá sa, že typy skúseností získaných z konzumácie jedla počas dovolenky sa líšia a môžu zahŕňať napríklad zmyslové, kultúrne a sociálne skúsenosti. Zážitkové potreby gastronomických turistov uspokojuje široká škála producentov, vrátane výrobcov potravín, dodávateľov, hotelov, reštaurácií, atrakcií, farmárskych trhov a gastronomických festivalov (Hall a Sharples, 2003). Navyše, rozvoj destinácií zameraný na kulinársky cestovný ruch závisí od spolupráce medzi verejnými a súkromnými stranami naprieč ich záujmami (Henriksen a Halkier, 2015). Vzhľadom na rôzne aspekty kulinárskeho cestovného ruchu je v súčasnom výskume stále naliehavejšie a dôležitejšie zamerať sa na to, ako

môže jedlo prispieť k marketingovým stratégiám cestovného ruchu. Mulcahy (2019) tvrdí, že budúci úspešný rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu v jednotlivých destináciách bude závisieť od výskumu a zodpovedajúcej diseminácie jeho výsledkov tak, aby to malo všeobecne prospešný význam. Cieľom výskumu je obvykle zistiť veľkosť a vlastnosti trhu, zistiť, kto je gastronomický turista, aké sú jeho motívatory cestovať a aké sú motivačné faktory spokojnosti počas cesty. V tomto ohľade je kulinársky cestovný ruch stále v plienkach, pretože bez týchto informácií je veľmi ťažké zistiť, či existujúca infraštruktúra tejto špecifickej formy cestovného ruchu v destináciách môže uspokojiť potreby gastronomických turistov.

Dáta a metódy

Uvažovanie o vzťahu medzi jedlom a cestovným ruchom umožňuje analýzu jednej z najzaujímavejších dynamík súčasného využívania kulinárskeho dedičstva. Cieľom realizovaného výskumu bolo zistiť ako vnímajú význam a potenciál pre rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku zástupcovia odborných inštitúcií zainteresovaných do vytvárania jeho ponuky. Analýze boli podrobené primárne dáta a ich zber bol zameraný na inštitúcie, ktoré sa na Slovensku v najväčšej miere zapájajú do tvorby produktov kulinárskeho cestovného ruchu. Uskutočnil sa v období od 01. 08. 2021 do 20. 09. 2021. Oslovených bolo celkom 121 subjektov z celého Slovenska, čo tvorilo základný súbor (N=121). Oslovené boli všetky Krajské organizácie cestovného ruchu (KOČR - 7), Oblastné organizácie cestovného ruchu (OOCR - 38), Miestne akčné skupiny, ktoré sú členmi Národnej siete Miestnych akčných skupín (MAS – 67) a zástupcovia krajských klubov odbornej stavovskej organizácie, a to Slovenského zväzu kuchárov a cukrárov (SZKC). Zber údajov bol realizovaný elektronickou formou prostredníctvom dotazníkovej metódy a zasielaním adresných prosieb o vyplnenie dotazníka prostredníctvom e-mailu získaného z verejne dostupných zdrojov. Formu zberu dát je možné podľa Hendla (2015) charakterizovať ako cielený (totálny) výber. Z celkového počtu 121 oslovených subjektov odpovedalo 94 (75,2 %), čo tvorí konečný výberový súbor. Regionálne rozloženie výskumnej vzorky prezentované v tabuľke 1 reflektuje počet oslovených inštitúcií pôsobiacich v jednotlivých krajoch. Zo skúmania boli vylúčené podniky poskytujúce pohostinské služby, pretože mnohé z nich boli v tomto období vzhľadom na pandémiu Covid-19 nútené výrazne obmedziť svoju činnosť alebo v niektorých regiónoch boli dlhšiu dobu pre zákazníkov zatvorené. Tento výskum je plánovaný v budúcnosti. Konštatujeme, že náročnosť zberu údajov ovplyvnila aj rozsah analýzy a odchýlky oproti plánu a ich výskyt vnímame ako limitáciu výskumu.

Tabuľka 1: Štruktúra respondentov z hľadiska lokalizácie

Lokalizácia		Početnosť kraj	Percento kraj	Početnosť Slovensko	Percento Slovensko
Východné Slovensko	Prešovský	30	31.91	41	43.62
	Košický	11	11.70		
Stredné Slovensko	Žilinský	10	10.64	23	24.5
	Banskobystrický	13	13.83		
Západné Slovensko	Trenčiansky	5	5.32	30	31.91
	Nitriansky	10	10.64		
	Trnavský	8	8.51		
	Bratislavský	7	7.45		

Zdroj: vlastné spracovanie

Opytovacie položky v autorskom dotazníku boli vyšpecifikované na základe preskúmanej odbornej literatúry a štúdií z vedeckých databáz, zaoberajúcich sa kulinárskym cestovným ruchom (Fields, 2002; Hall et al., 2003; Hall a Sharples, 2003; Hjalager, 2003; Getz et al., 2014; UNWTO, 2012, 2017).

Dôvodom bola najmä nemožnosť aproximácie predmetných výskumov v podmienkach Slovenskej republiky a snaha o vlastný prínos v skúmanej oblasti. Na spracovanie boli použité neparametrické testy rozdielnosti Mann-Whitney U test, Kruskal-Wallis H test a taktiež neparametrická metóda analýzy súvislosti Smearman ρ . V analytických procesoch boli taktiež použité štatistické charakteristiky deskriptívnej analýzy a frekvenčná analýza. Výsledky boli spracované prostredníctvom štatistického programu Statistica.

Výsledky a diskusia

Zapojenie sa rôznych subjektov do vytvárania a organizovania produktov kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku je veľmi diferencované, preto po analýze dostupných informácií sme sa rozhodli preskúmať názory zástupcov tých inštitúcií, ktoré sa už aj v súčasnosti svojimi aktivitami výrazným spôsobom podieľajú na jeho rozvoji. V úvode zisťovania nás zaujímal názor respondentov na to, ktorý z uvedených kulinárskych produktov existuje v ich regióne a považujú ho za dominantný, prispievajúci k jeho atraktivnosti. Vinárske podujatia ako sú vinobranie, Dni otvorených pivníc a pod. označilo 23,2 % všetkých respondentov, možnosti návštev a exkurzií lokálnych výrobcov potravín a farmárske trhy rovnako po 20 % respondentov. Pivné festivaly vybralo 8,4 % respondentov. Respondenti mali možnosť uviesť aj ďalšie produkty kulinárskeho cestovného ruchu, ktoré sú príznačné pre ich región. Najčastejšie boli uvádzané rôzne lokálne súťaže vo varení napríklad bryndzových halušiek, guláša, pirohov, gemerských guliek, ďalej podujatia ako zabíjačky, gastronomické festivaly ako štrúdlový festival, jahodový festival, dožinkové slávnosti, kde sa prezentujú aj miestni výrobcovia.

Čo sa týka formy podieľania sa na tvorbe alebo organizovaní produktov kulinárskeho cestovného ruchu, najčastejšie označenými možnosťami s rovnakou početnosťou (13) v Prešovskom kraji bolo spoluorganizovanie a propagácia na webovej stránke. V Košickom kraji sme najviac odpovedí zaznamenali pri možnosti propagácie na webovej stránke (6) a pri možnosti „nezúčastňujem sa“ (4). Forma propagácie na webovej stránke získala najviac odpovedí aj v ostatných krajoch. Podpora tvorby alebo organizovania produktov formou sponzorského finančného príspevku sa objavila v Banskobystrickom kraji (4), v Trnavskom (2) a v jednom prípade aj v Trenčianskom a Bratislavskom kraji. Naopak najviac odpovedí „nezúčastňujem sa“ sme zaznamenali v Prešovskom kraji (7), v Nitrianskom kraji (5) a v Bratislavskom kraji (3). V rámci iných foriem podpory tvorby a organizácie produktov kulinárskeho cestovného ruchu, ktoré mohli respondenti uviesť, sme zaznamenali napríklad plány rozšíriť spoluprácu v budúcom období, propagáciu cez sociálne siete a marketingovú podporu, podporu formou regionálnych značiek, organizáciu gastronomických podujatí v ubytovacích zariadeniach a spoluprácu pri organizovaní kulinárskych workshopoch.

Prehľad o formách podieľania sa na tvorbe alebo organizovaní produktov kulinárskeho cestovného ruchu z hľadiska oslovených subjektov poskytuje Tabuľka 2.

Tabuľka 2: Frekvenčná analýza položky: Forma podieľania sa na tvorbe alebo organizovaní produktov kulinárskeho cestovného ruchu v regióne - subjekty.

Početnosť	KOCR	OOCR	MAS	SZKC
Spoluorganizátor	0	8	14	7
Formou sponzorského finančného príspevku	1	4	3	0
Propagáciou na našej webovej stránke	5	20	26	4
Nezúčastňujem sa	0	1	17	5

Zdroj: vlastné spracovanie

Na tvorbe produktu turistickej destinácie sa rôznou mierou podieľajú rôzne kooperujúce subjekty. Manažment destinácie zabezpečuje zvyčajne verejný sektor, ale poskytovanie prevažnej väčšiny služieb je výsledkom činnosti súkromného alebo neziskového sektora. Všetci zainteresovaní partneri sa môžu rôznou mierou podieľať aj na tvorbe produktu kulinárskeho cestovného ruchu. Podľa názorov respondentov je zrejmé, že vo všetkých krajoch Slovenska sa do tohto procesu zapájajú najmä majitelia a prevádzkovatelia gastronomických podnikov, lokálni producenti potravín, nápojov a samospráva, t. j. obce a mestá. V menšej miere (regionálne rozdiely) sú to majitelia a prevádzkovatelia ubytovacích zariadení. KOČR a MAS uviedli, že podľa ich názoru sa najčastejšie v regióne zapájajú do tvorby produktov kulinárskeho cestovného ruchu lokálni producenti potravín, a to farmári, pekári, včelári a pod.. OČR a SZKC najviac označovali majiteľov a prevádzkovateľov gastronomických podnikov a lokálnych producentov potravín. Podľa názoru MAS sa do procesu tvorby produktov aktívne zapája aj samospráva, a to obce a mestá.

V ďalšom zisťovaní nás zaujímal názor respondentov na to, ktorý z prirodzených regiónov cestovného ruchu Slovenska by najviac odporúčali cudzincom za účelom poznania tradičnej kultúry a kulinárskych zážitkov. Regióny sme vymedzili v zmysle dokumentu Regionalizácia cestovného ruchu z roku 2004. Respondenti tak mali možnosť vybrať tri regióny z celkového počtu 21. Ako región s najväčším potenciálom označili respondenti Liptovský región (47,4 %), nasledovaný Tatranským regiónom, ktorý by odporúčalo 34,7 % respondentov a tretí v poradí sa umiestnil Bratislavský región, ktorý by odporúčalo 27,4 % respondentov. Všetky tri uvedené regióny sú aj z hľadiska Regionalizácie cestovného ruchu v rámci aktivity „Poznávanie miestnych tradícií“ považované za regióny so zvýšeným výskytom viacerých nehmotných kultúrno-historických zdrojov ako sú napr. typická drevovýroba alebo typické zvykoslovie vrátane známej a typickej gastronómie. Ďalej sme sa zamerali na zistenie názorov respondentov na význam kulinárskeho cestovného ruchu pre udržateľný rozvoj turistickej destinácie. Na získanie odpovedí bolo respondentom predložených 10 tvrdení, ktoré vyplynuli zo štúdia výsledkov relevantných výskumov a odborných prác (uvedené v metodike). Použitá bola 5 stupňová Likertová škála, ktorá merala mieru súhlasu s predloženými tvrdeniami na stupnici 1-vôbec nesúhlasím, 2-skôr nesúhlasím, 3-ani nesúhlasím – ani súhlasím, 4-skôr súhlasím a 5-rozhodne súhlasím. Z dosiahnutých výsledkov je zrejmá vysoká miera súhlasu s predloženými tvrdeniami (Tabuľka 3). Výsledky analýzy sú totožné aj s viacerými domácimi a zahraničnými výskumami a štúdiami zaoberajúcimi sa kulinárskym cestovným ruchom, resp. významom regionálnej gastronómie ako dôležitej súčasti produktu cestovného ruchu. Napr. Marušková (2007) zdôrazňuje, že Slovensko patrí svojou polohou, prírodným a kultúrno-historickým potenciálom ku krajinám predurčeným na rozvoj cestovného ruchu a kultúrne dedičstvo prezentované architektúrou, folklórom a regionálnou gastronómiou má v tomto nezastupiteľnú úlohu. Čo sa týka regionálnych produktov (položka O_8_8 Regionálne značenie tradičných produktov a podpora ich predaja v podnikoch cestovného ruchu je dobrou propagáciou každej destinácie), tak tieto pomáhajú budovať identitu regiónu, ktorá je základom tvorby regionálnej značky za účelom odlíšenia regiónu od ostatných regiónov a posilnenie jeho konkurencieschopnosti. Na Slovensku sa pre označenie produktov vo vybraných regiónoch používa značka „regionálny produkt“, ktorú môžu získať remeselné výrobky, potraviny a poľnohospodárske produkty, ale aj ubytovacie a stravovacie služby a zážitky. Podmienkou je, aby produkty pochádzali od miestneho výrobcu alebo poskytovateľa služieb. Dôležitá je ich kvalita, jedinečnosť, dôraz na využívanie tradičných postupov a miestnych zdrojov, ale aj určitý podiel ručnej práce a šetrnosť k životnému prostrediu (Hrubalová, 2016). Miestne akčné skupiny, ktoré boli zapojené do výskumu, sa aktívne zapájajú do podpory lokálnych producentov a ich výroby a udeľovania značiek regionálnym produktom na Slovensku. Sú zároveň ich iniciátormi a lokálnymi koordinátormi. Národnú úroveň koordinácie a propagácie regionálneho značenia zastrešuje Národná sieť MAS a na celoštátnej

úrovni pôsobí Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka. Na Slovensku je v súčasnosti 13 regionálnych značiek s jednotným logotypom s folklórnym motívom, ktoré zahŕňajú viac ako 300 unikátnych lokálnych produktov.

Tabuľka 3: Frekvenčná analýza názorov na význam kulinárskeho cestovného ruchu

ID	Položka	1	2	3	4	5
O_8_1	Slovensko má vďaka svojmu potenciálu predpoklady pre udržateľný rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu	1	3	9	37	44
O_8_2	Ponuka kvalitných stravovacích služieb je strategickým prvkom pri definovaní značky a imidžu každej destinácie cestovného ruchu	0	1	4	27	62
O_8_3	Skúsenosti návštevníkov s jedlom (pozitívne aj negatívne) vo veľkej miere môžu ovplyvniť vnímanie destinácie cestovného ruchu ako celku	2	1	3	37	51
O_8_4	Kulinársky cestovný ruch spája lokálnych poľnohospodárov a výrobcov s poskytovateľmi služieb cestovného ruchu (najmä stravovacími a ubytovacími zariadeniami)	0	2	13	36	43
O_8_5	Kvalitná regionálna gastronómia a organizovanie kulinárskych podujatí zvyšuje záujem o región	0	2	2	25	65
O_8_6	Miestni producenti do značnej miery prispievajú k podpore a rozvoju aktivít kulinárskeho cestovného ruchu	1	1	13	34	45
O_8_7	Zachovanie tradícií a kultúrneho dedičstva v oblasti gastronómie považujeme pre rozvoj regiónu za veľmi dôležité	0	2	3	24	65
O_8_8	Regionálne značenie tradičných produktov a podpora ich predaja v podnikoch cestovného ruchu je dobrou propagáciou každej destinácie	0	1	6	25	62
O_8_9	Udržateľný rozvoj destinácie cestovného ruchu závisí aj od širokej ponuky a dostupnosti lokálnych potravinárskych produktov	0	3	11	34	46
O_8_10	V procese obnovy cestovného ruchu po pandémie COVID-19 sa za aktívnej štátnej podpory môže stať slovenská gastronómia silným marketingovým nástrojom	0	3	16	43	32

Zdroj: vlastné spracovanie

Výsledky realizovaného výskumu potvrdili autorkine predchádzajúce zistenia (napr. Šenková 2009; Šenková 2012; Šenková et al., 2017) na základe ktorých je možné konštatovať, že slovenská gastronómia sa v posledných rokoch stala jedným z rýchlo sa rozvíjajúcich odvetví s významnými zmenami na trhu gastronomických služieb, ktoré súvisia najmä so všeobecnými sociálno-ekonomickými, vlastníckymi, štrukturálnymi a kvalitatívnymi zmenami v odvetví. Podobná situácia je aj v okolitých štátoch, najmä v krajinách V4, ktoré podobne ako Slovensko významne ovplyvnili spoločenské a ekonomické zmeny po roku 1989. Pre toto odvetvie je čoraz významnejšie sledovanie globálnych a európskych trendov a zavádzanie nových riešení v ponuke jedál, služieb zákazníkom a marketingovej činnosti.

Autori Rapacz a Gryszel (2019; 2020), z Ekonomickej univerzity vo Wroclavi, ktorí sa dlhodobo venujú skúmaniu gastronomických služieb a kulinárskeho cestovného ruchu v Poľsku napríklad zistili, že návštevníci v poľských reštauráciách vnímajú veľmi pozitívne rôzne druhy inovácií, ku ktorým patria najmä novinky týkajúce sa ponuky (produktu) – ponuka sezónnych jedál, jedál iných

národov, jedlá pre vegetariánov a vegánov, ktorí očakávajú prípravu zo zdravých a ekologických produktov.

V Čechách sa problematike výskumu v oblasti kulinárskeho cestovného ruchu venuje viacero akademických pracovísk z rôznych uhlov pohľadu. Autori Kiráľová, Malec (2021) sa napríklad zaoberali identifikáciou významu lokálnych potravín na strane dopytu aj ponuky s cieľom poukázať na to, ako môžu byť miestne potraviny prepojené s rozvojom cestovného ruchu v regióne. Závbery ich výskumu potvrdzujú aj zistenia prezentované v tomto príspevku a to, že miestne potraviny a nápoje zvyšujú príťažlivosť regiónu a návštevníci, ktorí vyhľadávajú prírodné krásy a kultúru majú záujem aj o autentické miestne jedlá a nápoje. Mala by sa im preto venovať väčšia pozornosť, pretože môžu zvýšiť hodnotu regiónu a prispieť k jeho rozvoju. V ďalšom výskume sa autorky Kiráľová, Hamarneh (2017) zaoberali vplyvom ponuky miestnych jedál na tržby malých a stredných podnikov v regióne. Z ich výsledkov vyplynulo, že táto ponuka má významný vplyv na návštevnosť, zvyšovanie tržieb, zlepšuje priemerné výdavky hostí a je reálnym predpokladom rozvoja kulinárskeho cestovného ruchu v českých regiónoch. Kostková a Pellešová (2020) sa zaoberali výskumom trendov a inovácií služieb hotelierstva a gastronómie v Moravskoslezskom kraji. Identifikovali faktory, ktoré ovplyvňujú opakovanú návštevu zákazníkov a zvyšujú ich spokojnosť. Patri k nim napríklad nové formy komunikácie so zákazníkom, kvalitná prezentácia na internete, rýchlosť obsluhy, dôraz na ponuku domácich moderných, ale aj tradičných pokrmov a nápojov v ponuke reštauračných podnikov.

V nasledujúcej Tabuľke 4 je prezentovaná deskriptívna štatistika k jednotlivým tvrdeniam z dotazníkového prieskumu podľa oblasti pôsobenia respondentov. Na základe vyhodnotenia testov rozdielnosti, kde asymptotická signifikancia v žiadnom z prezentovaných prípadov nenadobúda hodnotu nižšiu ako 0,05 môžeme konštatovať, že ani v jednom prípade neexistuje medzi kategóriami vybraných premenných signifikantná (resp. preukazná) rozdielnosť. Najvyššia miera súhlasu na základe aritmetického priemeru bola identifikovaná pri položke O_8_5 „Kvalitná regionálna gastronómia a organizovanie kulinárskych podujatí zvyšuje záujem o región“. Naopak najnižšia miera súhlasu bola identifikovaná pri položke O_8_10 „V procese obnovy cestovného ruchu po pandémie COVID-19 sa za aktívnej štátnej podpory môže stať slovenská gastronómia silným marketingovým nástrojom“.

Tabuľka 4: Deskriptívna štatistika názorov na význam kulinárskeho cestovného ruchu – oblasť pôsobenia respondentov

ID 8	Mean	SD	Median	Oblasť pôsobenia		Časť Slovenska	
				Kruskal-Wallis	Sig.	Kruskal-Wallis	Sig.
O_8_1	4.28	0.85	4	0.842	0.839	1.153	0.562
O_8_2	4.6	0.63	5	3.65	0.302	2.122	0.346
O_8_3	4.43	0.8	5	5.208	0.157	0.738	0.691
O_8_4	4.28	0.78	4	0.651	0.885	1.768	0.413
O_8_5	4.63	0.64	5	1.886	0.596	4.275	0.118
O_8_6	4.29	0.82	4	4.695	0.196	1.172	0.557
O_8_7	4.62	0.66	5	5.18	0.159	2.664	0.264
O_8_8	4.57	0.66	5	1.193	0.755	0.221	0.895
O_8_9	4.31	0.8	4	0.877	0.831	2.797	0.247
O_8_10	4.11	0.8	4	5.771	0.123	5.708	0.058

Zdroj: vlastné spracovanie

Posledná časť dotazníkového zisťovania zameraného na inštitúcie participujúce na tvorbe produktov kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku bola zameraná na identifikáciu činiteľov, ktoré považujú respondenti za dôležité pri podpore jeho rozvoja v budúcnosti (Tabuľka 5).

Tabuľka 5: Frekvenčná analýza činiteľov dôležitých pre rozvoj kulinárskeho CR v budúcnosti

ID	Položka	1	2	3	4	5	6
O_9_1	Ochota miestnych aktérov z oblasti samosprávy spolupracovať pri tvorbe produktov v oblasti kulinárskeho cestovného ruchu (napr. organizácia kulinárskych podujatí, gastronomických ciest a pod.)	1	2	6	12	58	15
O_9_2	Systematická podpora tvorby kulinárskych produktov a ich zaraďovanie do strategických plánov rozvoja regiónov zo strany Oblastných a krajských organizácií cestovného ruchu.	2	1	3	21	47	20
O_9_3	Zapojenie sa gastronomických podnikov (záujem podieľať sa napr. na organizovaní kulinárskych podujatí, gastronomických tematických ciest a pod.)	0	3	1	8	51	31
O_9_4	Zapojenie sa lokálnych producentov (farmárov, výrobcov potravinárskych produktov a pod.)	0	1	2	6	44	41
O_9_5	Zapojenie sa zahraničných producentov (záujem zahraničných producentov zúčastniť sa na kulinárskych podujatiach v prihraničných regiónoch)	1	5	23	30	26	9
O_9_6	Zapojenie sa masmédií (propagácia kulinárskych podujatí a za účasti masmédií)	0	3	2	9	50	30
O_9_7	Zviditeľnenie regiónu pomocou sociálnych sietí (propagácia produktov kulinárskeho cestovného ruchu pomocou sociálnych sietí napr. facebook, instagram, twitter)	0	0	3	7	42	42
O_9_8	Stabilná marketingová podpora zo strany štátu (kulinársky cestovný ruch ako súčasť stratégie rozvoja cestovného ruchu a propagácie Slovenska)	1	2	4	12	40	35
O_9_9	Lokalita (atraktivita prostredia, komplexná turistická ponuka)	1	0	4	13	40	36
O_9_10	Dostupnosť (infraštruktúra, miestne komunikácie, verejná doprava, parkoviská)	0	1	9	9	32	43

Zdroj: vlastné spracovanie

Na 6-stupňovej škále, kde bol 1-bezvýznamný činiteľ, 2-najmenej dôležitý činiteľ, 3-menej dôležitý činiteľ, 4-priemerne dôležitý činiteľ, 5-dôležitý činiteľ a 6-najdôležitejší činiteľ, mali respondenti ohodnotiť 10 tvrdení, ktoré boli opäť sformulované na základe poznania problematiky a výsledkov viacerých, prevažne zahraničných štúdií (Anderson, 2005; Mulcahy, 2019; Csurgó et. al., 2019; Hall

et al., 2003; Huang et. al., 2009; Thirumoorthi a Moghavvemi, 2019; Kiráľová, Hamarneh, 2017; Marčeková, Zambojová, 2020).

Aj v tomto prípade je zrejmá vysoká miera súhlasu respondentov s predloženými tvrdeniami. Za najdôležitejší činiteľ budúceho rozvoja považujú respondenti „Dostupnosť“, a to konkrétne infraštruktúru, miestne komunikácie, verejnú dopravu a parkoviská. Stotožňujeme sa s týmto názorom, pretože dopravná dostupnosť, infraštruktúrna vybavenosť lokality zahŕňajúca všetky dopravné komunikácie, kanalizáciu, zásobovanie elektrickou energiou, vodou, plynom a taktiež zber a likvidáciu odpadov spolu s nadväzujúcimi ekonomickými činnosťami je veľmi dôležitá pri vytváraní komplexného produktu každej turistickej destinácie. Ďalším v poradí najdôležitejších činiteľov je podľa respondentov „Zviditeľnenie regiónu propagáciou produktov kulinárskeho cestovného ruchu pomocou sociálnych sietí“. Hoci cestovanie za kulinárskymi zážitkami nie je ničím novým, kulinársky cestovný ruch sa stal populárnejším ako kedykoľvek predtým najmä vďaka digitálnemu veku a sociálnym médiám. Podľa prieskumu Food Travel Monitor, ktorý v roku 2016 uskutočnila Svetová asociácia kulinárskeho cestovného ruchu (WFTA), sa 81 % respondentov pri návšteve destinácie dozvedá o jedle a nápojoch a verí, že jedlo a pitie pomáha pri pochopení miestnej kultúry, pričom 59 % verí, že jedlo a nápoje sú pri cestovaní dôležitejšie ako pred piatimi rokmi. Využívanie virtuálneho prostredia na komunikáciu v cestovnom ruchu je teda v súčasnej „internetovej dobe“ nevyhnutnosťou. Potvrdzujú to aj výskumy mnohých domácich a zahraničných autorov (Štefko et. al., 2017; Kiráľová, 2003; Gúčík et al., 2011; Novacká et. al., 2020; Vajčnerová a Kloudová, 2014; Bačík et. al., 2014; Huang et. al., 2009). Naopak za činiteľ menej, respektíve najmenej dôležitý označili respondenti „Zapojenie sa zahraničných producentov do kulinárskych podujatí v prihraničných regiónoch“.

V rámci otvorenej otázky mali respondenti tiež možnosť vyjadriť svoje názory a návrhy k problematike kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku. Z jej obsahovej analýzy vyplynulo niekoľko podnetných záverov a odporúčaní: štátne orgány a vyššie územné celky by sa mali viac angažovať v reálnej podpore rozvoja cestovného ruchu v regiónoch vrátane kulinárskeho cestovného ruchu; dôležitá je všeobecná zmena postoja všetkých aktérov k vnímaniu významu cestovného ruchu na Slovensku – od štátu, cez samosprávne orgány, OOCR, KOOCR a podnikateľského sektora; neexistuje celoplošná a koordinovaná podpora kulinárskeho cestovného ruchu na Slovensku, ani podpora organizovania kulinárskych podujatí a v nevýhode sú regióny, ktoré kôli podmienkam nastaveným v Zákone NR SR č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu nepatria do žiadnej OOCR, a tak nie sú zahrnuté ani do propagácie, ani do finančnej pomoci; nastaviť systém udeľovania certifikátov kvality pre gastronomické zariadenia a regionálne produkty pretože gastronómia je jeden z najdôležitejších rozhodovacích parametrov pri návšteve krajiny a Slovensko má v tomto smere žiaľ nedostatočne využitý obrovský potenciál a udržateľný rozvoj v tomto smere nemôžu zastrieť iba OOCR a KOOCR, ale spoločne štát, samospráva a lokálni producenti.

Záver

Kulinársky cestovný ruch sa najmä v posledných dvoch desaťročiach stal z celosvetového hľadiska jedným z najvýraznejších fenoménov a motívov cestovania, ktorý samozrejme vzbudil záujem aj vo vedeckej oblasti. Ako vyplynulo z realizovaného výskumu, oslovené inštitúcie vnímajú potenciál pre rozvoj kulinárskeho cestovného ruchu vo viacerých regiónoch Slovenska a považujú ho za výzvu budúcnosti. Doterajšia iniciatíva podpory tvorby produktov kulinárskeho cestovného ruchu však bola vo väčšine prípadov vedená zdola, chýbala systematická štátna podpora. Najväčší potenciál má podľa respondentov Liptovský región, druhý v poradí označili Tatranský región a tretí Bratislavský región. V rámci celého Slovenska boli vinárske podujatia a farmárske trhy najviac označovaným produktom, ktorý zvyšuje atraktivitu regiónov. Do podpory lokálnych producentov a udeľovania

značiek regionálnym produktom na Slovensku sa aktívne zapájajú najmä Miestne akčné skupiny. Za najdôležitejšie atribúty budúceho rozvoja považujú respondenti koordinovanú reálnu štátnu podporu cestovného ruchu, zmenu postoja pri vnímaní dôležitosti cestovného ruchu zo strany všetkých aktérov počnúc štátnymi orgánmi, oblasťnými a krajskými organizáciami cestovného ruchu a podnikateľským sektorom, dobudovanie infraštruktúry cestovného ruchu v jednotlivých regiónoch, zviditeľňovanie a propagáciu produktov kulinárskeho cestovného ruchu prostredníctvom moderných marketingových nástrojov. V rámci analýzy bolo na Slovensku identifikovaných niekoľko hlavných problémov. Ide najmä o ťažkosti pri koordinácii a maximalizácii výhod spojenia kulinárskej ponuky a cestovného ruchu na rôznych úrovniach riadenia a nedostatočné pochopenie dôležitosti a významu tohto spojenia všetkými aktérmi v území. Otázka: „Pre koho je kulinársky cestovný ruch prínosom?“ by mala byť základom pre hodnotenie politík a stratégií regionálneho rozvoja. Odpoveď na ňu však závisí od rozsahu analýzy, o ktorej je potom nevyhnutné diskutovať, ako aj od konkrétnych subjektov z rôznych odvetví, ktoré sú do tohto procesu prirodzene zapojené. Je dôležité si uvedomiť, že nie všetky subjekty môžu byť schopné čo najlepšie využiť príležitosti kulinárskeho cestovného ruchu, pretože návratnosť investícií nemusí byť rovnaká pri rôznych produktoch. Dôležité je si uvedomiť, že aj aktivity všetkých aktérov v území, t. j. mnohých malých lokálnych producentov potravín, remeselníkov, propagátorov a udržiavateľov kultúrneho dedičstva sú hodnotné pri vytváraní produktu cestovného ruchu. Riadenie udržateľnej kulinárskej destinácie v jej troch rozmeroch, a to územnom, sektorovom a sociálnom, si vyžaduje model riadenia založený na spoločnom vedení a na účasti všetkých aktérov v hodnotovom reťazci kulinárskeho cestovného ruchu v prospech spoločného cieľa.

Podakovanie

Príspevok je výstupom projektu KEGA 005PU-4/2022 „Inovácia študijného programu Turizmus, hotelierstvo a kúpeľníctvo v prvom stupni štúdia v študijnom odbore Ekológia a manažment“.

Literatúra

- Anderson, E. N. (2005). *Everyone eats: Understanding food and culture*. Dostupné z: <https://www.yourhomeworksolutions.com/wp-content/uploads/edd/2017/06/Everyone-Eats-Understand-Food-and-Culture.pdf>
- Bačík, R., Mudrík, M., Štefko, R., & Kot, S. (2014). Analysis of Tourism Travel Trends after 2014. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 7(1), 88-93. doi: 10.14505/jemt.v7.1(13).08
- Csurgó, B., Hindley, C., & Smith, M. K. (2019). The role of gastronomic tourism in rural development. In Dixit, K. S., (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 62-69). New York, NY, USA: Routledge.
- Dixit, S. K. (Ed.). (2019). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. New York, NY, USA: Routledge.
- Getz, D., Robinson, R., Vujicic, S. (2014). Demographic history of food travelers. In Bussell, J., Campbell, C., McAree, K., & Lange-Faria, W. (Eds.), *Have Fork Will Travel: A Practical Handbook for Food and Drink Tourism Professionals* (pp. 63-69). Portland, OR, USA: World Food Travel Association.
- Gúčík, M. et al. (2011). *Marketing cestovného ruchu*. Banská Bystrica, Slovensko: Slovak-Swiss Tourism.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchel, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (Eds.). (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann/Elsevier.

- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Hendl, J. (2015). *Přehled statistických metod. Analýza a metaanalýza dat*. Praha, Česko: Portál.
- Henriksen, P. F., & Halkier, H. (2015). Feeding countryside tourists: Exploring collaborative actor strategies in rural Denmark. In K. Dashper (Ed.), *Rural tourism - An international perspective*. Newcastle-upon-Tyne, UK: Cambridge Scholars.
- Hjalager, A. M. (2003). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. In J. Collen & G. Richards (Eds.), *Gastronomy and tourism*, 52(2), 54-74.
- Hrubalová, L. (2016). Regionálne produkty v ponuke cestovného ruchu regiónu Nitra. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 49(1), 24-32.
- Huang, T. C., Lee, T. J., & Lee, K. H. (2009). Innovative e-commerce model for food tourism products. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 595-600. doi: 10.1002/jtr.731
- Kiráľová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha, Česko: Grada Publishing.
- Kiráľová, A., & Malec, L. (2021). Lokal Food as a Tool of Tourism Development in Regions. *International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age*, 5(1), 54-68. doi: 10.4018/IJTHMDA.20210101.0a1
- Kiráľová, A., & Hamarneh, I. (2017). Local gastronomy as a prerequisite of food tourism development in the Czech republic. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 15-25. doi: 10.21272/mmi.2017.2-01
- Kostková, H., & Pelešová, P. (2020). Trendy a inovace služeb hotelnictví a gastronomie Moravskoslezského kraje. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 53(4), 190-199.
- Long, L. (1998). Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness. Dostupné: https://www.researchgate.net/publication/287547184_Culinary_tourism_A_folkloristic_perspective_on_eating_and_otherness
- Marušková, J. (2007). Regionálna gastronómia ako súčasť produktu cestovného ruchu. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 40(4), 243-247.
- Marčeková, R., & Zambojová, D. (2020). Využívanie internetovej marketingovej komunikácie reštauračných zariadení v meste Prievidza. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 53(4), 209-221.
- Mulcahy, J. D. (2019). Building a tourism destination using gastronomy through creative collaboration. In K. S. Dixit (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. New York, USA: Routledge.
- Novacká, L. et al. (2020). *Súčasnosť cestovného ruchu v trajektórii budúcnosti*. Zlín, Česko: VeRBuM.
- Rapacz, A., & Gryszel, P. (2019). Kulinársky cestovný ruch. Prípadová štúdia Dolného Sliezska. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 52(1), 4-13.
- Rapacz, A., & Gryszel, P. (2020). Názory zákazníkov na inovácie v poľských reštauráciách. *Ekonomická revue cestovného ruchu*, 53(2), 80-88.
- Šenková, A. (2009). Food culture in tourism development. *Hotellink: a hotel, restaurant and gastronomy business journal*, 10(13-14), 726-730.
- Šenková, A. (2012). Význam národnej gastronómie v časech globalizácie gastronomickej kultúry na Slovensku. *Czech hospitality and tourism papers*, 8(16), 19-32.
- Šenková, A., Šambronská, K., Mitříková, J. Vavrek, R., & Kunáková, L. (2017). Analýza stravovacích zvyklostí a názorov na gastroturizmus návštevníkov vybraných gastronomických zariadení na Slovensku. In J. Vaníček et al. (Eds.), *Gastronomie a cestovní ruch* (pp. 88-122). Opava, Česko: Slezská univerzita v Opavě.
- Štefko, R. et al. (2017). *Marketing a e-business*. Prešov, Slovensko: Bookman.

- Thirumoorthi, T., & Moghavvemi, S. (2019). Digital marketing and gastronomic tourism. In K. S. Dixit, (Ed.), *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (pp. 24-31). New York, NY, USA: Routledge.
- UNWTO (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO
- UNWTO (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Madrid: UNWTO
- Vajčnerová, I., & Kloudová, E. (2014). Využití sociálních sítí jako nástroje marketingové komunikace destinace. *Ekonomická revue cestovného ruchu*. 47(3), 151-161.
- WFTA. (2016). Food Travel Monitor. Dostupné z: <https://www.omarniode.org/blogreads-336.php>

Kontaktné údaje

doc. Ing. Anna Šenková, PhD.
Prešovská univerzita v Prešove
Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu
Katedra turizmu a hotelového manažmentu
Konštantínova 16, 080 01 Prešov
e-mail: anna.senkova@unipo.sk

Pamiatka UNESCO Vlkolíneč a jej udržateľný cestovný ruch

The UNESCO Site Vlkolíneč and its Sustainable Tourism

Ivana Tomčíková

Abstrakt

Vlkolíneč, pamiatka zapísaná do Zoznamu svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO, predstavuje pozoruhodne zachovalú dedinu s ľudovou architektúrou. Je príkladom tradičného vidieckeho osídlenia a hospodárskeho využitia pôdy v minulosti. Osada Vlkolíneč a jej prírodné okolie tvoria harmonický urbanistický celok, charakterizovaný významnou interakciou ľudí a prírody. Vďaka periférnej polohe a izolovanosti zostal zachovaný historický ráz celého sídla s nenarušenou zástavbou drevených zrubových domov. Autenticita formy a dizajnu sa prejavuje v originálnom architektonickom štýle, ktorý sa zachoval prakticky nezmenený. Vlkolíneč je živá dedina, lebo jej obyvatelia časť budov stále používajú, rešpektíve v nich bývajú, preto je nevyhnutné spojiť požiadavky na ochranu pamiatky svetového dedičstva UNESCO a potreby jej obyvateľov na primerané vybavenie a kvalitu života. Rozvoj udržateľného cestovného ruchu sa musí realizovať prostredníctvom priameho zapojenia a spolupráce medzi miestnymi obyvateľmi, súkromným sektorom, tvorcami rozvojových politík a miestnymi aktívnymi organizáciami tretieho sektora. Cieľom príspevku je analyzovať potenciál a vývoj lokality UNESCO Vlkolíneč, opísať spoluprácu samosprávy s miestnou komunitou a uviesť ponuky služieb pre návštevníkov. Na základe spracovanej analýzy navrhnúť stratégiu udržateľného rozvoja cestovného ruchu v lokalite Vlkolíneč za účelom zachovania kultúrnych, prírodných a krajinných hodnôt.

Kľúčové slová: Cestovný ruch. Pamiatka UNESCO. Vlkolíneč. Živá dedina.

Abstract

Vlkolíneč, a monument registered in the UNESCO World Cultural and Natural Heritage List, represents a remarkable well-preserved village with folk architecture. It is an example of traditional rural settlement and economic use of land in the past. The Vlkolíneč settlement and its natural surroundings form a harmonious urban complex, characterized by the interaction of people and nature together. Thanks to the peripheral location and isolation, the historical character of the entire area has been preserved with an undisturbed development of wooden log houses. The authenticity of the form and design is reflected in the original architectural style, which has been preserved practically unchanged. Vlkolíneč is a living village, because the inhabitants still use parts of the buildings, or live in them, therefore it is necessary to meet the requirements for the protection of the UNESCO World Heritage and the needs of its inhabitants for adequate equipment and quality of life. The development of sustainable tourism must be ensured through direct involvement and cooperation between local residents, the private sector, development policy makers, the academic sector and local active third sector organisations. The aim of the contribution is to analyse the potential and development of the UNESCO Vlkolíneč location, to describe the cooperation of the municipality with the local community and to list the range of services for visitors. Based on the processed analysis, propose strategies for the sustainable development of tourism in the Vlkolíneč location in order to preserve cultural, natural and landscape values.

Keywords: Living village. Tourism. UNESCO monument. Vlkolíneč.

Úvod

Slovensko má v súčasnosti celkovo 7 zápisov v Zozname svetového dedičstva UNESCO (5 kultúrnych a 2 prírodné lokality). V zozname sú zapísané historické centrum Bardejova, historické centrum Banskej Štiavnice a jej technické pamiatky, výnimočné jaskyne Slovenského krasu, obývaná dedinka Vlkolíneec, najväčší hrad v strednej Európe – Spišský hrad a okolie, Karpatské bukové pralesy a drevené kostolíky na severovýchode Slovenska.

Medzi kultúrne pamiatky UNESCO na Slovensku patrí lokalita Vlkolíneec, ktorá je príkladom tradičného vidieckeho osídlenia a hospodárskeho využitia pôdy v minulosti. Je jednou z prvých slovenských lokalít, ktorá bola v roku 1993 zapísaná do tohto zoznamu ako najlepšie zachované sídlo svojho druhu v celom Karpatskom regióne. Má neopakovateľnú hodnotu symbiózy ľudského spolunažívania s prírodou a predstavuje pozoruhodne zachovalú dedinu s ľudovou architektúrou. Nie je to však len múzeum bez života, ale živá osada s obyvateľmi, ktorí majú nároky na svoj životný štandard, čo čiastočne sťažuje jej udržateľný rozvoj.

V príspevku sme sa zamerali na analýzu potenciálu a vývoja lokality UNESCO Vlkolíneec, opísali sme spoluprácu samosprávy s miestnou komunitou. Na základe spracovanej analýzy bola navrhnutá stratégia udržateľného rozvoja cestovného ruchu v lokalite Vlkolíneec za účelom zachovania kultúrnych, prírodných a krajinných hodnôt.

Prehľad literatúry

Vidiecka krajina bola vždy zdrojom života a inšpirácie. Je to živé svedectvo o tom, ako ľudia spolunažívali s prírodou. Napriek tomu sú mnohé vidiecke krajiny a ich prepojenie s ľuďmi čoraz viac ohrozené rôznymi faktormi, od vyľudňovania a urbanizácie vidieckych spoločenstiev až po zvyšovanie rizika rôznych katastrof. Gullino a Larcher (2013) vo svojej štúdii zameranej na vidiecku krajinu uvádzajú, že UNESCO pripisuje v hodnotení vidieckej krajiny vysokú hodnotu nasledujúcim parametrom: historickým prvkom, tradičným plodinám a miestnym produktom, stálosti využívania pôdy a prítomnosti architektúry súvisiacej s poľnohospodárskou činnosťou. Riaditeľka UNESCO, Mechtild Rössler, udáva, že doteraz je v Zozname svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO zapísaných 105 nehnuteľností kategorizovaných ako kultúrna krajina. Viac ako polovica z nich stále zohráva aktívnu úlohu pri udržiavaní života miestnych spoločenstiev vrátane domorodého obyvateľstva. V stredoeurópskom priestore sú v Zozname svetového dedičstva UNESCO zapísané tri menšie vidiecke sídla. Všetky vhodným spôsobom ilustrujú tradičný spôsob bývania a obživy ich obyvateľov. Okrem Vlkolínca je to maďarská dedinka Hollókő s prevládajúcimi hrazdenými stavbami tradičného dolnozemskeho výrazu (Kozová, Rakytová, Tomčíková, 2019) a juhočeská obec Holašovice, príklad typického dedinského baroka s murovanými stavbami (Dudáš, 2018).

Vlkolíneec je živá dedina, nie skanzen, preto nezobrazuje len život našich predkov, ale tiež ukazuje, ako ľudia dokážu v súčasnosti využívať stavby, ich architektúru, rozloženie, farebnosť a dizajn, ako sa dajú prepájať pôvodné technológie s novými (Kozová, Rakytová, Tomčíková, 2019). Ako uvádza Antrop (2006), historická dedina sa ako životný priestor neustále mení, je odrazom života obyvateľstva a jeho činnosti v danej lokalite. Nesie v sebe svoju históriu, súčasnosť a od nej v závislosti od vývoja počtu obyvateľov závisí aj jej budúcnosť. Práve obyvatelia predstavujú najzásadnejší potenciál budúcnosti týchto pamiatok. Vďaka nim môžeme hovoriť o živej pamiatke, o živote v pamiatkovej rezervácii, oni sprítomňujú a vytvárajú most medzi minulosťou a súčasnosťou. Prvoradým cieľom je zachovanie hodnoty týchto území. Lokalita Vlkolíneec predstavuje typ dedinského sídla s drevenou architektúrou horských a podhorských oblastí s nenarušenou zástavbou zrubových domov uprostred tradične využívannej krajiny s úzkoblokovými políčkami a pasienkami. Osada, ktorá sa po prvý raz spomína v roku 1461, nie je narušená novou výstavbou a predstavuje unikátny urbanistický celok pôvodných ľudových stavieb. Pôvodne to bola

osada drevorubačov, pastierov a poľnohospodárov. V súčasnosti je to živá osada, keďže obyvatelia budovy stále využívajú, respektíve v nich bývajú. To čiastočne sťažuje jej udržateľný rozvoj, pretože je nevyhnutné spojiť požiadavky na ochranu pamiatok svetového dedičstva UNESCO a potreby ich obyvateľov na primerané vybavenie a kvalitu života.

Cestovný ruch predstavuje pre miesta svetového dedičstva UNESCO príležitosť, no zároveň je aj hrozbou. Vzťahy medzi lokalitami svetového dedičstva, ktoré slúžia nielen ako turistický produkt, ale aj ako miesto života komunity, majú viacero hľadísk (Mansfeld, Jonas, 2006). Zložitosť týchto vzťahov môže určiť potenciál úspechu pri presadzovaní ich záujmov. Podľa Mansfelda (2015) je hlavnou úlohou nájsť odpoveď na otázku: *Ako môžeme zachovať sociálno-kultúrnu udržateľnosť v takejto lokalite a zároveň zdieľať kultúrne hodnoty tejto lokality s turistami?* Murphy (2013) a Scoones (1998) uvádzajú, že zlepšenie živobytia a maximálny prínos pre domáce obyvateľstvo zahŕňa rozvoj vhodného využitia domácej práce, domácej produkcie tovaru a služieb a súčasne rozvoj vhodnej a udržateľnej infraštruktúry, podpornej politiky a environmentálnych stratégií.

Dudáš (2018) uvádza, že osobitným a dnes ťažko riešiteľným problémom Vlkolínca je práve zmena jeho bezprostredného prírodného prostredia, ktorá vyplýva z nenávratnej zmeny životného štýlu jeho obyvateľov. Podľa Dudáša (2018) ide o proces, ktorý s najväčšou pravdepodobnosťou nemožné zvrátiť, len spomaliť. Postupujúcu sekundárnu sukcesiu názorne dokumentujú vo svojom článku autori Boltižiar a Petrovič (2018), a to na príkladoch komparácie fotografií z lokality Vlkolíneč z roku 1950, kedy ešte väčšina okolitej krajiny Vlkolínca bola obhospodarovaná tradičným spôsobom, s aktuálnym stavom.

Rozvoj udržateľného cestovného ruchu sa musí realizovať prostredníctvom priameho zapojenia a spolupráce medzi miestnymi obyvateľmi, súkromným sektorom, tvorcami rozvojových politík, akademickým sektorom a miestnymi aktívnymi organizáciami tretieho sektora (Tromo a kol., 2018).

Dáta a metódy

Cieľom príspevku bolo analyzovať potenciál a vývoj lokality UNESCO Vlkolíneč, charakterizovať spôsob riadenia pamiatky UNESCO Vlkolíneč, opísať spoluprácu samosprávy s miestnou komunitou a uviesť ponuky služieb pre návštevníkov. Na základe spracovanej analýzy a zhodnotenia východiskového stavu pripravenosti lokality na udržateľný cestovný ruch navrhnúť opatrenia na zachovanie kultúrnych, prírodných a krajinných hodnôt pamiatky UNESCO Vlkolíneč.

Analýzu územia a rozvoj osídlenia lokality UNESCO Vlkolíneč sme spracovali podľa dostupnej literatúry, z údajov, ktoré nám poskytli pracovníci Mestského úradu v Ružomberku, OZ Vlkolíneč a ktoré sme získali zo Štatistického úradu Slovenskej republiky. Na základe spracovanej analýzy sme identifikovali silné stránky, ale aj prekážky, ktoré bránia v rozvoji udržateľného cestovného ruchu. V záverečnej časti sme zhodnotili východiskový stav pripravenosti lokality Vlkolíneč na udržateľný cestovný ruch a navrhli opatrenia, ktoré by prispeli ku skvalitneniu aktuálneho stavu.

Analýzy

Vlkolíneč sa nachádza v regióne Liptov, v západnej časti Liptovskej kotliny, v severozápadnej časti pohoria Veľká Fatra, nad Trlenskou dolinou, na južnom úpätí vrchu Sidorovo v nadmorskej výške 721 m. n. m. a v súčasnosti je mestskou časťou Ružomberka (obr. 1). Jadro lokality UNESCO s rozlohou 4,9 ha bolo už v roku 1977 vyhlásené za pamiatkovú rezerváciu ľudovej architektúry. Na území pamiatkovej rezervácie Vlkolíneč sa nachádza 36 národných kultúrnych pamiatok, ktoré sa skladajú z 86 pamiatkových objektov. Súčasťou zástavby osady okrem obytných domov – *typických zrubových dreveníc* (obr. 2) a *hospodárskych stavieb* sú i sakrálne stavby a stavby občianskej vybavenosti: škola, obchod, hasičská zbrojnica, *Kostol Navštívenia Panny Márie*, vybudovaný podľa archívnych dokladov v roku 1875, a cintorín. K historicky najstarším občianskym stavbám patrí

drevená rumpálová studňa z roku 1860 s hĺbkou 13 metrov a *zvonica*, postavená v roku 1770 (obr. 2). Špecifickým prvkom sú objekty drobnej architektúry situované v zastavanom území i vo voľnej krajine – *zrubové senníky* (tzv. štály).

Obrázok 1: Pohľad na Vlkolíneec



Zdroj: autorka

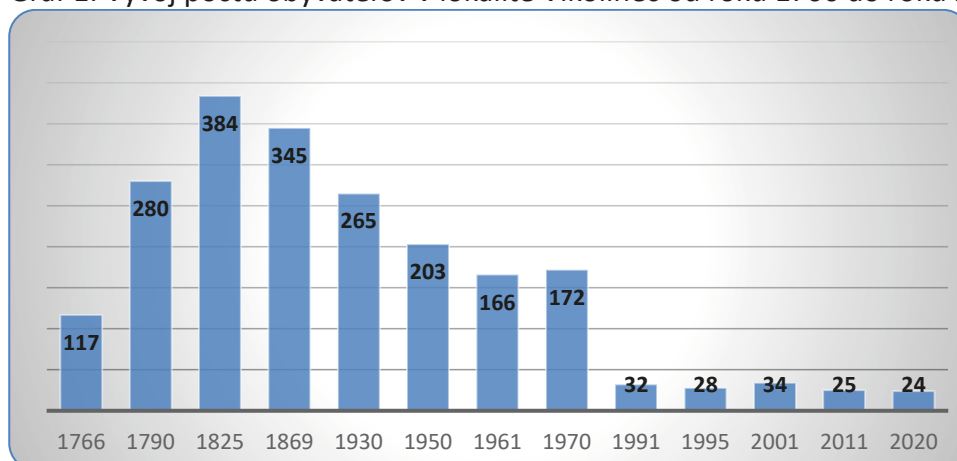
Obrázok 2: Ulica a domy vo Vlkolínci



Zdroj: autorka

Sídelnou osou hornej časti osady je potok tečúci zo severu na juh v drevených žľaboch, okolo neho vedie po oboch stranách miestna komunikácia (obr. 2). Z hľadiska charakteru zástavby je Vlkolínec hromadnou obcou typu dvojradovej ulicovky s hlbokými dvormi. Domy sú orientované štítom do ulice, dlhé úzke dvory sú spoločné pre niekoľko obytných domov postavených za sebou alebo oproti sebe. Dvory sú väčšinou otvorené, len niektoré sú uzavreté doskovými bránami s charakteristickou šindľovou strieškou (Svrček a kol., 2008). V bezprostrednej blízkosti obydľí, za hospodárskymi budovami, sa nachádzajú *záhrady* a za nimi *komplex terasovitého usporiadania terénu* s lúkami rozčlenenými vegetáciou v rovnobežných líniiach. Je to dôsledok zachovaného striedavého hospodárenia a považuje za jeden z najcennejších zachovaných prvkov. V súčasnosti už prakticky neexistujú pôvodné políčka, ktoré sa tradične obrábali kopaním a oraním. Tieto sa premenili väčšinou na lúčno-pasienkovú vegetáciu. V 70. rokoch boli odstránené aj medze a scelením vznikol jednoliaty veľký celok lúk a pasienkov. Len na západnej a severozápadnej časti zostalo zachované terasovité usporiadanie terénu s lúkami rozčlenenými líniovou a skupinovou kríkovou a miestami stromovou vegetáciou v rovnobežných líniiach (Tomčíková, Rakytová, 2018).

Graf 1: Vývoj počtu obyvateľov v lokalite Vlkolínec od roku 1766 do roku 2020



Zdroj: Babal (2002), Mesto Ružomberok (2020)

Prvé známe sčítanie obyvateľov z roku 1766 uvádza, že v osade žilo 117 obyvateľov. Najväčší počet obyvateľov - 384 mala osada v roku 1825. Odvtedy počet obyvateľov ubúda, v roku 2020 bolo v osade len 24 obyvateľov s trvalým pobytom (graf 1). Väčšina domov sa využíva ako víkendové bývanie alebo slúži na rekreáciu. Môžeme tu vidieť konflikt medzi udržateľnosťou a postupným vyľudňovaním. V posledných rokoch však bol zaznamenaný rast počtu obyvateľov v produktívnom veku, čo súvisí s prisťahovaním mladých rodín do osady.

Podobne je to aj s vývojom počtu domov, na konci 18. storočia ich bolo 40, maximum – 82 domov dosiahlo v roku 1935, vtedy prebehlo aj prvé číslovanie domov. V roku 1977 došlo uplatňovaním prísnych podmienok pamiatkovej ochrany a stavebnej uzávery k vyľudňovaniu územia, začalo kontinuálne vysídľovanie pôvodných obyvateľov a nehnuteľnosti sa predávali najmä do súkromného vlastníctva, nastala tak postupná zmena využívania pôvodných ľudových rodinných domov s trvalým bývaním na využívanie na rekreačné chalupy. V súčasnosti je vo Vlkolínci 73 obytných domov, z nich je len 7 trvale obývaných (Mesto Ružomberok, 2022).

Jedným z najzávažnejších problémov lokality Vlkolíneec po roku 1993 je zvyšujúci a neregulovaný nárast návštevníkov, najmä v letných mesiacoch. Na základe analýzy, ktorú urobilo Mesto Ružomberok (2022), sa zistilo, že Vlkolíneec v letnej sezóne navštevuje pravidelne takmer 30 000 ľudí. V tabuľke 1 vidíme počet registrovaných platiacich návštevníkov, no skutočný počet je oveľa vyšší. OZ Vlkolíneec odhaduje ročnú návštevnosť až na 80 000.

Tabuľka 1: Vývoj počtu platiacich návštevníkov v lokalite UNESCO Vlkolíneec

rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
počet návštevníkov	53641	41543	40554	50869	61113	52486	56486	47158	59417	41798	53064	58060	44190

Zdroj: Archív OZ Vlkolíneec, Mesto Ružomberok (2022)

Dopravná dostupnosť do Vlkolínce je možná viacerými spôsobmi. Autom je možné sa dostať až na parkovisko priamo pod Vlkolíncom. Autobusom je to oveľa zložitejšie, keďže od roku 2015 nejazdí do Vlkolínce žiadna pravidelná linka MHD. Pre cestovný ruch bola k dispozícii linka MHD len cez letné prázdniny, od roku 2021 už MHD linka nebola zabezpečená. Pre občanov Vlkolínce dopravu zabezpečuje mesto. Z Ružomberka sa do Vlkolínce dá dostať aj pešo po žltej turistickej značkovej trase, ktorá vedie cez Hrabovo (údolná stanica kabínkovej lanovej dráhy Skiparku Ružomberok), Kalváriu, popod Sidorovo a Vlkolínske lúky (6,9 km). Cez Vlkolíneec prechádza aj značková cyklotrasa, ktorá začína z Ružomberka a končí na Jaziercach.

Materiálno-technická základňa pre potreby cestovného ruchu je vo Vlkolínci slabá. Sú tu 3 ubytovacie zariadenia v súkromí (cca 23 lôžok) a 1 rekreačné zariadenie pre potreby incentívneho cestovného ruchu s cca 20 lôžkami, bufet s ponukou jedál (s kapacitou 15 stoličiek v interiéri a cca 50 v exteriéri), 1 predajňa suvenírov. Predajňa zmiešaného tovaru po prestavbe objektu už niekoľko rokov nefunguje. Ďalšie služby ponúka Dom UNESCO, Informačné centrum Vlkolíneec, múzeum Roľnícky dom (prehliadky expozície dobového bývania), kostol Navštívenia Panny Márie, Galéria ľudového umenia (kde je aj možnosť občerstvenia), Koliba salaša na Vtáčniku (expozícia ovčiarkej koliby s pôvodným salašníckym vybavením), Minigaléria v sýpke. Služby, ktoré by mohli prispieť k zlepšeniu kvality života miestnych obyvateľov, chalupárov, ale aj návštevníkov, sú v lokalite Vlkolíneec minimálne rozvinuté. Absentujú tu zariadenia občianskej vybavenosti s verejne prístupnými WC (Kozová, Rakytová, Tomčíková, 2019).

Väčšina objektov a pozemkov vo Vlkolínci a v jeho ochrannom pásme je v súkromnom vlastníctve. Mesto Ružomberok vlastní v lokalite Vlkolínece 10 objektov (napr. drevenú zvonnicu, historickú studňu, Dom UNESCO, hasičskú zbrojnicu, reštauráciu, obchod) a niekoľko parciel, ktoré má vo výlučnom vlastníctve alebo spoluvlastníctve. Žilinský samosprávny kraj vlastní ľudový dom, stodolu, maštal a sýpku, kde je umiestnený Roľnícky dom, ktorý je expozíciou v správe Liptovského múzea, Rímsko-katolícka cirkev vlastní kostol Navštívenia Panny Márie, OZ Vlkolínece vlastní tiež roľnícky dvor, ľudový dom, chliev, dve stodoly a hospodárske stavby. Poľnohospodárske družstvo Ludrová hospodári na základe Mandátnej zmluvy na časti pozemkov v ochrannom pásme PRĽA Vlkolínece.

Kultúrne a spoločenské podujatia vo Vlkolínci sa realizujú najmä v letných mesiacoch. Ich hlavnými organizátormi sú OZ Vlkolínece, Mesto Ružomberok a Liptovské múzeum, v spolupráci s Oblastnou organizáciou cestovného ruchu REGION LIPTOV, PD Ludrová, Slovenským zväzom záhradkárov. Program podujatí je pestrý a organizátorom ide najmä o udržiavanie miestnych zvykov a tradícií, ktoré sú typické pre vidiecke oblasti.

Vyhlasenie lokality Vlkolínece za PRĽA v roku 1977 a jej zápis do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO v roku 1993 si vyžiadalo osobitné organizačné, riadiace a interné legislatívne zabezpečenie zo strany Mesta Ružomberok premietnuté do strategických dokumentov mesta: Územného plánu zóny Ružomberok – Vlkolínece, Manažmentového plánu PRĽA Vlkolínece (Hudeková a kol., 2009) a nového Územného plánu ÚPN-Z PRĽA Vlkolínece (Mesto Ružomberok, 2020), ako aj zapracovanie a schválenie týchto požiadaviek do územnoplánovacej dokumentácie Mesta Ružomberok. Zároveň tieto skutočnosti priniesli významné zmeny a obmedzenia aj do každodenného života miestnych obyvateľov. Na zabezpečenie účinnej ochrany lokality Vlkolínece a zlepšenie verejného povedomia o jej hodnotách schválilo Mesto Ružomberok pre Vlkolínece špecifický štatút. V roku 2013 bola vytvorená Rada pre Vlkolínece ako poradný orgán primátora a Mestského zastupiteľstva v Ružomberku pre lokalitu Vlkolínece. Riadenie lokality na miestnej úrovni zabezpečuje Mesto Ružomberok v úzkej spolupráci s Krajským pamiatkovým úradom Žilina, vlastníkmi a správcami objektov.

Výsledky a diskusia

Dlhodobou pretrvávajúcou problémom vo Vlkolínci je klesajúci počet obyvateľov. Pôvodné funkčné využívanie domov bolo zamerané na trvalé individuálne rodinné bývanie, ku ktorým boli pristavené hospodárske stavby (humná, maštale, senníky, stodoly). V 2. polovici 20. storočia začalo postupné vysídľovanie pôvodných obyvateľov a predaj nehnuteľností, nastala postupná zmena využívania pôvodných ľudových rodinných domov s trvalým bývaním na ich využívanie ako rekreačné chalupy. Noví vlastníci prichádzajú do Vlkolínce len na víkendy, uzatvárajú sa do svojich objektov, chýba im hlbšia spolupatričnosť k miestu a k histórii lokality. Pri vstupe do Vlkolínce vyberá Mesto Ružomberok od návštevníkov poplatok, preto si návštevníci lokality myslia, že sú v areáli nejakého múzea v prírode a často nerešpektujú súkromie miestnych obyvateľov a chalupárov. Vstupujú do priestorov dvorov, drevární, nazerajú do stodôl, často vchádzajú aj do obytných domov. Majitelia domov sa voči tomu bránia živelným osádzaním zákazových značiek a oznamov, stavaním rôznych zábran a plotov, ktoré však často nerešpektujú dobové materiálové a tvarové zákonitosti (Dudáš, 2018).

Služby, ktoré by mohli prispieť ku zlepšeniu kvality života miestnych obyvateľov, chalupárov a širšej ponuke služieb pre návštevníkov, sú v lokalite Vlkolínece zatiaľ minimálne rozvinuté. Absentuje tu kompletná základná občianska vybavenosť pre miestnych obyvateľov. V novom územnom pláne ÚPN-Z PRĽA Vlkolínece (Mesto Ružomberok, 2020) sú navrhované tri nové stavby s verejnoprospešnými službami: Obecný dom ako administratívne zariadenie vo funkcii miestneho obecného úradu, Komunitné centrum, ktoré bude slúžiť ako miestny kultúrny dom so spoločenskou

sálou, priestorom pre občerstvenie, ubytovanie a verejné WC a objekt pre umiestnenie zariadení súvisiacich s údržbou verejných komunikácií a priestranstiev. Na zabezpečenie kultúrnych podujatí sa v ňom odporúča výhľadovo vybudovať nový amfiteáter na mieste bývalého, už nefunkčného amfiteátra. Rozvoj stravovacích zariadení ÚPN-Z PRĽA Vlkolíneec (Mesto Ružomberok, 2020) pripúšťa umiestňovať v rámci polyfunkčného využívania pôvodných stavieb, pričom uprednostní ich umiestnenie v pôvodných hospodárskych stavbách, čo umožní opätovne oživiť tieto budovy. Ubytovanie pre turistov môžu poskytovať stavby pôvodných ľudových domov s pôvodným zariadením a vybavením pre tzv. zážitkové ubytovanie. V Územnom pláne Mesta Ružomberok (2012) je navrhovaná výstavba hotela, príp. penziónu na parkovisku v Trlenskej doline pod osadou Vlkolíneec. Pre prípadný rozvoj výrobných služieb (drobných remeselných výrobných prevádzok) odporúča využiť pôvodné hospodárske stavby. Keďže dostupnosť do Vlkolínca je najmä autom, súčasná parkovacia plocha pred vstupom do Vlkolínca nestačí a v Územnom pláne Mesta Ružomberok (2012) bolo navrhnuté vybudovanie nového záchytného parkoviska vo vzdialenosti 700 m od osady, kde bude umiestnené aj nové informačné stredisko.

Na základe spracovanej analýzy a zhodnotenia východiskového stavu pripravenosti lokality na udržateľný cestovný ruch, v zhode s prácami Tomčíková, Rakytová (2018), Petrovič a kol. (2021) navrhujeme nasledovné opatrenia na zachovanie pamiatky UNESCO Vlkolíneec pre budúce generácie:

1. *Dobudovanie dopravnej infraštruktúry*, t. j. opravu prístupovej cesty a miestnych komunikácií, vybudovanie odstavných plôch s obslužnou infraštruktúrou (kaviareň, WC a pod.), zlepšenie dostupnosti lokality autobusmi MHD (najmä v letnom období), prepojenie lokality so Skiparkom Ružomberok, zvyšovanie atraktivity lokality budovaním náučných chodníkov, budovaním a úpravou súčasných cyklotrás a turistických trás,
2. *Dobudovanie infraštruktúry pre potreby udržateľného cestovného ruchu*, najmä vybudovanie väčšieho počtu stravovacích zariadení s celoročnou prevádzkou, vybudovanie dostatočného počtu verejných toaliet, vybudovanie plochy pre kultúrne a umelecké aktivity (amfiteáter/zastrešené pódium), vybudovanie zábavných a športových zariadení pre deti (multifunkčné ihrisko), sprístupnenie viacerých objektov pre návštevníkov (tým by sa obmedzil pohyb návštevníkov v súkromných priestoroch obytných domov), obnova hospodárskych budov a senníkov (hľadanie možností získania dotácií na obnovu pamiatok), organizovanie kultúrnych podujatí na prezentáciu rozvoja ľudových remesiel, poskytovanie internetového pripojenia pre návštevníkov,
3. *Podpora individuálneho cestovného ruchu a jeho mäkkých foriem*, napr. rozvoj zážitkového cestovného ruchu (agroturizmus, ekoturizmus), zintenzívnenie spolupráce so školami (školské výlety, školy v prírode), zvyšovanie dopytu počas celého roka (nedostatok aktivít v zime) - ponuka viackapacitného ubytovania na organizovanie menších konferencií, firemných stretnutí, teambuildingov a pod., spolupráca s okolitými obcami pri poskytovaní služieb, možnosť chatovej dovolenky v priľahlých dolinách (Trlenská, Šepková, Dierová), regulácia dochádzky (z hľadiska zachovania a rešpektovania súkromia domácich obyvateľov), napr. obmedzením voľného pohybu návštevníkov prostredníctvom informačných tabúl a označenia súkromného majetku,
4. *Aplikácia procesných opatrení* - vytvorenie pracovnej pozície - *manažér destinácie Vlkolíneec*, ktorý bude koordinovať činnosť strediska, operatívne riešiť prípadné problémy, komunikovať s verejnosťou za účelom budovania značky Vlkolíneec (zabezpečovať marketing a pod.), nutnosť spolupráce s miestnym obyvateľstvom s cieľom nájsť optimálny spôsob spolunažívania návštevníkov a turistov, zníženie počtu nelegálnych ubytovateľov – regulácia návštevnosti (stanovenie únosnej návštevnosti lokality), legalizovať ubytovanie v súkromí, podporiť sprievodcovské služby pre návštevníkov, vzdelávacích aktivít pre miestnych obyvateľov

a chalupárov, rozvoj informačných a komunikačných technológií a možnosti online komunikácie pri propagácii a distribúcii vlastných produktov spomienkových predmetov

5. *Tvorba lokálnych* produktov, spomienkových predmetov, organizovanie akcií - výroba a predaj vlastných poľnohospodárskych produktov vypestovaných alebo vyrobených na poliach vo Vlkolínci (napr. múka a pečivo, med a včelie produkty, sušené ovocie, syry, bryndza a iné mliečne výrobky, pálenica a pod.), tvorivé dielne - organizovanie kurzov paličkovania, tkania kobercov, vytváranie polí na pozemkoch patriacich mestu, na ktorých sa obnoví tradičný spôsob hospodárenia pre tento región,
6. *Zachovanie terasových polí* - obnova poľných ciest - je potrebné skontrolovať stav prístupovej cesty k poliam a navrhnúť opatrenia na ich spriechodnenie, odstrániť náletové dreviny, navrhnúť spôsob hospodárenia, obnoviť sady (podporiť ovocinárstvo) a navrhnúť spôsob ochrany plodín pred zverou.

Záver

Lokalita svetového dedičstva UNESCO Vlkolíneec sa nachádza v regióne Liptov, ktorý je výnimočný svojou atraktivitou z pohľadu cestovného ruchu. V januári 2023 bolo 30 rokov od zápisu lokality Vlkolíneec do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO ako „živej“ dediny, preto ak chceme zachovať túto jedinečnú svetovú hodnotu - autenticitu a integritu lokality, je potrebné vytvoriť podmienky pre jej udržateľnosť ako živého obytného priestoru, podporovať zachovávanie tradícií, ale aj kvalitný život a priaznivý komunitný rozvoj miestnych obyvateľov, ktorí neodmysliteľne prispievajú k zachovaniu tejto hodnoty.

Je nevyhnutné spojiť požiadavky na ochranu pamiatok svetového dedičstva UNESCO a potreby ich obyvateľov na primerané vybavenie a kvalitu života a to možno dosiahnuť len vzájomnou spoluprácou všetkých zainteresovaných strán, predovšetkým vlastníkov národných kultúrnych pamiatok a nehnuteľností, nachádzajúcich sa na jeho území, s predstaviteľmi miestnej samosprávy, s členmi Občianskeho združenia Vlkolíneec a so zamestnancami Krajského pamiatkového úradu v Žiline. Tomu má napomáhať aj Rada pre Vlkolíneec, ako poradný orgán primátora mesta a mestského zastupiteľstva. No bez otvoreného a úprimného dialógu a snahy všetkých zúčastnených a zainteresovaných strán a za aktívnej pomoci štátu to nikdy nebude možné.

Literatúra

- Antrop, M. (2006). Sustainable landscapes: Contradiction, fiction or utopia? *Landscape and Urban Planning*, 75, 187–197.
- Babal, M. (2002). *Drevená dedina Vlkolíneec*. Ružomberok.
- Boltižiar, M., & Petrovič, F. (2018). Zhodnotenie potenciálu historických fotografií, máp a leteckých snímok pre štúdium zmien kultúrnej krajiny na príklade lokality UNESCO – Vlkolíneec. *Zborník z konferencie: 25. výročie zápisu lokality Vlkolíneec do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO, 24.-25.10.2018* (pp. 51–66). Katolícka univerzita v Ružomberku.
- Dudáš, M. (2018). Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry Vlkolíneec v Zozname svetového dedičstva UNESCO. *Zborník z konferencie: 25. výročie zápisu lokality Vlkolíneec do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO, 24.-25.10. 2018* (pp. 32–50). Katolícka univerzita v Ružomberku.
- Gullino P., Larcher F.(2013). Integrity in UNESCO World Heritage Sites. A comparative study for rural landscapes. *Journal of Cultural Heritage*, 14(5), 389–395.
- Hudeková, Z., Bašáry, J., Belčáková, I., Hudek, V., Huba, M., Jaňak, P., & Kapina, G. (2009). *Manažmentový plán Pamiatkovej rezervácie ľudovej architektúry Vlkolíneec*.
- Kozová, M., Rakytová, I., & Tomčíková, I. (2019). Vlkolíneec a Hollókő - živé dediny zapísané do zoznamu UNESCO. *Studia Turistica*, 10(3), 27–35.

- Mansfeld, Y., Jonas, A. (2006). Evaluating the socio-cultural carrying capacity of rural tourism communities: a 'Value Stretch' approach. *TESG – Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. Journal of Economic & Social Geography*, 97(5), 583–601.
- Mansfeld, Y. (2015). Tourism, community and socio-cultural sustainability in Cultural Routes. In P. Denu, E. Berti, & A. Mariotti, (eds). *Cultural Routes Management: From Theory to Practice* (73–83). Strasbourg: Council of Europe.
- Mesto Ružomberok. (2012). Územný plán Mesta Ružomberok. Dostupné na internete: <https://www.ruzomberok.sk/strategicke-dokumenty/II/1/sm/147176/.html> [cit. 2023-01-20]
- Mesto Ružomberok. (2020). Územný plán zóny Ružomberok, Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry, Vlkolíne. Dostupné na internete: <https://www.ruzomberok.sk/uzemny-plan-zony-ruzomberok-prla-vlkolinec/II/1/sm/147176/.html> [cit. 2023-01-20]
- Mesto Ružomberok. (2022). *Praktická príručka pre manažment lokality svetového dedičstva UNESCO Vlkolíne*.
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach* (RLE Tourism). Routledge: London and New York.
- Petrovič F., Boltižiar, M., Rakytová, I., Tomčíková, I., & Pauditsová, E. (2021). Changes in the historical cultural landscape on the example of the UNESCO site - Vlkolíne (Slovakia) with proposals for their preservation for future generations. *Sustainability*, 13(4), 1–19.
- Scoones, I. (1998). *Sustainable Rural Livelihoods: A Framework for Analysis*, Institute of Development Studies (IDS). Working Paper 72, Brighton.
- Svrček, P. a kol. (2008). *Vlkolíne, krátka história, architektúra a život*. Vydalo Mesto Ružomberok v spolupráci s Ing. Branislavom Močánym – SOVA.
- Tromo, A., Prete, M. I., & Napoli, J. (2018). Tourism Economy Related to Heritage. World Heritage: Socio-Economic Perspectives. *Ascaniis, S., Gravari-Barbos, M., & Contori, L. (eds.). Tourism Management at UNESCO World heritage Sites* (pp. 83–90). Lugano.
- Tomčíková I., & Rakytová I. (2018). Návrhy na podporu udržateľného cestovného ruchu v lokalite Vlkolíne. Pachrová, S., Linderová, I., & Doležalová, M. (eds.), *Aktuální problémy cestovního ruchu* (pp. 451–461). Jihlava: Vysoká školy polytechnická Jihlava.

Kontaktné údaje

RNDr. Ivana Tomčíková, PhD.
 Katolícka univerzita v Ružomberku,
 Pedagogická fakulta, Katedra geografie
 Hrabovská cesta 1, 034 01 Ružomberok
 e-mail: ivana.tomcikova@ku.sk

The Role of Literary Heritage in Tourism: The Case of Ljubljana

Jasna Potočnik Topler

Abstract

In the last decades, literary heritage has been recognised as an important tool of modern experience design and sustainable tourism development, also in rural areas where tourism is less developed. Literary trails and other literary tourism products attract cultural and literary tourists, and have the potential to contribute to the redistribution of cultural tourists from the most visited and crowded attractions to less known and less popular points of interest. Slovenia is among destinations with a great potential for developing literary tourism products. Among the introduced ones, the most well-known is called the Slovenian Writers' Trail. It was launched in 2013 by the Slovenian Writers' Association, and it connects the birthplaces and homes of more than hundred Slovenian writers and poets. The trail includes the capital of Slovenia Ljubljana with its many stories that are interesting not only for live, but also for online tours. The paper brings an analysis of literary heritage of Ljubljana that has not yet been fully valorised for the purposes of tourism.

Keywords: Literary heritage. Literary tourism. Ljubljana. Trails. Tours.

Introduction

Ljubljana, the capital of Slovenia is associated to many great literary names that have had an important role in creating tourism experience for those visiting Ljubljana and Slovenia. Some of them are France Prešeren, Valentin Vodnik, Ivan Cankar, Srečko Kosovel, Primož Trubar, Janez Vajkard Valvasor, Lily Novy, Oton Župančič, Gregor Strniša, Milan Jesih and many others. Studies of literature and tourism or literary tourism is a field that still seeks to establish its theories and methodologies, but literary tourism products, on the other hand, have been well established for decades and offer enrichment of tourism offer and experiences. Also, in the capital of Slovenia where literary heritage has become a branding tool. In the past decades, Ljubljana as a green and sustainable destination has found its way to attract cultural and literary tourists and enrich experiences of tourists visiting this destination. Further on in this article the concept of literary tourism and literary Ljubljana will be presented.

Literature review

Literary tourism is closely connected to culture and cultural heritage that Cadavez (2022, 21) defined as "monuments, sites, groups of buildings, artefacts, value systems, beliefs, traditions and practices. It is a selection of what is inherited from past generations, and it can be tangible, intangible, or natural". As such, literary tourism is associated to many other fields and concepts, such as cultural identity, cultural memory, cultural landscape, film tourism, cultural tourism, history, interpretation, literary districts and cities, festivals, routes, etc., and also to virtual literary places. Literary tourists represent a specific segment of cultural tourists, thus, when discussing literary tourism, UNWTO's (2018) estimations, showing that cultural tourists account for around 40 % of all tourists (Richards et al., 2020), should be observed.

As mentioned, literary tourism has become an increasing trend of cultural tourism (Ferreira et al., 2020), and an important niche (Potočnik Topler, 2016). Very often, literary tourism is regarded as

part of heritage tourism (Agarwal & Shaw, 2018). The latter is often defined and understood as tourism that is focused on what we have inherited, which can be anything from historic buildings to works of art and beautiful views (Poria, Butler & Airey, 2001, 1047). Heritage is an important resource of cultural tourism and often in the professional and scientific literature the term heritage tourism can also be found, for which many different definitions derived from different understandings and definitions of heritage exist (Agarwal and Shaw, 2018). However, it can be argued that literary tourism represents an important part of the heritage tourism, and that literary tourists can be regarded as heritage tourists (Smith, 2012; Potočník Topler, 2016). Butler (2022, 79) defined this phenomenon as "a form of tourism that is motivated by a desire by the participants to experience the literary connections about a location, which may relate to its role as the home of a writer, or a famous character in literature, or as the setting, real or imagined, in a literary work". This sub-type of cultural or heritage tourism is strongly related to cultural identity of a destination (Menezes, 2022). Also, strongly related to the terms heritage and literary tourism is the term interpretation. Tilden (1953) describes it as "an educational activity that aims to relate and reveal meanings using original objects, through direct contact with the resource by illustrative means, and not limited to mere information (Tilden, 1953; Vieira, 2022, 47). Thus, recognizing and evaluating destination's literary heritage and in the following steps creating a destination's literary map and heritage-based tourism products generates unique and unrepeatable experiences that are not replicable anywhere else in the world (Quinteiro et al., 2020, 366).

The earliest known examples of literary tourism date to the 15th century and are said to be connected to the writings of Petrarch in the south of Europe (Potočník Topler, 2016). In the following centuries, literature continued to play a big role in both instigating and directing literary tours, mainly for the English elite (Hendrix, 2009), although Smith (2012) argues that the earliest forms of literary tourism took place in the ancient Roman world (Potočník Topler, 2016).

It is significant to emphasize that literary tourism is associated with many different activities, interests and locations: from sites, physically associated with the lives of famous writers (statues, graves, houses, places where they studied, ate, drank, wrote, etc.) to tours, events and performances that commemorate the author and his works (Ommundsen, 2005, Potočník Topler, 2016).

In Europe literary tourism is a well-known phenomenon and literary places attract many admirers of literatures, teachers, pupils and students. Smith (2012, 24) emphasizes that "people enjoy stories because they give them pleasure" (Potočník Topler, 2016). It is advised that literary tourism products' designers connect this type of tourism with other types (e. g. active, wine and culinary etc. tourism) since literary experiences ought to be informative, educational, interactive, entertaining and unique, sharing these attributes in just the right proportion for a specific segment (Potočník Topler, 2022).

Among popular literary tourism products are literary trails or literary routes. They are designed to enhance enjoyment and well-being of visitors, introduce less known attractions, offer educational experience, increase visibility of a destination in the tourism market and the length of stay and tourism spending, to improve the destination image etc. (Meyer, 2004; Ilić et al., 2021, Potočník Topler, 2022). Often they serve as a tool for attracting cultural and literary tourists, and what is also very important, they can function (if well designed) as a tool in the redistribution of visitors from crowded to less crowded areas. Literary walking tours have emerged as a well-received type of literary tourism products, and some of them are also included in the most popular tour guides, blogs and travelogues or organized as online guided tours.

Data and Methods

For this short study an interdisciplinary approach employing desk research, a descriptive method, travel writing inquiry process and participant observation have been employed. Travel writing inquiry process is a method that can be applied by researchers, writers or writers- researchers to spaces where value is being created (Mansfield, Potočnik Topler, 2023). The following research questions have been addressed: *RQ1: What do tourists value about literary Ljubljana?* *RQ2: How do tourists experience Ljubljana through literary tours?*

Results

Literary tourism in Ljubljana, Slovenia

Figure 1: A map of Slovenian Writers' Literary Trail Across Slovenia

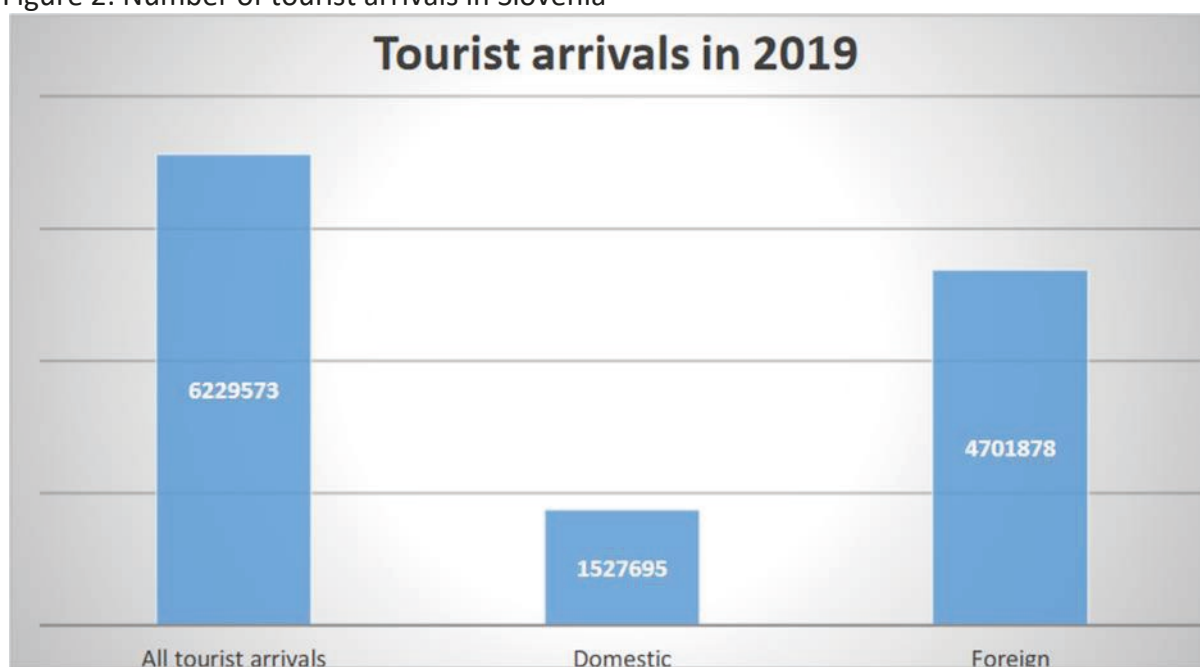


Source: Jasna Potočnik Topler

In the last decade, Slovenian tourism, representing around 13% of Slovenia's gross domestic product (GDP), has taken important developmental steps and became one of the prominent, first-rate, and sustainable destinations that is actively working on promotion and development of new tourism products and new tourism experiences. Literary tourism has potential to contribute to the latter. Thus, in Slovenia, Slovenian Writers' Association introduced the Slovenian Writers' Trail in 2013. The trail is comprised of many shorter trails and leads across the entire Slovenia. Still, the most popular literary destination in Slovenia remains Ljubljana, which was also voted Best European Destination of 2022 and had been shortlisted for 2022 European Capital of Smart Tourism due to the city's 400 free Internet points across the city and promotion of navigation and travel apps (www.intelligentcitieschallenge.eu).

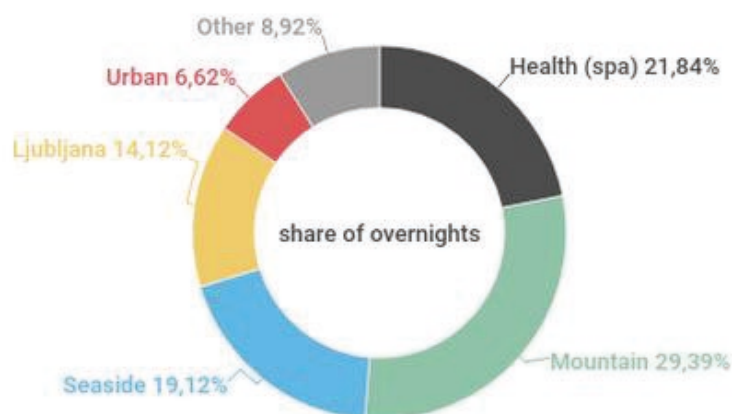
In Slovenia, the development and promotion of tourism is in the hands of Slovenian Tourist Board (Slovenska turistična organizacija, STO), which works in accordance with the targets defined in the Strategy of Digital Transformation of Slovenian Tourism 2022–2025 and before that in accordance with the Strategy for the Sustainable Growth of Slovenian Tourism 2017–2021, where literary tourism products were mentioned. At the regional level, 12 regional development agencies are responsible for the development of tourism, while municipalities with public sector institutions and agencies contribute to the tourism development at the local level. When it comes to encouraging sustainability, the Green Scheme of Slovenian Tourism, led by the Slovenian Tourist Board, has turned out to be a successful tool and certification programme since it encourages municipalities to become more sustainable, green, healthy and smart. Literary tourism products have the potential to contribute to sustainability and to digitalization.

Figure 2: Number of tourist arrivals in Slovenia



Source: STO, <https://www.slovenia.info/>

Figure 3: Share of overnight stays by type of municipality in Slovenia 2019



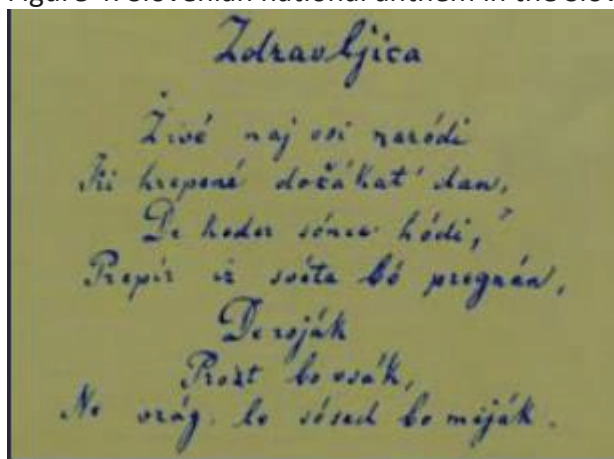
Source: STO, <https://www.slovenia.info/>

Discussion

Literary Ljubljana

Ljubljana, a city of writers, poets, translators and publishers, is among 42 UNESCO Cities of Literature. The capital of Slovenia has always been in close connection to literature, but it was awarded with this permanent title – the City of Literature - in 2015. In the 16th century, Primož Trubar, the author of the first printed books in Slovenian and the founder of the Slovenian literary language, worked here for some period of time. In the 18th century, enlighteners (“razsvetljenci” in the Slovene language) Anton Tomaž Linhart (the first Slovenian playwright and historian), Valentin Vodnik (a poet and the editor of the first Slovenian newspaper *Lublanske novice*) worked in Ljubljana. They importantly contributed to the establishment of the Slovene language and the development of Slovene literature. Later, in the 19th century, the greatest Slovenian poet France Prešeren, who worked as a Lawyer, lived in Ljubljana. Today, his monument stands in the city centre, which is at the same time one of the most recognizable and visited spots in Ljubljana. Prešeren is the author of a poem, a part of which became the Slovenian anthem: God’s blessing on all nations,/Who long and work for that bright day,/When o’er earth’s habitations/No war, no strife shall hold its sway;/Who long to see/That all men free/No more shall foes, but neighbours be. France Prešeren: A Toast (7th stanza).

Figure 4: Slovenian national anthem in the Slovene language



Source: Travel Slovenia.

During the time of the Illyrian provinces, Charles Nodier lived in Ljubljana. At the beginning of the 20th century, Slovenian modernist poets, and writers such as Ivan Cankar, Oton Župančič, Dragotin Kette and Josip Murn Aleksandrov lived and worked in the city (mestoliterature.si). Only a few of the greatest literary names are mentioned in this paper. A rich overview of Slovenian writers and poets is given in a booklet entitled Ljubljana Literary Trail by Sebastjan Pregelj and Gašper Troha (Pregelj & Troha, 2011). The trail proposed by the authors starts at the Prešeren monument and lasts for about an hour.

Figure 5: Writers and Poets included in Slovenian Writers' Literary Trail – numbers 72-93 are associated to Ljubljana

1 Miško Kranjec Velika Polana	27 Anton Askerc Globoko	53 Simon Gregorčič Vrsina	79 Jui Kozak Ljubljana
2 Ferdo Godina Dolnja Bistrica	28 L. Mrzel, T. Selikar Trbovlje	54 Ivan Trnko Trzin	80 Primož Kozak Ljubljana
3 Frank Bukvič Puconci	29 Mile Klopčič Zagorje ob Savi	55 Ivan Pregelj Most na Soči	81 Janez Menart Ljubljana
4 Edvard Kocbek Sv. Jurij ob Ščavnici	30 Cene Vipotnik Zagorje ob Savi	56 France Bevk Založba	82 Mira Mihelič Ljubljana
5 Bratko Kreft Biserjane	31 Janez Vajkard Valvasor Bogenšperk	57 Ciril Kosmač Slap ob Idriji	83 Ivan Mrak Ljubljana
6 Lojz Kraigher Sveta Trojica	32 Slavko Grum Smartno pri Litiji	58 Alojz Gradnik Medana	84 Josip Murn - Aleksandrov Ljubljana
7 France Forstnerič Pobrezje	33 Dane Zajc Zgornja Javorica	59 Matej Bor Grinj	85 Lili Novy Ljubljana
8 Ivan Potrč Štuki	34 Janko Kernik Brdo pri Lukovici	60 Danilo Lokar Ajdovščina	86 Marjan Rožanc Ljubljana
9 Anton Ingolič Spodnja Poljana	35 Rudolf Maister Kamnik	61 Janez Svetokriški Vipavski Krž	87 Dominik Smole Ljubljana
10 Stanko Majcen Maribor	36 France Balantič Kamnik	62 Igo Gruden Nabrežina	88 Gregor Serniša Ljubljana
11 Berta Bojars Maribor	37 Josipina Turnograjska Predvor	63 Srečko Kosovel Tomaj	89 Anžon Vodnik Ljubljana
12 Janko Glazer Ruše	38 Rudi Seligo Kranj	64 Vladimir Bartol Sveti Ivan	90 Valentin Vodnik Ljubljana
13 Janko Messner Dob	39 Ivan Jenko Podreča	65 Bogomir Magajna Gornje Vreme	91 Božo Vodusek Ljubljana
14 Andrej Šuster - Drabovnjak Kostanje	40 Ivan Tavčar Visoko	66 Dragotin Kette Prem	92 Žiga Zois Ljubljana
15 Valentin Poljanšek Obirsko	41 Karl Mauser Podbrezje	67 Miroslav Vilhar Zagorje na Pivki	93 Vitomil Zupan Ljubljana
16 Milka Hartman Ljubče	42 Janez Mencinger Bohinjska Bistrica	68 Zofka Kveder Loški Potok	94 Primož Trubar Radica
17 Leopold Suhodolčan Prevalje	43 Tone Svetina Bled	69 Fran Milčinski Loč	95 Josip Stritar Podsmreka
18 Prežihov Voranc Kotlje	44 Anton Tomaž Linhart Radovljica	70 Jože Udovič Cerkevica	96 Fran Levstik Dolnje Retje
19 Franc Ksaver Meško Seč	45 Ivan Hribovišek Radovljica	71 Ivan Cankar Vrhnika	97 Josip Jurčič Mušava
20 Karel Destovnik - Kajuh Šottarij	46 France Prešeren Vrba	72 Peter Bošič Ljubljana	98 Pavel Golia Trebnje
21 Vladimir Levstik Celje	47 Janez Jalen Rodine	73 Kristina Brenk Ljubljana	99 Tone Pavček Sentjurj
22 Anton Novačan Zadobrova	48 Fran Saleški Finžgar Zrečnica	74 Izidor Cankar Ljubljana	100 Janez Trdina Novo mesto
23 Ela Peroci Sveti Krž	49 Matija Čop Zrečnica	75 Fran Erjavec Ljubljana	101 Jože Dular Vrata vas
24 Jože Šmit Rogatec	50 Pavle Zidar Jesenice	76 Andrej Hieng Ljubljana	102 Lojze Krakar Semič
25 Branko Hofman Rogatec	51 Tone Čufar Jesenice	77 Mila Kabič Ljubljana	103 Miran Jarc Črnomelj
26 A. Bohorič, J. Dalmatin Krško	52 Josip Vandot Kranjska Gora	78 Lojze Kovarčič Ljubljana	104 Oton Župančič Vinica

Source: Jasna Potočnik Topler

Even nowadays, Ljubljana's literary life is really vivid and rich. The fact is that literature is an excellent source for learning about the culture, language and history of a certain destination, so it is good to include it in the tourist offer. Literary tourists appreciate that and they, according to Watson (2022, 93), seek to "authenticate physical sensation associated with an intense reading experience by identifying and visiting a real, physical place conceived as its origin, translating a reading experience into a dimensional experience of material place." Sophisticated literary tourism programmes are used to enhance the visitor satisfaction while visiting a potential city. Since the World Tourism Organization argues that, in fact, more than 40 % of all international tourists are "cultural tourists" (Richards, 1996), this segment of tourism needs special attention also in Ljubljana and other European destinations. Tourism stakeholders and especially the DMOs (in case of Ljubljana this is a public entity called Turizem Ljubljana) should be aware of the potential of literary tourism that can be used as a tool for heritage preservation and destination positioning (Vitić et al, 2020).

To acquire a better insight into the topic, a professional tourist guide, who gives tours around Ljubljana, was asked the research questions. She provided the following answers to the research questions.

RQ1: What do tourists value about literary Ljubljana?

Guide: Ljubljana is not only political, economic and university center of Slovenia, but also a cultural center. Even before the WWI, in the period of the creation of the first literature works, Ljubljana played an important role. In those days, there were namely two bigger Slovenian cities: Trieste and Klagenfurt. However, the majority of the population of these two cities were Italian or German speaking people. Ljubljana was the city, where the majority of the population was Slovenian speaking and as such, it was the cradle of the development of Slovenian language, literature as well as its identity. Therefore, almost every street, every building, even every monument if you want, has a connection to our literary history: the authors lived in those places, they meet at different places with their fellow colleagues, in many of the places in the city literary characters lived, worked or appeared in different events. The tourists are very impressed about this richness: next to the general sites, we always touch the literary content as well. Even though we maybe did not want to open the literary topic intentionally, we have to, because Slovenian literature is at home in Ljubljana.

RQ2: How do tourists experience Ljubljana through literary tours?

Guide: Whenever we are discovering the city, we would like travelers to experience our way of thinking as well. Slovenian literature is a mirror of us. If there is translated poetry, a short story, or a part of the novel, we share it with them. Just a few words, "to taste" the language. Many times, we ask them to read it aloud to the other fellows on the tour. Often we share with them stories connected with authors or literature characters and we try to challenge them, if they could remember something similar from their literature as well. If they come from the places, where our authors used to live (like Vienna, Trieste, Prague, Munich, Zagreb,) we connect events related to their places...we try to involve them as much as possible, so the experience can be memorable. We challenge them, to read more masterpieces written by Slovenian artists and to do more research about the topics opened on the tour also later on, when they are back at home.

Figure 6: Ljubljana Old City Centre



Source: Jasna Potočnik Topler

Figure 7: Prešeren Monument in Ljubljana Old City Centre



Source: Jasna Potočnik Topler

Ljubljana has been continuously trying to attract new segments of cultural tourists, including the ones whose primary motivation is connected to historical and cultural attractions. Increasing numbers of tourist arrivals have proven that the city has succeeded by branding itself as green, digital and cultural. Through titles, such as UNESCO city of literature, and literary events, also as a literary destination. What tourists visiting Ljubljana expect, is an authentic experience and an adventure that will inspire, educate and intrigue them, and in that sense, the literary tourism concept can be a specific addition to the existing cultural and tourism product of Ljubljana and other destinations. Literary tourism gives rise to many stories and storytelling has a significant role in creating and branding tourism products (Vitić et al., 2020). Stories about Slovene literary heritage

represent an opportunity to bring literary tourism and storytelling into practice to further develop Ljubljana into a unique and distinctive cultural destination.

Conclusion

Literary tourism has the potential to create a specific destination image and enhance its marketing position. It has the ability to strengthen the identity of a destination, reduce seasonality, and act against the mass tourism approach. Literary heritage that is incorporated into the tourism offer of a destination can enhance the quality of tourism experiences and represents an excellent opportunity for influencing the area's image and fostering its visibility. To conclude, Ljubljana and other European destinations rich in literary heritage should employ the possibilities of diversifying the tourist experience through literary tourism products, also by using literary events, new technologies and social media to impact sustainable destination development. Literary routes and trails can also be designed for online touring, which enables accessibility for individuals who are otherwise excluded (mobility, health, economic factors). To ensure sustainability, the DMO or the local tourism organisation should establish and encourage cooperation with the tourism industry, the locals and other stakeholders of the region who recognize their interests in promoting literature, local languages, local customs and values.

References

- Agarwal, S., & Shaw, G. (2018). *Heritage, screen and literary tourism*. Bristol: Channelview Publications.
- Butler, R. (2022). Literary Tourism. In: Quinteiro, S. & Jose Marques (Eds.): *Working Definitions in Literature and Tourism*. Algarve: CIAC & UAlg.
- Cadavez, C. (2022). Cultural Heritage. In: Quinteiro, S. & Jose Marques (Eds.): *Working Definitions in Literature and Tourism*. Algarve: CIAC & UAlg.
- Ferreira, A., Alén, E., Liberato, P., & Liberato, D. (2020). Literary Tourism: A Cultural Trip? In: Rocha, Á., Abreu, A., de Carvalho, J., Liberato, D., González, E. & Liberato P. (Eds). *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies*, 171. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2_44
- Hendrix, H. (2009): From early modern to romantic literary tourism: a diachronical perspective. In: Watson, N. J. (Ed.). *Literary Tourism and Nineteenth-Century Culture* (pp. 13-25). Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Ilić, J., Lukić, T., Besermenji, S., & Blešić, I. (2021). Creating a Literary Route through the City Core: Tourism Product Testing. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic SASA*, 71(1), 91-105. <https://doi.org/10.2298/IJGI2101091I>
- Menezes, J. (2022). Literary Tourism and Cultural Identity. In: Quinteiro, S. & Jose Marques (Eds.): *Working Definitions in Literature and Tourism*. Algarve: CIAC & UAlg.
- Quinteiro, S., Carreira, V., & Rodrigues Gonçalves, A. (2020). Coimbra as a literary tourism destination: landscapes of literature. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(3), 361-372. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2019-0176>
- Mansfield, C., & Potočnik Topler, J. (2023). *Travel writing for tourism and city branding: urban place-writing methodologies*. 1st ed. London, New York: Routledge.
- Mestoliterature.si. (n. d.). Retrieved from <https://www.mestoliterature.si/mesto-literature.html>
- Meyer, D. (2004). *Tourism routes and gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism*. London, UK: Overseas Development Institute.

- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2001). Clarifying Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1047-1049. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00069-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00069-4).
- Potočnik Topler, J. (2022). Literary tourism and literary routes. In: Potočnik Topler, J. (Ed.): *Cultural tourism as a tool for sustainable development of rural areas* (pp. 25-39). Maribor: Maribor University Press.
- Potočnik Topler, J. (2016). Literary tourism in Slovenia: the case of the Prežihov Voranc cottage = Književni turizam u Sloveniji: primjer muzeja pisca Prežihovog Voranca. *Informatologia*, 49(3/4), 129-137.
- Pregelj, S., & Troha, G. (2011). *Ljubljana Literary Trail*. Ljubljana: Beletrina.
- Richards, G., King, B., & Yeung, E. (2020). Experiencing culture in attractions, events and tour settings. *Tourism Management*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104104>
- Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. Retrieved from <http://www.tram-research.com/>
- Smith, Y. (2012). *Literary Tourism as a Developing Genre: South Africa's Potential*. Pretoria: University of Pretoria.
- STO. (n. d). Retrieved from <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/vse-o-sto>
- Travel Slovenia. (n. d.). Retrieved from <https://www.travel-slovenia.si/slo/v-besedi/slovenska-narodna-himna/>
- Vieira, I. (2022). Interpretation of Cultural Heritage. In: Quinteiro, S. & Jose Marques (Eds.): *Working Definitions in Literature and Tourism*. Algarve: CIAC & UAAlg.
- Vitić-Četković, A., Jovanović, I., & Potočnik Topler, J. (2020). Literary tourism: The role of Russian 19th century travel literature in the positioning of the smallest European royal capital - Cetinje. *Annales: anali za istrske in mediteranske študije. Series historia et sociologia*, 30(1), 81-98, <https://doi.org/10.19233/ASHS.2020.06>.
- Watson, N. J. (2022). Liteary Tourist. In: Quinteiro, S. & Jose Marques (Eds.): *Working Definitions in Literature and Tourism*. Algarve: CIAC & UAAlg.

Contact details

Associate Professor Jasna Potočnik Topler
 University of Maribor
 Faculty of Tourism
 Cesta prvih borcev 36, 8250 Brežice
 e-mail: jasna.potocnik1@um.si

Génus loci Požitavských vodných mlynov a ich význam pre cestovný ruch

Genius Loci of Water Mills in the Požítavie Region and their Significance for Tourism

Miroslava Trembošová

Abstrakt

História a jej artefakty sú neoddeliteľnou súčasťou produktov cestovného ruchu. V príspevku sa venujeme významu vodných mlynov pre cestovný ruch v Požitavskom regióne. Mlyny patria do skupiny najväčších vynálezov ľudstva a v minulosti predstavovali technický a hospodársky prínos pre obce i široký región. Najstaršia zachovaná písomná zmienka o vodných mlynoch na Požitavsku pochádza z Levíc (r. 1158) a z Mikovej Vsi pri Slepčanoch (r. 1165), ktoré boli postavené z dreva. Až 19. storočie prináša kamenné stavby vodných mlynov. V Nitrianskom samosprávnom kraji je v súčasnosti sprístupnených 6 vodných mlynov zapojených do cestovného ruchu so štatútom „turistická atrakcia“ – Kolárovo, Horša, Bohunice, Mašekov mlyn, Mlyn v Machulinciach a Bátovciach. V našom príspevku uvádzame výsledky dotazníkového prieskumu z vybraných destinácií v regióne Požitavie – vodného mlynu Machulince situovaný v hornom Požitaví, ďalej vodný mlyn v obci Maňa (stredné Požitavie) a mlyn Dolný Ohaj, ktorý prezentuje dolné Požitavie. Jedným z cieľov bolo zistiť, aká je zainteresovanosť vodných mlynov v súčasných produktoch cestovného ruchu. Druhý cieľ má ozrejmiť informácie o klientele, akí turisti vyhľadávajú vodné mlyny, odkiaľ prichádzajú a akým spôsobom. Zo záverov prieskumu vyplýva, že len 12% cestovných kancelárií na Slovensku ponúka návštevu vodných mlynov ako samostatný produkt cestovného ruchu. Komplexnejšie informácie ponúka internet, pričom si cestovateľský balíček vytvára návštevník sám. Vodné mlyny ako súčasť produktu CR chýbajú v organizovaných zájazdoch kúpeľných hostí z Piešťan. Až 63% hostí sprístupnených vodných mlynov boli rodiny s deťmi a 28% školské zájazdy, pričom 61% opýtaných sa identifikovalo so štatútom „cykloturista s trvalým pobytom do 20 km“. Z výsledkov vyplynulo, že génus loci vodných mlynov má v Požitavsku lokálny význam a je preto potrebné tento segment CR rozvíjať a propagovať.

Kľúčové slova: Génus loci. Požitavie. Vodný mlyn.

Abstract

History and its artifacts are an integral part of tourism products. In this article, we focus on the importance of water mills for tourism in the Požitavie region. Mills belong to the group of the greatest inventions of mankind and in the past represented a technical and economic benefit for municipalities and the wider region. The oldest preserved written mention of water mills in Požitavska comes from Levice (year 1158) and from Miková Ves near Slepčany (year 1165), which were built of wood. It wasn't until the 19th century that water mills were built in stone. In the Nitra self-governing region, 6 water mills involved in tourism with the status of "tourist attraction" are currently accessible - Kolárovo, Horša, Bohunice, Mašekov mlyn, Mlyn v Machulincie and Bátovce. In our contribution, we present the results of a questionnaire survey from selected destinations in

the Požítavie region – the Machulince water mill located in upper Požítavie, the water mill in the village of Maňa (middle Požítavie) and the Dolný Ohaj mill, which presents lower Požítavie. One of the goals was to find out how involved water mills are in current tourism products. The second goal is to clarify information about the clientele, which tourists are looking for water mills, where they come from and in what way. The results of the survey show that only 12% of travel agencies in Slovakia offer a visit to water mills as a separate tourism product. The Internet offers more comprehensive information, while the visitor creates the travel package himself. Watermills as part of the CR product are missing from the organized tours of spa guests from Piešťany. Up to 63% of the guests of the accessible water mills were families with children and 28% were school trips, while 61% of the respondents identified themselves as "cyclist with a permanent residence within 20 km". The results showed that the genius loci of water mills is of local importance in Požítavska and it is therefore necessary to develop and promote this CR segment.

Keywords: Genius loci. Požítavie region. Watermill.

Úvod

Cestovanie a dovolenka sa za posledné viac ako storočie väčšinou chápu ako voľnočasové aktivity, ktoré človek vykonáva dobrovoľne, na základe svojich osobných preferencií, pre potešenie, kvôli tráveniu príjemných chvíľ, sú spojené s relaxom, prípadne i poznaním (Jarábková a kol., 2021). Pri plánovaní dovolenky je podstatné miesto – lokalita. Čím viac sa svet stáva podobným, tým silnejšia je túžba po jedinečnosti miesta (Chorvát 2007). Keďže miesto sa vyvíja v čase, kontinuita času a miesta je základným predpokladom pre zachovanie kultúry a tradície. Stefano Boeri vo svojom Manifeste nového lokalizmu hovorí, že globalizácia ako nadvláda nadnárodných síl nad historickými miestami viedla paradoxne k väčšiemu dôrazu na vlastné špecifické rysy lokálneho priestoru (Gregorová, 2020). Identita miesta vytvára pocit istoty a spolupatričnosti.

Za jeden z prehliadaných artefaktov našej minulosti je historické prostredie technických pamiatok zo „sveta“ mlynárstva – vodné mlyny. Ako píše Glaser-Opitz a kol., (2012, s. 74) vodný mlyn a jeho genius loci poskytuje návštevníkovi pohľad cez svoj príbeh zhmotnený v príbehu jeho majiteľov, upozorňuje na sociálnu štruktúru obyvateľov, na život mlynára a jeho rodiny či tovaríšov.

V príspevku sa venujeme významu vodných mlynov pre cestovný ruch v Požítavskom regióne. Tento historický región je súčasťou Nitrianskeho samosprávneho kraja kde je sprístupnených 6 vodných mlynov zapojených do cestovného ruchu so štatútom „turistická atrakcia“ – Kolárovo, Horša, Bátorce, Bohunice, Mašekov mlyn a Mlyn v Machulinciach. V našom príspevku uvádzame výsledky dotazníkového prieskumu z vybraných destinácií v regióne Požítavie, konkrétne vodný mlyn Machulince situovaný v hornom Požítaví, vodný mlyn v obci Maňa (stredné Požítavie) a mlyn Dolný Ohaj, ktorý prezentuje dolné Požítavie. Jedným z cieľov bolo zistiť, aká je zainteresovanosť vodných mlynov v súčasných produktoch cestovného ruchu. Druhý cieľ má ozrejmiť informácie o klientele, akí turisti vyhľadávajú vodné mlyny, odkiaľ prichádzajú a akým spôsobom. Čiastkovým cieľom bolo zistiť či existuje závislosť medzi vekom návštevníka a spôsobom organizovania návštevy starých vodných mlynov v Machulinciach, v Mani (časť Veľká Maňa) a Dolnom Ohaji.

Prehľad literatúry

Vodné mlyny sa na území Slovenska začali objavovať v stredoveku najmä v súvislosti s kláštorami a šľachtickými privilégiami. Poplatky za prenájom mlynov, ale aj naturálie a manuálna práca mlynárov boli dôležitým príjmom, preto sa nám v archívnych prameňoch zachovalo množstvo záznamov s vyčíslením daní a prevodmi majetku. Z novoveku už máme zachované aj inventáre k mlynom alebo ich zakreslenia v rámci máp (Bartošíková a kol., 2021). Mlyny ako

kultúrne pamiatky môžeme zaradiť medzi pamiatky ľudového staviteľstva alebo medzi pamiatky vedy, výroby a techniky. Pamiatkový úrad Slovenskej republiky eviduje celkovo 177 vodných mlynov z toho voľne prístupných je 40, verejne prístupných len 5 a prístupných po dohode 10 (<https://www.vodnemlyny.sk/mlyny/?paginator-page=6>). Celkovo je na Slovensku pamiatkovo chránených 75 mlynov. Najnovším prírastkom v pamiatkovom fonde je Pullmannovský vodný mlyn s areálom v Nitre-Dolných Krškanoch (Bartošíková a kol., 2021). Z geografického pohľadu možno pozorovať, že najviac vodných mlynov sa zachovalo na západnom Slovensku v okresoch Skalica, Senica, Myjava, Pezinok, na južnom Slovensku v oblasti Podunajskej nížiny v okrese Levice a na východnom Slovensku v okresoch Spišská Nová Ves, Gelnica, Rožňava (Glaser-Opitz a kol., 2012). Ich rozširovanie zohrávalo v stredoveku významnú technickú, ekonomickú a civilizačnú úlohu. Slovensko malo veľmi dobré hydrografické podmienky na budovanie vodných mlynov. Z pohľadu ich geografického rozloženia možno konštatovať, že najviac mlynov sa v minulosti nachádzalo v poľnohospodárskych oblastiach Podunajskej a Východoslovenskej nížiny, resp. v kotlinách s významným vodným tokom, napr. Liptovská, Popradská a Hornádska kotlina. Svoj vrchol u nás dosahujú mlyny na konci 19. storočia, v čase rušenia cechov ich bolo viac ako 4500, z čoho absolútnu prevahu mali vodné mlyny, ktorých bolo vyše štyritisíc (Mlynka, 2006). Bohužiaľ väčšina týchto historických stavieb sa dodnes nezachovala a najviac existujúcich mlynov je evidovaných v kategórii bez využitia (Glaser-Opitz a kol., 2012).

Vodné mlyny ako pamiatky techniky podľa Mariota (1983) patria k celoštátne atraktívnym kultúrnym pamiatkam, a aj tie menej významné však vystupujú ako objekty podporujúce rozvoj cestovného ruchu len v lokálnych rozmeroch. Najväčšie rezervy využitia vodných mlynov v oblasti cestovného ruchu má podľa Glaser-Opitz a kol., (2012) agroturistika, tzn. aktívne prepojenie športu a oddychu na miestach, ktoré sú nedotknuté priemyslom, v krásnom prírodnom prostredí, využívajúc tradičné formy bývania, stravovania, spojené s ukážkami ľudových remesiel. Autori ďalej konštatujú, že význam mlyna pre rozvoj cestovného ruchu spočíva v jeho umiestnení, histórii, technickom riešení a najmä dostupnosti. Nemenej dôležitým faktorom jeho využitia a následne prinášajúceho významu je informovanosť verejnosti a propagácia

Dáta a metódy

Informačnú databázu o vodných mlynoch tvoril materiál turistických kancelárií v krajskom meste Nitra a v kúpeľnom meste Piešťany. Rekognoskáciou brožúr, reklamných materiálov a dostupnej populárnej tlače, sme získali vstupné informačné poznatky o objektoch vodných mlynov. Odborné vedecké články sme použili na zanalyzovanie predpokladov skúmaného regiónu Požitavie pre rozvoj vodného mlynárstva.

Jedným z cieľov bolo zistiť, aká je zainteresovanosť vodných mlynov v súčasných produktoch cestovného ruchu. Formou osobnej návštevy a rozhovormi so zástupcami organizácií OOCR Nitra a PIC Piešťany sme zisťovali ambície a stratégie propagácie vodných mlynov. Druhý cieľ práce sme zamerali na návštevnosť a zisťovanie názorov návštevníkov vybraných troch lokalít vodných mlynov v hornom, strednom a dolnom Požitaví. Dotazníkový prieskum, realizovaný v mesiacoch jún a august 2022 prebiehal ako riadený rozhovor. V rámci neho bolo získaných 62 dotazníkov, 37 v obci Machulince (horné Požitavie), 10 v obci Maňa (stredné Požitavie) a 15 v obci Dolný Ohaj (dolné Požitavie). V dotazníku boli respondenti požiadaní, aby v prvej časti vyplnili základné údaje o individuálnych charakteristikách pri súčasnom zachovaní ochrany osobných dát. Z tejto databázy sme mohli vyvodiť informácie o klientele, akí turisti vyhľadávajú lokality vodných mlynov, odkiaľ prichádzajú a akým spôsobom. Vybrané nominálne premenné polytomické (vek), boli dané do vzťahu s premennými predmetného skúmania. Vzorky odpovedí, tzn. nominálne premenné získané z náhodných výberov, boli posúdené Chí-kvadrát testom nezávislosti dobrej zhody. Pre zisťovanie

závislosti boli teda vybraté len tie premenné, kde sme zamietli nulovú hypotézu s 95% spoľahlivosťou, teda hodnota p významnosti testovacej štatistiky χ^2 je menšia ako 0,05. Zároveň to znamená, že premenné sú závislé, lebo rozdiely pozorovaných a očakávaných početností neboli náhodné. Tesnosť štatistickej závislosti medzi kvantitatívnymi premennými boli skúmané výberovým Pearsonovým korelačným koeficientom.

V druhej časti respondenti odpovedali na 6 otázok, z ktorých v tomto príspevku venujeme pozornosť trom:

- 1) „Z akého zdroja ste sa dozvedeli o tejto lokalite?
- 2) „Návšteva vodného mlynu je spojená aj s inou atrakciou?
- 3) „Považujete propagáciu tejto pamiatky za dostatočne spropagovanú? áno nie neviem

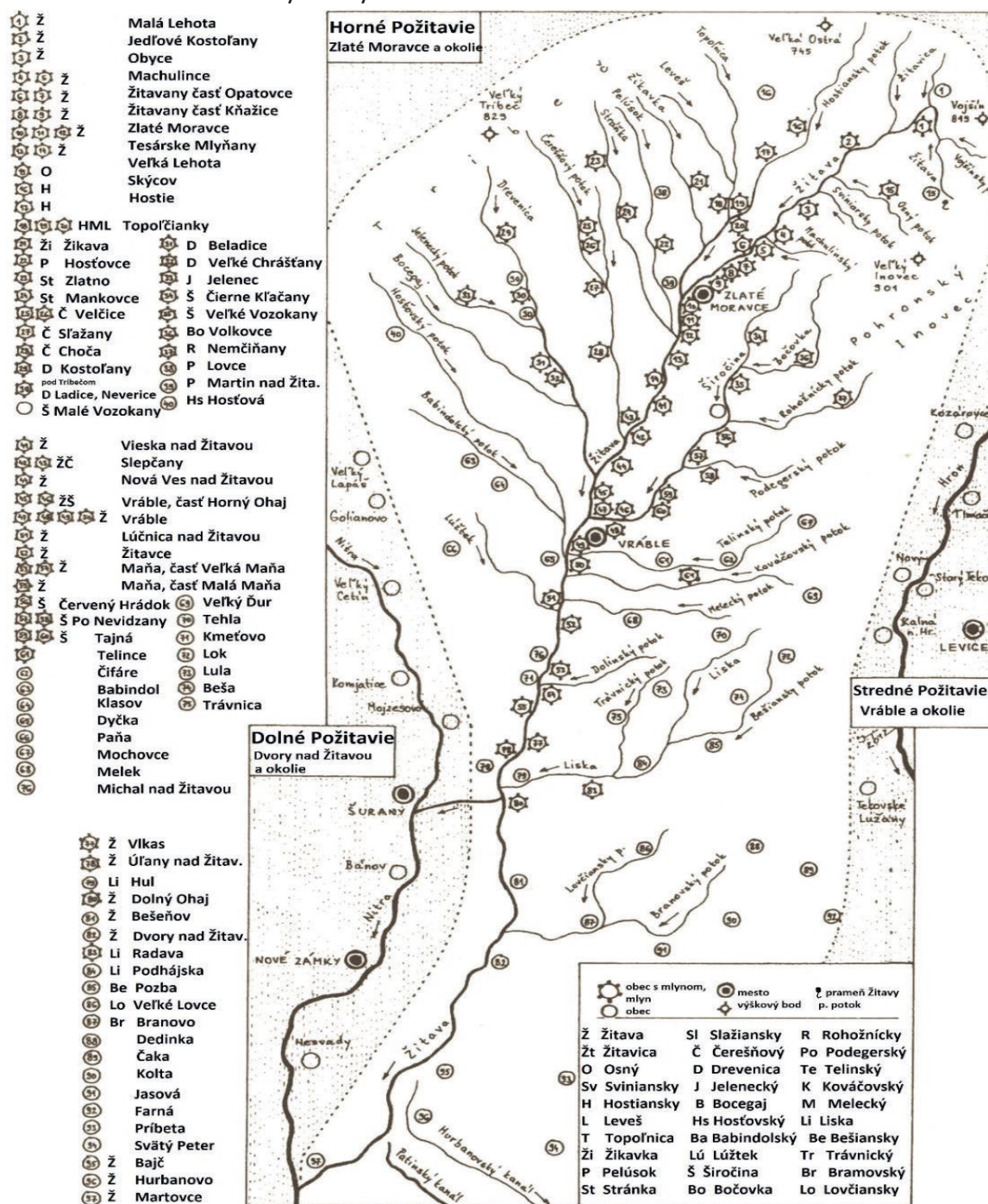
Výsledky a diskusia

Južné oblasti Slovenska sú bohaté na vodné zdroje. Hlavnú povrchovú hydrologickú kostru tvoria 4 rieky - Váh, Nitra, Hron, Ipeľ. Medzi Hronom a Nitrou preteká rieka Žitava, ktorá pramení v pohorí Pohronský Inovec v podcelku Lehotská planina, na severnom svahu Kamenného vrchu (696,4 m n. m.). Žitava má dĺžku 99,3 km a plochu povodia 1 244 km². Od prameňa krátky úsek tečie na sever, ale čoskoro sa stáča na západ a hlavná časť toku už smeruje juhozápadným až južným smerom. Je to vrchovinovo-nížinný typ rieky so širokou riečnou nivou. Za mestom Hurbanovo ústi zľava do Starej Nitry (<https://www.infoglobe.sk>). Preteká územím okresov Žarnovica, Zlaté Moravce, Nitra, Nové Zámky a Komárno. Skúmané územie nazvané podľa tejto rieky „Požítavie“ tvoria tri časti: Horné Požítavie, tzn. okolie mesta Zlaté Moravce, centrom Stredného Požítavia je mesto Vráble s okolím a Dolné Požítavie s prirodzeným centrom Dvory nad Žitavou (Obr. 1). V skúmanom regióne má rieka Žitava 30 prítokov. Povodie Žitavy na jej hornom toku je zásobené vodami z pohorí Vtáčnik a Pohronský Inovec. Na strednom a dolnom toku sa po oboch brehoch rieky nachádzajú nízke pahorky Pohronskej a Žitavskej pahorkatiny, z ktorých pritekajú potoky s nízkymi vodnými hladinami. Vodné toky často tvorili prirodzené hranice susedných obcí i väčších územných celkov. Podľa riek a potokov sa ľudia dokázali v prírode orientovať a pozdĺž ich brehov putovať do vzdialených krajov (Trubíni, 2016).

Pôvod názvov (toponýmiu) riek a potokov v skúmanom území môžeme rozdeliť podľa ich pôvodu do troch skupín:

- i) názov podľa dediny ktorými preteká alebo pri ktorých pramení: Hostiansky, Machulinský, Jelenecký, Klasovský, Babindolský, Telinský, Rohožnícky, Žikavka, Tajniansky, Trávnický, Melecký, Lovčiansky, Luliansky, Bešiansky, Branovský, Martovský,
- ii) názvy potokov podľa usadlostí a majerov: Blaškov, Dolinský, Kopanický, Lásky, Poncik, Osný, Podegerský, Kováčovský, Slivášsky.
- iii) podľa názvov nestrnovej vegetácie: Lúčny, Žitava, Lúžtek, Rohožnica, Jarky,
- iv) podľa listnatých stromov a drevín: Topoľnica, Drevenica, Čerešnový, Brezový, Brezínsky, Jaseňový, Hájsky.
- v) rôzne: Leveš (maďarsky polievka, spenený ako polievka), Sviniansky (pastviny pre svine), Zlatňanka (ryžovanie zlata).

Obrázok 1: Lokalizácia vodných mlynov na Požitaví



Zdroj: Trubíni, 2016, upravila Trembošová, M., 2023.

Zo záverov prieskumu vyplynulo, že len 12% cestovných kancelárií v regióne ponúka návštevu vodných mlynov ako samostatný produkt cestovného ruchu. Komplexnejšie informácie ponúka internet, pričom si cestovateľský balíček vytvára návštevník sám. Vodné mlyny ako súčasť produktu CR chýbajú v organizovaných zájazdoch aj napr. kúpeľných hostí z Piešťan (výsledok ankety uskutočnenej v r. 2019). Až 63% hostí sprístupnených vodných mlynov boli rodiny s deťmi a 28% školské zájazdy, pričom 61% opýtaných sa identifikovalo so štatútom „cykloturista s trvalým pobytom do 20 km“. Existuje štatistická závislosť medzi školskými zájazdmi a rodinnými výletmi a vekom návštevníkov lokalít s vodnými mlynmi.

Tabuľka 1: Chí kvadrát test nezávislosti premennej vek respondentov vs. odpovede

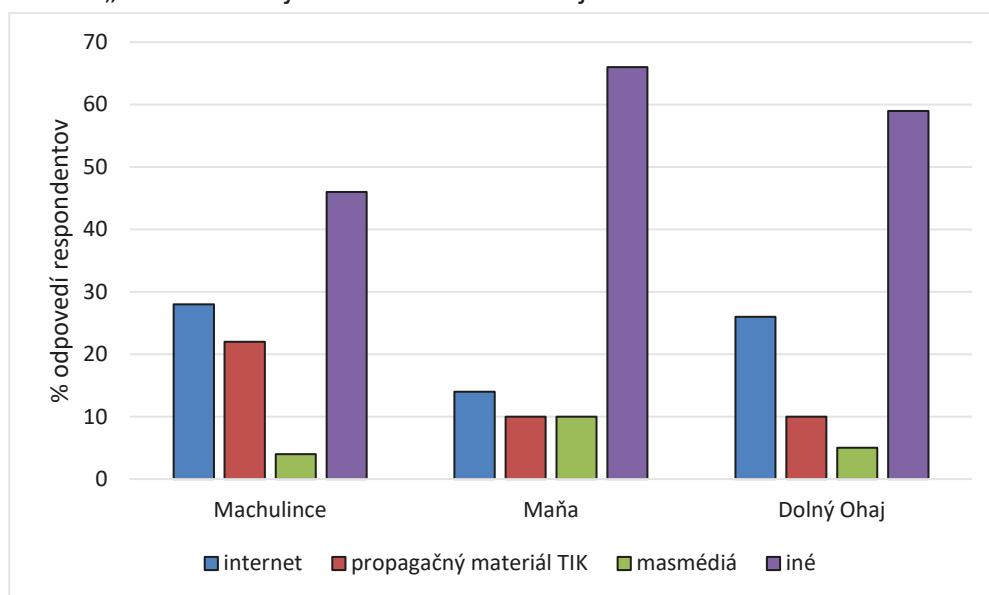
	do 20 rokov		21-40 rokov		41-60 rokov		61 a viac	
	χ^2	p	χ^2	p	χ^2	p	χ^2	p
výlet	0,11	0,271	0,31	0,575	0,21	0,41	0,288	0,599
zájazd	0,105	0,7457	2,469	0,116	1,641	0,685	1,06	0,301
školský zájazd	4,14	0,041	0,322	0,57	0,77	0,38	0,549	0,458
rodinný výlet	0,786	0,375	4,41	0,035	1,377	0,24	1,19	0,273

poznámka: χ^2 -Chi- square- hodnota testovacej štatistiky v prípade Pearsonovho testu, df- počet stupňov voľnosti, p -hodnota významnosti testovacej štatistiky χ^2

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Propagácia vodných mlynov v Požitaví je zanedbaná a bolo by vhodné vo väčšej miere zapojiť masmédiá a regionálne organizácie CR do propagácie a reklamy. Najslabšie bol propagovaný areál vodného mlyna v obci Maňa, časť Veľká Maňa, najlepšie vodný mlyn Machulince, pričom v tejto obci je aj penzión Mlyn. Teda pridružené služby veľmi napomáhajú rozvoju poznania takýchto objektov. Vo všetkých troch lokalitách sa návšteva areálu mlyna spájala s ďalšou návštevou a všetci respondenti navštívili v danom čase a priestore aj inú atrakciu resp. pamiatku.

Graf 1: „Z akého zdroja ste sa dozvedeli o tejto lokalite?“



Zdroj: Vlastné spracovanie.

Propagácia

Jedným z nástrojov, ako sa dá podnecovať záujem o historické prostredie a kultúrne či prírodné dedičstvo, je jeho správna a atraktívna interpretácia. Interpretácia kultúrneho a prírodného dedičstva ako taká má aj na Slovensku dlhú tradíciu a s jej príkladmi sa môžeme stretnúť veľmi často. Stále málo používaný a nový je vlastný pojem „interpretácia“, ktorý ešte nestihol preniknúť do všeobecného povedomia. Väčšinou sa nahrádza termínmi, ako sú propagácia, prezentácia, informácia, ktorých obsah je však trochu odlišný (Kubíková, 2020).

Ako píše Nemec (2020), hľadajú sa východiská, smerovanie, potenciál, limity, ambície, stratégie a vízie novej identity. Tieto okolnosti vyžadujú aj zmeny myslenia, vnímania a citlivosti k prostrediu a verejnému priestoru. Je to spoluvytváranie nového, hlbšieho a uvedomelejšieho vzťahu, postoja a aktívneho prístupu k spoločnému a verejnému. Formou poskytovania informácií (poznávanie),

ponukou, výberom a tiež tvorbou aktivít, rôznych podnetov, zážitkov či edukačných programov. Vzniká tak pocit spolupatričnosti a spoluzodpovednosti za spoločný priestor, tzn. tvorí sa mestonázor – svetonázor. Akási resuscitácia genia loci či renovácia identity tvorenej stáročia (Nemec, 2020).

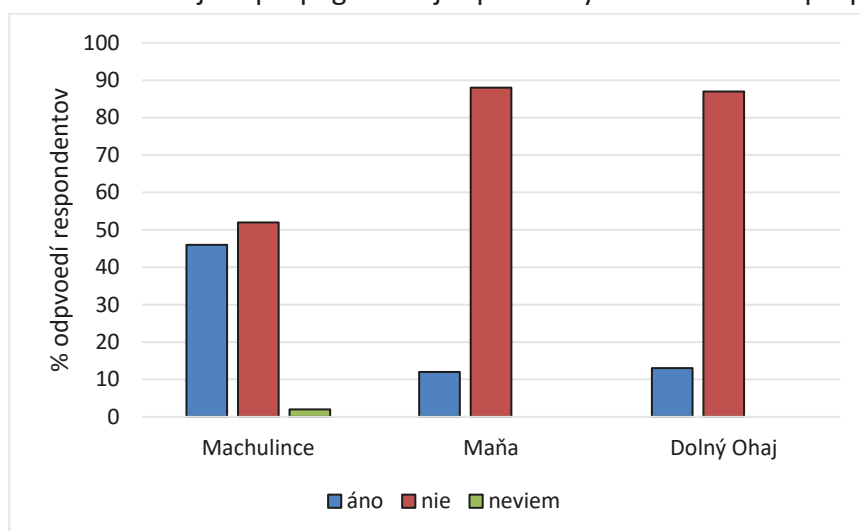
Objekty nášho výskumu nie sú propagované organizáciou OOCR Nitra, internetové stránky má 6 iných vodných mlynov (tab. 2):

Tabuľka 2: Internetová propagácia vodných mlynov v Nitrianskom samosprávnom kraji

Vodný mlyn	Internetová stránka
Kolárovo	https://danubeislands.sk/zaujímavosti/vodne-mlyny/vodny-mlyn-kolarovo
Horša	https://www.obnova.sk/pamiatka/vodny-mlyn-horsa-tzv-horny-mlyn/ https://regiontekov.info/portfolio/horsianska-dolina
Bohunice	https://www.muzeumlevice.sk/index.php/sk/expozicie/vodny-mlyn-bohunice
Mašekov mlyn	https://masekovmlyn.wixsite.com/welcome
Machulince	https://www.hotel-ami.com/h-117418-E/penzion-mlyn-machulince-in-machulince-by-zlate-moravce.htm
Bátovce	-

Zdroj: Oblastná organizácia cestovného ruchu Nitra, 2023

Graf 2: Považujete propagáciu tejto pamiatky za dostatočne spropagovanú?



Zdroj: Vlastné spracovanie.

Jediný sprístupnený mlyn Machulince (Obr. 2) mal postačujúcu propagáciu, a sú s ňou stotožnení 46 % návštevníkov (Graf 2). V obci je zároveň v „zatiaľ“ prevádzke penzión a jeho propagáciu realizuje aj OOCR Nitra. Ostatné dva vodné mlyny v obci Maňa a Dolný Ohaj nemajú takmer žiadnu reklamu, sú v dezolátnom stave a informácie sú len lokálneho charakteru.

V súvislosti s propagáciou sú veľmi populárne tvorby tzv. „mlynostromov“ (Obrázok 3), ktoré zaujmú a pútajú návštevníkov bažiacich po vedomostiach a poznaní tejto problematiky.

Obrázok 2: Vodný mlyn Machulince



Zdroj: foto autorky, 2023.

Obrázok 3: Mlynostrom Žitavy a jej prítokov



Zdroj: Trubíni, 2016

Záver

Zlatá éra vodných mlynov na Slovensku skončila s vynálezom parného stroja, na našom území zlom nastal po stavbe veľkomlynov. Zlé cesty, málo uhlia, veľa vodnej sily a vynález vodných turbín ešte niekoľko desaťročí udržiavali malé lokálne vodné mlyny v prevádzke, postupne sa však ich počet redukoval. Definitívny koniec malých vodných mlynov znamenala kolektivizácia a rozoranie náhonov v 60. rokoch 20. storočia. Mnoho vodných mlynov zaniklo úplne, ale mnohé ešte zabudnuté stoja tak, ako ich museli mlynári opustiť (Bartošíková a kol., 2021).

Skoro deväťstoročná história mlynárstva v Požitaví industrializáciou a mechanizáciou takmer zanikla. Táto ekonomická aktivita zostala zabudnutá a je doposiaľ aj v produktoch CR nepovšimnutá a nedocenená. Rovnako zabudnutá a potlačená je aj rozmanitosť ľudského bytia, ktorá vznikla vďaka príchodu mlynárov a ich rodín v 19. storočí z celej vtedajšej monarchie (príklad rodiny Pulpitlovej, osobná skúsenosť autorky) do regiónu Požitavie. Industrializáciou vodné mlynárstvo zaniklo a zostala len veľmi krehká spomienková identita. Posilňovanie identity vodného mlynárstva spôsobilo, že takmer každý vodný mlyn vnímame cez filter „tradičného“.

Najznámejším vodným mlynom v Nitrianskom samosprávnom kraji je vodný mlyn Kolárovo, kde je zriadené múzeum vodného mlynárstva. V areáli vodného mlyna sa nachádza skanzen ľudovej kultúry, v ktorom možno okrem iného vidieť unikátny stroj na výrobu rybárskych sietí, jeden z prvých na svete. Lodný mlyn je zaradený i medzi národné kultúrne pamiatky Slovenska. Kolárovský vodný mlyn dnes predstavuje najmä fotogenickú, technickú pamiatku, zasadenú do veľmi pekného prostredia riečneho ramena Malého Dunaja v kraji lužných lesov južného Slovenska. Z ďalších

možností, ktoré areál vodného mlyna ponúka, možno spomenúť kemping, požičovňu lodí na splavovanie, rybolov či agroturistiku.

Súhlasíme s autormi Glaser-Opitz a kol., (2012), že význam vodného mlyna pre rozvoj cestovného ruchu spočíva v jeho umiestnení, histórii, technickom riešení a najmä dostupnosti. Nemenej dôležitým faktorom jeho využitia a následne prinášajúceho významu je informovanosť verejnosti a propagácia. Príklad úspešného projektu v cestovnom ruchu je Kolárovskej mlyn. Vodných mlynov na rekonštrukciu a zakonzervovanie je aj v Požitaví mnoho, potrební sú však osvietení rezidenti a najmä úradníci, ktorí by vedeli napísať projekt a žiadať o dotácie na takúto pamiatku a oživiť identitu vodného mlynárstva. Propagácia vodných mlynov v Požitaví je zanedbaná a bolo by vhodné do ich osvetly zapojiť regionálne organizácie cestovného ruchu.

Podakovanie

Príspevok bol spracovaný v rámci projektu VEGA č. 1/0880/21 „Transformácia Nitrianskeho kraja v meniacich sa sociálno-ekonomických podmienkach s osobitným zameraním na dopady pandémie COVID-19“.

Literatura

- Bartošíková, T., Danišová, N., Danterová, I., Horáček, M., Hrivňák, R., Jesenská, K., ... Zacharová, M. (2021). *K dejinám mlynov – výskum a mapovanie*. Dostupné na: www.pamiatky.sk/wp-content/uploads/2023/03/Mlyny_zbornik_publikacia.pdf
- Glaser-Opitz, Z., Kulla, M. & Spišiak, P. (2012). Vodné mlyny na Slovensku jako fenomén kultúrneho dedičstva. *Geografické informácie* 16(1), 67-76.
- Gregorová, J. (2020). Tradícia a jej ochrana v procese projektovania obnovy pamiatok. *Kultúrne dedičstvo 2020: Kultúrna pamäť ako výzva vo vzdelávaní. Zborník príspevkov z konferencie. Združenie historických miest a obcí Slovenskej republiky* (pp. 9-18). ICOMOS Slovensko.
- Chorvát, I. (2007). *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*. 1. vyd. Zvolen: Bratia Sabovci, s.r.o.
- Jarábková, J., Malachovský, A., & Palenčíková, Z. (2021). *Vidiecky cestovný ruch a jeho perspektívy*. 1. vyd. Nitra: SPU Nitra.
- Kubíková, M. (2020). Interpretácia kultúrneho a prírodného dedičstva: teória a prax. *Kultúrne dedičstvo 2020: Kultúrna pamäť ako výzva vo vzdelávaní. Zborník príspevkov z konferencie. Združenie historických miest a obcí Slovenskej republiky* (pp. 39-49). ICOMOS Slovensko.
- Mariot, P. (1983). *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: VEDA.
- Mlynka, L. (2006). Mlyny na Slovensku, Typológia a historicko-etnografická charakteristika. *Zborník Etnograf a múzeum X, Mlyny a mlynárske remeslo* (pp. 7-20). Galanta.
- Nemec, R. (2020). Vráťme sa dopredu. *Kultúrne dedičstvo 2020: Kultúrna pamäť ako výzva vo vzdelávaní. Zborník príspevkov z konferencie. Združenie historických miest a obcí Slovenskej republiky* (pp. 117-122). ICOMOS Slovensko.
- Trubíni, J. (2016). *História požitavských mlynov. Vandrovka po vodných mlynoch na Žitave a jej prítokoch*. Vrátke: Fontys.
- <https://www.infoglobe.sk/rieky/europa/slovenska-republika/zitava/>
- <https://danubeislands.sk/zaujímavosti/vodne-mlyny/vodny-mlyn-kolarovo>
- <https://www.obnova.sk/pamiatka/vodny-mlyn-horsa-tzv-horny-mlyn/>
- <https://www.regiontekov.info/portfolio/horsianska-dolina>
- <https://www.muzeumlevice.sk/index.php/sk/expozicie/vodny-mlyn-bohunice>
- <https://www.masekovmlyn.wixsite.com/welcome>
- <https://www.vodnemlyny.sk/mlyny/?paginator-page=6>

Kontaktné údaje

RNDr. Miroslava Trembošová, PhD.

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Fakulta prírodných vied a informatiky

Katedra geografie, geoinformatiky a regionálneho rozvoja

Tr. A. Hlinku 1, 94901 Nitra

e-mail: mtrembosova@ukf.sk

Přínos Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska ke kulturnímu cestovnímu ruchu

Contribution of the Association of Historical Settlements in Bohemia, Moravia and Silesia to Cultural Tourism

Jiří Vaníček & Liběna Jarolímková

Abstrakt

Cílem příspěvku je zhodnotit přínos dvou aktivit Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska (SHS ČMS) - soutěže „Historické město roku“ a projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ pro zapojená města. Na základě dotazníkového šetření mezi představiteli vítězných měst soutěže „Historické město roku“ a mezi návštěvníky bylo zjišťováno, zda získání titulu měl vliv na návštěvnost jejich města. Dotazníkové šetření mezi návštěvníky ukázalo na neznalost veřejnosti obou zkoumaných aktivit SHS ČMS. Průzkum prokázal také důležité postavení kulturního cestovního ruchu pro domácí prostředí a vysoce vnímanou hodnotu českého kulturního dědictví spojenou s důležitostí její obnovy a regenerace. Dotazníková šetření mezi zástupci vítězných měst poukázala na některá problematická místa soutěže o Historické město roku a projektu Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska. Zároveň však města projevila zájem o znovuoživení projektu „Putování“. Ukazuje se, že je stále velký potenciál pro další propagaci těchto aktivit SHS ČMS pro veřejnost.

Klíčová slova: Historické město roku. Kulturní cestovní ruch. Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska.

Abstract

The paper presents an evaluation of the benefits of two activities of the Association of Historical Settlements of Bohemia, Moravia and Silesia (SHS ČMS) - the competition "Historical Town of the Year" and the project "Wandering through the Historical Towns of Bohemia, Moravia and Silesia" for the participating towns. Based on a questionnaire survey among the representatives of the winning towns of the "Historical Town of the Year" competition and among visitors, it was determined whether winning the title had an impact on the number of visitors to their town. The questionnaire survey among visitors showed the public's ignorance of the two SHS ČMS activities under investigation. It also demonstrated the importance of cultural tourism to the domestic environment and the highly perceived value of Czech cultural heritage coupled with the importance of its restoration and regeneration. A questionnaire survey among the representatives of the winners highlighted some problematic areas of the Historic Town of the Year competition and the project Wandering through the Historic Towns of Bohemia, Moravia and Silesia. At the same time, however, the towns expressed interest in reviving the "Wandering" project. It turns out that there is still a great potential for further promotion of these activities of the SHS ČMS for the public.

Keywords: Cultural tourism. Historic cities of the Czech Republic. Wandering through the historical towns of Bohemia, Moravia and Silesia.

Úvod

Kulturní cestovní ruch je jedním z nejdynamičtějších odvětví cestovního ruchu. Rozvoj a využití potenciálu českých historických měst je součástí činnosti Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska (SHS ČMS). Sdružení dlouhodobě podporuje regeneraci historických center měst v České republice a dalšími projekty pomáhá rozvíjet cestovní ruch v těchto městech. Příspěvek představuje výsledky výzkumu přínosů dvou aktivit SHS ČMS: „Historické město roku“ a projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ pro rozvoj cestovního ruchu v zapojených městech. Cílem příspěvku je vyhodnocení přínosů těchto dvou aktivit SHS ČMS.

Přehled literatury

Městský a kulturní cestovní ruch jsou významnými složkami cestovního ruchu v mnoha destinacích. Jedná se o formu propojení cestovního ruchu a kultury. Od 90. let 20. století se jedná o uznávaný a významný prvek trhu cestovního ruchu (McKercher a du Cros, 2002). Proto je tomuto tématu věnována pozornost v odborné literatuře ve velkém rozsahu. Problematikou kulturního cestovního ruchu se dlouhodobě zabývá specializovaná sekce mezinárodní organizace ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education and Research), jejíž předseda Richards (2018) publikoval přehled odborných publikací, výzkumů a trendů v oblasti kulturního cestovního ruchu. Výzkum prezentovaný v tomto příspěvku je úzce vázaný na prostředí České republiky, je originální, v odborné literatuře není obdobný výzkum popsán.

Kulturní cestovní ruch patří mezi důležitá odvětví, jak z hlediska cestovního ruchu, tak celého sektoru služeb. Lze pozorovat především kladné ekonomické a sociální dopady (příznivý vliv na zaměstnanost, multiplikační efekt). Kulturní cestovní ruch přispívá k diverzifikaci hospodářství a podnikatelského sektoru. Ze sociálního hlediska působí kulturní cestovní ruch na posílení pocitu hrdosti a sounáležitosti s místní komunitou a s regionem. Kulturní cestovní ruch také podněcuje mezikulturní dialogy, které jsou klíčovým faktorem pro vzájemné porozumění. Motivuje k zachování tradičních řemesel a obyčejů, významně přispívá ke vzdělání (Vaníček 2015; Kesner 2005; Hargrove 2017).

Jak vyplývá z monitorování agentury CzechTourism, jsou kulturní památky nejčastějším turistickým cílem v České republice pro zahraniční i domácí návštěvníky. V případě příjezdového cestovního ruchu více než 40 % cestovatelů navštíví během své cesty kulturní památky (GFK Czech, 2019). Zvláštním případem městského kulturního cestovního ruchu je návštěva historických měst. Toto označení zpravidla vyznačuje skupinu měst, kde je uplatňována některá z forem plošné památkové ochrany. Základními formami plošných památkově chráněných území jsou památkové zóny a rezervace. Památkové rezervace představují ucelené území se skupinou dochovaných kulturních památek. Jedná se o nejhodnotnější památkově chráněná území na území České republiky. Vyznačují se celistvým historickým půdorysem a zástavbou dochovanou v původním rozsahu a formě, včetně jejich povrchu (Mikulenková, 2020).

Data a metody

Cílem příspěvku je vyhodnocení přínosů dvou aktivit Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska (SHS ČMS) - soutěže „Historické město roku“ a projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ pro účastnická města. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska (SHS ČMS) je zájmovou organizací sdružující historická města a obce. Hlavním cílem sdružení je uchování, ochrana a trvalá využitelnost kulturního dědictví v České republice. K naplnění cíle vyvíjí sdružení řadu aktivit, pořádá akce pro odborníky i širokou veřejnost. Jednou z nejvýznamnějších aktivit Sdružení je Program regenerace městských památkových rezervací a městských památkových zón. V rámci tohoto Programu je od roku 1994 vyhlašováno „Historické město roku“, které

každoročně oceňuje nejúspěšnější realizace projektů obnovy městských památkových rezervací a zón (MPR a MPZ). Držitelé titulu Historické město roku byli poté zapojeni do projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ (SHS ČMS 2017). Cílem projektu byla podpora návštěvnosti vítězných měst, držitelů titulu Historické město roku.

Projekt byl realizovaný v letech 2011–2017 (SHS ČMS 2023). Do projektu bylo v průběhu let zapojeno celkem 22 měst: Beroun, Česká Kamenice, Františkovy Lázně, Cheb, Chrudim, Jilemnice, Jindřichův Hradec, Kadaň, Klášterec nad Ohří, Kroměříž, Kutná Hora, Litomyšl, Nový Jičín, Polná, Prachatice, Příbor, Spálené Poříčí, Svitavy, Šternberk, Třeboň, Uherské Hradiště a Znojmo. Každému zapojenému městu byl během hlavní turistické sezony (duben–září) věnován jeden týden, takzvaný TOP týden, během kterého se v daném městě konaly akce pro podporu cestovního ruchu a návštěvnosti města. (SHS ČMS 2017, SHS ČMS 2023).

V rámci výzkumu byla realizována dvě dotazníková šetření, osloveny byly dvě skupiny respondentů: návštěvníci a představitelé vítězných měst soutěže „Historické město roku“. U návštěvníků bylo zjišťované povědomí o soutěži a zda vítězství města a akce konané v rámci projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ byly motivem pro návštěvu města. Představitelé měst hodnotili zvýšení návštěvnosti v návaznosti na výše jmenované aktivity a byli vyzváni ke sdílení svých zkušeností a postřehů ohledně obou projektů. Šetření probíhalo v dubnu – červnu 2020. Návštěvníci byli osloveni k vyplnění online dotazníku na facebookových stránkách měst, která získala titul „Historické město roku“, a na stránkách jejich městských knihoven. Dotazník byl rozdělen na pět samostatných sekcí celkem s 30 otázkami: kulturní cestovní ruch, soutěž Historické město roku, projekt Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska, Spálené Poříčí, socio-demografická data respondenta. Dotazník vyplnilo celkem 538 osob, 452 žen (84 % respondentů) a 86 mužů (16 % respondentů). Respondenti pocházeli rovnoměrně ze všech krajů České republiky a z obcí rozdílné velikosti. Většina respondentů (83 %) spadala do věkové skupiny 20-34 let, proto lze výsledky šetření hodnotit především jako názor této věkové skupiny. Představitelé vítězných měst soutěže „Historické město roku“ byli osloveni dopisem s formulářem pro odpovědi. Vyplněný formulář zaslalo zpět 17 ze 22 oslovených měst. Získávání odpovědí od respondentů bylo ztíženo mimořádnou situací v České republice v důsledku opatření proti šíření covid-19 a také delším časovým odstupem některých měst od zisku jejich titulu.

Výsledky a diskuse

Výsledky šetření – návštěvníci

První část dotazníkového šetření se věnovala kulturnímu cestovnímu ruchu. V této části měli respondenti zhodnotit do jaké míry souhlasí s uvedenými tvrzeními:

- Rád/a cestuji po České republice.
- Rád/a navštěvuji české památky.
- Vážím si českých památek a kulturního bohatství.
- Obnova a regenerace památek, městských památkových zón a rezervací je důležitá.
- Památky jsou důležité pro rozvoj cestovního ruchu v ČR.

Většina respondentů (kolem 90 % dotázaných) ráda cestuje po České republice a ráda navštěvuje české kulturní památky. Za velmi pozitivní zjištění lze považovat, že většina respondentů si cení českého kulturního bohatství a považuje jeho obnovu a regeneraci za důležitou. Nejčastěji respondenti souhlasili s tvrzením, že památky jsou důležité pro rozvoj cestovního ruchu v ČR.

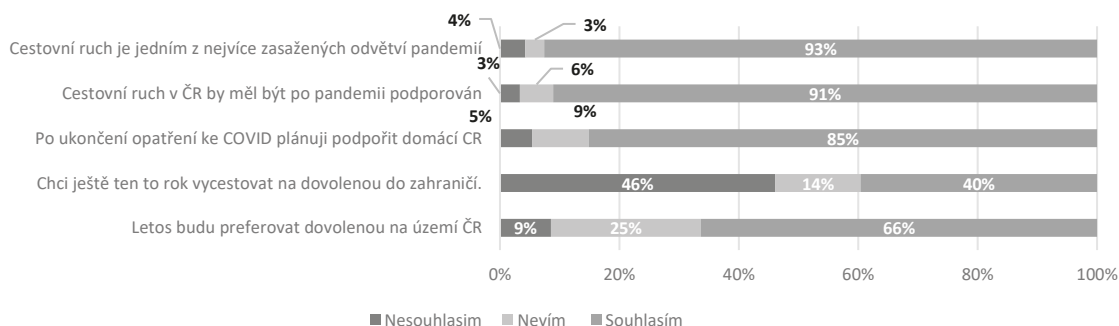
Další část dotazníkového šetření se týkala znalosti Soutěže Historické město roku. Pouze 8 % respondentů odpovědělo, že soutěž zná. Celkem 47 % respondentů odpovědělo, že Soutěž nezná, zbývající respondenti o Soutěži již někdy slyšeli, avšak neví konkrétně, o co se jedná. Tuto otázku

doplňoval prostor pro dobrovolné odpovědi, kam mohla vypsát vítězná města, pokud nějaké znají. Této možnosti využilo 68 respondentů, ale pouze 33 z nich odpovědělo správně. Někteří respondenti chybně tipovali, nebo často uváděli chybně města UNESCO (nejčastěji Prahu), nebo často uváděli Plzeň, která byla v roce 2015 Evropským hlavním městem kultury.

V další části dotazníku byla uvedeny základní informace o Soutěži. Po přečtení těchto informací polovina respondentů odpověděla, že by je Soutěž mohla inspirovat k návštěvě některého města. Téměř 15 % respondentů by o tom rovněž uvažovalo, pokud by se jednalo o město v jejich blízkém okolí. Další otázka se týkala znalosti projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“. Pouze 6 % odpovědělo, že projekt zná. Téměř 60 % respondentů označilo, že projekt nezná. Zbýlých 34 % respondentů uvedlo, že o projektu někdy slyšeli, ale blíže ho neznají.

Úvod další sekce dotazníku byl věnován stručnému popisu projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“. Po přečtení základních informací téměř 80 % respondentů uvedlo, že se projektu nikdy nezúčastnilo, dalších přibližně 15 % respondentů si svou účastí nebylo jistých. Avšak více než 40 % odpovědělo kladně na otázku, zda by se projektu zúčastnili v případě konání dalších ročníků a přibližně 60 % respondentů si myslí, že by měl projekt pokračovat. Další otázka se týkala konkrétně města Spálené Poříčí, Historické město roku 2003, účastníka všech ročníků projektu Putování a zástupce nejmenších z vyhlášených měst. Na otázku umístění Spáleného Poříčí odpovědělo téměř 70 % respondentů, že polohu nezná. Přibližně 95 % respondentů odpovědělo, že toto město nikdy nenavštívili a téměř všichni respondenti neznají žádnou z jeho turistických atraktivit. Po krátkém představení města uvedla více než většina, že by o návštěvě uvažovala. Součástí dotazníkového šetření byly i obecné otázky týkající se názorů respondentů na cestovní ruch v ČR v době pandemie. Výsledky uvádíme jen formou grafu 1. Respondenti si uvědomují vliv pandemie na cestovní ruch a chtějí podpořit domácí cestovní ruch.

Graf. 1: Názory respondentů na CR v ČR v době pandemie.



Zdroj: Vlastní zpracování.

Z výsledků tohoto šetření vyplývá, jak důležitou součástí každého projektu, který má podpořit domácí kulturní cestovní ruch je marketingová komunikace. Proto stále větší význam pro rozvoj domácího cestovního ruchu mají destinační společnosti. Většina krajů jde cestou podpory těchto oblastních destinačních společností a krajských destinačních společností. Propagace na celostátní úrovni je málo účinná.

Výsledky šetření – představitelé měst

Celkovou zkušenost se Soutěží označilo za pozitivní 96 % respondentů. Zbylí respondenti označili možnost neví/nechci odpovědět. Negativně se nevyjádřil žádný respondent. Více než 80 % respondentů uvedlo, že vítězství města v soutěži používá v marketingové a mediální komunikaci pro podporu návštěvnosti města.

Města neprovádějí systematický monitoring návštěvnosti. Návštěvnost měst je ovlivněna mnoha faktory a vliv jednotlivých faktorů lze stěží vysledovat. Vliv získání titulu „Historické město roku“ na návštěvnost města proto jejich představitelé pouze odhadovali. Zvýšení návštěvnosti města po vítězství v soutěži uvedla polovina měst, další čtvrtina měst uvedla, že zvýšení návštěvnosti bylo pouze nepatrné a souvislost se získaným titulem není průkazná. Jeden respondent odpověděl, že vítězství pozitivní vliv na návštěvnost nemělo. Zbývající respondenti neuměli otázku zodpovědět. Z časového hlediska označilo devět respondentů související zvýšení návštěvnosti za dlouhodobé a dva respondenti za krátkodobé. Zbývající respondenti neuměli odpovědět.

Vliv zapojení města do projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“ považuje většina měst za výraznější. Polovina respondentů uvedla, že podnítil dlouhodobé zvýšení návštěvnosti i mimo TOP týden, kdy se konal zvláštní program. Třináct respondentů je pro znovuoobnovení tohoto projektu a projevilo zájem o zapojení do případných budoucích ročníků projektu. Další tři respondenti byli taktéž pro obnovení projektu, avšak v nové inovované podobě s jinými aktivitami a vyšší mírou propagace celé akce.

Závěr

Výzkum poukázal na neznalost veřejnosti obou zkoumaných aktivit Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska: projektu Putování po historických městech a soutěži Historické město roku, ale zároveň na jejich velký potenciál pro další propagaci pro veřejnost. Prokázal také důležité postavení kulturního cestovního ruchu pro domácí prostředí a vysoce vnímanou hodnotu českého kulturního dědictví spojenou s důležitostí její obnovy a regenerace.

Pokud porovnáme závěry obou dotazníkových šetření, tak vidíme shodu v oblastech tvrzení o důležitosti kulturního dědictví pro cestovní ruch v České republice a důležitosti jeho obnovy a regenerace. Jen velmi malé procento respondentů z řad veřejnosti znalo Soutěž a některé jejich vítěze, avšak města označovala informovanost o zisku titulu a památkách města za vysokou. Pro města, která jsou zapsána na seznamu kulturního dědictví UNESCO, úspěch v Soutěži nemá takový význam, jak z hlediska zvýšení návštěvnosti, tak z potenciálu použití titulu v marketingové komunikaci a propagaci.

Oba zkoumané projekty mají velký potenciál pro zlepšení, jak z hlediska organizace, tak jako forma propagace. Zajímavé by bylo propojení těchto projektů do spolupráce s dalšími institucemi a organizacemi zabývající se příjezdovým a domácím cestovním ruchem.

Dotazníkové šetření mezi zástupci vítězných měst soutěže „Historické město roku“ poukázalo na některá problematická místa soutěže o „Historické město roku“ a projektu „Putování po historických městech Čech, Moravy a Slezska“. Zároveň však města projevila zájem o znovuoobnovení projektu Putování.

Literatura

- GfK Czech. (2019). Domácí a příjezdový cestovní ruch – Presentace výsledků za rok 2018. https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Tracking-DCR-PCR/Reporty/Tracking-DCR-PCR-2018/2018_Tracking.pdf.aspx?ext=.pdf
- Hargrove, C. M. (2017). *Cultural heritage tourism: five steps for success and sustainability*. London: Rowman & Littlefield. American Association for State and Local History book series.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. UK: Taylor & Francis Group.
- Mikulenková, M. (2020). Historické město roku a kulturní cestovní ruch v České republice, Diplomová práce VŠE v Praze.
- Kesner, L. (2005). *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert.

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21 <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- SHS ČMS (2017). Vyhodnocení projektu. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska. <http://www.historickasidla.cz/cs/putovani-po-historickych-mestech/vyhodnoceni-projektu.html>
- SHS ČMS (2023). Putování po historických městech. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska. <http://www.historickasidla.cz/cs/putovani-po-historickych-mestech/>
- Vaníček, J. (2015). *Kulturní turismus – studijní text*, Opava: Slezská univerzita v Opavě.

Kontaktní údaje

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu

nám. W. Churchilla 1938/4, 130 67 Praha 3 – Žižkov

e-mail: jiri.vanicek@vse.cz

Ing. Liběna Jarolímková, Ph.D.

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu

nám. W. Churchilla 1938/4, 130 67 Praha 3 – Žižkov

e-mail: jaro@vse.cz

Religiózný cestovný ruch a jeho priestorové špecifiká na príklade mesta Šaštín-Stráže

Religious Tourism and its Spatial Specifics on the Example of the Town of Šaštín-Stráže

Ján Veselovský, Alfred Krogmann, Petr Chalupa & Jakub Černek

Abstrakt

Religiózný cestovný ruch je na Slovensku veľmi pevne zakorenený. Odolal aj štyrom dekádám (1948-1989) totality. Toto obdobie sa vyznačovalo náboženskou neslobodou, religiozita bola štátom potláčaná, čo sa prirodzene odzrkadlilo aj na pútnictve, ktoré môžeme považovať za jednu z viditeľných prejavov viery. Totalitou boli negatívne ovplyvnené aj samotné pútnické miesta, ktorých rozvoj bol v tomto období obmedzený resp. bol úplne pozastavený. Cieľom článku je poukázať na priestorový charakter religiózneho turizmu v dvoch rovinách. Prvá rovina bude predstavovať návštevnosť mesta Šaštín-Stráže. Druhá rovina bude reprezentovaná vplyvom religiózneho turizmu na priestorové usporiadanie sídelnej štruktúry predmetného územia. Výsledky sú založené na rekognoscácii terénu, štúdiu štatistických informácií, interných materiálov baziliky, ktoré budú transformované do kartografických výstupov.

Kľúčové slová: Pútnické miesto. Religiózný cestovný ruch. Sakrálny priestor. Návštevnosť.

Abstract

Religious tourism is very firmly rooted in Slovakia. It also withstood four decades (1948-1989) of totality. This period was characterized by religious non-freedom. Religiosity was suppressed by the state, which was naturally reflected in pilgrimage. We can consider pilgrimage as one of the visible manifestations of faith. The pilgrimage sites were negatively affected by the totality; their development was limited in this period, respectively it was completely suspended. The aim of the article is to point out the spatial nature of religious tourism on two levels. The first level will represent the attendance of the town of Šaštín-Stráže. The second level will be represented by the influence of religious tourism on the spatial arrangement of the residential structure of the subjected area. The results are based on the reconnaissance of the terrain, the study of statistical information, internal materials of the basilica, which will be transformed into cartographic outputs.

Keywords: Religious tourism. Pilgrimage site. Attendance. Sacred space.

Úvod

Posvätné miesta sú ako brány do iného sveta. Vyvolávajú v nás bázeň i úctu. Práve takéto miesta, kde sa premieňala prirodzená realita na nadprirodzenú vyvolávala u návštevníkov mysterium fascinans, ktoré človeka viedlo k rozhodnutiu putovať k nim (Bioque, 2015). Púte k posvätným miestam, konané ako prejav úcty alebo pokánia boli od najstarších dôb neodmysliteľnou súčasťou náboženských rituálov. Dokumentujú ich napr. Stonehenge, Newgrange na Britských ostrovoch, či starogrécke Delfy a Dodona u zaniknutých náboženstiev. Púte a pútnické miesta hrajú významnú

úlohu aj prakticky vo všetkých živých náboženských systémoch (Collins-Kreiner, 2010) a stali sa základom pre religiózny, resp. pútnický turizmus. Stabilne vysoký počet osôb, ktoré sa vydávajú na púť, ako aj samotné pútnické miesta, ktoré musia reagovať na rastúce požiadavky návštevníkov budovaním adekvátnej infraštruktúry, čoho výsledkom je ich priestorový rast. Ten, spolu s migračnými prúdmi patria k témam, ktoré priťahujú pozornosť aj odbornej verejnosti. V príspevku zhodnotíme návštevnosť pútnického miesta Šaštín-Stráže a priestorovú organizáciu pútnického miesta.

Prehľad literatúry

Religiózny cestovný ruch patrí k najstarším formám turizmu. Podľa Collins-Kreiner (2010) a Rinschedeho (1992) ide o formu cestovného ruchu, v ktorej čiastočným alebo úplným motívom cestovania návštevníka je náboženstvo, a cestovanie je spojené aj s dovolenkou, oddychom alebo sociálnym, kultúrnym či filozofickým motívom. Vukonič (2002) identifikuje tri elementy, tvoriace religiózny cestovný ruch. Sú nimi púť (individuálna, alebo skupinová návšteva svätyne), jednorázové religiózne motivované organizované podujatie (Svetové dni mládeže), ktoré sa konajú vždy na inom mieste a nakoniec návštevy religióznych miest v rámci turistických itinerárov (skôr súčasť poznávacieho turizmu).

Práce venované religióznemu turizmu venujú pozornosť histórii religiózneho centra, kultu, sakrálnemu priestoru a jeho zložkám (napr. sakrálna architektúra) a štruktúre návštevnosti (Krogmann, 2007). Rozvoj masového turizmu a dopravy, sekularizácia, komercializácia a globalizácia spoločnosti a života, v mnohých aspektoch ovplyvnili centrá religiózneho turizmu. V minulosti sa v nich nachádzali výhradne iba sakrálné stavby, ktoré navštevovali najmä ľudia s náboženskou motiváciou (pútnici). V súčasnosti sú v týchto centrách ďalšie kultúrne a turistické zariadenia pre návštevníkov s rôznymi motiváciami (religióznou i profánnou), čím sa ponuka miesta rozšírila napr. o poznávací, či kongresový cestovný ruch. To pochopiteľne ovplyvnilo aj priestorový rast pútnického miesta, ktorý vo svojich prácach prezentovali napr. Soljan & Liro (2020), Pihet & Violier (1993), Rinschede (1992).

Posledné desaťročia v Európe zaznamenávame aj renesanciu putovania po stredovekých pútnických trasách, ktoré inicioval koncept kultúrnych ciest podporovaných Radou Európy v roku 1987. Podľa Peterku (2016) je cieľom Rady Európy prostredníctvom cesty naprieč časom a priestorom poukázať, ako rôzne kultúry prispievajú ku spoločnému európskemu dedičstvu. Vzhľadom na silnú kresťanskú tradíciu sa významnými kultúrnymi a zároveň pútnickými cestami stali Svätjakubská cesta, Via Francigena, Cesta Sv. Olafa, či cesta Sv. Martina (napr. Maak, 2009; Santos & Lopez 2015). Proces ich kreovania sa pritom netýka len Západnej Európy, ale aj Strednej Európy (napr. Európska kultúrna cesta Sv. Cyrila a Metoda). Predovšetkým Svätjakubská cesta, ako prvá certifikovaná európska kultúrna cesta otvára priestor pre štúdie z hľadiska potenciálu jej tvorby (Mróz, Mróz & Krogmann), ekonomického efektu (Maak, 2009), motivácie (Kurrat, 2019), ako aj problémov súvisiacich s turistifikáciou tejto cesty (Martín-Duque & Morère-Molinero, 2019).

Dáta a metódy

Cieľom príspevku je poukázať na priestorový charakter religiózneho turizmu. Ten je reprezentovaný návštevnosťou pútnického miesta a priestorovým usporiadaním študovanej lokality. Prvou metódou, použitou pri spracovaní tejto témy bolo štúdium literárnych prameňov, ktoré boli relevantné predovšetkým pri spracovaní historického pozadia pútnictva do Šaštína-Stráží. Ťažiskový bol terénny prieskum. Ten prebiehal v čase konania púte – 15. 9. 2018, ako aj mimo konania púte – máj 2022. Prostredníctvom neho a štúdiom interných materiálov Baziliky boli získané informácie o počte prihlásených pútnikov, pričom najaktuálnejšie dostupné informácie boli za rok 2019. Tieto

informácie boli transformované do kartografických výstupov v prostredí ArcView a následne analyzované. Rekognoskáciou terénu sme získali aj prehľad aj o špecifikách rozmiestnenia infraštruktúry v pútnickom centre, ktoré boli kartograficky spracované a doplnené aj fotodokumentačným materiálom.

Výsledky a diskusia

Vymedzenie územia

Šaštín-Stráže sa nachádza v západnej časti Slovenska, v blízkosti hraníc s Českom, resp. Rakúskom. Administratívne patrí do okresu Senica, ktorý je súčasťou Trnavského samosprávneho kraja. Počtom obyvateľov 4979 (2021) patrí k malým mestám na Slovensku. Mesto sa nachádza na križovatke ciest II/500 (Kúty – Šaštín – Senica - Vrbovce) a II/590 (Malacky – Borský Mikuláš – Šaštín - Holíč). Dostupné aj prostredníctvom železničnej dopravy, čo umožňuje vypraviť mimoriadne vlaky v čase konania hlavných pútí.

Pútnický areál sa nachádza v západnej časti tohoto mesta. Z hľadiska cirkevnej administrácie je predmetné územie spravované farnosťou Šaštín-Stráže, ktoré je zároveň aj sídlom dekanátu Šaštín, jedného z dekanátov Bratislavskej arcidiecézy.

História a súčasnosť putovania do mesta Šaštín-Stráže

Pútnická tradícia v predmetnom území siaha do 16. stor. a je spájaná s rodinou Czoborovcov.

Angelika, manželka Imricha Bakiča de Ande, ktorý žil neusporiadaným životom vo svojich modlitbách prosila Sedembolestnú Pannu Máriu o pomoc. Jej prosby boli v roku 1564 vyslyšané a jej manžel sa zmenil. Na znak vďaky dala vyhotoviť sochu Panny Márie Sedembolestnej, ktorá sa stala základom pre putovanie na toto miesto. Sochu uložili do trojhrannej kaplnky postavenej pri mieste, kde sa Angelika chodievala modliť. So sochou bolo spájaných niekoľko stoviek zázračných uzdravení. Tieto chýry priťahovali do Šaštína stále väčšie množstvo pútnikov, pričom ich počet stúpал najmä od roku 1732, kedy bola socha Panny Márie vyhlásená za zázračnú (Judák, Petrikovičová & Akimjak, 2022). V roku 1864 bola oslava tristoročného výročia uctievania Sedembolestnej Panny Márie v Šaštíne. Pri tejto príležitosti boli dobudované dve veže a zrekonštruovaný celý chrám. 8. septembra 1864 bola socha Panny Márie korunovaná zlatými korunkami posvätenými pápežom Píom IX. V roku 1927 pápež Pius XI. Dekrétom Celebre apud Slovacham gentem vyhlásil Sedembolestnú Pannu Máriu za patrónku Slovenska. Ďalším významným krokom v pútnictve bolo vyhlásenie šaštínskeho chrámu za baziliku minor pápežom Pavlom VI. V roku 1964. V súčasnosti sa v predmetnom mieste konajú každoročne dve hlavné púte – Celonárodná púť Slovenska k patrónke Slovenska – Sedembolestnej Panny Márie (september) ktorá vzhľadom na veľký počet pútnikov nesie znaky overturizmu, Turíčna púť a ďalších deväť, prevažne profesných pútí, termínovo rozptýlených od februára do októbra počas roka. Tieto púte sa do pútnického kalendára dostali až po politicko-spoločenských zmenách v Československu, s ktorými súviselo aj uvoľnenie náboženských reštrikcií, ku ktorým patrilo úsilie štátu o elimináciu pútí.

Centrum religiózneho turizmu v meste Šaštín-Stráže má jasne vyprofilovaný sakrálny priestor, ktorému dominuje Bazilika Sedembolestnej Panny Márie (obr. 1), v ktorej je opatrovaná zázračná soška Panny Márie s kláštorom Paulínov. Bola postavená v rokoch 1736-1764. V roku 1764 bola bazilika slávnostne vysvätená za účasti ostrihomského arcibiskupa Barkéczyho, cisárovnej Márie Terézie a jej manžela cisára Františka Lotrinského, ktorí na výstavbu chrámu finančne prispeli (Kollár, Lacika & Podolák). Pred Bazilikou je historický Kláštorový park s drobnou sakrálnou architektúrou. Práve v ňom sa sústreďujú pútnici v čase hlavných pútí aj počas slávnostných bohoslužieb, ktoré sa z kapacitných dôvodov konajú vonku.

Obrázok 1: Bazilika Sedembolestnej Panny Márie v Šaštíne-Strážach



Zdroj: A. Krogmann, archív.

Pútnikom sú počas hlavných pútí k dispozícii improvizované prenosné spovednice, ktoré sú rozptýlené po celom areáli. Súčasťou sakrálneho priestoru sú aj predajne devocionálií (mapa 1). Sakrálny priestor sa výraznejšie nezmenil od výstavby, prebehli v ňom len rekonštrukčné práce. Tento stav sa nezmenil ani po roku 1989, zmenil sa len charakter interiérov, kedy došlo k vytvoreniu Mariologického múzea v kláštornej kompeze, ako aj postupnej transformácii časti kláštora pre potreby ubytovania pútnikov.

Mapa 1: Pútnický areál v Šaštíne-Strážach



Spracoval: J. Černek

Sakrálny priestor je ohraničený miestnymi komunikáciami a prechádza do obytnej časti. Ďalšia infraštruktúra, ktorá je pre pútnikov v čase konania pútí k dispozícii, má mobilný charakter a reprezentujú ju mobilné predajné stánky, ponúkajúce občerstvenie, suveníry, sladkosti a iné púťové predmety (obr. 2). Ich lokalizácia je práve medzi uvedenou individuálnou a hromadnou zástavbou.

Obrázok 2: Mobilný predaj občerstvenia a suvenírov

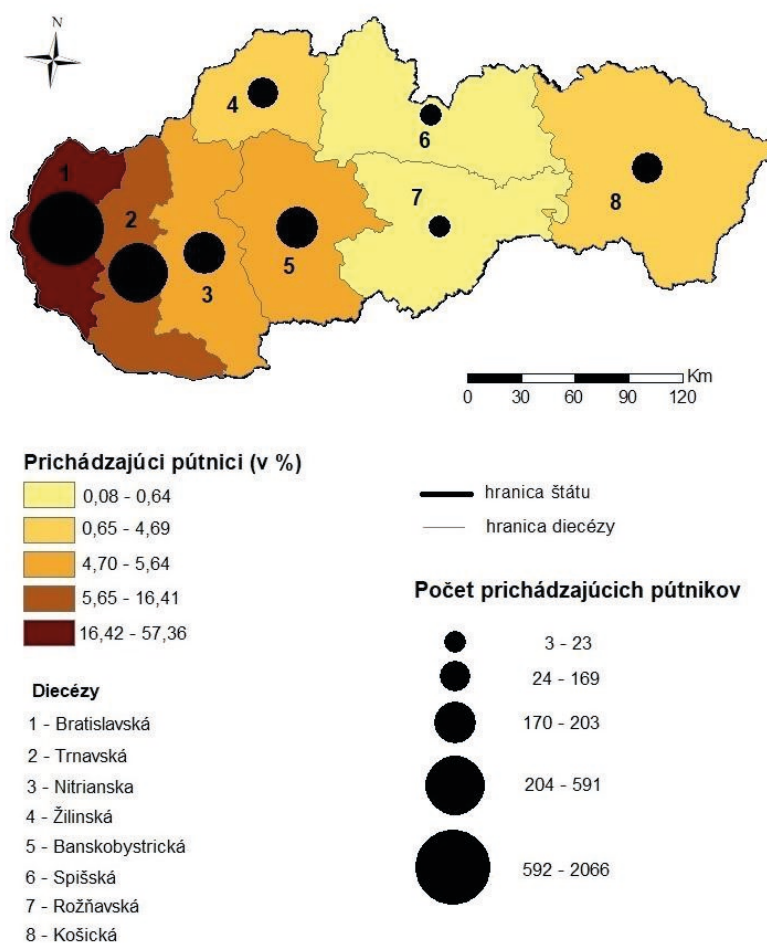


Zdroj: A. Krogmann, archív.

Parkovanie osobných automobilov a autobusov je v čase hlavných pútí realizované pozdĺž miestnych komunikácií a na voľných plochách pozdĺž brehov rieky Myjava.

Návštevnosť pútnického miesta v priebehu roka dokumentujeme na základe prihlásených individuálnych pútnikov a pútnických skupín počas bežného roka, pričom nezahŕňa príchody pútnikov v čase konania pútí. Z mapy č. 2 je jednoznačná dominancia pútnikov z domácej diecézy (Bratislavskej), s viac ako 57% podielom resp. diecéz najbližších k pútnickému miestu. Východné provincie (Košická arcidiecéza, Spišská diecéza a Rožňavská diecéza) majú podiel presahujúci 5 %.

Mapa 2: Návštevnosť pútnického miesta v roku 2019 podľa diecéz



Zdroj: Podľa interných materiálov Baziliky spracoval J. Černek.

Záver

Religiózna tradícia v meste Šaštín-Stráže siaha do 16. storočia a je viazaný na úctu k Sedembolestnej Panne Márii. Centrom sakrálneho priestoru je Bazilika Sedembolestnej Panny Márie s kláštorom v barokovom slohu, ktorú dal postaviť v rokoch 1736-1764 rád Paulínov. Na základe rekognoskácie terénu môžeme konštatovať, že súčasťou jasne ohraničeného pútnického areálu je okrem baziliky a kláštora len základná infraštruktúra (predajňa devocionálií), resp. v interiéroch novozriadené Mariologické múzeum a niekoľko izieb na prenocovanie. Dominujú však mobilné stánky s ponukou devocionálií. Hranice sakrálneho priestoru tvoria miestne komunikácie, pozdĺž ktorých je realizovaný v čase hlavnej púte stánkový predaj občerstvenia, suvenírov a ďalšieho púťového tovaru. Z hľadiska návštevnosti pútníkov počas roka dominujú pútníci z najbližšieho okolia, resp. najbližších diecéz.

Literatúra

- Bioque, B. (2015). *Kniha posvätných miest* (1. vyd.). Bratislava: Príroda.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>
- Judák, V., Petrikovičová, L., & Akimjak, A. (2022). Religious Tourism on the Example of Nation Pilgrim Places in Slovakia (Patronages of the Virgin Mary). *Journal of Education Culture and Society*, 13(2), 615-630. <https://doi.org/10.15503/jecs2022.2.615.630>

- Kollár, D., Lacika, J., & Podolák, P. (2003). *Slovensko* (1. vyd.). Bratislava: DAJAMA.
- Krogmann, A. (2007). *Religiózný cestovný ruch v Nitrianskom kraji*. Nitra: UKF.
- Kurrat, Ch. (2019). Biographical Motivations of Pilgrims on the Camino de Santiago. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(2), 11–18. <https://doi.org/10.21427/06p1-9w68>
- Maak, K. (2009). El Camino de Santiago Como Posible Motor Turístico en Zonas Rurales de Escasos Recursos: El Caso de Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, 23, 149–172.
- Martín Duque, C., & Morère-Molinero, N. (2019). La evaluación de la capacidad de carga perceptual en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cuantitativa. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, 82, 2682. <https://doi.org/10.21138/bage.2682>
- Mróz, F., Mroz, L., & Krogmann, A. (2019) Factors Conditioning the Creation and Development of a Network of Camino de Santiago Routes in Visegrad Group Countries. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(5), 56–71. <https://doi.org/10.21427/x89p-6r88>
- Peterka, M. (2016). Cyrilometodějská stezka jako příležitost pro využití a interpretaci společného evropského kulturního dědictví. *Konštantínove listy*, 9(2), 106–118. <https://doi.org/10.17846/CL.2016.9.2.106-118>
- Pihet, C., & Violier, P. (1993). Lourdes. Przestrzeń miejska i funkcja turystyczna. *Turyzm*, 3(1), 31–39. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.3.1.02>
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Santos Solla X., & Lopez L. M. (2015) Tourism Policies in A WHC: Santiago de Compostela (Spain). *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 1(2), 1–8.
- Soljan, I., & Liro, J. (2021). Religious Tourism's Impact on City Space: Service Zones around Sanctuaries. *Religions*, 12(3), <https://doi.org/10.3390/rel12030165>
- Vukonič, B. (2002). Religion, Tourism and Economics, A Convenient Symbiosis. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 59–64. <https://doi.org/10.1080/02508281.2002.11081221>

Kontaktné údaje

RNDr. PaedDr. Ján Veselovský, PhD.
Katedra cestovného ruchu, FSŠ UKF v Nitre
Drážovská 4, 949 01 Nitra
e-mail: jveselovsky@ukf.sk

doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.
Katedra geografie, geoinformatiky a reg. rozvoja FPVaI UKF v Nitre
Tr. A. Hlinku 1, 949 01 Nitra
e-mail: akrogmann@ukf.sk

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.
Katedra cestovního ruchu, VŠPJ v Jihlavě
Tolstého 16, 586 01 Jihlava
e-mail: petr.chalupa@vspj.cz

Bc. Jakub Černek
e-mail: jakub.cernek@student.ukf.sk

Osoblažská Monorail Track, its Cultural and Safety Significance for Tourists in the Picture of History

Petra Vrtalová, Martin Hrinko & Tomáš Činčala

Abstract

The purpose of the study is to describe the purpose and original plan for the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway, as the first railway in this area dates back to 1872. At that time it was a branch of the Moravian-Silesian Central Railway from Krnov to the Prussian Ziegenhals (Glucholazy). The line led far to Osoblaha and it was necessary to provide a transport connection for the import of raw materials from the local sugar refinery. The development followed and a historic moment came in 2014, when the first of the T47.0 or 705 series locomotives left the Osoblaha tracks after 55 years. The authors will examine how the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway has influenced contemporary tourism in the area. The paper will contain the main findings after the analyses, the conclusion of the submitted paper will be an interpretation of the findings and a proposal for further benefits for ensuring safety when travelling on the narrow-gauge railway, especially during the tourist season, when the concentration of visitors is much higher.

Key words: Safety. Osoblažsko (Osoblaha region). Contemporary tourism. Tourism. Narrow-gauge railway.

Introduction

The narrow-gauge railway with a gauge of 760 mm is located in the Osoblažský offshoot in the Bruntál district, in the Moravian-Silesian Region. The line is connected to the “standard gauge” network at Třemešná ve Slezsku station, 17 km northwest of Krnov. Its historical roots date back to 1872. It was a branch of the Moravian-Silesian Central Railway from Krnov to Prussian Ziegenhals (Glucholazy). Subsequently, it underwent many modifications, not only during the Austro-Hungarian Empire period and the 1st Czechoslovak Republic, but more significant development occurred after World War II. During the occupation in 1938, the line was captured by the German Reich Railways, but due to a lack of fuel, the frequency of trains was reduced. The diesel cars burnt and the locomotives were damaged. Numerous repairs, reconstructions and transformations followed, and in 1948 new M21.006 and 007 diesel cars from Tatra, Kopřivnice, were delivered to replace the original M11. In the new millennium, many changes have taken place, including the demolition in 2014, due to the long-standing disrepair of the station building in Horní Povelice. At present, the narrow-gauge railway in Osoblaha is operated by Slezské zemské dráhy o.p.s., with the registered office Třemešná, and it enjoys great interest from tourists not only from the Czech Republic (Osoblažská úzkokolejka, 2008a) The authors will examine whether and how the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway has influenced contemporary tourism in this region. The paper will include main findings after the analyses. The paper will conclude by interpreting the findings and suggesting benefits for ensuring safety when travelling by narrow-gauge railway. The authors ask research questions and answer them in the conclusion, as follows:

- 1) *Did the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway affect the current tourism in the Bruntál region?*
- 2) *Is the safety of the narrow-gauge railway operation and passengers transported currently ensured?*

Literature review

Historical development of the narrow-gauge railway

The Osoblažská narrow-gauge railway is the oldest narrow-gauge railway in Central Europe and also one of the three narrow-gauge railway lines in the Czech Republic. Another one is operated in Mladějov na Moravě, thanks to the care of the Industrial Museum. Tourists were transported through Czech Canada by trains of the Jindřichův Hradec local railways until 3.10.2022, but the operation of the narrow-gauge JHMD lines from Jindřichův Hradec to Nová Bystřice and Obrataň was interrupted for an indefinite period of time due to the expiration of the railway operator's safety certificate. Instead of trains, there is alternative transport in the form of buses and minibuses (Kudy z nudy CzechTourism, 2022). The Railway Operator's Safety Certificate is issued by the Railway Authority on the basis of a request from the railway operator for a period of 5 years. The railway manager's safety certificate shall prove that the railway operator:

a) has an internal organizational structure and a management system for ensuring the operation of the railway and has created a system for ensuring the safety of rail operation, which means a set of organizational and technological measures for the safe operation of the track,

b) issue internal regulations for the operation of the railway, on the operation of designated technical facilities, on the requirements for professional competence and knowledge of persons ensuring the operation of the railway and on the method of their verification, including the system of regular training (*Drážní úřad*, 2019). In the second half of the 19th century, the need arose for the Osoblaha sugar industry to provide transport to its raw material base, with the initial intention of connecting the railway to the nearby railway from Prudník to Hlubčice, but this was located in the Prussian territory, so the connection to the Olomouc – Bruntál – Krnov line was chosen. The mentioned gauge of 760 mm was supposed to prevent connection to the competing Prussian industry, as the founder of the line was a company with a majority of capital from the Austrian state. As a result, this meant that between nine stations at a distance of 20.25 km, the steam locomotives would travel at a reduced speed for about 1 hour and 15 minutes. The regulations of the time only allowed the construction of railways over distances longer than 20 km, so the line was artificially extended and has 4 bridges and 102 curves (*Časopis pro dějiny, umění, přírodu a dnešek: Vlastivědné listy*, 2011).

The first regular train set out on the narrow-gauge railway on 14 December 1898 at 3:50 am. As the first festive one arrived from Třemešná to Osoblaha at 11:30 a.m., where representatives of the town, representatives of all authorities and corporations, railway headquarters, etc., were waiting. Despite a banquet for more than 100 guests at the Springer Hotel afterwards, it was clear that the construction of the narrow-gauge railway did not meet the ideas and especially the needs of the region, whose wish was for a “standard gauge” railway, not a narrow-gauge one. The connecting station became Třemešná ve Slezsku with a newly built building and a trolley pit. From the beginning of its operation, the line was owned and operated by C. & K. State Railways, similarly to the nearby Ondrášov – Dvorce line, which was opened on 31 December 1898. The steam locomotives of the Austrian U Class, namely the U13, U14 and U15 (later remarked to U37.0), arrived to Osoblaha. At the time of World War I there was an original Class A locomotive here, later remarked to U25.0. and in 1928 diesel coaches marked M11.001 and 002 of Tatra Kopřivnice began to run here, the trains operated here were divided into passenger and mixed. For this reason, new stops were opened

at km 10.2 and km 15.1, which were later named Amalín and Dubský Mlýn and also Ostrá Hora from 1951. As already mentioned, in 1938 the line fell to the German Reich Railways, but no significant changes were made, only the frequency of trains was reduced due to the lack of fuel. During the liberation operations the line remained almost undamaged, but the surrounding villages, including Osoblaha, were destroyed at 70% (Osoblažská úzkokolejka, 2008a).

In 1938, there were provocations and sabotages by the radical Henleins, obstacles made of stones appeared on the tracks, and shots were fired at the train. Six Czech police constables were murdered in Liptaň. The Czechs left the region in September and early October 1938. The occupation of the Krnov region took place on 6 October and traffic on all lines in the Sudetenland was completely stopped from 1 to 10 October. The line, including locomotives and wagons, was taken over by the German Railways after the withdrawal from the border area. The operation was managed by the railway directorate in Oppeln, today's Opole, Poland. The service was gradually restored, with seven pairs of diesel trains on the timetable in the winter of 1943 – 1944. In connection with the war the operation was completely stopped on 17 March 1945. All vehicles were in the Třemešná station. However, heavy fighting took place mainly in the Osoblaha region, most of the houses were destroyed and the town had to be rebuilt almost entirely after the war. The Red Army then entered the territory of Osoblaha on 22 March 1945 (Turóci & Chovančík, 2022).

A look into the present operation of the narrow-gauge railway

The ride lasts at least 45 minutes at the maximum speed of 40 km/hour and visitors can see the former “Silesian Versailles” – the castle in Slezské Rudoltice, Dívčí hrad, but it also offers the opportunity to climb to the lookout tower in Liptaň with a view of Praděd, but also Bohušov, the ruins of Fulštejn to the end station in Osoblaha with the Jewish cemetery (Časopis pro dějiny, umění, přírodu a dnešek: Vlastivědné listy, 2011).

Transport services are an inherent condition for tourism, in other words, they are services that aim to move tourism participants from their place of residence to the actual place of tourism. Undoubtedly, comfort, but also safety, among other things, are essential requirements of tourism participants (Indrová, 2007). The booming development of tourism began significantly in the second half of the 20th century, the tourism market is an economic system in which the following basic elements interact: supply of the tourism product, tourism demand, competition and price (Ilina, 2006). Through tourism, there is contact between visitors and service providers, but also between visitors and the locals. In this way, visitors share the infrastructure of the destination with the inhabitants of the place they are visiting. Last but not least, the stakeholders are representatives of public administration, so the success of a particular destination depends on the degree of cooperation between service providers and public administration (Vaníček, 2013).

Table 1: History of Osoblažská monorail track

LINE DATA	
Length of the line	20.218 km
Track gauge	760 mm
Greatest gradient	27.3‰ (1.1 – 1.4 km)
Smallest curve radius	75 m (2.4 – 2.6 km)
Number of curves	102
Highest altitude above the sea level	391.2 m above sea level (Třemešná ve Slezsku)
Lowest altitude above the sea level	220.7 m above sea level (Osoblaha)
Start of operation	14 December 1898
Overhaul of the line	1985 – 1988
Maximum speed limit	40 km/hour

Source: Own elaboration according to Osoblažská úzkokolejka, 2008.

In April 2005, a narrow-gauge steam locomotive blew its horn in Ostrava. “Rešica” was exhibited at the Černá louka exhibition centre at the Holiday, Region and Home 2005 exhibition together with the Beer Wagon from the Romanian “zeta”. For four days of the exhibition, the locomotive was flooded with visitors to whistle. The first season of regular steam operation started at the Osoblažská narrow-gauge railway on 1 May 2005. In addition to the two “ropes” and the Beer car, a closed Balm/ú car, which was lent by ČD, was added to the set according to the current weather. During its long history, the Osoblažská narrow-gauge railway has been powered by a number of traction vehicles. In 2011, a ČKD steam locomotive of the D760/90 type, nicknamed “gontkulák”, was put into operation at the Olpas Moravia company in Krnov. It was a machine from the Kysuce – Orava Forest Railway, which has not been out on its own for more than 39 years. It was successfully tested in the line section of Třemešná ve Slezsku – Liptaň on 30 April.

A long climb of 27 per mile, 900 metres long, almost immediately after leaving Třemešná ve Slezsku perfectly tested the technical condition of the deployed machine. A photograph of 3 December 2011 – this section shows “Rešica” when the wind was very strong. The train occupancy is not the greatest one, so in the following years the closed Balm/ú cars started to be included in the set, which eventually proved to be the right decision.

Figure 1: Narrow-gauge railway ride on 3 December 2011



Source: Dráha, 2017.

Project from the INTERREG V-A CZ-PL programme, International Project of Narrow-Gauge Railway – a tourist destination/Kolejka wąskotorowa - cel turystyczny.

The main objective of the project is to create a common Czech and Polish tourist destination as an important technical heritage. The narrow-gauge railway, as a legacy of the region's industrial history, connects a number of attractive structures which, once repaired, will be open to the public, so to speak, regardless of the border. The reconstructed structures, the narrow-gauge railway and other places of interest along it will form a common international tourist route. The Osoblažská Narrow-Gauge Railway Public Service Society received a subsidy for the purchase and repair of station buildings from the Moravian-Silesian Region and subsequently, together with its Polish partner, the municipality of Kuźnia Raciborska, received a subsidy for the project entitled “Narrow-Gauge Railway – Tourist Destination” from the European Union's European Regional Development Fund (ERDF) under the Interreg V-A Czech Republic-Poland Cross-Border Cooperation Programme. The aim of the project is to create a large-scale tourist destination that is linked by the issue of narrow-gauge railways. Project registration number: CZ.11.2.45/0.0/0.0/16_025/0001267.

The value of the ERDF co-financing is EUR 1,043,631.77. Ing. Mojmír Pargač, director of the Osoblažská narrow-gauge railway company and mayor of Slezské Rudoltice, commented on the project that the COVID-19 pandemic has significantly slowed down the project (Osoblažská úzkokolejka, 2008b).

Project “Koľajnice nás spájajú” (Railways connect us) (registration number SK/FMP/6c/06/006) Cross-border Cooperation Programme called INTERREG V-A Slovakia – Czech Republic 2014–2020.

Another of the important projects that have influenced the development of tourism in the Osoblaha region is the “Koľajnice nás spájajú” (Railways connect us) project (registration number SK/FMP/6c/06/006) implemented under the Cross-border Cooperation Programme called *INTERREG V-A Slovakia – Czech Republic 2014-2020* and it is financed by the European Regional Development Fund – Small Projects Fund. The border region of the Slovak and Czech Republic is rich in technical monuments, specifically narrow-gauge railways. In Slovakia, in the region of Kysuce, there is a restored former Kysuce Forest Railway, which was connected with the Orava Forest Railway in 1926 and thus the Kysuce – Orava Forest Railway was created, which is managed by the Kysuce Museum, a contributory organisation of the Žilina Self-Governing Region, as a museum exhibition of the Historical Forest Railway in Vychylovka. In the Czech Republic in the Osoblaha region there is the Osoblaha narrow-gauge railway, which is operated on the Třemešná ve Slezsku – Osoblaha line and is operated by Slezské zemské dráhy, o.p.s. The main aim of the Kysuce Museum staff was to reconstruct a historic passenger car of the Orava Compossessorate Forest Railway from 1916 as part of a joint micro-project and, among other things, to introduce the reader to the history of narrow-gauge lines, to introduce the rolling stock and to outline plans for the future. It is co-financed by the European Union from the ERDF under the Interreg V-A Slovak Republic – Czech Republic 2014–2020 Small Project Fund.

Figure 2: The route of the narrow-gauge railway



Source: Vše o Osoblažské úzkokolejce, 2008.

There are several entities operating on the Osoblažská narrow-gauge railway which cooperate and are united by a common goal – the development of the narrow-gauge railway. The owner of the tracks is Správa železnic, státní organizace (Railway Administration, a state organisation) organising the operation on the line, providing maintenance of the railway superstructure and substructure and repair works. It has recently made many improvements to the line, for example, building raised platforms in most stations and installing new lighting columns. The biggest investment in the

previous 30 years has been the implementation of the safety signalling of three level crossings, namely in Dívčí Hrad, Horní Povelice and Bohušov, with a level crossing safety device with warning lights and barriers. The line maintenance is provided by the Krnov Line District. The maintenance equipment is represented by a narrow-gauge MUV truck and a trailer with a loader. The carrier that provides passenger transport in the public service obligation ordered by the Moravian-Silesian Region is České dráhy, which currently operates one locomotive of Class 705.9 (TU47) and two trailers of Class 901 (Balm/ú). The second locomotive of Class 705.9 (TU47), which was undergoing an overhaul in 2021 and 2022, will serve as a back-up, as in 2022, when the locomotive broke down, the operation was provided by a replacement bus service. Apart from the normal operation, the narrow-gauge railway provides space also for enthusiasts about the so-called thematic trains, when the normal steam train for tourists is enriched with an accompanying programme, e.g. the Restaurant Train to the Gastronomic Festival to Osoblaha, the Haunted Train to the haunted castle in Slezské Rudoltice or the so-called St. Martin's Train to the St. Martin's Feast in Bohušov (Turóci & Chovančík, 2022, p. 2-3).

Data and methods

The contribution is based on the obtained data and takes into account the historical facts that influenced the development of tourism and tourism not only in the Osoblažsko region in the Czech Republic, but also in other European countries. Undoubtedly, the development of both areas is very closely linked to the political, economic and social changes affecting both areas. The purpose of the study is also to describe the purpose and original plan for the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway in connection with the development of the scientific fields of technology, construction, mechanics and others. The data were obtained by extensive research in libraries and historical sources available in scientific libraries and in electronic form. In addition to the descriptive part and answering research questions, the authors of the paper aim to propose other benefits for ensuring safety when traveling on the narrow-gauge railway, especially during the summer tourist season, when the concentration of visitors is much higher. A discussion in the area of the influence of history on the current development of tourism could be conducted in terms of the attractiveness of the historical place and the time of the creation of the narrow-gauge railway, which dates back to 1872. Equally interesting topics for discussion seem to be the rich history, especially the period before the Second World War, but also the period after the end of the war. The unceasing desire of current stakeholders to constantly improve this jewel of Osoblaž and to increase, among other things, the safety of transported persons in direct proportion also increases the attractiveness of this place, because as the analyses have shown, it has an ever-increasing tendency, not only for domestic tourists, but also for visitors from other countries.

Results and discussion

Railway safety has always been an important priority for the railway section. For years the slogan for the railway section action day has been "Safety First". This is about keeping the railways as a safe workplace for workers employed close to the railway industry, but also about safety for passengers and the public in general. Railway is one of the safest modes of transport, but if not managed properly, there is also a huge potential for damage. The development of railways is dependent on this high safety level. Every country should have an independent accident investigation body. It is especially important that it is independent from the criminal investigation system. The accident investigation body should also investigate incidents that might lead to serious accidents. The investigation should find the root cause of the accident and go beyond mistakes made by individuals. The important thing is to identify why the accident was allowed to happen and

why it was not prevented. This is about establishing a just and fair culture, not a blame culture. The purpose is to avoid future accidents. The company management and workers should be also strongly oppose what can be described as a “my hands are clean” culture (Railway Safety, 2017). More than a century of history of global monorail safety records is outstanding in terms of monorail safety. In terms of statistics, modern monorails maintain the highest safety standards of all modes of transport. They have transported more than two billion people without a single fatality on a wide range of systems in several parts of the world. Collisions and all other forms of contact with other vehicles, structures and devices, as well as pedestrians, are practically impossible. A monorail cannot cross paths or collide with a car, truck, pedestrian or other train (The American Monorail Project, 2012).

Answers to the research questions:

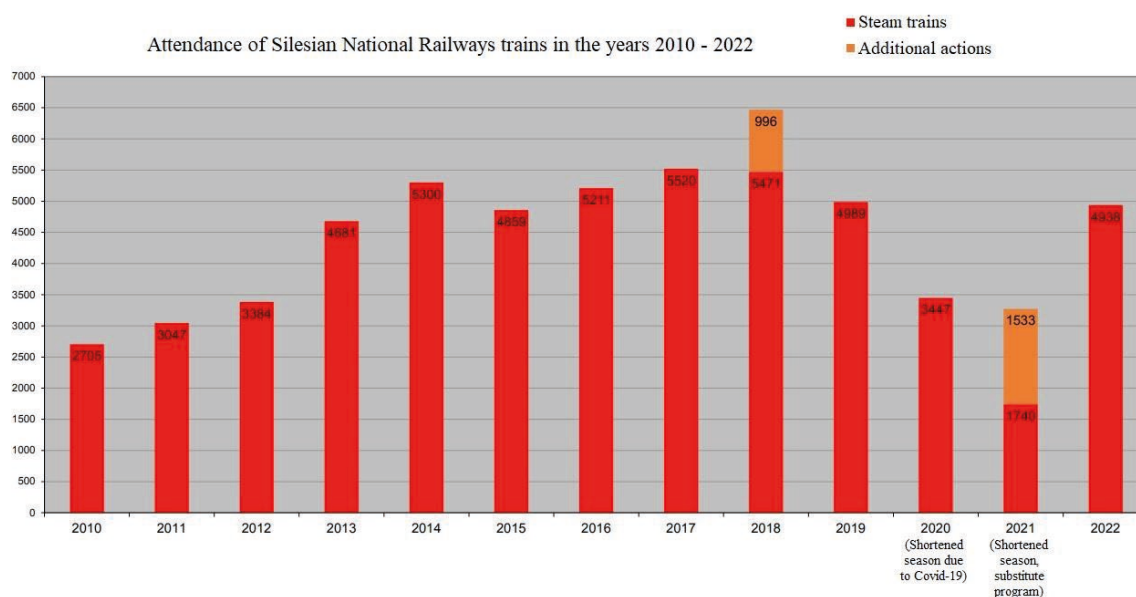
- 1) *Did the construction of the Osoblažská narrow-gauge railway affect the current tourism in the Bruntál region?*

The historical roots of the Osoblažská narrow-gauge railway go back to 1872, subsequently the narrow-gauge railway underwent many modifications, whether in the Austro-Hungarian period or in the 1st Czechoslovak Republic. Despite the liberation operations, the line was not damaged, but unfortunately Osoblaha and 70% of the surrounding villages were destroyed. More significant development occurred after the end of World War II and the modernization and development of the narrow-gauge railway has been still ongoing today. Both of the above-mentioned projects, whether the INTERREG V-A CZ-PL Programme Project, the International Project Narrow Gauge Railway – a tourist destination/Kolejka wąskotorowa - cel turystyczny or the “Koľajnice nás spájajú” (Railways connect us) project (Reg. no. SK/FMP/6c/06/006) INTERREG V-A Slovak Republic – Czech Republic 2014-2020 and the rich history of the narrow-gauge railway have positively influenced the current tourism in the Bruntál region. The picturesque region is an increasingly frequent destination for tourists not only from the Czech Republic, but also from other countries, and the number of visitors has a regular upward trend.

- 2) *Is the safety of the narrow-gauge railway operation and passengers transported currently ensured?*

The authors state here that the safety of the operation of the narrow-gauge railway and especially of the transported persons is ensured by the operator to a sufficient extent; the implementation of the safety of three level crossings, namely in Dívčí Hrad, Horní Povelice and Bohušov, with level crossing safety equipment with warning lights and barriers has undoubtedly contributed to the improvement of safety. The Moravian-Silesian Region provided a subsidy for the purchase and repair of station buildings. Správa železnic has recently carried out many modifications on the line, for example it has built raised platforms in most stations and installed new lighting columns.

Figure 3: Attendance of SZD trains in 2010 – 2022



Source: Internal material provided by D. Chovančík.

Despite the fact that the authors state in the paper that the safety of the operation of the narrow-gauge railway and transported persons is currently sufficiently ensured by the operator and fundamental measures have been taken to increase safety, not only by securing three level crossings, installing level crossing safety installations with warning lights and barriers or elevated platforms at individual stations, including the installation of new lighting poles, there is still room for improvement in the area of personal safety. The issue of physical security could also be discussed in this area, as the railway station is undoubtedly a place with a higher concentration of people, a so-called "soft target" and there is a risk of people being attacked by an active attacker. At this point, the authors came to the conclusion that it would be appropriate to unify the procedure of employees serving the station and individual stops, or to create a methodology for the procedure in the event of an attack on visitors by an active attacker (Hrinko, 2020, p. 55-56; Ministry of the interior of the Czech Republic).

Conclusion

In conclusion, the authors of the paper have prepared, with the help of available sources, quotations and internal materials provided by the esteemed Mgr. David Chovančík, a member of the Board of Trustees of Osoblažské úzkorozchodné dráhy o.p.s. A relevant basis for answering research questions related to the special topic of this year's Jihlava conference "*Historical and Cultural Heritage and its Importance for Tourism*", sub-topic "*Research in Tourism*". The upward trend in the number of visitors to the Osoblažská narrow-gauge railway is regular. During the summer of 2014, a visitor numbered 5,000 travelled for the first time. In 2016, the number of visitors almost reached the number of 5,300 and in 2017 the interest in the steam train managed to increase even more, reaching the number of 5,520 tourists.

References

Časopis pro dějiny, umění, přírodu a dnešek: Vlastivědné listy. (2011). (37. ročník). Matice slezská. Dráha: O Osoblažce. (2017). Provoz v ČR.

- Drážní úřad. (2019). *Metodický pokyn pro posuzování bezpečnosti provozovatele dráhy a dopravce*. https://ducr.cz/images/drurad/dokumenty/metodicke_pokyny/MP_vydavani_osvedceni_o_bezpecnosti_a_osvedceni_dopravce.pdf
- Hrinko, M. (2020). *Pořádková činnost policie*. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Ilina, E. (2006). *Turistický trh a základy cestovních operátorů*. Darnika.
- Indrová, J. (2007). *Cestovní ruch: (základy)*. Oeconomica.
- Kudy z nudy CzechTourism. (2022). *Jindřichohradecká úzkokolejka: úzkorozchodné tratě z Jindřichova Hradce: do odvolání vlaky nejezdí*. Kudy z nudy CzechTourism. Retrieved from <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/trochu-jina-draha-jindrichohradecka-uzkokolejka>
- Ministry of the Interior of the Czech Republic: Terorismus a měkké cíle – dokumenty a odkazy [online]. [cit.2023-0108]. Available from: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/terorismus-web-dokumenty-dokumenty.aspx>
- Osoblažská úzkokolejka. (2008a). Historie trati Třemešná ve Slezsku – Osoblaha. Retrieved from: <http://www.osoblazsko.com/historie>.
- Osoblažská úzkokolejka. (2008b). Úzkokolejka – turistický cíl/Kolejka wąskotorowa – cel turystyczny: Úzkokolejka – turistický cíl/Kolejka wąskotorowa – cel turystyczny. Retrieved from <http://www.osoblazsko.com/uzkokolejka-turisticky-cil-kolejka-waskotorowa-cel-turystyczny>
- Railway Safety. (2017). Statement from the ITF Railway Workers' Section: Annex 4 to RwCom/Sep17/Briefing. <https://www.itfglobal.org/sites/default/files/node/page/files/ITF%20Safety%20Statement.pdf>
- The American Monorail Project. (2012). The American Monorail Project: Monorail - Safety/Hazards. Retrieved from <http://www.theamericanmonorailproject.com/comparative-matrix/monorail-safety-hazards>
- Turóci, M., & Chovančík, D. (2022). *Koľajnice nás spájajú* (Kysucké múzeum).
- Vaniček, J. (2013). *Marketing služeb a cestovního ruchu*. Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu.
- Vše o Osoblažské úzkokolejce. (2008). Osoblažská úzkokolejka. Retrieved from <http://www.osoblazsko.com/uvod/uzkokolejka>

Contact details

Mgr. Bc. Petra Vrtalová
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírova 17, Ostrava 30
e-mail: petra.vrtalova@vsb.cz

doc. Ing. Martin Hrinko, Ph.D., MBA, LL.M.
Vysoká škola CEVRO Institut Praha
Jungmannová 28/17, Praha 1
e-mail: martin.hrinko@icloud.com; martin.hrinko@vsci.cz

Ing. Tomáš Činčala
VŠB-TU Ostrava, Faculty of Security Engineering
Lumírova 17, Ostrava 30
e-mail: tomas.cincala@vsb.cz

Aktuální problémy cestovního ruchu

Topical Issues Of Tourism

