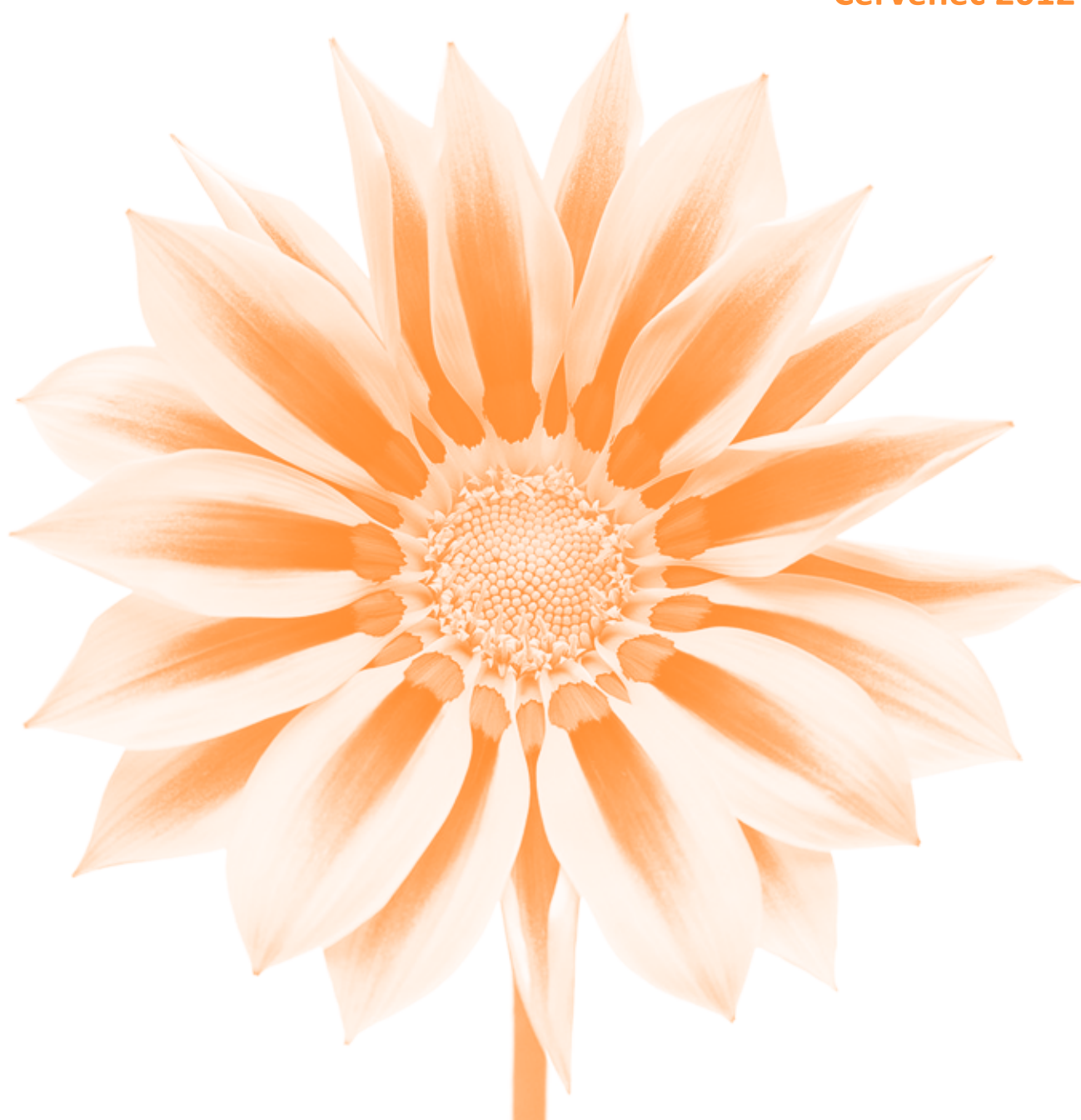


STUDIA TURISTICA

online časopis pro vzdělávání v cestovním ruchu

Červenec 2012



Vysoká škola polytechnická Jihlava

ISSN 1804-252X



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

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

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

REDAKCE ČASOPISU

REDAKTOR

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.

PŘEDSEDA REDAKČNÍ RADY

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

REDAKČNÍ RADA

Ing. Tomáš Čihák, ředitel příspěvkové organizace Vysočina Tourism

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D., vedoucí Katedry cestovního ruchu, VŠP Jihlava

doc. Ing. Jana Jarábková, Ph.D., Katedra regionalistiky a rozvoje vidieka, SPU, FEŠRR

Ing. Lucie Petříčková, Ph.D., Katedra cestovního ruchu VŠH Praha

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

PhDr. Dana Zažímalová, Katedra jazyků VŠP Jihlava

RECENZENTI TOHOTO ČÍSLA

Mgr. Věra Fišerová, VŠH Praha

PaedDr. Emanuel Hurych, Ph.D., vedoucí Katedry sportů VŠP Jihlava

Mgr. Monika Klímová, VŠH Praha

RNDr. Stanislava Pachrová, Ph.D., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

Ing. Petr Scholz, Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc., Katedra rekreologie a cestovního ruchu FIM UHK H. Králové

RNDr. Jakub Trojan, Laboratoř experimentální a aplikované geografie, Vysoká škola obchodní a hotelová Brno

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava

KOREKTURY A ÚPRAVA TEXTŮ

Jitka Kalabusová

DISTRIBUCE, PŘÍJEM PUBLIKAČNÍCH TITULŮ

Šárka Venkrbcová

TECHNICKÝ REDAKTOR

Ondřej Chalupa, DiS.

VYDÁVÁ 2X ROČNĚ

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

586 01 Jihlava

ISSN 1804-252X

OBSAH

ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM	3
-----------------------------	---

Hlavní recenzované články

JAROSLAV VENCÁLEK

<i>Od dílčích forem kulturního cestovního ruchu k poznávání genia loci (genia regionis)</i> <i>From Partial Forms of Cultural Tourism to Cognition of Genius Loci (Genius Regionis)</i>	4
--	---

JURAJ SILVAN

<i>Vybrané prvky regionálnej identity ako trvalo udržateľný zdroj národného bohatstva</i> <i>Selected Elements of Regional Identity as a Sustainable Source of National Economy</i>	12
--	----

IVICA LINDEROVÁ

<i>Možnosti rozvoja cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb v turistickom regióne Vysočina</i> <i>Possibilities of Tourism Development for Disabled People in Region Vysočina</i>	24
---	----

HANA SVOBODOVÁ, ALEŠ RUDA

<i>Cykloturistika jako forma udržitelného cestovního ruchu</i> <i>Cycling as a Form of Sustainable Tourism</i>	35
---	----

Diskuze

EMANUEL HURYCH

<i>Otázky filosofické tematizace problematiky cestovního ruchu</i> <i>Towards Philosophical Thematization of Tourism</i>	46
---	----

Turistické rozhledy

RENÉ PETRÁŠ

<i>Problémy právní úpravy cestovního ruchu</i> <i>Problems of Legislation on Tourism</i>	54
---	----

DANIELA HREHOVÁ

<i>Spoločenské a kultúrne spôsobilosti - nevyhnutná súčasť profesie sprievodcu CR</i> <i>Social and Cultural Competence - an Essential Part of Professions Tourist Guide</i>	62
---	----

Informace

<i>Cestovní ruch přestal být samostatnou oblastí vzdělávání</i>	85
<i>Zastoupení České republiky na mezinárodní Konferenci akademicko-vědecké obce Státní univerzity tělovýchovy, sportu, mládeže a cestovního ruchu v Moskvě</i>	86
<i>Konference Inovácie v cestovnom ruchu ako predpoklad konkurencieschopnosti Slovenska na medzinárodnom trhu cestovného ruchu</i>	88
<i>Mezinárodní konference na VŠPJ v Jihlavě Aktuální problémy cestovního ruchu 29. února - 1. března 2012</i>	89
<i>5. mezinárodní vědecká konference Vysoké školy obchodní a hotelové v Brně.....</i>	90
<i>5. soutěžní workshop výsledků studentské vědecké a odborné činnosti.....</i>	93
<i>Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turismu</i>	94
<i>Zpráva z mezinárodního studentského workshopu „Promotion of Wellness Tourism - WellTour“</i>	96
<i>Informace o činnosti Katedry cestovního ruchu</i>	97

ÚVODNÍ SLOVO ČTENÁŘŮM

Vážení čtenáři, časopis *Studia Turistica* Vám v tomto čísle tradičně předkládá širokou škálu související problematiky, která je prezentována autory z různých vysokoškolských pracovišť v Česku i na Slovensku. Snažíme se udržovat bohaté spektrum prezentovaných témat, protože pouze interdisciplinarita vycházející z podstaty cestovního ruchu nám zajistí odbornost časopisu *Studia Turistica*. V příštích číslech bychom rádi ještě rozšířili obsah časopisu o články vycházející ze středoškolských a vysokoškolských studentských odborných bakalářských i diplomových prací a již předem se těšíme na spolupráci s Vámi.

Informace o tom, že cestovní ruch přestává být samostatným odvětvím vzdělávání na vysokých školách a stává se pouze součástí ekonomických věd, jistě překvapila všechny zainteresované akademiky. Toto rozhodnutí je krátkozraké, stejně jako by bylo krátkozraké přiřazení oboru ke geografii, historii, sociologii, technologii služeb nebo lingvistice. Člověk, příroda, čas a prostor jsou rovnocennými pilíři konstrukce cestovního ruchu, které by měly být studovány a vyučovány ve svých souvislostech. Tendence k dominantní ekonomické profilaci se mohou projevovat patologickými jevy evokujícími narušení životního prostředí, devastaci místního kulturního dědictví, záporný vztah místních obyvatel k návštěvníkům, nedostatek prožitku účastníka cestovního ruchu z chybně vytvořeného produktu a celé řady dalších negativ. Naopak bez funkčních ekonomických realizačních nástrojů nemůže být cestovní ruch reálný. Vyzýváme Vás k diskuzi na toto téma.

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D.
VŠP Jihlava
Redaktor časopisu

OD DÍLČÍCH FOREM KULTURNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU K POZNÁVÁNÍ GENIA LOCI (GENIA REGIONIS)

FROM PARTIAL FORMS OF CULTURAL TOURISM TO COGNITION OF GENIUS LOCI (GENIUS REGIONIS)

Jaroslav Vencálek

Abstrakt

Studovat poznávací funkci cestovního ruchu znamená vycházet buďto z analytického nebo syntetizujícího principu poznávání konkrétní reality. Kulturní cestovní ruch je v současnosti vnímán především analyticky, tedy jako poznávání jedné či několika dílčích kulturních krajinných realit. Jedná se například o poznávání kulturních památek (hrady, zámky), eventuálně prohlubování získaných poznatků a zážitků z jejich návštěv, účasti v nich konaných kulturních akcí (např. koncerty, výcviky dravých ptáků). Porozumět krajině a životu lidí obývajících dané místo (region) je ale možné jen poznáním stěžejních vazeb člověka s danou krajinou. Genius loci představuje sumu životních zkušeností mnoha generací, která umožnila lidem žít v souladu s daným místem (krajinou). Poznávání genia loci (genia regionis) se odvíjí od principu významnosti daného artefaktu, jevu nebo činnosti. Prostřednictvím takto vnímaného cestovního ruchu lze na bázi principu výběrové náročnosti přispět k rozvoji nejen vlastního poznávání lidí a obohacování jejich zážitků, ale i k jejich vzájemné empatii, toleranci a důvěře.

Klíčová slova

Kulturní cestovní ruch, genius loci.

Abstract

Study of the cognitive function of tourism can be based either on analytical or synthetical principle of reality cognition. Cultural tourism is currently perceived mostly in analytical way, as cognition of one or several partial cultural landscape components. These include sightseeing (castles, palaces), possibly enhance the knowledge and experience from their visits by participation in cultural events held there (concerts, training birds of prey). To understand the landscape and lives of people inhabiting a given place (region) is possible only by cognition of fundamental relations between humans and the landscape. The genius loci constitutes the sum of life experiences of many generations, which has enabled people to live in accordance with a given place (landscape). Cognition of the genius loci (genius regionis) is based on the principle of importance of the artifact, phenomenon or activity. Through the tourism perceived in this way it is possible to contribute to the development of people's self-knowledge, enriching their experiences, as well as their mutual empathy, tolerance and trust.

Keywords

Cultural tourism, genius loci.

ÚVODEM: KOPLEXNOST JAKO KOMPLEMENTÁRNOST LIDSKÝCH ZKUŠENOSTÍ A VIZÍ

O tom, že jakákoliv forma lidské činnosti má konkrétní ohraničení svých humánně funkčních možností, o tom se lidé přesvědčují po staletí. Zdálo by se, že díky této zkušenosti budou následné činnosti lidských souborů oproštěny od chyb a negativních trendů z minulosti. V lidské přirozenosti je ale jistým způsobem ukotveno, že mnohem přitažlivější než vlastní zkušenost je víra v „novost struktur“, o nichž se soudí, že musí být automaticky lepší, bez ohledu na dříve získané zkušenosti. Čas od času se proto lidé ocitají před stále se opakující volbou. Vycházet v dalších svých rozhodnutích z dosavadních zkušeností, nebo dát přednost něčemu, co je vnímáno jako nové a podvědomě tedy i lepší a kreativnější?

Protože se velmi často lidé upínají k „novému“ jen proto, že jejich očekávání v „lepší“ je silnější než příklon k racionální analýze nabytých zkušeností, nelze se divit, že pak mnohdy zaznívají tvrzení o lidské nepoučitelnosti. Vzniká tak paradoxní situace, v níž ve stále se měnících vnějších a vnitřních podmínkách života, jako by byly opakovány stejné chyby. Může se zdát, že problém důležitosti lidské zkušenosti na straně jedné, a pociťované víry v nové struktury na straně druhé, má dichotomickou povahu a lidská rozhodnutí tak mají charakter volby; buď, anebo. Protože lidským bytostem je ale vlastní jak racionalita a objektivita, tak i iracionalita a subjektivita, kreativní řešení by měla mít povahu vzájemné doplňkovosti (komplementárnosti) lidských zkušeností a odpovídajících rozvojových vizí. [8] Máme-li aktivně vstupovat do rozvoje jakékoliv lidské činnosti, měli bychom analyzovat a komplementárně propojovat jak doposud lidmi nabyté zkušenosti, tak i jimi deklarované vize k dalšímu vývoji konkrétního jevu (aktivity).

OD DÍLČÍCH FOREM KULTURNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU K POZNÁVÁNÍ GENIA LOCI (GENIA REGIONIS)

Pod pojmem kulturní cestovní ruch se rozumí pestrá škála cestovních aktivit za účelem poznání dílčích fenoménů kulturní krajiny. Patrně nikdo nepochybuje o tom, jak významnou poznávací a zážitkovou roli mají turistické návštěvy kulturních památek (např. hradů, zámků). Rozvoj cestovního ruchu prostřednictvím zvyšování návštěvnosti kulturních památek ovlivňuje v pestré škále vztahů ekonomii daného místa. Účastníky kulturního cestovního ruchu může takto realizovaná forma využívání volného času obohacovat; od minima nově přijatých informací až k zevrubnému poznání evoluce dané kulturní památky v nejrůznějších determinovaných společenských vztazích.

Obdobně lze vnímat i další formy kulturního cestovního ruchu, např. návštěvy kulturních akcí (kina, divadla, koncerty, festivaly), návštěvy muzeí a galerií, technických památek, návštěvy míst prezentujících lidové tradice (muzea lidové architektury), pamětních síní představujících životy a díla významných osobností apod. Přestože tyto formy cestovního ruchu jsou obsahově výrazně rozrůzněny, mají jedno společné. Stávají se předmětem pozornosti spíše dílčích zájmových seskupení, než širších, skladebně pestřeji utvářených skupin návštěvníků (i když i zde existují výjimky). Kuriózním příkladem dokumentujícím tento jev, mohou být

zápisy návštěvníků brněnského Janáčkova muzea. Expozici nejvýznamnějšího hudebního skladatele a zakladatele české zpěvohry 20. století Leoše Janáčka shlédne ročně více cizinců než Čechů. Tento jev je spojen ještě s jedním, pro cestovní ruch neobyčejně důležitým aspektem. Pro návštěvníky jsou lukrativní především zvolené kulturní objekty (např. hrad, technická památka), nikoliv území, v nichž se dané kulturní fenomény nacházejí. S tím souvisí i skutečnost, že mnohá místa, poskytující sebelukrativnější kulturní fenomény, nestávají se místem přenocování, a tím ani následného rozvoje a využívání služeb, které by měly odpovídat přitažlivosti kulturních objektů (jevů). Rozvoj cestovního ruchu je pak spojen s bodovým využíváním dílčích kulturních fenoménů s minimálně komplexně plošným dosahem na rozvoj území (regionu).

Protože cestovní ruch má charakter společenské služby, měl by být maximálně propojen se společenskými rozvojovými determinanty krajiny. Nejde ani tak o formy vlastnictví jednotlivých služeb v krajině, jako jejich doplňkovost (komplementárnost), která by se v nabídce rozvoje cestovního ruchu měla nutně projevit v prezentaci těch činností, kterými je obyvatelstvo daného regionu dlouhodobě (generačně) propojeno s obývanou, kulturně zformovanou a hospodářsky využívanou krajinou. Pokud budeme hledat dlouhodobé vazby člověka s krajinou, umožňující mu nejen přežití, ale i progresivní rozvoj, pak docházíme k nutnosti tvorby syntéz lidských zkušeností a vizí, které se uplatňovaly ve společensko-evolučním procesu jednotlivých mikro, mezo a makroregionů. [4]

Čím více se do popředí rozvoje cestovního ruchu dostává vlastní území (nezávisle na jeho hierarchicky odstupňované úrovni) a nikoliv místo, posuzované jen jako bod (jehož podoba může ale nabýt i povahu významného uzlu), tím více je nutno věnovat pozornost studiu kulturně společenského dědictví dané krajiny. Toto dědictví je nejkomplexněji a nejgeneralizovaněji vyjádřeno v *geniu loci*, *geniu regionis* a obecně *geniu* významově širších prostorových úrovní (*genius* etnograficky homogennějšího území, *genius* ekonomicky homogennějšího území, *genius* historicky homogennějšího území, *genius* státního útvaru, *genius* střeoevropského prostoru, *genius* Evropy). [7]

Bohužel, přestože se studiu cestovního ruchu věnuje stále více osob, teorie rozvoje území s výraznou determinací aktivit cestovního ruchu je (nejen) v ČR stále jednostranně prezentována v duchu paradigmatického principu konkurenceschopnosti. Tento princip ale není jedinou společenskou zásadou a už vůbec ne univerzálním základem lidského bytí. [2] Jeho prosazování do pozice dominantní společenské role úzkou skupinou obyvatel planety Země je odrazem hlubokého podcenění specifických funkcí a významů pestré škály ostatních determinant rozvoje dílčích krajinných struktur. Byl to ale právě ekonom, který dokázal veřejně prezentovat rozsáhlé deformace, k nimž ve vyspělé západní civilizaci dochází vlivem přecenění paradigmatu konkurenceschopnosti, když uvedl: I kalkulující ekonomický rozum se musí naučit být dědicem historických společenství, v nichž lidé kladou odpor ekonomickým cílům ve jménu cílů subjektivně iracionálních, např. romantika, mytologie, etika, spiritualita, senzitivita v krajině (Sedláček, 2009).

Prosazení paradigmatického principu konkurenceschopnosti do nejširších společenských struktur vyústilo na přelomu 2. a 3. tisíciletí v globální krizi tvořenou plejádou krizí nejrůznějších společenských procesů a jevů. Přestože pomalu, přece jen ale znatelně se tu a tam začíná hovořit o jiném paradigmatickém principu, o vzájemném spoluzití na bázi vzájemné výhodnosti. Bohužel, nehovoří se takto v politických, ekonomických a nadnárodních strukturách, ale v občanských iniciativách, které začínají prostřednictvím odlišné vize než je konkurenceschopnost, radikálně vstupovat do společenského dění

na celém světě. Zatím se do úzkého spektra médií začínají prosazovat revoluční dopady společenské relevance kognitivních procesů, prostřednictvím kterých si člověk uvědomuje a poznává svět i sebe samého. Tu a tam se začíná věnovat pozornost i společenské důležitosti percepce krajiny a génie krajinných míst a regionů.

Jestliže před nástupem společenských změn ve střední Evropě koncem 80. let 20. století nebyla o geniu loci (duchu místa) ve sdělovacích prostředcích ani zmínka, s odstupem více než dvou desetiletí se pojem genia loci jako úžeji vnímané synonymum kulturního dědictví začíná, i když řídce, přece jen častěji objevovat v médiích jako důležitý specifický rozvojový fenomén. Současné fragmentální vnímání kulturního cestovního ruchu (kulturní památky, kulturní akce, technické památky, muzea a galerie, lidové tradice, osobnosti minulosti, život v minulosti) probíhá ve stejných intencích, jak charakterizoval postmoderní vidění světa a společnosti sociolog Z. Bauman, tj. ve vztahu ke flexibilitě, relativismu, postnacionalismu, deinstitutionalizaci, dehistorizaci a samozřejmě fragmentálnosti. [1] Jakoby věda (včetně té, zabývající se rozvojem cestovního ruchu) ztratila možnost chápat svět jako celek, a tím i dílčí krajinné útvary jako evoluční, funkční a významové součásti vyšších celků.

KYSUCE: REGIONÁLNÍ PŘÍKLAD PROMĚNY PREZENTACE REGIONU OD DÍLČÍCH FOREM KULTURNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU KE GENIU REGIONIS

Pokud se jedná o kulturní cestovní ruch ve vazbě ke slovenským Kysucím, pak přední místo nesporně zaujímá skanzen Vychylovka. Dne 11. října 1974 byl položen základní kámen stavby Múzea Kysuckej dediny na Vychylovce – v dolině Chmúra, místní části Nové Bystrice. Většina z více než tří desítek přenesených objektů do Múzea kysuckej dediny pochází, z dnes již neexistující Riečnice:

- dvojdílný trojprostorový srubový obytný dům č. 56 U Rybov z roku 1884,
- trojdílný srubový obytný dům č. 58 U Rybov z roku 1810,
- s kamennou podezdívkou srubový obytný dům č. 37 z osady Do Potoka spolu s hospodářskou srubovou stavbou a maštálí,
- srubový obytný dům č. 126 z osady Poništovia postavený roku 1838 s ovčírnu k ustájení ovcí z roku 1897,
- srubový obytný dům č. 97 z osady Hruškuliakovia s trojprostorovou hospodářskou srubovou stavbou, maštálí a sýpkou,
- srubový obytný dům č. 145 se společným pitvorem (síní) z osady Hruškuliakovia.

V Múzeu kysuckej dediny najdeme stavby i z jiných lokalit Kysúc: Dunajova, Harvelky, Klubiny, Korně, Oščadnice, Zborova nad Bystricou. Poznání jednotlivých aktivit Kysučanů žijících v druhé polovině 19. a první polovině 20. století umožňuje velké množství muzeem připravovaných národopisných programů (např. Kuchyňa starých materí, Sadenie zemiakov, Na kysuckých lúkach – kosení trávy, Pranie na potoku, Ospievané Beskydy – svadba na Kysuciach, Regrúti, Zabíjačka na vrchoch). I zastavení u kaple Panny Marie Růžencové ze Zborova nad Bystricou, chráněné shlukem kamenných náhrobních kvádrů opatřených litinovými kříži (nejstarší z r. 1823), nutí mnohé k zamyšlení nejen nad pomíjivostí lidských bytostí ale i dlouhodobostí jakýchsi otisků činností mnoha předchozích generací. Právě z toho důvodu může být návštěva Múzea kysuckej dediny velmi inspirativní. Nejen k získání informací o tom, jak v minulosti vypadalo domácí nádobí, jaká byla vnitřní struktura obytného domu, jak byly technicky zabezpečovány řemeslné činnosti, ale i jaký byl vůbec

duch Kysucké krajiny, jak rychle či pomalu se proměňoval život obyvatel, a co z něj svou specifičností činí region stále přitažlivým. [6]

Pokusme se zamyslet nad hlavními znaky, jejichž prostřednictvím byl život lidí dlouhodobě propojen s jimi obývanou a obhospodařovanou krajinou. Těch je několik. Teprve jejich syntézou lze obsáhnout obraz genia loci – obraz ducha regionu, zvaného Kysuce. Uvedme alespoň dva – fenomén dřeva a fenomén drátenictví.

Možná až příliš často slýcháme, že Kysuce byly krajem chudobným, že byly regionem „na hony“ vzdáleným od center, v nichž byla přijímána významná společenská rozhodnutí. A přesto. Bohatost lesních porostů, zejména těch smrkových, znamenala pro Kysučany vždy dostatek pracovních příležitostí v lese. V rodinách dřevorubců obou Bystric, té Staré i Nové, Riečnice, Harvelky, ale i dalších obcí se generačně předávaly zkušenosti z práce v lese při kácení a přibližování stromů. Združená stredná škola drevárska Krásno nad Kysucou, vzniklá sloučením Stredného odborného učilišťa drevárskeho Krásno nad Kysucou a Strednej priemyselnej školy drevárskej v Čadci (r. 2001) se nachází v místě, jehož genius loci byl po mnoha desetiletí spojován s manipulací a zpracováním dřeva. V minulosti to byly Kysucké drevárske závody, dnes významné zahraniční investice výrobní organizace Swedwood švédského koncernu Ikea směřující do Krásna nad Kysucou, kde na prahu 3. tisíciletí vznikla nová dřevařsko-nábytkářská výrobní báze podmíněna geniem loci Kysúc s roční těžbou téměř 300 000 m³ smrkového dřeva. Kdysi se dřevo do zpracovatelských center plavilo po vodních tocích. Později se začaly stavět lesní železnice. Tak tomu bylo i na Kysucach a sousední Oravě. V letech 1915–1918 byla na Kysucích vybudována z Oščadnice přes Krásno nad Kysucou, Klubinu a Starou Bystricu do Chmúry lesní železnice. Obdobně byla na Oravě vybudována úzkorozchodná železniční dráha (760 mm) z Lokce do Oravské Lesné (tehdy Erdútky). V roce 1926 byly obě dráhy propojeny 10,5 km dlouhou spojovací železnici z Chmúry do Erdútky a započala tak fungovat 61 km dlouhá Kysucko-oravská lesní železnice. Výstavbou železničních odboček, které na Kysucích vytvářely Klubinská, Skříželné, Riečnica, Harvelka, Rycerová, a na Oravě odbočky Vysoká Magura, Podrusnáčka Horný Mlyn, Mútne – Furandová, dosáhla Kysucko-oravská lesní železnice koncem 20. let minulého století délky 110 km. Po ní bylo transportováno dřevo z lesů Bystrické doliny a Biele Oravy k prvotnímu zpracování na oščadnickou pilu a následně exportováno k dalším zpracovatelům. Změny technologií těžby dřeva i dopravních aspektů přibližování dřeva se v průběhu 60. let 20. století natolik proměnily, že provoz lesní železnice začal být nerentabilní. Po jejím zrušení v roce 1971 a téměř celé demontáži drážního tělesa se začaly do popředí pozornosti dostávat otázky související s výstavbou Múzea Kysuckej dediny na Vychylovce. Zachráněný 8 km dlouhý úsek lesní železnice mezi kysuckou Chmúrou a oravským Tanečným se díky technickému úvratovému řešení stal během několika málo let ojedinělou evropskou železniční památkou. Technické řešení tratě pěti hrotovými úvratěmi překonávající na vzdálenosti 1,5 km (měřeno nejkratší spojnici) převýšení 217,69 m znamenalo i tak neuvěřitelné sklonové poměry dosahující až 70 promile. Pro tuto unikátnost byla železnice prohlášena v roce 1991 slovenskou národní kulturní památkou a nazvána Historickou lesní úvratovou železnici. Ta dnes dosahuje, spolu s úsekem ze Chmúry do osady Kubátkovia, délky téměř 11 km. Účastníci projížděk romantickou historickou lesní úvratovou železnici tak nalézají nejen zábavu a poučení ale bezprostředním kontaktem s dřevařskou podobou genia loci Kysúc i možnost hlouběji pochopit život v dynamicky se proměňujících, stále neméně přitažlivých Kysucích. [6]

Genius loci Kysúc je stále, i když počátkem 3. tisíciletí již jen prostřednictvím muzejní podoby či uměleckých činností spojován s drátenictvím. Jeho vznik a rozvoj byl úzce propojen s neutěšenými sociálně-ekonomickými poměry krajiny. Mezi nejvýznamnější obce horních Kysúc, které charakterizovalo právě toto specifické doplňkové mužské zaměstnání, patřily Krásno nad Kysucou, Turzovka, Vysoká nad Kysucou a Zákopčie. Drátenictví bylo ale taktéž rozvinuto i na dolních Kysucích, kam náležely především obce Dunajov, Lodno, Nesluša, Ochodnica a Rudinská a v javornické části středního Pováží (např. Dlhé Pole, Veľké Rovné). Nedostatek kvalitní orné půdy v horských polohách mezi Čadcou, Žilinou a Bytčou spolupůsobil při vytváření nepříznivých sociálně-ekonomických trendů. Na straně druhé ale i dostatek drátu z blízkých železářských oblastí Těšínského Slezska a od roku 1824 (založení Rudolfovy hutě ve Vítkovicích) i zprůmyslňované Ostravské pánve, významně ovlivnil rozvoj drátenictví na Kysucích. Při pohledu na dřevěnou drátenickou krosnu opatřenou popruhy k jejímu nošení na zádech, vystavenou v Kysuckém muzeu v Čadci, se v mysli mnohých současníků vynořují přesné kontury dávných dráteníků, které ještě počátkem padesátých let bylo možno spatřit v tehdy dynamicky se rozvíjejícím průmyslovém Ostravsku. Jakoby to bylo před několika málo lety, kdy na vítkovické autobusové nádraží přivázely a odvážely autobusy denně stovky ekonomicky aktivních osob z Kysúc (Makov, Turzovka, Skalité, Staškov, Korňa, Klokočov, Vysoká nad Kysucou, Čadca, Raková, Oščadnica aj.) za prací jak do Vítkovických železáren, tak i do Nové huti. Kromě nich přicházeli v pravidelných ročních obdobích i dráteníci. V těch dobách bylo (nejen) na Ostravsku používáno plechové smaltované kuchyňské nádobí, továrně vyráběné v podbeskydském Frýdlantu nad Ostravicí (NORMA). Často se proto v domácnostech čekalo na dráteníky, aby kuchyňské nádobí opravili. Protože na průmyslovém Ostravsku bylo ve srovnání s chudými Kysucemi větší množství finančních prostředků, byla i tato nepříliš vzdálená oblast dráteníky vyhledávána a navštěvována. Bylo to ale již v závěrečném období jejich drátenických činností, kdy své trasy měli stabilizovány a v jednotlivých regionech podnikali pravidelné obchůzky (hauzířky). Již v druhé polovině 19. století zakládali nejprogresivnější a nejprůbojnější dráteníci na svých toulkách po světě dílny, v nichž zaměstnávali i několik pracovníků. Bylo tomu tak např. v Německu, Polsku či Rusku. Dráteníci nevynikali jen řemeslnou zručností a schopností dokonalé improvizace, ale velmi umně promítali do práce s drátem své osobní estetické cítění. Ke slavným uměleckým dráteníkům náleží především jméno Jozefa Holánika-Bakeľa z Dlhého Pole, který je stále považován za krále drátenického řemesla. Jeho pokračovateli se stali Jakub a posléze Juraj Šeríkovi. Jejich rodinná umělecko-řemeslná tradice byla impulzem i ostatním, a tak se s uměleckým zpracováním drátu ke komerčnímu využití můžeme dnes setkat nejen v informačních centrech měst Čadce a Žiliny, ale i na mnoha dalších místech, vybavených artefakty sloužícími k rozvoji cestovního ruchu. Významný záměr k prezentování genia loci krajiny představuje úsilí pracovníků Kysuckého muzea v Čadci ke zřízení „Galerie Drotárie“, kde by prostřednictvím uměleckého zpracování drátu byly zachyceny důležité okamžiky ze života významných osobností Kysúc. První drátěnou plastikou je filmová postava Tono Brtka ztvárněna kysuckým rodákem – hercem Jozefem Kronerem (1924–1998) ve filmu Obchod na korze. Ten byl oceněn americkou filmovou akademií (Academy of Motion Pictures and Sciences) v Los Angeles zlatým Oscarem (1966). V Čadci se tak v těsné blízkosti drátěné plastiky nachází replika zlatého filmového Oscara. [6]

Navštívit tuto expozici znamená nejen seznámit se s důležitým aspektem genia loci této krajiny, ale znamená dát i po letech za pravdu Janu Palárikovi, který ve veselohře Drotár vložil do úst divadelní postavy Maríny verše povzbuzující národní povědomí:

Ach, čo zlý svet potupného natára
na Slováka, úbohého drotára:
Bár on nosí biedne krpce, psotu trie –
lež pod hunkou šľachetný cit v prsiach vrie.

Nie je preto drotár hoden hanenia,
že krajšieho neprovodí umenia:
Lež vy, páni, hanu na vás tiahnete,
umenia viac čo mu nedoprajete!

Ostatne je každá práca poctivá,
keď poctivé v prsiach prebýva:
Kto leňoší, právo láme a lúpi,
len ten hoden všeho ľudstva potupy!

ZÁVĚR

Kulturní cestovní ruch je na počátku 21. století ve znamení rostoucí zájmové fragmentace nabídky a tím i výrazné segmentace uživatelských skupin. Komplexnější sociálně-kulturní pohled na krajinu, spojený s plošným rozvojem služeb ve prospěch cestovního ruchu je zcela nedostatečný. Přestože jsou činěny marketingové pokusy oživit regionálně pojatý rozvoj cestovního ruchu (např. projekty Valašské království, Země Matúša Čáka), ve skutečnosti dochází jen ke zvýraznění důležitosti nejvýznamnějších destinací.

Nové pojetí kulturního cestovního ruchu vycházející z komplexně pojaté prezentace společenských a přírodních aspektů krajiny by mohlo být svázáno s propojováním lokálně-identitních postojů obyvatel se složitějšími sociokulturními vazbami a mezilidskými obsahy jednotlivých vztahů (kultura, historie, jazyk, mentalita). Celosvětově potřebná realizace propojování lokálních a globálních aspektů existence člověka na Zemi by prostřednictvím nové formy rozvoje cestovního ruchu mohla získat nový společenský rozměr. [3] Podle Zygmunta Baumana ale současný význam územní identity obyvatel je značně podceněn a prostředí, v němž žijeme, slouží převážně jen jako prostředek konzumu a běžné spotřeby. [1]

Prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc.
Inštitút politológie, Filozofická fakulta
Prešovská univerzita v Prešove
ul. 17. novembra 1, 080 78 Prešov
jaroslav.vencalek@unipo.sk

LITERATURA

- [1] BAUMAN, Zygmunt. *Život ve věku nejistoty*. Praha: Academia, 2008. 112 s.
- [2] DUDINSKÁ, Irina. Individuum a integračné procesy. In: *Európske občianstvo a národná identita*. Prešov: SLOVACONTACT, 2006. s. 118–125.
- [3] DUDINSKÝ, Vladislav. Prekážky na ceste od lokálneho ku globálnemu a späť. In: *Človek v súradniciach multidimenziálnej spoločnosti I*. Prešov: ManaCon, 2000. s. 29–37.

- [4] IVANIČKA, Koloman. *Slovensko génius loci*. Bratislava: Eurostav, 2000. 168 s.
- [5] SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla / Po stopách lidského tážení od Gilgameše po finanční krizi*. Praha: 65 pole, 2009. 280 s.
- [6] VENCÁLEK, Jaroslav. *Žilinský kraj génius loci*. Ružomberok: Verbum, 2011. 210 s.
- [7] VENCÁLEK, Jaroslav. Vliv genia loci na rozvoj cestovního ruchu v česko-slovenském příhraničním regionu. In: *Regionální rozvoj a cestovní ruch*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická, 2011 s. 349–356.
- [8] VENCÁLEK, Jaroslav. Vnímání cestovního ruchu jako respekt k lidské kultuře a planetární biosféře. In: *Dobrá praxe a udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Tribun EU, 2010. s. 131–144.

VYBRANÉ PRVKY REGIONÁLNEJ IDENTITY AKO TRVALO UDRŽATEĽNÝ ZDROJ NÁRODNÉHO BOHATSTVA

SELECTED ELEMENTS OF REGIONAL IDENTITY AS A SUSTAINABLE SOURCE OF NATIONAL ECONOMY

JURAJ SILVAN

Abstrakt

V príspevku sa ťažiskovo analyzuje tradičná ľudová duchovná a materiálna kultúra ako jeden z významných trvalo udržateľných zdrojov spoločnosti. Má nezastupiteľné miesto v regionálnej rozvojovej politike a jej súčasti - regionálnej identite, jej cielenej podpory, vplyvov inovácie a kreatívneho zveľaďovania. Týka sa to tak medziregionálnych vzťahov ako aj vnútroregionálnych aktivít. Predstavuje významné trvalo udržateľné bohatstvo, ktoré patrí nielen vlastnému územiu, t.j. obciam, skupinám obcí, či regiónom, ale aj celej krajine.

Kľúčové slová

Zdroj trvalo udržateľného bohatstva, regionálna identita, regionálny rozvoj, génus loci a génus regionsis, zachovanie kultúrnej kontinuity, tradičná duchovná a materiálna kultúra územia, Európsky dohovor o krajine, Program obnovy dediny, cezhraničná spolupráca.

Abstract

Regional identity is analyzed as a part of the regional development policy. Nowadays the regional identity and expressions of its spiritual and material culture are receiving new impetus as a source of sustainable national wealth. To make this statement happen to become a new sustainable quality, it is necessary to implement the elements of innovation and creativeness to the whole socio-economic system.

Key words

Elements of regional identity as a source of sustainable richness of a community, region, country and Europe, regional development, genius loci and genius regionsis, traditional spiritual and material culture, European Landscape Convention, Village Renewal Programme, cross-border cooperation.

1. ÚVODOM

Zdroje sú jedným z kľúčových činiteľov, ktorým sa meria tak bohatstvo štátu, ako aj jeho smerovanie do budúcnosti. Vzhľadom na ich limity treba ustrážiť starostlivé nakladanie s nimi a zabezpečiť ich permanentnú ochranu. Svet ako globálny systém sa nachádza pred hlbokou transformáciou. V popredí by mala byť trvalo udržateľná ekonomika, úzko

prepojená so sociálnym rozvojom a blahom spoločnosti. Formuluje sa aj nová kultúra podnikania, v ktorej sa ekonomický rast, efektívnosť, prosperita a environmentálna kvalita chápu ako spojené nádoby [9]. Tieto atribúty budú súčasťou nového inštitucionálneho rámca trvalej udržateľnosti. Národné centrum európskych a globálnych štúdií SR vydalo pod vedením známeho sociálno-ekonomického geografa prof. RNDr. Kolomana Ivaničku, DrSc. v roku 2011 monografiu, ktorá sa zaoberá zdrojmi ako faktorom rozvojových stratégií. V spolu 26 príspevkoch vytvára náčrt tvorby modelu trvalej udržateľnosti v podmienkach Slovenskej republiky.

Monografia osobitne upozorňuje na potrebu riadenia zdrojov spoločného vlastníctva biosféry, antroposféry i nekrosféry (Common-Pool Resources), t.j. zdrojov, ktoré sú dnes dostupné všetkým občanom ako ich prirodzeným užívateľom (napr. čistý vzduch, pitná voda, voľné dary lesa, zmysel pre inovačnú obnovu, podnikateľský duch národa, etická úroveň spoločnosti, osvojené hodnotové systémy). Pozoruhodné je, že za definovanie spôsobu ochrany a využívania zdrojov udelili v r. 2009 Nobelovú cenu za ekonomiku prof. Elinor Ostromovej z Indiana University v Bloomingtone, Indiana, USA. Jej silnou stránkou je inštitucionalizmus, umocňujúci pochopenie prostredia, v ktorom žije a pracuje komunita. Ekonómiu hodnotí ako veľmi komplexnú vedu; pestrosť jej foriem treba ponímať interdisciplinárne a intermetodologicky, v ktorých dominuje symbióza ekonomickej a sociálno-ekologickej organizácie.

Tento príspevok sa bude ťažiskovo venovať regionálnej identite ako dôležitému zdroju trvalo udržateľného národného bohatstva a jednému z najdôležitejších podmienok regionálneho rozvoja. Vychádza z práce jeho autora „Regionálna identita: stimulátor ekonomického rozvoja územia s osobitným zreteľom na cestovný ruch“, zaradenej do vyššieomenovanej monografie [18]. Regionálna identita funguje v nej ako nástroj vyplavujúci endogénny potenciál územia v rámci súboru unikátnych výstupov, charakterizujúcich daný región. Ide o aktivity, ktoré vedú k hrdosti byť členom regionálnej komunity, ktorá venuje optimálne úsilie pre: (a) udržiavanie a tvorivé zveľaďovanie regionálnych tradícií a zvyklostí. Kultúra, predovšetkým ľudová duchovná a materiálna, sa považuje aj za významný determinant rozvoja ekonomiky, najmä v oblasti domáceho a zahraničného cestovného ruchu; (b) dosiahnutie pocitu šťastia a sebavedomia obyvateľov. V praktickom dopade to vyúsťuje do aktívneho postoja k nosným funkciám života spoločnosti a vyžarovania pozitívnej energie aj vo vzťahu k prírodným a civilizačným aktivitám; (c) pozitívne výsledky v oblasti pocitov vlastnej zodpovednosti za sociálno-ekonomický rozvoj a zdravé životné prostredie.

Pod regiónom v tejto práci teda rozumieme všetky zoskupenia nadlokálneho charakteru. Zoskupenia, najmä vidieckych obcí, môžu vytvárať mikroregióny podľa svojej príslušnosti, napr. k úzkym, periférne lokalizovaným údoliam horského alebo podhorského typu (na tomto princípe sa kreujú najmä mikroregióny – združenia obcí v rámci Združenia miest a obcí Slovenska), alebo účelovo vytvárané mikroregióny na základe spoločného využitia zariadení infraštruktúry (škôl, kultúrnych a sociálnych zariadení, ale napr. aj spoločného vodovodu, zberu a ukladania odpadov a pod.). Potenciálnymi mikroregiónmi sú aj obce zoskupené do spoločných úradov štátnej správy.

2. REGIONÁLNY ROZVOJ A EURÓPSKA ÚNIA

Koordinovaná regionálna politika na všetkých úrovniach patrí medzi najúčinnnejšie nástroje rozvoja územia. Nie náhodou je jej uplatnenie v rámci Európskej únie v popredí záujmov,

teda aj investícií, ktoré posilňujú dlhodobú konkurencieschopnosť tohto zoskupenia. Spolu s podporou vidieka, najmä spoločnej poľnohospodárskej politiky EÚ, mobilizuje všetky dostupné rezervy práve do podpory regionálneho rozvoja. Toto je jedna zo základných tém 6. správy EÚ k ekonomickej a sociálnej súdržnosti (kohézie), ktorú EÚ vydala ešte v júni 2009 s názvom „Za kreatívne a inovatívne regióny“ [4].

Kľúčovým termínom tejto koncepcie je *inovácia* (rok 2009 bol skutočne vyhlásený rokom inovácie a kreativity), so zdôraznením regionálnej dimenzie tohto prístupu. Netýka sa to len vyspelých regiónov. O čo menej je región rozvinutý, o to viac inovácií potrebuje. Ide o komplexný proces, produkt interakcie viacerých politík a partnerov na rozličných úrovniach; vo všetkých oblastiach úsilie smeruje ku zvýšeniu produktivity práce a odvahe k novým a inovatívnym výstupom, hodným poznatkovej spoločnosti.

Upozorniť treba aj na tzv. Zelený dokument EÚ o územnej kohézii. Ide o podporu medziregionálnych vzťahov i aktivít cezhraničnej spolupráce. Osobitná pozornosť sa sústreďuje na regióny mimo metropolitných oblastí. Práve efektívnou cezhraničnou a vnútroštátnou spoluprácou sa periférne regióny dostávajú do centrálnejších polôh tak v národnom ako aj európskom kontexte. V tomto duchu treba zmeniť aj doterajšie hodnotiace ukazovatele a kritéria tak, aby zachycovali a reálne vyhodnocovali trendy spolupráce, kreativity a inovácie v regiónoch. Neide tu len o formálne regióny; podľa klasifikácie regionálnych štatistických územných jednotiek [22] sú to úrovne NUTS 2 (v SR ide o Bratislavský kraj, Západné, Stredné a Východné Slovensko), NUTS 3 (osem samosprávnych krajov, resp. žúp) a lokálne štatistické jednotky, t.j. úroveň LAU 1 (79 okresov), ale aj o účelovo vytvárané menšie územné celky nadmiestneho významu vytvárané z úrovne LAU 2 (2 891 obcí k 1.1.2009, z toho 138 s mestským štatútom).

3. VYBRANÉ ZNAKY A PREJAVY REGIONÁLNEJ IDENTITY

Nevyhnutnou súčasťou regionálnej rozvojovej politiky je *regionálna identita*, jej prirodzená podpora a kreatívne zveľaďovanie aktérmi tak z vnútra ako aj z vonka regiónov, a to bez ohľadu na ich veľkosť. Je to bohatstvo, patriace nielen vlastnému územiu, t.j. obci, skupine obcí, regiónu, ale aj celej krajine.

Pôvod pojmu *identita* je v latinskom slove „idem“ – to isté, ten istý. Možno ho študovať z pohľadu psychológie, sociológie a komunikácie. Zo sociálno-psychologického hľadiska ide o dve formy identity: a) individuálnu identitu: vyjadruje sa kontinuitou v myslení a správaní sa osôb a b) sociálnu identitu: príslušnosť osôb k určitej skupine, byť akceptovaný danou skupinou ako výsledok komunikačných procesov [24].

Ťažiskovými sú tieto znaky regionálnej identity: výkonnosť, tradícia, komunikácia, emocionálne kompetencie, organizačné hodnoty. Sú prostriedkom na získanie pozitívneho povedomia u cieľových skupín. Každé sídlo, skupina obcí, či región má inú históriu, tvár – *génus loci*. Tieto hodnoty vytvárajú skutočnú identitu príslušného územia oproti uniforme a čoraz viac prenikajúcej štandardizácii. Regionálna identita ako analógia „corporate identity“ na úrovni firiem zahŕňa aj tieto prvky, ktoré sú súčasťou ich integračnej funkcie: dizajn, kultúru, komunikáciu, sieť, správanie sa, imidž [24].

Fungujúci inštitút regionálnej identity, resp. regionalnotvornosť prispieva k všeobecne potrebnej renesancii regionálneho a priestorového rozvoja tak v oblasti kultúry, ako aj

v ďalších oblastiach ľudskej činnosti a v konkrétnom území pôsobí ako interdisciplinárny rozvojový prvok tým, že predovšetkým:

- stimuluje endogénny potenciál dotknutých území, ktorý účinne prispieva k obnove a posilňovaniu miestnych a nadmiestnych sociálno-ekonomických, kultúrnych, historických a infraštruktúrnych daností územia s jednoznačným smerovaním - posúvať ich na vyššiu úroveň [15, 17];
- zachováva a tvorivo prehĺbuje jednotlivé prvky a unikátne špecifiká génia loci aj na regionálnej úrovni. Má dôležitý vplyv na budovanie pocitu domova a z toho plynúce pozitívne iniciatívy;
- zlepšuje regionálnu spoluprácu na všetkých úrovniach, ktorá prispieva ku tvorbe nových pracovných príležitostí a trvalej udržateľnosti ekonomických a ďalších aktivít v danom regióne (území);
- usiluje sa aktívne odolávať globalizačným tendenciám na jednej strane, avšak prispieva aj ku približovaniu regionálneho potenciálu k integračným tendenciám Európskej priestorovej politiky [7]. Platí tu doterajšia skúsenosť, že bez rešpektovania individuality, národných a regionálnych špecifik, vízií a záujmov je celá koncepcia európskej spolupráce vágna a chýba jej pragmatický zmysel [8].

Všetky tieto aktivity sú v úzkej vzájomnej interakcii s konkrétnym územím a teda aj s ťažiskovými európskymi dohovormi o krajine, ktoré priniesli prevrat v prístupe a ponímaní krajiny. Ide predovšetkým o Európsky dohovor o krajine (EDoK; Florencia, 2000) a Rámcový dohovor Rady Európy o hodnote kultúrneho dedičstva pre spoločnosť (Faro, Portugalsko, 2005). Kým vyše 10-ročné skúsenosti s implementáciou EDoK-u potvrdili jeho význam na lokálnej a regionálnej úrovni, ale aj v oblasti posilňovania spoločnej európskej identity; druhý dohovor chápe kultúrne dedičstvo jednak ako zdroj slúžiaci ľudskému rozvoju, obohateniu kultúrnej rôznorodosti a podpore medzikultúrneho dialógu, ale aj ako súčasť modelu hospodárskeho rozvoja, založeného na princípoch udržateľného využívania zdrojov [5, 6].

Špecifickými prvkami ľudovej kultúry sa vyznačujú prirodzené regióny, historicky patriace k územno-správnym jednotkám, známymi pod rozličnými menami – komitáty, stolice alebo župy; posledne menované v počte 16-20 existovali na Slovensku až do roku 1922 (v rokoch 1923-1928 išlo už len o 6 veľkožúp, od júna 1928 ich nahradilo krajinské zriadenie, ktoré nemalo územné celky nadokresného významu). Regionálne povedomie a regionálna identita v rámci tradičných žúp sú na Slovensku doteraz najživšie. Ľudia cítia spolupatričnosť jednoducho preto, lebo pochádzajú z Oravy, Kysúc, Liptova, Spiša, Šariša, Novohradu, Gemera, či Zemplína alebo Tekova... Regionálne povedomie sa výraznejšie prejavuje aj v okolí Trnavy, Piešťan, v zázemí bývalej Bratislavskej župy, na Záhorí, v oblasti dolného Trenčína, v Rajeckej doline, Turci, na Hornej Nitre. Zaniklo však napr. užské lokálne, resp. regionálne kultúrne povedomie [16, 17].

4. REGIONÁLNA IDENTITA, PATRIOTIZMUS A INOVÁCIA

Prejavy a prvky regionálnej identity sú výrazne založené na tradíciách a zvyklostiach duchovnej a hmotnej (materiálnej) kultúry. Tieto atribúty sa vyvíjali počas stáročí

na identickom území, a to pozoruhodnými špecifikami v rámci jednotlivých regiónov, mikro-regiónov i obcí Slovenska. Naskytá sa tu oprávnená otázka: môžu sa tieto prejavy a prvky stať predmetom inovácií? Treba jednoznačne odpovedať: áno.

Mnohí autori, najmä z oblasti národopisu, s obavou sledujú trendy postupného strácania sa duchovnej a hmotnej ľudovej kultúry, najmä v súvislosti s pokračujúcou urbanizáciou územia a implantáciou trendov globalizácie. Ak porovnáme dnešok so situáciou napr. spred 70-tych rokov [2] treba pripustiť, že tento trend, najmä v oblasti hmotnej kultúry Slovenska pokračuje. Našťastie sú však vidiecke oblasti, v ktorých vďaka inovačným trendom, zameraným na tradíciu a zvyklosti našich predkov, sa regionálna identita nielenže nestratila, ale naopak, sa zveľadila a nadobudla aj ekonomickú dimenziu až v prekvapujúco udržateľných hodnotách. Ukázalo sa, že ich autormi sú odvážne, rozhladené a mienkotvorné osobnosti, ktoré dokázali nadviazať na prácu a zanievanie svojich otcov, dedov a pradedov... Dobré vedieť, že udržateľnosť môžu dosiahnuť, len ak do tejto činnosti zapoja aj novú, mladú generáciu, ktorú učia k zanievanosti a vážnosti práce svojich generačných predchodcov. Uvedomujú si pritom, že inovácie nie sú len v progresívnych vysokých technológiách, ale aj v inovovaných tradíciách a zvyklostiach. Takéto pozitívne príklady možno nájsť v každom kúte Slovenska, v každom regióne. Častejšie sú už príklady, v ktorých prírodné prostredie sa snúbi s tradíciami duchovnej a hmotnej kultúry územia a tie s novovybudovanou turistickou infraštruktúrou, čím sa stáva vyhľadávanou destináciou CR.

V každom regióne sa nachádzajú projekty, vychádzajúce z regionálnych špecifik života obyvateľov daného územia; tieto navštevujú a sú oceňované nielen občanmi Slovenska, ale aj zo zahraničia. Nové akcie tohto druhu pribúdajú; účinne prispievajú ku prehlbovaniu znakov miestnej a regionálnej identity. Sú to napr. akcie hodového charakteru (prvotne sa viažuce na cirkevné podnety - posviacky miestnych kostolov, niektoré z nich už prekročili pôvodný rámec a iniciatívne pribudli nové), tradičné svadby, zábavy a bály, vrátane tých, ktoré sa organizujú v mestách pre občanov - rodákov, ktorých korene siahajú do regiónov mimo ich súčasného bydliska. Ďalej ide o osobitné akcie gastronomickej povahy (súťaže o navarenie najlepšieho gulášu, či bryndzových halušiek, zabíjačkové slávnosti, husacina s lokšami a kapustou a pod.).

Vo vidieckom prostredí u nás značnú popularitu získali Program obnovy dediny a súťaž Dedina roka, v ktorých sú, na báze rozvíjania hodnôt a námetov na obnovu vidieckej krajiny (vrátane ich postupnej realizácie), zakotvené aj princípy lokálnej a regionálnej identity. V roku 2010 sa konala aj súťaž o Európsku cenu obnovy dediny, ktorej mottom bolo „Nová energia pre silné spolunažívanie“. Slovensko na ňom reprezentovala obec Dobrá Niva (okres Zvolen) ako víťaz národnej súťaže „Dedina roka 2009“. V roku 2011 titul Dedina roka získala obec Oravská Lesná, ktorá bude na jar 2012 taktiež reprezentovať Slovensko v tejto prestížnej súťaži. Národnej súťaže sa v r. 2011 zúčastnilo 21 obcí zo 6 krajov. Súťaž preukazuje, že vidiecky priestor je podstatnou, trvalo udržateľnou súčasťou územia Slovenska.¹

¹ Európska ako aj národná súťaž hovoria o širokom spektre rôznorodých typov vidieckych priestorov, vyplývajúcich z ich rôznych prírodných, kultúrnych a historických jedinečností, hospodárskych a spoločensko-politických podmienok, infraštruktúrnych štandardov ako aj z ich vzdialenosti od centier. Zdôrazňuje cieľavedomú politiku integrovaného rozvoja vidieckych oblastí, ktoré podporuje aj kohézna politika EÚ. V dokumente (viď www.landentwicklung.org; www.obnovadediny.sk; www.sazp.sk/POD) rezonujú potreby človeka, subsidiarita a dobré riadenie (good governance), interdisciplinarita, spolupráca,

K pocitu lokálneho a regionálneho patriotizmu, vlastenectvu a povedomiu k rodnej hruďi prispievajú aj iniciatívne osvetové akcie, miestne a regionálne monografie, napísané miestnymi nadšencami, najmä také, ktoré zdôrazňujú charakteristické atribúty génia loci a génia regionsis². Regionálna identita má podstatný vplyv pri tvorbe partnerstiev, ktoré smerujú aj k podpore ekonomického rozvoja, najmä vo vidieckom prostredí. Pre praktické fungovanie jej princípov a cieľov prispieva aj jedna z priorít zahraničnej politiky, ktorou je účinná propagácia CR a - ak treba - aj odstránenie negatívneho obrazu krajiny v zahraničí [3, 7]³. Negatívnym príkladom v tomto smere, z ktorého sa treba poučiť, bolo zlyhanie organizátorov pri deaflympiáde vo Vysokých Tatrách (február 2011), ktorá sa za nejasných okolností odvolala až v čase prítomnosti delegácií športovcov zo zahraničia. Negatívna reklama sa šíri rýchlym tempom a jej odbúranie je často behom na dlhé trate [3, 10]. Naopak, mali by sa rozširovať také koncepcné zámery, aké deklaroval Bratislavský samosprávny kraj v r. 2011 (úroveň NUTS 2) tým, že podporu tradíciám a kultúrnemu dedičstvu zaradil medzi svoje rozvojové priority. Ide o nasledovniahodný počin najmä pre samosprávy na každej úrovni ako aj mienkotvorné osobnosti, ktorý by mohol, pri systémovom úsilí, priniesť pozoruhodné výsledky.

5. REGIONÁLNA IDENTITA A VIDIECKE PROSTREDIE

Regionálna identita sa intenzívne vníma predovšetkým vo vidieckom prostredí, v ktorom život človeka je úzko spojený s prírodou a kde životný štýl sa neuberá anonymným spôsobom. Pre mestské obyvateľstvo je vidiecky spôsob života atraktívny. Dôkazom toho je aj hromadné víkendové „sťahovanie sa obyvateľstva“ miest na vidiek.

Nemožno však zabudnúť ani na rub života na vidieku: negatívnym činiteľom je trend k znižovaniu sebavedomia občanov, kompenzovaný ich únikmi k rôznym neduhom. Jedným z cieľov tohto príspevku je preto zdôrazniť obyvateľstvu vidieka praktický význam lokálnej a regionálnej identity, a to aj prostredníctvom práce a užitočnosti pri rozvíjaní kontinuity ľudovej duchovnej a hmotnej kultúry, nie v poslednom rade aj cez komunálne podnikanie, poctivý prístup k práci všetkého druhu, zodpovednosť, výkonnosť a dôstojnosť vzťahov

ktorá prekračuje aj rámec zvolených tém a obecných hraníc, partnerstvá, rozmanitosť ako hodnota, pracovné miesta, vzdelanie a tiež najdôležitejšie atribúty kultúrnej a sociálnej identity, neformálne siete na lokálnej a regionálnej úrovni, podpora dedinských združení a spolkov, ich slávnosti, zvyky a aktivity, vyvážený pomer tradičných a moderných podujatí a aktivít. Tieto aktivity podporuje Európske pracovné spoločenstvo pre rozvoj vidieka a obnovu dediny so sídlom vo Viedni, ktoré deklarovalo Víziu pre trvalo udržateľný rozvoj európskych dedín a vidieckych oblastí. Európska cena obnovy dediny sa vyhlasuje už od r. 1990. Ich gestorom na Slovensku sú Ministerstva životného prostredia SR a Slovenská agentúra životného prostredia.

² Jedným z novších príkladov je publikácia „Rozprávania o mestečku Topoľčianky a Podtribečskom regióne“ od Pavla Hudíka, Bratislava : Vydavateľstvo Sprint dva, 2010. ISBN 978-80-89393-27-5. Autor v časti „Návraty k prameňu“ (str. 8) popisuje domov ako jednu z najčastejších tém vznešených slov básnikov, ale aj úvah mnohých citlivých ľudí. K rodisku sa ako k svojmu prvotnému domovu vracajú fakticky či aspoň v myšlienkach aj tí, ktorí si životné hniezdo našli inde. Lebo keď človek načrie vodu z dobrého prameňa, zvyčajne ho osvieži aj malý dúšok. A domov býva takýmto čírim prameňom... Druhým príkladom môže byť netradične široko poňatá monografia Jozefa Klindu o Fiľakove „V tieni vyhasnutých sopiek“ (Fiľakovské korene, podobenstvá a environenostalgické reminiscencie), a to nielen z územia na rozhraní Novohradu Predpokladaná nevyhnutná nová kvalita štátnej propagácie domáceho a zahraničného cestovného ruchu je predmetom Zákona NR SR č. 91/2010 Z.z. o podpore CR, ktorý nadobudol účinnosť od 1. 1. 2011.

medzi sebou navzájom. Ide o naplnenie sloganu, že “dedina je rajom pre podnikanie” a/alebo že “každá dedina môže byť výnimočná v niečom špecifickom”. Treba, aby si dediny vzájomne pomáhali, podporovali sa, vytvárali účelové spolky, približovali sa k profesionalite vo všetkých činnostiach [13].

Regionálna identita má, z ekonomických oblastí, jednu z najužších väzieb k cestovnému ruchu. Známy je axióm, že turizmus, to nie sú len samotné služby a ich poskytovatelia (hotely, penzióny, stravovacie zariadenia), ale aj starostlivosť o historické, kultúrne a prírodné dedičstvo a čo je veľmi významné - existencia príslušnej dopravnej, technickej a sociálnej infraštruktúry a starostlivosť o zložky a okruhy životného prostredia [11, 12]. Nie je dôvod, aby subjekty turizmu na Slovensku zaostávali svojimi službami, celkovým prístupom a správaním sa k hosťom za našimi susedmi tak, ako sa to ukázalo v nedávnom období v prípade obsadenosti turistami v poľských a slovenských Tatrách alebo napr. pri porovnaní úrovne Burgenlandskej vinnej cesty (Rakúsko) oproti slovenským vinným cestám (Malokarpatskej, Nitrianskej, Tokajskej a ďalším).

Vidiecky turizmus, u nás relatívne nová forma cestovného ruchu, vykazuje vysoký stupeň kompatibility s úsilím rozvíjať hodnoty regionálnej identity. Navyše je jednou z možností ako oživiť vidiek a zároveň riešiť problematiku zaostávajúcej poľnohospodárskej výroby [3, 16, 21]. Vyznačuje sa značne heterogénnymi prejavmi. K najznámejším aktivitám patria *agroturizmus* či farmársky cestovný ruch alebo dovolenka na roľníckom dvore, *ekoturizmus* či zelený alebo ekologický CR, *labužnícky*, či gastronomický CR na vidieku, *škandinávsky typ* vidieckeho CR (t.j. len prenájom ubytovacieho zariadenia na vidieku bez poskytnutia ďalších služieb). Na Slovensku má rozvoj vidieckeho turizmu ešte značné rezervy (neskúsenosť a nekvalifikovanosť prevádzkovateľov, kumulácia pracovných funkcií hostiteľov, chýbajúce štandardy pre malokapacitné ubytovacie zariadenia a chýba aj zodpovedajúca kontrola). V zahraničí sa už uplatnili viaceré metódy založené na porovnávaní očakávaní a vnímania reality zákazníkov [10].

Vidiecky turizmus, ktorý zdôrazňuje ekologický a sociálny prístup, poskytuje u nás ideálne podmienky pre uplatnenie široko diverzifikovaných produktov turizmu a ich žiaducich kombinácií, predovšetkým na báze unikátneho prírodného prostredia (vrátane v budúcnosti žiaducich zón ticha) a tradícií a zvyklostí ľudovej kultúry. Treba v ňom zintenzívniť spoluprácu a formy partnerstiev zainteresovaných subjektov na všetkých úrovniach, najmä medzi verejným a súkromným sektorom. Na Slovensku sa nájde už množstvo pozitívnych príkladov spolupráce medzi subjektmi cestovného ruchu, avšak aj množstvo negatívnych príkladov nedostatočnej spolupráce tam, kde by si to vyžadovali nielen prevádzkové dôvody potenciálnych partnerstiev, ale aj samotní klienti. Práve vytváranie kvalitných funkčných partnerstiev ako základnej formy inštitucionálnej spolupráce (napr. strategické aliancie, franchising, subkontrakting, virtuálne korporácie, či regionálne zosieťovanie) umožňuje dosiahnuť konkurenčné výhody vlastného regiónu. Marketing smerom k domácomu obyvateľstvu si vyžaduje

- budovanie hrdosti miestneho obyvateľstva k hodnotám svojej obce/regiónu a zdôrazňovanie domácich tradícií,
- budovanie pozitívneho vzťahu k cestovnému ruchu, identifikovanie sa s lokalitou, resp. strediskom CR a jeho prírodnými, historickými a kultúrnymi hodnotami,
- získavanie mladých ľudí pre povolania v CR vo vidieckom prostredí [11, 16].

Podľa J. Thomsona, autora turistického bedekra *Spectacular Slovakia* [23] viaceré časti Slovenska nie sú ešte dotknuté komerciou, čo sa dá hodnotiť pozitívne. Takéto miesta nie sú preplnené turistami, nie je tam draho, návštevník nie je nútený kupovať hlúposti. Neúmerný počet návštevníkov nie je zatiaľ problémom lokalít na Slovensku, azda s výnimkou Vysokých Tatier. Problémom je, že "nekomerčné" často u nás znamená aj neprofesionálne. Čašníci a zamestnanci turistických centier ako keby nemali záujem obslúžiť zákazníkov. Väčšina územia SR nie je po stránke turizmu a CR dostatočne spropagovaná (výnimkou sú Bratislava, Vysoké, príp. Nízke Tatry a vybrané kúpele).

6. VÝHODY PRIHRANIČNÝCH ÚZEMÍ (REGIÓNOV A MIKROREGIÓNOV)

Slovensko v dôsledku obdĺžnikového tvaru svojho územia je krajinou s výrazne prihraničnou polohou. A práve výhodou prihraničných regiónov Slovenska je možnosť spájať turistické destinácie na Slovensku so susednými v zahraničí. Cudzincov budú vždy zaujímať aj atraktivity susedných krajín – Česka, Rakúska, Maďarska, Poľska a naopak. Tieto krajiny by sa teda mali spojiť vo svojej prezentácii i v praktickej realizácii aktivít zahraničného a domáceho cestovného ruchu [23].

Zdrojom špecifických prejavov miestnej a regionálnej identity sú národnostné menšiny, žijúce spravidla v prihraničných okresoch, a to vzájomným importovaním zvyklostí a charakteristík zo susedných krajín. Tým prispievajú k obohacovaniu pestrosti ľudovej kultúry väčšinového obyvateľstva. Týka sa to aj obyvateľov maďarskej národnosti, obývajúcich najmä nížinné okresy južného Slovenska, susediace s Maďarskom. Oblasť tradícií duchovnej a materiálnej kultúry môže podstatne napomôcť k žiaducej zmene klímy medzi zainteresovanými krajinami [8]. Obyvatelia rusínskej a ukrajinskej národnosti na Východnom Slovensku uctievať naviac slávnosti a zvyklosti, ktoré vyplývajú z ich cirkevnej príslušnosti (grécko-katolíckej a pravoslávnej cirkvi) a gregoriá juliánskeho kalendára. Ich špecifická ľudová architektúra – drevené kostolíky sú natoľko unikátne, že sa dostali v r. 2009 do Zoznamu svetového kultúrneho dedičstva, vedeného UNESCO-m.

Možno konštatovať, že euroregióny a ďalšie prihraničné regióny, spolupracujúce s partnermi na druhej strane štátnej hranice, sú už vo svojej podstate podporným činiteľom národnej a regionálnej identity v prihraničných územiach, a to rovnako etnických menšín ako aj väčšinového obyvateľstva. Majú všetky predpoklady rozvíjať tie najvzácnejšie tradície duchovnej a hmotnej kultúry subjektov z oboch strán štátnej hranice; tieto aktivity sú podporené aj legislatívne. Ide o relatívne nový Zákon NR SR č. 539 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja zo 4. 11. 2008, ktorý trvalo udržateľným spôsobom ovplyvňuje kvalitu a rozvoj cezhraničnej spolupráce. Explicitne sa v ňom hovorí o podpore záujmu o oboznamovanie sa obyvateľov s geografickými, historickými špecifikami a s prírodným a kultúrnym dedičstvom v rámci jednotlivých euroregiónov. V podobnom duchu je koncipovaný aj zákon NR SR z 15. 2. 2008 o európskom zoskupení územnej spolupráce (doplnenie zákona č. 540/2001 Z. z.). V každom regióne, či mikroregióne nachádzame v tomto smere pozitívne príklady.

7. REGIONÁLNA IDENTITA A MESTSKÉ PROSTREDIE

Dosiahnuť parametre regionálnej identity v prostredí miest je ťažšie ako v podmienkach vidieckeho prostredia, v ktorom je výrazne hlbší vzťah jedinca i spoločnosti k prírodnému prostrediu a tradičným duchovným a materiálnym hodnotám svojho rodiska, či dlhodobého pobytu v mladosti. Vzťah k vidieku zostáva v ľuďoch zakódovaná celoživotne. Dôsledky postupnej urbanizácie sa dotýkajú tak najväčších miest, ako aj stredne veľkých a menších miest. Prejavuje sa tu však posun od lokálnej identity, ktorá je základom pre regionálnu identitu, k národnej identite, k patriotizmu.

V mestách sa dnes študuje aj ďalší fenomén, ktorým je dvojaká regionálna identita: novozískaná - na základe novej rezidencie občana v mestách a trvalo zakódovaná lokálna a regionálna vidiecka identita. Tá druhá dodáva jedincovi i spoločnosti pozitívnu energiu, endogénnu silu konať v prospech územia, ktoré sa ich bezprostredne dotýka tak v prítomnosti ako i v minulosti [7, 15]. Objektívne treba povedať, že regionálna identita v mestách je podstatne citlivejšia k súboru rizikových faktorov, ktoré zoslabujú vplyv identity jedincov i spoločnosti k svojmu územiu. Sú to predovšetkým technologický pokrok, globalizácia, urbanizácia a poškodzovanie životného prostredia. Tieto fenomény sa týkajú predovšetkým zmien životného štýlu obyvateľstva, narastajúcej mobility, informačných a komunikačných technológií, ktoré búrajú priestorové hranice a tým narúšajú tradičnú sociálnu štruktúru. Znamenajú reálnu hrozbu pre rozmanitosť najmä v sociálnej infraštruktúre našich obcí, napr. existenciou nadnárodne pôsobiacich globálnych spoločností, obchodných reťazcov, gastronomických spoločností, hotelov, časti kultúrnych zariadení, ktoré svojim obsahom a formou vtláčajú uniformný vzhľad aj častiam našich miest a žiaľ, často aj menších obcí [21].

K mestskému prostrediu sa viaže spravidla aj organizácia a priebeh veľkých podujatí spoločensko-kultúrneho a športového charakteru; tieto rovnako ako dobrá reprezentácia vlasti, výrazne prispievajú k hodnoteniu mena krajiny a jej regiónov v zahraničí, a to v polohe priamej (spokojnosť zahraničných účastníkov a ich opätovný príchod) a nepriamej, multiplikačnej (dobrá reprezentácia prináša efekt v socio-ekonomickej oblasti a zvyšuje dôveryhodnosť krajiny). Ide o podujatia typu Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji 2011 (Bratislava a Košice), Košice – Európske hlavné mesto kultúry 2013, pri ktorých sa hodnotí aj úroveň služieb a kultúrnosť krajiny, pohostinnosť, gastronómia, sprievodné podujatia, infraštruktúra. Tu je aj príležitosť k prejavom národnej hrdosti širšej komunity.

8. VSTUP MODERNÝCH PRVKOV DO TRADÍCIÍ EKONOMICKÉHO VYUŽITIA KULTÚRNEHO A PRÍRODNÉHO POTENCIÁLU

Ide o nový sociálny fenomén, reagujúci na požiadavky ekonomickej sféry, najmä v oblasti marketingu cestovného ruchu. Založený je na tradičných hodnotách, adaptovaných požiadavkám 21. storočia. Ide o transfer tradičných prvkov, vytvárajúcich lokálnu a regionálnu identitu do tohto nového fenoménu, ich snúbenie sa s najsúčasnějšími trendmi, z čoho vystupuje nová kvalita.

Dobрым príkladom k tejto úvahe je vinárstvo, ktoré je stálicou v priťahovaní domácich i zahraničných turistov a ktoré má všetky predpoklady zmeniť a pozdvihnúť obraz (imidž) Slovenska aj v zahraničí. Vinné cesty, ktoré reprezentujú špecifické tradície a identitu regiónov, dostávajú príležitosť znásobovať svoju atraktivitu rozličnými kultúrnymi aktivitami, prezentáciami spevu, tanca, remeslami, artefaktmi, gastronómiou, oblečením obsluhujúceho personálu, regionálnymi a lokálnymi zvyklosťami, vrátane nárečia... Dobré víno je základom.

Známe je, že vinohradnícke scenérie patria k najdynamickejším a najčarovnejším krajinným obrazom. Atmosféra a panoráma sú pridané hodnoty, ktoré vinárstvu zabezpečuje kultúrnosť a osobitosť architektúry a citlivý výber miestnych stavebných látok. Potrebne je, aby sa naše vinárstvo sústredilo na autentičnosť, vlastné tradície a špecifiká; pôjde tiež o zachytávanie trendov moderných vinárstiev v susedných krajinách [1, 5, 6, 14, 18]. Účelnosť a úcta k tradíciám otcov a dedov by sa teda mali snúbiť s marketingovým efektom. Potenciál vinohradníctva pre cestovný ruch je obrovský. Napr. len do Pezinka, centra Malokarpatskej vinohradníckej oblasti príde počas 3-dňových slávností vinobrania vyše 150 tisíc hostí [19]. Tie isté predpoklady majú aj ďalšie vinohradnícke oblasti Slovenska.

Pozitívne treba hodnotiť úsilie o záchranu vinohradníckych tradícií, aj keď v praxi doznieva trend ubúdania aktívnych vinohradov. Len od roku 1990 sa plochy vinohradov na Slovensku znížili z 32 tisíc hektárov na jednu tretinu. Odborníci začínajú rázne volať po deklarovaní vinohradníckych území za dedičnú historickú vinohradnícku pôdu, na ktorej sa zo zákona nikdy nebude môcť stavať. Smutné je, že devastáciu našich vinohradníckych území a ich úžasný potenciál pripomínali doteraz skôr cudzinci ako naša spoločnosť [23], aj keď, na druhej strane, možno zaznamenať zvyšujúci sa podiel mladých vinohradníkov, ktorí si svoju budúcnosť nezakladajú na importe hrozna, ale na produkcii vína z vlastnej úrody, vrátane zušľachtovania miestnych odrôd hrozna (symbióza vinárstva s vinohradníctvom). Nevyhnutná je tu spolupráca samospráv vinárskych obcí a regiónov, štátu, turistických agentúr s vinohradníckymi komunitami.

Ďalšími oblasťami, ktoré stimulujú rast turizmu sú dostavba a zvyšovanie kultúrnosti aj netradičných lyžiarskych stredísk⁴ a využitie bohatstva našich zdrojov geotermálnych vôd - vodných parkov. Práve tu ide o ideálnu symbiózu lokálnej a regionálnej tradície a moderného štýlu života s potrebou relaxácie vedúcej k zdraviu jedincov a spoločnosti.

9. ZÁVER

Regionálna identita, prejavy duchovnej a materiálnej kultúry dostávajú vo svojej podstate i vo vzťahu k cestovnému ruchu nové impulzy. Aby sa toto konštatovanie stalo aj novou, trvalo udržateľnou kvalitou, potrebné je do celého systému implantovať prvky inovácie, vrátane aktivít, vedúcich k celkovému sociálno-ekonomickému rozvoju. V tom je aj budúcnosť duchovnej a materiálnej kultúry. Tieto počiny prioritne prispievajú k adekvátnemu postaveniu Slovenska ako úspešnej destinácie cestovného ruchu tak v domácom ako aj v medzinárodnom kontexte. Úsilie treba zamerať na racionálne využitie podporných fondov predovšetkým z EÚ. Regionálna identita zohráva pri tomto úsilí stále väčší význam.

RNDr. Juraj Silvan, CSc.

⁴ Pozitívnym príkladom netradičného strediska je Valčianska dolina v Turci (okres Martin), novovzniknuté atraktívne turistické stredisko. U tradičných stredísk možno spomenúť novú formu „free time zone“ vo Vrátnej doline (Terchová). Združenými investíciami sa pripravujú, okrem kvalitného lyžovania aj ďalšie aktivity, napr. detský park (kid's zone) s atrakciami ako snowtubing, počas celej zimy, či opatrovanie detí. Koliby a reštaurácie pripravujú špeciálne gurmánske večery s možnosťou vyrobiť si vlastný syrový korbáčik, naučiť sa ľudové tance, spoznať históriu a život v Jánošíkovom kraji i ďalšie atraktivity [20]. Oba tieto príklady reprezentujú aj symboly inovovaných prístupov k tradičným hodnotám ľudovej kultúry.

ZOZNAM LITERATÚRY

- [1] Bahna, J.: Architektúra vinárstiev – nový krajinársky fenomén. In: Fórum architektúry, ročník XVIII, č. 1/2008. Bratislava : Spolok architektov Slovenska a Štefan Moravčík, str. 12-13. ISSN 1366-0264
- [2] Bednárík, R.: Duchovná a hmotná kultúra slovenského ľudu. In: Slovenská vlastiveda II. Bratislava : Slovenská akadémia vied a umení pod redakciou Ľ. Nováka, 1943
- [3] Čechovičová, A.: Konkurencieschopnosť Slovenska na medzinárodnom trhu cestovného ruchu. In: Zborník z konferencie Trendy a aktuálne výzvy a prax v obchode, marketingu a medzinárodných podnikateľských aktivitách v podmienkach globálnej konkurencie, 1. časť, s. 424-429. Mojmírovce 15.-16. 10. 2009. Bratislava : Obchodná fakulta EUBA. ISBN 978-80-225-2794-1
- [4] Creative and Innovative Regions. Six Progress Report on Economic and Social Cohesion. European Union, Regional Policy: Report from the Commission. COM(2009) 295 final. Luxembourg : Office for Official Publications of the European Union, June 2009
- [5] Geografický ústav SAV (riaditeľ: Prof. RNDr. Vladimír Íra, PhD.): Alternatívy rozvoja Podmalokarpatskej kultúrnej krajiny. In: Prednáška dňa 3. 3. 2011 na seminári „Súčasnosť a budúcnosť Podmalokarpatskej kultúrnej krajiny“. Organizátor: Geografický ústav SAV v spolupráci s Mestským úradom v Pezinku
- [6] Huba, M.: Dohovor novej generácie o vzťahu spoločnosti ku krajine. In: Enviromagazín. XV. Ročník, č. 6, december 2010. Banská Bystrica : Ministerstvo životného prostredia SR a Slovenská agentúra životného prostredia, 2010. ISSN 13351877
- [7] Ivanička, K.: SLOVENSKO Génus loci. Bratislava : vyd. Eurostav, 2000. ISBN 80-968183-3-3
- [8] Ivanička, K.: Európske trendy a naše perspektívy a záujmy v integrujúcej sa Európe. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. ISBN 978-80-225-2937-2
- [9] Ivanička, K.: Resources in Sustainable Model of Slovakia and the World. In: Ivanička, K. et al.: Resources of the Slovak Republic as a Factor of Development Strategies in European and Global Space. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2011. ISBN 978-80-225-3204-4
- [10] Jarábková, J.: Možnosti hodnotenia kvality zariadení vidieckeho cestovného ruchu. In: Acta regionalia et environmentalica: The scientific journal for regional and environmental sciences. Roč. 5, č. 2 (2008), s. 38-41. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2008. ISSN 1336-5452
- [11] Micháľková, A.: Regionálne siete v cestovnom ruchu. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. ISBN 978-80-225-2954-9
- [12] Plesník, P.: Geografické informačné systémy a ich aplikácia pri zhodnotení potenciálu cestovného ruchu na Slovensku. In: Ekonomika cestovného ruchu a podnikanie. Roč. 1, č. 2-3 (10/2009), s. 84-95. Bratislava : MERKURY, 2009. ISSN 1337-9313

- [13] Rozhovor Jána Košturiaka s podnikateľkou Ivanou Tvrdovou, 2010 (rukopis)
- [14] Sedlák, J.: Krásne víno nemá vzorec výroby. In: Pravda, pravidelná príloha Víkend z 24. 9. 2011, str. 16-19
- [15] Seger, M.: Kärnten. Landschaftsräume – Lebensräume. Eine geographische Landeskunde. Klagenfurt am Woerthersee : Geschichtsverein fuer Kärnten. Naturwissenschaftlicher Verein fuer Kärnten, 2010. ISBN 978-3-85328-054-6
- [16] Schwarz, J.: Historické regionálne vedomie – latentný potenciál rozvoja vidieka Historické, zemepisné a sociologické poznámky o regiónoch Slovenska. In: Ekonomika poľnohospodárstva, roč. 6, č. 2/2006. Bratislava : Výskumný ústav ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva, 2006. ISSN 1335-6186
- [17] Silvan, J., Letková, T., Markvart, J., Sauberer, M., Zemko, I.: Proces formovania regionálnej úrovne priestorového usporiadania a riadenia s osobitným zreteľom na podmienky Slovenskej republiky. Bratislava : Research Support Scheme of the OSI, Project Nr. 261/94, 1995
- [18] Silvan, J.: Regional Identity: Sustainable Source and Stimulator of Economic Development with Particular Regard to Tourism. In: Ivanička, K. et al.: Resources of the Slovak Republic as a Factor of Development Strategies in European and Global Space. Bratislava : EKONÓM, 2011, p. 97-122. ISBN 978-80-225-3204-4
- [19] Solga, O.: Význam vinohradov ako nenahraditeľného krajinotvorného prvku. In: Prednáška dňa 3. 3. 2011 na seminári „Súčasná a budúca Podmalokarpatskej kultúrnej krajiny“. Organizátor: Geografický ústav SAV v spolupráci s Mestským úradom v Pezinku
- [20] Šimčák, P.: Aká je budúcnosť lyžovania na Slovensku. In: Pravda, špecializovaná príloha spoločnosti Mediaplanet, december 2011
- [21] Šimková E.: Marketingová komunikácia v rámci venkovského cestovného ruchu. In: Marketing & komunikácia, roč. 17, č. 1 (2007), s. 13-15. Praha : Česká marketingová spoločnosť, 2007. ISSN 1211-5622
- [22] Štatistická ročenka regiónov Slovenska 2009. Bratislava : Štatistický úrad SR, marec 2010. ISBN 978-80-89358-63-2
- [23] Uličianska, Z.: Slovensko: krajšie ako by čakali. Pohľadnicové Slovensko neexistuje. In: SME – Magazín Víkend z 8. 10. 2011, str. 2-4
- [24] Zorkóciová, O., Ratkovská, G.: Osobitosti a cieľové subjekty späté s procesom budovania corporate identity nefiremných subjektov. In: Studia commercialia Bratislavensia. Scientific Journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava. Roč. 2, č. 8 (2009), s. 143-162. Bratislava : Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2009. ISSN 1337-7493.

MOŽNOSTI ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH OSÔB V TURISTICKOM REGIÓNE VYSOČINA

POSSIBILITIES OF TOURISM DEVELOPMENT FOR DISABLED PEOPLE IN REGION VYSOČINA

Ivica Linderová

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá ponukou cestovného ruchu pre zdravotne postihnuté osoby v turistickom regióne Vysočina. Analyzuje možnosti trávenia voľného času, ponuku bezbariérových ubytovacích a pohostinských zariadení.

Kľúčové slová

Bezbariérovosť, rozvoj cestovného ruchu, zdravotne postihnutí návštevníci.

Abstract

The article analyses the supply of tourism for disabled visitors in region Vysočina. It analyses the possibilities of accessible accommodation and leisure time activities for them.

Key words

Accessibility, developement of tourism, disabled customers.

ÚVOD

Orientácia na zdravotne postihnutých návštevníkov umožňuje poskytovateľom služieb cestovného ruchu vyrovnať výkyvy vo využívaní kapacít v mimosezónnom období a podporuje rozvoj domáceho cestovného ruchu.

Zdravotne postihnuté osoby patria k sociálne znevýhodneným skupinám obyvateľstva. V dôsledku demografických zmien, teda starnutia obyvateľstva a s tým spojenými zdravotnými ťažkosťami sa stávajú rastúcim segmentom na trhu cestovného ruchu. Stále väčšiu pozornosť im venuje aj Európska únia v rámci sociálneho cestovného ruchu.

Cieľom príspevku je analyzovať ponuku cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina s ohľadom na možnosti rozvoja cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb. Na cieľ nadväzujú dve hypotézy. V hypotéze H_1 overujeme predpoklad, že väčšina (51 %) kultúrno-poznávacích zariadení v administratívnom Kraji Vysočina je dostupná len so sprievodom. Zároveň predpokladáme (H_2), že vybavenosť bezbariérovými ubytovacími kapacitami predstavuje minimálne 3 % podielu všetkých ubytovacích zariadení v administratívnom Kraji Vysočina. Sme presvedčení, že bez vhodne vybudovanej materiálno-technickej

infraštruktúry, nie je možné rozvíjať cestovný ruch ani v prípade oblastí s výborným primárnym potenciálom.

Na zber dát sme využili sekundárny výskum. Údaje sme získali z odbornej časopiseckej literatúry, webových informačných portálov Kraja Vysočina, z webových portálov jednotlivých atrakcií cestovného ruchu a z on-line databáz ubytovacích a pohostinských zariadení.

Pri spracúvaní dát sme využili metódu analýzy, metódu dedukcie, metódu generalizácie a matematicko-štatistické metódy.

1. OSOBITOSTI CESTOVNÉHO RUCHU ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH OSÔB

Cestovný ruch zdravotne postihnutých osôb označujeme aj ako „bezbariérový cestovný ruch pre všetkých“. Toto označenie vychádza z terminológie, ktorú používa Európska únia a ktorá radí cestovný ruch zdravotne postihnutých osôb k tzv. „cestovnému ruchu pre všetkých“.

Cestovný ruch zdravotne postihnutých osôb môžeme vymedziť ako súbor javov a vzťahov, ktoré súvisia s uspokojovaním potrieb počas cestovania a pobytu mimo miesta obvyklého (trvalého) bydliska, zvyčajne vo voľnom čase, za účelom oddychu, rekreácie, kúpeľnej liečby, poznávania, kultúrneho a športového vyžitia, pracovnej cesty apod. Zdravotne postihnutí návštevníci majú rovnaké potreby ako ostatní návštevníci pri účasti na cestovnom ruchu. Avšak majú zvýšené nároky na architektonické riešenie ubytovacích a pohostinských zariadení, ale tiež na bezbariérovo upravené dopravné prostriedky a prístupové komunikácie [9].

Podľa Hitscha považujeme osoby so zdravotným postihnutím za dôležitý segment trhu cestovného ruchu, na ktorom existujú medzery, ktoré je možné vyplniť sprístupnením cestovného ruchu novým cieľovým skupinám, teda aj zdravotne postihnutým. To však nie je možné bez dôkladného poznania ich požiadaviek a želaní [6].

K osobitostiam cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb teda patrí:

- bezbariérový vstup do objektov a ich častí (ubytovacie a pohostinské zariadenia, turistické informačné kancelárie, cestovné kancelárie, kultúrno-historické pamiatky, kultúrno-osvetové zariadenia, športovo-rekreačné zariadenia), t.j. rampy alebo vstup priamo z chodníka, najvhodnejšie sú posuvné dvere, označenie schodov, výťahov,
- bezbariérové dispozičné riešenie, t.j. bezbariérové izby, bezbariérové vstupy do odbytových stredísk v ubytovacích zariadeniach (reštaurácia, bary, kaviareň), možnosť manipulovať s vozíkom v priestoroch reštaurácie a prispôsobená výška stolov, dostatočne široké chodby, dostatočne veľký výťah, bezbariérové priestory doplnkových služieb (bazén, sauna, kongresová sála, športoviská). Priestorové parametre sa odvíjajú od manipulačných daností a rozmerov invalidného vozíka. Tieto nároky sú priestorovo najväčšie, a teda existuje logický predpoklad, že budú vyhovovať aj osobám s iným ako telesným postihnutím,
- bezbariérové sociálne zariadenia (držadlá, madlá) vo všetkých objektoch cestovného ruchu,
- parkovisko s primeraným počtom parkovacích miest pre zdravotne postihnuté osoby,
- prístup personálu v zariadeniach cestovného ruchu ku zdravotne postihnutým návštevníkom v súlade so štandardami poskytovania služieb v danom zariadení.

Zdravotne postihnutí návštevníci sa zúčastňujú najmä krátkodobých pobytov, t.j. predĺžených víkendov v trvaní 3 až 4 dni alebo 7-dňových pobytov. Podľa prieskumov sa až 66 % zdravotne postihnutých osôb zúčastňuje domáceho cestovného ruchu [4].

Najčastejším motívom cestovania je pritom kúpeľný pobyt alebo návšteva rodiny a priateľov. Z aktivít počas pobytu uprednostňujú zdravotne postihnuté osoby poznávacie autobusové fakultatívne výlety, náboženské púte, cykloturistiku, trekking a plachtenie. Účasť na športových aktivitách závisí od stupňa zdravotného postihnutia. Osoby s ťažkým stupňom zdravotného postihnutia dávajú prednosť okružným plavbám, divadelným predstaveniam, koncertom a iným kultúrnym podujatiam priamo v areáli ubytovacieho zariadenia, možnosti vypožičania kníh a časopisov a odpočinku na terase.

2. PODOPORA CESTOVNÉHO RUCHU ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH OSÔB V PODMIENKACH ČESKEJ REPUBLIKY

Sociálnym cestovným ruchom, a teda aj cestovným ruchom zdravotne postihnutých osôb sa v podmienkach krajín Európskej únie zaoberá Rezolúcia Európskeho parlamentu (2002) a Obnovená politika Európskej únie. Predmetom Rezolúcie Európskeho parlamentu je ochrana záujmov návštevníkov v cestovnom ruchu a reakcia na ich rastúce nároky na kvalitu poskytovaných služieb. Rezolúcia Európskeho parlamentu nabáda členské krajiny Únie k tvorbe takých stratégií cestovného ruchu, ktoré ho sprístupnia všetkým bez rozdielu.

Boj proti chudobe na zabezpečenie sociálnej a územnej súdržnosti, aby ľudia žijúci v chudobe a sociálnom vylúčení mali možnosť žiť dôstojný život a aktívne sa podieľať na živote spoločnosti, je súčasťou stratégie Európskej komisie Európa 2020 [7].

Česká republika je zároveň členom UNWTO (Svetovej organizácie cestovného ruchu pri OSN). Z členstva vyplýva aj záväzok rešpektovať práva uvedené v Globálnom etickom kódexe (1999), okrem iného aj podpora uľahčovania cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb.

Právami osôb so zdravotným postihnutím sa zaoberá tiež Dohoda o právach osôb so zdravotným postihnutím, ktorá rešpektuje niekoľko medzinárodných dokumentov napr. Všeobecnú deklaráciu ľudských práv OSN, Svetový akčný plán pre osoby so zdravotným postihnutím, Štandardné pravidlá pre vyrovnávanie príležitostí pre osoby so zdravotným postihnutím apod. [3].

V Českej republike sa právami a slobodami zdravotne postihnutých osôb zaoberá zákon č. 198/2009 Sb. o rovnakom zaobchádzaní a právnych prostriedkoch ochrany pred diskrimináciou a o zmene niektorých zákonov, tzv. antidiskriminačný zákon. Úcta k právam a slobodám človeka je zakotvená aj v Ústave Českej republiky (1992). Rovnaké zaobchádzanie a rovnaké podmienky pri cestovaní zaručuje zdravotne postihnutým osobám zákon č. 377/2009 Sb. o dráhach, v znení neskorších predpisov.

V rámci Európskej únie existuje niekoľko iniciatív podpory rozvoja sociálneho cestovného ruchu, a tým aj cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb. Jednou z takýchto iniciatív je program Calypso. Cieľom programu je umožniť sociálne znevýhodneným skupinám obyvateľstva, t.j. seniorom, zdravotne postihnutým osobám, mládeži a rodinám s nízkym príjmom, účasť na cestovnom ruchu. Program Calypso má tiež pomôcť poskytovateľom

služieb v cestovnom ruchu debariérizovať poskytované služby. V záujme programu je rozvíjať spoluprácu medzi regiónmi pri podpore sociálneho cestovného ruchu.

Na túto iniciatívu reaguje španielska organizácia Europe Senior Tourism (EST), ktorá umožňuje cestovať seniorom vo veku 55 a viac rokov na území Španielska. Pobytov EST sa pritom môžu prostredníctvom partnerských cestovných kancelárií zúčastniť seniori aj z iných krajín Únie. Keďže seniorom môže byť zdravotne postihnutý návštevník cestovného ruchu, je možné túto iniciatívu považovať za istú podporu rozvoja cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb.

Na program Únie - Calypso reaguje aj Ministerstvo pre miestny rozvoj Českej republiky. Za účelom implementácie Konceptie štátnej politiky cestovného ruchu Českej republiky zostavilo tzv. Národný program podpory cestovného ruchu na roky 2010 až 2013. Tento program obsahuje tri podprogramy, a to Cestovní ruch pro všechny (2010), Cestování dostupné všem (2011, 2012). Podprogram cestování dostupné všem je zameraný na rekonštrukciu príp. budovanie odpočívadiel, informačných centier a hygienického zázemia pre zdravotne postihnutých návštevníkov v cestovnom ruchu, sprístupnenie atraktivít nadregionálneho a regionálneho významu pre túto cieľovú skupinu, zavedenie, zlepšenie alebo vytvorenie navigačných a informačných systémov pre sluchovo a zrakovo postihnuté osoby [7].

3. PONUKA SLUŽIEB PRE ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH NÁVŠTEVNÍKOV V TURISTICKOM REGIÓNE VYSOČINA

Turistický región Vysočina sa nachádza v južnej časti Českej republiky. Hraničí so štyrmi ďalšími turistickými regiónmi, a to Jižní Morava, Východní Čechy, Střední Čechy a Jižní Čechy a niekoľkými turistickými oblasťami napr. Znojensko a Podyjí, Moravský kras a okolie, Českomoravské pomezí, Brno a okolie, Chrudimsko – Hlinecko ai. Podľa piatich najvýznamnejších miest – Jihlava, Havlíčkův Brod, Třebíč, Žďár n. Sázavou a Pelhřimov môžeme región rozdeliť na päť menších geografických celkov (obrázok).

Obrázok: Turistické oblasti regiónu Vysočina



Zdroj: b. a. 2006. Betlemářství na Vysočině. COT Business. [online]. [cit. 26. 01. 2012]. Dostupné na internete: <http://www.cot.cz/data/cesky/00_09>

Takmer celé územie turistického regiónu Vysočina leží v geomorfologickej podsústave Českomoravská vrchovina a patrí k najhomogénnejším turistickým regiónom Českej republiky z hľadiska krajinného typu. Územie regiónu je napriek tomu vnútorne diferencované podľa atraktivity a obdobia využívania (celoročné, sezónne).

Región disponuje najmä možnosťami pre rozvoj pobytového letného a zimného cestovného ruchu a pre rozvoj kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu. Významná je najmä letná sezóna. Sezónne výkyvy zasahujú celú oblasť regiónu s výnimkou miest Jihlava a Telč, ktoré sú navštevované celoročne. Výnimočné postavenie má chránená krajinná oblasť Žďárske vrchy, ktorá je lyžiarskou oblasťou celoštátneho významu a má tradíciu v usporadúvaní medzinárodných pretekov [1].

Z hľadiska rozmiestnenia atraktivít cestovného ruchu je v regióne viditeľná koncentrácia infraštruktúry cestovného ruchu do niekoľkých najvýznamnejších miest a rekreačných oblastí.

Treba si uvedomiť, že cestovný ruch sa stáva faktorom regionálneho rozvoja zvyčajne tam, kde sa nachádza vhodná primárna ponuka, t. j. kde sú vhodné prírodné a kultúrne atraktivity vyvolávajúce návštevnosť. Tam, kde je atraktívna primárna ponuka a zodpovedajúca sekundárna ponuka cestovného ruchu, stáva sa tento predmetom ekonomického zhodnocovania a nástrojom rozvoja regiónu [5]. Z toho vyplýva, že cestovný ruch zdravotne postihnutých osôb môžeme rozvíjať len v prípade, že sú splnené špecifické požiadavky tejto cieľovej skupiny na služby cestovného ruchu.

O bezbariérových možnostiach trávenia voľného času, ubytovacích, pohostinských a kultúrno-osvetových zariadeniach informuje v rámci turistického regiónu Vysočina webový portál administratívneho kraja Vysočina extranet.kr-vysocina.cz/vbb/ (iniciatíva „Vysočina bez bariér“) a webový portál vysocinounavoziku.cz vytvorený na základe iniciatívy vodičara.

3.1. Primárna ponuka cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina

Primárnu ponuku cestovného ruchu tvorí prírodný a kultúrno-historický potenciál daného regiónu. Primárna ponuka sa stáva motívom účasti na cestovnom ruchu. Pritom rozlišujeme primárnu ponuku danú prírodou (arborétum, botanická záhrada, jaskyňa), primárnu antropogénnu ponuku (hrad, zámok, sakrálna stavba, pamätník, skanzen, kultúrno-osvetové zariadenia) a organizované podujatia.

Turistický región Vysočina má dobré predpoklady pre rozvoj kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu. Jeho lákadlom sú niektoré zložky primárnej ponuky cestovného ruchu, a to najmä hrady, zámky, sakrálna stavby, ale tiež múzeá, divadlá a organizované podujatia ako festivaly, koncerty apod. (tabuľka).

Tabuľka: Bezbariérovosť kultúrno-poznávacích zariadení v turistickom regióne Vysočina

Kultúrno-poznávacie zariadenia	Názov	Oblasť	Označenie prístupnosti
hrad	Kámen	Pelhřimovsko	PČ
	Roštejn	Jihlavsko	PS
	Lipnický hrad	Havlíčkovobrodsko	N
zámok	Telč	Jihlavsko	PČ
	Jaroměřice nad Rokytnou	Třebíčsko	BB
sakrálna stavba	Bazilika sv. Prokopa	Třebíčsko	PČ
	Zelená hora	Žďársko	PČ

historická časť mesta	židovská štvrť Třebíč	Třebíčsko	PČ
múzeum	Hasičské múzeum	Havlíčkovobrodsko	PČ
	Muzeum rekordov a kuriozít	Pelhřimovsko	N
	Dalešický pivovar	Třebíčsko	N
	Památník „bible kralické“	Třebíčsko	BB
	Múzeum Velké Meziříčí	Žďársko	N
skanzen	Sklárne Tasice – huť Jakub	Havlíčkovobrodsko	BB
pútnické miesto	Křemešník	Pelhřimovsko	N
rozhľadňa	Karasín	Žďársko	N

Vysvetlivky: N – neprístupný, PČ – prístupný čiastočne, PS – prístupný so sprievodom, BB – bez bariér

Prameň: Vlastné spracovanie, 2012 podľa webového portálu vysocinounavoziku.cz a svozikemnacestach.cz.

V parku zámku Jaroměřice nad Rokytnou sa každoročne koná hudobný festival Petra Dvorského. Festival je prístupný pre zdravotne postihnuté osoby.

Problémom väčšiny miest, ktoré disponujú kultúrno-historickými pamiatkami, je dlažba v historickom jadre mesta nevhodná pre pohyb invalidného vozíka tzv. mačacie hlavy (Třebíč, Pelhřimov, Telč) a chýbajúce parkovacie miesta pre zdravotne postihnuté osoby (Pelhřimov, Dalešice).

Konštatujeme, že v turistickom regióne Vysočina absentuje primárna ponuka cestovného ruchu pre zdravotne postihnuté osoby daná prírodou. K dispozícii nie sú žiadne bezbariérové náučné chodníky. Avšak v Geoparku Vysočina uvažujú o vybudovaní bezbariérového náučného chodníka.

3.2. Sekundárna ponuka cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina

Ak primárna ponuka je motívom účasti na cestovnom ruchu, potom sekundárna ponuka umožňuje jej využívanie a pomáha naplniť cieľ účasti na cestovnom ruchu napr. oddych, kultúrne alebo športové vyžitie apod.

Sekundárnu ponuku cestovného ruchu členíme na supraštruktúru cestovného ruchu (ubytovacie a pohostinské zariadenia), infraštruktúru cestovného ruchu (turistické informačné centrá, cestovné kancelárie, hraničné priechody) a všeobecnú infraštruktúru, ku ktorej patria aj kultúrno-spoločenské zariadenia (kasína, tematické parky), športovo-rekreačné zariadenia a aktivity (bazén, kúpalisko, sauna, akvapark, zjazdová trať, cykloturistická trasa).

3.2.1. Supraštruktúra cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina

K ubytovacím zariadeniam v Českej republike patria podľa Oficiálnej klasifikácie ubytovacích zariadení hotel, motel, penzión a ostatné ubytovacie zariadenia (botel, turistická ubytovňa, kemp/táborisko, chatová osada).

V roku 2010 bolo podľa Českého štatistického úradu v krajine 7 232 ubytovacích zariadení so 449 068 lôžkami. Z toho 346 ubytovacích zariadení (19 954 lôžok) bolo lokalizovaných v kraji Vysočina.

Podiel bezbariérových ubytovacích zariadení (122 ubytovacích zariadení) na počte ubytovacích zariadení v krajine predstavuje len 1,69 %. V administratívnom kraji Vysočina je lokalizovaných 6 bezbariérových ubytovacích zariadení, čo predstavuje 1,73 %-ný podiel na

celkovom počte ubytovacích zariadení. Uvedené zistenie môže byť skreslené, pretože sme hodnotili len tie ubytovacie zariadenia, ktoré sa prezentujú prostredníctvom svojich webových stránok na portáloch pre zdravotne postihnuté osoby. Musíme konštatovať, že v turistickom regióne Vysočina neexistuje ani jedno skutočne bezbariérové ubytovacie zariadenie. Niektorým ubytovacím zariadeniam chýbajú napr. madlá na toaletách, prispôsobený sprchovací kút, vyhradené parkovacie miesta apod. Bezbariérové sú väčšinou hotely vyšších tried, ktoré na základe jednotnej klasifikácie (All Stars Union) disponujú jednou, príp. dvoma bezbariérovými izbami alebo penzióny. Avšak v mnohých prípadoch je bezbariérové len prízemie. Klasifikácia ubytovacích zariadení má v Českej republike odporúčací charakter. To znamená, že nie je povinnosťou prevádzkovateľa mať k dispozícii bezbariérovú izbu, či označené parkovacie miesta pre zdravotne postihnuté osoby.

Faktom je, že na trhu ubytovacích služieb pôsobí mnoho ubytovacích zariadení, ktoré majú k dispozícii bezbariérové izby, túto skutočnosť však neuvádzajú. Z tohto dôvodu sa o nich zdravotne postihnutí návštevníci v cestovnom ruchu nemajú ako dozvedieť. Okrem toho väčšina ubytovacích zariadení rešpektuje len požiadavky osôb s poruchami pohybu, na slabozrakých a nevidiacich, či na nepočujúcich sa zabúda.

K pohostinským zariadeniam zaraďujeme podľa kategorizácie platnej v Českej republike reštaurácie, pizzerie, hostince, rôzne druhy barov, kaviarne, cukrárne, vinárne, pivárne atď. Rovnako ako kategorizácia ubytovacích zariadení, aj kategorizácia pohostinských zariadení má odporúčací charakter a nie je teda povinnosťou prevádzkovateľa zabezpečiť bezbariérovosť objektu.

Väčšina dlhšie fungujúcich pohostinských zariadení a pohostinských zariadení umiestnených v starších a v historických budovách ostáva preto bariérová. Novovybudované pohostinské zariadenia už vo väčšine prípadov s bezbariérovým prístupom a toaletou počítajú.

V Českej republike sa podľa webovej stránky, ktorá sa zaoberá hodnotením českých reštaurácií a pohostinstiev, nachádza 1 058 bezbariérových pohostinských zariadení z celkového počtu 10 332, t.j. bezbariérových je 10,24 % pohostinských zariadení. V turistickom regióne Vysočina sa nachádza 489 pohostinských zariadení, z nich 35 je bezbariérových. Podiel bezbariérových pohostinských zariadení v regióne je teda 7,16 %.

3.2.2. Infraštruktúra cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina

K infraštruktúre cestovného ruchu zaraďujeme napr. cestovné kancelárie, turistické informačné centrá, zmenárne apod.

V regióne Vysočina sa nachádza niekoľko bezbariérových turistických informačných centier (Dukovany, Třebíč, Pelhřimov). V bariérových turistických informačných centrách majú zväčša ich zamestnanci k dispozícii prenosné rampy alebo tzv. ližiny, ktoré umožnia osobe na vozíku vstup do objektu.

Pokiaľ ide o cestovné kancelárie, ani jedna cestovná kancelária v regióne neposkytuje pobyty alebo zájazdy určené zdravotne postihnutým osobám.

3.2.3. Všeobecná infraštruktúra cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina

Na základe sekundárneho prieskumu môžeme konštatovať, že v turistickom regióne sú zo zariadení všeobecnej infraštruktúry zdravotne postihnutým osobám k dispozícii akvapark

Vodní ráj v Jihlavy, koupaliště v městě Bystřice nad Pernštejnem, bezbariérové jsou některé relaxační centra a sauny.

Bezbariérový přístup má zabezpečený aj zoologická zahrada v Jihlavy.

Pokud jde o další objekty všeobecné infrastruktury v regionu jako např. obchody a obchodní domy, nemocnice, čerpací stanice pohonných hmot, banky, zanedbatelné procento z nich je bezbariérových.

V Jihlavy je dispozici síť bezbariérové městské hromadné dopravy.

4. DOSIAHNUTÉ VÝSLEDKY

Následkem současných demografických trendů bude ve světě, a tedy aj v České republice, růst počet seniorů. Přímě úměrně počtu seniorů sa zvýši počet osob so zdravotním postihnutím. Jde o skupinu potenciálních návštěvníků cestovního ruchu, která představuje rostoucí segment na trhu cestovního ruchu a orientácia na ňu by mohla zvýšit návštěvnost v domácem cestovním ruchu aj v regionu Vysočina.

Aby však bylo možné rozvíjet tento typ cestovního ruchu, musí existovat materiálně-technická infrastruktura cestovního ruchu, t.j. ubytovací, pohostinské, športovo-rekreační, kulturno-osvetové zařízení. Zároveň musia být zdravotně postihnutým návštěvníkem přístupné minimálně nejvýznamnější přírodní a kulturno-historické atraktivity daného regionu.

Analýzovali sme ponuku cestovního ruchu v turistickém regionu Vysočina s ohledem na možnosti rozvoje cestovního ruchu zdravotně postihnutých osob. Zaujímalo nás, či v regionu existují bezbariérové ubytovací a pohostinské zařízení, či mají zdravotně postihnutí návštěvníci možnost aktivního trávení volného času, do akeji míry jsou přístupné kulturno-historické památky a přírodní atraktivity v regionu.

V hypotéze H_1 sme vyjádřili předpoklad, že většina (51 %) kulturno-poznávacích zařízení v administrativním Vysočina je dostupná jen so spřívodem. Konstatujeme, že v administrativním Kraji Vysočina sa nachádza 16 kulturno-poznávacích zařízení vrátane sakrálních staveb, hradů, zámků, muzeí apod. Z nich jen tři zařízení jsou úplně bezbariérové a šest zařízení je přístupných číastočně, čo znamená, že pre osoby s poruchami pohybu je přístupné nádvoří, případně jen některé části kulturno-poznávací památky. Hypotézu H_1 teda nepřijímáme, protože v kraji Vysočina je většina (60 %) skúmaných kulturno-historických zařízení bezbariérových alebo číastočně přístupných. Medzi nimi všechny tři památky Unesco, které sa v daném území nachádzajú. Dostupných so spřívodem alebo nedostupných je 40 % skúmaných kulturno-historických zařízení.

Hypotézou H_2 sme předpokládali, že vybavenost bezbariérovými ubytovacími kapacitami představuje minimálně 3 % podílu všech ubytovacích zařízení v administrativním kraji Vysočina. Uvedenú hypotézu nepřijímáme, protože z analýzy vyplynulo, že podíl bezbariérových ubytovacích zařízení na celkovém počtu ubytovacích zařízení v kraji je 1,73 %.

Zároveň konstatujeme, že bezbariérovost pohostinských zařízení v Kraji Vysočina je 7,16 %, čo je méně ako průměr České republiky (10,24 %). V kraji sa nachádza niekoľko bezbariérových informačních center, avšak bezbariérovost objektů veřejné infrastruktury je zanedbatelná.

5. MOŽNOSTI PODPORY ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU ZDRAVOTNE POSTIHNUTÝCH OSÔB V TURISTICKOM REGIÓNE VYSOČINA

Turistický región Vysočina disponuje vhodnými predpokladmi pre rozvoj cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb.

Pri tvorbe produktov pre potenciálnych zdravotne postihnutých návštevníkov navrhujeme zamerať sa najmä na motív poznávania. Väčšina kultúrno-historických pamiatok v regióne je totiž čiastočne sprístupnená. Nemá zmysel orientovať sa na návštevu prírodných atrakcií, pretože tie pre zdravotne postihnutých návštevníkov sprístupnené nie sú.

K dispozícii je niekoľko bezbariérových ubytovacích zariadení, ktoré sú prevažne umiestnené vo väčších mestách (Jihlava, Třebíč). Bezbariérových pohostinských zariadení je takisto málo, ale sú umiestnené zväčša v blízkosti atrakcií cestovného ruchu.

Prvým krokom k rozvoju cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb je zabezpečenie dostupnosti informácií o miere bezbariérovosti zariadení a služieb cestovného ruchu. Adekvátne informovanosť je dôležitým faktorom stimulujúcim dopyt po službách cestovného ruchu [2]. Podľa nášho názoru je hlavnou prekážkou rozvoja cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb v turistickom regióne Vysočina nedostatok informácií o možnostiach trávenia voľného času, ubytovania a stravovania. Myslíme si, že v prvom rade je potrebné informovať verejnosť o možnostiach účasti na cestovnom ruchu pre zdravotne postihnuté osoby. V budúcnosti by otázku informovanosti verejnosti mohol vyriešiť webový informačný portál „Vysočina bez bariér“. V súčasnosti majú jednotlivé zariadenia cestovného ruchu možnosť propagovať sa ako bezbariérové na svojich vlastných webových stránkach, prípadne sa môžu zaregistrovať do on-line databáz ako napr. restaurace.cz, ceske-hospudky.cz.

Za účelom získania zdravotne postihnutých návštevníkov cestovného ruchu je však účinnejšie spolupracovať s národnými a regionálnymi organizáciami zdravotne postihnutých osôb, ku ktorým patria napr. Sdružení zdravotně postižených, Organizace tělesně postižených, Sportovní klub vozíčkářů apod. Na obdobie mimo sezóny, keď majú ubytovacie zariadenia problém s naplnením kapacít, je možné zostaviť ponuku pobytov pre zdravotne postihnuté osoby za primerané ceny a kontaktovať príslušné krajské, či miestne zastúpenia uvedených organizácií.

Pri tvorbe informačných systémov alebo marketingových stratégií zameraných na získanie zdravotne postihnutých návštevníkov majú ubytovacie, pohostinské a kultúrno-poznávacie zariadenia cestovného ruchu v turistickom regióne Vysočina možnosť spolupracovať s regionálnou vysokou školou (Vysoká škola polytechnická Jihlava), a to formou zadávania tém bakalárskych prác.

V súčasných podmienkach globálnej hospodárskej krízy nie sú podnikatelia v cestovnom ruchu ochotní investovať do prestavby, či rekonštrukcie ubytovacích a pohostinských zariadení, prípadnej debarierizácie apod. Avšak za účelom modernizácie ubytovacích zariadení, športovo-rekreačných zariadení, obnovy kultúrnych pamiatok s využitím pre cestovný ruch, značenia, opravy a úpravy cyklotrás, peších trás a náučných chodníkov, tvorby marketingových stratégií, či tvorby marketingovej a informačnej kampane zameranej na propagáciu regiónu, majú možnosť žiadať o finančnú podporu v rámci prioritnej osi 2 „Rozvoj udržiteľného cestovní ruchu“ regionálneho operačného programu NUTS II Jihovýchod.

Jednou z priorit Európskej únie v súčasnosti je podpora udržateľného cestovného ruchu a podpora sociálneho cestovného ruchu, ktorú presadzuje aj na úrovni členských štátov.

ZÁVER

V Českej republike žije cca. 1, 016 mil. osôb so zdravotným postihnutím, čo predstavuje 9,87 % celkovej populácie krajiny. Až 42,5 % z nich je vo veku od 30 do 60 rokov [8]. Ide o rastúcu skupinu návštevníkov v cestovnom ruchu, ktorá má tendenciu zúčastňovať sa cestovného ruchu v mimosezónnom období a orientácia na ňu môže prispieť k vyrovnávaniu sezónnych výkyvov a k podpore rozvoja domáceho cestovného ruchu Českej republiky.

Konštatujeme, že pobytmi a rekreáciami zdravotne postihnutých osôb sa v krajine zaoberajú najmä združenia a zväzy zdravotne postihnutých napr. Sdružení zdravotně postižených, Organizace tělesně postižených, Sportovní klub vozíčkarů ai.

Na základe sekundárneho prieskumu môžeme povedať, že turistický región Vysočina disponuje ponukou pre rozvoj cestovného ruchu zdravotne postihnutých osôb. Rozsah bezbariérových služieb je zatiaľ dosť malý a podľa nášho názoru veľmi slabo propagovaný. Kraj Vysočina však rozvíja iniciatívu „Vysočina bez bariér“, ktorej výsledkom bude webový informačný portál o bezbariérových zariadeniach (úradu, ubytovacie zariadenia, pohostinské zariadenia, športoviská). Tento portál by mohol v budúcnosti pomôcť zatraktívniť ponuku regiónu pre zdravotne postihnutých návštevníkov cestovného ruchu.

Ing. Ivica Linderová, PhD.

Katedra cestovného ruchu VŠPJ

Tolstého 16

586 01 Jihlava

linderov@vspj.cz

POUŽITÁ LITERATÚRA

- [1] b. a. *Cestovní ruch v regionech České republiky*. [online]. Ostrava: Czechtourism, 2003. [cit. 26. 01. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.czechtourism.cz>>
- [2] b. a. *Přístupný cestovní ruch a informační systémy*. [online]. Projekt Athena na cestách. 2011. [cit. 18. 04. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.project-athena.cz>>
- [3] b. a. *Sbírka mezinárodních smluv*. [online]. 2010. [cit. 10. 01. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.vlada.cz>>
- [4] BERGIER, B. – BERGIER, J. – KUBIŇSKA, Z. *Environmental Determinants of Participation in Tourism and Recreation of People with Varying Degrees of Disability*. In: *Journal of Toxicology and Environmental Health*. Londýn: Taylor & Francis Group, 2010, zväzok 73, č. 17, časť A, s. 1134 – 1140. ISSN 1087-2620.
- [5] GÚČIK, M. *Cestovný ruch. Politika a ekonomia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2011, 188 s. ISBN 978-80-89090-98-3.

- [6] LINDEROVÁ, I. *Požiadavky zdravotne postihnutých osôb vo vzťahu k stavebno-technickému riešeniu ubytovacích a pohostinských zariadení*. In: Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 41, 2008, č. 3. ISSN 0139-8660.
- [7] LINDEROVÁ, I. *Hodnotenie potenciálu Českej republiky pre rozvoj cestovného ruchu zdravotne postihnutých návštevníkov*. In: Ekonomická revue cestovného ruchu, roč. 45, 2012, č. 1. ISSN 0139-8660.
- [8] NOVÁK, J. – KALNICKÁ, V. *Šetření zdravotně potížených osob zaplnilo další bílé místo na mapě české statistiky*. [online]. Praha: Český statistický úřad, 2008. [cit. 10. 01. 2012]. Dostupné na internete: <<http://panda.hyperlink.cz>>
- [9] VETRÁKOVÁ, M. – LINDEROVÁ, I. *Pripravenosť na poskytovanie služieb v cestovnom ruchu zdravotne postihnutým na Slovensku*. In: Trendy a aktuálne výzvy teórie a praxe v obchode, marketingu a medzinárodných podnikateľských aktivitách v podmienkach globálnej konkurencie, Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie. Bratislava: Ekonóm, 2009, s. 756 – 761. ISBN 978-80-225-2794-1.

CYKLOTURISTIKA JAKO FORMA UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU

CYCLING AS A FORM OF SUSTAINABLE TOURISM

Hana Svobodová, Aleš Ruda

Abstrakt

Cykloturistika je v České republice poměrně mladé odvětví udržitelného cestovního ruchu, které za poslední roky prošlo a stále prochází dynamickým vývojem, ať už z pohledu budování sítě cyklostezek a cyklotras, tak navazující infrastruktury. A právě relativní mládí tohoto odvětví s sebou přináší řadu problémů, na které se pokusí příspěvek poukázat. Jedná se zejména o nevhodné investice, často na nevhodných místech a absenci doprovodné infrastruktury. Situace se však postupně zlepšuje, čemuž napovídá i značná pozornost cykloturistice i dalším odvětvím udržitelného cestovního ruchu v koncepčních dokumentech i zájem veřejnosti.

Klíčová slova

Cyklostezka, udržitelný cestovní ruch, dotace.

Abstract

Cycling in the Czech Republic is relatively young branch of sustainable tourism which came and still comes through dynamic changes in recent years, whether in terms of building a network of cycle paths and lanes or related infrastructure. Relative youth of this branch brings many problems that will be pointed out in this paper. In particular, these are inappropriate investments, often in inappropriate locations and also lack of supporting infrastructure. However, the situation is gradually improving which is considerable from attention to cycling and other forms of sustainable tourism in policy documents and also public interest.

Key words

Cycle path, sustainable tourism, subsidy.

ÚVOD

Cykloturistika je v Koncepci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013 [9] definována jako „aktivní cestování, určené k poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti pomocí většinou speciálně upraveného cestovního kola.“

Cyklistika je propagována jako doprava šetrná k životnímu prostředí a společně s např. agroturistikou, ekoturistikou či venkovským cestovním ruchem lze cykloturistiku řadit mezi

tzv. udržitelný cestovní ruch, který nabývá v posledních letech na významu. Při realizaci cyklistických stezek a tras se však zatím nebere příliš vážně jejich dopad na krajinu, absolutně nejsou hodnoceny ekonomické aspekty – náklady ani přínosy. V tomto ohledu je cyklistika zatím opomíjené téma, i když v posledních letech – především v souvislosti s možností rozvoje cyklistické infrastruktury díky podpoře z operačních programů – je jí postupně věnováno pozornosti více. Častěji je však hodnocen rozvoj cyklistiky jako alternativního způsobu dopravy ve městech než jako způsobu aktivního trávení volného času mimo města. S rozvojem cyklostezek a cyklotras by však měl být spíše obnoven zájem o hodnocení rekreačního potenciálu území, a to proto, aby trasy pro cyklisty byly vedeny odpovídajícím terénem s dostatkem turistických objektů, které by cyklisty do dané lokality přitahovaly (pull faktory).

Vzhledem k tomu, že výše uvedené formy cestovního ruchu, včetně cykloturistiky, jsou v České republice ve srovnání se zeměmi západní Evropy teprve na začátku svého vývoje, budou jeho výsledky a dopady včetně udržitelnosti patrné až za několik let. Proto si autoři určili za cíl zhodnotit ekonomické a environmentální dopady cykloturistiky jako ne/udržitelné formy cestovního ruchu a dokumentovat je na případové studii nově vybudované cyklostezky Jihlava – Třebíč – Raabs.

METODY ZPRACOVÁNÍ

Počátek používání exaktních metod pro hodnocení rekreačního potenciálu území v České republice lze najít v pracích Výzkumného ústavu výstavby a architektury a Terplanu v sedmdesátých letech 20. století [14]. Bína [2] chápe potenciál cestovního ruchu jako formalizovaný výsledek zhodnocení co možná komplexního okruhu lokalizačních podmínek a předpokladů pro další rozvoj cestovního ruchu. Mariot [10] vidí v potenciálu synonymum slov způsobnost či schopnost a podle toho pak vykládá potenciál jako způsobnost a schopnost komplexních podmínek krajiny pro cestovní ruch. Kvalitativně tak hodnotí potenciál, pro který vymezuje šest významných činitelů, kteří jsou určeni na základě empirických pozorování. Jsou jimi reliéf, hydrologické poměry, rostlinstvo a živočišstvo, kulturně-historické předpoklady, dopravní dostupnost a vybavenost území. Tyto faktory ovlivňují rovněž rozvoj cykloturistiky, která se však – jak již bylo uvedeno – začíná masově rozvíjet mnohem později než „klasické“ formy cestovního ruchu.

Cestovní ruch včetně cykloturistiky však patří a beze sporu bude patřit k lidským aktivitám, které představují v turistických oblastech potenciální hrozbu pro environmentální, sociální i ekonomickou sféru. V zahraniční literatuře je vliv cestovního ruchu uváděn jako turistické znečištění („tourist pollution“ [např. 7, 8]), které vyvolává negativní změny v krajině, stejně tak, jako rozvoj jakéhokoli jiného ekonomického odvětví. Nezanedbatelná je ovšem i skutečnost, že cestovní ruch, a to včetně cykloturistiky, která je v posledních letech v České republice rostoucím odvětvím, může být ekonomickým a sociálním přínosem pro místní obyvatele.

Přímým stanovením potenciálu cestovního ruchu pro konkrétní rozvoj cykloturistiky se dostupné práce nezabývají. V zahraniční literatuře bývá cykloturistika dávána do souvislosti s dalšími formami šetrného cestovního ruchu jako tzv. greenways [11]. V tomto duchu začala také konat Evropská komise a od roku 2001 vyvíjí a zdokonaluje nástroje pro hodnocení udržitelnosti v rámci urbánního rozvoje, známé jako BEQUEST Building Environmental Quality Evaluation For Sustainability [1]. Mimo to však existuje celá řada navržených

metodik, které v souvislosti s trvalou udržitelností posuzují lidské aktivity, jejichž souvislost s cestovním ruchem je více než viditelná (např. Life cycle assessment, Environmental auditing, Ecological footprint, Adaptive environmental assessment atd.). Obecně je však známo, že hodnocení dopadu udržitelného cestovního ruchu zahrnuje individuální přístup k celé řadě sociálních, ekonomických a environmentálních indikátorů [3].

Východiskem příspěvku je porovnání předpokladů pro rozvoj cykloturistiky (zejména fyzicko-geografické podmínky a počet památek a dalších objektů dostupných pro cyklistu) a její skutečný stav (délka tras a stezek). Dále bude zhodnocena alokace finančních prostředků do rozvoje cykloturistiky od roku 2007, kdy začalo současné programovací období EU, z jednotlivých regionálních operačních programů (ROP) a Státního fondu dopravní infrastruktury (SFDI).

Při analýze podmínek pro cestovní ruch lze využít celou škálu metod. Jelikož však za cestovní ruch není dostupné takové množství dat jako za jiná odvětví (např. obyvatelstvo nebo ekonomika) a k cyklistice nejsou dostupná žádná oficiální data, bylo nutné získat vlastní výsledky o využití cyklistiky jako formy udržitelného cestovního ruchu. Proto bylo v průběhu měsíce listopadu 2011 realizováno vlastní dotazníkové šetření s 592 respondenty, které proběhlo formou osobního dotazování a částečně elektronicky pomocí online dotazníku vytvořeného pomocí aplikace google.docs. Výběr respondentů byl náhodný, přesto struktura respondentů odpovídá struktuře populace v ČR: z 592 respondentů bylo 49,5 % mužů a 50,5 % žen. Věková struktura respondentů ukazuje skupiny osob, které jezdí ne kole nejčastěji. Proto bylo 62,3 % respondentů ve věku 20–29 let, 13,9 % ve věku 45–59, 11,8 % ve věku 30–44 let, 10,1 % pod 19 let a 1,9 % nad 60 let. Poslední rozřazující otázkou byl typ kola, na kterém respondenti převážně jezdí. Podle výsledků šetření jezdí 58,6 % na horském kole, 20,6 % na trekovém nebo krosovém kole, 17,6 % na silničním kole a 3,21 % na jiném typu kola (např. dirt...).

Výsledky vlastního dotazníkového šetření byly následně doplněny a porovnány s výsledky oficiálního celoplošného dotazníkového šetření „Česko jede“ [6], které proběhlo elektronicky v období 15. 8. – 30. 9. 2011 a zúčastnilo se ho 3 966 cyklistů a in-line bruslařů z ČR. Cílem tohoto šetření bylo: „Lépe poznat jednu z nejoblíbenějších volnočasových aktivit v ČR. Popsat chování aktivních cykloturistů, bikerů (jezdců, kteří rekreačně jezdí na terénním kole na terénní trasy) a in-line bruslařů, zjistit jejich potřeby a očekávání.“

Pro analýzu sklonitosti cyklostezky bylo potřeba vytvořit s použitím nástroje Topo to Raster rastrový digitální model reliéfu (DMR), implementující metodu ANUDEM umožňující tvorbu hydrologicky korektního DMR, s délkou strany čtverce 5 m. Potřebná data, která zahrnovala vrstevnice, vodní toky a výškové body, byla získána „on screen“ digitalizací na podkladu dat webových mapových služeb Národního geoportálu INSPIRE. Tento typ sběru dat byl zvolen s ohledem na neexistující finanční zázemí pro pořízení přesných detailních dat (např. datového modelu ZABAGED – Základní báze geografických dat). I když se nabízí bezplatné využití dat např. databáze Data200 (v měřítku 1 : 200 000) z produkce Českého úřadu zeměměřičského a katastrálního, s ohledem na měřítko podkladové mapy (1 : 25 000) dostupné prostřednictvím SOAP služby Esri ArcGIS Serveru z Národního geoportálu INSPIRE byla zvolena právě „on screen“ digitalizace. Ta však může být v případě nepřesného sběru dat zdrojem nepřesností. Následně byla také podle podkladů Kraje Vysočina digitalizována hodnocená cyklostezka. Její převedení do formátu 3D shapefile umožnilo analýzou nad DMR, konkrétně s využitím nadstavby 3D Analyst v programu ArcGIS 10, vytvořit výškový profil cyklostezky. Digitalizovaná cyklostezka byla dále také převedena do rastrového formátu, kde

byly na podkladu sklonitosti území s využitím mapové algebry identifikovány ty části cyklostezky, které odpovídají konkrétním sklonitostním poměrům. Pro jejich odlišení byl použit interval odpovídající sklonu 10 %.

Na základě předchozích dílčích kroků bude zjištěno, zda rozvoj cykloturistiky odpovídá požadavkům samotných cyklistů a zda jsou finanční prostředky alokovány účelně.

Pro jednoznačnost vyznění příspěvku je nezbytné vysvětlit dva pojmy, se kterými bude dále pracováno, a to cyklostezka a cyklotrasa. Anglosaská literatura mezi těmito pojmy nerozlišuje, avšak v českém prostředí lze mezi oběma pojmy nalézt podstatný rozdíl. Podle [15] cyklotrasy vedou po silnicích, místních a účelových komunikacích. Pro jejich značení se používají dopravní značky definované vyhláškou MDS ČR č. 30/2001 Sb. Jde např. o žluté směrové tabulky s černým piktogramem kola a číslem cyklotrasy v záhlaví. Cyklostezky jsou definovány podobně jako cyklotrasy, rozdíl spočívá v tom, že trasa je určena výhradně pro cyklistický provoz. To znamená, že jde o nejlepší a nejbezpečnější typ komunikací pro cyklistickou dopravu, v současnosti však tuto formu má pouze zlomek vyznačených cyklistických tras v ČR; trasy tohoto typu jsou navíc převážně lokalizovány pouze ve městech.

VÝSLEDKY A DISKUZE

Potenciál pro rozvoj cykloturistiky

Potenciál pro cykloturistiku se v jednotlivých regionech ČR výrazně liší. Jak vyplývá z šetření Česko jede „pro cykloturistické výlety je nejoblíbenější jižní Morava následovaná jižními Čechami a Šumavou“ – jedná se tedy spíše o méně náročný terén, do kterého se mohou vydat i slabší cyklisté nebo rodiny s dětmi. Naopak k cílům bikerů patří spíše náročnější terény, např. pohraniční pohoří – na prvním místě opět Šumava, ale také Beskydy a Valašsko, Jeseníky a Jizerské hory. Délku cyklostezek v jednotlivých krajích znázorňuje tab. 1.

Tabulka. 1: Délka cyklostezek v jednotlivých krajích k 1. 1. 2011

KRAJ	Intravilán (m)	Extravilán (m)	Celkem (m)	Délka celkem v m na 100 obyv.*	Délka celkem v m na rozlohu kraje*
Hl. Město Praha	224 300,0	0,0	224 300,0	17,8	4,52
Středočeský	80 334,0	135 297,0	215 631,0	17,0	0,20
Jihočeský	46 805,0	59 073,0	105 878,0	16,6	0,11
Plzeňský	58 289,0	61 267,0	119 556,0	20,9	0,16
Karlovarský	19 486,0	56 381,0	75 867,0	24,7	0,23
Ústecký	56 985,0	39 666,0	96 651,0	11,6	0,18
Liberecký	17 303,0	26 974,0	44 277,0	10,1	0,14
Královéhradecký	90 802,0	48 966,0	139 768,0	25,2	0,29
Pardubický	52 871,0	90 865,0	143 736,0	27,8	0,32
Kraj Vysočina	16 828,0	31 055,0	47 883,0	9,3	0,07
Jihomoravský	85 221,0	76 417,0	161 638,0	14,0	0,22
Olomoucký	78 784,0	92 506,0	171 290,0	26,7	0,33
Zlínský	45 754,0	129 684,0	175 438,0	29,7	0,44
Moravskoslezský	131 660,0	49 504,0	181 164,0	14,6	0,33
ČR celkem	1 005 422,0	897 655,0	1 903 077,0	18,1	0,24

Pramen: [5]; *vlastní výpočty

Investice do rozvoje cykloturistiky

Šetření „Česko jede“ [6] rovněž poukazuje na to, že zájem Čechů o cykloturistiku vysoce převyšuje nabídku vhodných terénů i doprovodných služeb. Rozvoj cykloturistiky lze v ČR podporovat ze tří zdrojů:

- Regionální operační programy regionů soudržnosti (ROP NUTS II),
- Státní fond dopravní infrastruktury (SFDI),
- OP Přeshraniční spolupráce.

Investice do rozvoje cykloturistiky jsou v ČR ze zmíněných dotačních programů značné (tab. 2), avšak ne vždy zaměřené správně (viz dále – výsledky dotazníkového šetření). Samozřejmě i obec nebo kraj může investovat vlastní finance, to se ovšem z důvodů vysokých nákladů a napjatých rozpočtů jednotlivých institucí děje spíše ojediněle. Možnost financovat rozvoj cykloturistiky mohou rovněž neziskové organizace, avšak i tyto příspěvky jsou v porovnání s objemem financí z výše uvedených zdrojů spíše okrajové.

Tab. 2: Investice z jednotlivých ROP a SFDI na cykloturistiku v období 2007–2013 (stav k 30. 9. 2011, v Kč)

Dotační program	Počet podpořených projektů	Výše plánované dotace	(Prozatím) alokovaná částka	Průměrná částka plánovaná na 1 projekt
ROP Střední Čechy	24	467 539 631	280 458 043	19 480 818
ROP Jihozápad	8	85 623 763	41 733 837	10 702 970
ROP Severozápad	9	287 554 700	44 600 526	31 950 522
ROP Severovýchod	10	279 243 693	66 350 818	27 924 369
ROP Jihovýchod	35	442 086 658	4 551 643	12 631 047
ROP Střední Morava*	26	429 169 021	293 426 629	16 506 501
ROP Moravskoslezsko	17	203 619 180	43 493 753	11 977 599
Celkem ROP	129	2 194 836 646	774 615 249	17 014 238
SFDI	32	112 707 000	22 783 126	3 522 094
Celkem	161	2 307 543 646	797 398 375	14 332 569

Pramen: [12]

* pouze projekty schválené do srpna 2010

Využití cyklistických tras

Využití cyklostezek a cyklotras se v posledních letech úměrně zvyšuje s postupným narůstáním jejich délky. Ne zřídka jsou však trasy vedeny takovým způsobem, že cyklista dá raději přednost paralelně vedoucí, avšak ne příliš frekventované, komunikaci. Důvodem je především úspora času (po silnici lze obvykle jet rychleji než po cyklostezce, kterou využívají spíše rekreační cyklisté nebo in-line bruslaři), často i povrch (cyklostezky nebo trasy nebývají udržovány).

Výsledky vlastního dotazníkového šetření jasně ukazují, že respondenti nejčastěji využívají kola na krátké vyjížďky a cyklovýlety. Šetření „Česko jede“ pak doplňuje tento poznatek o to, že se jedná převážně o vyjížďky v délce 1–2 hodin.

Tab. 3: Na kole nejčastěji vyjždím...

Využití kola	Typ kola				Celkem	
	Horské	Jiné	Silniční	Trek/ kros	Abs.	Rel.(%)
do zaměstnání nebo do školy	31	9	21	16	77	13,0
na dovolené s kolem	21	1	4	9	35	5,9
na náročné terénní trasy	41	2	2	9	54	9,1
na vyjížděky a cyklovýlety	247	5	69	83	404	68,2
na závody a za tréninkem	7	2	8	5	22	3,7

Pramen: dotazníkové šetření autorů

Zajímavé výsledky přináší odpovědi na otázku, jaký typ/povrch cesty cyklisté při jízdě upřednostňují (tab. 4). Téměř třetina respondentů dává přednost značeným nezpevněným stezkám, což je ovlivněno tím, že v ČR je nejčastěji využíván typ kol horské kolo (MTB), pro něž není zpevněný asfaltový povrch nezbytný. Tento fakt je tedy v protikladu s výstavou asfaltových cyklostezek a tratí, jejichž délka se každoročně zvyšuje a do nichž jsou investovány značné objemy financí. Ve většině případů – především na cyklostezkách mimo města – by tak stačilo pouze povrch řady stávajících cest mírně upravit. Naopak ve městech, kde cyklisté využívají kola především jako alternativního dopravního prostředku, využívají častěji zpevněné asfaltové stezky a využívají častěji kola silniční nebo treková a krosová.

Tab. 4: Při jízdě upřednostňuji... typ cesty

Nejčastěji využívaný typ cesty	Typ kola				Celkem	
	Horské	Jiné	Silniční	Trek/ kros	Abs.	Rel.(%)
Jiné (singtrek, downhill...)	4	2	0	2	8	1,4
Neznačené polní / lesní cesty	59	5	3	19	86	14,5
Silnice	57	10	46	19	132	22,3
Značené asfaltové cyklostezky	78	2	52	43	175	29,6
Značené nezpevněné cyklostezky (šterkové, lesní, polní cesty)	149	0	3	39	191	32,3

Pramen: dotazníkové šetření autorů

Šetření „Česko jede“ [6] tyto výsledky jasně potvrzuje. Cyklisté nejčastěji (42,5 %) vyjždí na výlety po zpevněných cestách, ovšem zde není zpevněná cesta nijak upřesněna a může se jednat jak o asfaltovou tak i šterkovou stezku. Při upřesňující otázce „Pokud byste si mohl vybrat, kterou cestu byste volil?“ uvádí aktivní cykloturisté ve 48 % případů nezpevněnou cestu a ve 44 % silnici s nízkým silničním provozem.

Cykloturistika a strategické plánování v ČR a v Kraji Vysočina

Kraj Vysočina je podle údajů uvedených v tab. 1 krajem s nejnižším zastoupením cyklostezek, a to v přepočtu jak na rozlohu, tak i na počet obyvatel. Přesto je potenciál rozvoje

cykloturistiky v tomto kraji vysoký. Kraj Vysočina má vhodný reliéf, celkově dobré životní prostředí, které turisty na Vysočinu láká i řadu atraktivit cestovního ruchu.

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Kraji Vysočina na období 2008–2013 [13] ve slabých stránkách SWOT analýzy konstatuje „kapacitně a kvalitativně nedostatečnou doprovodnou infrastrukturu a služby sportovně rekreačního charakteru – nekoordinovanou a neefektivní údržbu cykloturistických tras a řídkou síť půjčoven sportovního vybavení“. Toto negativum lze však využít jako příležitost a začít koordinovaně „budovat cyklostezky, tematické cyklotrasy a naučné stezky včetně odpovídajícího doplňkového vybavení“.

Rozvoj cykloturistiky je však nejen cílem Kraje Vysočina, ale také celé ČR, což dokazuje Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013, která rovněž konstatuje kromě nízké technické úrovně a vybavenosti zařízení koupališť na vodních tocích a nádržích také nedostačující a nevyhovující vybavení turistických tras, lyžařských a běžeckých tratí, cyklotras a cyklostezek (odpočívadla, hygienická zařízení apod.) a navrhuje v několika opatřeních změnu této situace. Na nedostatky v rozvoji cykloturistiky reaguje i aktuálně připravovaná Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020 [16], která za slabou stránku považuje především „neucelenou síť cyklostezek, především absenci páteřní sítě“ a adekvátně k tomuto stavu formuluje opatření „Rekonstrukce a výstavba kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu“.

Případová studie: cyklostezka Jihlava – Třebíč – Raabs

Ukázkou rozvoje udržitelného cestovního ruchu v Kraji Vysočina je vybudování cyklostezky Jihlava – Třebíč – Raabs (obr. 1). Realizace začala v roce 2008 a pokračuje i v současné době (2012). Financování je zajištěno díky Regionálnímu operačnímu programu NUTS II Jihovýchod; vynaložené náklady dokládá tab. 5.

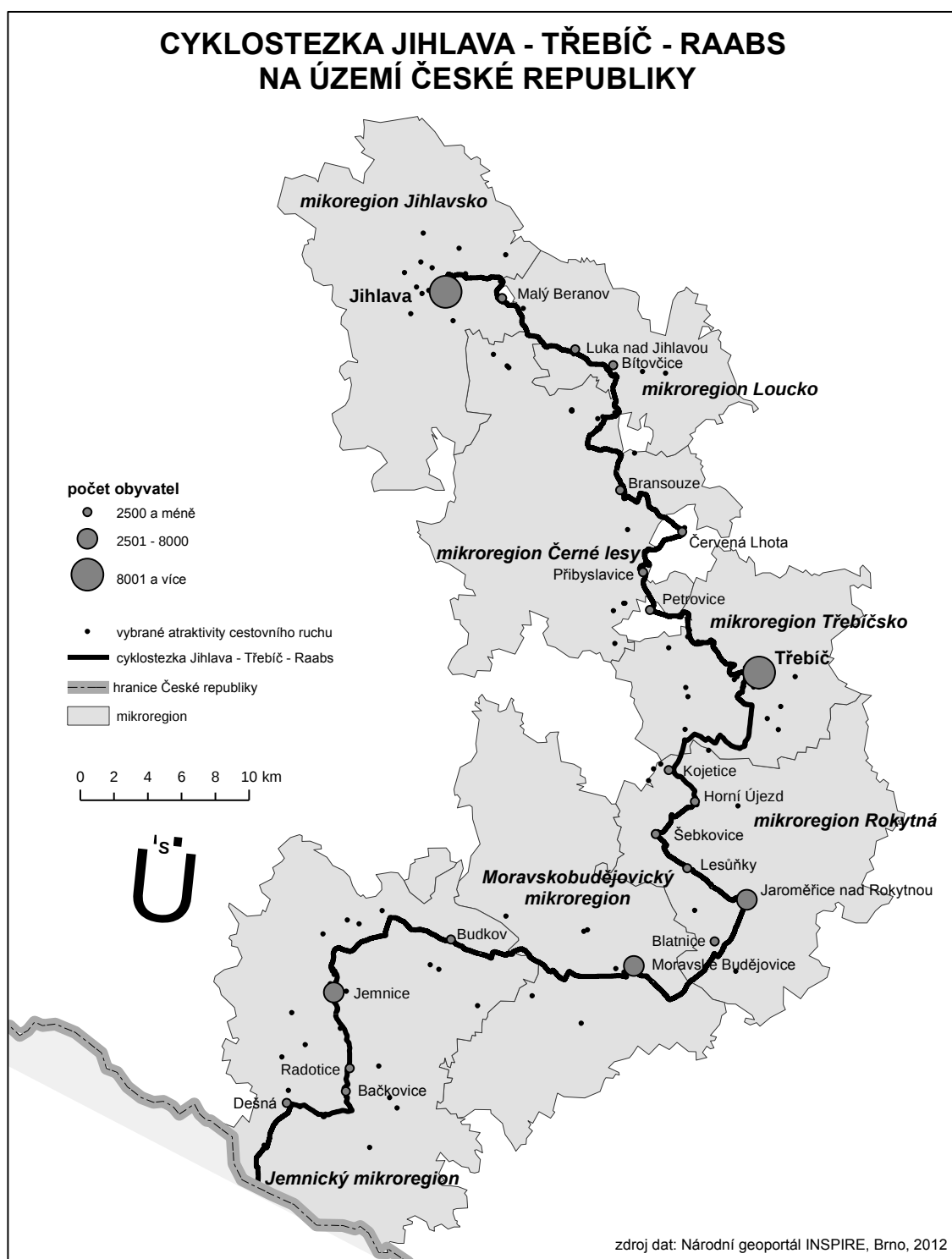
Tab. 5: Náklady vynaložené z ROP Jihovýchod (osa 1) na dosud vybudované úseky cyklostezky Jihlava – Třebíč – Raabs

Název příjemce	Název projektu	Rok alokace	Alokovaná částka (v Kč)	Z toho z ERDF (v Kč)
Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs	Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs	2008	70 703 194	64 970 502
Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs	Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs II.	2010	77 441 805	71 162 739
Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs	Marketing pro cyklostezku Jihlava-Třebíč-Raabs	2010	629 860	578 790
Cyklostezka Jihlava-Třebíč-Raabs	Značení cyklotrasy* Jihlava-Třebíč-Raabs	2011	2 204 254	?
Celkem			150 979 113	136 712 031
Náklady na 1 km			1 161 378	

Pramen: [12]

* zde je patrná neznalost pojmosloví autorů projektu, správně má být použito termínu cyklostezka

Obr. 1: Průběh cyklostezky Jihlava – Třebíč – Raabs

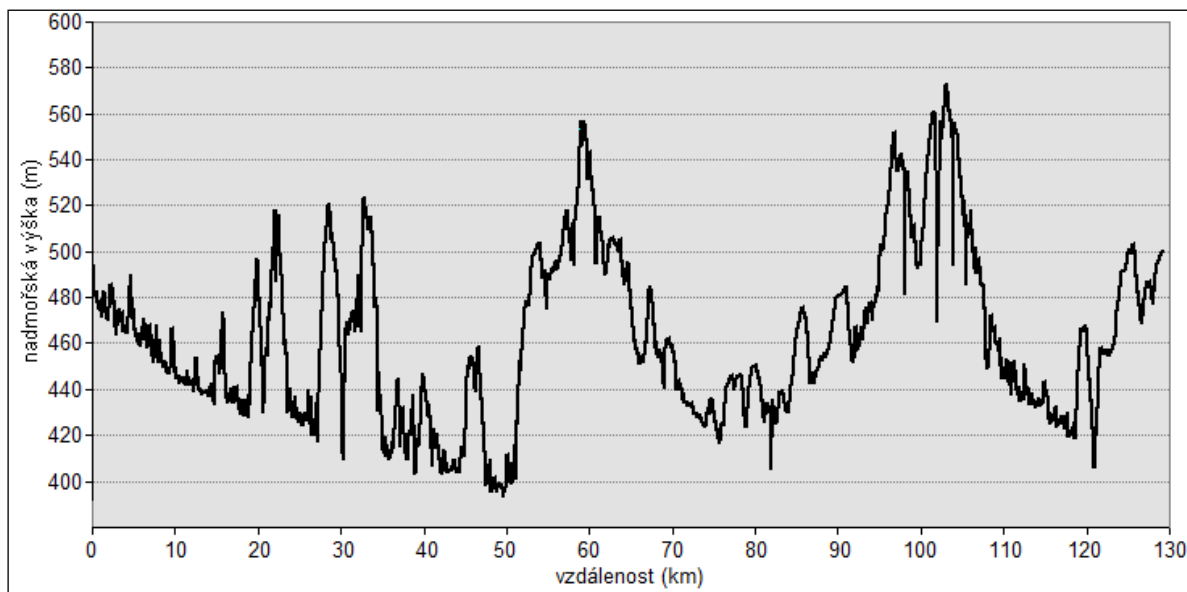


Pramen: vlastní zpracování

Z geografického hlediska prochází cyklostezka na území ČR přes 28 obcí, které jsou sdruženy do 7 mikroregionů. Výškový profil cyklostezky (obráz. 2) zobrazuje pouze tu část, která se nachází na území České republiky. Její délka je téměř 130 km. 75 % délky cyklostezky má sklon do 10 %. Další 14,6 % pak vykazuje stoupání mezi 10 % – 20 % a stoupání do 30 % je zastoupeno na 6,5 % trasy. Analýza nad digitálním modelem reliéfu identifikovala i stoupání v dalších intervalech až do 80 %, ale ty v souhrnu představují pouze 3,9 % délky trasy

(v souhrnu kolem 5 km). Úseky ohodnocené vysokými sklony jsou jako možný důsledek nepřesností digitálního modelu reliéfu navíc dlouhé maximálně 115 metrů, což ve výsledku poukazuje na jejich vysokou fragmentaci a tedy nízkou relevanci. Největší hodnoty převýšení byly zjištěny mezi Třebíčí a Jaroměřicemi a Moravskými Budějovicemi a Jemnicí.

Obr. 2: Profil cyklostezky Jihlava – Třebíč – Raabs



Pramen: vlastní zpracování

Výstavba samotné cyklostezky se však potýkala s řadou problémů, ať už ze strany zajištění vhodných pozemků, tak i ze strany využití samotnými cyklisty, nedostatečným značením či doprovodnou infrastrukturou. Proto si měl investor ještě před výstavou trasy položit následující otázky:

- **Odkud kam stezka/trasa povede? Jsou v okolí objekty, které by přitáhly turisty?** – Stezka by měla vést nebo spojovat turisticky atraktivní lokality nebo by takováto místa měla být v bezprostředním okolí stezky. V případě, že atraktivita chybí, cyklisté buď jen projedou a nepřinesou žádné dopady do území, nebo zvolí jinou trasu.
- **Je pro stezku/trasu vhodný terén? Kdo ji bude využívat? Je o její vybudování mezi cyklisty zájem?** – Většina cyklistů raději zvolí nenáročný terén, proto cyklostezku Jihlava – Třebíč – Raabs využívají spíše v určitých úsecích in-line bruslaři nebo auta jako přístupové cesty ke svým pozemkům, aktivní cyklisté raději volí rychlejší trasy po stávajících přilehlých komunikacích. Cyklisté na horských kolech (kterých je podle výše uvedených výzkumů většina) raději volí jiné než asfaltové povrchy. Pomocí při plánování cyklostezek mohou být např. 3D modely území, které zachytí jak profil území, tak např. i atraktivitu v okolí stezky.
- **Jaké bude mít vybudování stezky/trasy ekonomické dopady** (ne pouze náklady na výstavbu, ale i na údržbu, kdo bude údržbu provádět)? Často při výstavbě cyklostezek/tras není vyřešena jejich údržba, a to jak finančně, tak organizačně.

Neznalost problematiky cykloturistiky ze strany investora analyzované stezky dokládá i okrajový problém, a to chybné označení cyklostezky cyklostezkou. Řada úseků (např. v okolí

obcí Sokolí, Bransouze i jiných) vede po stávajících silnicích, byť málo využívaných. Správně by tedy měl být používán pojem cyklotrasa.

ZÁVĚR

Produkty šetrných forem turistiky (agroturistika, cykloturistika, pěší turistika, lázeňský CR) zatím zaujímají v České republice nízký podíl na trhu cestovního ruchu, což je dáno mimo jiné i relativním mládím těchto odvětví. I proto se tato odvětví potýkají s řadou nedostatků. Konkrétně u cykloturistiky se jedná o nedostatečnou infrastrukturu a doprovodné vybavení. Proto řada odborníků, ale také samotných cyklistů vidí velký potenciál dalšího rozvoje v oblasti dálkových tras a právě v dobudování dostatečné infrastruktury, protože cykloturisté nechtějí jezdit po frekventovaných silnicích. Další rezervy jsou ve značení a v propagaci. Destinace i podnikatelé by například mohli využít poptávky po cykloturistických balíčcích s moderní orientací v GPS souřadnicích a nabízet ubytování přívětivé k cyklistům s relaxačními službami [4].

Bohužel, lokální politici, silničáři i správy chráněných území hrdě představují milionové investice do nových cyklostezek, které ovšem nejsou v souladu s požadavky a představami cyklistů. Navíc se jedná o velmi drahý neudržitelný rozvoj v době, kdy na jiné důležitější věci nejsou peníze. Proto lze hledat i řadu alternativních (a levnějších) řešení rozvoje cykloturistiky, jako např. údržba a značení stávajících lesních a polních cest, v případě měst by často bylo dostatečné vyznačit pruhy na chodnících, které by cyklisté sdíleli s chodci stejně jako v řadě sousedních států. Na tuto skutečnost v ČR upozorňují mimo jiné i již zmíněné výsledky šetření Česko jede – 66,4 % cyklistů by tuto alternativu uvítalo.

Nejen proto je tedy třeba budovat infrastrukturu pro cykloturistiku po řádném zvážení, ale také v souladu s požadavky a zvyklostmi cyklistů a také s ohledem na to, že infrastrukturu je třeba nejen vybudovat, ale také o ni následně pečovat.

RNDr. Hana Svobodová, Ph.D.

*Katedra geografie PdF MU
Poříčí 7, 603 00 Brno, Česká republika
hsvobodova@ped.muni.cz*

RNDr. Aleš Ruda, Ph.D.

*Katedra geografie PdF MU
Poříčí 7, 603 00 Brno, Česká republika
ruda@ped.muni.cz*

LITERATURA

- [1] BEQUEST. Building environmental quality for sustainability through time [online]. c2001, [2010-04-15]. URL <<http://research.scpm.salford.ac.uk/bqextra/>>
- [2] Bína, J. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. Urbanismus a územní rozvoj, 2002, roč. 5, č. 1, s. 2–11.

- [3] Buckley, R. Evaluating the net effects of ecotourism on the environment: a framework, first assessment and future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 2009, Vol. 17, No. 6, pp. 643–672.
- [4] Cykloturistika jako šance pro rozvoj regionů [online]. c2011, [2012-04-01]. URL <<http://www.bvv.cz/bike-brno/bike-brno-2011/aktuality/cykloturistika-jako-sance-pro-rozvoj-reg1/>>
- [5] Česko má 1 903 kilometrů cyklostezek [online]. c2011, [2012-04-19]. URL <<http://kolo.cz/clanek/cesko-ma-1903-kilometru-cyklostezek/kategorie/kolo-o-cem-se-mluvi>>
- [6] Českojede.cz [online]. c2011, [2011-11-21]. URL <<http://www.ceskojede.cz/rubriky/cesko-jede/>>
- [7] Goldsmith, E. [Pollution by tourism](#) [online]. *Ecologist* Vol. 4 No. 2, 1974. pp. 47–48. [2012-05-12]. URL <http://www.theecologist.org/back_archive/19701999/>
- [8] Holden, A. *Environment and Tourism*. Second edition. Oxon: Routledge, 2008. 274 p.
- [9] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013. Praha: MMR, 2007. [online]. c2006 [1. 4. 2012], URL <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>>
- [10] Mariot, P. Funkčné hodnotenie predpokladov cestovného ruchu ako podklad pre vytvorenie priestorového modelu cestovného ruchu. Praha: Geografický časopis, 1971, roč. XXIII, č. 3.
- [11] Mundet, L., Coenders, G. Greenways: a sustainable leisure experience concept for both communities and tourists. *Journal of sustainable tourism*, 2010, Vol. 18, No. 5, pp 657–674.
- [12] Seznam příjemců podpory z EU – jednotlivé ROP a SFDI. [online]. c2012, [2012-01-21]. URL <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Stav-cerpani>>
- [13] Strategie rozvoje cestovního ruchu v kraji Vysočina na období 2008–2013. Jihlava: KÚ kraje Vysočina, Vysočina Tourism a ESF MU, 2008.
- [14] Vepřek, K. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití v územních plánech VÚC. *Urbanismus a územní rozvoj*, 2002, roč. 5, č. 3, s. 17-28.
- [15] Vystoupil, J. a kol. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006, 157 s.
- [16] Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Repík, O. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014–2020 – analytická část (pracovní verze 1.0). Brno: ESF MU, 2012.

OTÁZKY FILOSOFICKÉ TEMATIZACE PROBLEMATIKY CESTOVNÍHO RUCHU

TOWARDS PHILOSOPHICAL THEMATIZATION OF TOURISM

Emanuel Hurych

Abstrakt

*Základní myšlenkou textu je zhodnotit přínos filosofické tematizace problematiky cestovního ruchu v současné době, a to jednak pro cestovní ruch jako takový, jednak pro jeho různé formy a různé přístupy k němu. Příspěvek navazuje na texty autorů E. Hurycha a M. Hemelíka v časopisu *Studia Turistica*, které se k danému tématu vyjadřují. V první části se článek zaměřuje na dva fundamentální problémy, které z předchozích textů vyplynuly. Jednak jde o samotný fenomén cestovního ruchu a jeho uchopitelnost, jednak o možnosti uplatnění filosofického přístupu v prostředí pozitivistické vědy. Ve druhé části se autor pokouší prezentovat a utřídit argumenty pro uplatnění filosofického aspektu v oblasti cestovního ruchu a zdůraznit potřebu tohoto pohledu, a to zejména v současné době.*

Klíčová slova

Filosofie, věda, fenomenologie, pohyb, poutnictví.

Abstract

*The main goal of the paper is to consider a contribution of philosophical thematization of tourism at present. Firstly it is important for tourism at whole, secondly for the different forms of tourism and different approaches to it. The paper develops ideas of E. Hurych and M. Hemelík which were published in *Studia Turistica*. The first part of the paper is devoted to two fundamental problems mentioned in those two articles. One is tourism as a phenomenon and possibilities how to understand it, the other one is focused on the application of philosophical approach in the field of positivistic science. The second part of the paper consists of arguments gathered by the author to support implementation of philosophical aspects into the sphere of tourism. The author tries to emphasise necessity of this approach, these days especially.*

Key words

Philosophy, science, phenomenology, movement, pilgrimage.

Cestovní ruch je v současné době fenoménem, který má nejen významný ekonomický, kulturní a poznávací potenciál, ale rovněž zasahuje do rozvoje mnoha vědních oblastí, především coby objekt jejich zájmu. V našem příspěvku se pokusíme zachytit možný vztah

mezi cestovním ruchem a filosofií, přesněji řečeno, pokusíme se o filosofickou tematizaci cestovního ruchu.

Tímto navazujeme na článek publikovaný v červencovém čísle (2011) časopisu *Studia Turistica*, v jehož titulu si autor E. Hurych klade otázku „*Jak je možná 'filosofie cestovního ruchu'?*“ Na tento text reagoval v prosincovém čísle téhož časopisu (2011) M. Hemelík textem „*Cestovní ruch na cestách k filosofii aneb několik poznámek k tzv. filosofii cestovního ruchu.*“ Původní text E. Hurycha byl psán s ohledem na skutečnost, že časopis je věnován tématům z oblasti cestovního ruchu a také jeho čtenáři jsou z větší části odborníci ve sféře cestovního ruchu zabývající se – ať už teoreticky či prakticky – touto problematikou. Pohled filosofa M. Hemelíka je v daném kontextu velice přínosný a rozšiřuje celý koncept na oblast, která již nemusí být pro čtenáře věnující se cestovnímu ruchu tak důvěrně známa.

V úvodu příspěvku bychom se tedy chtěli věnovat těm nejvýznamnějším otázkám a námitkám, jež text M. Hemelíka předestřel. Jde o některé terminologické připomínky, námitky vůči přesnosti uvedených výrazů a formulaci některých dílčích myšlenek, především však o dvě zcela fundamentální otázky:

- je cestovním ruch natolik svébytným fenoménem, aby vůbec byla myšlenka zvažovat pojem „filosofie cestovního ruchu“ reálná?
- jde skutečně o filosofický přístup k problematice cestovního ruchu, nebo se spíše jedná o snahu pěstovat „*filosofii vědy*“, to jest spíše pozitivistický rozbor tematiky cestovního ruchu, v němž „filosofování je vlastně pouze svého druhu specifickým okruhem odborného nebo dokonce vědeckého poznání.“ (Hemelík, 2011, s. 60).

Nejprve uvedeme východiska, na nichž se oba autoři vesměs shodují. Jde o skutečnost, že má-li existovat cosi jako „filosofie cestovního ruchu“¹, pak ji nemůžeme chápat jako redukované zhmotnění filosofie do jakési koncepce, či strategie. Toto použití je v oblasti cestovního ruchu nejčastěji používané (např. „filosofie cestovních kanceláří“), jak vcelku podrobně popisuje Hurych (2011, s. 5). V tomto slova smyslu je použití pojmu filosofie naprosto nešťastné, na tom se shodují oba zmiňovaní autoři.

Stejně tak není mezi nimi rozporu v tom, že ani druhé velmi často používané vyjádření slova filosofie, coby označení osobního životního názoru jednotlivce², nemůže být východiskem pro jakékoli úvahy o filosofické tematizaci cestovního ruchu, jež by mohla být nadále smysluplně rozvíjena ve větším měřítku.

M. Hemelík se dále dostává k možným úskalím používání spojení „filosofie něčeho“. Tuto konstrukci zcela nezavrhne: „Domnívám se, že genitivní přiřazení určitého předmětu, oblasti filosofického zájmu k filosofii samotné ještě nemusí být nutně zdrojem iluzí a chimérických spekulací.“ (Hemelík, 2011, s. 60). Problém vidí však v chápání, v němž se (také díky této genitivní vazbě) filosofie stává pouze jednou z mnoha disciplín lidského poznání, která může

¹ Ono kantovské „jak je možná filosofie cestovního ruchu?“ by zřejmě bylo lépe nahradit otázkou „jak by mohla být možná filosofie cestovního ruchu?“, která přesněji postihuje skutečnost, že se jedná o hledání paradigmatu, nikoli o v otázce implicitně obsažený kategoricky laděný výrok.

² Toto chápání filosofie je mezi laiky velice běžné, filosofové jej neakceptují. Hemelík (2011, s. 59) k tomu uvádí: „Nícméně rozhodující kontury filosofického způsobu myšlení a rozumění světu a člověku v něm jsou v zásadě zřejmé už od samého počátku spadajícího do období rozkvětu klasické řecké civilizace a my bychom se k nim měli vztahovat s určitým respektem a svévolně a leckdy nepříliš šťastně je nedeformovat.“

být mezi tyto disciplíny zařaditelná. Takto chápaná „filosofie cestovního ruchu“ by pak mohla rozmnožit řady „mnoha tzv. filosofii určitého oboru, např. filosofie biologie, filosofie matematiky, filosofie životního prostředí apod.“ (Tamtéž, s. 61; upravil a zkrátil E. H.). Zde M. Hemelík poukazuje na skutečnost, že samotná existence nějakého myšlenkového konceptu ještě nezakládá jeho oprávněnost. V této souvislosti hovoří o tzv. vědeckém traktování filosofie a zmiňuje i poměrně problematický termín scientistně orientovaná filosofie.

Zde se začínají prolínat obě linie, které jsme si vytyčili dvěma základními otázkami. M. Hemelík cituje z textu E. Hurycha (2011, s. 6): „Máme-li uvažovat o filosofii cestovního ruchu, kterážto by měla uhájit své právo na samostatnou existenci, měli bychom vytvořit určité zásady, tuto disciplínu definovat, popsat její cíle, metody, pojmový aparát, její začlenění do systému vzdělávání a doložit její vědecký rozvoj.“ K tomu dodává, že takovýto přístup vede k budování filosofie cestovního ruchu spíše coby vědní disciplíny.

Tato formulace skutečně v daném textu zazní a jako její autor souhlasím, že vyjádření není příliš šťastné. Disciplínou, která by měla být v uvedené podobě zkoumána, není *filosofie cestovního ruchu* jako taková, nýbrž *cestovní ruch* sám. Použití v dané větě je skutečně nesprávné, neboť navozuje přesně ten způsob chápání (vědecké uchopení filosofie), o němž M. Hemelík hovoří a právem jej zpochybňuje. Pokud tedy vezmeme v úvahu, že zkoumaným fenoménem (v textu je řeč o disciplíně) je cestovní ruch, můžeme si položit otázku: Jak se to vlastně má s cestovním ruchem?

M. Hemelík (2011, s. 64) nabízí definici z webového portálu Tourism Science, v níž se uvádí, že cestovní ruch (v angl. originálu je použito slovo „tourism“) je stále spíše předmětem vědeckého výzkumu než vědní disciplínou. Následně uvádí, že „pak se přímo nabízí možnost využít filosoficko-metodologických reflexí k postupnému projasňování povahy, orientace a cílů cestovního ruchu jakožto svébytného oboru.“ (Tamtéž).

V podstatě se můžeme s tímto přístupem ztotožnit, neboť plně koresponduje s původní myšlenkou obohatit oblast cestovního ruchu o filosofické myšlení a poskytnout tak cestovnímu ruchu platformu pro rozvoj i jinými směry, než jsou v současnosti značně preferované oblasti ekonomického rozvoje, marketingu, dopravní problematiky, vývoje nových technologií apod.

To nic nemění na skutečnosti, že podle našeho názoru by *cestovní ruch* jako fenomén měl být podrobněji prozkoumán, popsán a zařazen bez ohledu na to, zda se chceme věnovat jeho filosofické reflexi či nikoli. Tato jeho, řekněme „vědecká“ kategorizace je krokem potřebným k tomu, aby cestovní ruch mohl vykazovat určitou míru autonomie coby samostatný obor (například též coby studijní obor, jímž již poměrně dlouhou dobu v praxi je). Takováto kategorizace je nad rámec tohoto příspěvku a koneckonců i nad rámec momentálního zájmu a možností autora. Pouze konstatujeme, že by ujasnění toho, co vlastně fenomén cestovního ruchu obnáší, výrazně přispělo jakékoli reflexi. Přeneseně tedy i té filosofické, přičemž takto přímá vazba nebyla autorem (Hurych, 2011, s. 6) zamýšlena. Nešlo tedy skutečně, jak M. Hemelík výstižně v poznámce 8 (Hemelík, 2011, s. 62) zmiňuje, o pozitivistické pojetí „filosofie cestovního ruchu“, nýbrž o přesnější vymezení jevu, jenž by se následně měl či mohl stát předmětem zájmu filosofického uchopení.

Naposledy zde ještě ocitujeme M. Hemelíka, který říká „že podstatně efektivnější (než urputné rozvíjení „filosofie něčeho“) byly a jsou relativně samostatné filosofické tematizace nejružnějších motivů lidského činění a poznání.“ (Hemelík, 2011, s. 64). Hlavním cílem tohoto

textu skutečně není tvrdošijné lpění na konstruktu „filosofie cestovního ruchu“ a s tím spojené detailní analýzy kritických připomínek k tomuto konstruktu, ale naopak jejich využití pro zamyšlení nad tím, jak by skutečně mohla vypadat filosofická reflexe cestovního ruchu, jak by mohl být fenomén cestovního ruchu touto reflexí obohacen, a také jak by samotná tematizace cestovního ruchu mohla pomoci rozvíjet filosofické myšlení.

Některé návrhy přináší již původní text E. Hurycha, další přidává text M. Hemelíka. Pokusíme se je nyní poněkud utřídit a také vysvětlit smysluplnost tohoto přístupu, a to zejména v současné době, kdy výkonnost nejmodernějších technologických vynálezů silně instrumentalizuje samu podstatu lidství, což se nevyhýbá ani sféře cestovního ruchu.

Nejprve spíše heslovitě zmíníme témata, jež předkládá ke zvážení text E. Hurycha:

- migrace obyvatelstva (emigrační a imigrační motivy) a její filosofická reflexe
- gnoseologický úhel pohledu na cestování („čtvrtý rozměr“ času)
- historicko-srovnávací přístup (filosofie v proměnách staletí v závislosti na místě, přesuny center filosofického myšlení v různých dobách a jejich historická podmíněnost)
- ontologické otázky (jsoucno a bytí) prismaticem cestování (dobyvatelské výpravy, kosmický výzkum)
- fenomenologický pohled na cestování
- další možnosti filosofického uchopení cestovního ruchu (kosmologie, filosofická antropologie)

M. Hemelík pak přidává tři témata, která přímo souvisejí s oblastí cestovního ruchu a mohla by být chápána jako velmi zajímavá východiska pro filosofickou tematizaci:

- pohyb
- poutnictví
- volný čas

U prvních dvou témat bychom se nyní mohli pozastavit a pokusit se najít společný úhel pohledu s tematizací uvedenou v textu E. Hurycha, případně najít další souvislosti.

Samotné téma *pohybu* je velmi zajímavé. V určité (řekněme technické) podobě se jím zabývá vědní obor kinantropologie (zkoumající pohyb člověka). Sám pohyb je velmi starým filosofickým tématem, jak dokládá již jeho herakleitovské pojetí. Neustálý pohyb je dokonce explicitně obsažen také v termínu „cestovní ruch“. Z fyzikálního hlediska je opakem (či protipólem) cestovního ruchu „cestovní klid“. Tento poněkud anekdotický moment v sobě však skrývá hlubší vrstvu, jež by sama o sobě mohla být tématem pro filosofické úvahy. Jedním z problémů cestovního ruchu je totiž skutečně určitý a značný nedostatek klidu, který moderní způsoby cestování provází.

Mohli bychom říci, že určitá část participantů v oblasti cestovního ruchu za klidem přímo vyrazí. Jde zejména o klienty cestovních kanceláří, kteří vyhledávají pasivní způsoby trávení volného času. Typickým příkladem je dovolená u moře, spojená s opalováním, koupáním, případně četbou a procházkami. Pasivní trávení volného času doprovázené nedostatkem fyzického pohybu, ovšem mnohdy nepřináší kýžený „cestovní klid“, bývá často spojeno s mnoha stresujícími zážitky na letišti, při ubytování, na přeplněných plážích, v jídelnách apod. Cestování jako fenomén logicky spojený s pohybem (coby kinetickým dějem) tak vytváří v těchto případech platformu pro eliminaci fyzického pohybu, což bývá nazýváno

„cestovním ruchem“. Již tento samotný paradox je vcelku zajímavý. V kontextu globální hypokineze zejména euro-americké populace se jedná o jev nepochybně hodný pozornosti. Naskytá se otázka, jak je možné, že velmi široké spektrum zájmu cestovního ruchu pokrývají aktivity (dávající prostor pro uplatnění obrovskému množství institucí, organizací a lidského kapitálu), jejichž pointou je pouze přepravit velké množství osob do místa, kde potom určitou dobu mnohdy bez větší míry fyzického pohybu pobývají. Jaký skutečný význam zde má užití adjektiva „cestovní“ a podstatného jména „ruch“, to zůstává vyřčenou a dosud nezodpovězenou otázkou.

Další část poskytovatelů služeb se pak zaměřuje na jakýsi kvantitativní servis klientům, v duchu hesla „čím více, tím lépe“. Jde o mnohé poznávací zájezdy, kde klienti navštíví v krátkém čase velké množství různých míst, ovšem velmi povrchně. Jedná se o typickou absenci „cestovního klidu“.

Za zmínku stojí také nabídky různých módních tzv. „adrenalinových“ aktivit, které představují různé nevšední a mnohdy efektní činnosti. Jejich dodání „na klíč“ netrpělivým klientům je však většinou pouze pasivně provede určitým prostředím, zážitky nebývají dlouhodoběji (ani ve střednědobém horizontu) fixované a zůstávají tak vesměs povrchními. Chceme-li si hrát se slovy, jedná se zde o jakýsi „cestovní vzruch“ (v kontextu nabídky vázané často na cestovní kanceláře či agentury).

Tyto tři typy trávení volného času ve spojení s cestovním ruchem ukazují, jak členitě může být fenomén pohybu v cestovním ruchu chápán a jaké možnosti pro rozvoj cestovního ruchu může různé uchopení fenoménu *pohybu* přinést.

Poutnictví je dalším fenoménem, který skutečně může oblast cestovního ruchu propojit s ukotvením člověka v duchu jeho směřování za dlouhodobým cílem. Prastaré rituály v sobě často nesly nejen obřad uctění světce, boha, bůžka nejen obřad uctění světce, boha, bůžka či jiného objektu úcty, ale také obřad cesty, který měl manifestovat překonávání překážek a také jistou míru askeze (často spojovanou s očištěním a duchovní kultivací).

Využijeme-li zajímavého motivu z jinak velmi komerční filmové série *Piráti z Karibiku*³, můžeme dobře demonstrovat spiritualitu poutníka na kompasu, který měl k dispozici kapitán Jack Sparrow. Tento kompas neukazoval k severu, nýbrž každému, kdo jej držel, ukazoval cestu k tomu, co si daný jedinec přál nejvíce. Mnoho současných „cestovatelů“ (např. klientů cestovních kanceláří) takovýto kompas postrádá, proto je jejich putování chaotické, bez dlouhodobějšího cíle a bez hlubšího smyslu.

Vztáhneme-li tento text k tématu konference Aktuální problémy v cestovním ruchu 2012, jejímž hlavním tématem byly nové trendy a technologie v cestovním ruchu, pak je třeba si položit otázku, zda snahou účastníků konference bylo tyto trendy monitorovat a popisovat, či zda zde lze také hovořit o možnosti určité trendy vytvářet či ovlivňovat.

Pokud jde o monitorovací činnost, pak není filosofický přístup nezbytný a zřejmě ani příliš uplatnitelný, zde vystačíme s podrobným popisem moderních technologií, sociologickými výzkumy nových trendů a podobnými aktivitami, jež lze označit za většinové. Zde však můžeme vznést otázku, zda není vazba na technologické možnosti příliš svazující, zda tu nevzniká jistý paradox „umělohmotného“ či „skleníkového“ cestovního ruchu.

³ Jedná se o sérii 4 filmů (USA, 2003–2011), režie Gore Verbinski (2003, 2006, 2007) a Rob Marshall (2011).

Typickými příklady *technologického usnadnění* cestovatelského komfortu našeho věku jsou v historickém kontextu poměrně mladé vynálezy – mobilní telefon a navigace GPS. Jejich užitečnost je bezesporná.

Snahou tohoto příspěvku není zpochybnění jejich smyslu či snad boj proti jejich používání. To by bylo ostatně marné. Jde tu však o uvědomění si všech souvislostí, které používání těchto vynálezů přináší. Jedná se zde konkrétně o zohlednění základních etických principů, které nejsou zastupitelné žádnými dostupnými pozitivistickými prostředky.

Mobilní telefon je prostředkem komunikace, který může zachránit cestovateli život či mu ušetřit mnoho strádání. V praxi jsme často i svědky poměrně bizarních situací, kdy voják po splutí jezu v mnohaminutovém hovoru líčí do telefonu svůj bezprostřední zážitek. Často se objevuje názor, že mobilní telefon je možno vypnout a že záleží jen na každém jednotlivci, zda a kdy jej použije. To je ovšem velmi redukcionistický přístup, který například značně opomíjí psychologický a sociální kontext používání tohoto přístroje. Devastační vliv na lidské společenství spočívá v delegované odpovědnosti z jedince na přístroj. Člověk v tísní se namísto toho, aby se dobral řešení vlastním úsilím a díky svým schopnostem, spoléhá na mobilní telefon, jímž si může v podstatě kdykoli a kdekoli zajistit pomoc či záchranu. Cestovatel tak skutečně získává vyšší komfort a ušetří si strádání, ale právě strádání je mnohdy nejpříznivějším prvkem cestování.

Ještě problematičtější je situace v případě používání *navigace GPS*. Lokalizace bodů a přesné doporučení vhodné trasy (včetně slovního komentáře) je velmi praktickou pomůckou, chceme-li se co nejrychleji, nespolehlivěji a nejbezpečněji dostat do určitého místa. Stáváme se však v tomto procesu sami jakýmsi bodem na mapě, s nímž je manipulováno. Sami sebe tak naprogramujeme a poté mechanicky vykonáváme pokyny. Jestliže uživatel před námi nastavil trasu do místa, kam se chceme dostat, pak pouze posloucháme jeho pokyny. Ty nám ovšem v konečné podobě přednáší neutrální hlas, takže identita prvotního programátora stejně ztrácí svůj význam.

Podobné momenty ve vyhraněnější podobě nacházíme v románech duchovního otce science-fiction Raye Bradburyho *Martánská kronika* či *451 stupňů Fahrenheita* (1953). Ve druhé zmiňované knize dochází ke vzpouře hlavního hrdiny Montaga proti chladnému naprogramovanému světu bez emocí a prostoru pro vlastní myšlenky. Knihy jsou zde páleny jako nebezpečné zlo, přičemž nikdo z jejich ničitelů nezná jejich obsah. Zatímco v době publikování obou zmíněných knih (začátkem 50. let 20. století) se vše zdálo jako nemožné a nikdy nerealizovatelné, dnes se nad některými v principu velice podobnými situacemi většina lidí ani nepozastaví.

Optimisté doufají, že hranice *kyborgizace* člověka nebude nikdy překročena. Příslušníci většinové společnosti ve světě každodenních obstarávek řeší své běžné starosti a mají pocit, že „kdykoli budou opravdu chtít, tak ty přístroje dokážou vypnout“. Stejně tak se však i notorický alkoholik domnívá, že až bude opravdu chtít, přestane pít. Skeptický pohled naopak tvrdí, že onen klíčový průlom již skutečně byl.

Je velmi složité říci, jak velký krok bude představovat to, až GPS přístroj v náramkových hodinkách bude zařít prvnímu jedinci pod kůži a jak znatelná bude změna od přísunu informací k plnění instrukcí (nejprve zřejmě formou rad, jež je možno kdykoli ignorovat či přístroj vypnout).

Z filosofického pohledu tu hovoříme o tématu *svobody* člověka (či svobody jeho vědomí), které je ve filosofii velmi frekventované a také různě vykládané. V běžném chápání bývá svoboda velmi často redukována pouze na možnost volby – ve významu výběru z několika možností. Někteří filosofové (např. G. W. Leibnitz) se pokusili zavést různé druhy svobody – svobodu morální, politickou či svobodu vědomí.

Nebezpečí náhrady svobody anarchií, bylo mnohými mysliteli (včetně např. Sokrata) často zdůrazňováno. Sokrates měl značné výhrady vůči demokratům. Jeho žák Platón varoval před rizikem vzniku tyranie, která se rodila z demokracie: „Neboť přílišná svoboda, jak se podobá, nepřevrací se v nic jiného než přílišné otroctví, jak u jednotlivce, tak v obci. Jest tedy přirozeno, že tyranie nepovstává z jiné ústavy než z demokracie, z nejvyšší svobody největší a nejsurovější otroctví.“ (Platón, 1996, s. 308).

Svobodu jako nedílnou součást lidství chápal francouzský filosof J. J. Rousseau. Podle něj se každý člověk svobodným rodí. „Příroda poroučí všem živočichům; a zvíře poslouchá. Člověk zakouší stejný dojem, ale cítí, že má volnost souhlasu nebo nesouhlasu, a právě vědomí této svobody ukazuje jeho oduševnělost.“ (Rousseau, 1989, s. 65). V Rousseauově představě se člověk rodí nejen svobodný, ale také dobrý.

Tímto názorem Rousseau oponuje T. Hobbesovi. V pojetí tohoto anglického myslitele je člověk svou podstatou egoista, usiluje o své zachování a pokouší se o ovládnutí. J. Locke v mnohém na Hobbese navázal a formuloval myšlenku, že svobodným se každý stane až v průběhu vývoje. Locke hovoří o svobodě rozumu. K té je nutno dospět. Locke uvádí: „Přirozená svoboda člověka je v tom, že je svoboděn od veškeré vyšší moci na zemi a že není pod vůlí nebo zákonodárnou autoritou člověka, ale má toliko zákon přirozený za své pravidlo.“ (Locke, 1965, s. 149).

Společenská svoboda je pak podle Locka determinována existencí stálých pravidel, podle nichž je třeba žít. Locke dává přednost zachování svobody jedince spočívající v nedotknutelnosti jeho vlastnictví, života a práv. Oproti němu Rousseau hovoří o sociálním pojetí svobody, které dává individuální svobodu ve prospěch státu. Ten by měl být schopen postarat se o své občany.

B. Spinoza charakterizoval svobodu jako *poznanou nutnost*, G. F. W. Hegel hovoří o *pochopené nutnosti*. Svobodu, jako zodpovědnost obsaženou v lidském konání zdůrazňuje také český filosof J. Sokol. Ten popisuje svobodu jako jednání, které se nedá „plně vysvětlit z nějakých příčin, které je zvenčí nepředvídatelné a neopakovatelné. Pro vědeckou metodu to potom znamená, že jednání, která pokládáme za svobodná, nemá smysl vědecky zkoumat.“ (Sokol, 1998, s. 78).

Pohled na svobodu z jiného úhlu uvádí E. Fromm. Jeho kritika konzumního způsobu života se objevuje v knize *Mít, nebo být*: „Trojice neomezené výroby, absolutní svobody a neomezeného štěstí vytvořila jádro nového náboženství.“ (Fromm, 2001, s. 14). Toto nové „náboženství“ Fromm označuje jako *velký příslib* a v kontextu naší společnosti hovoří o jeho krachu. Rozeznává dva mody - *modus vlastnění* a *modus bytí*. Modus bytí je pro něj, jakožto představitel kulturní psychoanalýzy, cestou lidstva ke svobodě, zatímco modus vlastnění je unikáním před svobodou. Vazba na moderní technologie a důvěra v to, že pomohou vyřešit problémy naší společnosti je takovýmto unikáním před svobodou. Ta spočívá v překročení omezení vlastního ega.

Pokud však budou nové trendy v cestovním ruchu představovat zvyšování *kvantitativních parametrů*, pokud se bude vše řídit poměrem výkonu a ceny, budou-li nejvíce vyžadovanými parametry komfort, rychlost a bezpečí, pak se bude adorace nových a nových technologií stupňovat. Víra v jejich zázračnou moc nemůže vést nikam jinam než k postupné kyborgizaci našeho života.

Tento proces probíhá ve všech oblastech lidského konání, nelze mluvit o specifické situaci v cestovním ruchu. Sama existence či neexistence „filosofie cestovního ruchu“ (stejně jako evoluční ontologie či podobných diskursů) tento proces nezvrátí. Filosofická reflexe problematiky cestovního ruchu představuje však jistou šanci pro alternativní přístup. V tomto ohledu již pozitivistická věda zčásti přistoupila na využití principů fenomenologie, a to v aplikaci kvalitativních metod výzkumu. Ukazuje se totiž, že u kvantitativních výzkumů existují limity, jichž mnohdy bylo dosaženo, či se jim výzkumníci výrazně přiblížili. Mnohdy však kvalitativní výzkumy přejímají pouze jistou část fenomenologických principů (zejména akceptováním subjektivní pozice výzkumníka). Fenomenologie ve svém sestupu k čiré imanenci tak skýtá ještě mnoho dosud nepoznaných možností i pro tradiční vědecké výzkumy.

Filosofickou tematizací některých fenoménů cestovního ruchu se můžeme dostat zpět ke kořenům cestování, renovovat jeho tradiční hodnoty, vrátit se k odkazu objevitelů, poutníků, polárních badatelů a budovatelů. Sám o sobě tento přístup stačit zřejmě nebude, ale jistou nadějí do budoucna pro odpoutání se od technokratického a pozitivistického kultu by dát mohl.

PaedDr. Emanuel Hurych, Ph.D.

Katedra sportů Vysoké školy polytechnické Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

+420 777 477 978

hurych@vspj.cz

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BRADBURY, R. *Fahrenheit 451*. New York: Ballantine Books, 1953. 181 s.
- [2] FROMM, E. *Mít, nebo být?* Praha: Aurora, 2001, 242 s.
- [3] HEMELÍK, M. Cestovní ruch na cestách k filosofii aneb několik poznámek k tzv. filosofii cestovního ruchu. *Studia Turistica*, 2/3, 2011, s. 58–66.
- [4] HURYCH, E. Jak je možná „filosofie cestovního ruchu“? *Studia Turistica*, 2/2, 2011, s. 4–12.
- [5] LOCKE, J. *Dvě pojednání o vládě*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1965. 279 s.
- [6] PLATÓN. *Ústava*. Praha: OIKOYMENH, 1996, 359 s.
- [7] ROUSSEAU, J. J. *Rozpravy*. Praha: Svoboda, 1989, 65 s.
- [8] SOKOL, J. *Malá filosofie člověka a Slovník filosofických pojmů*. Praha: Vyšehrad, 1998. 389 s.

PROBLÉMY PRÁVNÍ ÚPRAVY CESTOVNÍHO RUCHU

PROBLEMS OF LEGISLATION ON TOURISM

René Petráš

Abstrakt

Nedávno byl schválen nový občanský zákoník (definitivně 20. února 2012), který zruší i zákoník obchodní. Pozměnění se tak i právní úprava cestovního ruchu – např. jiný systém vymezení klíčových pojmů, místo cestovní smlouvy nově smlouva o zájezdu, složitý problém začlenění tzv. ztráty radosti z dovolené. Zřejmě bude nutno nahradit nebo výrazně novelizovat klíčový zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu. Zásadní je ovšem evropská směrnice č. 314 z června 1990 (č. 90/314/EHS). Z ní vychází v podstatě celá česká právní úprava. Vedle toho se připravuje zcela nový zákon o podpoře cestovního ruchu. Mimo jiné se změní instituce organizující a propagující cestovní ruch.

Klíčová slova

Cestovní ruch, právní úprava, soukromé právo, vliv evropského práva, nový český občanský zákoník.

Abstract

A new Civil Code was approved (finally on February 20, 2012), which also repeals the Commercial Code. As a result, regulation of tourism will be changed: for example, a new system defines key terms in this area, such as a contract for a trip replacing a travel contract, or a complex problem of the loss of enjoyment of one's holiday is introduced. The key law - Act No. 159/1999 Sb. is likely to be replaced or significantly amended as it governs certain conditions of business and activities in the field of tourism. What is essential, however, is European Directive No. 314 of June 1990 (90/314/EEC). The Czech legislation is built upon the rules contained in the Directive. In addition, there is a new law promoting tourism being prepared. As a result, institutions organizing and promoting tourism will be changed.

Key words

Tourism, legislation, private law, influence of European law, new Czech Civil Code.

Dne 20. února 2012 podepsal prezident republiky nový občanský zákoník a současně i zákon o obchodních korporacích, což znamená definitivní schválení těchto klíčových právních norem. V ČR tento zásadní krok nevyvolal větší zájem veřejnosti, i když jde skutečně o historický milník. Česká republika tím získává nový občanský zákoník, který nahrazuje i zákoník obchodní, což většina zemí ve světě (převládající tzv. kontinentální právní kultura, u druhé základní kultury angloamerické občanský zákoník neexistuje) zažila ve svých dějinách

jednou či dvakrát, jen málokterý stát častěji a to obvykle již v 19. století. Třeba ve Francii dodnes platí občanský zákoník z roku 1804 a to bez větších změn a obchodní zákoník z roku 1807 také vydržel pozoruhodně dlouho, byť výrazně měněn. Nutno podotknout, že dosavadní občanský zákoník v ČR i na Slovensku patří k nejhorším v dějinách (podrobně viz Petráš, Snahy, též viz Knapp, Velké), ovšem i nová česká úprava je často terčem oprávněné kritiky.

Tato zásadní změna soukromého práva se samozřejmě dotkne i právní úpravy cestovního ruchu. Jenže je třeba upozornit, že právní úprava těchto otázek je dosti komplikovaná a nový občanský zákoník není zdaleka jedinou zásadní změnou zasahující tyto otázky. Nejde totiž o nějaké ucelené právní odvětví, jehož právní úprava je převážně koncentrována v systematickém a přehledném zákoníku, ale právě naopak jde o svéráznou otázku roztržtější do mnoha svébytných odvětví práva, které se navíc v poslední době dynamicky mění. Jsou v našem právním řádu odvětví, ve kterých se i neprávnik bez větších obtíží zorientuje. Takové je třeba trestní právo se zákoníkem hmotného práva (trestní zákoník) a zákoníkem procesu (trestní řád), kde je koncentrována právní úprava těchto otázek. Do jisté míry má takový charakter v ČR i právo pracovní obsažené zejména v zákoníku práce. Pro pochopení úpravy cestovního ruchu je však třeba dobře znát charakter mnoha se zde prolínajících odvětví jako je zejména obchodní právo ale i velmi komplikované evropské právo, také občanské, správní či finanční. Jak je bohužel patrné třeba z komplikovaných nedávných diskusí o začlenění tzv. ztráty radosti z dovolené do nového občanského zákoníku, tak mnohé klíčové prvky jsou i odborné veřejnosti známy jen málo. V tomto i mnoha obdobných případech jde totiž o to, že nemalá část úpravy vychází z evropského práva (tedy norem EU), jehož nerespektování by mohlo vést k tvrdým sankcím proti republice.

Problémem praxe je i skutečnost, že právníků zabývajících se otázkou je velmi málo. Odborné literatury k cestovnímu ruchu obecně je vcelku dostatek, avšak právní aspekty jsou rozebírány obvykle jen okrajově (viz např. Tittelbachová, Turismus). V obecných právních příručkách a publikacích bývá cestovnímu ruchu věnována jen minimální pozornost, i rozborů cestovní smlouvy v komentářích k občanskému zákoníku bývají stručné (výjimkou je hlavně Eliáš, 2008, s. 2448-2538), speciální články a studie jsou v podstatě výjimkou. Poněkud překvapivě je poměrně dostatek publikací k finančnímu právu – tedy problému daní a poplatků v cestovním ruchu (např. Marková, 2009, s. 233-239), což je ale z hlediska právní úpravy v podstatě okrajová otázka. Speciální příručky k právní úpravě cestovního ruchu bývají poměrně nerozsáhlé: zejména Kulhánek – Ivičič – Jamborová, Legislativa pro cestovní ruch, 2006 nebo Bruna, Právo v cestovním ruchu, 2007. Slušné odborné zpracování má vývoj právní úpravy zejména v pracích Jana Štemberka, jenže vzhledem k zásadnímu milníku, kterou je prosazení evropské směrnice z roku 1990 č. 90/314/EHS, zde nemá starší právní úprava – na rozdíl od řady jiných právních problémů – větší aktuální význam (viz Petráš, recenze). Až do stabilizace právní úpravy cestovního ruchu, která snad nastane s účinností nového občanského zákoníku v roce 2014, zřejmě těžko můžeme očekávat nějaký významný přírůstek odborné literatury. Autor tohoto článku ovšem připravuje menší monografii Právo a cestovní ruch, která bude využitelná i jako učebnice pro osoby práva zcela neznalé a vyjde snad v květnu.

Pokusme se zesystematizovat celou právní úpravu cestovního ruchu. Autor zde ovšem upozorňuje, že právě takovýto systém v dosavadní literatuře zcela chybí, takže jde o vlastně dosud nepublikované originální pojetí, které může být příští odbornou literaturou

modifikováno či zcela nahrazeno. Podle názoru autora lze dělit právní úpravu cestovního ruchu v zásadě na tři či čtyři části.

1. První část tvoří jádro právní úpravy cestovního ruchu obsažené hlavně ve speciálním zákoně č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Vedle svého samotného textu zákon č. 159/1999 Sb. přinesl novelizaci živnostenského zákona a především občanského zákoníku č. 40/1964 Sb., kam zařadil nový smluvní typ cestovní smlouvu (§852a-§852k). Cestovní smlouvou se provozovatel cestovní kanceláře zavazuje poskytnout zájezd a zákazník se zavazuje zaplatit smlouvenou cenu (o praktických aspektech např. Sysel – Zurynek, Management, s. 31-34). V právní koncepci cestovní smlouvy je mnoho velmi neobvyklých prvků.

Zřejmě bude nutné po schválení nového občanského zákoníku nahradit nebo výrazně novelizovat klíčový zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, jak se zákon nově jmenuje po problematice novely, která do něj zcela nesystémově začlenila část druhou „Obsah horské činnosti a její výkon“ (§11a-§11c).

Samotný zákon můžeme přiřadit k právu obchodnímu, jde zde o podnikání, ale ochrana zákazníka je přirozeně zařazena v občanském zákoníku. Právní úprava je tedy na pomezí práva obchodního a občanského, jenže otázka je ve skutečnosti složitější. Klíčová je zde totiž evropská směrnice z června 1990 (č. 90/314/EHS), o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy. Z ní vychází v podstatě celé toto jádro české právní úpravy stejně jako v dalších zemích EU. I zde je ale otázka složitější, protože odchylky v jednotlivých evropských řádech jsou poměrně značné, což nebývá při implementaci evropských směrnic běžné.

K této otázce zákona č. 159/1999 Sb., vycházejícího převážně z evropské směrnice č. 90/314/EHS, můžeme přidat i svéráznou problematiku timeshare. Jde o jakýsi dlouhodobý pronájem zejména nemovitostí určených k rekreačnímu ubytování, který z právního hlediska leží kuriózně na pomezí věcných (absolutních) a závazkových (relativních) práv. Tato problematika rovněž vychází z evropských směrnic, které se navíc nedávno měnily, v současném (podobně i budoucím) občanském zákoníku je to začleněno jako zvláštní spotřebitelská smlouva.

Systém evropského práva je velmi komplikovaný, ale nutno alespoň pro neprávnický naznačit, že do vnitrostátních právních řádů zasahuje dvěma základními metodami a to přijímáním nařízení a hlavně směrnic. Nařízení jsou přímo závazná na území všech členských států, což ovšem vzhledem k různým právním systémům může vyvolávat značné komplikace, takže jde obvykle spíše o speciální dílčí otázky. V cestovním ruchu jde třeba o některé podmínky dopravy. Nejběžnější metodou harmonizace právních řádů evropských států jsou směrnice, kdy EU dá závazný vzor a členské státy si pak musí upravit vnitrostátní právo, aby odpovídalo směrnici, takže ji začlení (implementují) do svého práva a to různými způsoby.

V právní úpravě cestovního ruchu je klíčová směrnice z 13. června 1990 č. 90/314/EHS. Vzorem pro toto řešení byla právní úprava německá, kde klíčovým prvkem byla novelizace občanského zákoníku (BGB z roku 1896), do něhož byla začleněna v roce 1979 cestovní smlouva (Reisevertrag §651a-§651m – viz např. www.recht-im-tourismus.de). Přístupy k implementaci směrnice 90/314/EHS týkající se právně poměrně komplikované otázky jsou v EU značně různorodé. V řadě zemí včetně ČR byla právní úprava v té či oné míře začleněna

do občanských zákoníků (vlastně podle německého vzoru) jako v Nizozemí či na Slovensku, v Rakousku do zákona na ochranu spotřebitele. V Británii, Švédsku, Belgii, Dánsku, Francii byla otázka řešena ve zvláštních zákonech (Eliáš, 2008, s. 2453-2454) – zvláště složité problémy se týkaly Británie se specifickou právní kulturou (viz Urbanowicz – Grant, 2001, s. 253-272). Rozdíly v právních úpravách států EU se týkají např. použitelnosti úpravy i na nepodnikatele, vymezení vyšší moci při změně smlouvy, storno poplatků. Výrazný rozdíl je v pojetí ochrany zákazníka v případě insolvence, což se v části zemí včetně ČR řeší kombinací státní licence k podnikání s pojištěním, ale jinde vytvořením garančních fondů (podrobně viz Eliáš, 2008, s. 2454).

Tolerance evropských institucí k jednotlivým zemím, pokud jde o implementaci směrnice č. 90/314/EHS, je relativně vysoká, což souvisí i s řadou nejasností při vytváření této směrnice a s plány na její změnu. Tak vysvětluje některé odchylky při začleňování směrnice do českého práva i důvodová zpráva k zákonu č. 159/1999 (Tisk č. 91 z roku 1998 – viz www.psp.cz Digitální repozitář): „...bude podle našich informací ze strany příslušných orgánů ES přistoupeno k bližšímu zkoumání míry implementace v jednotlivých členských státech a výhledově i k úpravě citované Směrnice tak, aby byly konkretizovány povinnosti států při jejím zavádění a odstraněny dosavadní nedostatky.“ Důležité je rovněž připomenout, že při přijímání zákona v ČR nebyla implementace směrnice naléhavým úkolem, protože do vstupu do EU zbývalo ještě pět let a zákon reagoval hlavně na ekonomické problémy do kterých se dostala řada cestovních kanceláří a následně byli postiženi jejich zákazníci.

2. Jako snad druhou část právní úpravy cestovního ruchu můžeme považovat obecné předpisy obchodního práva. Toto odvětví (viz např. Pelikánová, Obchodní) je někdy chápáno jako základní z hlediska cestovního ruchu. Můžeme zjednodušeně říci, že se zabývá zejména vztahy mezi profesionálními obchodníky – v české terminologii podnikateli, což mohou být fyzické i právnické osoby. Je otázkou, zda tuto druhou skupinu právní úpravy cestovního ruchu vůbec počítat – proto se zde hovoří o třech či čtyřech skupinách – protože až na výjimky nejde o speciální normy týkající se cestovního ruchu ale obecné právní řešení podnikání. Třeba pro fungování cestovních kanceláří a agentur je důležitá právní úprava obchodních společností – zejména společnosti s ručením omezeným, ale jde o obecnou úpravu bez specifik pro cestovní ruch. Jde hlavně o obchodní zákoník, tedy zákon č. 513/1991 Sb., kde je možno upozornit na speciální právní úpravu cestovního šeku, která však vzhledem k rozvoji platebních karet ztratila v posledních letech význam. Určité rozpaky může vyvolávat skutečnost, proč nebyla podřízena tato problematika obecné úpravě (Směnečný a šekový zákon č. 191/1950 Sb.), ale zařazena v zásadě jako speciální smlouva do obchodního zákoníku.

Důležitým zákonem, který přes svůj v zásadě veřejnoprávní administrativní charakter bývá řazen k obchodnímu právu, je živnostenský zákon č. 455/1991 Sb. Zde samozřejmě najdeme důležitá ustanovení týkající se podnikání v oboru cestovního ruchu, tedy základní vymezení cestovní kanceláře, cestovní agentury ale i dalších živností. Zařazení jednotlivých živností v oboru cestovního ruchu je nestabilní a nutno dodat i nemálo problematické. V živnostenském zákoně je nyní cestovní kancelář vymezena nepochybně správně jako koncesovaná živnost, cestovní agentura a průvodce v cestovním ruchu však nevhodně jako živnost volná, zatímco původně po přijetí zákona č. 159/1999 byly požadavky na jejich provozování vyšší (živnost vázaná). Ostatní normy obchodního práva mají pro cestovní ruch

význam znatelně nižší, leckdy jen okrajový. Je třeba zmínit právní úpravu cenných papírů, často se zásadně měnící insolvenční předpisy, úprava hospodářské soutěže aj.

Zde vymezená část první a druhá právní úpravy cestovního ruchu jsou samozřejmě v mnohém provázány, protože i sám zákon č. 159/1999 Sb. lze zařadit do obchodního práva. I tato druhá část, tedy v zásadě obchodní právo jako celek, je výrazně ovlivněna právem evropským, a to včetně judikatury Evropského soudního dvora v Lucemburku. V posledních zhruba třiceti letech prochází v Evropě poměrně dynamickým vývojem, takže od roku 2000 zcela nebo zčásti změnila právní úpravu celá řada evropských států.

Česká republika pro budoucnost – tedy od účinnosti 1. ledna 2014 – zvolila v zásadě moderní koncepci řešení obchodního práva, kdy nový občanský zákoník je zejména podle švýcarského vzoru tzv. komercializován. Nebude již tedy nadále oddělený občanský a obchodní zákoník, ale převážná část se propojí s občanským zákoníkem a vedle něj zůstane samostatný zákon o obchodních korporacích (viz např. obcanskyzakonik.justice.cz). Je přitom třeba chápat, že současné vymezení obchodního práva a podnikání z roku 1991 zejména u smluv je poměrně svérázné, takže nové řešení více odpovídá světovým právním tradicím. Obchodní společnosti se sice výrazněji nemění, přesto se zde nalezne řada novinek jako u orgánů akciové společnosti. Nejvíce asi překvapí, že základní kapitál u společnosti s ručením omezeným nebude již minimálně 200 tisíc Kč ale jen jedna koruna.

3. Třetí (a podobně i čtvrtá) část právní úpravy se od předchozích dvou zásadně liší. U třetí a čtvrté části, jak jsou zde vymezeny, jde totiž o veřejné právo – převážně správní právo, zatímco první dvě části zahrnují soukromé právo. Zásadní dualismus práva na soukromé a veřejné, který je v kontinentální právní kultuře uznáván již po tisíciletí a dodnes je citována definice římského právníka Ulpiana, tedy výrazně rozděluje právní úpravu cestovního ruchu. K třetí části právní úpravy cestovního ruchu můžeme přiřadit zejména připravovaný zákon o podpoře a řízení cestovního ruchu, který spadá zřejmě do práva správního. Zmínit je třeba i úpravu daní, kde jsou i speciální normy týkající se cestovního ruchu, takže sem okrajově spadá i právo finanční.

Tato třetí část se od předchozích dvou výrazně liší i v otázce zahraničních vlivů. Zatímco zejména zákon č. 159/1999 Sb., ale zčásti i obchodní právo jako celek je výrazně ovlivňováno normami EU, tak zde je situace jiná a o otázce mohou obvykle podle vlastního uvážení rozhodovat české instituce, tedy samozřejmě zejména parlament jako schvalující orgán a jako navrhuje hlavně vláda (a ministerstva). Otázka těchto zde zkoumaných specifik cestovního ruchu – tedy hlavně připravovaného zákona o podpoře cestovního ruchu – je ovšem samozřejmě propojena s fungováním veřejné správy a systémem daní v ČR, takže reálné možnosti změn jsou s tímto komplikovaným systémem provázány. Nutno dodat, že česká veřejná správa má řadu zásadních nedostatků, k nimž výrazně přispěly ne vždy domyšlené změny veřejné správy po roce 1989 zejména na střední úrovni. Takže se zrušily velké kraje, později zcela ahistoricky vytvořily nové menší kraje, dále se zrušila většina úřadů na úrovni okresů a vytvořil se složitý systém tří základních úrovní obcí (obec, pověřený obecní úřad, obec s rozšířenou působností). V praxi to často vede k hrozivým zmatkům, které nemohou neovlivnit i cestovní ruch. Počátkem listopadu 2011 se začalo diskutovat o mimořádně kritické, ale bohužel objektivní zprávě speciální komise ministerstva vnitra o stavu českých úřadů (viz např. Právo 4.11.2011).

Připravovaný zcela nový zákon o podpoře cestovního ruchu představuje alespoň v ČR v podstatě nový fenomén. Inspirací je právní úprava slovenská, rakouská, zčásti zřejmě i švýcarská (viz např. Palatková, 2010). Podle vyjádření ministra pro místní rozvoj z ledna 2011 je třeba systémová podpora cestovního ruchu, zatímco nyní nejsou jednotlivé aktivity propojené. Rovněž je prý mj. nutné podle rakouského vzoru propagovat nejen hlavní město či klíčové cíle turistů ale všechny regiony (zpráva „Zákon o cestovním ruchu už připravujeme, oznámil ministr“, Právo 14.1.2011, s. 4). Podle řady názorů zákon vcelku správně reaguje na slabiny v řízení cestovního ruchu, což funguje na ústřední i lokální úrovni, ale zato střední úroveň je dosud problematická. Nepochybně k tomu přispěly i svérázné změny této úrovně veřejné správy (tedy okresy, kraje) po roce 1989. Na Slovensku byl v březnu 2010 přijat zákon č. 91/2010 Z.z., o podpoře cestovního ruchu. Zákon ale některé prvky nastavil dosti problematicky, kdy mj. spoléhá při financování na dobrovolné příspěvky subjektů podnikajících v cestovním ruchu.

Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu připravilo ministerstvo pro místní rozvoj v říjnu 2011, bude ovšem zřejmě nutné současně novelizovat i další právní předpisy, a to zejména úpravu veřejné správy (zákon o krajích, zákon o obcích). Otázka nové koncepce podpory a řízení cestovního ruchu je ale zatím vcelku nejasná. V této souvislosti je důležité si uvědomit, že ministerstvo pro místní rozvoj zahájilo koncem roku 2011 zpracovávání nové Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020.

4. Čtvrtou, poslední skupinu zde vymezíme jako právní předpisy související s cestovním ruchem. Jejich množství je velmi vysoké a hlavně jde o pozoruhodně rozmanité problémy jako je památková péče, ochrana přírody, doprava, ale i speciálnější otázky jako je úprava vinohradnictví či třeba cestovních dokladů. Z právního hlediska můžeme tyto problémy přiřadit nejspíše ke správnímu právu, což nám ovšem v tomto případě příliš nepomůže, protože zvláštní část správního práva je mimořádně rozsáhlá, nepřehledná a odborně často zcela nezpracovaná. Některé prvky vyvolávají značný zájem právních odborníků jako hlavně specifické právo životního prostředí (viz např. Damohorský, Právo nebo Hradec, Lexikon), zatímco třeba o problému cestovních dokladů najdeme nějaký právní přehled jen obtížně (Sládeček, Správní, s. 58-75). Tato dílčí odvětví mají přitom často velmi specifické přístupy. Zde možno uvést třeba památkovou péči, kterou nelze pochopitelně ztotožnit jen s výkladem právních norem ale i postojem společnosti a specifickými přístupy dějin umění, které se navíc složitě vyvíjejí (viz např. Památková péče v pohybu, Dějiny a současnost 34, 2012, č. 1, s. 28-43). Na rozbor těchto komplikovaných otázek zde však není prostor.

Vcelku tedy lze vidět komplikovanost právní úpravy cestovního ruchu. Vedle zde uvedených tří nebo čtyř skupin lze zmínit i mezinárodní smlouvy. Přímou se cestovního ruchu týkají mezinárodní smlouvy o spolupráci v oblasti turistiky, které uzavřela ČR s mnoha státy – v posledních letech třeba s Ruskem či Libanonem. Jejich normativní význam je ale velmi omezený, kdy zde obvykle nalezneme spíše jen proklamativní závazek spolupráce, případně vytvoření společné komise.

Celá právní úprava se přitom velmi dynamicky vyvíjí. Jde zejména o právě schválený občanský zákoník, tedy normu obecnou a mimořádně rozsáhlou a vedle ní především připravovaný speciální zákon o podpoře a řízení cestovního ruchu. Předpokládá se i zásadní

změna zákona č. 159/1999 Sb., která bude zřejmě nezbytná před účinností nového občanského zákoníku ale zatím není připravena. Význam evropské směrnice č. 90/314/EHS však zůstane samozřejmě zachován, i když předpokládaná nová podoba implementace této normy do českého práva – v novém občanském zákoníku i náhradě či novele zákona č. 159/1999 Sb. – se v řadě aspektů liší od současnosti.

Nemá smysl zde detailně rozebírat diskuse, které se týkaly přípravy občanského zákoníku, přesto je třeba říci několik poznámek. Předně nelze přehlížet, že některé prvky nového kodexu související právě s cestovním ruchem patřily vůbec k nejspornějším. Speciální odborná kritika pasáží týkajících se cestovního ruchu byla poměrně ostrá, kdy možno uvést třeba připomínky od Asociace cestovních kanceláří. Kritiku vyvolávala zejména nová právní terminologie, která by dle odpůrců spíše vedla ke zmatkům. Dalším prvkem byl dlouhodobý požadavek cestovních kanceláří i na jinou formu jejich zajištění před insolencí, která z nich prý činí vazaly pojišťoven. Přitom se správně připomíná, že směrnice č. 90/314/EHS dává i jiné možnosti jako bankovní záruku. Zcela odmítán cestovními kancelářemi byl v ČR nový institut náhrady újmy ztráty radosti z dovolené, což bylo kritizováno jako vágní povinnost, která by vedla pouze k velkému množství sporů. Doporučovalo se pouze zařadit do zákoníku odškodnění i nemajetkové újmy, ale jen při zmaření či podstatném zkrácení zájezdu. Objektivně je třeba podotknout, jak ukazují i zahraniční zkušenosti, že rizika často zbytečných a komplikovaných sporů zde skutečně jsou, jenže tuto výraznou ochranu zákazníka vyžaduje i směrnice č. 90/314/EHS. Nezačlenění takového práva zákazníka by mohlo vést i k nepříjemnému procesu před Evropským soudním dvorem, který již konstatoval nepřijatelnost menší ochrany zákazníka v této otázce ve vnitrostátním právu než stanoví směrnice – rozhodnutí z března 2002 ve věci Leitner(-ová). Odpůrci původně navrhovaného znění přesto zdánlivě uspěli. Poněkud podivný pojem ztráta radosti z dovolené byl odstraněn, avšak klíčový prvek – tedy jasná odpovědnost cestovní kanceláře i za nemajetkovou újmu zůstala zachována a to nejenom při zrušení či zkrácení zájezdu.

Ještě alespoň komparativní poznámku k slovenskému právu. Slovenské právo je totiž stále v mnohém shodné s českým – např. stejný občanský a obchodní zákoník (byť od rozpadu federace pozměněny novelami), což se ale právě s účinností nového občanského zákoníku změní. I Slovensko má speciální zákon č. 281/2001 Z.z., o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovních kancelárií a cestovních agentúr, který se velmi podobá českému zákonu č. 159/1999 Sb. Slovenský zákon o podpore cestovního ruchu je naopak inspirací pro ČR.

Vcelku je třeba říci, že právní úprava cestovního ruchu nepředstavuje nějaké tradiční a relativně uzavřené právní odvětví jako např. trestní či občanské právo, jejichž základ navíc tvoří rozsáhlý zákoník, ale jde o soubor různorodých předpisů spadajících do velmi odlišných odvětví s často velmi specifickými tradicemi. I pro odborníka jde tedy o velmi komplikovaný problém.

JUDr. et PhDr. René Petráš, Ph.D.

Univerzita Karlova – Právnická fakulta, nám. Curieových 7, Praha 1

Univerzita Jana Amose Komenského, Roháčova 63, Praha 3

(článek vznikl v rámci institucionální podpory výzkumu UJAK)

petras@prf.cuni.cz

LITERATURA:

- [1] BRUNA, Zdeněk. *Právo v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007.
- [2] DAMOHORSKÝ, Milan a kol. *Právo životního prostředí*. Praha: C. H. Beck, 2010.
- [3] ELIÁŠ, Karel a kol. *Občanský zákoník / Velký akademický komentář*. Praha: Linde, 2008.
- [4] ELIÁŠ Karel – HAVEL Bohumil. *Osnova občanského zákoníku. Osnova zákona o obchodních korporacích*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2009.
- [5] HRADEC, Vratislav. *Lexikon práva životního prostředí*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005.
- [6] KNAPP, Viktor. *Velké právní systémy / Úvod do srovnávací právní vědy*. Praha: C. H. Beck, 1996.
- [7] KULHÁNEK, Martin – IVIČIČ, Marek – JAMBOROVÁ, Lucie. *Legislativa pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006.
- [8] MARKOVÁ, Hana. *Daně a cestovní ruch*. In: Pocta Prof. JUDr. Milanu Bakešovi, DrSc., k 70. narozeninám. Praha: Leges, 2009, s. 233-239.
- [9] PALATKOVÁ, Monika. *Zákon o podpoře turismu jako předpoklad úspěšného systému marketingového řízení destinace*. Journal of Tourism and Services 2010, č. 1.
- [10] *Památková péče v pohybu*. Dějiny a současnost 34, 2012, č. 1, s. 28-43.
- [11] PELIKÁNOVÁ, Irena a kol. *Obchodní právo 1*. Vyd. 2., Praha: Wolters Kluwer, 2010.
- [12] PETRÁŠ, René. *Snahy Československa oddělit se od právních tradic v první polovině šedesátých let – interdisciplinární aspekty*. In: Společnost českých zemí v evropských kontextech. Praha (v tisku).
- [13] PETRÁŠ, René. (recenze na knihu) *Jan Štemberk: Fenomén cestovního ruchu*. Právněhistorické studie 42, s. 336-339 (v tisku).
- [14] SLÁDEČEK, Vladimír – POUPEROVÁ, Olga a kol. *Správní právo / Zvláštní část*. Praha: Leges 2011.
- [15] SYSEL Jiří – ZURYNEK Josef. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009.
- [16] TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa*. Praha: Grada, 2011.
- [17] URBANOWICZ, Paul – GRANT, David. *Tour operators, package holiday contracts and strict liability*. Journal of Business Law 2001, May, s. 253-272.
- [18] *Zákon o cestovním ruchu už připravujeme, oznámil ministr* (zpráva) Právo 14.1.2011, s. 4

SPOLOČENSKÉ A KULTÚRNE SPÔSOBILOSTI -NEVYHNUTNÁ SÚČASŤ PROFESIE SPRIEVODCU CR

SOCIAL AND CULTURAL COMPETENCE - AN ESSENTIAL PART OF PROFESSIONS TOURIST GUIDE

Daniela Hrehová

Abstrakt

Vízia: Profesia sprievodcu cestovného ruchu nadobúda významné postavenie v rámci služieb cestovného ruchu. Aby ich mohli úspešne a profesionálne vykonávať, potrebujú okrem odborných znalostí aj základné znalosti pravidiel spoločenského styku. Tie spolu s komunikáciou, imidžom sa stávajú pre profesijnú kariéru sprievodcu v oblasti cestovného ruchu čoraz dôležitejšou konkurenčnou výhodou. Základom spoločenského správania sprievodcu by mali byť slušnosť, zdvorilosť, takt a zdržanlivosť.

Cieľ: (1) Cez sebareflexiu sprievodcov cestovného ruchu poukázať na vnímanie potreby dodržiavať pravidlá spoločenského správania a potrebu disponovať spoločenskými spôsobilosťami pri vykonávaní širokospektrálnych činností, najmä vo vzťahu ku klientom.

(2) Zistiť úroveň ovládania pravidiel biznis etikety ako nerozlučnej súčasti profesijných znalostí sprievodcu CR.

Zistenia: Súčasná prax ukazuje, že poznatky z pravidiel etikety sú u sprievodcov cestovného ruchu nedostačujúce. Cestovné kancelárie, ale i asociácie sprievodcov by mali venovať tejto problematike väčšiu pozornosť a razantnejšie ju uviesť do pracovného života sprievodcov, nakoľko vysoká kvalita kultúrnych a spoločenských spôsobilostí sprievodcu tvorí pridanú hodnotu pri všetkých ním vykonávaných činnostiach, najmä vo vzťahu ku klientom.

Kľúčové slová

Etiketa, sprievodca, spôsobilosti, správanie, klienti.

Abstract

Vision: The tourist guide profession assumes a significant position in the tourism services. In order to perform it successfully and professionally the tourist guides need to know the rules of the social intercourse in addition to expertise and knowledge of basic rules of the business etiquette. These rules together with communication and image are becoming an increasingly important competitive advantage in the area of tourism for the career of the guide. The basis of social behaviour of the guide should be fairness, courtesy, tact and restraint.

Objective: (1) To point out through self-reflection of the tourist guides the perception of the need to respect the rules of social behaviour in carrying out the activities, particularly

in relation to the clients. (2) To identify the level of knowledge of the business rules etiquette as an integral part of professional skills of the tour guide.

Findings: Current practice shows that tourist guides knowledge of the etiquette rules is inadequate. Travel agencies, but also the association of the guides should pay attention to this matter more vigorously and bring it into professional life of the guides, as high quality of cultural and social skills of the guides creates added value in all activities he or she conducts, especially in relation to the clients.

Key words

Etiquette, guide, character, conduct, clients.

ÚVOD

Závery Európskej rady v Lisabone v marci 2000 potvrdzujú, že Európa sa nesporne posunula do „Éry vedomostí“ so všetkými dôsledkami, ktoré z toho vyplynuli pre kultúrny, hospodársky a sociálny život. Systémy vzdelávania a odbornej prípravy sú preto stredobodom nastávajúcich zmien. Pre členské štáty EÚ je odporúčané, aby používali rámec Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie – európsky referenčný rámec pri rozvíjaní kľúčových kompetencií pre všetkých ako súčasť stratégie celoživotného vzdelávania. Tento rámec zahŕňa osem kľúčových kompetencií [1], z ktorých sú doteraz vnímané ako okrajové: kultúrne a spoločenské. Pričom sú dôležitou súčasťou tých spôsobilostí a zručností, ktoré jedincovi umožňujú úspešne sa začleniť do pracovného života, t.j. zastávať rôzne pracovné pozície a funkcie, vedieť komunikovať a kultivovane sa vyjadrovať a správať v pracovnom, spoločenskom a osobnom živote. Na výzvach založený prístup tak spája zdroje a znalosti z rôznych oblastí [1]. Rozmanitosť a náročnosť činností, úloh a rolí v oblasti cestovného ruchu kladie aj na osobnosť sprievodcu vysoké nároky [1], napriek tomu v oblasti vzdelávania sprievodcov cestovného ruchu sú citeľné nepružné reakcie na potrebu praxe [1]. Dnešný sprievodca, ale i manažér a obchodník v jednej osobe, trávi oveľa viac času mimo kanceláriu - na cestách a na jednaniach s klientmi [1]. Plánovanie, organizovanie vedenie, komunikácia, marketing, zabezpečenie kvality, finančné riadenie, kvalita služieb, riadenie ľudských zdrojov a voľného času, dokonca aj rozvíjanie podnikateľských plánov, pokrývajú náplň práce sprievodcu dnešných dní [1]. Na to, aby ju zvládol, je treba, aby bol vybavený určitými predpokladmi, určitými vlastnosťami, schopnosťami, spoločenskými a kultúrnymi nevynímajúc [1] a vedel ich efektívne využívať na splnenie cieľov cestovnej kancelárie, pre ktorú pracuje [1].

SÚČASNÉ TRENDY V POŽIADAVKÁCH NA VLASTNOSTI SPRIEVODCOV

Sprievodca cestovného ruchu je osobnosť, „ktorú charakterizuje súhrn duševných vlastností a schopností, na základe ktorých sa pohotovo rozhoduje, koná a rieši vzniknuté situácie, z ktorých mnohé sú jednotlivé a osobitné a nie je možné s nimi vopred uvažovať. Má byť: bezúhonný, vzdelaný, svedomitý, spoľahlivý, poctivý, zdatný, schopný pracovať s ľuďmi, jazykovo spôsobilý“ [26]. Vlastnosti sú charakterizované ako základné psychické danosti, ku ktorým patria telesné a výrazové vlastnosti, temperament, charakterové vlastnosti. Rozhodujúci význam pre úspešnú prácu sprievodcu bude mať však to, ako tieto vlastnosti bude schopný rozvinúť:

Aktivačno-motivačné vlastnosti – ktoré predstavujú sústavu hodnôt pre riadenie a usmernenie správania: postoje, záujmy, aspirácie, hodnoty, ideály a pod.;

Dynamické vlastnosti – spájané s intenzitou prežívania a správania: temperament;

Sebaregulačné vlastnosti – spájané s ovládaním a riadením správania: sebahodnotenie, vôľa, svedomie, sebauvedomenie;

Výkonové vlastnosti – pre dosiahnutie predsavzatí, cieľov: fyzické vlastnosti, inteligencia, tvorivosť, všeobecné a odborné poznatky, riadiace schopnosti a iné);

Sociálno-vzťahové vlastnosti – predstavujú sústavu hodnôt uplatňovaných pri spoločenskej aktivite: vplyv, kooperácia, komunikačné schopnosti, sociálne a spoločenské spôsobilosti [1].

Autori Rux [1], Štyrský [1] upozorňujú na vlastnosti, ktoré sú pre sprievodcu absolútne vylúčené: nervozita, bojzľivosť, nerozhodnosť, nepoctivosť, arogancia, bezohľadnosť. V súčasných podmienkach sa k výrazným črtám a kvalitám osobnosti sprievodcu priradujú:

- rozvážnosť, t.j. schopnosť prijímať riadiace rozhodnutia až po dôkladnom zhodnotení dôležitých okolností a dôsledku konania [1],
- emocionálna a citová vyrovnanosť, t.j. schopnosť nepodliehať nižším citom, negatívnym emóciám ako sú hnev, závisť, zlosť, žiarlivosť a pod. [21], tie sú pravým vodítkom, prostredníctvom ktorých sprievodca čelí etickým dilemám [21],
- inteligencia, iniciatívnosť, sebadôvera,
- „helikoptérový nadhľad“ – t. j. schopnosť vidieť širšie súvislosti,
- schopnosť systémového prístupu,
- schopnosť pracovať s rôznymi klientmi – schopnosť s nimi komunikovať a spolupracovať,
- pocit komplexnej zodpovednosti,
- sledovanie a dodržiavanie vytýčených cieľov,
- skúsenosti z práce na rôznych pracovných pozíciách v domácich či zahraničných cestovných kanceláriách,
- schopnosť ovládať základy spoločenského správania a multikultúrne rozdiely [21].

Široký diapazón žiadúcich vlastností a na ne viažúcich sa schopností umožňujú sprievodcom efektívne pôsobiť v dynamicky sa meniacich podmienkach.

KVALITA SPÔSOBILOSTÍ V PROSTREDÍ INOVAČNEJ KULTÚRY CESTOVNÉHO RUCHU

Existuje veľa názorov na to, čo tvorí všeobecné spôsobilosti sprievodcu. Samotný pojem môže mať rôzny obsah. Zatiaľ čo v západných krajinách je tento pojem zvyčajne vnímaný ako súhrn vlastností a schopností niečo vykonávať, ako kvalifikácia [23], v našich podmienkach ako súbor zodpovednosti a právomoci. Ideálna je kombinácia obidvoch prístupov. Za spôsobilého je možné považovať sprievodcu, ktorý má predpoklady:

- úspešne riadiť,
- riešiť prípadné krízové situácie,
- eticky a spoločensky sa správať [21].

Potom je možné spôsobilosti sprievodcu definovať ako „súbor znalostí, schopností, zručností a skúseností ako aj fyzickej a psychickej pripravenosti tieto kvality využiť na efektívne

vykonávanie určitých úloh (funkcií a rolí) v súlade s pridelenou právomocou a všeobecným očakávaním“ [23].

Obrázok 1: Spôsobilosti sprievodcu

Funkčné	Osobnostné
tvorba stratégie voľba cieľov riadenie operácií riadenie informácií riadenie zdrojov (materiál, financie apod.) vedenie ľudí	sebapoznanie sebahodnotenie rozvoj odbornosti fyzická kondícia mentálna kondícia etiketa

Zdroj: Autor

Pri zachovaní zmyslu vyššie uvedeného členenia je možné spôsobilosti osobnosti sprievodcu, z hľadiska potrieb riešiť rôzne situácie, štruktúrovať nasledovne:

- odborné,
- riadiace,
- mravné.

Odborné spôsobilosti umožňujú sprievodcovi poznať danú oblasť činnosti a jej súvislosti. K nim možno zaradiť najmä vzdelanie a prax v danej oblasti, ekonomické a právne vedomosti, všeobecný rozhľad, pričom úroveň jednotlivých čiastkových schopností závisí od špecifik každej konkrétnej situácie [1].

Riadiace spôsobilosti sprievodcu v sebe zahŕňajú:

- rozhodovacie schopnosti – t.j. schopnosť analýzy a racionálneho rozhodovania v meniacich sa podmienkach, schopnosť rozhodovať sa pod tlakom, schopnosť riadiť realizáciu prijatého rozhodnutia,
- technické schopnosti – znalosť techník a metód riadenia, skúsenosti z ich uplatňovania pri riešení náročných a zložitých úloh,
- sociálne schopnosti – t.j. schopnosť získať ľudí, efektívne ich viesť, vedieť ich motivovať, riešiť konflikty, vplývať na ich postoje, komunikačné zručnosti, schopnosť koordinovať činnosti ľudí v skupine či tíme, stmelovať ich, zapájať ich do riešenia úloh a pod. [1], **Chyba! Nenalezen zdroj odkazů.**, [1].

Morálne spôsobilosti sprievodcu, predstavujú najmä také osobnostné kvality, ktoré mu umožňujú byť morálnou autoritou. Pričom ich ovládanie sa všeobecne zvyšuje s vekom a vzdelaním sprievodcu. Byť morálnym je výsledkom štyroch procesov: (1) morálnej citlivosti (uznanie), (2) mravného súdu, (3) morálneho zamerania (motivácia) a (4) morálneho charakteru [1].

Sebariadiace spôsobilosti sprievodcu sa spájajú s efektívnym vykonávaním pracovných činností, ktoré sú podmienené udržovaním vlastnej fyzickej a psychickej kondície či neustálym vzdelávaním sa po stránke odbornej, schopnosťou sebakritiky a pod.

Obrázok 2: Schéma poňatia spôsobilostí a efektívneho správania sprievodcu k očakávanému výkonu



Zdroj: modifikované podľa Míka, Šíma [1].

Dynamicky meníaca sa spoločnosť vytvárajúca permanentnú socializáciu a resocializáciu, neustále núti sprievodcov CK osvojovať si nové vzory správania, získavať novú sociálnu inteligenciu a sociálnu kvalifikáciu, najmä pre „permanentný dialóg“ s klientmi. Práve od toho závisí do akej miery je konečný zákazník spokojný s poskytovanou službou [15]. Ide o osobnosť, ktorá je psychicky disponovaná sústrediť sa na najdôležitejší pracovný problém a to koncentráciou času, zdrojov a svojho úsilia [22]. Vo všeobecnosti môžeme teda konštatovať, že základom úspechu sprievodcu cestovného ruchu sú tri základné charakteristiky:

- osobnostné kvality,
- profesionalita,
- schopnosť prezentovať seba a svoju prácu [22].

ETICKÝ ROZMER ČINNOSTI SPRIEVODCU

Sprievodca a cestovný ruch sú vlečené rýchlym prúdom zmien a vývojovými trendami meniaceho sa ekonomického, hospodárskeho, pracovného prostredia. Len nedávno sa ťažko prijímala myšlienka, že sa etika môže nejako spojiť s ekonomikou či ekológiou, prípadne manažmentom. Dnes je preukázané, že väčšina z pracovných problémov má etický rozmer a riešenia sa hľadajú prostredníctvom hodnôt [16]. Lebo bez etického dohľadu, nastavenia etických limitov (podporných mechanizmov) by to bolo podstatne horšie, napr. narastanie konfliktov s klientmi, narušená integrita firiem. Etika nielen môže, ale sa musí zblížovať s praxou. A práve etické kódexy predstavujú zmes odborne technických, praktických, morálnych usmernení i pre sprievodcov CR.

Etický kódex sa vo všeobecnosti definuje ako súbor noriem a predpisov, ktoré vymedzujú a upravujú vzťahy medzi členmi určitej komunity. Je štandardom, ktorý poskytuje návody pre

plánovanie, navrhovanie, udržiavanie a zdokonalenie kódexov správania sa, ktoré súvisia s interakciou organizácií s ich zákazníkmi za účelmi udržiavania a zvyšovania spokojnosti zákazníka a zlepšovania reputácie organizácie [16]. Etický kódex sprievodcu (ďalej len kódex) sa stanovuje na základe všeobecne uznávaných a všeobecne uplatňovaných morálnych pravidiel a hodnôt spoločenského styku, zásad správania [1] sprievodcu pri vykonávaní akýchkoľvek činností v cestovnom ruchu. Obsahom kódexu sú základné pravidlá správania sprievodcu, ktoré je povinný dodržiavať z hľadiska etiky spoločenského styku s klientmi a právnickými osobami, s nadriadenými a inými zamestnancami. Svetová federácia asocií sprievodcov cestovného ruchu prijala Kódex sprievodcovskej činnosti s cieľom zvýšenia profesionalizácie a zvýšenia pridanej hodnoty pre klienta zo strany sprievodcu cestovného ruchu v rámci poskytovaných sprievodcovských služieb a v tomto smere sú pre nás z kódexu zaujímavé dva body - zakotvené princípy a ciele ako:

- 1) Konať seriózne a primerane vo všetkých vzťahoch s ľuďmi a subjektmi, ktoré participujú na sprievodcovských službách, a s kolegami, ktorí pracujú v odvetví cestovného ruchu;
- 2) Chrániť renomé cestovného ruchu vlastnej krajiny a snažiť sa zabezpečiť, aby sprevádzané skupiny rešpektovali životné prostredie, kultúrne zvyklosti a životný štýl miestneho obyvateľstva v krajine [32].

Odvetvie cestovného ruchu ako celok môže prosperovať v prostredí trhovej ekonomiky, súkromného podnikania a slobodného obchodu, za predpokladu stáleho dodržiavania viacerých princípov, pravidiel a morálnych zásad. Preto bol prijatý etický kódex Členov Slovenskej spoločnosti sprievodcov cestovného ruchu (SSSCR), ktorý predstavuje súbor pravidiel korektného podnikania a výkonu povolania sprievodcu cestovného ruchu, ako aj iných aktivít potrebných ku zabezpečeniu starostlivosti o klienta v cestovnom ruchu. Dodržiavanie zásad správania a konania členmi SSSCR znamená že

- 1) budú rešpektovať a trvalo dodržiavať právny poriadok, osobitne zákony vymedzujúce podmienky podnikania a poskytovania služieb sprievodcov cestovného ruchu, zákon o ochrane spotrebiteľa a príslušné ustanovenia zákonníka práce, ako aj obchodného a občianskeho zákonníka, ktoré stanovujú pravidlá korektnej hospodárskej súťaže, chránia záujem zákazníka;
- 2) pri poskytovaní služieb sprievodcu cestovného ruchu budú plne rešpektovať a dodržiavať platné právne tuzemské i medzinárodné normy, ako daných pre územie SR ako i cudzích štátov, aj národné právne úpravy a iné zvyklosti spojené s výkonom práce sprievodcov cestovného ruchu a ďalších aktivít pre zabezpečenie starostlivosti o účastníka cestovného ruchu (vedúci zájazdu, delegát, technický sprievodca, atď.);
- 3) budú ku všetkým účastníkom cestovného ruchu korektní a zdvorilí, budú ich v plnom rozsahu ich znalostí pravdivo a úplne informovať o ponúkaných službách o povahe produktov, najmä však o stupni ich náročnosti ako aj o hroziacich nebezpečenstvách. Cestujúcim poskytnú vždy objektívne a všetky pravdivé dostupné informácie o cieľových miestach ich ciest a o podmienkach cestovania pohostinnosti v týchto miestach [6].

Z uvedeného etického kódexu vyplýva, že „správanie sa sprievodcu má byť prirodzené, priateľské, zdvorilé, slušné, taktné a diskrétné, prejavujúce sa v osobnej disciplíne,

postojoch, sebaovládání, sústredenosti, pozornosti, poznání pravidiel spoločenského styku a ich uplatňovaní vo vzťahu k všetkým účastníkom, hlavne však k ženám a starším, ako aj deťom. V každej situácii musí dodržiavať morálne zásady. V praxi platí zásada, čím menej zdvorilý je účastník, tým viac zdvorilý musí byť sprievodca“ [16].

Etický kódex svojimi funkciami:

- napomáha pri regulácii správania sa sprievodcu v súlade s istými skupinovými etickými normami,
- slúži ako nástroj na riadenie a vedenie klientov,
- pomáha riešiť konfliktné situácie,
- uľahčuje sprievodcovi rozhodnúť sa v situáciách, kedy nevie čo je správne a čo nie.

Etické správanie na všetkých úrovniach práce sprievodcu cestovného ruchu je nevyhnutné pre vlastný úspech sprievodcu i cestovnej kancelárie. Každý zo sprievodcov sa musí snažiť o čo najvyšší stupeň osobnej morálky v záujme ochrany tejto hodnoty, preukazovať úctu svojim spolupracovníkom, ako aj klientom a všetkým ostatným partnerom pôsobiacim v oblasti cestovného ruchu.

SPOLOČENSKÝ PROTOKOL SPRIEVODCU CESTOVNÉHO RUCHU AKO SÚČASŤ „ETICKÉHO KÓDEXU“

Etický kódex zakotvuje profesionálne významné požiadavky na osobnosť sprievodcu, na jeho postoje a správanie. Dôležité sú predovšetkým **požiadavky vo vzťahu k vlastnej osobe**:

- Sebazdokonaľovanie – sprievodca je povinný formovať a rozvíjať svoje kladné vlastnosti a postoje, pozorne sledovať a zbavovať sa nežiaducej stránky svojej osobnosti;
- Sebakontrola – sprievodca v oblasti svojej pracovnej pôsobnosti je povinný vyhľadávať a nadobudnúť všetky vedomosti, ktoré sú dostupné a použiteľné. Ak použiteľné poznatky nie sú jemu dostupné upozorní na túto skutočnosť svojho nadriadeného;
- Sebadisciplína – sprievodca bez usmernenia, výzvy, upozornenia alebo pripomienky svojho nadriadeného je povinný sám udržiavať vysokú mieru svojej pracovnej aktivity;
- Samostatnosť – sprievodca vo veciach, v ktorých je kompetentný, koná z vlastného podnetu.

Sprievodca si musí uvedomiť význam všetkých svojich postojov a prejavov pre verejnú mienku - klientov, svojím správaním prispieva k vytváraniu a upevňovaniu dobrej povesti CK najmä tým, že poskytuje kladný osobný príklad v postojoch ku klientom. Spôsob, akým sa sprievodca prezentuje, napovedá veľa aj o tom, ako si cení sám seba a ako si váži ostatných. Charakterizuje zmysel pre kvalitu, tvorivosť a profesionalitu [1].

Súčasťou spoločenského protokolu je aj dodržiavanie požiadaviek vo vzťahu ku klientom. V súvislosti s tým ide predovšetkým o **korektné správanie** – sprievodca sa správa zdvorilo, prejavuje ochotu a záujem o dorozumenie.

Starostlivosť o vlastnú osobu a sebaovládanie nie je – rovnako ako pravidlá slušného správania sa, niečím samoúčelným. Aj takto sprievodca rozvíja, nie obmedzuje, svoju osobnosť[6]. Sprievodcovská profesia na ktorejkoľvek úrovni práce vyžaduje využívať nielen správny spôsob uvažovania o morálnych implikáciách jednotlivých rozhodnutí a konania, ale i *sebakontrolu a samoreguláciu správania* sa k iným ľuďom taktne, profesionálne a elegantne.

Pravidlá slušného a správneho spoločenského vystupovania nestrácajú na aktuálnosti. Výzor, správanie, spôsob reči, vystupovanie na pracovných a iných stretnutiach, vystupovanie pred klientmi atď. sú pre sprievodcu dôležité. Rovnako dôležité je uvedomiť si, že kultúra, etiketa a etika sú neodlučiteľné a životne dôležité faktory na prežitie sprievodcu, agentúry a jej ziskovosť a prosperitu na náročných domácich i zahraničných trhoch [16].

ZNALOSŤ PRAVIDIEL ETIKETY DOTVÁRA OSOBNOSŤ SPRIEVODCU

Ak zhrnieme naše predchádzajúce časti, môžeme skonštatovať, že ak sprievodca chce zanechať presvedčivý dojem, správať sa v medziach etikety, tak nesmie zabudnúť na:

- *Umenie prvého dojmu* (30-40 sekúnd postačí na úsudok o tom druhom, ktorý je založený z veľkej časti na vizuálnych vnemoch. Ide o fyzické črty, vystupovanie, reč tela, gestá, oblečenie a celkovú upravenosť. Tento úsudok sa vytvára aj napriek riziku, že môže byť klamlivý);
- *Správne držanie tela* (normálny pohyb, nie pobežovanie, pevný postoj, bez prešľapovania a pod.);
- *Správnu gestikuláciu* (primeranú situácii, bez ukazovania prstom na klienta, harmonické používanie ruky na zdôrazňovanie svojich výpovedí);
- *Zodpovedajúcu mimiku* (na zdôraznenie výpovede);
- *Kultivovanú, peknú a zreteľnú výslovnosť, zodpovedajúci hlas* (pokojnou rečou sa zvyšuje koncentrácia poslucháčov - klientov, vyhýbanie monotónnosti, striedanie polohy a sily hlasu, tónu a výrazu);
- *Očný kontakt* (priamy pohľad predznamenáva záujem o klienta a vzbudzuje dôveru).

Vykonávaním rôznorodých druhov pracovných činností sa sprievodca dostáva aj do určitých spoločenských vzťahov a kontaktov. Vystupuje v mnohých roliach [27]. V takýchto situáciách nestačia len jednoduché pravidlá slušného správania. Pri rôznych príležitostiach a stretnutiach s klientmi zohráva dôležitú úlohu aj komunikácia, kultúra stolovania – sedenie pri stole, správanie pri stole vrátane konzumácie jedál a pitia nápojov [27]. Vzájomné zoznamovanie, pozdrav, predstavovanie (sprievodcu i druhých) je ďalším úsekom spoločenského a pracovného života, kde sa uplatňuje prednosť ako zákonitosť, ktorú treba dodržiavať. Čiže, pán (mladší, podriadený...) sa predstavuje dáme (staršiemu, nadriadenému...) [31]. Preto je pre sprievodcu potrebné sústrediť sa aj na tieto skutočnosti. Dôležité je pôsobiť pozitívne aj oblečením, vedieť, čo sa na akú príležitosť hodí. Dobrý imidž otvára cestu k úspechu. Každý z klientov dokáže podliehať čaru osobnosti. Zvyčajne ho zaujme sympatická komunikatívna povaha, sugestivita reči, pôsobivá mimika a gestikulácia,

upúta príťažlivý zovňajšok. Tieto všetky atribúty však strácajú na pôsobivosti, ak ich nepodporí zdvorilé správanie sprievodcu.

ANALÝZA SPOLOČENSKÉHO PROFILU SPRIEVODCU CR

Charakteristika prieskumu (cieľ, metódy, súbor)

Do prieskumu boli zaradení sprievodcovia cestovných kancelárií v Košiciach na Slovensku. Podnetom pozitívneho postoja k realizovanému prieskumu bola snaha cestovných kancelárií po neustálom zdokonaľovaní profesijných spôsobilostí vlastných zamestnancov. Významným faktorom je to, že je to jedna z ciest, ktorá bude posilňovať úspech i samotných cestovných kancelárií v konkurenčnom cestovnom ruchu, zlepši ich reputáciu, produktivitu a efektívnosť vo vzťahu k samotným klientom. Všetky spomenuté cestovné kancelárie sú dlhoročnými partnermi klientov na cestách doma a po celom svete. Ich filozofiou je poskytovať kvalitných sprievodcov, ako i kvalitu služieb a produktov za prijateľné ceny pre čo najširšiu klientelu.

a) Hlavný cieľ

Zistiť úroveň spoločenského profilu osobnosti sprievodcu cestovného ruchu a ovládanie spoločenských konvencií etikety uplatňovaných v európskych štátoch.

b) Metóda

Pre získanie empirických údajov bol použitý štruktúrovaný dotazník s ohľadom na určený cieľ. Súčasťou metodiky boli demografické údaje – pohlavie, vek, vzdelanie. Výskumná metodika bola štruktúrovaná v dvoch hlavných blokoch:

Úroveň spoločenských spôsobilostí sprievodcu CR.

Úroveň disponovania znalosťami etikety.

Otázky pre testovanie na týchto úrovniach boli konštruované ako súbory 15 položiek. Úlohou respondentov prostredníctvom dotazníka s uzatvorenými otázkami bolo

- (1) vyjadriť formou sebareflexie svoje názory na úroveň disponovania vlastných spoločenských a kultúrnych spôsobilostí a
- (2) preukázať svoje znalosti z oblasti etikety.

Výberové položky neboli pre respondentov tematicky usporiadané (odpovede na otázky sa týkali okruhov: pozdrav, predstavenie, podávanie rúk, oblečenie, stolovanie, spoločenské podujatie, terminologické výrazy etikety).

Získané empirické údaje boli spracované jednoduchou analýzou rozptylu ONEWAY a pretransformované tabuliek a grafov (v percentách).

c) Hypotéza

Predpokladali sme, že repondenti pri vykonávaných činnostiach a v kontaktoch s klientmi dostatočne nedoceňujú morálne a spoločenské pravidlá a majú v danej oblasti ešte značné rezervy.

d) Organizácia zberu údajov

Empirické údaje boli zbierané v Košiciach v mesiaci december 2011 počas jednej časti veľtrhu v Košiciach, čím bolo možné zrealizovať aj spätnú väzbu, odovzdať výsledky účastníkom priamo na mieste.

e) Výberový súbor

Výberový súbor tvorili sprievodcovia rôznych cestovných kancelárií cestovného ruchu v Košiciach (bez špecifikovaného výberového znaku) v súhrnom počte 100. Na prieskume sa zúčastnili respondenti, ktorých pracovná náplň bola rôznorodá, spojená s poskytovaním informácií po trase, v dopravnom prostriedku, komunikácii s účastníkmi a dodávateľmi služieb či riešení mimoriadnych situácií, sťažností a reklamácií a pod.

Interpretačná časť

Vychádzali sme z potreby dodržiavať pravidlá spoločenského správania pri vykonávaní širokospektrálnych činností s ohľadom najmä ku klientom.

Tabuľka 1: Frekvenčná tabuľka - vek a pohlavie

Vek	20 - 35	36 - 55	56 - 65	Spolu
Muži	14	31	15	64
Ženy	12	18	6	36
Spolu	26	49	21	100

Zdroj: Autor

V skúmanom súbore je vyššia koncentrácia mužov oproti ženám. Dominuje veková kategória 36-55 pre obe pohlavia respondentov.

Tabuľka 2: Frekvenčná tabuľka - ukončené vzdelanie a funkcia

Vzdelanie	Muži	Ženy	Spolu
Učňovské	3	1	4
Stredoškolské	24	17	41
Vysokoškolské	37	18	55
Spolu	64	36	100
Funkcia	Muži	Ženy	Spolu
Vedúci pracovník - tour manažér	6	6	12
Asistent	5	8	13
Technický sprievodca, delegát sprievodca	53	22	75
Spolu	64	36	100

Zdroj: Autor

Z hľadiska vzdelania a vykonávanej funkcie môžeme konštatovať, že proporčne nie sú viditeľné nejaké výrazné rozdiely, ak zoberieme do úvahy zastúpenie žien a mužov. Dominuje vysokoškolské vzdelanie u oboch skupín respondentov a väčšmi bola zastúpená pozícia sprievodcu delegáta a technického sprievodcu.

ANALÝZA VÝSLEDKOV DOTAZNÍKA

A. Úroveň spoločenských spôsobilostí sprievodcu CR formou sebareflexie

Tabuľka 3: Ovládanie pravidiel etikety zamestnancami CR

Otázka č. 1: Myslíte si, že ovládáte pravidlá etikety v rámci svojej profesie?	
a) skôr áno	35%
b) skôr nie	9%
c) nikdy	5%
c) nezaujíma ma to	21%

Zdroj: Autor

Respondenti v rámci sebareflexie sú toho názoru, že sú znalí pravidiel etikety a uplatňujú ich vo svojej profesii (35%). Dané percento však nie je až tak výrazné. S minimálnym rozdielom si 29% respondentov uvedomuje, že má ešte výrazné medzery v znalostiach etikety, čo považujeme za veľký nedostatok, ak zoberieme do úvahy, že väčšina respondentov má vysokoškolské vzdelanie. 21% respondentov prejavuje benevolenciu s ohľadom na ovládanie pravidiel výberom odpovede „nezaujíma ma to“.

Tabuľka 4: Forma spoločenského prejavu zamestnancov CR vo vzťahu ku klientom

Otázka č. 2: Myslíte si, že Váš spoločenský prejav vo vzťahu ku klientom ?	
a) je na dobrej úrovni	44%
b) je nedbalý	16%
c) je potrebné zdokonaľiť	32%
c) nevenujem tomu pozornosť	13%

Zdroj: Autor

Respondenti sú toho názoru, že imidž cestovných kancelárií totiž viac, ako kedykoľvek predtým, určuje správanie jeho zamestnancov. A to tak medzi sebou, ako aj voči klientom či obchodným partnerom. Väčšia časť respondentov (44%) hodnotí dodržiavanie etikety voči klientom ako vhodné, 16% opýtaných považuje svoj prejav za nedbalý a 13% mu venuje pri svojej práci minimálnu pozornosť. Pri pohľade na ďalšie výsledky si uvedomujeme, že je potrebné venovať pozornosť ďalšiemu vzdelávaniu sprievodcov, čo potvrdzuje 32% respondentov výberom položky: „potrebné zdokonaľiť sa“.

Tabuľka 5: Subjektívne hodnotenie jazykového prejavu zamestnancov CR

Otázka č. 3: Myslíte si, že kultúra vášho písomného a verbálneho jazykového prejavu	
a) je na dobrej úrovni	34%
b) je nedbalá	10%
c) je potrebné zdokonaľiť	31%
c) nevenujem tomu pozornosť	25%

Zdroj: Autor

Komunikácia, či už písomná alebo ústna, je kľúčovým prvkom práce sprievodcu. Svedčia o tom aj kladné výsledky sebahodnotenia respondentov (34%). O niečo nižšie percento (31%) respondentov má snahu zdokonaľiť sa, nakoľko si uvedomujú, že verbálny a písomný prejav je jedným zo základných predpokladov fungovania ich práce s klientmi a nedostatky v týchto prejavoch sa stávajú často príčinou problémov v riadení, plánovaní, organizovaní a v iných procesoch, pričom 25% respondentov nevenuje dostatočnú pozornosť svojmu prejavu, 10% ho vníma ako nedbalý.

Tabuľka 6: Kultúra spoločenského správania ako súčasť profesnej odbornosti sprievodcov CR

Otázka č. 4: Myslíte si, že kultúra spoločenského správania by mala byť súčasťou požiadaviek na komplexnú odbornosť sprievodcu?	
a) skôr áno	74%
b) skôr nie	0%
c) nie je to pre mňa dôležité	26%
c) neviem to posúdiť	0%

Zdroj: Autor

Vedieť sa primerane správať podľa pravidiel etikety je profesionálne, nevyžaduje si mimoriadne náklady a dnes patrí ku kľúčovej kvalifikácii sprievodcu. Potvrdili to aj výsledky, podľa ktorých je až 74% respondentov presvedčených, že dokonalé vystupovanie podčiarkuje odbornú kompetentnosť, dodáva suverénnosť a slúži na „otváranie dverí“ k úspechu vo vykonávanej práci sprievodcu, ako aj k osloveniu klientov, plneniu ich očakávaní. Dodržiavanie pravidiel spoločenského správania transformované do sveta cestovného ruchu je podľa respondentov čoraz dôležitejšie. Hoci kladná odpoveď na otázku: „Ovládáte pravidlá etikety v rámci svojej profesie?“ bola zastúpená len u 35% respondentov.

ZHRNUTIE

Z uvedených odpovedí respondentov, bez rozdielu pohlavia, vyplýva potreba zvýšiť kvalifikačný potenciál sprievodcov pracujúcich v oblasti služieb cestovného ruchu s dôrazom na ovládanie zásad spoločenskej etikety, ktoré sú súčasťou už v úvode spomínaných kľúčových kompetencií. Respondenti si uvedomujú, že ich správanie v pracovnej pozícii sprievodcu musí byť prirodzené, priateľské, zdvorilé, slušné, taktné a diskrétné. Malo by sa to prejavovať v postojoch, v sebaovládaní a sústredenosti, v pozornosti, v správnej

komunikácii a vo vhodnom konaní. Respondenti by si mali byť vedomí, že svojím profesijným a kultivovaným správaním môžu udržať klienta v optimistickej nálade aj v kritických situáciách, napr. pri neúspešnom výlete, havárii či úraze a v najzložitejších situáciách tak zabrániť precitlivým, urážlivým reakciám. V praxi platí zásada: čím menej je zdvorilý klient, tým viac musí byť zdvorilý sprievodca. A práve v tejto rovine respondenti uvádzajú značné nedostatky, čím sa len potvrdil náš predpoklad.

B. Úroveň disponovania znalosťami etikety (výsledky testovania)

Výsledky dotazníka ukazujú, do akej miery sprievodcovia cestovného ruchu ovládajú pravidlá spoločenského styku, kde sú ich slabé miesta. Otázky boli formulované jasne a konkrétne. Boli kladené tak, aby nenavádzali respondentov k odpovediam (správne odpovede sú v tabuľke zaznamenané kurzívou).

Tabuľka 7: Zadelenie súboru noriem správania

Otázka 1: Súbor spoločenských zvyklostí, pravidiel upravujúcich spoločenské správanie a správanie sa v pracovnom styku nazývame

a) Etika	21%
b) Estetika	12%
c) <i>Etiketa</i>	67%

Tabuľka 8: Definícia protokolu

Otázka 2: Pod pojmom diplomatický protokol rozumieme

a) Zaužívané pravidlá bežného spoločenského styku	2%
b) Správanie sa podľa zásad etikety	11%
c) <i>Súhrn medzinárodných noriem a pravidiel, ktorými sa riadi po formálnej stránke styk predstaviteľov rôznych štátov, diplomatické akty a ceremónie</i>	87%

Tabuľka 9: Prvý dojem

Otázka 3: Dojem profesionála si v prvom rade tvorí

a) <i>Oblečenie, charizma, osobný štýl</i>	64%
b) Komunikácia	13%
c) Prejav slušnosti	23%

Tabuľka 10: Správanie sa v reštaurácii počas pracovného stretnutia

Otázka 4: Pri pracovnom obede/večeri v reštaurácii je povolené mať na prestretom stole

a) Mobilný telefón	22%
b) Firemné materiály	8%
c) Notebook	4%
d) <i>Poznámkový blok</i>	66%

Tabuľka 11: Princípy spoločenskej prednosti

Otázka 5: Aká je hierarchická štruktúra v spoločnosti

a) <i>Dáma – starší – nadriadený</i>	51%
b) Starší – dáma – nadriadený	37%
c) Nadriadený – dáma – starší	12%

Tabuľka 12: Podanie ruky

Otázka 6: Kedy by ste sa mali vzdať podania ruky pri kontakte s klientom

a) Nikdy	56%
b) <i>Pri ťažkostiach s podaním ruky starším ľuďom, neupraveným klientom, nesympatickým klientom (ruka sa neponúka a klient sa hneď usadí)</i>	36%
c) Ak je žena v spoločnosti iného muža	8%

Tabuľka 13: Stolovanie

Otázka 7: Kam patrí pri stolovaní plátenný obrúsok

a) Na ľavú stranu taniera	26%
b) <i>Na kolená</i>	74%
c) Nezáleží na tom	0%

Tabuľka 14: Oslovenie

Otázka 8: Klienta oslovíme so sprievodným pán predovšetkým

a) Menom	3%
b) <i>Priezviskom</i>	21%
c) Menom a priezviskom	76%

Tabuľka 15: Pravidlá pri stolovaní

Otázka 9: Dekorácia na tanieri

a) <i>Môžeme zjesť</i>	34%
b) Nemôžeme zjesť	45%
c) Neviem	21%

Tabuľka 16: Závaznosť pravidiel spoločenského správania

Otázka 10: Pravidlá spoločenského správania sú

a) bezpodmienečne záväzné	24%
b) <i>nezáväzné</i>	71%
c) podľa potreby	5%

Tabuľka 17: Gastronomické pravidlá

Otázka 11: Chlieb sa láme pri jedení prívarku

a) len v reštaurácii/jedálni	56%
b) len domácom prostredí	31%
c) <i>zásadne sa neláme</i>	4%

Tabuľka 18: Správne gastronomické pravidlá

Otázka 12: Pri dojedaní polievky tanier

a) nakláňame zásadne vpravo	13%
b) <i>nakláňame dopredu</i>	57%
c) nenakláňame vôbec	30%

Tabuľka 19: Pravidlá odievania

Otázka 13: Klobúk/šiltovka sa nemusí sňať z hlavy len

a) keď nemáte čas a veľmi sa ponáhľate	28%
b) <i>keď nemáte voľné ruky (nesiete napr. dáždnik a pod.)</i>	40%
c) vo vestibule/vstupnej hale firmy	42%

Tabuľka 20: Pravidlá telefonovania

Otázka 14: Pracovný telefonát by mal zvyčajne ukončiť

a) spoločensky významnejší účastník rozhovoru (napr. nadradený, spoločensky staršia osoba)	29%
b) ten, kto bol iniciátorom telefonátu	61%
c) nezáleží na tom, kto ukončí telefonický hovor	10%

Tabuľka 21: Pravidlá písomného prejavu

Otázka 15: Základné eticko estetické minimum pravidiel písaného prejavu – styku elektronického toleruje (do určitej miery) oproti klasicky písanému

a) <i>nedodržanie interpunkčných znamienok</i>	47%
b) nedostatočnú estetickú úhladnosť a úpravu textu	41%
c) nedostatočnú zrozumiteľnosť a štylizáciu textu	12%

Tabuľka 22: Pravidlá pri stretnutiach

Otázka 16: Najdôležitejším predpokladom dobrých pracovných, obchodných a spoločenských stretnutí je

a) <i>ohľaduplnosť a zdvorilosť</i>	45%
b) trpezlivosť a diskretnosť	31%
c) pozornosť a ochota	24%

Tabuľka 23: Pravidlá tykania

Otázka 17: Návrh na tykanie sa

a) <i>môže odmietnuť, nepovažuje sa to za nezdvorilosť</i>	20%
b) môže odmietnuť, ale považuje sa to za nezdvorilosť	64%
c) nemôže odmietnuť, považuje sa to za nezdvorilosť	26%

Tabuľka 24: Správne použitie spoločenských výrazov

Otázka 18: Ak chcete niekoho požiadať o ospravedlnenie, prípadne osloviť ho v čase prílišnej zaneprázdnenosti, za nevhodný výraz sa v danej situácii považuje

a) ospravedlňte ma, prosím...	4%
b) pardon...	68%
c) <i>s dovoľením...</i>	28%

Tabuľka 25: Pravidlá vykania

Otázka 19: Správna forma vykania pri nejakej prosbe znie

a) <i>mohli by ste mi prosím...</i>	84%
b) <i>mohol by ste mi prosím...</i>	12%
c) <i>prosím dovoľíte požiadavku...</i>	4%

Tabuľka 26: Pravidlá podania ruky

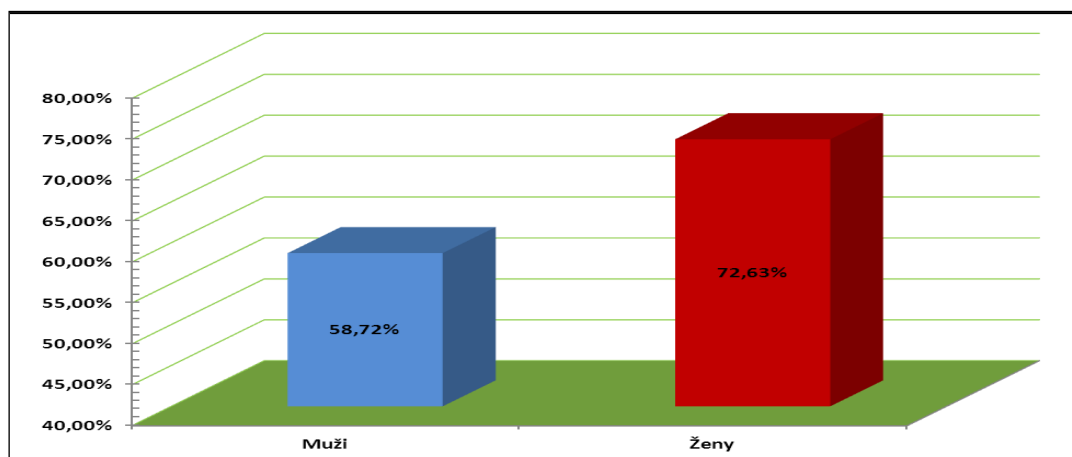
Otázka 20: Muž podáva ruku v rukavici

a) <i>za žiadnych okolností</i>	28%
b) <i>iba s mužmi navzájom</i>	54%
c) <i>iba, ak je chorý (napr. nachladený)</i>	15%

Z vyhodnotenia odpovedí možno vo všeobecnosti konštatovať, že v ovládaní pravidiel spoločenského styku majú sprievodcovia cestovného ruchu ešte určité medzery. Lepšie a presnejšie znalosti vykazovala ženská časť respondentov, kde sa prakticky nevyskytovali až natoľko chybné odpovede. Ženy sú v základných pravidlách spoločenskej etikety zbehlejšie. Odpovede mužskej časti respondentov sa do značnej miery líšili. Zrejme to vyplýva z toho, že malé priestupky a nedostatky dokážu viac ignorovať na rozdiel od žien a častejšie si nechávajú poradiť v úprave zovňajšku, pri výbere šatníka na isté príležitosti alebo pri stolovaní. Sprievodca cestovného ruchu je nútený uplatňovať normy a zásady bežnej spoločenskej etikety, aktuálnej pre každodenný kontakt s klientmi, ktorá vyžaduje prirodzenú slušnosť, odmieta neprirodzenosť, prehnanosť, neúprimnosť. Jej porušenie môže mať nielen spoločenské, ale aj morálne následky, dokáže zničiť kariéru človeku a z výsledkov viacerých prieskumov vyvstáva, že jej neznalosť sa považuje za vážny spoločenský a pracovný problém.

GRAFICKÉ ZNÁZORNENIE – CELKOVÉ VÝSLEDKY

Graf 1: Úspešnosť zvládnutých odpovedí pravidiel etikety mužov a žien



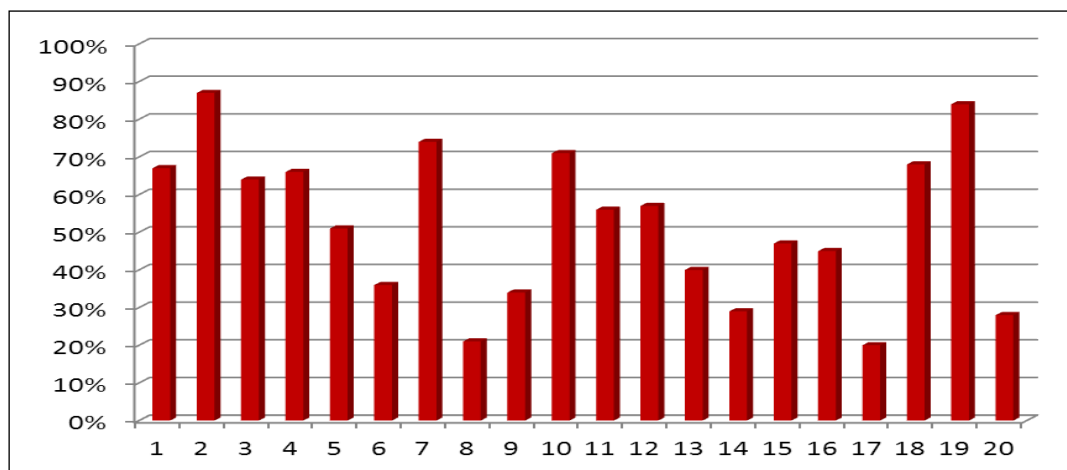
Zdroj: Autor

Pri vyhodnotení skupín respondentov – muži a ženy (Graf 1) môžeme konštatovať čiastočne odlišné znalosti skúmanej problematiky. Znalosti respondentov sa pohybovali v rozmedzí od 58,72% až do 72,63%.

Pri vyhodnocovaní prieskumu sme sa zamerali nielen na percentuálne vyhodnotenie úspešnosti v jednotlivých skupinách: muži - ženy, ale tiež sme zisťovali (Graf 2), aký výsledok dosiahli respondenti pri porovnaní počtu správnych odpovedí na otázky. Celkový priemer dosiahnutých správnych odpovedí bol 52%.

Sumarizujúci hárok poukazuje na percentuálnu rozdielnosť odpovedí respondentov. Z čoho vyplýva, že síce dokážu vnímať prejavy vlastného správania a konania, ale už menej dokážu odhadnúť a korigovať ich dôsledky, teda potrebujú uplatňovať spoločenské spôsobilosti a sociálne prospešné zmeny v medziosobných vzťahoch s klientmi. Daný záver potvrdzujú aj výsledky odborníkov zo Spojených štátov amerických. Závěry štúdií, ktoré vypracovala Harvardská i Stanfordská univerzita v spolupráci s Carnegiego nadáciou, upozorňujú na to, že úspech v zamestnaní len z 15% závisí od odbornej spôsobilosti. Rozhodujúcich 85% pripadá na spoločenskú spôsobilosť.

Graf 2: Sumarizujúce výsledky všetkých sprievodcov o pravidlách spoločenského správania



Zdroj: Autor

Analýza charakteru osobnosti sprievodcu CR umožnila vytvoriť celkový obraz na sebahodnotenie spôsobilostí sprievodcov na určených úrovniach. Z hľadiska výsledkov a ďalších perspektív sa ukazuje ako dôležitá harmonická interakcia odborných poznatkov s profesijnou činnosťou, teoretických vedomostí s vhodnou aplikáciou a so sprostredkovaným zážitkom, kvality s kvantitou.

IMPLIKÁCIA PRE PRAX

Prienik a rozvoj informačných a komunikačných technológií do všetkých oblastí ľudskej činnosti si vynútilo naučiť sa a využívať nové zručnosti a spôsoby práce. Na sprievodcu sú kladené ďalšie požiadavky: požiadavka reality, globality, sociability, finality, kritickosti, racionality, efektívnosti, spoločenského správania. A z uvedených výsledkov je citeľné, že často prehliadanou oblasťou je práve kultúra spoločenského styku a správania sa, vonkajší vzhľad, kultúra neverbálneho prejavu, kultúra jazykového prejavu. Tieto časti spolu úzko súvisia, vzájomne sa ovplyvňujú, dopĺňujú, sú prítomné v každej situácii, v každom

vystupovaní sprievodcu vo vzťahu ku kolegom, obchodným partnerom, ale predovšetkým ku klientom. V správaní sa totiž najväčšmi prejavuje „jednota mravných a estetických zásad vnútorného a vonkajšieho sveta človeka“ [15]. Tu sa otvára priestor na odvodenie určitej **stratégie odporúčaní** pre cestovné kancelárie na skvalitnenie práce sprievodcov najmä vo vzťahu ku klientom:

Iniciovať potreby rozvoja vlastnej osobnosti sprievodcu, tvorbu iných hodnotových preferencií s prínosom pre samých seba.

Vybudovať knižnicu a zabezpečiť kvalitnú odbornú i populárnu zahraničnú literatúru.

Požadovať poradenstvo k získaniu základných vedomostí a komplexného prehľadu teoretických a praktických informácií o protokole biznisu, o spoločenskej etikete s odrazom na celkové správanie a konanie vo vzťahu ku klientom.

Využívať vzdelávacie inštitúcie pôsobiace na Slovensku i v zahraničí pre rozšírenie vedomostí a skvalitnenie zručností sprievodcov – účasťou na vzdelávacích školiaciach programoch a špeciálnych tréningoch.

Potreby vzdelávania identifikovať s monitoringom kompetenčnej odbornej úrovne sprievodcov formou využitia výsledkov personálneho auditu, formou zisťovacích dotazníkov a komunikácie so zamestnancami za účelom zistenia potrieb vzdelávacích aktivít v oblasti kultúry spoločenského styku.

Uskutočňovať osobné stretnutia sprievodcov z rovnakých profesií, ale rôznych lokalít.

Dopracovať etické kódexy, ktoré sú jeden z mechanizmov, ktorý pomáha vytvoriť a udržať vyšší morálny štandard správania zamestnancov. Etické kódexy jednak stimulujú identifikáciu sprievodcu s cieľmi a záujmami CK, jednak určujú zásady správania sa voči klientom, partnerom v záujme udržiavania žiadúceho image CK, nakoľko by sa inak ukotvili „divoké“ trhové praktiky, extrémne pragmatické prístupy a nekultúrne spôsoby v riadení i správaní sa vo vzťahu k partnerom a klientom.

Nezanedbateľný prínos vzdelávacích aktivít v rámci kultúrno-spoločenskej kompetencie spočíva i v

- samoštúdiu literatúry, materiálov, dokumentov;
- e-learningu;
- asistencii – tieňovania v spolupráci so skúsenosťnými spolupracovníkmi, priamym vedúcim, externými trénermi – mentormi, tútormi;
- rotácii – procesom prechodu rôznych pracovných miest, pozorovaním rôznych pracovných činností s cieľom osvojiť si súbor rôznych pracovných a spoločenských činností, schopností a zručností;
- koučovaní – prostredníctvom odborníka, manažéra s využitím rôznych foriem komunikácie: riadená diskusia, kladenie otázok s cieľom zvyšovanie výkonu, riešenie problémov;
- rekvalifikácii;
- rozširovaní práce formou doplnenia náročnejšej, zodpovednejšej činnosti.

Vzdelávanie v oblasti pravidiel etikety môže prebiehať s využitím širokej škály metód, aby sa poznatková výbava sprievodcov zmenila na skúsenostnú s použitím v praxi:

- v rámci pracoviska (na mieru šitého programu vzdelávania, napr. metódou demonštrovania),
- mimo pracoviska (vo vzdelávacích kurzoch, napr. metódou učenia sa hrou, simuláciou, skupinovými tréningami),
- na pracovisku i mimo neho (pomocou počítačov, projektov, inštruktáží).

Zo vzdelávacích metód by malo ísť najmä o prednášky, praktické cvičenia, samoštúdium literatúry, materiálov, dokumentov, výcvik v teréne, prípadové štúdie a simulácie, e-learning a pod.

V neposlednom rade je tu ešte úloha univerzít, ktoré by sa mali usilovať viesť svojich budúcich absolventov CR nielen k akademickým vedomostiam, ale taktiež ďalším profesijným spôsobilostiam, ako byť empatickým, asertívnym, ovládať svoje emócie či sebaisto sa pohybovať v spoločnosti klientov. Zdieľame názor Hlavčákovej [15], že súčasná spoločnosť ešte stále neprekonalá vákuum, ktoré spôsobila absencia spoločenskej výchovy v nedávnej minulosti, keď socialistický spôsob života vnímal etiketu ako malomeštiacky prežitok, ktorý sa považoval za negatívny spoločenský jav. Dnes vnímame **spoločenské** vystupovanie, celkový osobný prejav **sprievodcu** CR za jeden z piliérov jeho profesijného úspechu.

Vytvorenie spoločenko-eticko-kultúrneho kompasu rozvoja uvádzaných spôsobilostí je tak veľkou výzvou ako pre etikov, pedagógov, tak aj pre samotných členov staronovej formujúcej sa profesie sprievodcu cestovného ruchu.

Na záver uvádzame niekoľko praktických myšlienok:

1. Zdvorilé vystupovanie sa považuje za prejav úcty voči klientom a je dôkazom úrovne osobnosti sprievodcu. Netreba ho podceňovať.
2. Nestačí pravidlá spoločenského správania len naštudovať, treba ich aj používať. Len tak budú oporou najmä v stresových či krízových situáciách.
3. Správať sa primerane, znamená správať sa primerane svojmu postaveniu.
4. Úctivosť neznamena servilnosť. Ústretovosť nezamieňať za živiálnosť.
5. Nevtieravosť nie je potrebné považovať za odmeranosť či aroganciu.
6. V zamestnaní je vhodné prispôbovať sa požadovanej firemnej kultúre.
7. Dobré správanie prispieva k dobrému imidžu, rovnako ako primeraná mimika, gestikulácia a kultivovaný rečový prejav. Upravený zovňajšok a správny výber odevu dojem ešte umocní.

ZÁVER

Cestovný ruch ako jeden z prvkov realizovania vnútorných potrieb človeka – klienta a tiež dôležitý faktor ekonomického, kultúrneho a sociálneho rozvoja, má v súčasnej podobe nezastupiteľný význam a bude ho mať aj v budúcnosti. Nástup „novej“, „informačnej“, „nehmotnej“, najčastejšie „znalostnej“ ekonomiky ponúka priestor pre mnoho úvah. Ale jedno je isté. Produkcií totiž začína dominovať duševný kapitál. Rozhodujúcim faktorom prosperity organizácie sa stali ľudia, duševný kapitál, ktorým firma disponuje, kapitál, ktorý

produkuje nápady. Zamestnanci disponujúci potrebnými znalosťami sú najcennejším aktívom organizácií a firiem.

Etiketa je svojou podstatou konzervatívny prvok v správaní, má dôležitú stabilizačnú funkciu v spoločnosti a preto by ju „módne novinky“ nemali rozkolísať. Spoločenské správanie prestáva byť súkromnou vecou človeka, ale stáva sa aj nutnou pracovnou podmienkou. Dobré spôsoby správania sa znova vyžadujú. So strnulou etiketou a nepružnými pravidlami už dávno nemajú nič spoločné. Istota a štýl v zaobchádzaní s klientmi, obchodnými partnermi a kolegami sú súčasťou sociálnej kompetencie a patria ku kľúčovej kvalifikácii i v povolaní sprievodcu. Ovládanie etikety dodáva vystupovaniu sprievodcu sebavedomie, istotu a profesionalitu. V takýchto chvíľach sa vysoká odbornosť a kompetentnosť kombinujú so sociálnymi zručnosťami, ktoré by mal sprievodca zvládať úplne automaticky, aby ho niektoré pravidlá etikety neprekvapili, nerušili, ale naopak podporili v úspešnom riešení úloh, problémov, koncepcií, návrhov a pod.

Sprievodcovia totiž nereprezentujú len seba, ale svojou osobou funkciu, ktorú zastávajú; cestovnú kanceláriu, ktorú zastupujú a krajinu, ktorú reprezentujú.

PhDr. Daniela Hrehová, PhD.

Technická univerzita

Vysokoškolska 4

040 01 Košice

Slovensko

Daniela.Hrehova@tuke.sk

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] AP, J., WONG, K. F. K. Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. In: *Tourism Management*, 2001 (22), s. 551-563. ISSN 0261-5177.
- [2] Being a Tourist Guide Does It Still Make Sense? [online] 13.1.2011. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.articlesbase.com/career-management-articles/being-a-tourist-guide-does-it-still-make-sense-4031587.html>>.
- [3] BERRY, S. *STGA tourist guide training - Helping guides to acquire professional knowledge and skills*. [online] 2012. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <www.articleclick.com>.
- [4] BOB, C., GRIGORESCU, A. Tourism companies performances and managerial skills. In: *MPRA Paper*, 2006, 1 (25), s. 107. ISSN 1846-288X.
- [5] BOROŠ A KOL.: *Psychológia*. Bratislava: Iris, 2003. 286 s. ISBN 80-887-788-7-5.
- [6] BRÁZDOVÁ, D. *Pravidlá spoločenského správania – čo sa patrí a čo nie*. Bratislava: Iris, 1992. 103 s. ISBN 80-90005-306-8.
- [7] CLEGG, S., KORNBERGER, M., PITSIS, T. *Managing and Organisations An Introduction to Theory and Practice*. London: Sage, 2005. 562 s. ISBN 10: 0761943897.
- [8] COHEN, E. The Tourist Guide: the Origins, Structure and Dynamics of a Role. In: *Annals of Tourism Research*, 1985, 12 (1), s. 5-29. ISSN 0160-7383.

- [9] CSIKÓSOVÁ, A., WEISS, E. Zaostalost' je spoločenská výzva. In: *Verejná správa*, 2008, 63 (1), s. 20-21. ISSN 1335-7883.
- [10] DICHTER, E. What is an Image? In: *Journal of Consumer Research*, 1985, 13 (March), s. 455-472. ISSN 0093-5301.
- [11] Do you possess the skills for Tour Guide Jobs. [online] 17.3.2011. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ausomejobs.com/do-you-possess-the-skills-for-tour-guide-jobs-N16718.html>>.
- [12] EL-SHARKAWY, OMNEYA, K.: Exploring Knowledge And Skills For Tourist Guides: Evidence From Egypt. In: *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2007, 2 (2), s. 77-94. ISSN 1790-8418.
- [13] Ethical Decision Making and Behavior. [online] Chapter 7, s. 235-269. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <http://www.sagepub.com/upm-data/39590_Chapter7.pdf>.
- [14] ETICKÝ KÓDEX ČLENOV SSSCR. [online] 2012. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <www.navstivte.sk/Etický_kodex_clenov_SSSCR>.
- [15] HREHOVÁ, D., CEHLÁR, M., DREVKO, S. Globalizácia a vzdelávanie. In: *Globalizácia a zmeny v štruktúre ekonomiky a spoločnosti*. Bratislava: STU, 2008, s. 30-33. ISBN 978-80-227-2906-2.
- [16] HLAVČÁKOVÁ, S. *Etiketa a protokol*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2004. 189 s. ISBN 80-223-1875-2.
- [17] CHORVÁTH, F., ORLÍK, J. *Lexikón slušného správania*. Bratislava: MATYS, 1997. 215 s. ISBN 80-9678-380-7.
- [18] Kritériá hodnotenia na titul Osobnosť cestovného ruchu SR za rok 2009 odovzdávaného na veľtrhu cestovného ruchu ITF SlovakiaTour 2010 v Incheba Expo Bratislava. [online] 2010. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <www.economy.gov.sk/osobnost-cestovneho-ruchu-sr-5977/127662>.
- [19] LISZKA, J. J. *Moral Competence: An Integrated Approach to the Study of Ethics*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2001. 448 s. ISBN 13: 978-0130341549.
- [20] LUTHEROVÁ, D. Predslov. In: CHORVÁTH, F. – ORLÍK, J.: *Lexikón slušného správania*. Bratislava: MATYS, 1997. 215 s. ISBN 80-9678-380-7.
- [21] MAJERČÁK, P., FARKAŠOVÁ, V. Osobnosť riadiaceho pracovníka v súčasných podmienkach modernej trhovej ekonomiky. In: *Manažment v teórii a praxi*, 2, 2005, s. 25-29. ISSN 1336-7137.
- [22] MIHALČOVÁ, B., BOSÁJOVÁ, M., OLEXOVÁ, C. *Vybrané kapitoly z organizácie manažérskej práce*. Bratislava: Podnikovohospodárska fakulta v Košiciach Ekonomickej univerzity v Bratislave: Ekonóm 2003. 120 s. ISBN 80-2251-630-9.
- [23] MÍKA, V. T. Základy manažmentu. Virtuálna kniha. [online]. *Vybrané prednášky pre študentov externého štúdia FŠI ŽU*. Žilina: 2006. ISBN 978-80-88829-78-2. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <http://fsi.uniza.sk/kkm/publikacie/mika_ma.html>.
- [24] MÍKA, T. V., ŠIMÁK, L. Kompetenčné prístupy vo verejnej správe – možnosti a obmedzenia. In: *Ekonomický a sociálny rozvoj Slovenska*. Bratislava: Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy, 2010, s. 647-657. ISBN 978-80-970495-4.

- [25] MÍKA, V. Personality and Competencies of Crisis Managers. In: *Zborník Global Business & Economic Development*. Bratislava: FM UK – New Jersey: Montclair State University, 2001. 320 s. ISBN 80-2428-780-7.
- [26] PRIBIŠOVÁ, S. *Ambasádor turistov*. [online] 2008, s. 2. [citované 1.3.2012]. Dostupné na internete: <<http://podnikanie.etrend.sk/podnikanie-biznis-pribehy/ambasador-turistov.html>>.
- [27] REISINGER, Y., STEINER, C. Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism. In: *Current Issues in Tourism*, 2006, 9(6), s. 481-498. ISSN 1368-3500.
- [28] RUX, J. Jak dál v práci průvodců cestovního ruchu. In: *COT Business*, november 2005, s. 1-4. ISSN 1212-4281.
- [29] RYBÁR, P., BALÁŽ, B. Education of geotourism at Technical university Kosice. In: *Global Geotourism*. Fremantle: ECU, 2008, s. 337-340. ISBN 1863081461.
- [30] SAAYMAN, M. *En route with tourism: an introductory*. 2nd edn. Leisure Consultants and Publications, Potchefstroom. 2007. ISBN 1868222675.
- [31] SAAYMAN, M. *Hospitality, leisure and tourism management*. Institute for Tourism and Leisure Studies and Leis, 2002. 509 s. ISBN 13: 978-1868223961.
- [32] Sprievodca a delegát v cestovnom ruchu. [online]. [cit. 12.3.2012]. Dostupné na internete: <www.pricemnia.sk/>.
- [33] ŠÍP, J. Vzdělávání v cestovním ruchu na českých školách. [online] *Studia turistica*, Únor 2010, s. 2-7. [cit. 1.3.2012]. Dostupné na internete: <<https://www.vspj.cz/tvurci-cinnost/casopisy-vspj/studia-turistica>>.
- [34] ŠPAČEK, L. *Nová velká kniha etikety*. Praha: Mladá fronta, 2008. 268 s. ISBN 978-80-20419-54-5.
- [35] ŠTYRSKÝ, J. Jak dál v práci průvodců cestovního ruchu. In: *COT Business*, červen 2005, s. 16. ISSN 1212-4281.
- [36] VALICA, M., HARKABUS, Š. *Rozvoj osobnosti manažéra*. Banská Bystrica: Metodické centrum, 1996. 36 s. ISBN 80-8041-128-X.
- [37] VANÍČEK, J. Příspěvek k diskuzi o vzdělávání v oblasti cestovního ruchu. In: *COT Business*, červen 2005, s. 12 – 13. ISSN 1212-4281.
- [38] WEILER, B., HAM, S. H. Perspectives on the Future of Tour Guiding. In: LOCKWOOD, A. MEDLIK, S. *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. Butterworth-Heinmann, 2001, s. 256-264. ISBN 978-0750-646-76-5.
- [39] WHETTON, D., CAMERON, K., WOODS, M. *Developing Management Skills for Europe*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2007. 728 s. ISBN 978-0131-74742-5.

CESTOVNÍ RUCH PŘESTAL BÝT SAMOSTATNOU OBLASTÍ VZDĚLÁVÁNÍ

V rámci Operačního programu vzdělávání pro konkurenceschopnost jsou realizovány Individuální projekty národní (IPn). Jedním z nich je Kvalifikační rámec terciárního vzdělávání (QRAM). Cílem projektu je zastřešit výstupy terciárního vzdělávání prostřednictvím kvalifikačního rámce, který bude zároveň kompatibilní s kvalifikačním rámcem v evropském prostoru vysokoškolského vzdělávání. Výstupem z projektu je popis jednotlivých oblastí vzdělávání, očekávané znalosti, dovednosti a kompetence absolventů vysokých škol pro jednotlivé stupně vzdělávání (bakalář, magistr, doktor) společné pro všechny oblasti vzdělávání a odborné znalosti a dovednosti pro jednotlivé oblasti vzdělávání. Budou využívány při akreditaci, a proto je musíme využívat i při psaní výstupů z jednotlivých předmětů.

Na projektu pracoval od roku 2009 tým asi 100 lidí ze všech oblastí vzdělání. Jeho skromnou součástí byla pracovní podskupina Cestovní ruch a hotelnictví ve složení Zdenka Petrů (VŠE Praha), Blažena Křížová (VŠO Praha) a Jaromír Rux (Vysoká škola polytechnická Jihlava) pod vedením předsedy pracovní skupiny Michala Karpíška (Sdružení profesního terciárního vzdělávání).

Původních 42 oblastí vzdělávání bylo nahrazeno nově vymezenými 39 oblastmi. Cestovní ruch již není samostatnou oblastí vzdělávání, ale je zařazen do skupiny Ekonomických věd. V jejich rámci budou využity i zpracované deskriptory vzdělávání pro bakalářský a magisterský stupeň studia. Doktorský stupeň pro obor cestovní ruch nebyl zpracován, protože se na žádné vysoké škole v České republice nevyučuje.

RNDr. et PaedDr. Jaromír Rux, CSc.
Katedra cestovního ruchu
VŠP Jihlava

ZASTOUPENÍ ČESKÉ REPUBLIKY NA MEZINÁRODNÍ KONFERENCI AKADEMICKO-VĚDECKÉ OBCE STÁTNÍ UNIVERZITY TĚLOVÝCHOVY, SPORTU, MLÁDEŽE A CESTOVNÍHO RUCHU V MOSKVĚ

Ve dnech 29. 2. – 4. 3. 2012 se na půdě Státní univerzity РГУФКСМиТ (Ruská státní univerzita tělovýchovy, sportu, mládeže a cestovního ruchu) v Moskvě uskutečnila mezinárodní vědecko-praktická konference akademických pracovníků. Moskevská státní univerzita patří mezi ruské tradiční univerzity – svou historii začala psát v květnu 1918. Za dobu své historie poskytla vzdělání více než 50 000 studentům, z čehož bylo více než 4000 zahraničních studentů ze 115 zemí světa. V současnosti studuje na univerzitě 5000 studentů, z nich je 200 zahraničních. Navštěvují programy ve formě bakalářského i magisterského studia, studia doktorského i kandidátského, účastní se zahraničních praxí a stáží. Vzdělání získávají studenti v oboru tělovýchovy a sportu, vzdělávání mládeže a mládežnických volnočasových aktivit, pedagogiky, cestovního ruchu. Katedra cestovního ruchu spolupracuje s řadou zahraničních vysokých škol a univerzit, podoborem této katedry je gastronomie jako nedílná součást cestovního ruchu, animační programy a volnočasové aktivity.

Každoročně konaná konference hostila 117 vystupujících odborníků, kteří prezentovali své příspěvky v sedmi samostatných sekcích věnovaných tělovýchově, volnočasovým aktivitám mládeže a cestovnímu ruchu.

Novinkou byla právě sekce věnovaná cestovnímu ruchu. Tématem a mottem byly **Aktuální otázky realizace strategie rozvoje domácího a výjezdového cestovního ruchu v Ruské Federaci**. Jako jediná reprezentantka České republiky vystoupila se svým příspěvkem Mgr. Monika Klímová, členka katedry cestovního ruchu Vysoké školy hotelové v Praze. Za příspěvek do konference s názvem *Aktuální a etické otázky příjezdového cestovního ruchu turistů z Ruské Federace v České republice* získala ocenění odborné poroty. Příspěvek vycházel z vlastního výzkumu autorky, uskutečňovaného v rámci doktorského studia na Karlově univerzitě, Fakultě humanitních studií. Rozšířený a doplněný příspěvek na stejné téma autorů M. Klímové a J. Žufana bude otištěn ve sborníku z Konference.

V sekci věnované turismu se odborníci věnovali možnostem oživení domácího cestovního ruchu Ruské Federace, pestřejšímu využití kulturně-historických památek v oblasti domácího a příjezdového cestovního ruchu, marketingovým strategiím v oblasti příjezdového i výjezdového cestovního ruchu Ruské Federace. Zajímavé příspěvky se týkaly renesance cestovního ruchu mládeže s důrazem na pořádání dětských táborů, implementaci nových animačních technik pro dětský cestovní ruch.

Státní univerzita během konference představila vznikající internetový portál o Moskvě. Portál bude interaktivně informovat o veškerém dění v Moskvě, možnostech spolupráce

zainteresovaných subjektů v cestovním ruchu (ubytovatelé, dopravci, průvodci, provozovatelé kulturních a společenských akcí apod.). Zmiňovaný portál je dílem katedry cestovního ruchu РГУФКСМиТ pod vedením Julie Kirimové.

Mgr. Monika Klímová
Katedra cestovního ruchu VŠH Praha

KONFERENCE INOVÁCIE V CESTOVNOM RUCHU AKO PREDPOKLAD KONKURENCIESCHOPNOSTI SLOVENSKA NA MEDZINÁRODNOM TRHU CESTOVNÉHO RUCHU

Konference proběhla dne 19. 4. 2012 na půdě Ekonomické fakulty univerzity Matěje Bela v Banské Bystrici na počest 35. výročí založení prvního a nejstaršího československého akademického pracoviště zaměřeného na cestovní ruch. Při této slavnostní příležitosti se v Banské Bystrici sešla řada současných slovenských, českých a polských odborníků na cestovní ruch z praxe i vysokoškolských pracovišť, kteří rokovali o problematice rozdělené do tří tematických okruhů:

1. Inovácie v cestovnom ruchu ako faktor konkurencieschopnosti na trhu
2. Inovácie produktu cestovného ruchu, regiónov a umiestnenie na trhu
3. Marketingová komunikácia na medzinárodnom trhu cestovného ruchu

Jednání pozdravil děkan fakulty Ing. Vladimír Hiadlovský, PhD. a primátor města Mgr. Peter Gogola. V úvodu plenárního zasedání vystoupil prof. Ing. Marian Gúčík, PhD. na téma Inovace v cestovním ruchu, Systémovou krizí cestovního ruchu jako důsledku absence inovací se zabýval doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD., Rozhodujícími inovacemi v marketinku Slovenska jako cestovního cíle se zabývala Ing. Lívia Lukáčová. Hosty z Polska zastupoval prof. Andrzej Rapacz, který představil referát na téma Inovace jako předpoklad atraktivnosti lázeňských míst.

Odpoledne konference pokračovala v sekcích, kde například vystoupili doc. Ing. Ján Oriška, PhD. z domácí fakulty, Ing. Pavel Attl, Ph.D., Mgr. Věra Fišerová a Ing. Lucie Petříčková, Ph.D. z VŠH v Praze, RNDr. Eva Janoušková, Ph.D., doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. z VŠP Jihlava, Ing. Šárka Tittelbachová z Vysoké školy obchodní v Praze a Ing. Martin Vaško z VŠE. Každá sekce byla doprovázena bohatou diskuzí.

Jiří Šíp

Katedra cestovního ruchu Jihlava

MEZINÁRODNÍ KONFERENCE NA VŠPJ V JIHLAVĚ AKTUÁLNÍ PROBLÉMY CESTOVNÍHO RUCHU 29. ÚNORA - 1. BŘEZNA 2012

Vysoká škola polytechnická Jihlava využila 29. únorový den na uspořádání již 6. mezinárodní konference. Ve spolupráci s FH Wien, Institut für Tourismus-Management organizuje tuto konferenci již potřetí. Téma konference bylo totožné se studentským workshopem, který tradičně probíhá v předstihu této konference.

Rokování slavnostně zahájil rektor Vysoké školy polytechnické Jihlava Ing. Jakub Novotný, Ph.D. Jednání v plénu zahájila vedoucí katedry cestovního ruchu RNDr. Eva Janoušková, Ph.D, která představila projekt spolupráce VŠPJ a FH Wien. Zdůraznila aktivní účast studentů v pracovních workshopech a na konferenci. Workshopy byly koncipovány tak, že studenti obou škol obdrželi výzkumný úkol, který měli řešit v týmech a vítězný tým pak prezentoval výsledky na konferenci. Dalším řečníkem byl Ing. Rostislav Hošek z Ministerstva pro místní rozvoj, který hovořil o připravovaném zákonu o cestovním ruchu a připravovaných projektech rozvoje cestovního ruchu v dalším období od roku 2014.

Odbornou praxi zastupoval Ing. Jan Kameníček reprezentant firmy Travelclick pro východní Evropu, který představil nejnovější trendy v ecommerce a další možnosti pro hotely.

Ing. Petr Svoboda z Národního památkového ústavu představil nové trendy v prezentaci státních hradů. Mgr. Georg Pejrimovsky z partnerské školy FH Wien hovořil o výzvách, problémech a řešeních spolupráce soukromých subjektů v destinaci, kde se aplikovala slevová karta na kulturní atrakce. Tato problematika se pak promítla i v odpoledních sekcích. Velice poutavou prezentaci přednesl Ing. Jaroslav Martínek z Centra dopravního výzkumu, který se zabýval současnými trendy v cykloturistice. Jednání v plénu pokračovalo fundovanou prezentací Ing. Martiny Páskové, Ph.D. z Ministerstva životního prostředí ČR, která se zabývala tvorbou produktů v českých geoparcích.

Jeden z organizátorů konference, doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc., spolu s Bc. Michaelou Štěpánkovou představili výzkum nabídky a atraktivity světových i českých rozhleden jako atrakce cestovního ruchu. Po obědě konference pokračovala ve třech sekcích a prezentací posterů. Sekce se zabývaly problematikou nových trendů v cestovním ruchu, využitím nových technologií a aspekty výuky cestovního ruchu zahrnující také práce studentů.

Druhý den konference měli účastníci příležitost osobně navštívit geopark Vysočina a současně obdivovat přírodní krásy tohoto regionu.

Mgr. Anica Djokić, MBA
VŠH Praha

5. MEZINÁRODNÍ VĚDECKÁ KONFERENCE VYSOKÉ ŠKOLY OBCHODNÍ A HOTELOVÉ V BRNĚ

Již 5. mezinárodní vědecká konference Vysoké školy obchodní a hotelové v Brně na téma „Konkurenceschopnost v cestovním ruchu, gastronomii a hotelnictví“ se uskutečnila 3. května 2012 pod záštitou pana Ing. Stanislava Juránka, senátora Parlamentu České republiky a prvního náměstka hejtmána Jihomoravského kraje. Na 150 účastníků konference z České republiky, Slovenska, Polska, Velké Británie a Uzbekistánu přivítal moderátor první části plenárního zasedání, prorektor pro rozvoj a vnější vztahy Prof. Ing. Ignác Hoza, CSc., Dr.h.c. a prorektorka pro vzdělávací činnosti paní doc. Ing. Jana Štofilová, CSc. Úspěšné konání konference účastníkům popřála i Ing. Jana Drápalová, starostka městské části Brno-Nový Lískovec, jedné ze dvou městských částí, kde škola sídlí.

V tomto roce se konference výrazně dotkla subjektů aktivních v cestovním ruchu, hotelnictví a gastronomii. Jak vyplývá z tématu konference, jde o schopnost vyrovnat se anebo překonat konkurenci. Cestovní ruch a s ním související hotelnictví a gastronomie přitom představují poněkud specifický sektor. Na rozdíl od fyzických produktů a jiných oblastí poskytování služeb je totiž konkurenceschopnost v tomto sektoru ovlivňována součinností či spolupůsobením mnoha faktorů, které jsou často i nezávislé na možnostech a zdrojích jednotlivých subjektů. Na to reagoval i cíl konference, který měl podnítit odbornou debatu jak praktiků, tak teoretiků z akademické sféry a prezentovat zkušenosti, poznatky, nápady, ale i problémy, se kterými se setkávají ve své praxi. Téma konference tak navázalo na témata konferencí z předchozích let, věnovaným zkušenostem z nejlepší praxe, lidským zdrojům, či otázkám partnerství.

Konference se zúčastnila řada špičkových odborníků z praxe – podnikové, organizační i akademické. V plenárním zasedání vystoupila jako první vedoucí Kanceláře strategie města Kanceláře primátora města Brna dr. Ing. Marie Zezůlková. Ve svém příspěvku poukázala na důležitost práce s image a se značkou pro konkurenceschopnost destinace na příkladu změny image Brna z města textilního a strojírenského průmyslu na město s image kulturní destinace, s významnými funkcionalistickými památkami, centra vědy a výzkumu a mezinárodních veletrhů. Ve své velmi zajímavé a zároveň polemizující prezentaci poukázala také na důležitost komplexního přístupu k managementu města, který lze nejlépe vyjádřit sloganem: „Co je dobré pro občana, je dobré i pro turistu“.

Jako druhý se ujal slova kastelán státního hradu Veverí Petr Fedor, který výrazně přispěl k přerodu zdevastovaného hradu na jednu z nejnavštěvovanějších památek v okolí Brna. Zaujal názornými ukázkami svědomité práce a názorně ukázal, v čem může spočívat uvědomění si konkurenčních výhod, hrozeb a příležitostí, slabých a silných stránek a možností při managementu státního hradu, který lze dnes již označit za udržitelně konkurenceschopný.

Manažer Oddělení výzkumů a analýz z agentury CzechTourism Jan Otava se věnoval vztahu konkurenceschopnosti a cestovního ruchu, včetně přístupů agentury CzechTourism k měření přínosu cestovního ruchu pro konkurenceschopnost. Představil např. monitoring zahraničních návštěvníků zacílený na motivaci potenciálních turistů z vybraných evropských zemí pro cestování do České republiky nebo vnímání brandu Česká republika turisty z Ruska, Ukrajiny a Pobaltí.

Jako zástupce akademické sféry vystoupil vedoucí Katedry cestovního ruchu Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela z Banské Bystrice doc. Ing. Andrej Malachovský, PhD., s tématem „Systémová krize v cestovním ruchu v České republice a na Slovensku jako důsledek nedostatečné konkurenceschopnosti“. Ve svém příspěvku diskutoval existenci krize v normálním ekonomickém koloběhu a rámcové i individuální příčiny krize cestovního ruchu v obou zemích. Mezi ně zařadil mimo jiné i převažující podporu gigantických investičních projektů bez adekvátně proporčně velkého zájmu o podporu malého a středního podnikání a chybějící kvalitní politiku cestovního ruchu v obou zemích. Jako jednu z cest řešení krize uvedl inovace v podnikání a nikoliv snižování cen.

Na tento příspěvek navázal prezident Asociace hotelů a restaurací ČR Ing. Václav Stárek, který ve svém vystoupení „Konkurenceschopnost a vývoj oboru hotelnictví a gastronomie“ upozornil na několik problémových míst bránících konkurenceschopnosti jak u podnikatelů, tak i v rozvoji cestovního ruchu České republiky obecně. Mezi ně zařadil zejména: vnímání cestovního ruchu politiky, nerovné podmínky v podnikání, nekonceptnost a nekompetentnost, malou angažovanost podnikatelů, nedostatek profesionální hrdosti, kvalitu a certifikaci kvality. Poukázal také na nedostatek kreativity, nerovné a neúnosné podmínky k poctivému podnikání, existenci šedé ekonomiky, preferenci konkurovat cenou a vysoké nájemné prostor. Upozornil taktéž na význam online distribuce a komunikace v cestovním ruchu a také na vliv existence slevových portálů na konkurenceschopnost. V závěru představil také známku kvality European Hospitality Quality. Další zajímavou prezentaci uvedla Ing. Eva Gargelová ze společnosti Znovín Znojmo. Management Znovínu, který patří mezi přední výrobce a distributory vína v České republice, již před několika lety pochopil, že konkurenceschopnost firmy nemusí být založena pouze na tomto jednom produktu a „zasadil víno do komplexního kontextu“ z pohledu turisty. Zákazníkům tak nabízí nejenom víno jako nápoj, ale několik různých produktových balíčků, ve kterých je víno sice ústředním tématem, ale jde o balíčky pro turisty.

Projektová manažerka Centrály cestovního ruchu Jižní Morava (CCR JM) Mgr. Ing. Monika Hlávková zaměřila příspěvek na téma významu spolupráce s různými partnery jako základního předpokladu rozvoje cestovního ruchu. Mezi ně patří spolupráce regionu s veřejnou správou, s podnikatelskými subjekty, s neziskovými organizacemi, školami, médii a se zahraničními partnery působícími v oblasti cestovního ruchu. V případě CCR JM to je zejména Dolní Rakousko.

Po odpolední přestávce jednání konference pokračovalo ve třech sekcích. V první sekci, která se věnovala konkurenceschopnosti v cestovním ruchu z obecnějšího pohledu a z pohledu mikroekonomického, zazněly příspěvky týkající se mimo jiné dopadu nové legislativy na podnikání v lázeňství, nabídky ubytovacích služeb ve Znojmě a okolí či vlivu kvality personálu na konkurenceschopnost podniků v cestovním ruchu. Ve druhé sekci byly příspěvky zaměřeny zejména na vzdělávání a faktory makroprostředí v cestovním ruchu. Řešila se témata terminologie v lázeňství, metodologie výzkumu pozice gastronomických služeb v cestovním ruchu v Brněnském regionu, využívání platebních a informačních

prostředků komunikace v cestovním ruchu a problematika klastru jako nástroje konkurenceschopnosti destinace. Třetí sekce obsahovala druhý ročník studentského workshopu v rámci Studentské vědecké a odborné činnosti.

Ing. Alena Klapalová, Ph.D., RNDr. Jan Trávníček
Vysoká škola obchodní a hotelová, Bosonožská 9, 625 00 Brno
alenabra@centrum.cz, travnicek@hotskolabrno.cz

5. SOUTĚŽNÍ WORKSHOP VÝSLEDKŮ STUDENTSKÉ VĚDECKÉ A ODBORNÉ ČINNOSTI

Souběžně s prestižní mezinárodní konferencí uspořádala Vysoká škola obchodní a hotelová i 5. ročník Studentského soutěžního workshopu v rámci podpory rozvoje studentské vědecké a odborné činnosti. Do soutěže se přihlásilo 8 studentek a 3 studenti při rovnoměrném zastoupení oborů „management hotelnictví“ a „management cestovního ruchu“. 11 účastníků pokrylo široké spektrum témat od hledání hodnocení udržitelných forem rozvoje přes regionální analýzy zaměřené např. na lázeňství či tradiční lidovou stravu, až po kongresový turismus a zhodnocení významu barmanských soutěží. Pestrá skladba témat a časoprostorová synergie s probíhající mezinárodní konferencí přilákala významné akademiky i osobnosti z praxe do publika, které se, včetně dalších asi 20 studentů, aktivně zapojili do průběhu odborných diskuzí. Aktivní byli především vedoucí Kanceláře strategie města Kanceláře primátora města Brna dr. Ing. Marie Zezůlková a manažer Oddělení výzkumů a analýz z agentury CzechTourism Jan Otava, prorektor pro rozvoj a vnější vztahy VŠOH prof. Ing. Ignác Hoza, CSc., Dr.h.c. a zástupce vedoucí Katedry hotelnictví a cestovního ruchu Mgr. Tomáš Ulbrich, Ph.D.

V odborné hodnotící komisi zasedli prorektorka pro výzkumnou činnost a zahraniční vztahy prof. Ing. Kristína Viestová, CSc., prorektorka pro vzdělávací činnosti doc. Ing. Jana Štofilová, Ph.D., doc. Ing. Petr Suchánek, Ph.D. z katedry ekonomie a managementu, vedoucí Laboratoře experimentální a aplikované geografie RNDr. Jakub Trojan a tajemník pro vědu a výzkum RNDr. Jan Trávníček. Přednesené práce a především následné odborné diskuze měly vynikající úroveň a studentky i studenti prokázali při náročných dotazech pohotovost i obecný přehled v oboru. Finanční cenu rektorky pro vítěze získala studentka 3. ročníku oboru management cestovního ruchu *Dagmar Muráriková* s tématem *Kongresový turismus a Prague Convention Bureau*. Autorka se zabývá důvody úpadku postavení Prahy v oblasti kongresového turismu, identifikuje jeho příčiny a diskutuje možnosti zlepšení stávající situace. Odborná porota ocenila kvalitní metodologii, hodnotný písemný projev, konzistentní představení práce a kreativní a sebejisté reakce na dotazy. Vzhledem k vysoké kvalitě představených prací připravují organizátoři soutěže podmínky pro publikování letošních a loňských soutěžních studentských prací ve studentském sborníku.

Ing. Alena Klapalová, Ph.D., RNDr. Jan Trávníček
Vysoká škola obchodní a hotelová, Bosonožská 9, 625 00 Brno
alenabra@centrum.cz, travnicek@hotoskolabrno.cz

Slezská univerzita Opava se rozhodla přispět k úrovni svých oborů v oblasti cestovního ruchu, lázeňství, gastronomie a hotelnictví a uspořádala první mezinárodní konferenci na výše uvedené téma. Vzhledem k tomu, že se tyto obory učí na dvou fakultách školy, dohodly se obě fakulty na společném organizování těchto konferencí. Pořadatelem konference tedy byly Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, pod jejíž „taktovkou“ se letošní konference konala, a spolupořadatelem byla též Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, kde se také vyučuje bakalářský obor „lázeňství a cestovní ruch“, a konečně Střední škola hotelnictví a služeb a Vyšší odborná škola, Opava, na které probíhá výuka bakalářského oboru „hotelnictví“. Přesto, že šlo o první konferenci, byla poměrně dobrá účast odborníků ze Slovenska a několik účastníků bylo též ze sousedního Polska a Bulharska.

Úvodní přednášku přednesl prof. Marian Gúčík z Ekonomické fakulty Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici na téma „Vplyv environmentálneho uvedomenia zákazníkov na inovácie v hoteloch“. Ve své přednášce zdůraznil, že společensky zodpovědné podnikání v hotelnictví neznamená jen respektování ekonomických cílů, ale je třeba respektovat i sociální a ekologická hlediska, a to v souladu s principy trvale udržitelného rozvoje. Prezentoval výsledky výzkumu ekologického chování hotelů jako projev inovace a pod vlivem environmentálního uvědomění zákazníků.

V plenárním zasedání byl dán prostor ještě další přednášce Ing. Martě Machurkové, významné odbornici na cestovní ruch na Slovensku, která hovořila na téma „Budúcnosť Bratislavy a jej možnosti“, která se zabývala praktickými aspekty současného cestovního ruchu v Bratislavě. Po té byly prezentovány výsledky výzkumu v oblasti hotelového wellness, které přednesl doc. Jiří Vaníček, z filozoficko-přírodovědecké fakulty SU v Opavě, když shrnul tyto výsledky do přednášky na téma „Trendy ve wellness turismu“. Poslední přednáška pléna byla opět věnována praktickým aspektům lázeňství, které prezentoval ředitel moravských lázní v Klimkovicích MUDr. Zdeněk Machálek „Současné problémy v oblasti lázeňství“.

Další tři přednášky plenárního zasedání byly následující: Ing. Irena Vašicová „Aktuální situace v českém lázeňství, dopady reformy zdravotnictví na lázně se zaměřením na léčbu kardiaků“, dále Ing. Alexej Kumpošt hovořil na téma „Trendy v odměňování zaměstnanců lázní – hotelů“ a konečně Bc. Eva Balarinová se věnovala problematice „Zážitkový cestovní ruch“.

Odpoledne již probíhalo jednání v sekcích: Lázeňství a hotelnictví a Turismus. V první sekci zaznělo 10 přednášek a v druhé dokonce 12. Není cílem toho příspěvku uvádět podrobně všechny příspěvky, které budou publikovány ve sborníku. V sekcích zazněly i další příspěvky ze Slovenska a Polska. Dovolím si zmínit jen témata některých příspěvků:

Doc. Pavlína Pellešová a Ing. Miroslava Kostková: Inovace studijních oborů ekonomika cestovního ruchu a hotelnictví na SU OPF v Karviné. Doc. Peter Čuka Pozorovanie a triangulácia ako základné metódy pri výskume cestovného ruchu. Dr. Zygmunt Kruczek: Current Trends in the Development of Tourist Attractions. Ing. Ivan Obreshkov The winter

resorts in Bulgaria – a comparative study. Ing. Juraj Buranovský: Trendy v správani účastníkov cestovného ruchu ČR a SR. Ing. Lucia Hudáčková: Zmeny v cestovnom ruchu v čase recesie v SR a ČR. Doc. Andrej Malachovský: Strategická úloha hotelierov v rozvoji cestovného ruchu v cieľovom mieste. Doc. Zdena Lustigova a Aude Dufresne: Assessing affective reactions in E-commerce applications and hotels booking systems. Ing. Jana Stuchlíková a Ing. Eva Vavrečková: Slevové portály. Mgr. Alexandr Burda: Celoživotní vzdělávání v oboru.

Všichni organizátoři se shodli na tom, že první konference o cestovním ruchu v Opavě byla velice úspěšná a že chtějí v této tradici pokračovat i v dalších letech.

Jiří Vaníček

Slezská univerzita v Opavě

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Ústav lázeňství, gastronomie a turismu

ZPRÁVA Z MEZINÁRODNÍHO STUDENTSKÉHO WORKSHOPU „PROMOTION OF WELLNESS TOURISM - WELLTOUR“

Ve dnech 22. dubna až 5. května 2012 se uskutečnil mezinárodní studentský workshop v litevském Kaunasu. Workshop byl pořádán v rámci Intenzivních programů Erasmu, na téma bylo „Promotion of Wellness Tourism - WellTour“.

Workshopu se zúčastnily osmičlenné studentské týmy z Litvy, Estonska, Řecka a z České republiky. Vysokou školu polytechnickou Jihlava reprezentovali studenti oboru Cestovní ruch (Diana Marešová, Jakub Dutka, Magdalena Zárecká, Filip Hladík, Jan Oščipovský, Petr Mertlík, Anna Hubáčková a Adéla Valentová).

Studenti v průběhu workshopu absolvovali řadu odborných tematických přednášek (například: SPA philosophy and holistic approach, Wellness and SPA tourism, Variety of SPA services – do we meet users/clients' needs?, Physiotherapy procedures in SPA: rehabilitation and leisure, Marketing of SPA services).

Studenti pracovali po celou dobu trvání workshopu v mezinárodních týmech na dílčích prezentacích a závěrečné prezentaci vytvořeného business plánu. Kromě práce se účastníci workshopu zúčastnili mnoha zajímavých exkurzí (například: Druskininkai Tourism and Business Information Centre, SPA Vilnius Sana, Grand SPA Lietuva, Hotel Europa Royale Druskininkai, Druskininkai Wellness Centre, Druskininkai Aqua Park, Birstonas Tourism and Business Information Centre, Rehabilitation center “Tulpe”,...).



Obrázek: Skupinové foto účastníků IP WellTour (z fotoarchivu Adély Valentové)

Alice Šedivá-Neckářová, Stanislava Pachrová
VŠP Jihlava

INFORMACE O ČINNOSTI KATEDRY CESTOVNÍHO RUCHU

Katedra cestovního ruchu VŠP Jihlava připravuje mezinárodní studentský workshop "Výzkum cestovního ruchu ve zvláště chráněném území", který proběhne na území národního parku Podyjí ve dnech 3. - 7. 9. 2012. Tato aktivita navazuje na velký, úspěšně ukončený mezinárodní projekt Spolupráce vysokých škol v cestovním ruchu.

RNDr. Stanislava Pachrová, Ph.D.

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

Pozvánky viz příloha

VÝROČNÍ KONFERENCE ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI

Cestovní ruch a problematika s ním spojená patří mezi jedny z témat, kterým se dlouhodobě věnují také geografové. Jednou z platforem pro výměnu poznatků jsou aktivity organizované Českou geografickou společností www.geography.cz. Vedle vydavatelské činnosti, která je reprezentována časopisy [Geografie](#) (vědecký časopis sledovaný v databázi WOS, s aktuálním IF 0,787), [Geografické rozhledy](#) (multioborové periodikum zaměřené na geografické a environmentální vzdělávání, přispívá k vývoji a inovacím soudobé pedagogické praxe), [Informace ČGS](#) (slouží jako platforma pro komunikaci v rámci ČGS – přináší vědecké články, přehledové články, recenze a informuje o dění ve společnosti; stejně jako Geografické rozhledy je zařazen na seznam neinpaktovaných vědeckých časopisů sledovaných v rámci RIV) a ediční řadou [Geographica](#) (dosud vydáno 6 publikací dostupných ve vědeckých knihkupectvích či je možné objednat na sekretariátu ČGS) pořádá Česká geografická společnost řadu seminářů a konferencí. Tou nejbližší a svým rozsahem po Sjezdu ČGS ([sborník příspěvků](#)) naposledy uskutečněném v roce 2010 v Ostravě největší a nejvýznamnější je Výroční konference ČGS, která se pod názvem „Nové výzvy pro geografii“ uskuteční 4. - 7. září 2012 v Brně. Veškeré informace jsou k dispozici na adrese <http://geokonference.ped.muni.cz/>. Konferenci předchází Soutěž studentských vědeckých prací v oboru geografie a workshop doktorandů „Geografický výzkum: příroda a společnost v období krize“. Problematika cestovního ruchu bude jistě předmětem jednání na jmenovaných akcích, kterých se neúčastní pouze členové České geografické společnosti ale i řada odborníků z příbuzných oborů z domova i ze zahraničí. Česká geografická společnost je občanským sdružením, do jehož řad je vítán každý zájemce o geografii.

Dana Fialová



MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA
Katedra regionální ekonomie a správy

ve spolupráci se



Společnost vědeckých expertů
cestovního ruchu

Vás srdečně zve na

3. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu

na téma

„Vybrané problémy cestovního ruchu – teorie a praxe“

6. – 7. září 2012

Hotel IRIS, Pavlov

Tematické bloky kolokvia:

*Nová kohezní politika EU a cestovní ruch
Inovace v cestovním ruchu*

Vložené:

1.900,- Kč (vč. DPH)

Zahrnuje: sborník, občerstvení, společenský večer a režijní náklady

Ubytování:

Hotel IRIS, Pavlov (okr. Břeclav)

www.hotel-iris.cz

850,- Kč/os./noc

Důležitá data:

Termín registrace a zaslání anotace příspěvku:

30. června 2011

Termín úhrady poplatků:

31. července 2011

Termín zaslání příspěvků:

31. srpna 2011

Jednací jazyk: čeština, slovenština, angličtina

Kontakt:

Ing. Bc. Andrea Holešinská, Ph.D.

kolokviumCR@econ.muni.cz

tel: 549 491 784, 776 042 550

Registrace a další informace:

<http://www.econ.muni.cz/udalosti/vedeckovyzkumne/3-mezinarodni-kolokvium-o-cestovnim-ruchu/>

Partneři kolokvia



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

