

ST

03  
/  
18

# STUDIA TURISTICA



Vysoká škola  
polytechnická  
Jihlava



**Volume:** 9  
**Number:** 3  
**Year:** 2018  
**Publisher:** College of Polytechnics Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Czech Republic  
**E-mail:** [studiaturistica@vspj.cz](mailto:studiaturistica@vspj.cz)

# STUDIA TURISTICA

## Editor-in-chief

Petr SCHOLZ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)

## Deputy Editor-in-chief

Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)

## Technical support

Lukáš MIKULA (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)

## Head of editorial board

Eva JANOUŠKOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)

## Editorial board

Nuno Miguel CASTANHEIRA ALMEIDA (University of Coimbra, Portugal)  
Tomáš ČIHÁK (Vysočina Tourism, contributory organization, Czech Republic)  
Alena DUBCOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Dana FIALOVÁ (Charles University, Czech Republic)  
Petr CHALUPA (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Stanislav IVANOV (Varna University of Management, Bulgaria)  
Petr JANEČEK (University of West Bohemia, Plzeň, Czech Republic)  
Jana JARÁBKOVÁ (Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia)  
Galyna KISH (Uzhorod National University, Ukraine)  
Joanna KOSMACZEWSKA (University of Economy in Bydgoszcz, Poland)  
Andrzej KOWALCZYK (University of Warsaw, Poland)  
Hilda KRAMÁREKOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Alfred KROGMANN (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Jana NÉMETHOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Svatopluk NOVÁK (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Stanislava PACHROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Lucie PLZÁKOVÁ (The Institute of Hospitality Management in Prague, Czech Republic)  
Jasna POTOČNIK TOPLER (University of Ljubljana, Slovenia)  
Sanna-Mari RENFORS (Satakunta University of Applied Sciences, Pori, Finland)  
Jaromír RUX (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Anna ŠENKOVÁ (University of Presov, Slovakia)  
Jiří ŠTYRSKÝ (University of Hradec Králové, Czech Republic)  
Jiří VANÍČEK (University of Economics, Prague, Czech Republic)

## Reviewers

Petr CHALUPA (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Martina DOLEŽALOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Petr JANEČEK (University of West Bohemia, Plzeň, Czech Republic)  
Ivica LINDEROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Radoslav KOŽIAK (Matej Bel University, Slovakia)  
Hilda KRAMÁREKOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Jana KUČEROVÁ (Matej Bel University, Slovakia)  
Jana NÉMETHOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Stanislava PACHROVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Stanislava POPERNIK BELEŠOVÁ (Villach, Austria)  
Terézia REPÁŇOVÁ (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
Jaromír RUX (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Alice ŠEDIVÁ NECKÁŘOVÁ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Jiří ŠÍP (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Petr SCHOLZ (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)

# CONTENT

## 6 SCIENTIFIC PAPERS

### 7 **Tourism in the Zlín Region: Methodology for Statistical and Spatial analysis**

Helmuth Yesid Arias Gómez, Gabriela Antošová, Martin Maštálka

### **Expertní systém pro výběr ubytování pro specifickou skupinu klientů s využitím fuzzy logiky**

### 15 *Expert system for hotel selection for a specific group of clients using fuzzy logic*

Petr Janík, Dagmar Zorková

### **Analýza faktorů ovlivňujících úroveň turistických výdajů v jihomoravském kraji**

### 25 *Analysis of Travel Expenditure Factors in the South Moravian Region*

Tomáš Jeřábek, Zdeněk Málek, Vladimír Šefčík, Jana Štofilová

### **Sčítání návštěvníků a analýza návštěvnosti NPR Děvín-Kotel-Soutěska (CHKO Pálava)**

### 33 *The counting of visitors and attendance analysis of the Děvín-Kotel-Soutěska NNR (Pálava PLA)*

Tomáš Karban, Jan Miklín

### 41 **Rodinný cestovní ruch – Případová studie města Telč / Family tourism – Case study: town of Telč**

Ivica Linderová, Anna Hrdinová

### **Ponuka služieb pre rodiny s deťmi vo vybraných hoteloch na Slovensku**

### 54 *The offer of services for families with children in selected hotels in Slovakia*

Ľudmila Mazúchová, Nikola Gálová

### **Management udržitelnosti národních geoparků v České republice**

### 66 *Sustainability management of national geoparks in the Czech Republic*

Martina Pásková

### **Influence of geographic location and geographical features of a region on demand and supply**

### 80 **in the hotel industry**

Elena Petkova

### **Zapojenie dobrovoľníkov do prípravy a realizácie podujatí v cestovnom ruchu na Slovensku z pohľadu organizátorov**

### 95 *Involvement of Volunteers in the Preparation and Implementation of Events in Tourism in Slovakia from the Perspective of the Organizers*

Kristína Pompurová

# CONTENT

## **Tradičná kultúra a jej využitie v cestovnom ruchu na príklade obce Ždiar**

**103** *Traditional Culture and Its Use in Tourism Based on Example of Village Ždiar*

Lucia Urbanová, Boris Michalík

## **113** INFORMATIVE PAPERS

### **Péče o hosta v butikovém hotelu**

**114** *Customer Care at the Boutique Hotel*

Michal Motýčka

### **Dark tourism incentive**

**120** Milena Švedová, Ivan Uher, Tünde Dzurov Vargová

## **129** INFORMATION

### **Cestovní ruch Ukrajiny**

**130** *Tourism of Ukraine*

Hedvika Patková

### **Pozvánka na 14. mezinárodní konferenci Aktuální problémy cestovního ruchu**

**134** *An invitation to the 14<sup>th</sup> International Conference Topical Issues of Tourism*

# EDITORIAL

Dear readers,

We are presenting our journal to you for the third time this year. In the current issue, you will find a number of inspiring papers focusing on different topics, e.g. Spatial Analysis of Tourism in the Zlín Region, Fuzzy Logic in Hospitality, Travel Expenditure Factors in the South Moravian Region, Attendance Analysis of the Děvín-Kotel-Soutěska NNR (Pálava PLA), Family Tourism in Town Of Telč, Services Offer For Families With Children in Slovakian Hospitality, Voluntourism in Slovakia, Sustainability Management Of National Geoparks in Czechia, Bulgarian Hospitality, Traditional Culture in Slovakia, Customer Care at the Boutique Hotel, Dark Tourism Incentive, and Tourism of Ukraine.

We believe that you will find inspiration, new insights or suggestions in the current issue of this journal.

We would also like to invite you to the 14th International conference called „Topical Issues of Tourism Concerning Rural Tourism – Possibility for a Destination“. The conference is being organized by the College of Polytechnics Jihlava, Department of Travel and Tourism.

**Petr Scholz**  
Editor-in-chief

# SCIENTIFIC PAPERS

ST

# METHODOLOGY FOR STATISTICAL TOURISM IN THE ZLÍN REGION: AND SPATIAL ANALYSIS

Helmuth Yesid Arias Gómez<sup>1</sup>, Gabriela Antošová<sup>2</sup> & Martin Maštálka<sup>3</sup>

Received: February 5, 2018 Accepted: May 30, 2018

<sup>1</sup> Helmuth Yesid Arias Gómez, University The College of Business in Prague, Department of Economics, Spálená 14, Prague 1, Czech Republic, e-mail: [hyarias@gmail.com](mailto:hyarias@gmail.com)

<sup>2</sup> Gabriela Antošová, University The College of Business in Prague, Department of Economics, Spálená 14, Prague 1, Czech Republic, e-mail: [antosova@vso-praha.eu](mailto:antosova@vso-praha.eu)

<sup>3</sup> Martin Maštálka, Regional Development and Bank Institute – AMBIS, Nárožní 2600/9, 158 00 Praha 5, Prague, Czech Republic, e-mail: [martin.mastalka@ambis.cz](mailto:martin.mastalka@ambis.cz)

## ABSTRACT

The aim of the paper is to assess strategies for spur tourist activities and endogenous potential of projects that had been implemented as tools for local development. The research is based on secondary and primary data analysis and was focused on the most significant tourism areas in the Zlín region, especially in districts as Kroměříž, Vsetín and Zlín. Authors applied quantitative methodology for classify municipalities according to chosen variables derived from regional budgetary of Ministry of finances in Czech Republic and primary official document of municipalities and they emphasize the coherence between dimension of municipalities, the degree of diversification of economy and the sufficiency in the expenditures for maintaining touristic monuments and richness. The approach is also linked to the economy of culture and budgets of municipalities in particular with preservation of cultural heritage. Results are significant and it confirms that the maintaining of culture sites in Zlin region are in prospective development and are well maintained.

*Keywords: Cultural heritage. Regional development. Tourism. Development potential. Zlín region.*

# INTRODUCTION

There is a wide range of factors influencing the process of regional development and the position of the region in the regional analysis. In the contemporary regional policy all the regions would identify their own development engine to effectively use their potential (Mottaeva and Murgul, 2017). As a possible development source, it is widely known and promoted the tourism (Albayrak, 2011, Skerritt, 2005). Especially the UNESCO sites can serve as an example of the motivating impulse for the regional growth (Niksic Radic, 2014). But also the other cultural and historical heritage sites as well as rural areas (Nunvářová et al., 2017) provide the potential for the regional growth which is also relatively stable in the Czech Republic (Jurigova, 2016).

For the provided analyses there were chosen the research of the Zlín region in the Czech Republic which is an example of the country where historical and cultural heritage is very rich. The number of the UNESCO sites is relatively high comparing other central European countries (excluding Slovenia). The Zlín region had been chosen for the analyses because of its position among the other regions in the country. It is the peripheral at the eastern part of the country neighboring to the Slovakia at the east, other peripheral region of the Moravian-Silesian region to the north, peripheral region of Olomouc region to the west and currently growing South Moravian region to the south. But the South Moravian region is very specific one with big inter-regional disparities. In the Zlín region there is situated the site of the Gardens and Castle at Kroměříž and many other touristic attractions. Therefore, the region is a target of the relatively mass tourism attracted by the UNESCO site as well as the destination for the individual tourism

(Červinka et al., 2014). The position in the tourism is average in the country (Vystoupil et al., 2017).

## RESEARCH THEME AND OBJECTIVES

The analysis was more general and emphasized the results of local budgets used for maintaining the culture economy. This quantitative analysis interpreted the current situation of usage of financial resources to maintain the culture economy and tourism activities in this region. Comparative approach of local usage of financial resources in recent years was performed by the methodology of principal components by-municipalities budgets.

The region of Zlín has a broad diversity of touristic attractions ranging from mountains, gardens, historical monuments and ruins, religious monuments and urban attractions, mainly in architectural buildings and can be found several Slovakian features in some towns. In economic terms remarkable activities exist as manufacturing, specifically in some sectors as leather, agriculture and tourism. Tourism potential is reinforced by nature landscape and cultural monuments with supplementary treasures as gardens, religious monuments and civil buildings.

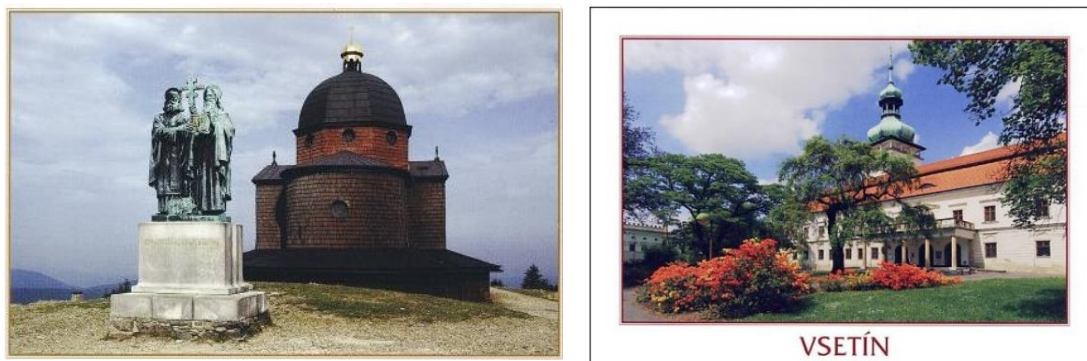
For the sake of illustration, there can be quoted the cases of gardens Podzámecká in Kroměříž, the Palace of Bishop of Kroměříž, the Jewish Museum of Holešov, the gothic Castle of Buchlov, the pilgrimage to Velehrad, the Wallachian Open Air Museum and the sculptures of Saint Cyril and Methodius in Radhošť.

**Table 1:** No. of the UNESCO sites in the central European countries.

| Country        | Total no. of the UNESCO sites | UNESCO sites/1mio inhabitants | UNESCO sites /10.000 sq kms |
|----------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Austria        | 10                            | 1,1                           | 1,2                         |
| Czech Republic | 12                            | 1,1                           | 1,5                         |
| Germany        | 42                            | 0,5                           | 1,2                         |
| Hungary        | 8                             | 0,8                           | 0,9                         |
| Poland         | 15                            | 0,4                           | 0,5                         |
| Slovakia       | 7                             | 1,3                           | 1,4                         |
| Slovenia       | 4                             | 2,0                           | 2,0                         |

Source: Own elaboration based on data of UNESCO and EUROSTAT

**Figure 1:** Chapel on Radhošť and Vsetín



Source: Author Zdeněk Hartinger, 2017.

The borders of Zlín region go over from Slovak frontier, the region of Moravia, the region of Olomouc and the region of Moravia and Silesia. On the ground, high mountains predominate all around the surface of Zlín including Moravskoslezské Beskydy, Javorníky, the white Carpathians, the Hostýnsko-Vsetínská highlands and the Vizovická Systems. Some flat zones of Haná and Slovácko are found there as well. The authors intend to tackle a multidisciplinary study about the development of touristic activities and about conservation of monuments in the Czech region of Zlín. In the observed region the Ministry of Culture reports 301 cultural objects in the list of inscribed monuments. We consult the list of cultural monuments cited in Ministry of culture websites. We have mentioned Kroměříž, which has got in evidence 59 objects including 47 cultural monuments (with cultural zones and reservations), 7 protected zones, 1 monument reservation and 1 monument zone (p.e. Holešov). The next 1 nature reservation and 2 objects as areal Zachar aren't protected. In district Uherské Hradiště we assumed 31 cultural objects including 13 cultural monuments, 12 protected zones and 2 monument reservations. In general list is 4 agricultural buildings that are not finally preserved. In Vsetín are 83 protected cultural objects and in Zlín much more 127.

The complete analysis of region from a local point of view depended of availability of data for 2015, and when data were not disposable, respective municipalities were dropped out. Dataset was consulted on websites and publish data on Ministry of finances in budgetary section for municipalities. For the present exercise the municipal information was consulted from Czech statistical office and the existent and more relevant data were used. Besides, some existent data about local public expenditure were sourced from budgetary information, but

barely was found for some municipalities in the sample.

The main research questions designed for the presented study were as follows:

- How to build an arrangement of municipalities in tourism sector?
- Is the tourism the leading sector in the Zlín region?
- Is there adequate use of the potential provided by the tourism attraction in the Zlín region?

## DATA AND METHODS

The statistical methodology applied standard conglomerate analysis with the aim of identify groups of municipalities clustered according specific features, indicating some common behavior in the topics analyzed since software finds natural aggrupation of data.

Using data sources in the exercise were included budgetary, fiscal and demographic variables statistical process was performed in SPSS software. We consult the websites MONITOR. This dataset is an information portal of Ministry of Finance of Czech Republic, which allows free entry to budget and accounting information from municipal budgetary etc. From all districts with all municipalities listed in Zlín region were constructed the dataset of selected variables. From expenditure of branches we selected: Services for people, Culture and church, media (in ths. CZK) - Preservation of cultural monuments and of cultural heritage, national and historic identity (in ths. CZK); themselves taken from budgetary information. From fiscal and demographical topics tax collection and population were chosen as relevant variables.

Using conglomerate analysis data were explored in order to find out diverse groups of municipalities on base of features described before. Inside the model were included several municipalities for which there

had been found information, in consequence were incorporated 159 municipalities nevertheless, the total number of them in region raised to 307. The observations included the following list:

**Table 2:** Municipalities included in analysis (For reasons of data availability)

| District              |                        |                      |                     |
|-----------------------|------------------------|----------------------|---------------------|
| Kroměříž              | Uherské Hradiště       | Vsetín               | Zlín                |
| Bařice - Velké Těšany | Babice                 | Branky               | Bohuslavice u Zlína |
| Břest                 | Bánov                  | Choryně              | Březůvky            |
| Bystřice pod Hostýnem | Bílovice               | Horní Bečva          | Brumov - Bylnice    |
| Chomýž                | Bojkovice              | Hošťálková           | Dolní Lhota         |
| Chropyně              | Boršice                | Hovězí               | Doubravy            |
| Chvalčov              | Boršice u Blatnice     | Huslenky             | Drnovice            |
| Dřínov                | Břestek                | Hutisko - Solanec    | Držková             |
| Holešov               | Březolupy              | Jarcová              | Fryšták             |
| Honětice              | Bystřice pod Lopeníkem | Kelč                 | Hřivínův Újezd      |
| Hulín                 | Částkov                | Kladeruby            | Hrobice             |
| Komárno               | Dolní Němčí            | Krhová               | Jasenná             |
| Koryčany              | Drslavice              | Lačnov               | Jestřabí            |
| Kostelany             | Hluk                   | Leskovec             | Kaňovice            |
| Kroměříž              | Hradčovice             | Lešná                | Karlovice           |
| Kunkovice             | Huštěnovice            | Lužná                | Kašava              |
| Kurovice              | Jalubí                 | Mikulůvka            | Kelníky             |
| Loukov                | Kněžpole               | Nový Hrozenkov       | Komárov             |
| Lubná                 | Komňa                  | Police               | Křekov              |
| Lutopecny             | Kudlovice              | Poličná              | Lipová              |
| Morkovice - Slížany   | Kunovice               | Prlov                | Ludkovice           |
| Osíčko                | Lopeník                | Prostřední Bečva     | Luhačovice          |
| Pačlavice             | Mistřice               | Rožnov pod Radhoštěm | Lukov               |
| Počenice - Tetětice   | Modrá                  | Střítež nad Bečvou   | Lukoveček           |
| Rataje                | Nivnice                | Študlov              | Machová             |
| Roštění               | Ořechov                | Valašská Polanka     | Mysločovice         |
| Roštín                | Ostrožská Lhota        | Valašské Meziříčí    | Napajedla           |
| Rymice                | Ostrožská Nová Ves     | Valašské Příkazy     | Návojná             |
| Soběsuky              | Osvětimany             | Velké Karlovice      | Neubuz              |
| Střilky               | Podolí                 | Vsetín               | Otrokovice          |
| Střížovice            | Polešovice             | Zubří                | Podkopná Lhota      |
| Troubky - Zdislavice  | Popovice               |                      | Pozlovice           |
| Věžky                 | Prakšice               |                      | Racková             |
| Zástřizly             | Salaš                  |                      | Šanov               |
| Zdounky               | Slavkov                |                      | Šarovy              |
| Žeranovice            | Strání                 |                      | Sazovice            |
|                       | Suchá Loz              |                      | Slavičín            |
|                       | Traplice               |                      | Slušovice           |

|  |                  |  |                          |
|--|------------------|--|--------------------------|
|  | Tupesy           |  | Štítná nad Vláří-Popov   |
|  | Uherské Hradiště |  | Tečovice                 |
|  | Uherský Brod     |  | Tichov                   |
|  | Uherský Ostroh   |  | Tlumačov                 |
|  | Vážany           |  | Valašské Klobouky        |
|  | Velehrad         |  | Veselá                   |
|  | Vlčnov           |  | Vizovice                 |
|  | Vyškovec         |  | Vlachovice               |
|  | Zlámanec         |  | Vlčková                  |
|  |                  |  | Želechovice nad Dřevnicí |
|  |                  |  | Zlín                     |

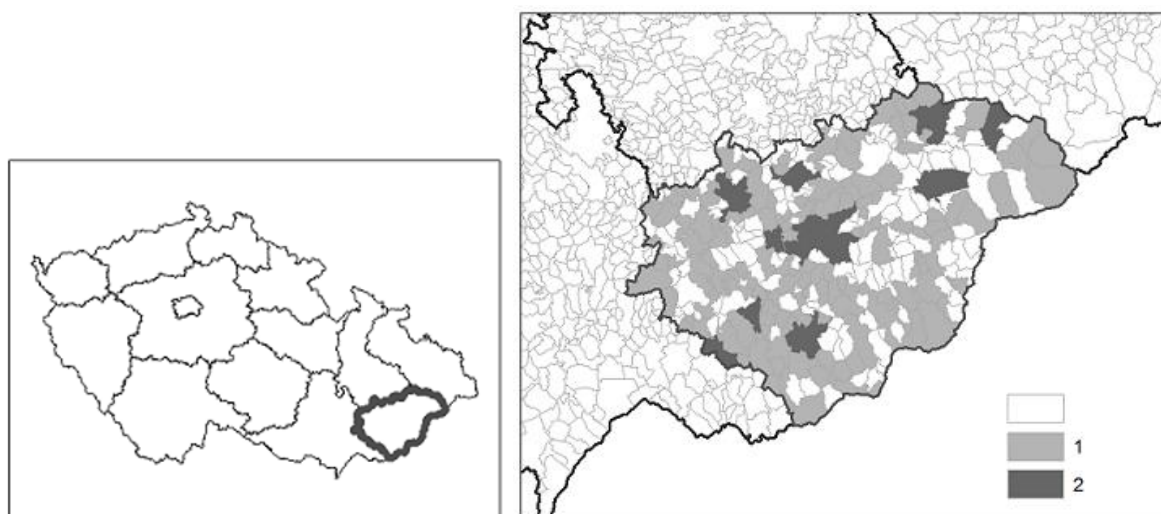
Source: Own elaboration, 2018.

For the treatment of data, there was chosen the procedure of conglomerate analysis using continuous variables, running it in SPSS software. Basically, the software established clusters of observations according to distance across all continuous values, detecting groups when the data were sufficiently close. When the number of cluster was defined, on each one was established the centroid according to any central measure (mean).

## RESULTS

Using 5 variables (described in part of Methodology) and 159 towns the procedure detected two clusters of data containing municipalities members, which could be identified according to similar values in variables. In consequence, the most numerous cluster contained the smallest municipalities in demographical terms and in budgetary terms, all of them represented in grey color on figure 2. In the second cluster, there were found few cities with high values in variables and correspond to municipalities with strong budgets and more populated places.

**Figure 2:** Clustering of towns according to analyzed variables



Source: Own elaboration, 2018.

The presented map (Figure 2) exposes the results of model performed with darkest polygons included in analysis. No color polygons correspond to municipalities not included in analysis by scarcity of information. According to results were identified two types of municipalities represented for numbers 1 and 2 respectively. Model identified firstly a vast number of municipalities crowded around common features, and we concluded that this kind of municipalities exhibit in absolute terms: low budgetary expenditures, low tax collection and have scarce population. According to our classification we can conclude that this category gathers up the smaller municipalities in Zlín region and could be identified on map with grey color.

The second cluster gathers up a lesser quantity of municipalities but more sized and with higher expenditures, tax collection and population. The observations included are: Holešov, Kroměříž, Otrokovice, Rožnov pod Radhoštěm, Uherské

Hradiště, Uherský Brod, Uherský Ostroh, Valašské, Meziříčí, Vsetín and Zlín. Those municipalities were marked with black color on figure 2.

For conclude the statistical exercise, in Zlín we found two identified cluster containing two blokcs of municipalities, according to size in population and in budgetary terms. But, despite the size of each municipality in Zlín, the touristic activity contribute to boost the local economic activity that can have a stronger and more significant effect on the small rural countryside. Indeed, in larger municipalities with more economic dimension, the economic activity is more diverse, but in small towns the touristic activities could become in the unique, or the most important economic sector and source of employment. This kind of analysis is similar to conclusions suggested by Antošová, Šilhánková and Wokoun (2017) in the context of mobilization of European funds for the region of Zlín.

**Table 3:** Clusters defined using SPSS' hierarchical conglomerate

| Cluster 1              | Cluster 2  |                        |                      |
|------------------------|------------|------------------------|----------------------|
| Babice                 | Kladeruby  | Prakšice               | Holešov              |
| Bánov                  | Kněžpole   | Prlov                  | Kroměříž             |
| Bařice - Velké Těšany  | Komárno    | Prostřední Bečva       | Otrokovice           |
| Bílovice               | Komárov    | Racková                | Rožnov pod Radhoštěm |
| Bohuslavice u Zlína    | Komňa      | Rataje                 | Uherské Hradiště     |
| Bojkovice              | Koryčany   | Roštění                | Uherský Brod         |
| Boršice                | Kostelany  | Roštín                 | Uherský Ostroh       |
| Boršice u Blatnice     | Křekov     | Rymice                 | Valašské Meziříčí    |
| Branky                 | Krhová     | Salaš                  | Vsetín               |
| Břest                  | Kudlovice  | Šanov                  | Zlín                 |
| Břestek                | Kunkovice  | Šarovy                 |                      |
| Březolupy              | Kunovice   | Sazovice               |                      |
| Březůvky               | Kurovice   | Slavičín               |                      |
| Brumov - Bylnice       | Lačnov     | Slavkov                |                      |
| Bystřice pod Hostýnem  | Leskovec   | Slušovice              |                      |
| Bystřice pod Lopeníkem | Lešná      | Soběsuky               |                      |
| Částkov                | Lipová     | Štítná nad Vláří-Popov |                      |
| Chomýž                 | Lopeník    | Strání                 |                      |
| Choryně                | Loukov     | Střílky                |                      |
| Chropyně               | Lubná      | Střítež nad Bečvou     |                      |
| Chvalčov               | Ludkovice  | Střížovice             |                      |
| Dolní Lhota            | Luhačovice | Študlov                |                      |
| Dolní Němčí            | Lukov      | Suchá Loz              |                      |
| Doubravy               | Lukoveček  | Tečovice               |                      |

|                   |                     |                          |  |
|-------------------|---------------------|--------------------------|--|
| Dřínov            | Lutopecny           | Tichov                   |  |
| Drnovice          | Lužná               | Tlumačov                 |  |
| Drslavice         | Machová             | Traplice                 |  |
| Držková           | Mikulůvka           | Troubky - Zdislavice     |  |
| Fryšták           | Mistřice            | Tupesy                   |  |
| Hluk              | Modrá               | Valašská Polanka         |  |
| Honětice          | Morkovice - Slížany | Valašské Klobouky        |  |
| Horní Bečva       | Mysločovice         | Valašské Příkazy         |  |
| Hošťálková        | Napajedla           | Vážany                   |  |
| Hovězí            | Návojná             | Velehrad                 |  |
| Hradčovice        | Neubuz              | Velké Karlovice          |  |
| Hřivínův Újezd    | Nivnice             | Veselá                   |  |
| Hrobice           | Nový Hrozenkov      | Věžky                    |  |
| Hulín             | Ořechov             | Vizovice                 |  |
| Huslenky          | Osíčko              | Vlachovice               |  |
| Huštěnovice       | Ostrožská Lhota     | Vlčková                  |  |
| Hutisko - Solanec | Ostrožská Nová Ves  | Vlčnov                   |  |
| Jalubí            | Osvětimany          | Vyškovec                 |  |
| Jarcová           | Pačlavice           | Zástřizly                |  |
| Jasenná           | Počenice - Tetětice | Zdounky                  |  |
| Jestřabí          | Podkopná Lhota      | Želechovice nad Dřevnicí |  |
| Kaňovice          | Podolí              | Žeranovice               |  |
| Karlovice         | Polešovice          | Zlámanec                 |  |
| Kašava            | Police              | Zubří                    |  |
| Kelč              | Poličná             |                          |  |
| Kelníky           | Popovice            |                          |  |

Source: Own elaboration, 2018.

## CONCLUSION

Based on the research introduced above there can be answered the research questions given at the beginning of the paper. The position of the region is driven by different kinds of sectors. The most part of positive externalities may be driven the main development of tourism sector. This research haven't identified an utterly exploitation of the tourism in the region, because the potential of the activity in the region is not fully used yet. Such a situation provides possibility of further growth of the tourism and culture sector. Especially small municipalities and villages would improve their attitude to the area of the tourism to take advantage of existing attractions in the Zlín region, an effort concordant with strategies at regional level or in clustering by

themselves cooperation, because it could be the main push factor of the exogenous and endogenous development in stagnation period of low seasons in tourism sector and tourism activities and their development.

This paper is processed as an output of a research project: Appreciation of endogenous potentials development in Zlín region by the Internal Grant agency under the registration number IGA\_Z6\_02\_2016 by College of Regional Development in Prague, Czech Republic.

## REFERENCES

- Albayrak, Tahir, Ruth Rios-Morales, Dragan Gamberger, Ian Jenkins a Tom Smu C. Modelling investment in the tourism industry using the World Bank's good governance indicators. *Journal of Modelling in Management* [online]. 2011, 6(3), 279-296 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.1108/17465661111183694. ISSN 1746-5664. Dostupné z: <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/17465661111183694>
- Antořová, G., řilhánková, V., Wokoun, R. (2017) Strategic planning in two border regions in the Czech Republic – comparison of project impact in Zlín and South Bohemia regions. *Administratie si Management Public*, (29), pp.128-140.  
Dostupné z: [http://www.ramp.ase.ro/en/\\_data/files/articole/2017/29-08.pdf](http://www.ramp.ase.ro/en/_data/files/articole/2017/29-08.pdf)
- řervinka, Michal, Lenka řvajdová a Tomáš Tykva. Thematic tourism vs. mass tourism in the Czech Republic. *Turisticko poslovanje*[online]. 2014, (13), 95-107 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.5937/TurPos1413095C. ISSN 0354-3099.  
Dostupné z: <http://scindeks.ceon.rs/Article.aspx?artid=0354-30991413095C>
- Gajdová, K. a P. Tuleja. Economic Potential of the Regions of the Czech Republic. *Journal of Economics, Business and Management*. 2015, 3(1), 43-47. DOI: 10.7763/JOEBM.2015.V3.153. ISSN 2301-3567.
- Jurigova, Zuzana. Tourism Industry Analysis with the Czech Republic as the Focal Point. *Procedia Economics and Finance* [online]. 2016, 39, 305-312 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.1016/S2212-5671(16)30328-8. ISSN 22125671.  
Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2212567116303288>
- Mottaeva, Angela a V. Murgul. Methodological approaches to identification of clusters in regional economy system. *MATEC Web of Conferences* [online]. 2017, 106, 08071- [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.1051/matecconf/201710608071. ISSN 2261-236x.  
Dostupné z: <http://www.matec-conferences.org/10.1051/matecconf/201710608071>
- Niksic Radic, Maja. *Tourism Foreign Direct Investment Led Total Foreign Direct Investment: A Co-Integration and Causality Analysis of Croatian Economy* [online]. In: . 2014-09-01, s. - [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.5593/sgemsocial2014/B24/S7.109.  
Dostupné z: <http://sgemsocial.org/ssgemlib/spip.php?article1043>
- Nunvářová, Svatava a Andrea Holeřinská. Tourism and rural area in the Czech Republic. In: XX. *mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků* [online]. Kurdějov: Masaryk university, 2017, 2017, s. 794-801 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8587-2017-104. ISBN 978-80-210-8586-2.  
Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/Sbornik2017.pdf#page=794>
- Skeritt, Dominic a Twan Huybers. The effect of international tourism on economic development: An empirical analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* [online]. 2005, 10(1), 23-43 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.1080/1094166042000330209. ISSN 1094-1665.  
Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1094166042000330209>
- Vystoupil, Jiří, Martin řauer a Ondřej Repík. Quantitative Analysis of Tourism Potential in the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* [online]. 2017, 65(3), 1085-1098 [cit. 2018-02-05]. DOI: 10.11118/actaun201765031085. ISSN 1211-8516.  
Dostupné z: <https://acta.mendelu.cz/65/3/1085/>

# EXPERTNÍ SYSTÉM PRO VÝBĚR UBYTOVÁNÍ PRO SPECIFICKOU SKUPINU KLIENTŮ S VYUŽITÍM FUZZY LOGIKY

## EXPERT SYSTEM FOR HOTEL SELECTION FOR A SPECIFIC GROUP OF CLIENTS USING FUZZY LOGIC

Petr Janík<sup>1</sup> & Dagmar Zorková<sup>2</sup>

Received: February 4, 2018 Accepted: May 30, 2018

<sup>1</sup> Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, Bezručovo náměstí 885/13, 746 01 Opava, Česká republika, e-mail: [petr.janik@fpf.slu.cz](mailto:petr.janik@fpf.slu.cz)

<sup>2</sup> Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, Bezručovo náměstí 885/13, 746 01 Opava, Česká republika, e-mail: [dagmar.zorkova@fpf.slu.cz](mailto:dagmar.zorkova@fpf.slu.cz)

### ABSTRAKT

Příspěvek se zaměřuje na aplikaci metod fuzzy logiky v přístupném cestovním ruchu. Metody fuzzy logiky jsou využity při návrhu expertního systému, který umožňuje specifické skupině klientů vybrat vhodné ubytování. Teoretická část příspěvku se zaměřuje na vymezení přístupného turismu a klientů se specifickými potřebami, zmíněny jsou aktuální studie zabývající se přístupným cestovním ruchem. Základní vědecká metoda v příspěvku je metoda modelování. V návrhu a konstrukci modelu je využita fuzzy logika. Cílem příspěvku je navrhnout a implementovat expertní systém s prvky fuzzy logiky pro výběr vhodného ubytování pro specifickou skupinu klientů. Za specifickou skupinu klientů jsou považovány rodiny s dětmi do tří let. Mezi vstupní jazykové parametry patří cena ubytování, lokace hotelu, kvalita nabízených služeb, úroveň animačního programu a zázemí pro děti. Praktické použití modelu je otestováno formou případové studie.

*Klíčová slova: Expertní systém. Fuzzy množiny. Hotelnictví. Matematický model. Specifické skupiny klientů.*

### ABSTRACT

The paper focuses on the application of fuzzy logic methods in accessible tourism. Fuzzy logic methods are used in designing an expert system that allows a specific group of clients to choose suitable accommodation. The theoretical part of the contribution focuses on the definition of accessible tourism and clients with specific needs, the current studies on accessible tourism are mentioned. The basic scientific method in the paper is the modeling method. Fuzzy logic is used in the design and construction of the model. The aim of the paper is design and implement an expert system with fuzzy logic elements to select suitable accommodation for a specific group of clients. For a specific group of clients, families with children are considered to be under three years of age. Input language parameters include hotel accommodation, hotel location, quality of services offered, animation program level and children's facilities. The practical use of the model is tested in a case study.

*Keywords: Expert system. Fuzzy sets. Hotel services. Mathematical model. Specific groups of clients.*

Představte si, že někomu popisujete ubytování, ve kterém jste bydleli během dovolené „byl to velký hotel blízko u moře s dobrým jídlem, velkou nabídkou služeb a nebyl příliš drahý“. Věříme, že většina lidí bude tento popis považovat za dostatečný, aby si byli schopni vytvořit představu ubytování odpovídající našemu popisu. I když jsme v popisu použili celou řadu nepřesných (neurčitých) výrazů, tak pro běžného člověka není obtížné tyto výrazy pochopit a správně je vyhodnotit.

Důvodem je fakt, že základní představy vytvářené v lidském mozku jsou nepřesné (nenumerní), jedná se o jazykové výrazy, jejichž bohatý sortiment nám umožňuje vyjádřit složité poznatky a jejich vzájemné vazby. Podstatným rysem slovního spojení je jeho jazyková neurčitost – vágnost. Ukazuje se, že právě schopnost efektivního využití vágnosti jazykových výrazů je základem pro mentální modely vysoké kvality. (Pokorný a kol., 2014, s. 29). K formalizaci vágních slovních pojmů lze použít prostředků fuzzy množinové matematiky, odvozovací mechanismy pak využívají principy fuzzy jazykové logiky.

Cílem příspěvku je navrhnout a implementovat jednoduchý expertní fuzzy model umožňující výběr vhodného ubytování pro specifickou skupinu klientů. Za specifickou skupinu klientů jsou považovány rodiny s dětmi. Při výběru vhodného ubytování jsou využity principy fuzzy logiky. Mezi vstupní parametry patří umístění ubytování, kvalita nabízených služeb, úroveň animačního programu a zázemí pro děti. Model je otestován použitím případové studie s cílem prokázat praktické využití modelu.

## PŘEHLED LITERATURY

### PŘÍSTUPNÝ TURISMUS – SPECIFICKÉ POTŘEBY RODIN S DĚTMI

Základní motivy k cestování, jako je odpočinek, vzdělávání, společenský kontakt, změna prostředí či hledání nevšedních zážitků, jsou společné pro všechny lidi. Přesto však platí, že jednotliví zákazníci se vyznačují velmi rozmanitým vkusem, preferencemi, životními styly a požadavky. Situace na trhu v posledních letech vykazuje jasný posun směrem k personalizaci a individualizovaným řešením. „V kontextu cestovního ruchu, který je založen na konceptech pohostinnosti a otevřenosti,

je porozumění rozmanitým potřebám hostů a návštěvníků bezpochyby jedním z klíčů k úspěchu“<sup>1</sup>.

Výše uvedenou individualizaci a personalizaci je možné považovat za obecný trend a současně je zřejmé, že některé skupiny turistů vykazují natolik speciální potřeby, že z hlediska tržní segmentace jsou považovány za skupiny se specifickými potřebami. Jedná se hlavně o seniory, osoby s trvalými či dočasnými handicap, rodiny s malými dětmi, osoby s akutním či chronickým onemocněním a další.<sup>2</sup>

Přístupný cestovní ruch je v odborné literatuře definován jak z pohledu klientů, tak z pohledu poskytovatelů turistických služeb. Buhalis, Darcy (2011), Darcy, Cameron, Pegg (2010) pohlíží na přístupný turismus z obou pohledů. Darcy (2006) zdůrazňuje roli poskytovatelů služeb a Kazuist (2010) pojímá tuto problematiku z pohledu klientů. Buhalis a Darcy (2011, s. 10) jej považují za „cestovní ruch zahrnující a vyžadující spolupráci všech zúčastněných stran. Výsledkem této spolupráce je univerzálně navržený turistický produkt, služby a prostředí, které umožňují lidem se specifickými požadavky na dostupnost, včetně mobility, zraku, sluchu a kognitivních funkcí, samostatnou rovnoprávnou a důstojnou účast na turismu“. V tomto přístupu autoři zdůrazňují celoživotní přístup ke klientům.

Za výchozí oblast výzkumu přístupnosti v turismu jsou považovány modely procesů. Autoři Buhalis a Darcy (2011, s. 21 - 42) aplikují při popisu fungování systému turismu a přístupnosti konceptuální přístup. Jak autoři uvádějí, „tuto problematiku je důležité vnímat jak z pohledu medicínského (individuálního), tak současně i sociálního“. Packer, Mckercher a Yau (2007) rozšířili tento konceptuální přístup o dimenzi životního prostředí.

Velká část studií se věnuje specifickým potřebám a cestovatelskému chování nejdůležitějších skupin zákazníků přístupného turismu. V evropském prostoru sehrává podstatnou úlohu Závěrečná zpráva Evropské komise (2014), která se zabývá demografickou situací, cestovatelským chováním, ekonomickými

<sup>1</sup> Ivor Ambrose, ředitel sítě ENAT (European Network for Accessible tourism) Athena na cestách. Přístupný cestovní ruch v kostce.

<sup>2</sup> Dále také těhotné ženy, osoby vyžadující různé druhy diet, osoby malého či nadměrného vzrůstu, osoby s objemnými zavazadly.

přínosy a doporučeními pro další rozvoj přístupného turismu. Výzkumy poptávkové strany přístupného turismu, tedy zjišťování zákaznických potřeb a chování v různých zemích či destinacích, patří mezi nejčastěji publikované práce. Např. Figueiredo, Eusébio a Kastenholz (2012) zkoumali difference mezi segmenty portugalských turistů, týkající se cestovatelského chování, vyplývající z jednotlivých druhů postižení. Identifikovali důležité rozdíly v mobilitě, omezeních a úrovni samostatného zvládnutí situací. Cestovatelským chováním těchto segmentů v Turecku se ve své studii zabýval Zeki (2015), a to včetně měření úrovně očekávání a spokojenosti s turistickými službami. Situaci v Německu včetně ekonomických dopadů přístupné infrastruktury popisují Neumann, Reuber, et al. (2004). Více než polovina německého cílového trhu je tvořena zákazníky staršími 65 let, přičemž demografický vývoj způsobí, že počet těchto osob výrazně vzroste a současně průměrná délka jejich dovolené je delší. Tito lidé cestují nezávisle na ročním období a vysoký podíl dovolených tráví v Německu.

Mezi práce zabývající se přístupným turismem v České republice lze uvést např. Linderová a Janeček (2017), kdy autoři zmapovali, jakým způsobem se osoby s tělesným postižením podílejí na cestovním ruchu v České republice. Zabývají se také podmínkami přístupnosti služeb cestovního ruchu, kdy se zaměřili na ubytovací zařízení, stravovací zařízení, turistické trasy, cyklostezky a památky UNESCO. Výzkum byl realizován v letech 2013 až 2016.

V Moravskoslezském kraji zkoumala tuto problematiku studie Bezbariérový cestovní ruch, v rámci projektu, který probíhal v letech 2011 až 2012 pod vedením Moravskoslezského klastru CR. Závěry se v podstatě shodují se závěry německé studie, podstatný rozdíl je však ve finanční situaci dotazovaných.

Výzkumem nabídkové strany přístupného turismu v Evropě se zabývá Závěrečná zpráva Evropské komise (2015), která mapuje nabídku přístupných turistických služeb prostřednictvím Informačního systému přístupnosti (AIS) a navrhuje praktiky a nástroje pro praxi turismu.

V České republice se uvedená problematika věnuje např. společnost Kazuist, jež považuje za cíl přístupného turismu „odstraňování či potlačování překážek, které určitým skupinám zákazníků cestování komplikují nebo je od účasti na cestovním

ruchu odrazují. Přístupnost<sup>3</sup> vyjadřuje možnost všech návštěvníků turistické destinace mít jednoduchý přístup k zařízením, stavbám, dopravě informacím, komunikaci, atrakcím a jiným službám, aktivně se zapojit do programů a akcí pro hosty a mít z nich prospěch. Odráží se v ní také kompetence personálu, jmenovitě schopnost reagovat na specifické potřeby zákazníků“ (Kazuist, ENAT, NRZP, Trianon, 2010, s. 2 - 3).

Segment osob s malými dětmi do tří let věku je pro poskytovatele ubytovacích služeb velice významný. Z hlediska pobytu a přesunů s dítětem v kočárku je podstatnou ulehčující podmínkou bezbariérovost budov a prostředí. Jak ukázaly výsledky výzkumu realizovaného v roce 2014, osoby s dětmi během pobytu nejvíce požadují (Zorková, 2014):

- v hotelu celkově - místnost na přebalování, dětský koutek, kočárkárnu, půjčovnu hraček, dětské menu a obrázkový jídelní lístek, dětské židličky
- a příbory v restauraci, animační programy,
- v pokoji: dětskou postýlku a vaničku, poličky, možnost ohřevu jídla, bezpečnost.

Z tohoto důvodu jsme se rozhodli zařadit mezi vstupní parametry umístění ubytování, kvalitu a rozsah nabízených služeb pro segment osob s malými dětmi do tří let, úroveň animačního programu a celkovou úroveň zázemí ubytování pro děti do tří let.

## FUZZY LOGIKA

Koncept fuzzy množin a fuzzy logiky byl poprvé zveřejněn v roce 1965 (Zadeh, 1965) jako pokus o reprezentaci neurčitosti a vágnosti. Matematické základy fuzzy logiky položil mimo jiné také český profesor matematiky Petr Hájek (Hájek, 1998).

Klasická výroková logika využívá pouze dvě logické hodnoty (ano - prvek do množiny náleží, ne – prvek do množiny nenáleží), obvykle zapisujeme jako 1 a 0. Ve většině praktických příkladů, lze jen obtížně rozhodnout, zda určitý prvek do množiny náleží, či nenáleží. Situaci efektivně řeší přístup, kdy kromě absolutní příslušnosti prvku do určité množiny, zavedeme pojem částečné příslušnosti prvku do množiny. Fuzzy logika rozšiřuje definiční obor

**3** Přístupnost nabídky v cestovním ruchu je tvořena dimenzemi:

1. fyzická přístupnost (budovy a prostředí, doprava, infrastruktura),
2. informační přístupnost (spolehlivost informací, přístupné komunikační kanály, standardy pro posuzování přístupnosti),
3. komunikační přístupnost (přístup personálu ke klientům a komunikace s nimi),
4. ekonomická přístupnost (výběr z různých cenových úrovní)

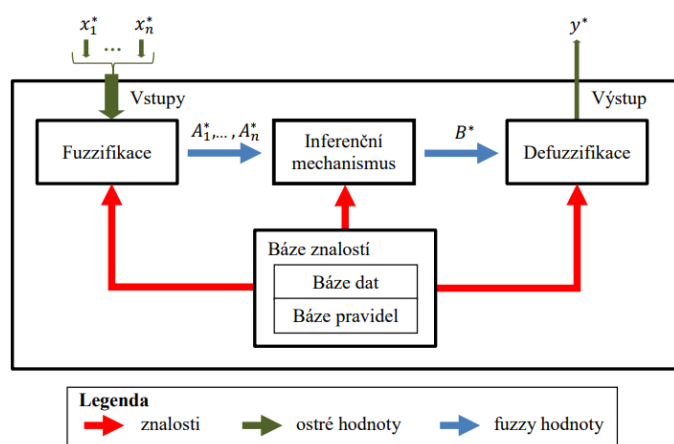
výrokové logiky ze dvou diskrétních hodnot (0, 1) na uzavřený interval  $<0, 1>$ . Fuzzy logika může operovat se všemi hodnotami z tohoto intervalu, kterých je nekonečně mnoho.

Fuzzy logika náleží mezi vícehodnotové logiky a může být pro řadu reálných rozhodovacích úloh vhodnější než klasická logika, protože usnadňuje návrh složitých řídicích systémů (Pokorný a kol., 2014). Množiny, které umožňují vyjádřit částečnou příslušnost prvku v množině, se nazývají Fuzzy množiny.

Návrh systému využívajícího fuzzy logiku, systémy jsou označovány jako fuzzy logické systémy<sup>4</sup> (Škrabánek, 2014), je rozdělen do několika základních kroků na fuzzifikaci, aplikaci inferenčního mechanismu využívajícího bázi dat a pravidel a defuzzifikaci. Tento postup při návrhu systému využívá celá řada autorů např. Singh (2016), Izquierdo (2015) a Škrabánek (2014).

V oblasti aplikace fuzzy logických systémů je nejznámější a nejčastěji využívaný fuzzy logický systém typu Mamdani, který E. Mamdani využil v oblasti řízení technologických procesů. Schématické vyjádření fuzzy logického systému typu Mamdani s více vstupy a jedním výstupem ukazuje obrázek 1.

**Obrázek 1:** Schématické vyjádření fuzzy logického systému typu Mamdani



Zdroj: Škrabánek (2014, s. 61).

Prvním krokem pro realizaci fuzzy logického systému je převedení reálných proměnných na jazykové proměnné - fuzzifikace. Definování jazykových proměnných vychází ze základní lingvistické proměnné, např. u proměnné „kvalita stravy“ můžeme využít tyto atributy:

špatná, průměrná, nadprůměrná a excelentní. Bezděk (2012, s. 117) uvádí, že se využívá typicky tři až sedmi atributů pro základní proměnné. Příslušnost atributů proměnné v množině vyjadřuje tzv. funkce příslušnosti, která by měla být co nejjednodušší, složená z lineárních úseků. Mezi často využívané funkce příslušnosti patří L-funkce a G-funkce (Izquierdo, 2015; Bezděk, 2012).

Druhým krokem je vyjádření znalostí vztahujících se k řešenému problému pomocí pravidel. Pravidla mají podobu IF (předpoklad, antecedent)-THEN (důsledek, konsekvent), tyto pravidla tvoří vlastní bázi znalostí a jsou v ní obsaženy všechny znalosti (experta), které máme o chování systému k dispozici. Fuzzy implikace má tuto podobu podle Pokorný a kol (2014):

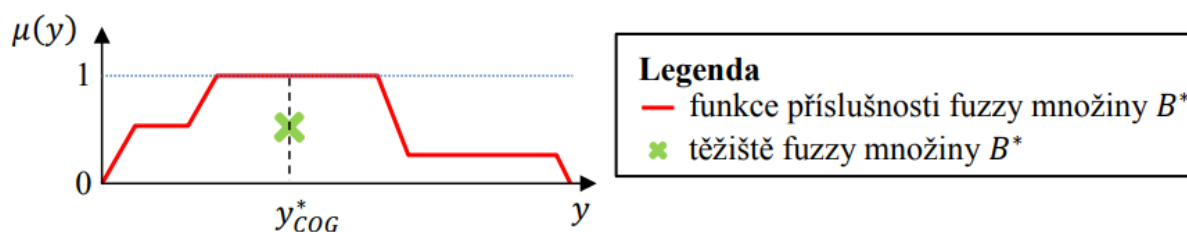
$$\text{IF}(x \text{ is } A1) \text{ THEN } (y \text{ is } B1) \quad (2.1)$$

Vyjadřuje vztah mezi jazykovými proměnnými  $x$  a  $y$ , jestliže jazyková proměnná  $x$  nabude své jazykové hodnoty  $A1$ , důsledkem je stav, kdy jiná jazyková proměnná  $y$  nabude své jazykové hodnoty  $B1$ . Názorně tento vztah ukazuje obrázek 1. V těchto pravidlech se objevují podmínkové věty, vyhodnocující stav příslušné proměnné. Fuzzy logika používá rozdílných postupů při vyhodnocování logických operátorů oproti klasické výrokové logice. Třetím krokem je defuzzifikace výstupní fuzzy množiny. Výstupem fuzzy modelu typu Mamdani (tedy výstupem expertního systému) může být číslo, způsob, který nahrazuje interpretaci výstupní fuzzy množiny obyčejným číslem, se nazývá defuzzifikace. Nejčastěji používanou metodou defuzzifikace je metoda středu plochy (metoda těžiště<sup>5</sup>). Škrabánek (2014, s. 68) vysvětluje princip jako nalezení ostré hodnoty  $y^*$ , která je vymezena osou  $x$  a funkcí příslušnosti fuzzy množiny  $B^*$ . Tímto těžištěm je vedená kolmice k ose  $x$ . Místo, kde se tato kolmice s osou  $x$  protne, odpovídá ostré hodnotě, graficky situaci znázorňuje obrázek 2.

<sup>4</sup> Knowledge-based fuzzy systems

<sup>5</sup> COG Center of Gravity

**Obrázek 2:** Výsledek defuzzifikace metodou těžiště



Zdroj: Škrabánek (2014, s. 69).

Matematicky lze např. podle Pokorný a kol. (2014, s. 65) metodu těžiště vyjádřit takto:

$$y_{COG}^* = \frac{\sum_{i=1}^1 y_i \mu(y_i)}{\sum_{i=1}^1 \mu(y_i)} \quad (2.2)$$

Právě metodu COG využíváme v příspěvku pro defuzzifikaci výstupní fuzzy množiny.

## NÁVRH EXPERTNÍHO FUZZY MODELU

Při návrhu expertního systému, jsme zvolili čtyři vstupní parametry, které nám umožní identifikovat nejvhodnější úroveň ubytování. Mezi vstupní parametry patří:

- lokace hotelu,
- kvalita nabízených služeb,
- úroveň animačního programu,
- zázemí pro děti.

Při tvorbě návrhu byl využit fuzzy logický systém typu Mamdani, schématicky znázorněný na Obrázku 1 a popsáný v kapitole 2. Návrh a rozdělení vstupních parametrů vychází z Izquierdo (2015), Bezděk (2012) a Škrabánek (2014). Vstupní parametry byly zvoleny s ohledem na cílový segment osob s malými dětmi do tří let.

První z parametrů je lokace hotelu a odpovídá požadavkům pro osoby s dětmi do tří let. Lokaci ubytování je možno rozdělit do čtyř kvalitativních úrovní:

1. Zcela nevyhovující (L1) – ubytování je umístěno v rušném a hlučném prostředí v blízkosti hlavních dopravních tras, bez možnosti parkování. Špatná dostupnost ubytování, kdy ubytování je umístěno mimo turisticky zajímavá místa.

2. Téměř nevyhovující (L2) - ubytování je umístěno v rušném a hlučném prostředí v blízkosti hlavních dopravních tras a s omezenou možností parkování. Ubytování je dobře dostupné, je však umístěno mimo turisticky zajímavá místa.
3. Téměř vyhovující (L3) - ubytování je umístěno v klidném prostředí bez zvýšené hlučnosti mimo hlavní dopravní trasy a dobrou možnost parkování. Ubytování je dobře dostupné, je však umístěno mimo turisticky zajímavá místa.
4. Zcela vyhovující (L4) - ubytování je umístěno v klidném prostředí bez zvýšené hlučnosti mimo hlavní dopravní trasy, s výbornou možností parkování. Výborná dostupnost ubytování, kdy ubytování je umístěno v blízkosti turisticky atraktivních míst.

$$\mu_{L1}(x_1) = \left\{ \begin{array}{ll} 1 & x_1 \leq 20 \\ \frac{30-x_1}{10} & 20 \leq x_1 \leq 30 \end{array} \right\} \quad 3.1$$

$$\mu_{L2}(x_1) = \left\{ \begin{array}{ll} \frac{x_1-20}{10} & 20 \leq x_1 \leq 30 \\ 1 & 30 \leq x_1 \leq 50 \\ \frac{60-x_1}{10} & 50 \leq x_1 \leq 60 \end{array} \right\} \quad 3.2$$

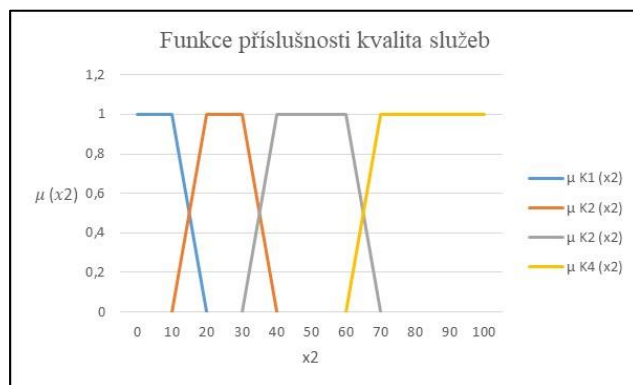
$$\mu_{L3}(x_1) = \left\{ \begin{array}{ll} \frac{x_1-50}{10} & 50 \leq x_1 \leq 60 \\ 1 & 60 \leq x_1 \leq 80 \\ \frac{90-x_1}{10} & 80 \leq x_1 \leq 90 \end{array} \right\} \quad 3.3$$

$$\mu_{L4}(x_1) = \left\{ \begin{array}{ll} \frac{x_1-80}{10} & 80 \leq x_1 \leq 90 \\ 1 & x_1 \geq 90 \end{array} \right\} \quad 3.4$$

Graf 1 zobrazuje funkce příslušnosti parametru lokace ubytování, jedná se o funkci složenou z lineárních úseků popsaných rovnicemi 3.1 až 3.4.

**Graf 1:** Funkce příslušnosti lokace ubytování

Zdroj: Vlastní nákres, 2018.

**Graf 2:** Funkce příslušnosti kvalita služeb

Zdroj: Vlastní nákres, 2018.

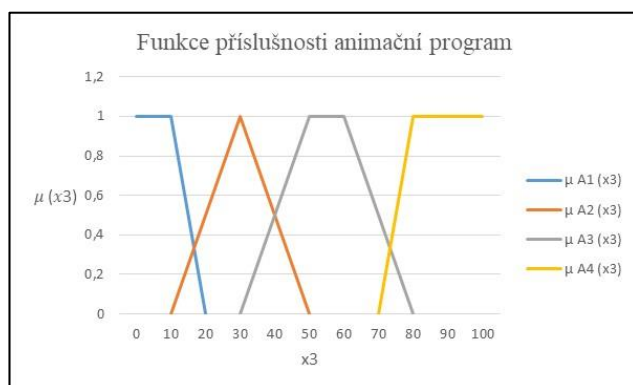
Graf 2 ukazuje průběh funkce příslušnosti parametru kvalita služeb, vzorce pro výpočet a pro určení průběhu jednotlivých funkcí již nejsou uváděny, lze je jednoduše odvodit z grafu.

Parametr kvalita služeb má mnoho dimenzí, zaměřili jsme se zejména na dimenze podstatné pro osoby s dětmi do tří let:

1. Nízká kvalita (K1) – strava v ubytovacím zařízení není nabízena, není možno připravit stravu vlastní, úroveň služeb je minimální, společné sociální zařízení, vybavení pokoje je základní, pokoje nejsou řešeny jako bezbariérové.
2. Průměrná kvalita (K2) - strava v ubytovacím zařízení je v omezené nabídce, úroveň obsluhy a služeb postačující, společné sociální zařízení, vybavení pokoje je přijatelné, pokoje nejsou řešeny jako bezbariérové, ubytovací zařízení nabízí možnost zapůjčení dětských židliček, postýlek apod.
3. Dobrá kvalita (K3) - strava v ubytovacím zařízení je v široké nabídce, úroveň obsluhy a služeb je dobrá s širokou nabídkou dětských jídel a dietního jídelníčku, sociální zařízení na pokoji, vybavení pokoje je v dobré kvalitě, pokoje nejsou řešeny jako bezbariérové, ubytovací zařízení nabízí možnost zapůjčení dětských židliček, postýlek apod.
4. Výborná kvalita (K4) - strava v ubytovacím zařízení je v široké nabídce, úroveň obsluhy a služeb je výborná s širokou nabídkou dětských jídel a dietního jídelníčku, možností přehřívát dětské pokrmy, sociální zařízení na pokoji, vybavení pokoje je výborné (prostorný pokoj, klimatizace, lednička, TV apod), pokoje jsou řešeny jako bezbariérové, ubytovací zařízení nabízí možnost zapůjčení dětských židliček, dětských postýlek, vaniček apod.

Úroveň animačního programu:

1. Nízká úroveň animačního programu (A1) – ubytování má pro děti vyhrazeny minimální prostory bez možnosti animačního programu.
2. Průměrná úroveň animačního programu (A2) - ubytování má pro děti vyhrazeny prostory, kde mohou trávit čas s rodiči, animační program je realizován jednorázově (nahodile).
3. Dobrá úroveň animačního programu (A3) - ubytování má pro děti vyhrazeny prostory, kde mohou trávit čas s rodiči, je zajištěn dohled v nepřítomnosti rodičů, animační program je realizován několikrát do týdne.
4. Výborná úroveň animačního programu (A4) - ubytování má pro děti vyhrazeny prostory, kde mohou trávit čas s rodiči, je zajištěn dohled v nepřítomnosti rodičů, animační program je realizován pravidelně, v době animačního programu pro děti mají rodiče možnost vlastních aktivit.

**Graf 3:** Funkce příslušnosti animační program

Zdroj: Vlastní nákres, 2018.

Zázemí pro děti:

1. Minimální zázemí (Z1) – v ubytovacím zařízení neexistují speciální místnosti pro děti.
2. Průměrné zázemí (Z2) - v ubytovacím zařízení je k dispozici dětská herna.
3. Dobré zázemí (Z3) - v ubytovacím zařízení je k dispozici dětská herna, venkovní dětské hřiště, pískoviště.
4. Výborné zázemí (Z4) – v ubytovacím zařízení je k dispozici dětská herna, venkovní dětské hřiště, pískoviště, místnost na přebalování, možnost ohřevu vlastního jídla, kočárkárnu, prostory v ubytovacím zařízení jsou vizuálně a bezpečnostně plně přizpůsobeny pro pohyb dětí.

**Graf 4:** Funkce příslušnosti zázemí pro děti

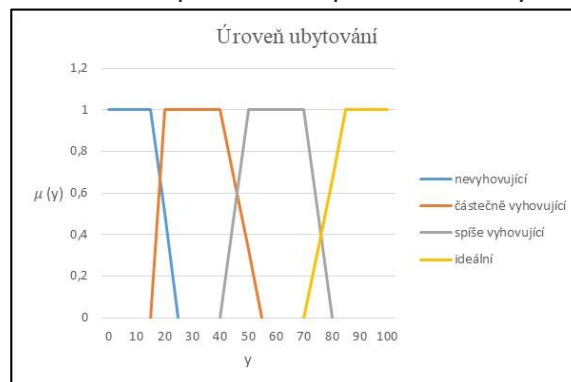


Zdroj: Vlastní náčr, 2018.

Tabulka 1 ukazuje ukázkový náhled na seznam pravidel typu IF-THEN. Na základě hodnot funkce příslušnosti platí pro uvažovaný příklad následující pravidla. Seznam pravidel v tabulce 1 není úplný. Průběh jednotlivých funkcí příslušnosti je ukázkový a závisí na expertovi v daném oboru, který funkce určuje.

Na základě pravidel lze identifikovat odpovídající úroveň ubytování. Předpokládáme čtyři úrovně ubytování: zcela nevyhovující, částečně vyhovující, spíše vyhovující a ideální typ ubytování. Adekvátní funkce příslušnosti zobrazuje graf 5.

**Graf 5:** Funkce příslušnosti pro úroveň ubytování



Zdroj: Vlastní náčr, 2018.

Vlastní expertní systém je implementován v programu LFLC 2000<sup>6</sup>. Pro defuzzifikaci výstupní fuzzy množiny je využita metoda COG (těžiště).

## PŘÍPADOVÁ STUDIE

Předpokládáme existenci cestovní kanceláře, nebo cestovní agentury, která nabízí ubytovací kapacity pro segment osob s dětmi do tří let. Ubytovací zařízení jsou v první fázi klasifikovány expertem, zaměstnancem cestovní kanceláře do čtyř kvalitativních úrovní, odpovídajících rozdělení v grafu 5 (od typu ubytování, které nevyhovuje až po typ zařízení, který spadá do kategorie ideální). V praxi lze předpokládat více kvalitativních úrovní než čtyři a tedy podrobnější a přesnější klasifikaci.

<sup>6</sup> Program LFLC 2000, je vyvíjen na Institutu pro výzkum a aplikaci fuzzy modelování (IRAFM) ve spolupráci s centrem IT4Inovations na Ostravské univerzitě. (<http://irafm.osu.cz/>).

**Tabulka 1:** Seznam pravidel

|          | IF                   |                    |                                     |                     | THEN                |
|----------|----------------------|--------------------|-------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Pravidlo | L - lokace ubytování | K - kvalita služeb | A - animační program                | Z - zázemí pro děti | úroveň ubytování    |
| 1        | Zcela nevyhovující   | Nízká kvalita      | Nízká úroveň animačního programu    | Minimální zázemí    | Nevyhovující        |
| 2        | Zcela nevyhovující   | Průměrná kvalita   | Průměrná úroveň animačního programu | Průměrné zázemí     | Částečně vyhovující |
| 3        | Zcela nevyhovující   | Dobrá kvalita      | Dobrá úroveň animačního programu    | Dobré zázemí        | Spíše vyhovující    |
| 4        | Zcela nevyhovující   | Výborná kvalita    | Výborná úroveň animačního programu  | Výborné zázemí      | Spíše vyhovující    |
| 5        | Téměř nevyhovující   | Průměrná kvalita   | Průměrná úroveň animačního programu | Průměrné zázemí     | Částečně vyhovující |
| 6        | Téměř vyhovující     | Dobrá kvalita      | Dobrá úroveň animačního programu    | Dobré zázemí        | Spíše vyhovující    |
| 7        | Zcela vyhovující     | Výborná kvalita    | Výborná úroveň animačního programu  | Výborné zázemí      | Ideální             |

Zdroj: Vlastní návrh, 2018.

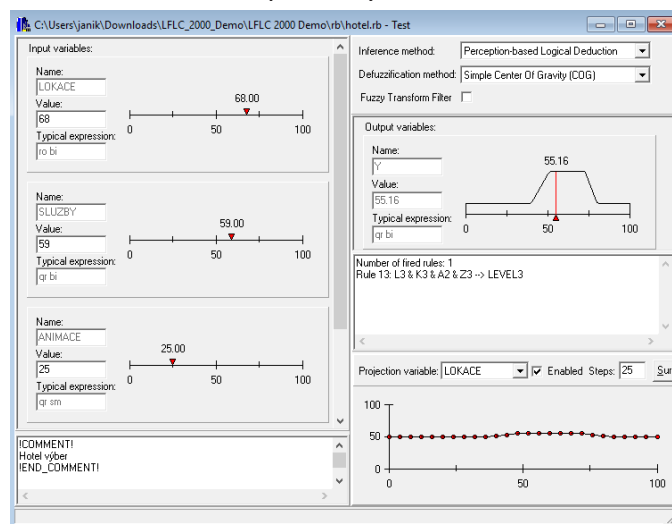
Zaměstnanec na pobočce CK disponuje programem umožňujícím vyhledávat v databázi ubytovacích zařízení na základě vstupních parametrů lokace ubytování, kvalita služeb, animační program a zázemí pro děti. Při komunikaci se zaměstnancem CK popíše klient slovně své požadavky na ubytování např. takto: „- Hledáme ubytování, které je v klidném prostředí, s možností zaparkovat u hotelu, nemusí být však přímo v centru města. Požadujeme sociální zařízení přímo na pokoji, zapůjčení dětské postýlky, dítě má speciální bezlepkovou dietu. Dále požadujeme, ať ubytování disponuje dětským koutkem, animační program pro děti však není nutný. Dítě si rádo hraje na pískovišti, požadujeme venkovní dětské hřiště v těsné blízkosti hotelu“.

Zaměstnanec cestovní kanceláře (expert) převede jazykové neurčité hodnoty na hodnoty vstupních parametrů expertního systému a určí jejich hodnoty. Výše uvedený slovní popis by např. mohl odpovídat těmto hodnotám:

- Lokace ubytování, téměř vyhovující, L3 = 68.
- Kvalita služeb, dobrá kvalita, K3=59.
- Animační program, průměrná úroveň animačního programu, A2=25.
- Zázemí pro děti: dobré zázemí, Z3=48.

Po zadání vstupních hodnot do programu, je vypočtena výstupní proměnná  $y$  a aplikováno příslušné IF-THEN pravidlo. Grafický náhled výsledku při zadání do programu LFLC 2000 ukazuje obrázek 3. V levé části obrazovky jsou uvedeny vstupní proměnné, v pravé části poté použita metoda defuzzifikace (COG) a výstupní proměnná  $y$ , aplikované pravidlo a grafický náhled výsledku. Podle výše zadaných vstupních parametrů je ostrá hodnota  $y = 55,16$ , jedná se o zařízení v kvalitativní úrovni „spíše vyhovující ubytovací zařízení“. Pokud byla ubytovací zařízení předem klasifikována, zaměstnanci CK se vypíše seznam zařízení, které nejlépe vyhovují slovnímu popisu požadavků klienta.

Obrázek 3: Expertní systém v LFLC 2000



Zdroj: Software LFLC 2000.

## DISKUSE

V příspěvku je demonstrováno využití expertního fuzzy systému k výběru vhodného ubytovacího zařízení pro specifickou skupinu klientů. Předpokládáme, že takto navržený systém, lze využít například na pobočce cestovní kanceláře, kdy klienti formulují své požadavky často neurčitě a vágně. Příslušný expert (zaměstnanec CK) dokáže převést tyto vágní požadavky na konkrétní hodnoty. Předpokladem je, že expertní fuzzy systém bude propojen s databází ubytovacích zařízení a jako celek bude implementován např. v informačním systému cestovní kanceláře. Nebude mít podobu samostatného software, jak je tomu ve výše uvedeném příkladu.

Tento systém by měl kombinovat při vyhledávání vhodného ubytování jak fuzzy parametry, tak konkrétní parametry. Mezi důležitý vstupní parametr patří zejména cena ubytování. Ve výše uvedeném příkladu však s cenou nepočítáme, protože se domníváme, že cenu lze zadat standartním způsobem (stanovit možný rozsah, minimální, či maximální výši) a vyhovující ubytovací zařízení takto filtrovat. V reálném použití lze samozřejmě kombinovat jak fuzzy parametry, tak konkrétní hodnoty. Tohoto přístupu lze využít, při vyhledávání vyhovujícího ubytování také pomocí webové stránky. Například webový portál Cestuj s dětmi<sup>7</sup> nabízí možnost vyhledávání ubytovacích zařízení pro segment klientů s dětmi. Na www stránce lze vyhledávat ubytování podle konkrétních parametrů, lokace ubytovacího zařízení v kraji, ve městě a podle

<sup>7</sup> <https://www.cestujsdetmi.cz/>

typu zařízení apartmán, chata ...atd. Lze si velmi dobře představit kombinaci vyhledávání jak podle reálných parametrů, tak podle fuzzy parametrů. Kdy expertem, který provádí defuzzifikaci hodnot je osoba, která ubytování vyhledává.

Konečným cílem při návrhu tohoto typu expertního systému je snaha o nalezení co nejvhodnějšího ubytování pro klienty se specifickými potřebami.

## ZÁVĚR

Příspěvek se zabývá způsobem jak využít expertní fuzzy systém při výběru vhodného ubytovacího zařízení pro specifickou skupinu klientů. Uvažovaným segmentem jsou osoby s dětmi do tří let. V teoretické části příspěvku jsou vymezeny základní principy přístupného cestovního ruchu a zmíněny studie, které se věnují specifickým potřebám a cestovatelskému chování skupin zákazníků přístupného turismu. Dále jsou charakterizovány principy fuzzy logiky, zejména fuzzy logického systému typu Mamdani, který je běžně využíván pro řízení technologických procesů. Ve druhé části příspěvku je navržen konkrétní model s určením hlavních parametrů a jejich funkcí příslušnosti. Například jednoduché případové studie je demonstrováno použití tohoto modelu a vlastní implementace expertního systému v programu LFLC 2000. Fuzzy logické systémy lze využít při vyhledávání konkrétních ubytovacích zařízení, ať již ve spolupráci s expertem (zaměstnancem CK) na pobočce, nebo přes webové rozhraní.

- Bezděk, Václav. Využití fuzzy logiky při hodnocení. In Systémová integrace. 2012, č. 4, s. 134 – 116. ISSN 1804-2716.
- Buhalis, Dimitrios., Simon. Darcy. Accessible Tourism: Concepts and Issues. Bristol: Channel View Publications, 2011. ISBN 978-1-84541-161-9.
- Darcy, Simon. Accessible tourism research. 2006 [online]. [vid 10. května 2018]. Dostupné z: <http://accessibletourismresearch.blogspot.cz/2010/01/towards-definition-of-accessible.htm>
- Darcy, Simon., Bruce. Cameron a Shane. Pegg. Accessible tourism and sustainability: discussion and case study. Journal of Sustainable tourism. [online]. roč.18, č. 5, 2010, s. 515-537 [vid 10. května 2018]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/365474380/2A5F612CBD4C02PQ/>
- Figueiredo, Elisabete., Celeste. Eusébio a Elisabeth. Kastenholtz. How Diverse are Tourists with Disabilities? A Pilot Study on Accessible Leisure Tourism Experiences in Portugal. International journal of tourism research. [online]. 2012. roč. 14, s. 531-550 [vid 15. května 2018] Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.1913/abstract?userIsAuthenticated=false&deniedAccessCustomisedMessage>
- Hájek, Petr. Metamathematics of Fuzzy Logic. Dordrecht: Kluwer, 1998. ISBN 978-07923-5238-9.
- Izquierdo, R. Luis., Doina. Olaru., Segismundo. Izquierdo., Purchase. Sharon a Geoffrey. N. Soutar. Fuzzy Logic for Social Simulation Using NetLogo In Journal of Artificial Societies and Social Simulation[online]. 2015, roč. 18, č. 4. ISSN 14607425. [cit. 2018-01-01]. Dostupné z: <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/18/4/1.html>
- Kazuist, European Network for Accessible Tourism (Enat), Národní rada osob se zdravotním postižením ČR, Trianon, 2010. Athena na cestách. Přístupný cestovní ruch v kostce. Třinec, (CZ 1.04/5.1.01/12.00018).
- Linderová Ivica, Petr Janeček. Accessible Tourism for All – Current State in the Czech Business and Non-business Environment. Ekonomie a management, 2017, roč. 20, č. 4, s. 168-186. ISSN 1212-3609.
- Neumann, Peter, Reuber, Paul., et al. Economic Impulses of Accessible Tourism for All. Study commissioned by the Federal Ministry of Economics and Labour. BMWA Berlin, Germany. 2004. [online]. [vid. 11. května 2018]. ISSN 0342-9208. Dostupné z: [www.bmw.de/.../economic-impulses-of-accessible-tourism](http://www.bmw.de/.../economic-impulses-of-accessible-tourism)
- Packer, L. Tanya., Mckercher, Bob., Matthew Kwai-Sang, Yau. Understanding the complex interplay between tourism, disability and environmental contexts. Disability and Rehabilitation. Informa Healthcare [online]. 2007, roč. 29, č.4, s 281–292 [vid. 17. května 2018]. Dostupné z: <http://informahealthcare.com/toc/dre/29/4>
- Pokorný, Miroslav. Nekonvenční metody řešení ekonomických a manažerských úloh. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4218-1.
- Gopal, Singh. Fuzzy Expert System For The Selection Of Tourist Hotels. In International journal of scientific & technology research. 2016, roč. 5, č. 9, s. 134-139. ISSN 2277-8616.
- Škrabánek, Pavel. Teorie Fuzzy množin a její aplikace. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2014. ISBN 978-80-7395-875-6.
- Zadeh, A. Lotfi. Fuzzy Sets. In Information Control, roč. 8, 1965, s. 338–353, ISSN 0890-5401.
- Zeki, Akinci. Assessment of expectations and tendencies on Development of accessible tourism: a study on demand. International Journal of Arts & Sciences, CD-ROM. 2015, s. 149-166, ISSN: 1944-6934.08(08). [online] [vid. 20. května 2018]. Dostupné z: <http://universitypublications.net/ijas/0808/pdf/P5G240.pdf>
- Zorková, Dagmar. Cestovní ruch z pohledu klientů se specifickými potřebami. In: 3. Mezinárodní vědecká konference, Cestovní ruch, hotelnictví a lázeňství ve světle vědeckého výzkumu a praxe. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2014, s. 440 – 447, ISBN 978-80-7248-858-2.

# ANALÝZA FAKTORŮ OVLIVŇUJÍCÍCH ÚROVEŇ TURISTICKÝCH VÝDAJŮ V JIHO- MORAVSKÉM KRAJI

# ANALYSIS OF TRAVEL EXPENDITURE FACTORS IN THE SOUTH MORAVIAN REGION

Tomáš Jeřábek<sup>1</sup>, Zdeněk Málek<sup>2</sup>, Vladimír Šefčík<sup>3</sup> & Jana Štofilová<sup>4</sup>

Received: February 3, 2018 Accepted: May 29, 2018

<sup>1</sup> Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o., Katedra ekonomie, ekonomiky a managementu, Bosonožská 9, 625 00 Brno, Česká republika, e-mail: [jerabek@hospkolabrnno.cz](mailto:jerabek@hospkolabrnno.cz)

<sup>2</sup> Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o., Katedra gastronomie, Bosonožská 9, 625 00 Brno, Česká republika

<sup>3</sup> Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o., Katedra ekonomie, ekonomiky a managementu, Bosonožská 9, 625 00 Brno, Česká republika

<sup>4</sup> Vysoká škola obchodní a hotelová s.r.o., Katedra ekonomie, ekonomiky a managementu, Bosonožská 9, 625 00 Brno, Česká republika

## ABSTRAKT

Oblast cestovního ruchu se stává jedním z nejvýznamnějších odvětví na celém světě, a turistické výdaje jsou nezanedbatelným příspěvkem k hospodářskému růstu, a to jak na národní tak regionální úrovni. Z tohoto důvodu je pro výzkumníky, manažery, ale také pro politické autority nesmírně důležité určit, které faktory ovlivňují rozhodování o turistické spotřebě a podrobněji se zaměřit na účinek těchto faktorů směrem k turistickým výdajům za použití vhodných ekonometrických nástrojů a metod. Cílem příspěvku je nalézt statisticky významné faktory ovlivňující úroveň turistických výdajů v Jihomoravském kraji od března do října 2016. Analýza je založena na dotazníkovém šetření, formou osobního dotazování, realizovaném v rámci JMK. Výsledky ukazují na statistickou významnost různých faktorů vycházejících z ekonomických omezení, sociálně-ekonomických charakteristik, charakteristik souvisejících s cestou a také determinantů vycházejících z psychologických aspektů jednotlivých turistů.

*Klíčová slova: Determinanty. Regrese. Výdaje turistů.*

## ABSTRACT

Tourism is becoming one of the most important sectors in the world, and tourism spending is a significant contribution to economic growth, both at national and regional level. For this reason, it is extremely important for researchers, managers and political authorities to determine which factors influence decision making on tourism consumption and to focus more closely on the effect of these factors on tourism spending using appropriate econometric tools and methods. The aim of the paper is to find statistically significant factors influencing the level of tourism expenditures in the South Moravian Region from March to October 2016. The analysis is based on the questionnaire survey realized within the JMK. The results show the statistical significance of various factors based on economic constraints, socio-economic characteristics, trip-related characteristics, as well as determinants based on the psychological aspects of individual tourists.

*Keywords: Determinants. Regression. Travel Expenditure.*

Oblast cestovního ruchu se stává jedním z nejvýznamnějších odvětví. Turistické výdaje jsou nezanedbatelným příspěvkem k hospodářskému růstu, a to jak na národní tak regionální úrovni (Paci a Marrocu, 2014). Z tohoto důvodu je pro výzkumníky, manažery, ale také pro politické autority nesmírně důležité určit, které faktory ovlivňují rozhodování o turistické spotřebě a podrobněji se zaměřit na účinek těchto faktorů směrem k turistickým výdajům za použití vhodných ekonometrických nástrojů a metod. V průběhu posledního desetiletí, několik studií zkoumalo charakteristiky a determinanty poptávky cestovního ruchu prostřednictvím širokého spektra teoretických a metodologických přístupů. Výzkum této problematiky lze směřovat do dvou vzájemně souvisejících oblastí. Konkrétně se jedná o modelování a předpovídání poptávky po cestovním ruchu, viz například Song a Li (2008), a druhou oblast představuje problematika modelování determinantů turistických výdajů, viz Brida a Scuderi (2013). Zatímco první oblast je spíše makroekonomická, druhá oblast směřuje do mikroekonomické úrovně.

V rámci této práce se zaměřujeme na druhou z výše uvedených oblastí. Za tímto účelem je předně nutné vymezit výstup neboli produkt cestovního ruchu. Tento produkt je charakteristický zejména vysokou diferencovaností, a to jak z hlediska rozsahu, tak samotné poptávky. Z tohoto důvodu je za účelem zachycení směrodatných determinantů nutné přistoupit k tomuto problému velmi komplexně, s cílem co nejlépe a nejvěrohodněji zachytit heterogenitu produktu cestovního ruchu. Tedy smyslem tohoto úkolu je nalézt komplexní soubor faktorů, které jsou schopny (nebo alespoň je to očekáváno) zachytit hlavní charakteristické vlastnosti turistů a specifické rysy destinací.

Modelování ať již jakýchkoliv determinantů představuje jinými slovy snahu prostřednictvím určitého počtu vysvětlujících (nezávislých) proměnných určit neboli vysvětlit závislou proměnnou. V rámci této práce jsou vysvětlovanou výdaje turistů a základním problémem je nalézt příslušné nezávislé proměnné. Zde lze použít několik přístupů, jeden z nich nabídl Wang et al. (2006), jež rozlišuje mezi čtyřmi hlavními kategoriemi determinantů. Tyto kategorie konkrétně tvoří ekonomická omezení, sociálně-ekonomické charakteristiky, charakteristiky související s cestou a psychologické aspekty.

Za účelem nalezení požadovaného vztahu je aplikována regresní analýza. Jedná se o velmi užitečným ekonometrický nástroj používaný k posouzení tendence přítomné ve sledovaných proměnných a k poskytnutí dostatečného měřítka průměrného odezvy výdajů za cestování na změny v jejich determinantech. Analýza různých determinantů je důležitá, protože nám umožňuje získat specifické informace o různých kategoriích zákazníků.

Cílem příspěvku je analyzovat mikroekonomické determinanty výdajů turistů v rámci Jihomoravského kraje. Analýza vychází z průzkumu provedeného v různých částech Jihomoravského kraje od března do října 2016, v rámci něhož bylo realizováno celkem 320 rozhovorů s turisty nerezidenty ve vztahu k JMK. Úkolem výzkumu je nalézt konkrétní proměnné determinující sledovaný ukazatel celkových výdajů.

## PŘEHLED LITERATURY

Turistické výdaje a jejich determinanty byly široce analyzovány především z makroekonomické perspektivy, a to s obecným cílem posoudit ekonomický dopad cestovního ruchu. Na druhou stranu, analýze výdajů na cestovní ruch z mikroekonomického hlediska, což je předmětem tohoto příspěvku, byla věnována daleko menší pozornost. Zejména práci, jež by v rámci své analýzy aplikovaly ekonometrické metody, je nedostatek, viz například Brida a Scuderi (2013). V rámci mikroekonomického pohledu se výzkumníci zajímali především o zkoumání faktorů ovlivňujících tři specifické dimenze výdajů na cestovní ruch, konkrétně: proč spotřebitelé utrácejí za cestovní ruch; kolik utrácejí; za co utrácejí.

Někteří autoři modelovali současně více než jednu dimenzi. Například Wu et al. (2013) prostřednictvím logistické regrese analyzují první dvě výše uvedené dimenze, jež se zdají být silně korelované. Tito autoři v rámci první dimenze zjišťují, že volba cestovat je pozitivně ovlivněna vzděláním a příjmy, zatímco negativní statisticky významný vliv byl potvrzen v případě pohlaví, konkrétně u mužů a velikostí domácnosti, měřené počtem jejich členů. Na druhou stranu, velikost výdajů na cestovní ruch je negativně ovlivněna velikostí domácnosti a pozitivně pak vyšší příjmy a vzdáleností cílové destinace.

Pokud se zaměříme na druhou úroveň uvedené dimenze, tj. výdajů na cestování, tak je specifickým problémem volba vhodných determinantů, tedy co vše může tyto výdaje ovlivňovat. Tímto problémem se podrobněji zabývali Wanga et al. (2006) navrhli tyto determinanty rozdělit do čtyř hlavních kategorií, konkrétně ekonomická omezení, sociálně-ekonomické charakteristiky, charakteristiky související s cestou a psychologické aspekty.

Pokud jde o třetí dimenzi, tak Divisekera (2010) zkoumá spotřební chování turistů tím, že analyzuje hlavní determinanty výdajů na cestovní ruch, a to ubytování, stravu, dopravu, nakupování a zábavu. Spotřební chování zkoumali také Craggs a Schofield (2009), kteří rozdělili návštěvníky do tří segmentů podle úrovně svých výdajů a analyzovali jejich charakteristiky a odlišné vzorce vynakládání výdajů.

Další zásadní otázka, o níž se v současné literatuře hojně diskutuje, se týká empirické metodologie a mnoha různých přístupů od deskriptivní statistiky k ekonometrickým modelům, které lze použít k analýze vztahů mezi výdaji turistů a jejich vysvětlujícími proměnnými. V poslední době Hung a kol. (2012) uvádějí, že odhady obyčejných nejmenších čtverců (OLS) poskytují kvalitní výsledky.

## DATA A METODY

Studie vychází z průzkumu realizovaného v Jihomoravském kraji (JMK) od března do října 2016. Dotazovanými respondenty byly turisté, kteří strávili alespoň jednu noc v některé z destinací JMK pro neobchodní účely. Dotazování bylo realizováno formou rozhovorů, a bylo uskutečněno na konci

pobytu konkrétních respondentů. Celkový výzkumný vzorek zahrnoval 320 respondentů. Výzkum byl zaměřený na celkové výdaje turistů, tedy důležitým kritériem pro zařazení daného respondenta do výzkumu byla skutečnost, že jsem schopni rozhovor uskutečnit na konci jejich dovolené.

V rámci výdajů byly sledovány jednak celkové výdaje (TE) a dále celkové výdaje bez nákladů cestování (TEtc) – myšleno bez nákladů na cestu z domova do cílové destinace a zpět).

Průměrné celkové výdaje za jeden den a na jednu osobu činily 2 289 Kč a průměrné celkové výdaje po odečtení nákladů na cestu pak 1 827 Kč. Podrobnější přehled zjištěných celkových výdajů ukazuje následující tabulka. V tabulce jsou prezentovány kvantily vztahující se k rozdělení výdajů. Z tabulky je patrné, že 5 % nejvyšších výdajů (včetně nákladů na cestování) na osobu a den nepřesahuje 10 500 Kč, naopak 5 % nejnižších výdajů jsou pod hranicí 250 Kč na osobu a den. Dále, za účelem podrobnější statistické specifikace byly sledovány míry šikmosti a špičatosti. V případě šikmosti docházíme k hodnotě 2,5 (pro proměnnou ), což značí silnější převahu nižších oproti vyšším výdajům. Naopak standardizovaná špičatost odpovídá hodnotě 1, což značí mírně zvýšenou koncentraci jednotlivých výdajů kolem svého průměru. Tyto výsledky rovněž naznačují přítomnost odlehlých pozorování. Poznamenejme, že pro jednodušší použití regresní analýzy, byla tato odlehlá pozorování z výzkumu vyřazena – tato operace se týkala 4 respondentů, jejichž vyřazení zcela jistě neovlivní celkové výsledky. Tedy dále pracujeme se vzorkem 316 respondentů.

**Tabulka 1:** Celkové výdaje

| Percentil |         |        |
|-----------|---------|--------|
| 0,05      | 233,6   | 89     |
| 0,25      | 1145,6  | 823    |
| 0,50      | 1990,8  | 1523,6 |
| 0,75      | 3141,8  | 2502,2 |
| 0,95      | 10364,4 | 8110,3 |

Zdroj: Vlastní zpracování dle realizovaného výzkumu

Výdaje turistů lze vyjádřit jako funkci různých determinantů, zahrnujících jak ekonomické, tak psycho-sociální charakteristiky. Konkrétně pracujeme s modelem navrženým Wangem et al (2006), v němž jsou zahrnuty čtyři hlavní kategorie determinantů. Tyto kategorie konkrétně tvoří

- ekonomická omezení (E)
- sociálně-ekonomické charakteristiky (S)
- charakteristiky související s cestou (T)
- psychologické aspekty (P)

Výsledný ekonometrický model je v následujícím tvaru

$$TE = f(E_i, S_i, T_i, P_i). \quad (1)$$

Model (1) vyjadřuje funkční vztah mezi jednou závislou proměnnou ve formě celkových výdajů – se zahrnutím nebo vyloučením cestovních nákladů) a čtyřmi skupinami nezávislých proměnných. Jednotlivé skupiny determinantů jsou dány dílčími proměnnými.

Ze skupiny ekonomických omezení byly sledovány příjmy respondentů. Cílem nebylo získat konkrétní částku, ale subjektivní zařazení každého z respondentů do jedné ze tří skupin – konkrétně nízké, střední a vysoké příjmy. Důvodem volby tohoto přístupu bylo získat od respondentů informaci o jejich životní úrovni. Z celkového počtu 316 respondentů svůj příjem jako nízký vnímá 135 turistů, ke střednímu příjmu se přihlásilo 141 respondentů a subjektivně svůj příjem jako vysoký považuje 40 oslovených respondentů.

Ze sociálně-ekonomických charakteristik byly vybrány údaje týkající se věku, pohlaví a sociálního postavení. Nadpoloviční většina respondentů byla ve věkovém rozmezí 30 až 60 let zahrnuje 66% podíl oslovených turistů. Menší skupinu pak tvoří turisté nad 60 let, celkem 19 % a nejméně respondentů bylo z věkové skupiny do 30 let. Co se týče pohlaví, tak mírně převládali ženy s 53% podílem. Z hlediska sociálního statutu byli respondenti rozřazeni do čtyř kategorií, a to zaměstnaný, nezaměstnaný, student a důchodce. Do skupiny zaměstnaných patřily všechny ekonomicky aktivní osoby, jež zároveň tvořily největší podíl ze všech respondentů – celkově 81 %. Ke skupině nezaměstnaných se naopak přihlásilo nejméně respondentů a tato skupina tvořila 5% podíl na celém vzorku. V rámci sociálně-ekonomických

charakteristik bylo rovněž sledováno, zda je daný turista rezident nebo nerezident, a to ve vztahu k celé ČR. V tomto ohledu podíl rezidentů na nerezidentech činil 64 %, přičemž významnou část nerezidentů tvořili obyvatelé Slovenské republiky. Poslední část z této skupiny charakteristik tvořila otázka na vzdělání v rozdělení do kategorií na základní, středoškolské a vysokoškolské. K základnímu vzdělání se přihlásilo 19 z dotázaných, střední vzdělání uvádí 252 respondentů a vysokoškolské vzdělání pak zbývajících 45 turistů.

Z oblasti charakteristik souvisejících s cestou byly sledovány zvolený typ ubytování a dopravní prostředek použitý k cestování. Oslovení respondenti byli ubytováni ve třech různých typech ubytovacích zařízení – jednalo se o hotely, penziony a campy. Největší podíl z respondentů zaujímali turisté ubytovaní v hotelech, resp. penzionech – konkrétně 41 %, resp. 39%. Co se týče použitého způsobu dopravy, tak se 42% podílem převládal vlastní způsob dopravy (osobní automobil nebo karavan), dále s 41 % letecká doprava. Zbýající část pak pokrývala autobusová nebo vlaková doprava.

Poslední skupinu tvořily psychologické aspekty, v rámci nichž byla sledována pouze jedna proměnná, a to motivace návštěvy Jihomoravského kraje. Zde nejvyšší podíl zaujímaly s 35 % geografické podmínky. Dále 23% podíl vykazaly jak ekonomické důvody (levná dovolená), tak motivace na základě doporučení. Motivaci z důvodu návštěvy přátel žijících v JMK uvedlo 17 % dotázaných. Zbýající 2% podíl tvořily ostatní důvody.

Model (1) lze reprezentovat prostřednictvím klasické regresní analýzy ve tvaru

$$y_i = \beta_0 + E_i\beta_1 + S_i\beta_2 + T_i\beta_3 + P_i\beta_4 + \varepsilon_i, \quad (2)$$

kde  $\beta_0, \dots, \beta_4$  jsou hledané regresní koeficienty,  $y_i$  představuje vektor závislé proměnné v logaritmickém vyjádření, tj.  $y_i = \ln TE_i$ , resp.  $y_i = \ln TE_{tc,i}$ . Dále matice  $E_i$ ,  $S_i$ ,  $T_i$  a  $P_i$  obsahují hodnoty nezávislých proměnných – představených výše. Konečně  $\varepsilon_i$  je reziduální složka modelu. Podrobnější informace vztahované k regresi a regresním modelům uvádí například Montgomery a George Runger (2011).

Připomeňme, že závislou proměnnou tvoří celkové výdaje na osou a den (proměnná  $TE$  a dále celkové výdaje na osobu a den s vyloučením výdajů za cestu (proměnná  $TE_{tc}$ ). Na tomto místě je nutné zmínit odlišnosti mezi použitými proměnnými. Celkové výdaje jsou spolu s proměnnou věk tzv. kvantitativní proměnné – reprezentovány reálným, v případě proměnné věk přirozeným číslem. Ostatní proměnné jsou kategorické. V případě tohoto typu proměnných je vždy volena referenční kategorie, od níž jsou odvozeny výsledky zbývajících kategorií. Významnost koeficientů náležících k jednotlivým proměnným, resp. jejich kategoriím byla posuzována prostřednictvím robustní směrodatné odchylky (tzv. HAC – „heteroskedasticity and autocorrelation consistent“), které jsou konsistentní i za předpokladu případného výskytu heteroskedasticity a autokorelace, viz například Arellano (2003). Konkrétní významnost je prezentována prostřednictvím p-hodnot jednotlivých koeficientů a byla použita 5% hladina významnosti – p hodnota menší než 0,05.

## VÝSLEDKY A DISKUSE

Tabulka 2 uvádí výsledky, vyplývající z provedené regresní analýzy. Naše zjištění potvrzují předchozí důkazy o významu příjmů jako jednoho z nejdůležitějších faktorů cestovního ruchu, viz například výzkumy prezentované v pracích Thrane a Farstad (2011) nebo Wu et al. (2013). Pokud jako referenční skupinu uvažujeme turisty s nízkým příjmem, lze očekávat, že turisté se středním příjmem utratí během své dovolené o 15,7 % více, zatímco v případě turistů s vysokými příjmy budou jejich výdaje vyšší o 36,1 %. Pokud celkové příjmy očistíme o výdaje za dopravu, pak docházíme k podobným výsledkům, přičemž dojde k mírnému navýšení rozdílů mezi uvedenými příjmovými skupinami. Konkrétně středně příjmový turista utratí o 19,2 % a vysoce příjmový o 38,2 % více, než turisté s nižším příjmem.

Ze sociálně-ekonomických charakteristik byl sledován věk, pohlaví, sociální status, vzdělání a bydliště v ČR. Výsledky ukazují, že věk neovlivňuje celkové výdaje. V případě pohlaví například Wang et al. (2006) hovoří statistické nevýznamnosti vlivu na celkové výdaje a tento poznatek zdůvodňuje nízkou diferenciací trhu cestovního ruchu podle pohlaví. Ovšem náš výzkum ukazuje, že pohlaví může mít vliv na výdaje za dovolenou. Konkrétně, pokud jde o celkové výdaje, pak ženy utrácejí téměř o 10 % více než muži. V případě výdajů bez nákladů na cestu je to až o 13 % více. Tedy nelze říci, že by pohlaví turisty nemělo

vliv na výši jeho výdajů. Samozřejmě pro ucelenější informaci by bylo nutné dále hlouběji analyzovat zjištěné výdaje s cílem nalézt rozdíly vztahující se ke konkrétním produktům, za něž turisté utrácejí.

Pokud se nyní zaměříme na sociální status, pak zjišťujeme, že studenti a nezaměstnaní utrácejí méně než zaměstnaní turisté. Konkrétně v případě studentů je to o téměř 12 % méně a u nezaměstnaných pak o 15 % méně. Tyto výsledky nelze považovat za příliš překvapivé. U důchodců nelze říci, že by utráceli více nebo méně než turisté se statutem zaměstnaní.

Sledované turistické výdaje na den nejsou zatíženy statisticky významnými rozdíly dle úrovně vzdělání. Jak uvádí například Hung et al. (2012), znak vzdělání se často používá k určení úrovně příjmů, pokud není k dispozici, nebo je zde riziko, že oslovení turisté budou o svých skutečných ekonomických podmínkách poskytovat nepravdivé informace. Právě z tohoto důvodu bylo vzdělání v našem výzkumu sledováno. V našem případě se objevuje značný nesoulad mezi vzděláním a příjmy. Důvod lze zřejmě spatřovat v přílišné subjektivitě v rámci zařazení do jedné ze tří příjmových skupin, kdy lidé například i s průměrnými příjmy považují svůj příjem za nízký.

Zahraniční turisté mají oproti českým turistům vyšší výdaje. Poznamenejme, že jako českého turistu vnímáme obyvatele ČR, tedy nemusí mít bydliště přímo v Jihomoravském kraji. Konkrétně zahraniční turista utratí až o 21 % více než český turista. Za významný důvod této skutečnosti lze považovat realizované intervence ze ČNB, čímž se česká měna pro tyto turisty výrazně zlevnila.

Pokud jde o charakteristiky související s cestou, tak typ ubytování má zcela prokazatelný vliv na úroveň celkových výdajů. Jako referenční kategorie bylo zvoleno ubytování v campech. Celkově zjišťujeme, že turisté ubytovaní v penzionech mají výdaje vyšší až o téměř 30 %, zatímco hotelový hosté pak až o 90 %. Tento výsledek je dán zřejmě jednak úsporných chováním turistů ubytovaných v campech nebo penzionech a taktéž vyššími náklady na stravování v případě hotelových hostů. Co se týče vlivu použitého dopravního prostředku na celkové výdaje, tak zde nespátřujeme u žádné z kategorií statisticky významný dopad.

Konečně, se zaměřením na psychologické charakteristiky zjišťujeme, že motivace pro dovolenou je důležitým faktorem výdajů na cestování.

To platí zejména tehdy, když účel cesty pro návštěvu JMK přímo souvisí s jeho přírodním prostředím, památkami a celkovými geografickými podmínkami. V těchto případech se celkové výdaje zvyšují o zhruba 14% v porovnání s úrovní výdajů, jejichž motivy jsou čistě ekonomické. Podobně turisté, jejichž motivem je návštěva přátel v JMK, utrácejí v průměru téměř o 20 % více než referenční kategorie turistů.

Celkově jsou naše závěry v souladu s hlavními výsledky podobných výzkumů zaměřujících se na výdaje turistů. Výsledky ukazují, že cestovní ruch je charakterizován velkou mírou heterogenity, a to především na straně poptávky - jednotliví turisté vykazují vysoce diverzifikované chování. Možnou návazností na uvedený výzkum může být více se zaměřit na vliv nabídky cestovního ruchu.

**Tabulka 2:** Výsledky regresního modelu

| Proměnná                                                   | Závislá proměnná: $TE$ |            | Závislá proměnná: $TE_{tc}$ |            |
|------------------------------------------------------------|------------------------|------------|-----------------------------|------------|
|                                                            | Koeficient             | Významnost | Koeficient                  | Významnost |
| <b>E</b>                                                   |                        |            |                             |            |
| <b>Příjem (Nízký příjem – referenční kategorie)</b>        |                        |            |                             |            |
| Střední příjem                                             | 0,157                  | 0,000      | 0,192                       | 0,000      |
| Vysoký příjem                                              | 0,361                  | 0,000      | 0,382                       | 0,000      |
| <b>S</b>                                                   |                        |            |                             |            |
| Věk                                                        | 0,003                  | 0,634      | 0,000                       | 0,713      |
| <b>Pohlaví (Muž- referenční kategorie)</b>                 |                        |            |                             |            |
| Žena                                                       | 0,097                  | 0,023      | 0,129                       | 0,012      |
| <b>Sociální statut (Zaměstnaný - referenční kategorie)</b> |                        |            |                             |            |
| Nezaměstnaný                                               | -0,135                 | 0,000      | -0,147                      | 0,000      |
| Student                                                    | -0,115                 | 0,044      | -0,118                      | 0,037      |
| Důchodce                                                   | 0,005                  | 0,198      | 0,096                       | 0,235      |
| <b>Vzdělání (Základní - referenční kategorie)</b>          |                        |            |                             |            |
| Středoškolské                                              | 0,005                  | 0,368      | 0,012                       | 0,401      |
| Vysokoškolské                                              | 0,012                  | 0,269      | 0,021                       | 0,389      |
| <b>Domov (Rezidenti - referenční kategorie)</b>            |                        |            |                             |            |
| Zahraniční turisté                                         | 0,21                   | 0,000      | 0,19                        | 0,002      |
| <b>T</b>                                                   |                        |            |                             |            |
| <b>Typ ubytování (Camp - referenční kategorie)</b>         |                        |            |                             |            |
| Penzion                                                    | 0,236                  | 0,001      | 0,267                       | 0,002      |
| Hotel                                                      | 0,798                  | 0,000      | 0,896                       | 0,000      |
| <b>Doprava (Os. auto - referenční kategorie)</b>           |                        |            |                             |            |
| Autobus/vlak                                               | -0,026                 | 0,179      | -0,029                      | 0,243      |
| Letadlo                                                    | 0,187                  | 0,099      | 0,171                       | 0,109      |
| <b>P</b>                                                   |                        |            |                             |            |
| <b>Motivace (Ekonomická - referenční kategorie)</b>        |                        |            |                             |            |
| Geogr. podmínky                                            | 0,136                  | 0,039      | 0,143                       | 0,048      |
| Přátelé v JMK                                              | 0,178                  | 0,009      | 0,198                       | 0,023      |
| Doporučení                                                 | 0,239                  | 0,061      | 0,244                       | 0,058      |
| Ostatní                                                    | -0,030                 | 0,108      | 0,002                       | 0,217      |

Zdroj: Vlastní zpracování dle realizovaného výzkumu, 2018.

Výzkum prezentovaný v tomto textu se snaží nalézt hlavní determinanty turistických výdajů, a to za použití lineárního regresního modelu. Celkově jsme zkoumali možný vliv 9 determinantů, souvisejících se čtyřmi různými kategoriemi ekonomických omezení, sociálně-ekonomických charakteristik, charakteristik souvisejících s cestou a také determinantů vycházejících z psychologických aspektů jednotlivých turistů. Naše empirické zjištění potvrzují vysokou diferenciaci produktu cestovního ruchu.

Celkově naše výsledky potvrzují významnou úlohu příjmu jednotlivých turistů. V našem výzkumu byl sledován jak vliv subjektivní, tak objektivní výše příjmu. Konkrétně turisté, jež svůj příjem vnímají jako vyšší, mají tendenci více utrácet. Zatímco vliv objektivně hodnoceného příjmu se ukázal být statisticky nevýznamný; v našem výzkumu jsme podobně jako Hung et al. (2012) pro objektivizaci úrovně příjmů použili proměnnou vzdělání. Rovněž zjišťujeme významný vliv pohlaví na výši realizovaných výdajů, kdy denní turistické výdaje jsou u žen o zhruba 10 % vyšší než u mužů. Celkem očekávatelný vliv na turistické výdaje má sociální status, kdy nezaměstnaní a studenti mají tendenci utrácet méně než turisté zaměstnaní. Přesněji je tento rozdíl vyšší u nezaměstnaných. Z charakteristik souvisejících s cestou má na turistické výdaje významný vliv typ ubytování, kde nejvíce utrácení turisté ubytování v hotelech. Předpokládaný vliv volby typu dopravního prostředku na výši výdajů se ukázal být statisticky nevýznamný. Tedy nelze říci, že by například turisté využívající leteckou dopravu utráceli více. Z psychologických determinantů zahrnujících motivaci k návštěvě Jihomoravského kraje se jako statisticky významné jeví jednak geografické podmínky a dále sociální vazby k obyvatelům sledovaného regionu.

Vzhledem k tomu, že zahraniční turisté mají oproti rezidentům výrazně vyšší míru výdajů, měli by jak tvůrci politiky cestovního ruchu, tak samotní poskytovatelé služeb v rámci cestovního ruchu, realizovat efektivní marketingové strategie zaměřené na podporu Jihomoravského kraje v zahraničí jako atraktivního cíle v rámci sítě vnitrozemských turistických lokalit. Příjmy z turistických aktivit by navíc mohly být posíleny rozšiřováním sítě míst, která turisté při své návštěvě mohou navštívit.

- Arellano, Manuel. Panel Data Econometrics. New York: Oxford University Press, 2003. ISBN: 978-0199245291.
- Brida, Juan G. & Pulina, Manuela. A literature review on the tourism-led-growth hypothesis. Centre For North South Economic Research. [online]. Working paper, No. 17., 2010 [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://crenos.unica.it/crenos/sites/default/files/WP10-17.pdf>
- Brida, Juan G. & Scuderi, Raffaele. Determinants of tourist expenditure: a review of microeconomic models. Munich Personal RePEc Archive [online]. Working paper, 2012 [cit. 2018-01-01]. Dostupné z: [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/38468/1/MPRA\\_paper\\_38468.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/38468/1/MPRA_paper_38468.pdf)
- Craggs, Ruth & Schofield, Peter. Expenditure-based segmentation and visitor profiling at the Quays in Salford, UK. Tourism Economics. 2009, vol. 15, no. 1, p. 243-260. ISSN: 1354-8166.
- Divisekera, Sarath. Economics of tourist's consumption behaviour: some evidence from Australia. Tourism Management. 2010, vol. 31, no. 5, p. 629-636. ISSN: 0261-5177.
- Hung, Wei-Ting, Shang, Jui-Kou & Wang, Fei-Ching. Another look at the determinants of tourism expenditure. Annals of Tourism Research. 2012, vol. 39, no. 1, p. 495-499. ISSN 0160-7383.
- Montgomery, Douglas & Runger, George. Applied Statistics and Probability for Engineers. New York: Wiley, 2011. ISBN: 978-1118539712.
- Paci, Rafael & Marrocu, Emanuel. Tourism and regional growth in Europe. Papers in Regional Science. [online]. Working papers, 2014 [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2273457\\_code45534.pdf?abstractid=2273457&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2273457_code45534.pdf?abstractid=2273457&mirid=1)
- Rasmussen, Jeffrey L. & Dunlap, William P. Dealing with Non-normal Data: Parametric Analysis of Transformed Data vs Nonparametric Analysis. Educational and Psychological Measurement. 1991, vol. 51, no. 4, p. 809-820. ISSN: 0013-1644.
- Song, Haiyan & Li, Gang. Tourism demand modelling and forecasting e a review of recent research. Tourism Management, 2008, vol. 29, no. 2, p. 203-220. ISSN: 0261-5177.
- Tabachnick, Barbara G. & Fidell, Linda S. Using Multivariate Statistics. Boston: Pearson International Edition, 2007. ISBN: 978-0205849574.
- Thrane, Christer & Farstad, Eivind. Domestic tourism expenditures: the non-linear effects of length of stay and travel party size. Original research article Tourism Management. 2011, vol. 32, no. 1, p. 46-52. ISSN: 0261-5177.
- Wang, Youcheng, Rompf, Paul, Severt, Denver & Peerapatdit, Nichakarn. Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. International Journal of Tourism Research. 2006, vol. 8, no. 5, p. 333-346. ISSN: 1522-1970.
- Wu, Lingling, Zhang, Junyi, & Fujiwara, Akimasa. Tourism participation and expenditure behaviour: analysis using a scobit based discretecontinuous choice model. Annals of Tourism Research. 2013, vol. 40, p. 1-17. ISSN: 0160-7383.

# SCÍTÁNÍ NÁVŠTĚVNÍKŮ A ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI NPR DĚVÍN-KOTEL-SOUTĚŠKA (CHKO PÁLAVA)

## THE COUNTING OF VISITORS AND ATTENDANCE ANALYSIS OF THE DĚVÍN-KOTEL- SOUTĚŠKA NNR (PÁLAVA PLA)

Tomáš Karban<sup>1</sup>, Jan Miklín<sup>2,3</sup>

Received: September 11, 2018 Accepted: October 4, 2018

<sup>1</sup> Magistrát města Brna, Odbor životního prostředí, Kounicova 67, 602 00 Brno; e-mail: [karbantomas@seznam.cz](mailto:karbantomas@seznam.cz)

<sup>2</sup> Agentura ochrany přírody a krajiny ČR, Správa CHKO Pálava, Náměstí 32, 692 01 Mikulov; e-mail: [jan.miklin@nature.cz](mailto:jan.miklin@nature.cz)

<sup>3</sup> Ostravská univerzita v Ostravě, Přírodovědecká fakulta, Chittussiho 10, 710 00 Ostrava-Slezská Ostrava

### ABSTRAKT

Cílem příspěvku je popsat návštěvnost vybraných lokalit chráněné krajinné oblasti (CHKO) Pálava. Vyrůstající trend návštěvnosti CHKO je pozorovatelný již řadu let. Návštěvnost je monitorována dvěma automatickými čidly, umístěnými v národní přírodní rezervaci (NPR) Děvín-Kotel-Soutěška a přírodní rezervaci Svatý kopeček. Možných vstupů a tras po rezervacích je však více a je proto jasné, že čidla neposkytují komplexní popis situace. Proto jsme vybraný den (21. 4. 2018, od 9.00 do 17.00, v hodinových intervalech) monitorovali pohyb návštěvníků (vstup, výstup) na všech vstupech (po značených turistických trasách) do NPR, včetně několika dalších doplňkových kontrol uvnitř NPR. Získaná data umožňují analyzovat směr pohybu návštěvníků a jeho vývoj v čase, a vytíženost jednotlivých úseků turistických stezek a vybraných turistických cílů. Celkem bylo zaznamenáno 2492 vstupů, automatické čidlo za stejné období zaznamenalo 742 impulsů. Lze tedy předpokládat, že skutečná návštěvnost NPR je proti datům z čidla zhruba trojnásobná. Získaná data jsou podkladem pro další využití Správou CHKO Pálava při budování a údržbě turistické infrastruktury a další ochranná opatření.

*Klíčová slova: Národní přírodní rezervace  
Děvín-Kotel-Soutěška. Chráněná krajinná oblast Pálava.  
Návštěvnost. Turistika.*

### ABSTRACT

Aim of the paper is to describe attendance of selected localities at Pálava Protected Landscape Area (PLA). Increasing numbers of visitors of PLA have been observable several years. Number of visitors is monitored by two automatic sensors, placed at Děvín-Kotel-Soutěška National Nature Reserve (NNR) and Svatý kopeček Nature Reserve. However, there are several more entrances and trails in reserves and thus it is obvious that these data are not complex. Therefore we monitored number of visitors (entering, leaving) at all the entrances into the NNR and on several supplementary check points inside NNR during one day (21/4/2018, from 9.00 AM to 5.00 PM, in hourly intervals). These data allows to analyze movement of visitors at space and time, and attendance of tourist trails and sights. In total, 2,492 visitors entered the NNR, while automatic sensor counted only 742 people. Thus we can assume that real attendance of NNR is ca. three times higher than measured by sensor. These data will be used by PLA Administration for touristic infrastructure planning and maintenance as well as conservation management of area.

*Keywords: Attendance. Děvín-Kotel-Soutěška National Nature Reserve. Pálava Protected Landscape Area. Tourism.*

CHKO Pálava byla vyhlášena v roce 1976 na rozloze 83 km<sup>2</sup>. I přes malou rozlohu se jedná o biologicky mimořádně cenné území s výskytem mnoha ohrožených a chráněných druhů. Díky tomu byla Pálava vyhlášena i Biosférickou rezervací UNESCO, Ptačí oblastí soustavy NATURA 2000 a na jejím území bylo vyhlášeno několik Evropsky významných lokalit soustavy NATURA 2000 (AOPK 2014; Mackovčín a kol. 2007). Území CHKO a jejího okolí je člověkem osídleno od pravěku, a současná podoba krajiny je tak výsledkem kombinace přírodních podmínek a tisíciletí trvajících ovlivnění lidskou činností (Miklín, Smolková 2011). Kombinace unikátní přírody s kulturní krajinou s mnoha památkami a vyhlášenou pěstováním vína sem přitahuje obrovské množství návštěvníků.

Národní přírodní rezervace Děvín-Kotel-Soutěska (rozloha 381 ha, vyhlášena 1946) je jádrovou oblastí CHKO (Mackovčín a kol. 2007). Je tvořena vápencovým bradlem masivu Děvína s vrcholy Děviček (se zříceninou Dívčích hradů) a Děvína (nejvyšší bod CHKO – 554 m n. m.), které od masivu Obory a Pálavy odděluje Soutěska. Mozaika biotopů zahrnuje několik typů trávníků (často označovaných jako stepi) s výskytem erbovních rostlin, jako je kosatec nízký či hlaváček jarní, suťové lesy a doubravy a dubohabřiny. Skrze rezervaci vede několik turistických stezek, které patří v rámci CHKO k nejfrekventovanějším.

Cestovní ruch je dynamicky se rozvíjejícím odvětvím ekonomiky ČR a stává se tak jednou z nejdůležitějších složek národních i regionálních ekonomik (Galvasová a kol. 2008). Rozvoj cestovního ruchu vnáší do území mnoho pozitivních efektů. Zvyšováním intenzity návštěvnosti je stimulována podnikatelská činnost a i další odvětví hospodářství, která vedou ke vzniku nových pracovních míst. To má vliv na vyšší odvody peněžních prostředků do místních rozpočtů, které vytváří prostor pro investice části těchto prostředků zpět do regionu např. zvyšováním kvality dopravní infrastruktury a také jejich využití jako provozní prostředky, které jsou využívány k údržbě území. Kromě toho, že cestovní ruch svými dopady ovlivňuje ekonomické výsledky mnoha odvětví, které prodávají služby a zboží turistům, zasahuje také do kulturního a společenského života regionu a má velký význam pro jeho rozvoj. Je však nutné rozvíjet cestovní ruch, zejména ve zvláště chráněných územích, s rozmyslem, neboť vliv nadměrné turistiky na cenné přírodní

ekosystémy je zřejmý a proto je nutné vytvoření mantinelů, které zabezpečí optimální rovnováhu mezi rozvojem cestovního ruchu a zachováním přírodního bohatství CHKO Pálava (Pásková 2008).

Podkladem pro kvalifikované rozhodování a analýzy jsou data. Cílem příspěvku je proto popsat návštěvnost vybrané lokality CHKO Pálava – národní přírodní rezervace Děvín-Kotel-Soutěska – pomocí terénního výzkumu. Tato data jsou následně srovnávána s dalšími známými údaji o návštěvnosti CHKO.

## PŘEHLED LITERATURY

Sčítání návštěvníků NPR Děvín-Kotel-Soutěska se věnoval v létě 2003 Goldman (2004), který zde prováděl fyzické sčítání návštěvníků na jednom místě (v sedle pod Děvičkami na rozcestí tří hlavních turistických cest) v průběhu osmi dní. Během této doby napočítal 2 562 turistů, nejfrekventovanější stezkou byla vyhodnocena červená stezka s podílem návštěvníků 63 %, dále zelená stezka (23,1 %) a nejméně frekventovanou stezkou byla modrá turistická stezka (13,9 %). Nejfrekventovanějším směrem pohybu návštěvníků byl vyhodnocen směr severo–jižní. Sčítání na stejném místě zopakoval 10. 4. 2004 s výsledkem 723 návštěvníků.

Další sčítání návštěvníků v NPR Děvín-Kotel-Soutěska proběhlo v průběhu roku 2006 pomocí IR čidla, které bylo instalováno Správou CHKO Pálava na nejfrekventovanější turistické stezce (červené) v prostoru před Soutěskou. Sčítání proběhlo od začátku ledna do konce listopadu s pravidelnými týdenními odpočty, vyhodnotil jej Kmet (2008). Sčítací zařízení za toto období zaznamenalo 46 960 impulsů, které byly vynásobeny kalibračním koeficientem 1,1 a bylo tedy předpokládáno, že po nejfrekventovanější turistické stezce prošlo 51 656 osob. Dále byl vzat v úvahu Goldmanem zjištěný fakt, že touto stezkou projde 63 % návštěvníků a z tohoto faktu bylo odvozeno, že tuto rezervaci ve sledovaném období navštívilo cca 82 000 turistů. Měření navíc potvrdilo předpoklad rozložení návštěvnosti v průběhu roku, kdy nejvíce návštěvníků přichází v první polovině května (kvetení atraktivních druhů rostlin), další vrchol přichází v červenci (letní prázdniny) a poslední pak na konci září (období vinobraní).

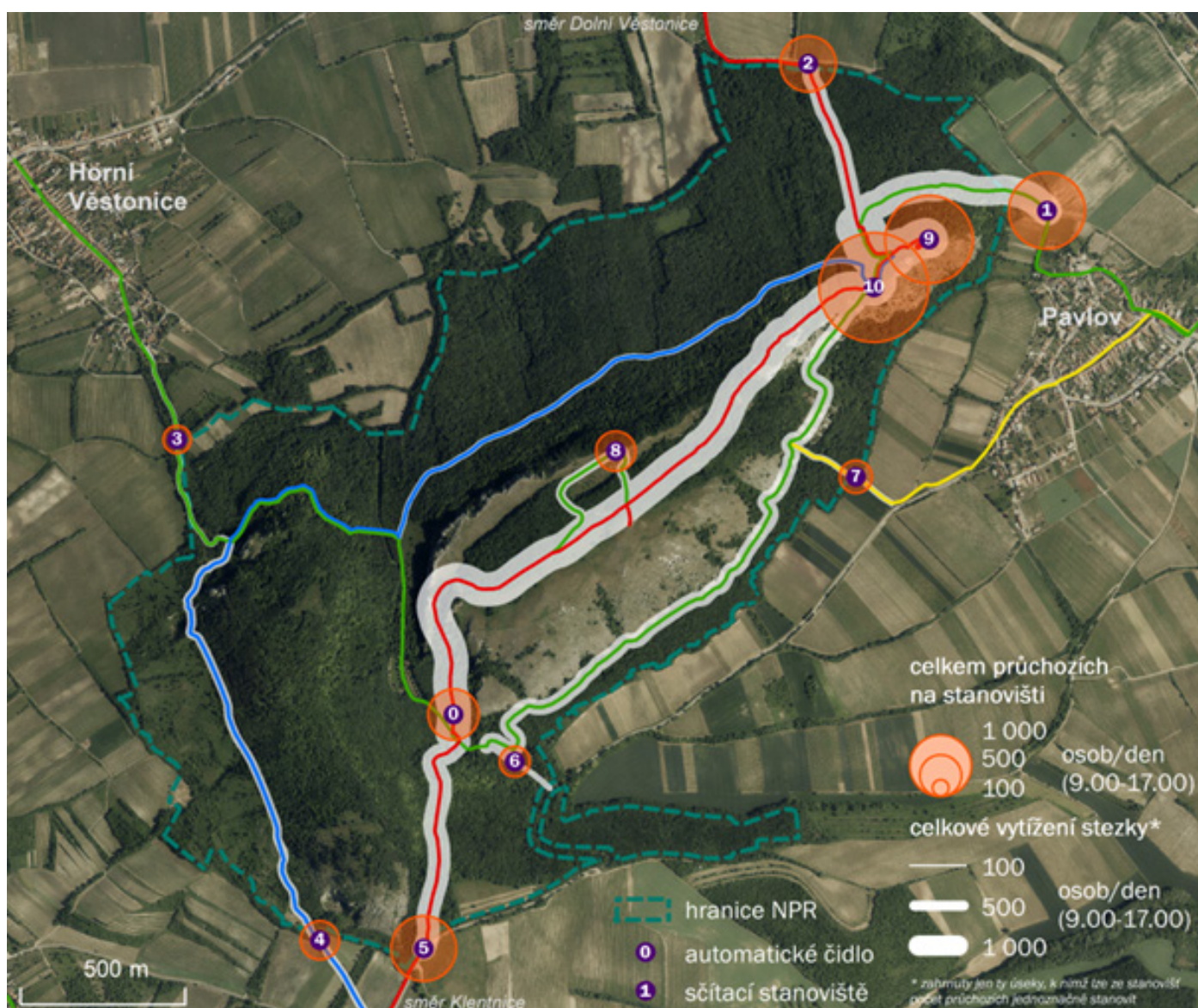
V těchto termínech je tedy nutné regulovat pohyb návštěvníků v rezervaci mnohem častěji než v ostatních obdobích roku.

Od roku 2015 je trvale umístěno čidlo sčítače Eco-counter Pyro Nadace Partnerství o.p.s. v NPR Děvín-Kotel-Soutěska na červené turistické stezce před Soutěskou. Sčítač umožňuje kontinuální sčítání pěších, cyklistů, jezdců na koních apod. v hodinových intervalech. Sčítání je založeno na rozdílnosti teplot lidského těla a okolního prostředí. Podobně jako u jiných pyroelektrických sčítačů je instalován pouze na jedné straně stezky a nepotřebuje přijímač signálu na druhé straně stezky, kromě celkového počtu průchozích je zjišťován i směr jejich pohybu. Za rok 2017 bylo sečteno 43 380 osob, z toho 16 642 ve směru nahoru a 26 738 směrem dolů (Partnerství 2008).

## DATA A METODY

Protože sčítací čidlo měří návštěvníky pouze v jediném průchozím bodě a celkový počet návštěvníků tak nelze zjistit, bylo zrealizováno fyzické sčítání na vytipovaných bodech tak, aby byli zachyceni všichni turisté vstupující a vycházející z NPR. Sčítání bylo provedeno v sobotu 21. 4. 2018 (tedy v jednom z vrcholů návštěvnícké sezóny NPR, v ideálních povětrnostních podmínkách slunečního a teplého počasí). Dvoučlenné hlídky byly rozmístěny (obr. 1) na stanovištích pokrývajících všechny vstupy do NPR na značených turistických stezkách (TZ; dle zákona jediné legální přístupové cesty). V čase od 9.00 do 17.00 zaznamenávali v hodinových intervalech všechny příchozí a odchozí turisty. Těchto sedm míst bylo doplněno o hlídky na zřícenině hradu Děvičky (zaznamenáván celkový počet návštěvníků),

**Obrázek 1:** Sčítací body, počet návštěvníků a vytiženost dílčích úseků turistických stezek v NPR Děvín-Kotel-Soutěska



Zdroj: Vlastní data, 2018, ortofoto © ČUZK.

rozcestí pod Děvičkami (křižovatka tří páteřních TZ; zaznamenáván počet turistů na jednotlivých stezkách včetně směru pohybu) a na vrcholu Děvína (zaznamenáván směr příchodu). Pro srovnání výsledků s daty automatického čidla byla Nadací Partnerství, o.p.s. poskytnuty údaje za stejné období.

## VÝSLEDKY A DISKUSE

Směrem do rezervace prošlo okolo hlídek 2 492 návštěvníků (obr. 1, tab. 1). Nejvíce turistů přišlo od Pavlova (846 osob, 34 %) a Dolních Věstonic (595 osob, 24 %). Nejvíce turistů opustilo NPR u Klentnice (942 osob, 42 %), což ukazuje, že nejoblíbenější směr přechodu je od severu na jih. Oblíbenost zelené a červené TZ z Pavlova, resp. Dolních Věstonic je dána dobrou dopravní dostupností obou vesnic, Pavlov navíc vyniká i turistickou infrastrukturou (množství ubytovacích služeb). Malý počet průchodů na žluté TZ z Pavlova a neznačené stezce ze Soutěsky je dán jejich špatnou dopravní dostupností, poměrně překvapivý je velmi malý počet turistů procházejících Horními Věstonicemi (zelená TZ).

Na Dívčí hrady dorazilo 1 865 návštěvníků, což činí 75 % z celkového počtu (obr. 1, tab. 2). Masiv Děvína lze přejít třemi trasami. Nejvyužívanější je hřebenovka po červené, kterou zvolilo 1 677 turistů. Po zelené na jižním úbočí a po modré na severní straně se vydalo pouze 757, respektive 299 návštěvníků. Tyto výsledky jsou v souladu se zjištěními Goldmana (2004). Celkový počet zaznamenaných průchodů na rozcestí tří TZ (2733) ukazuje, že část návštěvníků volí okružní trasy, přičemž lze předpokládat, že minimálně v jednom směru využijí právě červenou TZ.

Na vrchol Děvína, nejvyšší bod CHKO Pálava s nadmořskou výškou 554 m, se vydalo 467 návštěvníků, což činí 19 % z celkového zaznamenaného množství návštěvníků. Naprostá většina z nich přišla ze severu (od Děviček), což je v souladu se zjištěními o preferovaném severo-j jižním směru přechodu. TZ na vrchol Děvína byla po rozsáhlých diskuzích otevřena v dubnu 2015, do té doby nebyl po dobu sedmdesáti let vrchol s vysílačem legálně přístupný (AOPK 2015). Přesto však byl poměrně často navštěvovaný, přičemž návštěvníci využívali množství vychozených tras vedoucích i přes nejcennější a nejohroženější partie. Získaná data ukazují, že vrchol není (ve srovnání s např. Dívčími hradmi) až tak moc frekventovaný, a s výjimkou několika jedinců všichni návštěvníci

přišli a odešli po značené stezce. Ukazuje se tedy, že otevření značené TZ v kombinaci s instalací zábran na neznačených trasách pomohlo usměrnit návštěvníky a omezit jejich negativní působení na ekosystém.

Automatické IR čidlo, které je umístěné na červené turistické stezce nad Soutěskou, zaznamenalo za stejný časový interval (v obou směrech) jen 742 průchodů (obr. 1, tab. 2). Z tohoto porovnání lze odhadovat, že počet návštěvníků je proti datům z čidla zhruba trojnásobný, protože množství turistů se mu vyhne při průchodu jinou trasou. Jak již bylo zmíněno, počet návštěvníků NPR Děvín-Kotel-Soutěska změřený automatickým čidlem v roce 2017 byl 43 380. Lze tedy vyvodit, že skutečná návštěvnost NPR Děvín-Kotel-Soutěska v roce 2017 byla okolo 130 000 návštěvníků.

Získaná data lze považovat za poměrně přesná, možnými zdroji chyb a nepřesností je chybné počítání na místech s velkou návštěvností (rozcestí turistických cest, Děvičky) v nejfrekventovanějších časech, a pohyb turistů mezi stanovišti 4 a 5. Zde totiž mohou turisté odcházející z NPR pokračovat dále do Klentnice, nebo se do NPR vrátit na druhém vstupu. Pro přesnější údaje by bylo vhodné stejné sčítání zopakovat v různých částech roku, vzhledem k náročnosti to však není příliš reálné.

Při odhadech celkové roční návštěvnosti interpolací z údajů získaných během pouze jednodenního měření vyvstává otázka, nakolik mohou být tyto závěry správné. Sčítání proběhlo během jednoho z vrcholů návštěvnosti v průběhu celého roku, to však s největší pravděpodobností nemá přímý vliv na chování návštěvníků z hlediska pohybu po rezervaci. Odlišná oblíbenost jednotlivých nástupních míst je dána obecně platnými jevy (dopravní dostupnost, výhodnost nástupního místa z hlediska organizace výletu apod.), které se během roku nemění. Dívčí hrady, vrchol Děvína či hřebenová červená TZ jsou atraktivní celoročně kvůli výhledům, zelená TZ po jihovýchodním úbočí Děvína je atraktivní pro svou relativní otevřenost (a tedy výhledy) i častý výskyt atraktivních rostlin, který však není vázán jen na jarní období. Výraznější výkyvy v prostorovém rozložení návštěvnosti NPR lze předpokládat jen v případě masovějších turistických akcí, konaných v konkrétní obci (například vinobraní apod.), kdy určitá část návštěvníků nejspíše zamíří do NPR právě z dané obce.

**Tabulka 1: Počet návštěvníků na vstupech do NPR – název dat před tabulku**

|                     | 1 - Pavlov |        |        | 2 - Dolní Věstonice |        |        | 3 - Horní Věstonice |        |        | 4 - Pastorkův lom |        |        | 5 - Kletnice, červená |        |        | 6 - Soutěska |        |        | 7 - Pavlov, schody |        |        |
|---------------------|------------|--------|--------|---------------------|--------|--------|---------------------|--------|--------|-------------------|--------|--------|-----------------------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------------------|--------|--------|
| čas                 | vstup      | výstup | celkem | vstup               | výstup | celkem | vstup               | výstup | celkem | vstup             | výstup | celkem | vstup                 | výstup | celkem | vstup        | výstup | celkem | vstup              | výstup | celkem |
| 9-10                | 94         | 0      | 94     | 243                 | 0      | 243    | 25                  | 2      | 27     | 18                | 1      | 19     | 42                    | 2      | 44     | 26           | 0      | 26     | 22                 | 0      | 22     |
| 10-11               | 156        | 18     | 174    | 126                 | 4      | 130    | 30                  | 0      | 30     | 59                | 7      | 66     | 60                    | 16     | 76     | 40           | 0      | 40     | 47                 | 6      | 53     |
| 11-12               | 170        | 46     | 216    | 65                  | 18     | 83     | 30                  | 16     | 46     | 33                | 24     | 57     | 52                    | 185    | 237    | 11           | 20     | 31     | 20                 | 25     | 45     |
| 12-13               | 120        | 105    | 225    | 90                  | 58     | 148    | 5                   | 5      | 10     | 38                | 36     | 74     | 59                    | 144    | 203    | 26           | 26     | 52     | 18                 | 27     | 45     |
| 13-14               | 124        | 110    | 234    | 31                  | 40     | 71     | 9                   | 19     | 28     | 34                | 56     | 90     | 66                    | 170    | 236    | 8            | 25     | 33     | 20                 | 33     | 53     |
| 14-15               | 64         | 135    | 199    | 14                  | 56     | 70     | 13                  | 17     | 30     | 24                | 48     | 72     | 51                    | 96     | 147    | 26           | 45     | 71     | 8                  | 31     | 39     |
| 15-16               | 89         | 132    | 221    | 21                  | 41     | 62     | 17                  | 30     | 47     | 26                | 31     | 57     | 20                    | 54     | 74     | 7            | 20     | 27     | 5                  | 26     | 31     |
| 16-17               | 29         | 67     | 96     | 5                   | 30     | 35     | 7                   | 22     | 29     | 8                 | 6      | 14     | 19                    | 66     | 85     | 9            | 9      | 18     | 13                 | 29     | 42     |
| celkem              | 846        | 613    | 1459   | 595                 | 247    | 842    | 136                 | 111    | 247    | 240               | 209    | 449    | 369                   | 733    | 1102   | 153          | 145    | 298    | 153                | 177    | 330    |
| % z celkového počtu |            |        | 58,5   |                     |        | 33,8   |                     |        | 9,9    |                   |        | 18     |                       |        | 44,2   |              |        | 12,0   |                    |        | 13,2   |

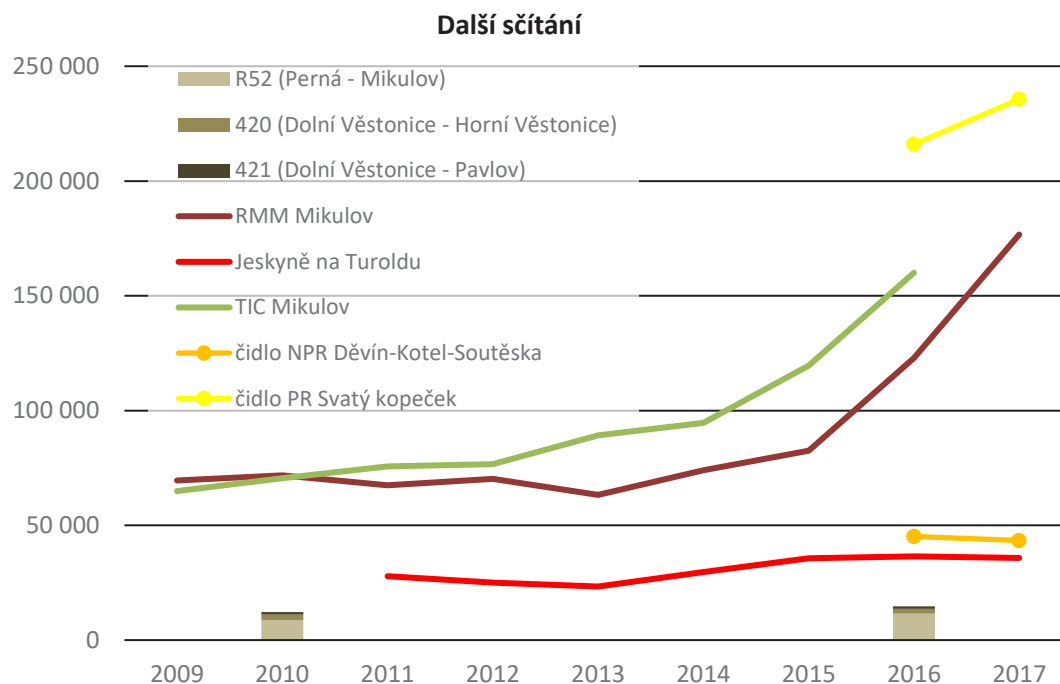
Zdroj: Vlastní data, 2018.

**Tabulka 2: Počet návštěvníků na dalších stanovištích**

|                     | 0 - čidlo Děvín |           |        | 8 - Děvín, vysílač |            |        | 9 - Děvičky | 10 - rozcestí u Děvice |            |        |            |            |        |           |            |        |            |
|---------------------|-----------------|-----------|--------|--------------------|------------|--------|-------------|------------------------|------------|--------|------------|------------|--------|-----------|------------|--------|------------|
|                     | k Děvinu        | od Děvina | celkem | ze Soutěsky        | od Děviček | celkem | celkem      | zelená TZ              |            |        | červená TZ |            |        | modrá TZ  |            |        | všechny TZ |
| čas                 |                 |           |        |                    |            |        |             | od Děvina              | od Děviček | celkem | od Děvina  | od Děviček | celkem | od Děvina | od Děviček | celkem | celkem     |
| 9-10                | 6               | 1         | 7      | 0                  | 7          | 7      | 165         | 18                     | 6          | 24     | 4          | 29         | 33     | 3         | 3          | 6      | 63         |
| 10-11               | 37              | 21        | 58     | 14                 | 55         | 69     | 340         | 59                     | 59         | 118    | 9          | 314        | 323    | 11        | 20         | 31     | 472        |
| 11-12               | 27              | 159       | 186    | 19                 | 94         | 113    | 340         | 93                     | 70         | 163    | 79         | 350        | 429    | 26        | 23         | 49     | 641        |
| 12-13               | 37              | 126       | 163    | 19                 | 96         | 115    | 340         | 59                     | 75         | 134    | 85         | 301        | 386    | 45        | 45         | 90     | 610        |
| 13-14               | 27              | 91        | 118    | 10                 | 61         | 71     | 245         | 72                     | 70         | 142    | 85         | 155        | 240    | 52        | 30         | 82     | 464        |
| 14-15               | 16              | 76        | 92     | 2                  | 35         | 37     | 210         | 20                     | 34         | 54     | 57         | 54         | 111    | 3         | 6          | 9      | 174        |
| 15-16               | 19              | 36        | 55     | 6                  | 30         | 36     | 145         | 38                     | 32         | 70     | 68         | 51         | 119    | 17        | 6          | 23     | 212        |
| 16-17               | 5               | 29        | 34     | 2                  | 17         | 19     | 80          | 18                     | 34         | 52     | 15         | 21         | 36     | 7         | 2          | 9      | 97         |
| celkem              | 174             | 539       | 713    | 72                 | 395        | 467    | 1865        | 377                    | 380        | 757    | 402        | 1275       | 1677   | 164       | 135        | 299    | 2733       |
| % z celkového počtu | 28,6            |           |        | 18,7               | 74,8       |        |             | 30,4                   |            |        | 67,3       |            |        | 12,0      |            |        |            |

Zdroj: Vlastní data, 2018.

**Obrázek 2: Návštěvnost vybraných objektů a lokalit v CHKO Pálava mezi lety 2009 až 2017**



Pozn.: Sloupcový graf: Sčítání dopravy, průměrná denní intenzita (všechna vozidla).

RMM Mikulov: prodané vstupenky do objektů Regionálního muzea v Mikulově, data za rok.

Jeskyně na Turoldu: počet prodaných vstupenek za rok.

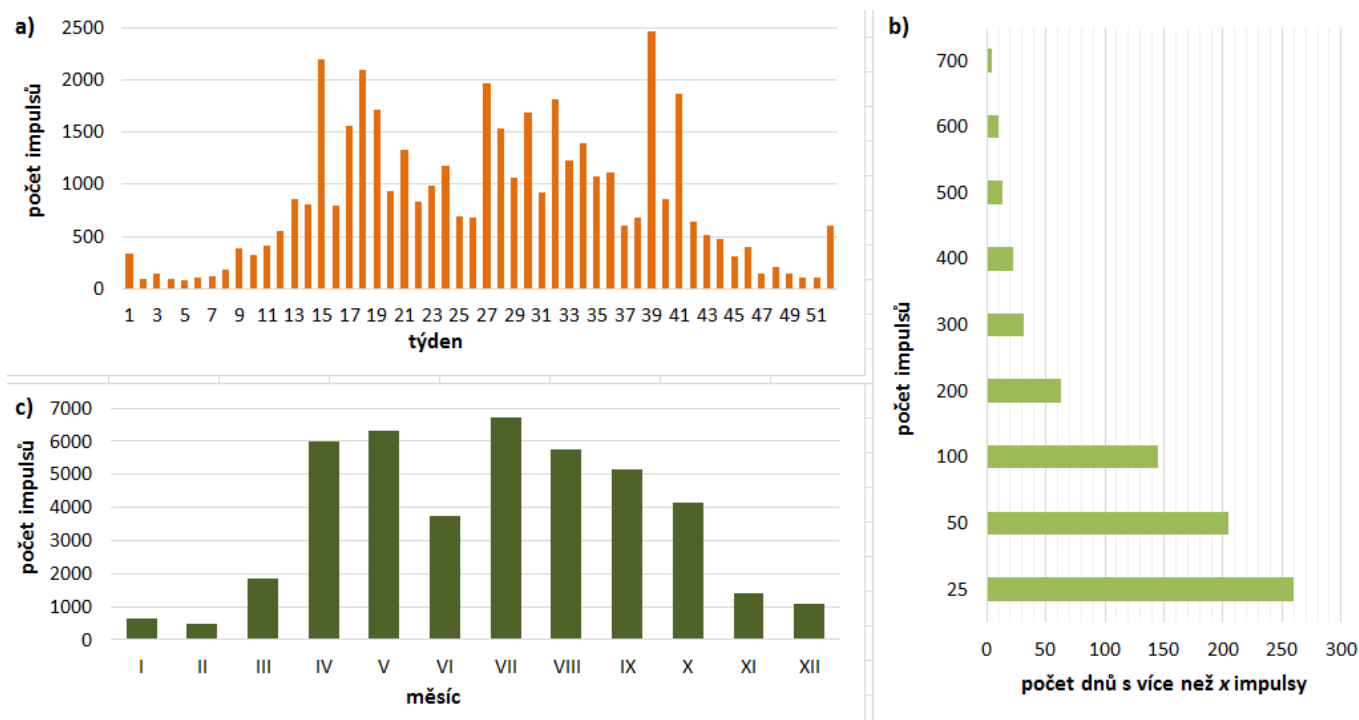
TIC Mikulov: data z automatického sčítacího čidla v turistickém informačním centru za rok.

Zdroj: Ředitelství silnic a dálnic, Regionální muzeum v Mikulově, Správa Jeskyně Na Turoldu, TIC Mikulov, Nadace Partnerství, o.p.s.

O rostoucí návštěvnosti CHKO Pálava (a jejího okolí, zejména turisticky atraktivního Lednicko-Valtického areálu) svědčí i další data z monitoringu (obrázek 2). Pro Správu CHKO to znamená nutnost pečlivého plánování opatření k regulaci negativních dopadů turistiky ve zvláště chráněných územích. Hlavními problémy samotného velkého počtu turistů jsou zejména erozivní činnost na stezkách, která vede k nutnosti častější údržby a obnovy infrastruktury, jako jsou schody, zábradlí apod., a rušení zvířat. Větší počet návštěvníků také znamená větší četnost porušování ochranných opatření rezervací, a to zejména: pohyb mimo značené stezky (vedoucí k dalšímu rušení živočichů, způsobování eroze a vytváření pěšin, které jsou lákadlem pro další turisty); jízda na kole po turistických trasách (ta je zakázána z důvodu způsobování eroze i ohrožení pěších turistů); zanechávání odpadků; jízda na čtyřkolkách, motorkách apod. Negativní dopady je pak třeba zmírňovat jak vzdělávací a výchovnou činností, tak represivními opatřeními, jako je budování zábran (zábradlí, ohrady) a činnost strážce přírody (vzhledem k dobrovolnosti služby je však časoprostorový dosah nedostačující).

Jak vyplývá z údajů automatického čidla (Partnerství 2018), návštěvnost NPR je v průběhu roku, respektive dnů týdne rozložena výrazně nerovnoměrně (obr. 3). V roce 2017 byl denní průměr v pracovní dny 72 impulsů, zatímco v nepracovní dny 220 impulsů (po vynásobení koeficientem dle výsledků fyzického sčítání lze tedy počítat s průměrně 240 návštěvníky v nepracovní dny, respektive 740 v dny nepracovní). Nejfrekventovanějším dnem byla sobota, rekordní návštěvnost byla zaznamenána ve dnech 14. 10. (940 impulsů, tedy cca 3160 návštěvníků; jednalo se o den konání akce Rock point – Horská výzva), 15. 4. (825 impulsů, cca 2 770 návštěvníků) a 30. 4. (820 impulsů, cca 2 755 návštěvníků). Obecně největší návštěvnost byla zaznamenána v týdnech se státními svátky (Velikonoce, 1. a 8. 5., 28. 9.) prodlužujícími víkend. Naopak žádný impuls nezaznamenalo čidlo během šesti dnů (na přelomu ledna a února). 50 % impulsů bylo zaznamenáno během 52 nejfrekventovanějších dnů.

**Obrázek 3:** Počet impulsů, zaznamenaných automatickým čidlem v obou směrech v roce 2017  
a) týdenní data, b) kumulativní počet dnů s více než x impulsy, c) měsíční data.



Zdroj: upraveno podle Partnerství (2018).

Z měsíčního pohledu je nejfrekventovanějším měsícem červenec (6 720 impulsů, cca 22 500 návštěvníků), následovaný právě jarním květnem (6332 impulsů, cca 21 300 návštěvníků) a dubnem (6010 impulsů, cca 20 200 návštěvníků). Naopak pouhých 500 impulsů (cca 1 700 návštěvníků) bylo zaznamenáno v únoru.

Na takovou nerovnoměrnost rozložení návštěvnosti lze pohlížet ze dvou úhlů pohledu. Nejfrekventovanější dny představují extrémní zátěž a výrazně snižují návštěvníký zážitek z pobytu v přírodě, pokud je tento realizován v prakticky kontinuálním procesí turistů na páteřních stezkách. Na druhou stranu velkou část roku je denní počet návštěvníků relativně nízký a jejich rušivý vliv tak výrazně menší.

## ZÁVĚR

Národní přírodní rezervaci Děvín navštívilo v sobotu 21. 4. mezi 9.00 – 17. 00 celkem 2492 návštěvníků. Nejfrekventovanějším místem byla zřícenina hradu Děvičky (1865 návštěvníků). Ve srovnání s automatickým čidlem v rezervaci byla zjištěná návštěvnost více než trojnásobná. Získaná data proto umožní kalibrovat výsledky kontinuálního sčítání automatického čidla pro získání reálnějších údajů o celkovém počtu návštěvníků rezervace.

Vysoká návštěvnost se projevuje na stavu infrastruktury CHKO Pálava, je nutná vyšší intenzita údržby značených stezek, opravy dřevěných prahů a informačního systému v CHKO. V neposlední řadě je nutná vyšší intenzita úklidu odpadků zanechaných v CHKO návštěvníky. Údaje o reálné návštěvnosti NPR Děvín-Kotel-Soutěska mohou být argumentem pro adekvátní navýšení prostředků určených na správu této NPR. Údaje o místech nástupu a odchodu návštěvníků (kde mezi jednotlivými vstupy byly zjištěny výrazné rozdíly) mohou být podkladem pro dotčené obce pro plánování infrastruktury a další rozhodování v oblasti managementu cestovního ruchu.

### Poděkování

Autoři děkují zejména všem sčítačům. Výzkum byl podpořen z prostředků stipendijního fondu Ostravské univerzity a projektu SGS05/PřF/2017-2018.

## LITERATURA

- AOPK (2014). Rozbory Chráněné krajinné oblasti Pálava. Mikulov: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR.
- AOPK (2015). Po 70 letech mohou návštěvníci až na vrchol pálavského Děvína. Dostupné z <http://palava.ochranaprirody.cz/sprava-informuje/aktuality/po-70-letech-mohou-navstevnici-az-na-vrchol-palavskeho-devina/>
- Danihelka, J., Chytil, J., & Kordiovský, E. (1995). Chráněná krajinná oblast a biosférická rezervace Pálava: Národní přírodní rezervace Děvín. Mikulov: Správa chráněné krajinné oblasti Pálava.
- Galvasová, I., Binek, J., Holeček, J., Chabičovská, K., Szczyrba, Z. et al. (2008). Průmysl cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Goldman, O. (2004). Návštěvnost maloplošných zvláště chráněných území CHKO Pálava (nepublikovaná bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni, Česká republika).
- Kmet, J. (2008). Kontinuální sledování návštěvnosti Národní přírodní rezervace Děvín-Kotel-Soutěska v roce 2006. In S. Vrbková S. (Ed.), RegioM (pp. 27-31). Mikulov: RMM Mikulov.
- Mackovčín, P., Jatiová, M., Demek, J., Slavík, P. et al. (2007). Chráněná území ČR, svazek IX: Brněnsko. Praha, Česká republika: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR a EkoCentrum Brno.
- Miklín, J. & Smolková, V. (2011). Land use/land cover changes of the Pálava PLA and proposed Soutok PLA in the years 1841–2006. Moravian Geographical Records, 19, 15-28.
- Partnerství, o.p.s. (2018). Monitoring návštěvnosti v Chráněné krajinné oblasti Pálava – Zpráva za období 1. 1. 2017 – 31. 12. 2017. Brno, Česká republika: Nadace Partnerství, o.p.s.
- Pásková, M. (2009). Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. Hradec Králové, Česká republika: Gaudeamus a Univerzita Hradec Králové.

# RODINNÝ CESTOVNÍ RUCH – PŘÍPADOVÁ STUDIE MĚSTA TELČ

## FAMILY TOURISM – CASE STUDY: TOWN OF TELČ

Ivica Linderová<sup>1</sup> & Anna Hrdinová<sup>2</sup>

Received: May 26, 2018 Accepted: July 30, 2018

<sup>1</sup> Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Česká republika, e-mail: [ivica.linderova@vspj.cz](mailto:ivica.linderova@vspj.cz)

<sup>2</sup> absolventka Vysoké školy polytechnické Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Česká republika

### ABSTRAKT

Rodiny s dětmi jsou významným segmentem na trhu cestovního ruchu. Děti jako budoucí zákazníci ovlivňují výběr cílových míst.

Příspěvek se zabývá analýzou připravenosti služeb cestovního ruchu pro segment rodin s dětmi. Věnuje pozornost vybavení ubytovacích zařízení, nabídce pohostinských zařízení a připravenosti atraktivit cestovního ruchu.

*Klíčová slova: Děti. Rodina. Služby.*

### ABSTRACT

Families with children are important tourism market segment. Kids as future customers can influence tourism destination choice.

The article focuses on an analysis of tourism services readiness for families with children. It deals with accommodation facilities, catering facilities offer and readiness of tourism attractiveness.

*Keywords: Family. Kids. Services.*

Rodinný cestovní ruch je specifickým druhem cestovního ruchu. Zahrnuje cestování a pobyty rodin s dětmi, resp. osob v příbuzenském svazku. V širších souvislostech je rodinný cestovní ruch součástí sociálního cestovního ruchu. Ten má kromě jiného za úkol podporovat cestování osob ekonomicky znevýhodněných. Zároveň je možné rodinný cestovní ruch chápat i v souvislosti s přístupným cestovním ruchem. Tu lze konstatovat, že debarierizace prostředí slouží nejen zdravotně znevýhodněným osobám, ale také rodičům s malými dětmi, či dětskými kočárky.

Děti lze chápat jako budoucí zákazníky. V případě spokojenosti podněcují rodiče k opětovné návštěvě a místa, která jim utkvěla v paměti, vyhledávají i ve vyšším věku nebo v dospělosti.

## PŘEHLED LITERATURY

### RODINNÝ CESTOVNÍ RUCH A JEHO SPECIFIKA

Rodinný cestovní ruch je specifický druh cestovního ruchu, který zahrnuje cestování a poskytování služeb v cílovém místě heterogenní cílové skupině – rodin s dětmi. Rodinný cestovní ruch je v širším kontextu součástí sociálního cestovního ruchu. Ten představuje cenově dostupnou (výhodnou) tzv. budget-friendly, tedy k rozpočtu přátelskou, dovolenou v domácím státě. V některých případech se může jednat také o jednodenní návštěvy tematických parků, muzeí nebo jiných atraktivit cestovního ruchu, které jsou dotovány nebo částečně financovány z rozpočtu různých charitativních organizací nebo jsou pro konkrétní cílové skupiny dostupné za zvýhodněné vstupné. Obecně platí, že sociální cestovní ruch je možné chápat jako koncept zastřešující mnoho iniciativ, na kterých se podílí veřejný, soukromý i neziskový sektor (McCabe a kol., 2012; Derry a kol., 2012; Minnaert a kol., 2011; Kindernis a kol., 2010; Naegele, 2010). V praxi přitom sociální cestovní ruch cílí na čtyři základní skupiny, a to seniory, zdravotně znevýhodněné osoby, rodiny s dětmi a mládež.

Rodinný cestovní ruch se od ostatních forem liší svým silným zaměřením na sociální hodnoty, jakými jsou rodinné soužití, trávení společného času za účelem obohacení rodinných vztahů, sjednocení rodiny, utužování rodinných vazeb a zároveň vytváření nových rodinných vzpomínek.

Rodinné dovolené jsou také spojovány s útekem od stresu každodenního života, ať už se jedná o rutinu pracovního, či studijního života, ale i odpočinek od domácích prací, či pečovatelských povinností. Tyto charakteristiky bývají uváděny a používány jako motivace k vycestování rodin a následně jako výsledek prožité dovolené (Such & Kay, 2012).

Rodiny s dětmi se značně podílejí především na domácím cestovním ruchu. Rodinné dovolené jsou pro tento segment jedny z nejdůležitějších událostí v roce. Momenty, kdy je rodina pohromadě a užívá si společně strávené chvíle spojené s cestováním, patří k událostem rodinného života, které se nejen rodičům, ale i dětem nejvíce vrývají do paměti (Goeldner & Richie, 2014). Pro rodiny s dětmi jsou typické zejména aktivity rekreačního, venkovského a dobrodružného cestovního ruchu. Často se účastní také jednodenních výletů v průběhu roku.

#### ***a) Rodiny s dětmi jako cílová skupina cestovního ruchu***

Rodina bývá charakterizována jako skupina osob, která je propojena příbuzenskými vztahy a členové tohoto uskupení zodpovídají za výchovu dětí (Giddens, 1999).

Rodinu je možné tedy definovat jako malou skupinu lidí, která je navzájem spojena manželskými, příbuzenskými a jinými obdobnými vztahy, ale především vede stejný způsob života (tabulka 1).

Jedním z několika typů rodin je tzv. nukleární rodina. Jedná se o společenství tvořené mužem, ženou a jejich dětmi, vlastními či adoptivními. Tento typ rodiny je chápán jako základní jednotka solidarity avzájemné odpovědnosti. Zároveň je nukleární rodina v mnoha kulturách uznávána jako jediná legitimní sociální skupina, která plodí potomky a současně zodpovídá za výchovu svých dětí. Její podskupinou je rodina tzv. neúplná, která představuje rodinu po rozvodu, po úmrtí jednoho či obou rodičů, nebo například svobodnou matku, nebo otce s dětmi. Zároveň existuje rodina rozšířená, která spočívá ve spojení rodiny nukleární s příbuzenstvím ze strany matky, či otce. Příkladem tohoto typu je rodina vícegenerační, nejčastěji tvořena třemi generacemi, a sice prarodiči, rodiči a dětmi (Lovasová, Hellebrandová & Hanušová, 2005).

Trendem poslední doby je existence tzv. „patchwork families“. Jedná se o rodiny tvořené ze dvou cizích rodin, kdy se po rozvodu původních rodin vytvoří rodina nová. Následně v takové rodině žijí společně děti ze všech původních rodin. V současné době se zároveň zvyšuje počet takových rodin, ve kterých rodiče žijí ve volném svazku, popřípadě i v oddělených domácnostech. Taktéž postupem času v rodině klesá počet dětí, a naopak roste počet starších rodičů (Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE, 2008).

**Tabulka 1: Typy rodiny**

| Typ rodiny       | Charakteristika                                                                              |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| nukleární        | muž, žena, děti (vlastní, adoptivní)<br>základní jednotka solidarity a vzájemné odpovědnosti |
| neúplná          | rodina po rozvodu<br>rodina vdovce/vdovy<br>svobodná matka/otec                              |
| rozšířená        | vícegenerační                                                                                |
| patchwork family | tvořena ze dvou cizích rodin                                                                 |

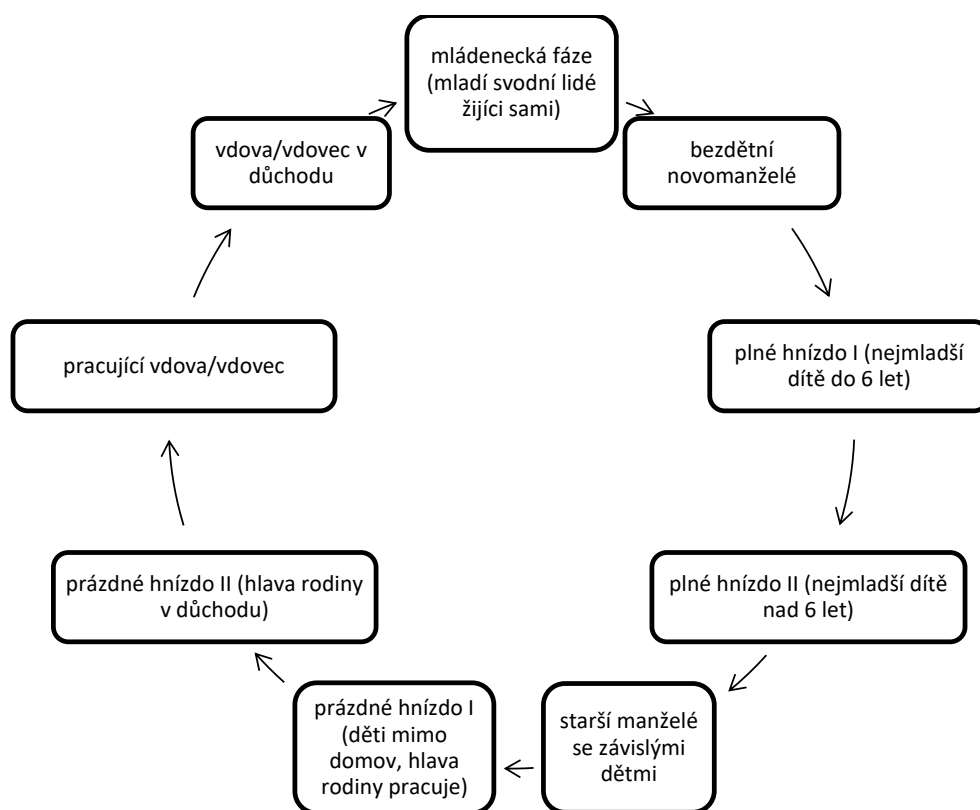
Zdroj: zpracováno podle Lovasová, Hellebrandová & Hanušová, 2005 a Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE, 2008.

Nicméně současná rodina se značně odlišuje, ať například svou pozicí v sociální oblasti, v kulturní struktuře, nebo i rodinnými vztahy mezi jednotlivými členy.

Stejně tak jako každý jedinec, prochází také rodiny odlišnými vývojovými i životními fázemi. Vývoj rodiny je uspořádán v rozlišitelných etapách, mezi kterými existují různé přechody. Nejvýznamnějším je přechod k rodičovství, které budoucím rodičům zásadně mění dosavadní způsob života. S příchodem potomků dochází k řadě změn, které se týkají například změn v pořadí hodnot či změny stávajících zvyků (obrázek 1). Život rodičů se začíná řídit potomky a jejich potřebami (Švábenská, 2018).

Ve vzorech manželství a partnerství dochází v současnosti ke změně, která bývá označována jako „pokles tradičního rodinného života“. V posledních letech došlo k poklesu uzavřených sňatků a zároveň k nárůstu soužití páru bez uzavřeného manželského svazku. Současně dochází i ke vzrůstajícímu počtu rozvodů. V novém století se podle Eurostatu v České republice pohybuje úhrnná rozvodovost mezi 45 – 50 % (Němečková, Kurkin & Štyglarová).

**Obrázek 1: Životní cyklus rodiny**



Zdroj: Horner & Swarbrooke, 2003.

Ke značným změnám došlo i v rámci rodičovství, kde se v důsledku zvyšujícího se počtu rozvodů lze běžně setkat se samostatným rodičovstvím matek.

Období vysoké rozvodovosti, oddělování a uzavírání nových sňatků poukazuje na snižující se stabilitu rodinných vztahů.

Rovněž v zaměstnanosti rodičů došlo ke značným změnám. Zatímco počet rodin, kde na živobytí vydělával pouze jeden z rodičů, značně klesl, došlo naopak k růstu rodin, kde byli zaměstnáni oba partneři, ale i k růstu počtu domácností, kde nevydělával ani jeden z rodičů.

Nárůst domácností s nezaměstnanými rodiči přispěl k růstu nerovnosti v příjmech a zvýšené dětské chudobě (Such, Key, 2012).

### **b) Rozhodování o účasti na cestovním ruchu**

Rodina plní ve společnosti tzv. socializační funkci, která spočívá v socializaci dětí. Tím, že rodiče učí své potomky od malička začleňovat se v rámci užší společnosti, vytvářejí tak předpoklady pro jejich úspěšnou socializaci do širší společnosti v budoucnu. Současně svým dětem předávají i způsoby spotřebního chování. Tento proces je označován jako nákupní zespolečnění, které spočívá v získávání znalostí, dovedností a zkušeností, které jsou pro zákazníky zcela nezbytné. Taktéž je dokázáno, že mnoho dětí před obdobím puberty získává své normy nákupního chování pozorováním jak svých rodičů, tak starších sourozenců. Naopak starší jedinci se inspiroují svými přáteli (Schiffman, Kanuk, 2004).

To, jakým způsobem se rodiny s dětmi účastní cestovního ruchu, ovlivňuje několik významných faktorů, a sice (1) příjmy rodiny, (2) věk dětí, (3) volný čas, (4) hodnota za peníze, (5) využití volného času dětí, atraktivita a aktivity nabízené v destinaci, (6) prostředí příjemné, přizpůsobené a přístupné pro rodiny s dětmi, (7) čistota a hygiena stravovacích i ubytovacích zařízení, (8) stupeň jednoduchosti cestování tzv. „easy travel“, (9) postoj dětí a jejich potřeby (kolektiv katedry cestovního ruchu VŠE, 2008). Příjmy zejména mladé rodiny jsou často omezené z důvodu čerpání mateřské dovolené, či splácení úvěrů. Z tohoto důvodu si část rodin vybírá finančně nenáročnou dovolenou a rodinný cestovní ruch se v širším kontextu řadí k sociálnímu cestovnímu ruchu. Při rozhodování o výběru dovolené, či výletu rodiče limituje věk dětí, a to zejména z hlediska rozsahu využívaných služeb. Pokud se jedná

o volný čas, pro rodiny s dětmi je typické cestování v období školních prázdnin. Při rozhodování o účasti na cestovním ruchu je pro rodiny s dětmi významný zejména vztah užitek vs. finance (tzv. hodnota za peníze). Velká část rodin cestuje z důvodu školních prázdnin v hlavní sezóně, kdy jsou tradičně ceny nejvyšší. Proto je pro ně důležitý poměr kvalita vs. cena. Zároveň v závislosti od věku dětí vyhledávají destinace, ubytovací zařízení s vhodnou nabídkou služeb, např. dětské hřiště, dětské menu, animační programy apod. Pro rodiče mají význam postoj a potřeby jejich dětí a často se rozhodují i na základě předchozí dobré zkušenosti a spokojenosti svých dětí s pobytem.

Každé nákupní rozhodování je typicky tvořeno aktivitami, které na sebe navazují a souhrnně jsou označovány jako rozhodovací proces. Rozhodovací proces tvoří několik kroků, a to (1) identifikace potřeby, (2) sběr informací o dostupné nabídce na trhu, (3) vyhodnocení variant nabídky, (4) rozhodnutí učinit koupi a realizace nákupu a (5) zpětná vazba – ponákové vyhodnocení (Foret, 2006).

V nákupním rozhodování hraje nezastupitelnou roli rodina. Je prokázáno, že děti mají významný vliv na nákupní rozhodování svých rodičů. Děti se brzy stávají samostatnými a zároveň aktivními konzumenty. Podílejí se tak na trendech ve spotřebním chování a jsou spotřebiteli, kteří se v budoucnu budou na trhu vyskytovat (Vysekalová, 2004).

Je důležité zacházet s dětskými návštěvníky jako s budoucími hosty. Děti respektují výběr a rozhodnutí rodičů o místě dovolené. Avšak opakované návštěvy do stejného hotelu, na stejné místo jsou převážně výsledkem požadavků dětí samotných. Nejsilnější vztah si děti k ubytovacímu zařízení budují v období mezi 6. a 11. rokem života. Proto by se např. hoteloví manažeři měli zaměřovat na atraktivní nabídku pro děti v uvedeném věkovém rozpětí (Gúčík & Šípková, 2004).

## **DATA A METODY**

Cílem příspěvku bylo prozkoumat možnosti účasti rodin s dětmi na cestovním ruchu v území obce s rozšířenou působností Telč.

Při zpracování příspěvku bylo využito primárních i sekundárních zdrojů dat. Primární data byly získány terénním průzkumem s využitím techniky dotazníku a pozorování. Terénní průzkum probíhal v březnu

a dubnu 2018. Dotazníkové šetření bylo využito k analýze ubytovacích zařízení v oblasti. Metoda pozorování byla využita při návštěvě pohostinských zařízení a kulturních atraktivit.

Zdrojem sekundárních dat byly zejména odborné knižní publikace. Dále byly využity webové portály týkající se certifikace „Baby friendly“, a to například [babyfriendlycertificate.cz](http://babyfriendlycertificate.cz), [baby-friendly-hotel.cz](http://baby-friendly-hotel.cz), [cestujsdetmi.cz](http://cestujsdetmi.cz), ale také webové stránky hotelové společnosti Orea Hotels, jež se prezentuje jako přátelská k dětem. Mimo jiné byla využita i Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení v České republice a webové stránky jednotlivých zařízení cestovního ruchu.

K vymezení oblasti ORP Telč posloužily mapy, webová stránka [telc.eu](http://telc.eu), ale i webové stránky Českého statistického úřadu.

Výběrový soubor zahrnoval celkem 41 podniků, konkrétněji se jednalo o 9 ubytovacích zařízení, 17 pohostinských zařízení a 15 kulturních atraktivit. Většina těchto zařízení je umístěna přímo v Telči, zbytek je umístěn v jejím blízkém okolí.

Pro vyhodnocení výsledků průzkumu bylo využito subjektivní metody hodnocení. Jednotlivé podniky a atraktivity byly bodově ohodnoceny na základě předem sestavených kritérií „baby friendly“ (viz. kapitola Výsledky a diskuse) a klasifikovány podle úrovně přizpůsobení nabídky služeb rodinám s dětmi (tabulka 2).

**Tabulka 2:** Úrovně plnění požadavků „baby friendly“

| Úroveň        | Počet bodů         |                      |             |
|---------------|--------------------|----------------------|-------------|
|               | Ubytovací zařízení | Pohostinská zařízení | Atraktivity |
| základní      | 1 až 10            | 1 až 5               | -           |
| běžná         | 11 až 25           | 6 až 10              | -           |
| nadstandardní | 26 až 40           | 11 až 15             | -           |
| luxusní       | 41 a více          | 16 a více            | -           |
| nedostačující | -                  | -                    | 1 až 3      |
| dostačující   | -                  | -                    | 4 až 8      |

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

## VÝSLEDKY A DISKUSE

Rodiny s dětmi jsou v oblasti cestovního ruchu poměrně náročným segmentem, který vyžaduje specifický přístup spočívající v dostatečné nabídce služeb a produktů cestovního ruchu. Důležitá je následná kategorizace tohoto segmentu na jednotlivé podskupiny podle věku dětí. Je zřejmé, že rodiny s batolaty budou vyžadovat jiný přístup než rodiny s dětmi v předškolním věku nebo rodiny s náctiletými potomky. A proto je zcela nezbytné, aby daná zařízení cestovního ruchu dobře znala požadavky a potřeby této cílové skupiny a snažila se jim maximálně přizpůsobit (babyfriendly map)

V zaměření na rodiny s dětmi hraje významnou roli označení „baby friendly“, tj. „přátelský k dětem“. Instituce vlastní certifikát „baby friendly“ jsou přizpůsobeny a zaměřeny na rodiny s dětmi a poskytují jim produkty (potraviny, dětské hry), služby (ubytování, dětské hřiště), které tento tržní segment vyžaduje. O certifikát se mohou ucházet subjekty cestovního ruchu, například restaurace, hotely, ale také solné jeskyně aj. v případě, že splňují veškeré požadavky, které jsou pro každý typ podniku odlišné.

Certifikace v České republice probíhá ve třech kategoriích – zlato, stříbro, bronz na základě rozsahu vybavení a poskytovaných služeb (tabulka 3). Speciální červená kategorie představuje certifikaci, která je výjimečně udělena v případě, kdy se jedná o občanské sdružení či neziskovou organizaci ([euroskop.cz](http://euroskop.cz)).

**Tabulka 3:** „Baby friendly“ podniky a atraktivity cestovního ruchu na Vysočině

| Název podniku/atraktivity   | Certifikát                                     |   |
|-----------------------------|------------------------------------------------|---|
| <b>Ubytovací zařízení</b>   |                                                |   |
|                             | Chalupa Pohádkov, Věcov                        | Z |
|                             | Zámecký hotel, Třešť                           | Z |
|                             | Penzion Bobrová, Bobrová                       | S |
|                             | Penzion Sykovec, Tři studně – Žďár nad Sázavou | B |
|                             | Hotel Skalský Dvůr, Bystřice nad Pernštejnem   | Č |
|                             | Mahlerův penzion na hradbách, Jihlava          | Č |
| <b>Pohostinská zařízení</b> | Vymazlená kavárna, Havlíčkův Brod              | Z |
|                             | Cukrárna a kavárna Pod lampou, Třebíč          | Č |
| <b>Atraktivity</b>          | Centrum Eden, Bystřice nad Pernštejnem         | S |
|                             | Koupaliště Žabák, Humpolec                     | Č |
|                             | Dětský koutek City Park, Jihlava               | Č |
|                             | Mateřský klub Junior, Chotěboř                 | Č |
|                             | Muzeum rekordů a kuriozit, Pelhřimov           | Č |
|                             | Zlaté české ručičky, Pelhřimov                 | Č |

Vysvětlivky: Z – zlatý, S – stříbrný, B – bronzový, Č – červený

Zdroj: Gúčík & Šípková, 2004.

Povinné požadavky pro návštěvu rodin s dětmi splňují i hotely spadající pod řetězec Orea hotels. Na Vysočině se jedná o Resort Devět Skal ([orea.cz](http://orea.cz)).

## UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ

Podle Českého statistického úřadu v roce 2016 působilo na území ORP Telč 29 hromadných ubytovacích zařízení s celkovým počtem 1 496 lůžek ([czso.cz](http://czso.cz)).

K analýze ubytovacích zařízení v ORP Telč bylo využito dotazníkového šetření. Do základního souboru bylo zahrnuto 29 ubytovacích zařízení. Návratnost dotazníků představovala 31 %. Výběrový soubor byl tedy tvořen 9 ubytovacími zařízeními (tabulka 4).

**Tabulka 4: Hodnocení ubytovacích zařízení podle kritérií „baby friendly“**

| Název UZ/<br>kritérium              | Hotel<br>U Hraběnky | Hotel<br>Antoň | Hotel<br>Telč | Hotel<br>Šiškův<br>Mlýn | Penzion<br>B&B Nika | Penzion<br>Petra | Penzion<br>Zahradní<br>dům | Penzion<br>U Vojty  | Penzion<br>Sluníčko |
|-------------------------------------|---------------------|----------------|---------------|-------------------------|---------------------|------------------|----------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Pokoj</b>                        |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Dětská postel<br>(kolébka)          | √                   | √              | √             | √                       | √                   |                  |                            | √                   | √                   |
| Možnost přípravy<br>dětské stravy   |                     |                |               | √                       | √                   |                  | √                          | √                   |                     |
| Rychlovarná konvice                 |                     | √              | √             | √                       |                     | √                | √                          | √                   |                     |
| Ochranné<br>bezpečnostní prvky      |                     |                |               | √                       |                     |                  |                            |                     |                     |
| Bezbariérový<br>přístup             | √                   | √              |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Jiné                                |                     |                |               |                         |                     |                  |                            | židlička,<br>nádobí | židlička            |
| <b>Koupelna a WC</b>                |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Vanička                             |                     |                |               |                         |                     |                  | √                          |                     | √                   |
| Nočník/prkénko                      |                     |                |               |                         |                     |                  | √                          |                     |                     |
| Přebalovací pult                    |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Místo pro věšení<br>prádla          |                     | √              |               | √                       | √                   | √                | √                          | √                   |                     |
| Stupátko                            |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Bezbariérový<br>přístup             | √                   | √              |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Jiné                                |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| <b>Restaurace</b>                   |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Dětská židlička                     | √                   |                | √             |                         | √                   |                  |                            |                     |                     |
| Dětské nádobí                       |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Dětské menu                         | √                   |                | √             |                         | √                   |                  |                            |                     |                     |
| Bryndáčky                           |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Papírové ubrusy –<br>kreslení       |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Dětský koutek<br>s hračkami         | √                   |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Možnost ohřátí jídla                | √                   | √              |               |                         | √                   |                  | √                          |                     |                     |
| Prodej kojenecké<br>vody            |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Bezbariérový<br>přístup             | √                   | √              |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Zmrzlina, dezerty                   | √                   | √              |               |                         | √                   |                  |                            |                     |                     |
| Poloviční porce                     | √                   | √              |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Speciální „dětský“<br>design pokrmů |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |
| Jiné                                |                     |                |               |                         |                     |                  |                            |                     |                     |

Vysvětlivky: UZ – ubytovací zařízení, Z – základní, B – běžná, N – nadstandardní, L - luxusní

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

**Tabulka 4: pokračování**

| Název UZ/<br>kritérium                              | Hotel<br>U Hraběnky | Hotel<br>Antoň | Hotel<br>Telč | Hotel<br>Šiškův<br>Mlýn | Penzion<br>B&B<br>Nika | Penzion<br>Petra | Penzion<br>Zahradní<br>dům | Penzion U<br>Vojty                  | Penzion<br>Sluníčko |
|-----------------------------------------------------|---------------------|----------------|---------------|-------------------------|------------------------|------------------|----------------------------|-------------------------------------|---------------------|
| <b>Společné prostory – sociální zařízení</b>        |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Nočník/prkénko                                      |                     |                |               | √                       |                        |                  |                            |                                     | √                   |
| Přebalovací pult                                    | √                   | √              |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Dětské umyvadlo/<br>stu-pátko                       |                     |                |               |                         | √                      |                  |                            |                                     |                     |
| Prostor pro kojící<br>matky                         |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Bezbariérový přístup                                | √                   | √              |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Jiné                                                |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| <b>Společné prostory - zábava</b>                   |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Dětské hřiště                                       | √                   |                |               |                         | √                      |                  | √                          | √                                   |                     |
| Skluzavky                                           |                     |                |               |                         |                        |                  |                            | √                                   |                     |
| Brouzdaliště                                        |                     |                |               |                         | √                      |                  |                            |                                     |                     |
| Bazén                                               |                     |                |               | √                       |                        | √                |                            | √                                   |                     |
| Bezbariérový přístup                                |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Animační služby                                     |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Dětský koutek                                       |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| TV dětské kanály                                    |                     |                |               | √                       |                        |                  | √                          |                                     |                     |
| Zapůjčení stolních<br>her a hraček                  | √                   | √              | √             |                         | √                      |                  |                            | √                                   | √                   |
| Jiné                                                |                     |                |               |                         |                        |                  | zahrada                    | písko-<br>viště,<br>trampo-<br>lína | písko-<br>viště     |
| <b>Ostatní služby</b>                               |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Zapůjčení kol<br>s dětskými sedáky,<br>dětských kol |                     | √              |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Lekce plavání pro<br>maminky s dětmi                |                     |                |               |                         | √                      |                  |                            |                                     |                     |
| Zapůjčení<br>sportovního náčiní                     |                     | √              |               |                         | √                      | √                | √                          | √                                   | √                   |
| Tvořivé kroužky pro<br>děti                         |                     |                |               |                         | √                      |                  |                            |                                     |                     |
| Výuka jazyků                                        |                     |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Zapůjčení dětských<br>knížek a filmů                |                     |                |               | √                       | √                      |                  | √                          |                                     | √                   |
| Hlídaní dětí                                        | √                   |                |               |                         |                        |                  |                            |                                     |                     |
| Možnost praní/<br>žehlení                           | √                   | √              |               |                         | √                      |                  | √                          | √                                   |                     |
| Úschova kočárků                                     | √                   | √              |               | √                       |                        | √                | √                          |                                     | √                   |
| Jiné                                                | chůvičky            |                |               |                         |                        |                  | parko-<br>vání             |                                     |                     |
| <b>Celkem bodů</b>                                  | <b>20</b>           | <b>18</b>      | <b>3</b>      | <b>12</b>               | <b>14</b>              | <b>5</b>         | <b>14</b>                  | <b>12</b>                           | <b>8</b>            |
| <b>Úroveň</b>                                       | <b>B</b>            | <b>B</b>       | <b>Z</b>      | <b>B</b>                | <b>B</b>               | <b>Z</b>         | <b>B</b>                   | <b>B</b>                            | <b>Z</b>            |

Vysvětlivky: UZ – ubytovací zařízení, Z – základní, B – běžná, N – nadstandardní, L - luxusní

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

## POHOSTINSKÁ ZAŘÍZENÍ

Oficiální webové stránky města Telč uvádí 34 pohostinských zařízení nacházejících se v Telči a jejím okolí. Konkrétně se jedná o 19 restaurací, 2 pizzerie, 2 rychlá občerstvení, 7 podniků patřících do kategorie kavárna, vinárna, čajovna, dále 3 cukrárny a 1 bar. Data jsou poměrně zastaralá, jelikož k poslední úpravě došlo v první polovině roku 2017. Jsou zde

uvedeny také zařízení, která svůj provoz již ukončila. Naopak podniky nově vzniklé chybí.

Do terénního šetření byly zahrnuty některé z podniků uvedených na webových stránkách města Telč, ale i podniky nově vzniklé. Výběrový soubor čítal 17 pohostinských zařízení (tabulka 5 a 6).

**Tabulka 5:** Hodnocení pohostinských zařízení podle kritérií „baby friendly“ (1)

| Název PZ/<br>kritérium          | Lihovar   | U<br>Hraběňky | Švejka   | Zach     | Amigo    | Šenk pod<br>věží | U<br>Černého<br>Orla | Na<br>Žabinci | Na<br>kovárně |
|---------------------------------|-----------|---------------|----------|----------|----------|------------------|----------------------|---------------|---------------|
| Kategorie PZ                    | R         | R             | R        | R        | R        | R                | R                    | R             | R             |
| Bezbariérový přístup            | ✓         | ✓             | ✓        | ✓        |          |                  | ✓                    | ✓             | ✓             |
| Odkládání kočárků               |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Profesionální přístup personálu | ✓         | ✓             | ✓        | ✓        | ✓        | ✓                | ✓                    | ✓             | ✓             |
| Dětské menu                     | ✓         | ✓             | ✓        | ✓        |          |                  | ✓                    | ✓             | ✓             |
| Dětské nápoje a poháry          | ✓         | ✓             | ✓        |          | ✓        | ✓                | ✓                    | ✓             | ✓             |
| Možnost ohřátí jídla            | ✓         | ✓             | ✓        |          |          | ✓                | ✓                    | ✓             | ✓             |
| Prodej kojenecké vody           |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Dětská židlička                 | ✓         | ✓             | ✓        |          |          |                  | ✓                    | ✓             |               |
| Dětské příbory                  |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Papírové ubrusy                 |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Bryndáky                        |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Dětský koutek                   |           | ✓             |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Dětské hračky                   |           | ✓             |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Venkovní hřiště                 | ✓         | ✓             |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Animační programy               |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Možnost přípravy dětské oslavy  |           | ✓             |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Dětská umyvadlo/ stupátko       |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Nočník/prkénko                  |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Přebalovací pult                | ✓         | ✓             |          |          |          |                  |                      | ✓             |               |
| Prostor pro kojící matky        |           |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| Jiné                            | Bez lepku |               |          |          |          |                  |                      |               |               |
| <b>Celkem bodů</b>              | <b>9</b>  | <b>11</b>     | <b>6</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>3</b>         | <b>6</b>             | <b>7</b>      | <b>5</b>      |
| <b>Úroveň</b>                   | <b>B</b>  | <b>N</b>      | <b>B</b> | <b>Z</b> | <b>Z</b> | <b>Z</b>         | <b>B</b>             | <b>B</b>      | <b>Z</b>      |

Vysvětlivky: PZ – pohostinské zařízení, R – restaurace, P – pizzeria, C – cukrárna, K – kavárna, Z – základní, B – běžná, N – nadstandardní, L – luxusní

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

**Tabulka 6:** Hodnocení pohostinských zařízení podle kritérií „baby friendly“ (2)

| Název PZ/<br>kritérium          | Hosp.<br>dvůr<br>Bohusla-<br>vice | Telč | Italia | Celerin | Jadran | Haas<br>Antoniana | Telč | Baltazar |
|---------------------------------|-----------------------------------|------|--------|---------|--------|-------------------|------|----------|
| Kategorie PZ                    | R                                 | P    | P      | C       | C      | K                 | K    | K        |
| Bezbariérový přístup            | ✓                                 |      |        | ✓       | ✓      | ✓                 | ✓    | ✓        |
| Odkládání kočárků               | ✓                                 |      |        |         |        |                   |      |          |
| Profesionální přístup personálu | ✓                                 | ✓    |        | ✓       | ✓      | ✓                 |      | ✓        |
| Dětské menu                     | ✓                                 |      |        |         |        |                   |      |          |
| Dětské nápoje a poháry          | ✓                                 | ✓    | ✓      | ✓       | ✓      | ✓                 | ✓    | ✓        |
| Možnost ohřátí jídla            | ✓                                 |      |        |         |        |                   | ✓    | ✓        |
| Prodej kojenecké vody           |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Dětská židlička                 | ✓                                 | ✓    | ✓      | ✓       |        | ✓                 |      |          |
| Dětské příbory                  |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Papírové ubrusy                 |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Bryndáky                        |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Dětský koutek                   |                                   |      | ✓      | ✓       |        | ✓                 |      |          |
| Dětské hračky                   |                                   |      | ✓      | ✓       |        | ✓                 |      |          |
| Venkovní hřiště                 | ✓                                 |      |        |         |        |                   |      |          |
| Animační programy               | ✓                                 |      |        |         |        |                   |      |          |
| Možnost přípravy dětské oslavy  | ✓                                 |      |        |         |        |                   |      |          |
| Dětská umyvadlo/ stupátko       |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Nočník/prkénko                  |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Přebalovací pult                | ✓                                 | ✓    |        |         |        |                   |      |          |
| Prostor pro kojící matky        |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Jiné                            |                                   |      |        |         |        |                   |      |          |
| Celkem bodů                     | 11                                | 4    | 4      | 6       | 3      | 6                 | 3    | 4        |
| Úroveň                          | N                                 | Z    | Z      | B       | Z      | B                 | Z    | Z        |

Vysvětlivky: PZ – pohostinské zařízení, R – restaurace, P – pizzerie, C – cukrárna, K – kavárna, Z – základní, B – běžná, N – nadstandardní, L - luxusní

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

## ATRAKTIVITA CESTOVNÍHO RUCHU

Součástí ORP Telč je mnoho přírodních a kulturních památek, které jsou nepochybně velkým lákadlem k návštěvě.

K analýze atraktivit cestovního ruchu ve zkoumané oblasti byl využit terénní průzkum. Město Telč na svých internetových stránkách uvádí 15 atraktivit cestovního ruchu. Jelikož v době konání terénního průzkumu byla část atraktivit z důvodu zimní sezony uzavřena, byl průzkum rozšířen o zařízení uvedené v brožurě vytvořené organizací Vysočina Tourism (2014). Dvě významné atraktivity v dané lokalitě, jakými je Telčské podzemí a hrad Roštejn, byly do

průzkumu rovněž zařazeny. Tyto atraktivity byly zanalyzovány na základně veřejných informací běžně dostupných na internetových stránkách, z dokumentárních filmů apod.

Výběrový soubor tedy zahrnoval celkem 13 turistických atraktivit (tabulka 7). Jednotlivé atraktivity mohli v hodnocení získat celkem 8 bodů, tj. 2 body za každé kritérium. Pokud bylo kritérium splněno jen částečně, např. bezbariérový přístup je do zahrad a ne v interiéru, toalety k dispozici, ale bez dětských prvků, atraktivita získala 1 bod. Bezbariérový přístup byl posuzován z hlediska přístupnosti pro dětský kočárek, ne z hlediska přístupnosti pro invalidní vozík.

**Tabulka 7:** Hodnocení atraktivit cestovního ruchu podle kritérií „baby friendly“

| Kritérium/<br>název atraktivity                               | Bezbariérový<br>přístup | Možnost<br>občerstvení | Sociální<br>zařízení | Zábavné<br>vyžití | Celkem<br>bodů | Úroveň |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------|----------------------|-------------------|----------------|--------|
| <b>Zámek Telč</b>                                             | 1                       | x                      | 1                    | 2                 | 4              | D      |
| <b>Telčské podzemí</b>                                        | x                       | x                      | x                    | 2                 | 2              | N      |
| <b>Muzeum Vysočiny</b>                                        | x                       | x                      | 1                    | 1                 | 2              | N      |
| <b>Muzeum techniky</b>                                        | 1                       | x                      | 1                    | 2                 | 4              | D      |
| <b>Expozice historie železniční<br/>dopravy</b>               | 1                       | x                      | 1                    | 2                 | 4              | D      |
| <b>Panský dvůr</b>                                            | 2                       | 2                      | 2                    | 2                 | 8              | D      |
| <b>Telčský dům</b>                                            | x                       | x                      | x                    | 2                 | 2              | N      |
| <b>Městská galerie Hasičský<br/>dům</b>                       | x                       | 1                      | x                    | 1                 | 2              | N      |
| <b>Rozhledna Oslednice</b>                                    | x                       | 1                      | x                    | 1                 | 2              | N      |
| <b>Hospodářský dvůr,<br/>Bohuslavice</b>                      | 2                       | 2                      | 2                    | 2                 | 8              | D      |
| <b>Jezdecká stáj Marlenka,<br/>Řásná</b>                      | 1                       | 1                      | 1                    | 2                 | 5              | D      |
| <b>Hrad Roštejn</b>                                           | 1                       | 2                      | 1                    | 2                 | 6              | D      |
| <b>Mlynářské muzeum<br/>Chadimův mlýn, Horní<br/>Doubenky</b> | x                       | x                      | 1                    | 2                 | 3              | N      |

Vysvětlivky: D – dostačující, N – nedostačující

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018.

## ZHODNOCENÍ PŘIPRAVENOSTI OBLASTI NA RODINNÝ CESTOVNÍ RUCH

Na základě provedené analýzy a zhodnocení připravenosti služeb cestovního ruchu na segment rodin s dětmi lze konstatovat mezeru na trhu. Oblast Telče a okolí je orientována spíše na krátkodobý kulturně-poznávací cestovní ruch. Tomu odpovídá i charakter a struktura poskytovaných služeb. Na dlouhodobější pobyt rodin s dětmi je připraveno jen několik zařízení. Je zřejmé, že rodiny s dětmi nejsou pro danou oblast nejvýznamnější cílovou skupinou.

Výsledky analýzy ubytovacích zařízení ukázaly, že se zde nenachází žádná zařízení orientující prioritně na klientelu rodin s dětmi, jelikož žádný ze zkoumaných podniků nedosáhl na luxusní, ani nadstandartní úroveň. Avšak všechna dotazovaná ubytovací zařízení splňují alespoň minimální vybavení, které je nutné pro cílovou skupinu rodin s dětmi. Z celkového počtu 9 dotazovaných dosáhly nejlepšího hodnocení dva

hotely. Jedná se o Hotel U Hraběnek a Hotel Antoň, které získaly 20 bodů. I s tímto počtem splněných kritérií byly zařazeny do běžné úrovně. Relativně běžnou úroveň splňuje také rodinný Penzion U Vojty. Hotel Telč se orientuje na jiné cílové skupiny a odpovídá tomu i počet splněných kritérií. Se 3 body dokazuje, že není pro návštěvu rodin s dětmi vhodný. Pokud se týká celkového hodnocení pohostinských zařízení v ORP Telč, ani jedno z nich není klasifikováno luxusní úrovní a na segment rodin s dětmi se prioritně neorientuje. Avšak všechna hodnocená zařízení splňují alespoň minimální požadavky této skupiny. Nejlepšího hodnocení dosáhla Restaurace U Hraběnek a Hospodářský dvůr Bohuslavice (nadstandartní úroveň). Příznivého hodnocení dosáhla i Restaurace Lihovar, která získala 8 bodů a spadá tak pod běžnou úroveň. Naopak s pouhým 1 bodem dosahuje Amigo restaurant na základní úroveň. Tento podnik není vhodný pro návštěvu rodin s dětmi, jelikož svým vybavením a poskytovanými službami neuspokojuje potřeby tohoto cílového segmentu.

Analýza turistických atraktivit prokázala, že se ve zkoumané oblasti nachází místa s velkým potenciálem, která jsou vhodná a atraktivní pro rodiny s dětmi. Nicméně z důvodu nedostatečné vybavenosti specifickým sociálním zařízením nebo neposkytováním žádných stravovacích služeb, byly některé atraktivity vyhodnoceny jako nedostačující pro návštěvu tohoto segmentu. Maximálního počtu získaných bodů dosáhla hned dvě zařízení, a sice Panský dvůr v Telči a Hospodářský dvůr v Bohuslavicích. Dané podniky malým i velkým návštěvníkům nabízí rozsáhlé spektrum zábavného vyžití ve formě interaktivních výstav, sportovních atrakcí, pořádání tematických kulturních a společenských akcí nebo trávení času ve společnosti zvířat.

## ZÁVĚR

Rodiny s dětmi jsou jednou z významných cílových skupin na trhu cestovního ruchu. Jedná se o heterogenní skupiny z hlediska požadavků při účasti na cestovním ruchu, které se různí podle věku dětí.

Nejčastěji se pod pojmem rodinný cestovní ruch chápe cestování s dětmi předškolního a školního věku. Proto je nabídka služeb rodinného cestovního ruchu chápána jako přizpůsobení se této cílové skupině a zahrnuje požadavky jako dětské menu, dětský koutek, dětské židle, dětské přistýlky apod. Mnohokrát se zapomíná na fakt, že mohou cestovat i mladší děti. Pro ty je pak na místě zajistit přebalovací pulty, nabídku vhodných příkrmů, možnost ohřátí kojeneckého mléka, prodej doplňkového zboží např. jednorázové plenky, přebalovací podložky, vlhčené ubrousky apod. Cestují také ale i rodiče se staršími dětmi, které vyžadují programy volného času.

Podstatné je si uvědomit, že děti ovlivňují nákupní rozhodování svých rodičů a stávají se budoucími zákazníky. Je proto potřeba jim věnovat pozornost.

Na základě průzkumu realizovaného v Telči a okolí konstatujeme, že ubytovací a pohostinská zařízení často plní jen nevyhnutelné minimum, které rodiny s dětmi vyžadují. Často se zapomíná na možnost přípravy, či ohřevu dětské stravy, prodej kojenecké vody pro děti do 1 roku věku, prostor pro kojící matky, možnost vstupu s kočárkem a odložení kočárku apod. Problematické bývá také vybavení toalet dětským záchodovým prkénkem, nočníkem, přebalovacím pultem, či stupátkem k umyvadlu. Většinou je k dispozici jen jedno z požadovaného.

Telč prioritně necílí na rozvoj rodinného cestovního ruchu. Tomu odpovídá i nabídka a přizpůsobení služeb této klientele.

# LITERATURA

- Babyfriendly Map: Povídání o aplikaci [online]. [cit. 2018-03-06].  
Dostupné z: <https://www.facebook.com/babyfriendlymapa/videos/1423778717634311/>
- Český statistický úřad: ORP Telč [online]. [cit. 2018-03-14].  
Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xj/orp\\_telc](https://www.czso.cz/csu/xj/orp_telc)
- Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. In *Tourism Management*, 2012, 64-73.
- Euroskop.cz: Cestování s dětmi [online]. [cit. 2018-02-14].  
Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/592/sekce/cestovani-s-detmi/>
- Foret, M. & Brent Richie, J. R. Marketingová komunikace. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1041-9.
- Giddens, A. Sociologie. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-720-3124-4.
- Goeldner, Ch. R. & Brent Richie, J. R. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. Brno: BizBooks, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-251-2595-3.
- Gúčík, M. & Šípková, I. Globalizácia a integrácia v cestovnom ruchu. 1. vyd. Bratislava, 2004. 146 s. ISBN 80-969261-0-1.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
- Kindernis, R. Adaptation of social tourism as of alternative form of tourism in Europe. [online]. In *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 2010, 3(1), 7-15. [vid. 2008-10-10].  
Dostupné z [gtg.webhost.uoradea.ro](http://gtg.webhost.uoradea.ro)
- Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE. Cestovní ruch pro všechny. [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008, 90 s. [vid. 2018-05-24]. ISBN 978-80-7399-407-05. Dostupné z <https://kcr.vse.cz/wp-content/uploads/2010/11/CR-pro-vsechny-publikace.pdf>
- Lovasová, L., Hanušová, J. & Hellebrandová, K. Děti a jejich problémy. Praha: Sdružení Linka bezpečí, 2005. ISBN 80-239-4482-7.
- McCabe, S., Minnaert, I. & Diekmann, A. Social Tourism in Europe: Theory and practice. UK: Channel View, 2012, s. 126 – 141. ISBN 978-1-84541-232-6.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. What is social tourism? In *Current Issues in Tourism*, 2011, 5, s. 403-415.
- Naegele, G. Kommunen in demographischen Wandel. Thesen zu neuen An- und Herausforderungen für die lokale Alten- und Seniorenpolitik. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 2010, 43(2), 98-102.
- Němečková, M, Kurkin, R. & Štyglerová, T. Eurostat: Rodinné chování v České republice: první děti později a mimo manželství [online]. [vid. 2018-03-29]. ISSN 2443-8219. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Marriages\\_and\\_births\\_in\\_the\\_Czech\\_Republic/cs#R.C5.AFst\\_rozvodovosti\\_dlouhotrvaj.C3.ADc.C3.ADch\\_man.C5.BEelstv.C3.AD](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Marriages_and_births_in_the_Czech_Republic/cs#R.C5.AFst_rozvodovosti_dlouhotrvaj.C3.ADc.C3.ADch_man.C5.BEelstv.C3.AD)
- Orea Hotels & Resorts: Kids Friendly hotely [online]. [cit. 2018-03-06].  
Dostupné z: <http://www.orea.cz/cz/kids-friendly-hotely/>
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. Náкупní chování. Brno: Computer Press, 2004. Business books (Computer Press). ISBN 80-251-0094-4.
- Such, E. & Kay, T. The Family Factor in Social Tourism. In McCabe, S., Minnaert, L. & Diekmann, A. *Social Tourism in Europe: Theory and practice*. UK: Channel View, 2012, s. 126 – 141. ISBN 978-1-84541-232-6.
- Švábenská, M. Analýza vybraného segmentu trhu cestovního ruchu – rodiny s dětmi [online]. Brno, 2008. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. [vid. 2018-03-29].  
Dostupné z: [https://is.muni.cz/th/176124/esf\\_b/](https://is.muni.cz/th/176124/esf_b/)
- Vysekalová, J. Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují. In *Manažer*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0393-9.

# PONUKA SLUŽIEB PRE RODINY S DEŤMI VO VYBRANÝCH HOTELOCH NA SLOVENSKU

THE OFFER OF SERVICES  
FOR FAMILIES WITH  
CHILDREN IN SELECTED  
HOTELS IN SLOVAKIA

Ľudmila Mazúchová<sup>1</sup>, Nikola Gálová<sup>2</sup>

Received: June 1, 2018 Accepted: August 21, 2018

<sup>1</sup> Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Katedra cestovného ruchu, Dražovská 4, 949 74 Nitra, Slovensko;  
e-mail: [lmazuchova@ukf.sk](mailto:lmazuchova@ukf.sk)

<sup>2</sup> studentka Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, Dražovská 4, 949 74 Nitra, Slovensko; e-mail: [nikola.galova@student.ukf.ska](mailto:nikola.galova@student.ukf.ska)

## ABSTRAKT

Cieľom state je preskúmať a zistiť najčastejšie ponúkané služby vybraných hotelov na Slovensku zamerané na rodiny s deťmi. Pri výbere hotelov zameraných na rodiny s deťmi sme vychádzali z počtu hotelov podľa Únie materských centier na Slovensku. Na splnenie cieľa sme zvolili metódu dotazníkového prieskumu. Otázky v dotazníku sa týkali najmä stupňa priateľskosti hotela k deťom, ďalších segmentov trhu, na ktoré sa skúmané hotely zameriavajú, ponúkaných základných a doplnkových služieb pre rodiny s deťmi, vybavenia izieb a odbytových stredísk pre rodiny s deťmi, ako aj bezpečnostných opatrení v skúmaných hoteloch. Zisťovali sme, či je rozdiel v ponuke služieb pre rodiny s deťmi v sieťových a nezávislých hoteloch. Pri spracovaní údajov sme použili viaceré štatistické metódy, najmä Spearmanov, Friedmanov a Mc Nemarov test.

*Kľúčové slová: Deti. Hostia. Hotel. Služby.*

## ABSTRACT

**Abstract:** The aim of this paper is to examine and find the most frequently offered services of selected children friendly hotels in Slovakia. Selection of children friendly hotels we used the number of hotels according to the union of maternity centers in Slovakia. To meet the aim we chose the method of questionnaire survey. The questions were mainly related to age group of children, the degree of friendliness of the hotel to the children, other market segments, offered services for families with children, equipment of rooms and restaurants for families with children, as well as security measures in the surveyed hotels. We found out if there is a difference in the offer of services for families with children in chain and independent hotels. We used multiple statistical methods for data processing, especially the Spearman's, Friedman's and Mc Nemar's test.

*Keywords: Children. Guest. Hotel. Services.*

Každý rodič chce pre svoje dieťa to najlepšie. Samozrejme, platí to aj pri výbere hotela. Okrem ubytovania sa zameriavajú aj na vhodný výber stravovacích a doplnkových služieb, ako napríklad športovo-rekreačné a kultúrno-spoločenské služby.

Rodiny s deťmi predstavujú špecifický segment trhu, ktorému sa treba opakovane venovať. Pri tomto segmente treba dbať na vybavenosť izieb a priestorov hotela, poskytovanie služieb zameraných pre rodiny s deťmi, stravovacie služby, bezpečnosť detí a na vonkajšie vybavenie priestorov pre deti. Hlavným znakom tohto segmentu je, že rodičia prispôbujú svoj čas deťom. Čas na dovolenku alebo výlet majú len cez školské prázdniny alebo víkendy. Cestujú najmä za poznaním, vzdelávaním a oddychom ([www.enviroportal.sk](http://www.enviroportal.sk), 2018). Deti sú najúprimnejšími hosťami, a preto sa mnohí hotelieri snažia prispôbovať služby najmä im (Gajdošíková, 2017).

## PREHĽAD LITERATÚRY

### SLUŽBY HOTELOV ZAMERANÉ NA RODINY S DEŤMI

V odbornej domácej a zahraničnej literatúre rozlišujeme dva druhy hotelov pre rodiny s deťmi. Sú to rodinné hotely a detské hotely. Často si ľudia tieto dva pojmy zamieňajú. Rodinné hotely sú určené najmä pre dospelých a seniorov (Hörl, 2007). V týchto hoteloch sa nachádza aj vybavenie pre deti, konkrétne detská herňa. Chýba v nich však opatrovateľka pre deti, animačné aktivity pre deti alebo detské menu. Takisto ani izby nie sú prispôbované deťom. Nie je k dispozícii detská postieľka alebo pult na prebaľovanie, zásuvky sú vo výške detí postelí je vyššia, ako aj hygienické zariadenia a dieťa na ne nedosiahne (Linderová, 2008).

Naopak, detský hotel charakterizujeme ako ubytovacie zariadenie pre detských hostí, pre rodiny s deťmi alebo budúce mamičky (Hörl, 2007). Hotel musí zamestnávať kvalifikovaný usmiaty personál, ktorý má vzťah k deťom. Okrem toho, že by sa mal usmievať, mal by vedieť komunikovať s dieťaťom a získať si jeho priazeň. Práve dieťa hrá veľkú rolu v rozhodovaní, kam pôjde rodina na dovolenku. Detské hotely disponujú detskou herňou

a zároveň aj opatrovateľskými službami, animačným programom a aj jedálny lístok majú prispôbovaný deťom. Detské menu je podávané v menších porciách, je lacnejšie a zdravšie. Reštaurácia je takisto upravená v detskom štýle, majú k dispozícii umelý nerozbitný inventár, malé stoličky alebo pre stoličky pre batolátá. Na získanie detskej priazne sa usilujú rôznymi spôsobmi, jedným z nich je, keď kuchár naservíruje dieťaťu jedlo v tvare rozprávkovej postavy alebo zvierata, alebo tak ozdobí zmrzlinový pohár. Hotel by mal byť osvetlený, farebne, dizajnom prispôbovaný deťom, mal by mať bezbariérový prístup, aby nemali problém telesne postihnuté deti a mamičky s kočíkmi. V blízkosti recepcie alebo na izbe by mal byť odkladací priestor na kočík. Izba disponuje detským stolíkom a stoličkou, rôznymi hračkami, detskými DVD alebo CD, knižkami pre deti, detskou postieľkou, pultom na prebaľovanie. Na požičanie hotel poskytuje nočník a vaničku. Vo vonkajšom areáli hotela by sa malo nachádzať detské ihrisko (Linderová, 2008).

Deti robia dostatočný hluk, preto hotelieri musia dbať na svojich zamestnancov, rodičov a ostatných hostí, a tak sú detské ihriská a detské herne vybudované mimo spoločenských priestorov. Na detských ihriskách a v herniach sa nachádza aj kvalifikovaný dozor pre deti. V prípade, ak rodičia chcú vidieť na svoje deti, mala by byť vybudovaná aj terasa pre rodičov. Vonkajšie detské ihrisko by nemalo byť umiestnené pod oknami hotela. V blízkosti ihriska by mali byť lavičky. Treba chrániť deti pred nebezpečenstvom, napríklad pred jazierkom, potokom alebo pred hlavnou cestou, a to vytvorením oplotenia. Vchod by mal byť iba jeden, a dostatočne široký, aby v prípade úrazu vedela prísť sanitka. Ďalším dôležitým aspektom je povrch detského ihriska. Aj tu treba dbať na bezpečnosť dieťaťa. Povrch by mal byť sypký (piesok, drvená guma), gumený (gumené dlaždice), umelá tráva alebo kobercový povrch. V neposlednom rade by sa malo dbať na hygienické požiadavky, a to napríklad, aby pri vstupe na ihrisko bolo označenie „zákaz vstupu so psom“, prípadne dostatočne osvetlené ihrisko v noci, meniť piesok aspoň raz ročne, chrániť deti pred možným úpalom, alebo by nemala byť v blízkosti žiadna zeleň, najmä bobuľovitá, aby to deti nemohli ochutnať.

Hotel by mal disponovať bezbariérovým vstupom, uzamykateľnými vchodovými dverami, má byť dostatočne osvetlený, priestory hotela majú byť bezpečné, na schodisku sa nachádzajú zábrany, izby sú vybavené uzamykateľným balkónom, zrkadlá sa nachádzajú vo výške dospelých, okná sú umiestnené v dostatočnej výške, aby na ne deti nedosiahli, bezpečnostné poistky sú umiestnené v zásuvkách, toaleta je prispôbena deťom a v hoteli sa nachádza protišmyková podlaha (Linderová, 2008).

V priestoroch hotela sa môže nachádzať obchod s hračkami, suvenírmi, detským oblečením, detským kaderníctvom alebo cukrárňou. Vo väčších detských hoteloch sa nachádza aj kino pre deti, kde sa každý večer premieta animovaná rozprávka. Často si rodičia myslia, že ak prídu do detského hotela, majú o dieťa postarané a oddýchnu si. Samozrejme, aj to k tomu patrí, ale detské hotely sa snažia utužovať vzťahy rodičov s dieťaťom, a preto rodičia všetky aktivity vykonávajú spolu s dieťaťom (Linderová, 2008).

Únia materských centier vytvorila v roku 2003 projekt s názvom „Dovoľte nám vstúpiť s dieťaťom“, neskôr bol názov skrátený na „Vstúpte s dieťaťom“. Projekt vznikol na základe skúseností a zážitkov rodičov s malými deťmi, ktorí boli konfrontovaní s neochotou, ignorovaním ich objektívnych potrieb, ako aj nemožnosťou vstúpiť do zariadenia s kočíkom. Mnohí slovenskí podnikatelia, úrady, zdravotnícke zariadenia a i. neprihliadali na potreby rodičov s malými deťmi, dokonca sú známe prípady, kedy majitelia umiestnili na vchodové dvere informáciu, že do zariadenia je vstup s kočíkom zakázaný ([www.materskecentra.sk](http://www.materskecentra.sk), 2015).

Viacere ubytovacie zariadenia podporujú tento projekt. Zamestnanci hotelov alebo iných ubytovacích zariadení určených pre rodiny s deťmi musia byť ústretoví a vždy usmíati. Rodičia detí hodnotia ubytovacie zariadenia hviezdikami. Hviezdiky môže ubytovacie zariadenie získať v tzv. stupňoch priateľskosti. Týchto stupňov je päť, v nasledujúcom stupni sa opakujú kritériá z predchádzajúceho a pribúdajú aj nové vybavenia. Prvý stupeň priateľskosti obsahuje tzv. prorodinnú atmosféru, bezbariérovosť, ústretový personál, nefajčiarske prostredie a detskú stoličku. V druhom stupni sa kritériá opakujú z prvého a pribudnú kritériá ako detská postieľka, rodinné zlávy, detský kútik, detské menu a dojčiaci kútik. Tretí stupeň obsahuje navyše vonkajšie ihrisko, priestor na odkladanie kočíka, pult na prebaľovanie, detské príbory, poháre, nápoje,

diétne stravovanie, zapožičanie elektronickej pestúnky (z angl. babyphone), nočníka, vaničky, bicyklov, lyží a spoločenských hier. Vo štvrtom stupni priateľskosti môžu hostia očakávať navyše opatrovateľskú službu, bazén pre deti a vnútorné ihrisko. V špičkovom hoteli označenom piatimi hviezdikami rodičia ocenia okrem vyššie uvedených kritérií aj saunu pre deti alebo zorganizovanie programu pre celú rodinu ([www.materskecentra.sk](http://www.materskecentra.sk), 2015).

Najviac detských hotelov sa nachádza v škandinávskych krajinách, v Taliansku, Rakúsku a Švajčiarsku (Linderová, 2008). „Na výzvu kvality produktov pre rodiny s deťmi reagovali viacerí hotelieri na Slovensku aj v zahraničí a vytvorili rôzne združenia, zväzy alebo asociácie, ktoré hotelom po splnení definovaných kritérií udeľujú značky kvality, čím garantujú, že hotely sú vhodné pre rodiny s deťmi. Vo Švajčiarsku dokonca vznikla aj značka kvality pre celé destinácie vhodné pre rodiny s deťmi s názvom Family Destination. Združenia, zväzy alebo asociácie, ktoré spájajú a spoločne propagujú hotely pre rodiny s deťmi, sa najčastejšie držia kréda, že sú najlepšími hosťiteľmi troch generácií (deti – rodičia – starí rodičia) a ich členovia sú lídri na trhu v poskytovaní služieb pre rodiny s deťmi. Ich cieľom je špecializovať sa na neustále rastúci segment rodín s deťmi a zvyšovať rôznorodosť a kvalitu ponuky. Členovia sa zaväzujú poskytovať prvotriedne a nadpriemerne kvalitné produkty pre rodiny s deťmi, spĺňať bezpečnostné a hygienické kritériá a disponovať kvalifikovanými zamestnancami. Niektoré združenia dokonca členským hotelom ponúkajú školenia a vzdelávanie pre zamestnancov zamerané na ponuku služieb rodinám s deťmi. Väčšina združení deklaruje, že kvalita produktov a služieb ich členských hotelov sa neustále preveruje. Okrem bezchybného vybavenia hotela garantujú neustálu starostlivosť o deti. Združenia zabezpečujú pre členské hotely aj propagáciu a cross-marketing, keď pri rezervovaní ubytovania v jednom hoteli získava hosť poukážku na zvýhodnený pobyt v inom členskom hoteli. Hotely, ktoré vlastnia dané značky kvality alebo disponujú rôznymi hodnoteniami portálov určených pre rodiny s deťmi, dávajú potom rodičom istotu, že im bude poskytnutá tá najlepšia starostlivosť“ (Gajdošíková, 2017, s. 34).

V súčasnosti sa na Slovensku nachádza 85 certifikovaných ubytovacích zariadení zameraných na rodiny s deťmi, z toho 61 hotelov. Zastrešuje ich Únia materských centier. Okrem ubytovacích

zariadení sem patria aj stravovacie zariadenia, obchody, predajne a ostatné zariadenia ([www.materskecentra.sk](http://www.materskecentra.sk), 2015).

Počas pobytov a dovolení chcú rodičia stráviť všetok čas najmä s deťmi, pričom využívajú viaceré

služby. Hotelieri sa musia postarať o deti, a to aj v prípade, ak rodič bude mať individuálny program.

V tabuľke č. 1 uvádzame ponuku služieb a vybavenie hotelov pre rodiny s deťmi, ktoré môžu využiť rodiny s deťmi počas pobytu v hoteli.

**Tabuľka 1:** Ponuka služieb pre rodiny s deťmi v hoteloch

| Rozdelenie služieb v hoteloch |                        | Hotel so zameraním na rodiny s deťmi                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               |                        | Ponuka služieb                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Vybavenie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Základné                      | Ubytovacie             | <ul style="list-style-type: none"> <li>všetky izby vhodné pre rodiny s deťmi</li> <li>poschodie vyhradené pre rodiny s deťmi</li> <li>izby vyhradené pre rodiny s deťmi</li> </ul>                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>detská postieľka</li> <li>kreslená posteľná bielizeň</li> <li>elektronická pestúnka (tzv. babyphone)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                       |
|                               | Stravovacie            | <ul style="list-style-type: none"> <li>detské menu, detské porcie</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>detská sedačka v reštaurácii</li> <li>miestnosť na ohriate jedla pre deti</li> <li>miestnosť na kojenie detí</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |
|                               | –                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>bezpečnosť</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>bezbariérový vstup</li> <li>zdravotnícka starostlivosť</li> <li>stráženie detí,</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                            |
|                               | Športovo-rekreačné     | <ul style="list-style-type: none"> <li>atrakcie pre deti</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>detský kútik</li> <li>vonkajšie detské ihrisko</li> <li>detské jasle</li> <li>požičanie detského kočíka</li> <li>požičanie bicyklov, lyží, nosičov</li> <li>zábavní maskoti</li> <li>lukostreľba</li> <li>petanque</li> <li>tenisové kurty</li> <li>trampolína</li> <li>kolotoč</li> <li>zapožičanie sánok</li> </ul> |
|                               | Wellness               | <ul style="list-style-type: none"> <li>wellness pre deti</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>vonkajší a vnútorný bazén</li> <li>zapožičanie nafukovacích kolies, rukávnikov a plávacích dosiek</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |
| Ostatné                       | Organizované podujatia | <ul style="list-style-type: none"> <li>koncerty</li> <li>workshopy</li> <li>detské diskotéky</li> <li>športové podujatia</li> <li>dobrodružné výlety</li> <li>kŕmenie vtáctva</li> <li>prednášky starostlivosti o zvieratá</li> <li>kurzy plávania</li> <li>modelárske a kreatívne krúžky</li> <li>varenie so šéfkuchárom</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

Rodiny s deťmi najviac vyhľadávajú ubytovacie zariadenia určené pre rodiny s deťmi. „Baby friendly či kidsfriendly hotely umožňujú deťom hrať sa a zabávať, športovať, relaxovať a cítiť sa príjemne na miestach, kde sú s rodičmi“ ([www.holiday4kids.sk](http://www.holiday4kids.sk), 2018). Potrpia si na bezbariérový vstup a v priestoroch ubytovacieho zariadenia vyžadujú odkladací priestor na kočík. Hotel pre deti by mal disponovať detskou sedačkou v reštaurácii, k dispozícii by mal mať postieľku, detský kútik s bezpečnými hračkami, mal by ponúkať možnosť objednať si detské porcie alebo jedlá pre bábätká, k dispozícii by mal mať vonkajšie detské ihrisko s preliezkami a hojdačkami, možnosť animácie, vnútorný a vonkajší detský bazén (Linderová, 2008). Špičkové hotely ponúkajú registrované detské jasle, jazdu na koni a pre najmenších majú k dispozícii kreslenú posteľnú bielizeň. Pre deti sú vhodné veľké trávnaté plochy a stolové hry. Hotely, ktoré sú priateľské k prírode, organizujú rôzne aktivity ako kŕmenie vtáctva alebo prednášky o zvieratách a starostlivosti o ne (O'Brian, 2017).

Hotel okrem materiálneho vybavenia musí dbať na svoj personál a prístup personálu k najmenším hosťom. Rodiny s deťmi uvítajú, ak sa v hoteli nachádza miestnosť, kde sa dá cez deň zohriať dieťaťu mlieko, či jedlo, prípadne miestnosť na kojenie detí. Vhodné je, ak sa v hoteli nachádza obchod, kde sa dajú kúpiť vlhčené obrúsky, plienky, detské fľašky, cumlíky, prípadne sa dá požičať detský kočík, bicykle pre celú rodinu, lyže alebo nosiče pre deti. Dôležitá je 24 hodinová zdravotná starostlivosť. Ďalšími službami, ktoré môže poskytovať hotel pre deti sú napríklad kurzy plávania, modelárske a kreatívne krúžky pre deti. Okrem toho dôležitou službou je stráženie detí, aby si aj rodičia trochu oddýchlí. ([www.holiday4kids.sk](http://www.holiday4kids.sk), 2018). Rodič môže voľný čas využiť na relaxáciu a odreagovanie (masáže, wellness) alebo na aktívny oddych (turistika, nordic walking, lezenie, bežky, jazdectvo), prípadne na využitie ostatných služieb, ideálna je práčovňa, resp. priestor, kde rodičia môžu vyčistiť oblečenie svojich detí (Gajdošíková, 2017).

Deti hľadajú zážitok. Najmä niektoré wellness hotely poskytujú vynikajúci tím animátorov, ktorý deťom pripraví program, zábavu a rôzne hry. Neobvyklou možnosťou je varenie so šéfkuchárom pre deti. Niektoré hotely majú k dispozícii bazény a tobogány. Neopozieranými sú aj zábavní maskoti, ktorí deťom spríjemnia chvíle počas pobytu v hoteli. V exteriéri hotela sa môže nachádzať viacero služieb pre deti, ako napr. lukostreľba, petanque, tenisové kurty, futbalové ihrisko, basketbalové ihrisko alebo plážové ihrisko pre volejbal alebo bedminton, zastrešené pieskovisko pre najmenších, trampolína, kolotoč. Niektoré hotely na Slovensku organizujú detské diskotéky, či koncerty Spievankova alebo spevákov, ktorí svoju tvorbu venujú deťom ([www.holiday4kids.sk](http://www.holiday4kids.sk), 2018).

Hotelieri sa musia pripraviť na každú vekovú kategóriu dieťaťa. Zatiaľ čo malým deťom stačia rôzne preliezky, animovaný program alebo detský kútik, pre dospievajúce deti musia vymyslieť detské diskotéky, večierky, športové podujatia alebo dobrodružné výlety (Orieška, 2010). V závislosti od sezóny poskytujú hotely svojim hosťom zapožičanie sánok alebo nafukovacích kolies, rukávnikov či plávacích dosiek. Pre dovolenku so staršími deťmi vymýšľajú workshopy a výlety s rodičmi. Snažia sa stimulovať potrebu mobilného telefónu, tabletu, či počítača.

## DÁTA A METÓDY

Cieľom state je preskúmať a zistiť najčastejšie ponúkané služby vybraných sieťových a nezávislých hotelov na Slovensku zamerané na rodiny s deťmi. Pri výbere hotelov zameraných na rodiny s deťmi sme vychádzali z počtu hotelov uvedenom na internetovej stránke Únie materských centier (61).

Materiál, ktorý sme spracovali, tvoria sekundárne a primárne zdroje dát. Sekundárne zdroje sme získali z odbornej domácej a zahraničnej literatúry, časopisov a internetových zdrojov. Primárny zber údajov sme uskutočnili metódou sociologického opytovania formou dotazníka (tabuľka 2).

**Tabuľka 2:** Charakteristika výskumnej vzorky

| Hotel     | Počet | Vyjadrenie v % |
|-----------|-------|----------------|
| Sieťový   | 9     | 39,1           |
| Nezávislý | 14    | 60,9           |
| Spolu     | 23    | 100,0          |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

Dotazník bol určený sieťovým a nezávislým hotelom, ktorých výsledky sme porovnávali. Dotazník obsahoval 15 otázok. Zamerali sme sa v ňom na ponuku služieb pre rodiny s deťmi. Záverečnú časť dotazníka tvorila identifikácia respondentov, ktorá sa týkala začlenenia / nezačlenenia hotela k hotelovej spoločnosti, lokalizácie, kapacity a triedy hotela. Oslovili sme 61 hotelov, z ktorých nám odpovedalo 27 hotelov. Po vytriedení nekompletných dotazníkov (4) bola návratnosť 37,7 %. To znamená, že prieskumu sa zúčastnilo 23 hotelov, z toho

9 sieťových a 14 nezávislých hotelov. Dotazník sme distribuovali do hotelov v období od decembra 2017 do apríla 2018.

Získané údaje sme spracovali a vyhodnocovali pomocou programu MS Office Excel a štatistického softvéru SPSS 19. Na spracovanie získaných údajov sme aplikovali matematicko-štatistické metódy, konkrétne Spearmanov, Friedmanov a Mc Nemarov test. Skúmané hotely sme rozdelili podľa krajov (tabuľka 3).

**Tabuľka 3:** Rozdelenie skúmaných hotelov podľa krajov

| Kraj            | Počet hotelov | Vyjadrenie v % |
|-----------------|---------------|----------------|
| Bratislavský    | 4             | 17,4           |
| Trnavský        | 1             | 4,3            |
| Nitriansky      | 1             | 8,7            |
| Trenčiansky     | 2             | 4,3            |
| Žilinský        | 4             | 17,4           |
| Banskobystrický | 6             | 26,2           |
| Prešovský       | 5             | 21,7           |
| Košický         | 0             | 0,0            |
| Spolu           | 23            | 100,0          |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

Najviac hotelov zameraných na rodiny s deťmi sa nachádzalo v Banskobystrickom kraji (6), o niečo menej v Prešovskom (5), rovnako v Žilinskom a Bratislavskom kraji (4), menej v Trenčianskom (2), Nitrianskom a Trnavskom kraji (1).

## VÝSLEDKY A DISKUSIA

Na splnenie cieľa sme zvolili metódu dotazníkového prieskumu. Otázky v dotazníku sa týkali najmä vekovej kategórie detí (tabuľka 4), stupňa priateľskosti k deťom, ďalších segmentov trhu v skúmaných hoteloch, ponúkaných služieb pre rodiny s deťmi, vybavenia izieb a odbytových stredísk pre rodiny s deťmi, ako aj bezpečnostných opatrení v skúmaných hoteloch.

**Tabuľka 4:** Veková kategória detí v skúmaných hoteloch

| Veková kategória detí<br>(v rokoch) | Sieťový hotel |                | Nezávislý hotel |                |
|-------------------------------------|---------------|----------------|-----------------|----------------|
|                                     | Počet         | Vyjadrenie v % | Počet           | Vyjadrenie v % |
| 0 – 1 (dojča)                       | 0             | 0,0            | 3               | 12,9           |
| 2 – 3 (batoľa)                      | 5             | 21,5           | 5               | 21,5           |
| 4 – 6 (predškolský vek)             | 7             | 30,1           | 13              | 55,9           |
| 7 – 12 (školský vek)                | 6             | 26,1           | 6               | 26,1           |
| 13 – 15 (mladší školský vek)        | 3             | 12,9           | 7               | 30,1           |
| 16 – 18 (starší školský vek)        | 2             | 8,6            | 2               | 8,6            |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

Deti v predškolskom veku navštevujú väčšinu z vybraných hotelov (20). Najmenej hotelov uviedlo možnosť dojčiace deti (3) a starší školský vek detí (4). Sieťové hotely najviac navštevujú deti vo veku 4 – 6 rokov (7) a deti vo veku 7 – 12 rokov (6). Nezávislé hotely najviac navštevujú deti vo veku 4 – 6 rokov (13) a deti vo veku 13 – 15 rokov (7).

Analýzou sme zistili, že 13 hotelov vlastní certifikát a nálepku kampane „Vstúpte s dieťaťom“ projektu Únie materských centier. V závislosti od ponuky služieb, vybavenia hotela a prístupu hotela k rodinám s deťmi rozlišujeme päť stupňov priateľskosti (tabuľka 5).

**Tabuľka 5:** Stupeň priateľskosti k deťom v skúmaných hoteloch

| Stupeň priateľskosti | Sieťový hotel |                | Nezávislý hotel |                |
|----------------------|---------------|----------------|-----------------|----------------|
|                      | Počet         | Vyjadrenie v % | Počet           | Vyjadrenie v % |
| *                    | 0             | 0,0            | 0               | 0,0            |
| **                   | 0             | 0,0            | 0               | 0,0            |
| ***                  | 5             | 21,7           | 2               | 8,8            |
| ****                 | 0             | 0,0            | 5               | 21,7           |
| *****                | 4             | 17,4           | 7               | 30,4           |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

Najviac sieťových hotelov (5) sa ohodnotilo stupňom priateľskosti \*\*\*, najviac nezávislých hotelov (7) sa ohodnotilo stupňom priateľskosti \*\*\*\*\*. Skúmali sme závislosť medzi stupňami priateľskosti a ponukou služieb zameraných na rodiny s deťmi.

Využitím Spearmanovho testu sa závislosť medzi danými premennými nepreukázala. Je to spôsobené zrejme malým rozsahom výberového súboru.

Skúmané hotely sa okrem rodín s deťmi zameriavajú aj na iné segmenty trhu (tabuľka 6).

**Tabuľka 6:** Ostatné segmenty trhu v skúmaných hoteloch

| Segment                     | Sieťový hotel |                | Nezávislý hotel |                |
|-----------------------------|---------------|----------------|-----------------|----------------|
|                             | Počet         | Vyjadrenie v % | Počet           | Vyjadrenie v % |
| Obchodní cestujúci          | 7             | 30,1           | 12              | 51,6           |
| Športovci                   | 8             | 34,4           | 10              | 43,0           |
| Ženy                        | 6             | 25,8           | 7               | 30,1           |
| Seniori                     | 6             | 25,8           | 8               | 34,4           |
| Hostia s domácimi miláčikmi | 5             | 21,5           | 6               | 25,8           |
| Zdravotne ťažko postihnutí  | 5             | 21,5           | 4               | 17,2           |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2018.

V sieťových hoteloch sa najviac zameriavajú na športovcov (8), v nezávislých hoteloch na obchodných cestujúcich (12). Zaujímavým zistením je, že v skúmaných hoteloch sa zameriavajú aj na segment ženy (6 sieťových a 7 nezávislých hotelov). Najmenej sa zameriavajú na hostí s domácimi miláčikmi (5 sieťových a 6 nezávislých hotelov) a zdravotne ťažko postihnutých hostí (5 sieťových a 4 nezávislé hotely). Môžeme konštatovať, že je to z dôvodu, že hotel by musel mať špeciálne vybavenie priestorov a izieb pre zdravotne ťažko postihnutých

hostí. V prípade domácich miláčikov môže ísť o alergie u detí na psy alebo mačky, z čoho vyplýva, že rodiny s deťmi si v takomto prípade radšej vyberú iné ubytovacie zariadenie.

Na to, aby sa hotely mohli zameriavať na rodiny s deťmi, je dôležité, aby hotelové priestory a izby určené pre rodiny s deťmi boli prispôsobené týmto hosťom. Podstatou nášho dotazníkového prieskumu bolo preto zistiť ponuku služieb pre rodiny s deťmi (tabuľka 7).

**Tabuľka 7:** Služby pre rodiny s deťmi v skúmaných hoteloch

| Poradie | Ponúkané služby v hoteloch           | Mean Rank |
|---------|--------------------------------------|-----------|
| 1.      | detský kútik                         | 10,43     |
|         | detské menu                          | 10,43     |
| 2.      | detské ihrisko                       | 9,83      |
| 3.      | animačné služby                      | 8,61      |
|         | odkladací priestor na kočíky         | 8,61      |
| 4.      | tvorivé aktivity                     | 8,00      |
| 5.      | detský bazén                         | 7,39      |
| 6.      | opatrovateľské služby                | 6,78      |
| 7.      | detská sauna                         | 6,17      |
|         | miestnosť na kojenie dieťaťa         | 6,17      |
| 8.      | mini zoo                             | 5,87      |
|         | kino                                 | 5,87      |
|         | miestnosť na ohriatie jedla pre deti | 5,87      |
| 9.      | obchody                              | 4,96      |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu, 2018.

Podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu sme zistili, že existuje štatisticky významný rozdiel medzi ponúkanými službami v skúmaných hoteloch. Na hladine významnosti 0,1 môžeme prijať predpoklad, že hotely najčastejšie ponúkajú detský kútik, detské menu a detské ihrisko (p-hodnota = 0,055). Najmenej sa vo vybraných hoteloch nachádzajú kino, miestnosť na ohriatie jedla pre deti a obchody. V ponuke iné skúmané hotely uviedli, že pre hostí s deťmi poskytujú plienky do bazénu, ohrievače na detskú fľašu a postieľku.

Z prieskumu ďalej vyplynulo, že nezávislé hotely poskytujú viac služieb pre rodiny s deťmi ako sieťové hotely. Napríklad opatrovateľské služby poskytuje viac nezávislých hotelov (6) v porovnaní so sieťovými hotelmi (3). Detský kútik a detské menu poskytuje taktiež viac nezávislých hotelov (14) v porovnaní so sieťovými hotelmi (7), ako aj odkladací priestor pre kočíky (10 nezávislých a 5 sieťových hotelov).

Vybavenie hotelovej izby v skúmaných hoteloch musí byť prispôsobenej potrebám rodín s deťmi (tabuľka 8).

**Tabuľka 8:** Vybavenie hotelovej izby pre deti v skúmaných hoteloch

| Poradie | Vybavenie hotelovej izby    | Mean Rank |
|---------|-----------------------------|-----------|
| 1.      | detská postieľka            | 6,83      |
| 2.      | nočník                      | 5,26      |
| 3.      | pult na prebaľovanie        | 4,22      |
|         | odkladací priestor na kočík | 4,22      |
|         | detský stolík + stolička    | 4,22      |
|         | vanička                     | 4,22      |
| 4.      | elektronická pestúnka       | 3,70      |
| 5.      | detské knihy, DVD, CD       | 3,35      |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu, 2018.

Podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu sme zistili, že existuje štatisticky významný rozdiel medzi ponúkanými izbami a ich vybavením v skúmaných hoteloch. Na hladine významnosti 0,1 môžeme prijať predpoklad, že najčastejšie sú hotelové izby vybavené detskou postieľkou a nočníkom pre deti (p-hodnota = 0,002).

Hotely ďalej poskytujú pult na prebaľovanie (4 sieťové a 4 nezávislé hotely), odkladací priestor na kočík (3 sieťové a 5 nezávislých hotelov) a vaničku (2 sieťové a 6 nezávislých hotelov). V skúmaných

hoteloch sa najmenej vyskytujú detské knihy, DVD, CD a elektronická pestúnka. V ponuke iné uviedli respondenti z nezávislých hotelov, že pre hostí s deťmi poskytujú WC redukciu, šamlík, zábrany na posteľ, rýchlovarnú kanvicu na izbe alebo možnosť zakúpenia plienok na recepcii.

Až 22 z celkového počtu skúmaných hotelov ponúka stravu prispôsobenú deťom. Zamerali sme sa preto aj na ponuku odbytového strediska v skúmaných hoteloch (tabuľka 9).

**Tabuľka 9:** Ponuka odbytového strediska pre deti v skúmaných hoteloch

| Poradie | Ponuka odbytového strediska | Mean Rank |
|---------|-----------------------------|-----------|
| 1.      | stolička pre batoľatá       | 5,67      |
| 2.      | zdravá strava pre deti      | 4,91      |
| 3.      | menšie porcie               | 4,76      |
| 4.      | malé stoličky               | 3,39      |
| 5.      | kreatívne servírovanie      | 3,24      |
|         | umelý inventár              | 3,24      |
| 6.      | tzv. detský all inclusive   | 2,78      |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu, 2018.

Podľa výsledkov Friedmanovho a Mc Nemarovho testu sme zistili, že existuje štatisticky významný rozdiel v ponuke odbytového strediska v skúmaných hoteloch. Na hladine významnosti 0,1 môžeme prijať predpoklad, že najčastejšie odbytové strediská ponúkajú stoličku pre batoľatá a zdravú stravu pre deti ( $p$ -hodnota = 0,031).

Všetky hotely ponúkajú stoličku pre batoľatá. Väčšina hotelov (7 sieťových a 11 nezávislých) sa snaží ponúkať pre deti zdravú stravu. Podobne, 6 sieťových a 11 nezávislých hotelov, ponúka pre detských hostí menšie porcie. Umelý inventár používajú len 2

sieťové a 4 nezávislé hotely, čo je podľa nášho názoru pozitívne zistenie v súvislosti s ochranou životného prostredia. V možnosti iné uviedol 1 nezávislý hotel, že ponúka deťom počas pobytu v reštaurácii omaľovánky, ktoré ich zamestnávajú v čase, keď sa ich rodičia ešte stravujú.

Pre hotely, ktoré sa zameriavajú na rodiny s deťmi je dôležité, aby poskytovali dostatok atraktívnych doplnkových služieb, aby vyplnili deťom čas strávený v hoteli. V dotazníku sme sa preto zamerali aj na ponuku doplnkových služieb pre deti v skúmaných hoteloch (tabuľka 10).

**Tabuľka 10:** Doplnkové služby pre deti v skúmaných hoteloch

| Poradie | Ponuka doplnkových služieb                        | Mean Rank |
|---------|---------------------------------------------------|-----------|
| 1.      | preliezky                                         | 4,85      |
| 2.      | trampolína                                        | 4,54      |
| 3.      | pieskovisko                                       | 4,24      |
|         | ihriská (futbalové, basketbalové, hádzanárske)    | 4,24      |
| 4.      | maskot                                            | 3,78      |
| 5.      | kurzy (maľovania, lukostrelby, varenia s rodičmi) | 3,63      |
| 6.      | tobogány                                          | 2,72      |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov Friedmanovho testu, 2018.

Podľa výsledkov Friedmanovho testu sme zistili, že za najčastejšie ponúkané doplnkové služby respondenti označili preliezky (12 nezávislých a 4 sieťové hotely), trampolínu (7 nezávislých a 7 sieťových hotelov) a pieskovisko (9 nezávislých a 3 sieťové hotely). Okrem doplnkových služieb uvedených v tabuľke 10 respondenti uviedli, že majú v ponuke aj ihrisko, ohnisko, vonkajší bazén,

hojdačky, skákací hrad a pre najmenších majú k dispozícii odrážadlá.

Keďže hotely, ktoré sa zameriavajú na rodiny s deťmi, musia dbať aj na zvýšenú opatrnosť, skúmali sme, akými bezpečnostnými opatreniami pre deti skúmané hotely disponujú (tabuľka 11).

**Tabuľka 11:** Bezpečnostné opatrenia v skúmaných hoteloch

| Poradie | Bezpečnostné opatrenia            | Mean Rank |
|---------|-----------------------------------|-----------|
| 1.      | zábradlie na schodisku            | 7,43      |
| 2.      | bezbariérový prístup              | 6,57      |
| 3.      | zrkadlá vo výške dospelých        | 6,35      |
| 4.      | uzamykateľné vchodové dvere       | 6,13      |
|         | okná v dostatočnej výške          | 6,13      |
| 5.      | protišmyková podlaha              | 5,91      |
| 6.      | bezpečnostné poistky na zásuvkách | 5,04      |
| 7.      | uzamykateľné dvere na balkón      | 4,39      |
| 8.      | toaleta prispôbená deťom          | 4,17      |

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa výsledkov Friedmanovho testu, 2018.

Podľa výsledkov Friedmanovho testu sme zistili, že najčastejšími bezpečnostnými opatreniami v skúmaných hoteloch je zábradlie na schodisku (9 sieťových a 12 nezávislých hotelov) a bezbariérový prístup (7 sieťových a 10 nezávislých hotelov). Ďalej respondenti zo skúmaných hotelov uvádzali zrkadlá vo výške dospelých (7 sieťových a 8 nezávislých hotelov) a uzamykateľné vchodové dvere (4 sieťové, 10 nezávislých hotelov).

Každý zo skúmaných hotelov sa od seba niečím odlišuje. Napríklad jedinečnou históriou hotela, vonkajším bazénom, možnosťou nabíjania automobilu v areáli hotela, najmodernejším wellness centrom v okolí, unikátnou polohou v prírode, ktorá je počas celého roka živnou pôdou pre tvorbu krásnych spomienok na detstvo, aké v meste deti nezažijú alebo individuálnym prístupom k rodinám s deťmi, ako aj organizovaním originálnych podujatí pre nich.

Na prilákanie hostí s deťmi ponúkajú hotely aj rôzne podujatia. Z dotazníkového prieskumu vyplynulo, že až 20 zo skúmaných hotelov má v ponuke tematické balíčky. Väčšina z nich ponúka vianočné a halloweenske balíčky, rozprávkové, prázdninové, veľkonočné podujatia, detský Silvester, Spievankovo, letné a farmárske pobyty pre rodiny deťmi alebo usporadúvajú oslavy ku dňu detí. V súvislosti s tým až 18 hotelov uviedlo, že organizujú v hoteli akcie pre deti. Najčastejšie ide o workshopy, koncerty, divadelné predstavenia, denný tábor, školy v prírode, večerné grilovačky a opekačky. V jednom hoteli uviedli, že na veľkonočný pondelok organizujú pre deti hľadanie vajíčok, inokedy jazdy na koni alebo mikulášske pobyty.

V budúcnosti plánuje až 68,8 % skúmaných hotelov rozšíriť svoje služby pre deti. Konkrétne o službu stráženia detí, organizovania rodinných pobytov a viac športových akcií.

## ZÁVER

Cieľom state bolo preskúmať a zistiť najčastejšie ponúkané služby vybraných sieťových a nezávislých hotelov na Slovensku zameraných na rodiny s deťmi. Zistenie ponuky služieb v hoteloch zameraných na rodiny s deťmi je výsledkom skúmania odbornej domácej a zahraničnej literatúry a výsledkom dotazníkového prieskumu. Pri spracovaní údajov sme použili viaceré štatistické metódy, najmä Spearmanov, Friedmanov a Mc Nemar test.

Väčšina skúmaných hotelov sa zameriava aj na iné segmenty, akými sú rodiny s deťmi. Ide najmä o obchodných cestujúcich, športovcov a ženy. Prieskumom sme ďalej zistili, akým vybavením disponuje hotelová izba pre rodiny s deťmi, čo ponúka odbytové stredisko, ako je hotel zabezpečený pred možným úrazom dieťaťa a skúmali sme aj doplnkové služby pre deti, ktoré hotel ponúka, aby bol atraktívny pre daný segment. V skúmaných hoteloch najviac ponúkajú detskú postieľku, nočník, pult na prebaľovanie a odkladací priestor pre kočík. Spomedzi ponuky odbytového strediska išlo najmä o stoličku pre batolátá, zdravú stravu a menšie porcie pre deti.

Na to, aby hotel zaujal aj najnáročnejšie dieťa, musí organizovať aj rôzne podujatia. Väčšina skúmaných hotelov ponúka napríklad vianočné a halloweenske balíčky, rozprávkové, prázdninové a veľkonočné podujatia.

Z prieskumu vyplynulo zaujímavé zistenie, že nezávislé hotely ponúkajú väčší sortiment služieb pre rodiny s deťmi v porovnaní so sieťovými hotelmi. Môžeme konštatovať, že je to zapríčinené zistením, že väčšina nezávislých hotelov sa ohodnotilo vyšším stupňom priateľskosti (\*\*\*\*\*) v porovnaní so sieťovými hotelmi (\*\*\*). Z čoho vyplýva, že hotely s najvyšším stupňom priateľskosti (\*\*\*\*\*) musia ponúkať široký sortiment základných a doplnkových služieb pre rodiny s deťmi.

Pre vybrané hotely je dôležité, aby sa hostia k nim radi vracali a nehľadali iné možnosti, kde sa ubytovať. Z dotazníkového prieskumu vyplynulo, že každý hotel zo skúmanej vzorky plánuje v budúcnosti vytvoriť špecializovaný produkt a niečo nové, čo by zaujalo detského hosta.

## LITERATÚRA

- Holiday 4 kids (2018). Baby, či kids-friendly hotel.  
Dostupné z: <http://www.holiday4kids.sk/clanky/3-baby-ci-kids-friendly-hotel.html>
- Gajdošíková, Z. (2017). Dieťa je najnáročnejší hosť. Hotelier, 3, 28-35.
- Hörl, G. (2007, November 12). Definition Familotel – Kinderhotel – Familienhotel. Retrieved from <http://familienhotel.blogspot.sk/>
- Linderová, I. (2008). Hotely priateľské k deťom – trend na trhu ubytovacích služieb v Európe. Ekonomická revue cestovného ruchu, 41(4), 248-251.
- Marketingová stratégia SACR na obdobie 2014 – 2020 (2018, Február 3). Dostupné z: <https://www.enviroportal.sk/cestovny-ruch/dokumenty/marketingova-strategia-sacr>
- Orieška, J. (2010). Služby cestovného ruchu I. Bratislava, Slovensko: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.
- O'Brian, H. (2017, May 26). Top 10: the best family-friendly hotels in the Cotswolds. The Telegraph. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk>
- Únia materských centier (2015). Zariadenia priateľské k deťom a rodinám. Dostupné z: [http://www.materskecentra.sk/uplfile/vstuppte/katalog\\_2015\\_a5.pdf](http://www.materskecentra.sk/uplfile/vstuppte/katalog_2015_a5.pdf)

# MANAGEMENT UDRŽITELNOSTI NÁRODNÍCH GEOPARKŮ V ČESKÉ REPUBLICE

## SUSTAINABILITY MANAGEMENT OF NATIONAL GEOPARKS IN THE CZECH REPUBLIC

Martina Pásková

Received: July 5, 2018 Accepted: September 4, 2018

Univerzita Hradec Králové, Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové, e-mail: [martina.paskova@uhk.cz](mailto:martina.paskova@uhk.cz)

### ABSTRAKT

Geoparky se v posledních letech dynamicky rozvíjejí zejména díky jejich komplexnímu přístupu ke geologickému dědictví v souvislostech s biodiverzitou i kulturní diverzitou v regionu a mnohavrstevnatou interpretací tohoto dědictví Země. Od roku 2005 se tento fenomén objevil i České republice a zajal odbornou i širokou veřejnost. Management udržitelnosti a vzájemná spolupráce národních geoparků jsou pilíři jejich společensky odpovědného a prospěšného rozvoje. Cílem tohoto příspěvku je zjistit, jakým způsobem je management udržitelnosti aplikován při usměrňování rozvoje národních geoparků. Za tímto účelem byl proveden sekundární výzkum s použitím metody procesní analýzy. Výsledky této analýzy dokladují aplikaci managementu udržitelnosti v rámci certifikačních, koordinačních i kooperačních procesů národních geoparků, a to především formou provázané implementace konceptů strategického managementu, managementu environmentální kvality participativního managementu a znalostního managementu.

*Klíčová slova: Management environmentální kvality. Management udržitelnosti. Národní geopark. Participativní management. Procesní analýza. Strategický management. Znalostní management.*

### ABSTRACT

Geoparks have been developed dynamically in the course of the recent years. Their development is based in particular on their comprehensive approach to geoheritage related to biodiversity and cultural diversity in the region and on a multi-layered interpretation of this Earth heritage. Since 2005, this phenomenon has also appeared in the Czech Republic and has captured both professional and general public. The sustainability management and cooperation among national geoparks are pillars of their socially both responsible and beneficial development. The aim of this paper is to find out how the sustainability management is applied in conducting the development of national geoparks. For this purpose, secondary research was carried out using the process analysis method. The results of this analysis demonstrate the application of sustainability management in the framework of certification, co-ordination and cooperative processes of national geoparks, in particular through the interrelated implementation of the following concepts: strategic management, environmental quality management, participative management and knowledge management.

*Keywords: Environmental quality management. Knowledge management. National geopark. Participative management. Process analysis. Strategic management. Sustainability management.*

Rostoucí zájem české veřejnosti o geoparky je výsledkem důsledného, i když pro všechny zúčastněné aktéry nesnadného naplňování „bottom-up“ („zdolana-horu“) přístupu. Ten je jedním ze zásadních důsledků paradigmatické změny k ochraně přírody a péči o krajinu. Koncept geoparku představuje dobrovolný nástroj ochrany přírody a krajiny, vhodně doplňující správu zajišťovanou státem („top-down“ - „shora-dolů“ přístup). Zároveň je budování geoparku i účast místních obyvatel na jeho rozvoji výrazem společenské odpovědnosti za stav místní krajiny i zájmu o její pozorování a poznávání.

Geoturismus (Zelenka & Pásková, 2012) jako relativně nová forma cestovního ruchu se již od svého vzniku rozvíjí v souladu s principy udržitelnosti cestovního ruchu (Pásková, Dolejský, 2011; Farsani, Celeste & Costa, 2012; Pásková, 2012; Dowling, 2013). Geoparky a geoturismus dokonce pro filosofii udržitelnosti přinášejí nové podněty v celostnosti přístupu k ochraně, prezentaci a interpretaci dědictví Země, např. propojením biotické, abiotické a kulturní sféry v oblasti interpretace území, ve formě tzv. „ABC konceptu“ (akronym termínů Abiotic, Biotic, Cultural - Dowling, 2013).

V rámci procesní analýzy bylo zjištěno, že management udržitelnosti se promítá do certifikačních, koordinačních i kooperačních procesů národních geoparků, které jsou základním usměrňujícím činitelem jejich rozvoje. Zásadním faktorem úspěchu celostně pojatého managementu udržitelnosti rozvoje národních geoparků je kombinovaná implementace principů strategického managementu, participativního managementu, znalostního managementu a managementu environmentální kvality.

## PŘEHLED LITERATURY

Teoretický základ procesní analýzy certifikačních, koordinačních i kooperačních procesů národních geoparků v České republice přibližuje v kontextu rozvoje geoparků a geoturismu současné pojetí managementu udržitelnosti včetně strategického managementu, managementu environmentální kvality, participativního managementu a managementu znalostí.

## MANAGEMENT UDRŽITELNOSTI A JEHO KLÍČOVÉ KONCEPTY

Management udržitelnosti byl od 80-tých let 20. století rozvíjen zejména pro prostředí firem a později organizací obecně. Vycházel zpočátku z řízení jejich vnitřních procesů s cílem snížit jejich environmentální dopady, například ve formě uplatňování metod čistší produkce (Pásková & Zelenka, 2018). Postupně se rozvíjely formální a certifikované systémy environmentálního managementu (dále též „EMS“), v Evropě vedle národních norem zejména podle ISO 14000 či EMAS (Pásková & Zelenka, 2018). Tyto certifikované systémy ve svém postupném rozvoji začaly významně zahrnovat i okolí firmy – vstupy do firmy včetně jejich dodavatelů, odběratele firmy a vytváření dodavatelsko-odběratelských řetězců firem se zavedeným EMS managementem. Vedle formálních přístupů se v návaznosti na neformální TQM (Total Quality Management) rozvinul i neformální přístup označovaný jako management celkové environmentální kvality (Total Environmental Quality Management, TEQM, viz např. Shen, 1999).

Jak ale analyzují Starik a Kanashiro (2013), současná teorie managementu organizace nebere v dostatečné míře v úvahu dynamicky se měnící vnější prostředí firmy a postrádá také důsledné propojení managementu organizace s jejím environmentálním a socio-kulturním prostředím. Kriticky hodnotí převažující orientaci na krátkodobou udržitelnost na úkor dlouhodobě orientovaných cílů a aktivit, přílišný antropocentrismus managementu včetně interpretace významu okolí organizace jako „zdroje“. Hörisch, Freeman a Schaltegger (2014) v návaznosti na Starika a Kanashiro (2013) za nedostatek současné teorie managementu považují také část přístupů realizace společenské odpovědnosti, především kompenzační přístup (např. Pásková & Zelenka, 2018) a nedůsledné zahrnutí zájmových skupin a dotčených aktérů do managementu organizace.

Pro zvýšení kvality managementu udržitelnosti organizace Starik a Kanashiro (2013: 18) navrhuji svoji „prototeorii“ managementu udržitelnosti organizace, založenou na důsledně systémovém a procesním přístupu předpokládajícím propojení organizací, společnosti i jednotlivců a okolního prostředí. Jejich přístup doplňují Hörisch, Freeman a Schaltegger (2014) důrazem na rozvinutí teorie

zájmových skupin, jejímž základem jsou přístupy vedoucí k vytvoření společných zájmů, vycházejících ze vzájemné spolupráce na udržitelnosti jako sdílené hodnotě mezi všemi zájmovými skupinami. Rozvoj této spolupráce je podmíněn vzděláváním, vytvářením hodnot a regulací (Hörisch, Freeman & Schaltegger, 2014:338-340). V této podobě management udržitelnosti představuje kombinovanou aplikaci principů strategického managementu, managementu environmentální kvality, participativního managementu a znalostního managementu.

Management environmentální kvality je zaměřen na snižování spotřeby zdrojů, emisí a odpadů (např. Melnyk, Sroufe & Calantone, 2003) a na ochranu, případně i rozvoj biodiverzity (Laurila-Pant et al., 2015) Využívá přitom zejména preventivní přístupy, kontinuální zlepšování procesů v organizaci, vytváření sítí environmentální kvality a víceúrovňový systém auditů. Participativní management využívá pozitivních přínosů spolupráce s vyšším potenciálem know-how, společně sdílených hodnot, motivace prosazovat společné cíle (např. Rolková & Farkašová, 2015) včetně cílů v udržitelnosti rozvoje a respektování specifických zájmů zúčastněných organizací. Udržitelnost rozvoje i vzhledem k reakčním časům biosféry a geosféry na působící vliv musí vycházet z dlouhodobě koncipované a rozvíjené strategie (strategický management, např. Witek-Crabb, 2012; Engert, Rauter & Baumgartner, 2016). Znalostní management, propojující a vytvářející z dat, informací a znalostí nové znalosti a současně je ve vhodné míře, formě a uspořádanosti poskytující managementu organizace, zaměstnancům i dalším zájmovým skupinám (např. Venkitachalam & Willmott, 2017), lze považovat za dynamický faktor rozvoje managementu udržitelnosti organizací (např. Lopes et al., 2017; Lim et al., 2017) a základ efektivní aplikace dalších metod a přístupů managementu. Jeho zvládnutí může výrazně zvýšit efektivitu managementu sítí, které koordinují aktivity spolupracujících organizací (Swan et al., 1999).

Tento relativně nový celostně koncipovaný teoretický koncept je postupně aplikován v řízení organizací, jejichž poslání významně přesahuje potřeby jejich řídicích subjektů, stejně jako dobu i místo jejich působení. Mezi tento typ organizací lze zařadit i národní geoparky, jejichž způsob aplikace managementu udržitelnosti je předmětem tohoto příspěvku.

## TRENDY ROZVOJE GEOPARKŮ A GEOTURISMU

Pásková (2014) definuje geoparky jako jednu „z možností, jak chránit a zároveň rozumným a zodpovědným způsobem využívat geologické dědictví planety Země. Nepředstavuje žádnou zákonem vymezenou kategorii chráněného území, je tzv. iniciativou zespodu („bottom up“), vyvolanou a koordinovanou místními aktéry“. Podle ní je geopark „území, kde existuje společenská shoda na tom, jak žít v souladu s přírodou, aby činnost člověka v krajině zachovávala a kultivovala její přírodní a kulturní hodnoty“. Geoparky jako jasně vymezené území s vlastním aktivním managementem geoparku jsou zásadním faktorem rozvoje geoturismu (Pásková & Čtveráková, 2017).

Geoturismus je specifickou formou udržitelného cestovního ruchu (Pásková, 2011) a management geoparků může být v případě příznivého institucionálního nastavení geoparku i specifickou formou destinačního managementu. Geoparky však realizují širší paletu aktivit, geoturismus je jen jednou z nich a navíc se soustřeďuje především edukační a kulturně identifikační funkci. Destinační management je specializován především na koordinaci, propagaci a optimalizaci dopadů cestovního ruchu, takže geopark zpravidla na realizaci destinačního managementu na svém území jen spolupracuje. Jak uvádí Pásková (2011, 2014), v užším slova smyslu lze geoturismus definovat jako cestovní ruch založený na aktivním prožitku z poznávání vývoje Země v rámci tzv. geolokalit, tedy geologicky významných a turisticky přitažlivých lokalit zahrnujících jevy, které poskytují informace o vývoji Země nebo dávného života. Mezi ně lze podle ní zařadit např. odkryvy hornin (zvláště těch, kde se nacházejí fosilní půdy, zajímavé nerosty, fosilie rostlin a živočichů), stejně jako jednotlivé přírodní jevy a jedinečné krajinné fenomény, mezi něž patří především skalní výchozy, jeskyně, vodopády, krátery sopek, skalní okna a věže, staré důlní štoly a naleziště zkamenělin a minerálů, minerální prameny atd. Smyslem geoturistických aktivit je podle ní sdělit příběh o tom, jak pohyb kontinentů, aktivita vulkánů, ledovcová činnost a změny klimatu vytvářely a stále tvoří krajinu a její jedinečné scenérie. „V rámci geologické komunity je geoturismus vnímán jako rekreační využívání geodiverzity ve spojení s určitou formou neformálního vzdělávání určeného široké veřejnosti. Interpretace hlavní geologické charakteristiky území je vždy hlavním cílem tohoto typu turismu“ (Martini et al., 2012). Šířeji pojatý je geograficky laděný

výklad termínu geoturismus, se kterým přišly v roce 2002 sdružení Travel Industry Association of America a časopis National Geographic Traveler (Farsani et al., 2012:14): „Cestovní ruch, který udržuje nebo dokonce podporuje geografický charakter místa, jako např. kulturu, životní prostředí, dědictví a blahobyt místních obyvatel.“ Pásková (2014) upozorňuje na skutečnost, že tato definice, kromě toho, že explicitně neuvádí geologii (ta je zahrnuta v životním prostředí), v sobě zahrnuje i aspekt udržitelnosti cestovního ruchu. V realitě geoparků je podle ní geoturismus kombinací obou uvedených definic, neboť ve skutečnosti jde o široce rozkročený udržitelný cestovní ruch, nabízející všechny typy přírodních i kulturních atraktivit v krajině, jejichž interpretace je však zaměřena na vzájemné vztahy a kořeny v dávné geologické minulosti Země.

Za specifický rys geoturistické interpretace považuje objasňování souvislostí mezi geologickou, biologickou a kulturní diverzitou. Tento koncept ABC (Dowling, 2013; Pásková, 2014a) zdůrazňuje vzájemnou provázanost geologického a biologického dědictví (např. Santucci, 2005) s kulturním dědictvím a identitou místní komunity. Geoturismus se podle Páskové (2014) z výše uvedených důvodů vyznačuje profesionálně zvládnutým výkladem a poutavou animací geoprůvodce. Hlavním aktérem je však geoturista, který tyto souvislosti jakoby mimochodem objevuje při svých aktivitách, jakými jsou např. horolezectví, kanoistika, kaňoning, cykloturistika, hipoturistika, montanistika (návštěva důlních prostorů či lomů), rýžování zlata, geocaching, poznávání kulturní historie krajiny v rámci návštěvy archeoskanzenů, řemeslných dílen, degustace a nákupu místních produktů s výkladem geologických souvislostí – tzv. „geofood“ (Farsani et al., 2012).

Geologické hodnoty území geoparků jsou posuzovány kvalitativně i kvantitativně vyčíslením hodnotnosti geologického dědictví přes hodnotu jednotlivých geolokalit (např. Fassoulas, Paragamian & Iliopoulos, 2007; Fassoulas et al., 2012; Kubalíková, 2013, 2017). V činnosti geoparků se uplatňují také přístupy znalostního managementu, ať již jde o výměnu zkušeností a znalostí v rámci sítí (např. Shen, 1999; Farsani, Celeste & Costa, 2012) i v rámci spolupráce geoparku s místní komunitou (např. Farsani et al., 2014), vzdělávání místních obyvatel i návštěvníků (Fassoulas & Zouros, 2010; Pásková & Řídkošil, 2011) a při způsobu interpretace geologického, biologického i kulturního dědictví.

Zdůrazňována je ekonomická a sociální role geoparků v regionech souvislosti s novými místy, novými ekonomickými aktivitami a druhy příjmů (Fassoulas & Zouros, 2010; Farsani, Coelho & Costa, 2011; Farsani et al., 2012; Farsani, Coelho & Costa, 2012b), s podporou odbytu místní zemědělské a řemeslné produkce (Farsani, Coelho & Costa, 2011) a inovativní nabídkou produktů (Farsani, Coelho & Costa, 2012b). Geoparky také mohou významným způsobem podpořit místní kulturu (Farsani et al., 2012; Farsani, Coelho & Costa, 2012a). Mnozí autoři zdůrazňují v této souvislosti roli geoparků v socio-kulturní udržitelnosti v regionu a významnost role původních místních obyvatel (Farsani, Coelho & Costa, 2010; Pásková & Dowling, 2014; Pásková, 2015, 2017, 2018) při rozvoji aktivit geoparku. Nezanedbatelná je i role geoparků při ochraně geologického dědictví ve spolupráci s místní komunitou (Fassoulas & Zouros, 2010; Farsani et al., 2014), resp. celého přírodního dědictví (Pásková & Čtveráková, 2017).

## DATA A METODY

Cílem této studie je odhalit procesy a komponenty managementu národních geoparků, na jejichž základě jsou směřovány k udržitelnému způsobu svého rozvoje (ekonomicky dlouhodobě životaschopného, sociálně-kulturně přijatelného a environmentálně odpovědného). Za tímto účelem byl proveden sekundární výzkum s použitím metody procesní analýzy (např. Hrabánková, 2005). V rámci této analýzy byly identifikovány dílčí kroky, jednotlivé fáze a celé algoritmy certifikačního systému (vstupního hodnocení a systému pravidelných revalidací), jakožto i systému koordinace a vzájemné spolupráce národních geoparků. Všechny klíčové komponenty a fáze managementu národních geoparků (plánování, organizace, vedení, kontrola) byly procesně analyzovány za účelem podchycení způsobu aplikace klíčových koncepcí managementu udržitelnosti (strategický management, participativní management, znalostní management a management environmentální kvality) v certifikačních, koordinačních a kooperačních procesech národních geoparků.

Shromažďování potřebných dat a provedení procesní analýzy vycházely ze studia příslušných metodických pokynů národních geoparků Ministerstva životního prostředí (MŽP 2018a, 2018b, 2018c), internetové stránky a výročních zpráv národních geoparků, dostupných nominačních a revalidačních dokladů, a pro srovnání i ze stanov Sítě globálních geoparků

(GGN, 2016). Důležitým příspěvkem k východiskům této studie byla osobní zkušenost autorky, která je předsedkyní Rady národních geoparků, členkou expertního týmu pro hodnocení globálních geoparků UNESCO, členkou Rady globálních geoparků UNESCO, Poradního výboru GGN, koordinačního výboru Sítě evropských geoparků (EGN) a správní rady i vědecké rady jediného globálního geoparku UNESCO v České republice (Geopark Český ráj).

Tato studie hledá odpověď především na to, jakým způsobem fungují certifikační, kooperační a koordinační procesy usměrňující management udržitelnosti národních geoparků a na to, jakým způsobem je přitom aplikován koncept strategického managementu, participativního managementu, znalostního managementu a managementu environmentální kvality.

## VÝSLEDKY A DISKUSE

### IDENTIFIKACE KLÍČOVÝCH PROCESŮ MANAGEMENTU UDRŽITELNOSTI NÁRODNÍCH GEOPARKŮ

Národní geoparky existují v České republice od roku 2005 a od té doby se konceptuálně, organizačně a institucionálně vyvíjejí. Zásadním momentem ve vývoji koordinačních procesů byl vznik Rady národních geoparků (dále „RNG“) v roce 2007 a následně její oficiální napojení na činnost České komise pro UNESCO. Kooperační procesy se konsolidují, postupně sílí vzájemná spolupráce mezi národními geoparky a dochází i k rozvoji jejich spolupráce s územně příslušnými správami zvláště chráněných území i organizacemi destinačního

managementu. Zásadním vývojem prochází také certifikační procesy národních geoparků, např. zavedením přechodného označení „kandidátský geopark“ a především zavedením a postupným rozvojem systému mentorství. Tento poslední druh procesů se v rámci provedené analýzy ukázal být pro management udržitelnosti národních geoparků určující, proto se další výsledky soustřeďují na jejich certifikační systém.

### KRITÉRIA HODNOCENÍ PŘI CERTIFIKACI NÁRODNÍCH GEOPARKŮ V ČESKÉ REPUBLICE

Česká republika má díky vysoké geologické rozmanitosti, unikátní geomorfologii, erudici geologů, nadšení jednotlivců, zájmu místních obyvatel a návštěvníků a podpory věcně příslušných ministerstev (kromě MŽP také MMR a MK), krajů a měst a obcí, relativně dlouhou tradici v rozvoji geoparků. Základním procesem managementu národních geoparků, určujícím jejich systematický kvalitativní vývoj i kvalitu systému generování, zpracovávání, sdílení a distribuce znalostí, je certifikace. Ta spočívá ve vstupním hodnocení potenciálu kandidátských geoparků, jehož zásadní kroky jsou znázorněny na Obr. 1. Jeho základní východiska, která uvádějí Pásková a Čtveráková (2017), vycházejí ideově z původních směrnic UNESCO (2010) pro globální geoparky. Certifikační proces začíná sebehodnocením geoparků, v jehož rámci jsou stanoveny cíle geoparku, jeho vztah ekonomické, sociální i environmentální udržitelnosti rozvoje daného regionu. Dále je, s výše zmíněným managementem udržitelnosti organizace (Starik a Kanashiro 2013), posuzován řídicí subjekt geoparku, jeho strategický management, finanční zajištění, lidské zdroje a způsob participace klíčových aktérů

**Obr. 1:** Principiální součásti hodnocení kandidátského geoparku v České republice



na území geoparku i mimo něj. V souladu s pojetím participačního managementu (např. Zelenka a kol., 2013; Hörisch, Freeman & Schaltegger, 2014) je v dokumentaci MŽP (2018a, 2018b) doporučeno doložení uzavřeného strategického partnerství. V případě, že území geoparku leží z více než 10% ve velkoplošném zvláště chráněném území, což je u národních geoparků typické, je i za účelem ochrany klíčového geologického dědictví vyžadováno toto partnerství s jejich správním subjektem.

Podmínkou nutnou pro označení geoparku jako „kandidátský geopark“ je jeho dostatečný geoturistický potenciál (viz např. Vítek, 2016), který vychází z přehledu a vyhodnocení geologického a krajinné dědictví (např. podle Kubalíková 2013, 2017) a jeho přitažlivosti pro návštěvníky (např. Bína, 2001, 2010). Hodnotí se především: „role místního geologického dědictví a dalšího dědictví místní krajiny v tématu geoparku, geolokality – jejich vědecký, interpretační a kulturní význam, jejich inventarizace, výzkum, ochranný statut a nelegislativní způsob ochrany, interpretace, další přírodní a kulturní (hmotné i nehmotné) dědictví místní krajiny – způsob propojení jeho prezentace a interpretace s geologickým dědictvím území, geolog geoparku a strategií partnerů v této oblasti.“ MŽP (2018b).

Rozvoj geoturistického potenciálu je posuzován dle nejen dle hodnoty geologického dědictví, ale také dle vyspělosti geoturismu: „geoturistické produkty, geoturistická infrastruktura, geoprůvodci - počet a kvalita, systém školení a certifikace, spolupráce s místně příslušnou organizací destinačního managementu a strategií partnerů v této oblasti.“ MŽP (2018b).

Pro efektivní naplňování poslání národního geoparku je důležitý vhodný výběr jeho území, na základě doložené mapy s vyznačenými hranicemi geoparku a jeho klíčovými geolokalitami jsou posuzovány základní charakteristiky území geoparku (MŽP, 2018b).

Kvalita managementu geoparku (Obr. 2) je tedy hodnocena přímo (jeho manažerská struktura, způsob řízení geoparku, vytvořené personální, technické i finanční podmínky, strategická spolupráce, participativnost managementu) i nepřímo, podle dosažených výsledků (vhodnost vymezení území geoparku, výsledky marketingu, kvalita akcí environmentálního vzdělávání aj.). Specifickou a v rámci certifikace geoparků vysoce hodnocenou je vzájemná spolupráce v komunitě geoparků, zahrnující spolupráci s ostatními kandidátskými a národními geoparky, zapojení geoparku do aktivit pořádaných nebo podporovaných Radou národních geoparků a spolupráci se zahraničními geoparky, zejména s globálními geoparky UNESCO.

Z několika hledisek je jako výsledek managementu geoparku hodnocen podle kritérií v MŽP (2018b) také způsob interpretace hodnot území geoparku a kvalita jeho marketingu (Obr. 2). Hodnoceno je logo a jednotný design geoparku v rámci PR, kvalita a rozsah interpretační literatury a infrastruktury, uvítací cedule na vstupních komunikacích do geoparku (vstupní brány) a další součásti marketingu geoparku: webová stránka, propagační aktivity a materiály, účast na veletrzích, prezentace na sociálních sítích, mobilní aplikace, mediální obraz a ohlas geoparku. Marketing a zejména propagace geoparku by měl probíhat také ve spolupráci se strategickými partnery.

**Obr. 2:** Principiální součásti hodnocení národního geoparku v České republice



Tématem, které vychází z pojetí managementu udržitelnosti cestovního ruchu, z již zmíněné metodiky UNESCO (2010) i z dlouhodobého vývoje pojetí geoparků v odborné literatuře i z diskusí na konferencích evropské sítě geoparků (např. Řídkošil, 2008), je příspěvek geoparku k udržitelnému rozvoji regionu, včetně environmentálního vzdělávání místních obyvatel, návštěvníků a dalších aktérů. Tento příspěvek by podle hodnotících kritérií pro národní geoparky (MŽP, 2018b) měl zahrnovat spolupráci s obcemi na území geoparku, podporu regionální produkce, zejména drobných zemědělců a řemeslníků, preference využívání alternativních zdrojů energie geoparkem a spolupráci se strategickými partnery v této oblasti. Součástí této podpory je i vzdělávání v oblasti věd o Zemi a související interpretační infrastruktura, která by měla podle MŽP (2018b) zahrnovat interpretační centra, osvětové publikace, mobilní aplikace,

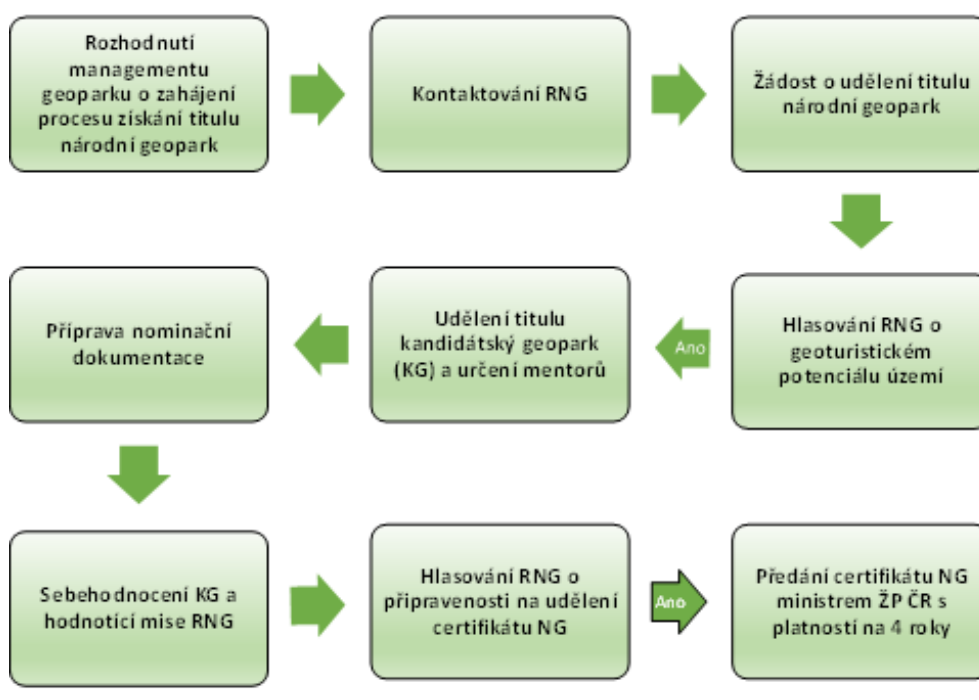
informace a materiály na webové stránce geoparku. Všechny tyto aktivity musí opět probíhat za co nejširší spolupráce strategických partnerů geoparku.

## VLASTNÍ PROCES CERTIFIKACE NÁRODNÍCH GEOPARKŮ V ČESKÉ REPUBLICCE

Iniciativa vzniku národního geoparku je typickým procesem „zdola – nahoru“, kdy zásadní je aktivita řídicího subjektu geoparku, podpořená zkušenostmi, radami a připravenými kroky procesu evaluace a případné certifikace národních geoparků v České republice (Obr. 3).

Dalším klíčovým aktérem procesu certifikace je RNG (Obr. 4), poradní orgán ministra životního prostředí ČR.

**Obr. 3:** Proces evaluace a certifikace národního geoparku v České republice



Zdroj: MŽP (2018a)

**Obr. 4:** Logo RNG



Zdroj: MŽP (2018a)

**Obr. 5:** Logo národního geoparku



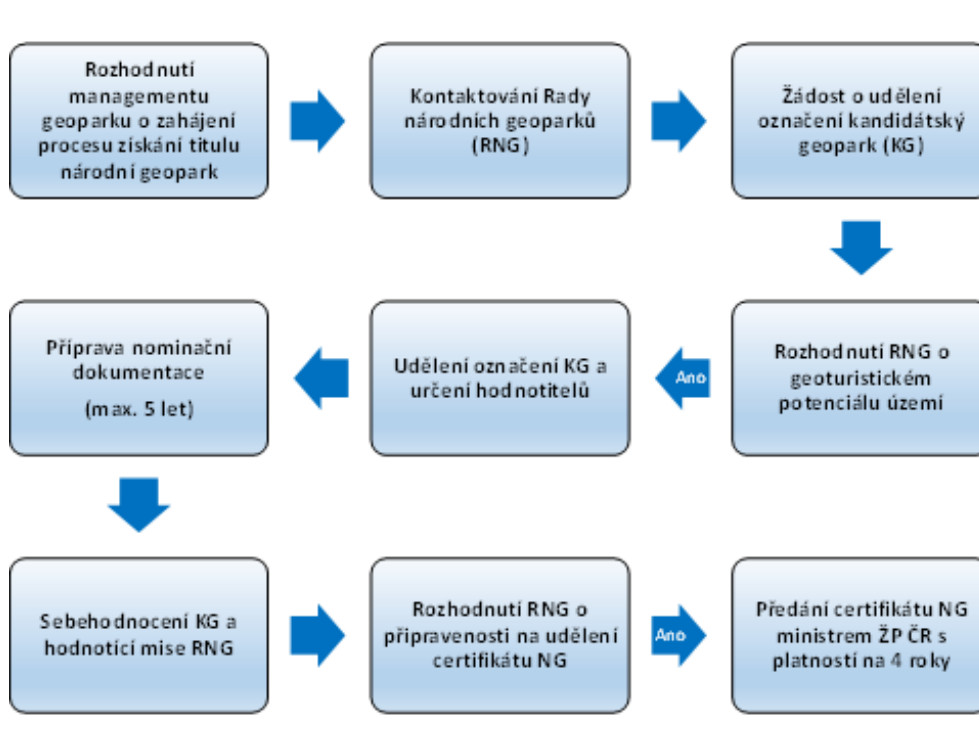
Zdroj: MŽP (2018a)

Ta nejen rozhodne o dostatečnosti geoturistického potenciálu území žadatele a následném udělení či neudělení označení „kandidátský geopark“, ale také určí hodnotitele, kteří jsou připraveni metodickým vedením a odbornou konzultací podpořit přípravu jeho nominační dokumentace. Na přípravu nominační dokumentace geoparku má od rozhodnutí RNG o udělení označení „kandidátský geopark“ řídicí subjekt geoparku maximálně 5 let. Nominační dokument předkládá řídicí subjekt geoparku v okamžiku, kdy je spokojen s výsledkem svého sebehodnocení, provedeného v předepsaném formuláři. Po dodání hodnotící nominační dokumentace geoparku RNG je provedena terénní mise dvěma hodnotiteli (se zaměřením jednoho na geovědu a druhého na regionální rozvoj a turismus), pověřených RNG. Ti realizují své hodnocení geoparku podle kritérií hodnocení v MŽP (2018b), porovnají jej se sebehodnocením managementu kandidátského geoparku a sepiší pro RNG souhrnnou hodnotící zprávu. Ta je základem pro hlasování RNG o připravenosti geoparku na udělení certifikátu národní geopark. Pokud RNG rozhodne pozitivně, je ministru životního prostředí předán návrh na udělení certifikátu národní geopark. Řídicí subjekt certifikovaného geoparku se přitom svým podpisem signatářské listiny zavazuje, že bude daný geopark rozvíjet v souladu s Chartou národních geoparků. Následně je tento řídicí subjekt oprávněn používat logo národního geoparku (Obr. 5).

Běžnou a osvědčenou součástí certifikačních schémat je udělení certifikátu na vymezenou dobu a typicky i se stanovením podmínek, jejichž nesplnění může vést k odebrání certifikátu i před uplynutím této doby. Ministr životního prostředí v souladu s touto praxí uděluje certifikát národní geopark s platností na 4 roky a po této době probíhá revalidace národního geoparku (Obr. 6).

Zásadním principem revalidace, zapracovaným v souladu s postupy managementu environmentální kvality (viz např. pojetí ISO 9001, ISO 14001) certifikačních schémat, je požadavek kontinuálního zlepšování managementu udržitelnosti. Proto je v rámci revalidace požadováno doložení zlepšení za sledované období od poslední certifikace a požadavek plánovitého rozvoje geoparku je obsažen již ve většině při certifikaci geoparku posuzovaných kritérií (u většiny kritérií je požadován popis současného stavu a záměru pro další 4 roky). Revalidace může mít trojí výsledek, který je po vzoru certifikačního systému globálních geoparků UNESCO (2015) pro názornost a snazší komunikaci vyjadřován pomocí barevných karet (MŽP, 2018a; Box 1).

**Obr. 6:** Proces revalidace národního geoparku v České republice



Zdroj: MŽP (2018a)

**Box 1:** Klasifikační stupně hodnocení při revalidaci národních geoparků.

**A. „Zelená karta“** – doporučení obnovit certifikát „národní geopark“ na čtyři roky

**B. „Žlutá karta“** – doporučení obnovit certifikát „národní geopark“ na dva roky

**C. „Červená karta“** – neobnovení / odejmutí certifikátu „národní geopark“

Zdroj: MŽP (2018a)

Pokud geopark prokazuje ve všech hodnocených oblastech viditelný pokrok nebo úsilí o něj a splnil v zásadní míře doporučení z předchozí revalidace, obdrží „zelenou kartu“. Získává tak nový certifikát na další čtyři roky. Pokud jsou v činnosti a hodnoceném pokroku geoparku shledány výrazné nedostatky, RNG vyzve písemně jeho řídicí subjekt, aby do dvou let této stav napravil. Tímto získává tzv. „žlutou kartu, resp. nový certifikát na další dva roky. „Červená karta“ je revalidovanému národnímu geoparku vystavena jen v případě, že během dvouletého období v režimu „žluté karty“ neodstranil nedostatky vytčené ze strany RNG nebo v případě zásadního porušení či soustavného nenaplnění Charty národních geoparků České republiky. To znamená, že geopark o certifikát „národní geopark“ přichází.

Certifikace národního geoparku je kontinuální proces a jeho významnou součástí je systematická příprava s pomocí jim přidělených hodnotitelů. Zde hraje důležitou roli mezistupeň „kandidátského geoparku“, který spočívá v trpělivém sbírání zkušeností na jednáních a konferencích národních geoparků. Současně je tento proces soustavnou stimulací, neboť úspěšná revalidace geoparku je podmíněna rozvojem participativního managementu geoparku, spoluprací s výzkumnými i vzdělávacími institucemi a podporou regionálního udržitelného rozvoje včetně místních drobných zemědělců, řemeslníků a dalších producentů respektujících tradice a krajinu regionu. Podmínkou je i růst kvality a rozšiřování záběru environmentální osvěty, interpretace dědictví Země s důrazem na využití moderních informačních technologií (QR kódy, virtuální průvodci, virtuální prezentace s modelováním geologického vývoje území atd.) a kvalitativní i kvantitativní růst geoturistických produktů geoparku.

Jak již bylo zmíněno, hlavní inspirací pro certifikační systém národních geoparků (nejen v České republice, ale i v dalších zemích jako např. Německo, Japonsko,

Korea, Čína) byly evaluační a revalidační systémy globálních geoparků UNESCO (2010, 2015), takže jsou si vzájemně velmi podobné. V České republice je držitelem certifikátu „Globální geopark UNESCO“ zatím jen Geopark Český ráj, o.p.s. (Pásková & Řídkošil, 2006). Obdržel jej v roce 2015, kdy došlo ke schválení této nové značky na generální konferenci UNESCO a úspěšně na další čtyři roky obhájil v roce 2016. V geografickém rozlišení je zásadním rozdílem v managementu geoparků skutečnost, že v asijských zemích hrají klíčovou roli místní autority (obce, regiony) institucionálně podpořené státními orgány, kdežto v evropských geoparcích často dominují další subjekty veřejného sektoru (nevládní neziskové organizace, muzea atd.) zpravidla bez výraznější podpory státu. Evropské geoparky se vyznačují vyšší mírou územní integrity, asijské (zejména čínské) geoparky operují především tzv. scénickými místy.

Strategická vize národních geoparků vyjádřená v Chartě národních geoparků ČR, je uvedena v příslušné směrnici MŽP (2018a) a zpřístupněna na internetové stránce (2018c). Dalšími nástroji strategického managementu jsou strategie jednotlivých geoparků i jejich pravidelné revalidační plány. Systematická spolupráce s organizacemi destinačního managementu, působícími na území geoparků, je dalším příkladem aplikace strategického managementu.

Participativní management je jedním z ústředních principů konceptu národních geoparků. Jejich hlavní poslání spočívá v šíření poznatků o dědictví Země mezi místními obyvateli prostřednictvím jejich přímého i nepřímého zapojení do aktivit geoparku. Další hlavní aktéři jednotlivých geoparků se podílejí na jejich řízení a činnosti především prostřednictvím strategického partnerství. Národní geoparky jsou certifikovány ze strany MŽP, ale jejich rozvoj je koordinován prostřednictvím RNG, ve které jsou zastoupeni.

Management environmentální kvality je uplatňován především kontrolně stimulačním mechanismem certifikace národních geoparků. Systémy vstupního hodnocení a revalidace zahrnují konzultaci a kontrolu pokroku v oblasti péče o geologické dědictví, managementu geologických rizik, zvyšování environmentálního povědomí místních obyvatel a návštěvníků, systematické interpretace dědictví Země.

**Obr. 7:** Management udržitelnosti národních geoparků



Znalostní management je aplikován převážně prostřednictvím zmíněného certifikačního systému. Mezi nejpoužívanější nástroje patří konference, semináře a pravidelné zasedání RNG. Klíčovým přístupem k aplikaci znalostního managementu je systém mentorství, který ve srovnání s pouhým hodnotitelstvím zásadním způsobem rozšiřuje možnosti sdílení znalostí, zkušeností a příklady dobré praxe mezi národními geoparky. Velmi důležitá je také systematická spolupráce s vědeckými institucemi, uplatňování místních znalostí, jakož i mapování a hodnocení geologických hodnot a rizik.

## MANAGEMENT UDRŽITELNOSTI NÁRODNÍCH GEOPARKŮ

Z výše uvedených výstupů procesní analýzy i řešerše výše uvedených zdrojů (např. Pásková & Čtveráková, 2017) vyplývá, že zásadními stavebními kameny managementu udržitelnosti národních geoparků (Obr. 7, Tab. 1) jsou v rámci jejich certifikačních, koordinačních a kooperačních procesů:

1. vhodná volba území reprezentující vybrané dědictví Země, s rozlohou umožňující aktivní zapojení místních autorit a obyvatel (aplikace participativního managementu); iniciativnost a angažovanost v zachování geologického dědictví pro budoucí generace především ve formě dobrovolné a specificky zacílené péče ze strany národního geoparku, jakožto doplnění státní ochrany přírody a krajiny (aplikace managementu environmentální kvality a znalostního managementu);

2. environmentální vzdělávání široké veřejnosti včetně profesionální interpretace dědictví Země na území geoparku (aplikace managementu environmentální kvality znalostního managementu);
3. působení v součinnosti s dalšími národními a mezinárodními programy (včetně spolupráce s dalšími geoparky v České republice i ve světě) i vzájemné sdílení informací, znalostí a zkušeností mezi geoparky (aplikace znalostního managementu);
4. systém certifikace sestávající ze vstupního hodnocení a pravidelné revalidace (aplikace managementu environmentální kvality a znalostního managementu);
5. soulad s principy udržitelného rozvoje, optimalizace působení geoturismu ve spolupráci s místně příslušnou organizací destinačního managementu, aktivní spolupráce se strategickými partnery, strategické plánování jednotlivých národních geoparků i RNG, revalidační plány a kontrola (aplikace strategického managementu a participativního managementu).

**Tabulka 1:** Aplikace klíčových konceptů managementu udržitelnosti v řízení rozvoje národních geoparků

| Vybraný koncept managementu udržitelnosti | Způsob aplikace konceptu v managementu udržitelnosti národních geoparků (NG)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Slabiny, rizika a bariéry aplikace konceptu v managementu udržitelnosti NG                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Strategický management</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie a podpůrné mechanismy NG</li> <li>• Strategické plány jednotlivých NG</li> <li>• Implementace strategických plánů v rámci čtyřletých akčních plánů</li> <li>• Poslání NG – Charta NG ČR</li> <li>• Dlouhodobý horizont spolupráce s destinačním managementem</li> </ul>                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Náročnost na čas, erudici (znalosti a zkušenosti v oblasti projektového managementu, fundraisingu atd.)</li> <li>• Personální a organizační změny v místních samosprávách, vládách a řízení relevantních institucí</li> <li>• Náročnost na pracovní nasazení</li> </ul>                                                                    |
| <b>Participativní management</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapojení zástupců všech NG do RNG</li> <li>• Zapojení klíčových aktérů území NG do jeho managementu a aktivit</li> <li>• Strategická partnerství NG v oblasti geoturismu, vzdělávání a výzkumu, ochrany geologického dědictví atd.)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Náročnost na čas - prodlevy v rozhodovacích procesech</li> <li>• Omezená předvídatelnost chování některých klíčových aktérů</li> <li>• Nedůvěra a/nebo neochota místních obyvatel a dalších klíčových aktérů</li> </ul>                                                                                                                    |
| <b>Znalostní management</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinace toku dat v rámci RNG</li> <li>• Konference RNG</li> <li>• Workshopy RNG i jednotlivých NG</li> <li>• Šíření příkladů dobré praxe v rámci RNG</li> <li>• Mapování geologických hodnot i rizik</li> <li>• Inventář geolokalit NG a systém jejich hodnocení</li> <li>• Spolupráce NG s výzkumnými institucemi</li> <li>• Monitorování dopadů geoturismu za účelem sledování jeho únosnosti</li> <li>• Využívání znalostí místních obyvatel</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Náročnost na čas (získávání, zpracovávání, koordinaci, sdílení, distribuci a aktualizaci dat), finance, kvalifikaci (oborné znalosti a dovednosti včetně ITC)</li> <li>• Etická citlivost manipulace s daty (při využívání znalostí místních obyvatel nutné dbát na dodržování autorských práva, ochrany duševního vlastnictví)</li> </ul> |
| <b>Management environmentální kvality</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zajišťování ochrany a péče o geologické dědictví (nulová tolerance RNG a NG vůči jeho poškozování)</li> <li>• Management geologických rizik</li> <li>• Průběžná environmentální osvěta místních obyvatel a návštěvníků</li> <li>• Systematická interpretace geologického a souvisejícího dědictví krajiny</li> <li>• Certifikační systém NG</li> </ul>                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Náročnost na čas a pracovní nasazení členů týmů NG i jejich spolupracovníků</li> <li>• Náročnost certifikačního systému na objektivitu, kvalifikaci, erudici, etiku a pracovní nasazení hodnotitelů (čestná funkce)</li> <li>• Náročnost na koordinaci a na lidské i finanční zdroje RNG</li> </ul>                                        |

## ZÁVĚR

Tato studie představila nejen certifikační, kooperační a koordinační procesy určující pro management udržitelnosti národních geoparků, ale i to, jakým způsobem jsou v nich aplikovány koncepty strategického managementu, participativního managementu, znalostního managementu a managementu environmentální kvality. Současně byly identifikovány možnosti a rizika, stejně jako překážky a problémy spojené se zaváděním aplikací jednotlivých přístupů managementu udržitelnosti i jejich synergického působení. Celostně pojatý management udržitelnosti národních geoparků před sebou má zcela jistě ještě další inovace a vývoj. Možné alternativní scénáře tohoto vývoje, jeho příležitosti i rizika, jakož i případové studie jednotlivých národních geoparků, by měly být předmětem mezioborového výzkumu zahrnujícího přístupy především z oblasti ekonomie, sociologie, geografie i ekologie.

### Poděkování

Článek vznikl v rámci projektu „Informační a znalostní management a kognitivní věda v cestovním ruchu“. Studentu FIM UHK Ing. Janu Hruškovi děkuje autorka za grafickou úpravu schémat v textu.

- Bína, J. (2010). Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice. Závěrečná zpráva úkolu B.10/CR, Brno: ÚÚR.
- Bína, J. a kol. (2001). Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR. Textová zpráva, kartogramy, databáze obcí. Úkol B.–II.2, Ústav územního rozvoje.
- Dowling, R. K. (2013). Global Geotourism – An Emerging Form of Sustainable Tourism. *Czech Journal of Tourism*, 2(2), 59-79.
- Farsani T. N., Coelho, C. & Costa, C. (2009). Geotourism as an opportunity for local communities' participation in geoparks. In Carvalho, C. N. & Rodrigues, J. (Eds.) *Proceedings of 8th European Geoparks Conference*, (p. 89), Idanha-a-Nova, Geopark Naturtejo, Portugal.
- Farsani, N. T., Coelho, C., Costa, C. M. M. & Carvalho, C. N. (Eds.) (2012). *Geoparks and Geotourism: New approaches to Sustainability for the 21st Century*. Florida: Brown Walker Press.
- Farsani, N. T., Celeste, O. A. C. & Costa, C. M. M. (2012). Analysis of Network Activities in Geoparks as Geotourism Destinations. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 1-10.
- Farsani, N. T., Coelho, C. & Costa, C. (2010). Geoparks as Art Museums for Geotourists. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 13/14, 567-576.
- Farsani, N. T., Coelho, O. A. & Costa, C. M. M. (2012b). Tourism Crisis Management in Geoparks through Geotourism Development. *Journal of Tourism and Development*, 3(17/18), 1627-1638.
- Farsani, T. N., Celeste O. A. C., Carlos M. M. C. & Alireza, A. (2014): Geo-knowledge Management and Geoconservation via Geoparks and Geotourism. *Geoheritage*, 6(3), 185–192.
- Farsani, T. N., Coelho, C. & Costa, C. (2011). Geotourism and geoparks as novel strategies for socioeconomic development in rural areas. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 68–81.
- Farsani, T. N., Coelho, C. & Costa, C. (2012a). Geotourism and Geoparks as Gateways to Socio-cultural sustainability in Qeshm Rural Area, Iran. *Asia Pacific. Journal of Tourism Research* 17(1), 30–48.
- Fassoulas, C., Paragamian, K. & Iliopoulos, G. (2007). Identification and Assessment of Cretan Geotopes. *Bulletin of the Geological Society of Greece*, 37, 1780 – 1795.
- Fassoulas, C. & Zouros N. (2010). Evaluating the Influence of Greek Geoparks to the Local Communities. *Bulletin of the Geological Society of Greece*, 43(2), 896-906.
- Fassoulas, Ch., Mouriki, D., Dimitriou-Nikolakis, P. & Iliopoulos, G. (2012). Quantitative Assessment of Geotopes as an Effective Tool for Geoheritage Management. *Geoheritage*, 4(3), 177-193.
- GGN (2016). The Global Geoparks Network Statutes. Retrieved from <http://globalgeoparksnetwork.org/wp-content/uploads/2016/07/GGN-Association-Statutes-FINAL-SEPTEMBER-2016.pdf>.
- Hörisch, J., Freeman, R. E. & Schaltegger, S. (2014). Applying Stakeholder Theory in Sustainability Management. Links, Similarities, Dissimilarities, and a Conceptual Framework. *Organization & Environment*, 27(4), 328-346.
- Hrabánková, M. (2005). Využití procesní analýzy pro hodnocení předpokladů rozvoje regionu, In *Sborník mezinárodní vědecké konference Firma a konkurenční prostředí* (pp. 358-361). Brno, Česká republika: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kubalíková, L. (2013). Geomorphosite assessment for geotourism purposes. *Czech Journal of Tourism*, 2(2), 80-104.
- Kubalíková, L. (2017). Mining Landforms: An Integrated Approach for Assessing the Geotourism and Geoeducational Potential. *Czech Journal of Tourism*, 6(2), 131-154.
- Martini, G. Alcalá, L., Brilha, J. B., Lantia, L., Sá, A. & Tourtellot, J. (2012). Reflections about the geotourism concept. In A. Sá et al. (eds.), *Proceedings of the 11th European Geoparks Conference: Smart, inclusive and sustainable growth*. (pp. 187-188), Arouca Geopark, Portugal.
- MŽP (2018a). Návrh směrnice MŽP č. 2018 k zabezpečení jednotného postupu rezortu při nominaci území na národní geopark.
- MŽP (2018b). Přílohy návrhu Směrnice MŽP 2018 k zabezpečení jednotného postupu rezortu při nominaci území na národní geopark.
- MŽP (2018c): Geoparky. Retrieved from <https://www.mzp.cz/cz/geoparky>.

- Pásková, M. (2012). Environmentalistika cestovního ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 1(2), 77-113.
- Pásková, M. (2014). Udržitelnost cestovního ruchu, Hradec Králové: Gaudeamus.
- Pásková, M. (2014a). Interpretace krajiny v geoparcích. In: A. Bajer (ed.), *Geoparky ČR Možnosti ochrany geodiverzity*, (pp. 9-15), Brno: Mendelova univerzita.
- Pásková, M. (2015). The potential of indigenous knowledge for Rio Coco Geopark Geotourism. *Procedia Earth and Planetary Science*, 15, 886 – 891.
- Pásková, M. (2017). Local and Indigenous Knowledge Regarding the Land Use and Use of Other Natural Resources in the Aspiring Rio Coco Geopark. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 95(5), 1-10.
- Pásková, M. (2018). Local and Indigenous Knowledge in the South of the Aspiring Rio Coco Geopark, *Geosciences*, 8(8), 277.
- Pásková, M. (2011). Geoturismus a ekoturismus - Fascinace krajinou. In M. Pásková & V. Dolejský (Eds.), *Výzvy a hrozby ekoturismu a geoturismu pro ochranu biodiverzity a geodiverzity. Recenzovaný sborník konference s mezinárodní účastí. Telč, 5.10. - 6. 10. 2011*, (pp. 15-28).
- Pásková, M. & Čtveráková, I. (2017). Geoparky a jejich role v ochraně přírody a krajiny. *Ochrana přírody*, 72(4), 38 - 41.
- Pásková, M. & Dolejský, V., Eds. (2011). Výzva a hrozby ekoturismu pro ochranu biodiverzity a geodiverzity. Recenzovaný sborník konference s mezinárodní účastí. Telč, 5.10. - 6. 10. 2011, (pp. 1-103).
- Pásková, M. & Dowling, R. K. (2014). The usage of local and indigenous knowledge in the management of geotourism destinations. In *Proceedings of 14th International Multidisciplinary Scientific Geoconference SGEM 2014*, 2(pp. 805 – 812), Albena, Bulgaria.
- Pásková, M. & Řídkošil, T. (2006). Český ráj první geopark UNESCO v nových zemích EU. *Ochrana přírody*, 61(1), 11-13.
- Pásková, M. & Řídkošil, T. (2011). Geoparks and geotouristic educational trails. In K. Rangnes (ed.), *Proceedings of the 10th European Geoparks Conference*, (p. 99), Langesund, Norway.
- Pásková, M. & Zelenka, J. (2018). Společensky odpovědný cestovní ruch. Praha: IDEA Servis, v tisku.
- Rolková, M. & Farkašová, V. (2015). The Features of Participative Management Style. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1383-1387.
- Řídkošil, T. (2008). Zasedání Sítě evropských geoparků v Českém ráji. In *Sborník muzea Českého ráje - Acta Musei Turnoviensis*, (pp. 6-9), Turnov.
- Santucci, V. (2005). Historical Perspectives on Biodiversity and Geodiversity. *Geodiversity & Geoconservation*, 22(3), 29-34.
- Shen, T. T. (1999). *Industrial Pollution Prevention*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer - Verlag.
- Starik, M. & Kanashiro, P. (2013). Toward a Theory of Sustainability Management: Uncovering and Integrating the Nearly Obvious. *Organization & Environment*, 26(1), 7-30.
- Swan, J., Newell, S., Scarbrough, H. & Hislop, D. (1999). Knowledge management and innovation: networks and networking. *Journal of Knowledge Management*, 3(4), 262-275.
- UNESCO (2010). Guidelines and Criteria for National Geoparks seeking UNESCO's assistance to join the Global Geoparks Network. Retrieved from [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/sc\\_geoparcs\\_2010guidelines.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/sc_geoparcs_2010guidelines.pdf).
- UNESCO (2015). Statutes of the International Geoscience and Geoparks Programme. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002606/260675e.pdf#page=4>.
- Vítek, J. (2016). Pozoruhodné lokality „východočeského Barrandienu“. *Minerální suroviny*, 2, 12-15.
- Zelenka, J., Těšitel, J., Pásková, M. & Kušová, D. (2013). Udržitelnost cestovního ruchu v chráněných územích, Hradec Králové: Gaudeamus.
- Zelenka, J. & Pásková, M. (2012). *Cestovní ruch. Výkladový slovník (2nd ed.)*. Praha: Linde.

# INFLUENCE OF GEOGRAPHIC LOCATION AND GEOGRAPHICAL FEATURES OF A REGION ON DEMAND AND SUPPLY IN THE HOTEL INDUSTRY

Elena Petkova

Received: July 5, 2018 Accepted: September 4, 2018

Sofia University „St. Kliment Ohridski“, Sofia, Bulgaria, e-mail: [epetkova@gea.uni-sofia.bg](mailto:epetkova@gea.uni-sofia.bg)

## ABSTRACT

The aim of the paper is to outline the main aspects of influence of geographic location and geographical features on the establishment and development of the hotel industry as a condition for tourism. For the purpose a model that includes the individual geographic features of a region and the ways they influence on demand and supply of accommodation has been developed and presented. The paper begins with a brief overview of the aspects of the essentials and characteristics of the hotel industry, as well as with its place in the tourism system. On this basis, next, a model revealing the influence of geographic location and individual geographical features on the hotel industry of a region has been developed and described. Some practical guidelines that specialists should follow when assessing these impacts are offered. Finally, an example about a specific region of Bulgaria where the influence of geographical features has not been considered when actions for the development of hotel industry have been taken and subsequently unfavorable consequences have been realized is presented. The main conclusion of the study is that the components of the natural and socio-economic geographic environment of the regions affect both tourism demand - to attract tourists and to provide conditions for their travel to and within the region and in particular on the territory of the accommodation - and tourism supply - in the design and construction of accommodation, its furnishing and equipment, as well as its maintenance and performance of hotel activities and serving customers and tourists.

*Keywords: Geographical features. Hotel. Tourism.*

## INTRODUCTION

The geographic location and geographical features of the regions worldwide influence every economic activity, including the hotel industry. These factors impact to a great extent on the movements of people, as well as on the choice of a place both for permanent or long-term residence and for short stay or tourism. People are attracted by the natural and socio-economic conditions and resources of the regions. When living together on the territories of these regions, people form their own culture defined to a certain extent by the environment conditions. Thus formed, the culture and cultural values are preserved for future generations. Culture and heritage of the region themselves, are also motivators for tourist visits by residents from other regions alongside with the other local socio-economic and natural characteristics. Thus, geographic location and geographical features motivate tourist trips, and hence the need for the participants in these trips to spend the nights in the regions they visit. That determines the formation and development of the hotel industry. On their part, the hotel establishments that are developed are buildings and sites serving tourists, with natural conditions and socio-economic characteristics imposing requirements on their construction, furnishing, equipment and functioning.

## DATA AND METHODS

The aim of the paper is to outline the main aspects of influence of geographic location and geographical features on the establishment and development of the hotel industry as a condition for tourism. For the purpose a model that includes the individual geographic features of a region and the ways they influence on demand and supply of accommodation has been developed and presented. In this regard, a classification of the geographic characteristics of the region as they are known in geographical literature has been used. The impact of these features both on hotel supply – construction and operation - and on hotel demand – the choice of clients and movement to the hotel establishments have been studied. The paper begins with a brief overview of the aspects of the essentials and characteristics of the hotel industry, as well as with its place in the tourism system. On this basis, next, a model revealing the influence of geographic location and individual geographical features on the hotel industry of

a region has been developed and described. Some practical guidelines that specialists should follow when assessing these impacts are offered. Finally, an example about a specific region of Bulgaria where the influence of geographical features has not been considered when actions for the development of hotel industry have been taken and subsequently unfavorable consequences have been realized is presented. Based on the study significant practical conclusions have been drawn. Information from scientific literature sources, as well as from some topical publications available on the internet has been used in the paper. Specifically, the paper has used information acquired from scientific literature review – publications and monographs – as well as from some current articles presented in internet. Particularly, analyzed are theoretical aspects, qualitative and some quantitative data available at the scientific literature sources, as well as results of studies and issues and monographs concerning the physical and socio-economic geography of the world and Bulgaria and describing the factors influencing the regional development and the economy as a whole and the tourism and the hotel industry in particular. In addition, the opinions of specialists in the fields acquired by method of interview and presented in secondary sources – journalist articles in internet - have been studied. The paper can be useful for accommodation establishments - during their construction, operation and functioning - as well as for the development of plans, programs and measures for tourism development (and particularly hotel industry development) at regional level.

## LITERATURE REVIEW

ESSENTIAL AND CHARACTERISTICS OF THE HOTEL INDUSTRY. PLACE OF HOTEL INDUSTRY IN THE TOURISM SYSTEM - THEORETICAL ASPECTS AND FORMULATIONS

The aspects of the essentials and characteristics of the hotel industry are presented in the scientific literature (Hadjinikolov, 1996, 2003; Kostov 1997). Hotel activities are carried out at accommodation establishments and they present economic activities where people are offered specific goods and services. The accommodation establishments where hotel activities are carried out are characterized by

specific quantitative and qualitative characteristics in terms of their construction, furnishing and equipment. In terms of their structure the accommodation establishments are classified as: stationary (immovable) - solid buildings; semi-stationary (semi-mobile) - made of lightweight construction structures; or non-stationary (mobile) - various vehicles. Typical for the hotel industry is that the most of its products, which are provided, are services, products of intangible, non-material nature. The main service provided by the hotel establishments is the accommodation. A number of additional services, such as food and beverage, transport, sports, medical, conference and business services, etc. are often provided too. The hotel industry is distinguished by its specific technology of developing, organizing and delivering services in which factors like the speed of service, the attitude of the service staff to the customers, etc. are of importance. For their part, the customers of hotel services, and especially of the basic service - the overnight stay - are usually not local residents but visitors who arrive from other regions, i.e. tourists. Customers usually stay at accommodations for a short period of time.

The hotel industry is a part of tourism. For its part, the tourism industry consists of a large number of sectors: The travel and tourism industry can be defined as „a vast group of businesses with one goal in common: proving necessary or desired products and services to travelers“ (Kasavana, Brook, 2001, p.3). In addition to tourists „many of these businesses also provide products and services to people from the community“ (G. Lattin, J. Lattin, T. Lattin, 2005, p.3). According to Middleton (2000) the five main sectors of travel and tourism are: (1) accommodation sector; (2) attraction sector; (3) transport sector; (4) travel organizers' sector; and (5) destination organization sector. Other authors (Kasavana, Brook, 2001; Lattin et al., 2005) share the opinion that travel and tourism industry is divided into five general categories/ parts according to the service offered: (1) lodging operations; (2) food and beverage operations; (3) transportation services; (4) retail stores; (5) activities. It can be concluded that the hotel industry is a key subsystem of the tourism system: „Businesses offering transportation, accommodations, food, drink, shopping, entertainment, recreation, and other hospitality services are all part of the travel and tourism industry“ (Lattin et al., 2005, p.3). The various types of tourism businesses are distinct among themselves.

In particular: „Lodging operations stand apart from other travel and tourism businesses since they offer overnight accommodations to their guests“ (Kasavana, Brook, 2001, p.4). In addition to accommodation, a number of hotel establishments also operate in other tourism sectors: „Many lodging operations have food and beverage services, gift shops, and recreational activities on site, and some offer limited transportation services“ (Lattin et al., 2005, p.3). There are close links between hotel industry and tourism. The links between the two activities are determined by the fact that visitors who travel outside their place of residence need a place to stay and spend the night. Therefore tourism development has a strong impact on the development of hotel industry, as the hotel industry development influence the tourism growth. On the one hand, the tourism development at a specific destination creates customers of the accommodations located on its territory who are consumers of the hotel services provided. On the other hand, simultaneously, the accommodations that successfully serve their customers encourage them to extend their stay, return to the destination or recommend to other tourists to stay at these accommodation establishments in the destination: „Without accommodation provisions a destination is limited to day-trippers. Destination managers usually encourage the development of accommodation in order to attract longer-staying visitors“ (Kelly, Nankervis, 2001, p.45). In addition, the tourists' expenditures at accommodations are a prerequisite for the development of the local economy: „The provision of accommodation is a major channel through which visitor spending is transmitted to the host community“ (Kelly, Nankervis, 2001, p.45). The hotel industry, alongside the other components of tourism has a positive impact on the destination development. Thus, the success of tourism destination „in attracting tourists will depend upon the quality of three essential benefits that they offer the tourists: attractions, amenities (or facilities), and accessibility (or ease of getting to the destination)“. On their part: „Amenities are those essential services catering for the needs of the tourists. These include accommodation and food, local transport, information centers and the necessary infrastructure to support tourism - roads, public utility services and parking facilities“ (Holloway, 2002, p.7, p.11).

As the hotel industry is a subsystem or a part of the tourism system, it can be concluded that the geographic location and geographical features of

the regions that influence the development of each economic sector including tourism in general, also affect the hotel industry in particular. However, it should be taken into a consideration that the hotel industry is only one of the main subsystems of the tourism system. Each of these subsystems is distinguished by its characteristics from the others and therefore it experiences the impact of the individual features in a specific way. In addition, in reviewing the hotel development processes an important finding can be drawn, namely: that economic activity largely depends on the geographic location and geographical characteristics not only of the regions where the accommodation establishments are located, but also of the regions of permanent residence of their customers - tourists.

## IMPACT OF GEOGRAPHIC LOCATION AND GEOGRAPHICAL FEATURES ON HOTEL DEVELOPMENT

The geographic location and geographical features of a particular region (a continent, country, district, municipality, etc.) have a significant impact on the migration of the local population and the movement of tourists flows in terms of their intensity, route and direction to, from and within its boundaries over time, as well as on the nature and intensity of economic activity carried out within by business entities. Business entities, on their part, are individuals or groups of people who provide goods and services on the territory of the region. These goods and services are targeted at consumers who might be local residents, staying at the region permanently or for a long period of time, or tourists and excursionists having short stay within the territory of the region. In addition, besides the fact that geographic location and geographical features have some impact on the movement and activity of the population in a given territory, people who carry out activities and movements on their part also influence the geographical features of the region. In this way, new sites and resources are formed that give rise to new types of activities and movements.

In the scientific literature similar opinions are expresses about the factors, which influence the development of regions and of economy as a whole, as well as tourism and hotel industry in particular. For example, according to Navickas and Malakauskaite (2009) the competitiveness of tourism sector encloses factors, such as natural environment (geographic location, climate, scenery, etc.), artificial

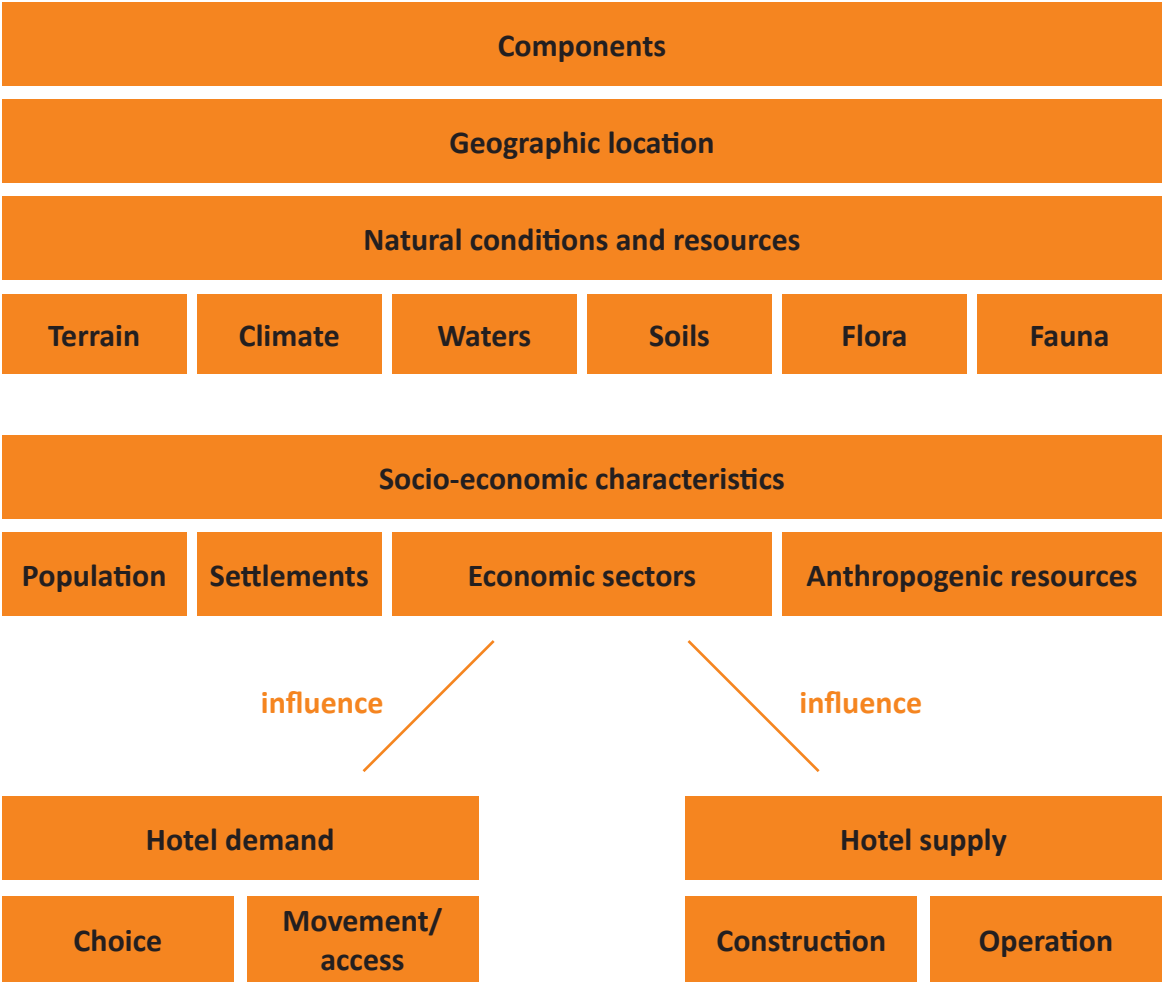
environment (infrastructure, transport, supply of leisure and entertainment services, retail stores, hotel networks), and globalization of markets. The authors Santos, Ferreira and Costa (2014) also have identified specific factors that impact competitiveness of tourism destinations. The classification is similar to that of the aforementioned authors and includes: natural attractions (pleasant climate, attractive natural scenery); cultural attractions; social attractions; infrastructures; specific factors; and global trends (economic, political, environmental, technological, demographic, etc.). Another study addresses, which location factors were considered by hotel owners in a specific destination – the Kumasi Metropolis of Ghana. In the study six domains of hotel location factors were captured, namely: economic; neighborhood characteristics; transportation; laws and regulations; physical site characteristics; and the socio-cultural characteristics (Adam, Amuquandoh, 2014). Other authors – Monzonis and Olivares (2012, p.441) - study the factors, which influence the development of tourist activity in general, and particularly in the case of rural destinations. The authors have noted that “tourism activity develops in the rural milieu, a space influenced by physical conditioning factors such as orography, climate, water availability, soils or vegetation and others of a socio-economic nature like population, settlement patterns, productivity system, agricultural and livestock activities, non-farming activities, equipment and infrastructures, accessibility and policies with an impact on the rural milieu“. The same authors have distinguished four groups of factors, which can endow a territory with qualities that make it a suitable place for the development of tourist activity, namely: physico-natural (climate, soil, topography, relief, landscape); socio-economic (population, economic activity); politico-administrative and tourism subsystem. According to Lew, Hall and Timothy (2008, p.4) tourism industry is strongly influenced by factors, which are explored at the three areas of study of the physical geography: climatology, geomorphology and biodiversity. The processes related to these natural phenomena and factors have an impact on tourism, such as: “climate has a major impact in shaping the seasonal distribution of tourist travel to destinations, and the activities they participate in when they are there”; geological processes, such as plate tectonics, mountain building processes and surface erosion processes “are constantly, albeit slowly, changing the surface of the planet, creating some of the most spectacular scenic and recreation destinations in the world”;

“an understanding of biogeography is essential for the management of most ecotourism destinations and outdoor recreation resources”. A classification of the features of the natural environment only is used by Penin (2007) to reveal the specifics of the geography of Bulgaria, including the features: relief, minerals and ores, climate, waters, soils, flora and fauna. Based on the literature review a conclusion might be drawn that characteristics of the regions that influence the development of tourism and therefore of hotel industry are of two types, namely: natural (physical) conditions and resources that are created by nature and socio-economic features made by people. Within the two large major groups of factors and features, different authors include various subgroups of elements of the region.

The present study explores how the geographic location and geographical features affect hotel industry as a type of economic activity within the

tourism industry. For the purpose, based on the literature review a model has been developed and applied, which is presented in Figure 1. The classification of the geographical features that is used in the present paper is based on the monograph by Geographical Institute of Bulgarian Academy of Sciences (2002). The publication reveals a large number of natural-geographic and socio-economic features of the regions. Described are some aspects of how these features influence the regional and economic development as a whole, as well as sometimes the impacts on tourism sector in particular. On that basis, the author of the paper has further developed the issue describing how each of the selected geographic features of the regions influences particularly the hotel industry as a part of tourism and specifically hotel demand – in the choice and movement by clients to hotel establishments – and hotel supply – in the construction and operation of the accommodations.

**Figure 1:** Assessment of the geographic location and geographical features of regions that influence the hotel industry as a part of tourism



**Source:** the author based on the works of: Geographical Institute of Bulgarian Academy of Sciences, 2002; Lew et al., 2008; Penin, 2007.

Based on the classification of the geographical features and how they influence the regional development (Geographical institute of Bulgarian Academy of Sciences, 2002) the following significant conclusions might be drawn. The geographical features - characteristics of the regions - could be divided into the following two main groups: natural conditions and resources; and economic sectors and anthropogenic resources. The first group (natural conditions and resources) includes the following components: terrain, climate, waters, soils, flora and fauna, which are created by nature. The second group of conditions and resources (socio-economic characteristics) are created as a result of human activities, i.e. by humans as a result with their interaction with the environment and nature, and includes: population, settlements, economic sectors (agriculture, mining and processing industries and service sectors), as well as anthropogenic resources. These features impact every economic activity, including tourism and hotel industry in particular.

In assessing all these geographical features of the regions where hotel establishments are located and developed, it is necessary to take into an account the interactions among them in order an overall complex estimation of the influence of the geographical situation to be performed in perspective. Assessments should be made both on the current state of the geographical features and on the trends of variations - how they have changed in the past and what are they expected to be in the future - in view of their impact on hotel industry. Assessments should be made of the geographical features of the regions where accommodations are located, as well as of the regions of permanent residence of their customers-tourists. In addition, the assessment of the conditions and resources on the territory of a specific region should be made in view of their capacity to meet the needs of both local people and visitors from other regions or tourists.

Geographic location and geographical features influence both hotel demand and hotel supply. The assessment of the impact on demand should be made in terms of both the effect on the choice of accommodation and the effect on accessibility of hotel establishments, i.e. the free of movement to the region or within it, as well as on the territory of the accommodation facility. Thus, the impacts on the choice of accommodations before or during the stay in the regions by the customers in terms of their location, as well as the effects on the movements of

tourists to the hotel establishments are analyzed. The assessment of the impact of geographic location and geographical features of the regions hosting and sending tourists on hotel supply should be made taking into an account the effects on design and construction of the buildings, as well as the effects on the operation and functioning of the accommodation facilities, on providing customer services, specifically on the provision of the basic - accommodation/ night shelter - and additional services. Thus, the assessment is made both before the construction of the building and, respectively, prior to the start of the hotel business and during the operation of each accommodation. Thus, the assessment of the impact of geographical features on hotel supply and demand could be used as a benchmark to what extent owners and investors could develop their accommodation facilities in the region, and what costs and revenues they could realize at present and in the future. Furthermore, the assessment of geographical features and the trends in their variation should be an integral part of the plan for starting a hotel business. Otherwise, in the future, owners might be forced to spend a large part of their profits to correct errors and omissions instead of investing these funds in the development and expansion of their business.

## RESULTS AND DISCUSSION

### STUDY

#### THE IMPACT OF NATURAL FEATURES OF REGIONS ON HOTEL INDUSTRY

Geographic location is determined by the distance and accessibility to other regions. From these regions both customers of hotel establishments that prefer destinations with convenient access and labor force, resources and products needed for the construction of the accommodation facilities, as well as for the operation and provision of hotel accommodation could be attracted. In addition, geographic location also determines the natural conditions and resources available in the region, which are needed to attract tourists and, respectively, customers of hotel establishments, as well as to the establishment and operation of accommodation facilities. The terrain largely determines the location, maintenance and efficient utilization of buildings that represent accommodation. In this regard, the general configuration and the relief forms and their parameters: vertical and horizontal dismantling

of the terrain, the size and exposure of the slopes, attitudes, as well as the intensity of modern relief-forming processes should be assessed during the design and subsequent construction and operation of the building. The assessment of the terrain should also be made in view with the accessibility and the ease of the movements of tourist from, to and on the territory of the accommodations. Climate elements and air quality properties are conditions and resources for hotel industry development. With regards to the development of hotel industry, a quantitative assessment, as well as an assessment of the variation in time and by place of the following elements of climate should be made: air temperature, rainfalls and snowfalls, snow cover, winds, humidity, cloudiness, atmospheric pressure, temperature balance, etc. The assessment of these elements and properties should be made with regards to the impact on the human organism, as well as with a view to the construction and operation of accommodation facilities, taking into an account the specificities, characteristics and requirements to the specific type of tourism that is developed in the region. The climate is of a particular importance for the development of sea summer and winter ski tourism and respectively for attracting and retaining participants in these types of activities. During the construction and furnishing the climate features of the region determine the materials and technologies that are used, what the architectural appearance of the building of the accommodation establishment would be, etc. The assessment of waters necessary for hotel development is the result of measuring the quantity and quality of sea, river, mineral and ground waters, lakes and swamps in the region, etc. Water is a source of water supply for people and can be used for drinking purposes by both local people and tourists - customers of hotel establishments in the region. Water is also used in various economic sectors of the industry and agriculture, which supply raw materials for construction and operation of hotel establishments. During operation water is of significance to maintain hygiene and cleanliness of the accommodation. Groundwater has an impact on the construction of new hotel establishments. The state of the seawater is of importance for attracting and retaining tourists at seaside resorts and mineral waters are used for the treatment of tourists at the balneal resorts. The assessment of soils is the result of measuring their fertility, composition, state and size. Soils are of particular importance for the development of agriculture, which provides products for both local people and visitors -

tourists, respectively, customers of accommodation facilities. The hotel establishments that provide food and beverages to customers should monitor the variations in the size of arable land with regards to forecasting their food supply costs in the future. The assessment of the flora in the region should be made with regards to the various needs of the hotel industry, measuring the indicators: quantity, quality and variety of plant species or vegetation. The assessment should be made with the view of renewal and development times of vegetation. Vegetation is a valuable source of wood that sometimes is used in the construction and furnishing of hotel establishments. Vegetation is also a source of food products needed by the hotel staff and tourists - customers of hotel establishments. Particularly important for attracting and retaining tourists in a specific region are the rare and interesting plant species. For the needs of hotel industry and of various types of tourism, an assessment should be made of the diversity of the animal species in the region, their number, whether they are protected species, etc. Animals are also a source of food products necessary to feed employees and customers of accommodation establishments. For participants in hunting tourism, the hunting animals in the region of hotel establishments' location are also of importance.

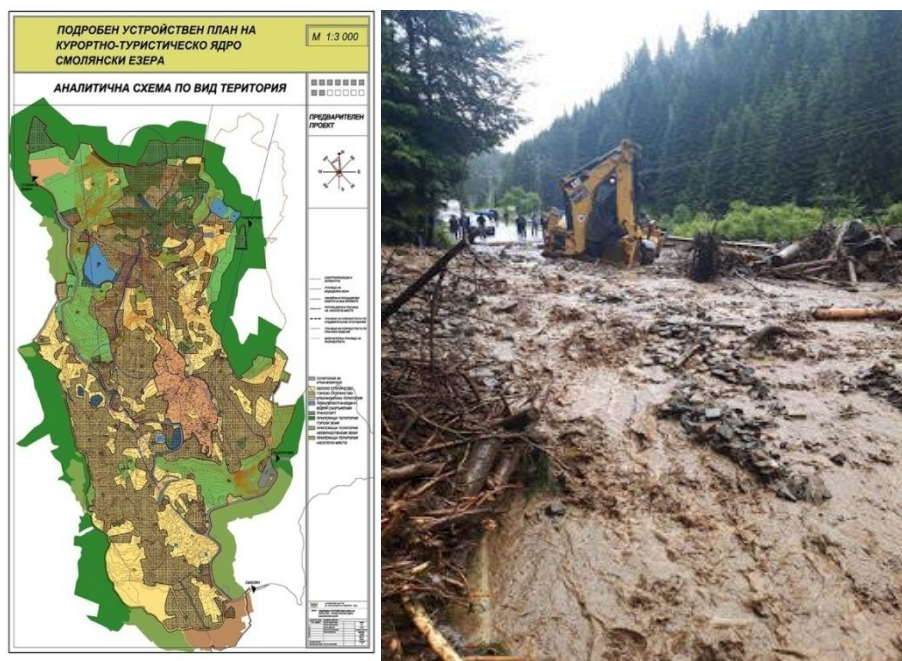
## THE IMPACT OF SOCIO-CULTURAL FEATURES OF REGIONS ON HOTEL INDUSTRY

Regarding the population of the region where accommodation is located, an assessment should be made of the values of indicators, such as: number, density and movement of population, educational and age structure, etc. The number, structure and trends in variation of population are essential for hotel industry development. On the one hand, these features of the regions that send tourists determine the consumption of hotel products. On the other hand, the features of the regions where accommodation is located determine the labor force available for hotel business performance. Here, it should be noted that hotel sector often attracts workers and employees from remote areas. This is particularly true for world holiday destinations and resorts that attract seasonal workers wishing to visit the region and at the same time to earn money. Therefore, hotel sector is less dependent on local labor force than some other industries. The development and territorial localization of economic activities, in particular tourism and hotel

industry, is related to the territorial localization of the population and labor resources. The most obvious expression of that relationship is the settlements and settlement formations that are created and changed in the course of historical and socio-economic development. The types and characteristics of settlements determine what kinds of customers could be attracted at accommodation establishments - urban or rural tourists, respectively in cities and towns or villages, or recreational tourists at resorts. Depending on the type and size of settlements, as well as on the tourists attracted there, different types of accommodation facilities are built, which are of various architectural styles and accordingly different requirements are imposed upon their operation. The state and development of settlements and settlement formations on the territory of the region where hotel establishments are located should also be explored with regards to the territorial localization of the economic activities that produce the raw materials necessary for the hotel industry, as well as to the labor resources of these economic sectors. An assessment of the development of the various economic sectors in the region in terms of territorial and temporal aspects and of relations among them and with the hotel industry should be made, based on indicators such

as the quality of resources they use and the products they produce, the efficiency of their processes, techniques and technologies, etc. Of particular significance for the hotel industry are the state and trends in the development of economic sectors, which supply the raw materials needed for the hotel activities, for the construction and maintenance of the accommodation establishments, for attracting and servicing tourists there, etc. (agriculture, mining and processing industries, transport, servicing activities, etc.). Among the anthropogenic resources, culture and heritage are of a great importance for hotel industry development. The culture and heritage of the individual societies have been formed as a result of a cohabitation of people on a specific territory and under the influence of the environment. The assessment of the culture and heritage is a result of the analysis of the intangible and tangible (on their parts, movable and immovable) cultural monuments, sites and sights. Cultural sites attract and retain tourists and respectively customers of hotel establishments. The culture of the local communities also determines some characteristics of the construction, furnishing and equipments, as well as of the ways of servicing customers at accommodations.

**Figure 2:** A map of Smolyan Lakes resort (a) and a photo of damages caused by the landslide at the area of Smolyan Lakes on the road to the town of Smolyan (b)



Sources: (a) National Centre of Territorial Development, 2009, W(b) „Landslide cut the road“, 2018.

## PRACTICAL EXAMPLE

### AREA OF STUDY

The region of the study is the Smolyan Lakes Area in a specific municipality of Bulgarian - Smolyan . Smolyan Municipality is situated in the most southern part of Bulgaria at the central part of the Rhodope Mountains. It occupies an area of about 854km<sup>2</sup>. The terrain of the municipality is medium- and high mountainous with an average attitude of 1320 m. The climate is continental with Mediterranean influence, and at the high parts of the Municipality – mountainous. The Municipality is rich in water resources. The rivers flowing through its territory are: Cherna, Byala, Arda, Malka Arda, Muglenska and Shirokolushka. The Municipality has a variety of flora and fauna. The national road network on the territory of the Municipality is of length of 181,414 km, and municipal roads are of 473 km (Municipality of Smolyan, 2014a, 2014b). In 2017 the population of the Smolyan municipality was 37,057 people (National Statistical Institute, 2018).

Smolyan Lakes is an area in Smolyan Municipality, which includes a group of lakes in the central part of the Rhodope Mountains. The lakes are landslide in origin. The lakes are located amphitheatrically, surrounded by rocks and spruce forests. In the past the number of the lakes was 20, but nowadays only 8 are left. The rest are either turned into swamps or lost due to human activities. Three of the lakes are permanent and the others are of temporary nature, some of which are used as fishponds and a micro dam. During spring and autumn times some of these swamps again turn into small lakes. The lakes are situated at an altitude of 1100-1600 m. In the vicinity of Smolyan Lakes accommodation establishments such as cabins, holiday homes, etc. are available (Geographical institute of Bulgarian Academy of Sciences, 2002; Municipality of Smolyan, 2014a, 2014b; National Centre for Territorial Development, 2008; Rupetsova, 2004; Todorov, Gavrilov, 2010). See Figure2a. Data for the three permanent Smolyan lakes is presented on Table 1.

**Table 1:** Data for the three permanent Smolyan lakes

| Lake           | Attitude | Area    | Length | Width | Depth |
|----------------|----------|---------|--------|-------|-------|
| Smolyan lake 1 | 1600 m   | 2.4 ha  | 81 m   | 49 m  | 5 m   |
| Smolyan lake 2 | 1540 m   | 16.3 ha | 163 m  | 135 m | 4 m   |
| Smolyan lake 3 | 1500 m   | 6.1 ha  | 112 m  | 96 m  | 2.5 m |

Source: data from Rupetsova, 2004.

### RESULTS OF STUDY

The example presented below reveals the need for an in-depth analysis and evaluation of the geographic location and geographical features of the regions of hotel industry development that should be carried out even before the construction of accommodation facilities. The example is related to the landslide processes in the municipality of Smolyan in Bulgaria. Landslide is a natural phenomenon, creating prerequisites for the movement of large earth masses. The causes of landslides are usually related to the severely terraced terrain and other specific geological features of the region. After the landslide activation an emergency situation may occur. The main factor for causing damage from landslides is poor construction, construction inconsistent with geological studies and the failure of fixed earth masses at excavations (Beshendjiev, 2010b).

### DESCRIPTION OF THE LANDSLIDE

In the Smolyan municipality fifteen active landslides have been registered. The largest of them is located in the Smolyan Lakes Area – it is the largest landslide in Bulgaria, registered in 1983. There are movements in its various parts from time to time, followed by stabilization. The landslide is located just below the Smolyan lakes, as the lakes themselves are a part of the landslide. The landslide area is 8 sq. km. Its length is about 5.35-6 km, and its width – about 500-600 m up to 1.38 km, its depth is from 35 to 80 m and the length of its sliding surface is about 150 m. The main part of the landslide passes through two main roads to the town of Smolyan, which are currently crossed by cracks. In 2008 these cracks were of a size of 1-2 cm and 10-15 cm on the two roads respectively. From 2009 to 2010, within one-year period, the cracks on the routes of the two

roads have increased in size from 2-3 cm to 5 cm and the collapse reached 25-30 cm. That means that the big Smolyan landslide, which had been considered to be subsided, has been again activated and is in an early active stage. In 2013, it was stated that in the very beginning of the town of Smolyan there has been a road break and a displacement of the curb of about 50 cm. The main Smolyan road has undergone at two places – near a hotel and at the area of a restaurant. The landslide has led to a distortion of a section between a gas station and the hotel. Cracks and lateral displacement of the main core by about half a meter have been detected, as the curbs in the area of the restaurant have been diverted by 40 cm („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a, 2010b; „Nearby landslide threatens“, 2013; „The landslide of the Smolyan lakes needs“, 2010; „Urgently funds are sought“, 2013).

## REASONS FOR THE ACTIVATION OF THE SLIDE

The cause for the activation of the landslide is the high water level of the Smolyan Lakes. The lakes are exposed to groundwater from the body of the landslide. Problems are also caused by the increase of the levels of lake waters due to rainfall and snowfall. After each winter period and rainfall in spring, the water level of the lakes is higher, which also reflects on the activation of the landslide. For example, since 2005, when the area was flooded, many landslides have been activated. The reason for the activation of the landslide may also be sought in the construction of buildings. As the area is in regulation, many hotel complexes have been built in the vicinity of the lakes in the recent years, as a result of which the movement of the earth masses has been activated at a high speed („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a, 2010b). The reason why the hotel industry might be developed at a geologically unstable landslide area in the region may also be sought in the political changes that have taken place in Bulgaria. In this regard, Ivanov and Slaev have pointed out that after the changes in Bulgaria in 1989, which have led to political pluralism and market economy, for a significant period of time the state abdicated its regulatory and to a great extent also its management functions. That, according to the authors, has led to substantial turmoil in spatial planning activities – over construction of certain areas, unregulated change in the functional purpose

of a number of territories, illegal construction, annexation of green spaces, etc. The authors add that “most specialist today consider that the planning system in our country has begun its recovery under the influence and even under the pressure of the European Union” (Ivanov, Slaev, 2016).

## CONSEQUENCES OF THE ACTIVATION OF THE LANDSLIDE

In an interview assoc. Prof. Kiril Angelov – a lecturer and an expert in engineering geology, who is engaged in the study and the strengthening of the landslides in the Smolyan region – points out that in Bulgaria the construction takes place everywhere and is performed aggressively without considering threats and recommendations. Currently, many houses, villas, heavier hotels and multi-storey buildings are built on the body of the whole landslide in the area of Smolyan Lakes. It is not known how the landslide would develop. As a result of intensive construction, the movement of earth masses has accelerated. A number of residential buildings and main roads are at a risk („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a). An article states that a landslide threatens to knock down the natural wall of one of the Smolyan lakes. On the back of the lake’s cup, there are trees and stones that have been fallen, blasted off almost all the slopes. In the area around the lake almost all the trees are inclined due to the movement of the earth masses. There have also been many cracks on the ground (Beshendjiev, 2009a). Flooding in the area, as a result of an intensive rainfalls, has caused significant erosion on river banks and a number of parts of the roads are undercut. Some old and some brand new landslides have been activated. A new bridge has collapsed by 1.5 meters and has been dismantled (Beshendjiev, 2010a). In 2013, there was a serious danger that landslides would ruin the road to Smolyan and a break of the road towards the lake could have occurred. There was a vortex that carried some cliffs and rocks on the road. A part of the stones has moved down. Cracks along the sidewalk have reached the road („Nearby landslide threatens“, 2013; „Urgently funds are sought“, 2013). Today landslides continue to be active. For example, in June 2018 a landslide interrupted the road to Smolyan, and traffic in both directions was blocked („Landslide cut the road“, 2018). See Figure 2b.

## PROTECTIVE MEASURES ALREADY TAKEN

However, some environmental protective measures have already been taken in the Smolyan region. Thus, since 1982 Smolyan lakes have been declared as a protective area in order the nature around them and the typical plant and animal species to be preserved (Municipality of Smolyan, 2014a). Moreover, part of the territory of the region is included in the European ecological network Nature 2000. By a decision of the Municipal Council in 2005, the Smolyan Lakes Area (637 ha) was joined to the recreational boundaries of the town of Smolyan with a function of resort construction and recreation. In addition, the Smolyan municipality has regulated the resort construction in the 85 settlements, starting a phased introduction of restrictive regimes and specific rules for the resort construction. Thus, the new buildings could have contemporary amenities, but without breaking the architectural silhouette and the unique living environment preserved over the centuries. In addition, in recent years the municipality of Smolyan has provided and implemented several important development plans, including the resort and tourist core Smolyan Lakes („Smolyan regulates the resort ...”, 2008; „The landslide of the Smolyan lakes needs“, 2010). In 2010, detailed development plans were prepared, in which the active landslides should have been outlined in order to carry out lawful actions on the permitting regime of construction („The landslide of the Smolyan lakes needs“, 2010). The main purpose of the Detailed Development Plan of the Smolyan Lakes resort is: the creation of an optimal spatial and functional development structure; construction and complex arrangement of the tourist core in the harmonious unity of the new structures and activities with the existing natural and anthropogenic elements, taking into account the uniqueness of the environment in which they develop (National Centre for Territorial Development, 2008). From the purpose stated, it is clear that the inspiration is to preserve the natural environment through the process of the development of the region. In the Plan, particular attention is paid to the preservation of the green spaces - forests and landscaping areas. The Plan assigns the main part of the developed territory - 44.7% being the forest terrains and landscaping grounds. The second most important are the urbanization plots - they occupy 33% of the territory and are divided into: cottage settlements, holiday villages, and resort zones. There are also lands for service activities, sports and recreation (National Centre for Territorial Development, 2008, 2009). In

an interview, one of the project experts, the author of the environmental assessment of the resort core Smolyan Lakes - Eng. Lidia Petrova - states that the project meets all environmental requirements and would not have a negative impact on nature. The construction and the development activities could be performed only on the half of the territory. The building density is no more than 30%. The buildings that would be constructed at the resort could not be higher than 3 floors, and for the construction of villas the restriction is up to 2 floors. Construction is planned outside the forests and forests would not be cut. Many restrictive measures are also applied in relation to Nature 2000 as the authorities would exercise strict control over compliance. In some places there is a prohibition of blasting off less than 100 meters. If a rocky soil is found, it must be dug by hand in order not to cause vibrations to dislodge the layers. Landslides should be observed, as well as work should be performed cautiously, which is why the opinion of geologists is important in the construction of buildings. Construction would continue for a long time depending on the investors' interest (Beshendjiev, 2009b). To solve the problems, the Smolyan municipality observes the active landslides on its territory. Upon activation, landslides are often visited by commissions that include geologists. Engineers or geo-defense investigate and perform benchmarking analyzes. Some studies and projects on the strengthening of the landslide areas are being prepared. Projects are being developed to obtain funds from the state. In addition, roads that are blocked are cleared. Preventively, many retaining walls have been built in the municipality to strengthen the earth masses. However, the slippery surface in the thickest layer of the Smolian lakes landslide is 150-170 m, which prevents the construction of active strengthening facilities as in other landslides in the municipality. Measures are taken to drain and reduce surface water. Lakes that flow over are being pumped. The landslides are temporarily stabilized (Beshendjiev, 2009a, 2010a, 2010b; „Landslide cut the road“, 2018; „Nearby landslide threatens“, 2013; „Urgently funds are sought“, 2013).

## NECESSARY PROTECTIVE MEASURES

However, the measures taken are probably not enough. According to associate professor Kiril Angelov, it is now necessary urgent measures to stabilize and strengthen the landslide in the Smolyan Lakes region to be taken. In Bulgaria, there is even a specialized regulation – Ordinance for construction

of geo-protection facilities in landslide areas. There are also constructions that are efficient, but project designers who know how to design facilities in landslides terrains are not many („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a). According to Prof. Angelov, decisions should be general, not just for a separate house, plot, street, district. The sites must be channeled on the basis of a general scheme for the stabilization of the terrain and the construction of the reinforcement and strengthening facilities. There must be an assessment of the overall sustainability to quantify what the groundwater level should be, which is currently unknown. In order the landslide processes to be controlled, it is necessary the level of groundwater and the movement of earth masses to be monitored. Detailed studies of the region should also be performed by experts and on the basis of these studies, what measures should be taken to be determined. A detailed geotechnical and geodetic study should also be carried out, and the ground drilling track shall be taken to monitor the level of groundwater. Moreover, strengthening activities should be undertaken – measures to strengthen the individual lands of the landslide. In this regard, it is necessary to draw up a project for reinforcement equipment, which at that stage can be directed to control groundwater levels at a certain level under the terrain, which provides a common resistance. Through drainage systems, a constant level of groundwater should be maintained. That scheme might be a combination of a variety of drainage, horizontal and vertical drainage facilities that are parallel and are located above the existing water and sewerage facilities in order to provide a general sustainability of the area and a highly controlled construction of all these systems because they cannot be built separately. Otherwise, when the area is activated, it would be necessary to install expensive fortification facilities. According to Prof. Angelov, if the consolidation does not start in time, the cost of the consolidation activities would increase several times compared to the current activities („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a; „Nearby landslide threatens“, 2013; „The landslide of the Smolyan lakes needs“, 2010; „Urgently funds are sought“, 2013). It is necessary the building permit regime of the whole area to be reviewed. It is also recommended construction works in the lakes area to be stopped. According to Prof. Angelov, at that stage any construction in the area should be stopped until the general situation with the resistance and

sustainability of the terrain is clarified. Construction should not be permitted and building permit should not be given without knowing what is being done. Investors should have to wait an analyses to be performed and then to insist on construction. This is also in their interest. For example, if a new sewer has to be built, if it has to be buried 4.5 m underground and a drainage pipe placed under it to pick up the underground waters, which are very dangerous and are rising, a better solution could be found („Assoc. Prof. Kiril Angelov: The landslides of the region“, 2010; Beshendjiev, 2010a).

From the above analysis it could be concluded that the measures taken to deal with landslide problems in the Smolyan lakes are follow-up, i.e. they are taken after the damage had occurred - example of such measures are drainage of surface water and clearing of roads. There are no significant measures to prevent the occurrence of damages. In addition, the measures are not based on an overall pre-geological study and the measurement of landslide indicators. Moreover, the measures are not interconnected on the basis of a common sustainability scheme, but the actions are taken on a one-off basis against the individual affected sites in the area.

## DURING THE LAST FEW YEARS

It is a favorable fact that relatively soon - in 2016 - Smolyan has developed software that predicts the risk of the activation of landslides. It is developed under an international project, named „A Model for Landscape Risk Assessment and Prevention and Disaster Consequences Reduction“ (LANDSLIDE). The project has been organized by the Humanitarian Aid and Civil Protection Department of the European Commission. The leading organization of the project is the Camerino University in Italy. Project partners on the Bulgarian side are the District Administration of Smolyan and the Institute for Information and Communication Technologies at the Bulgarian Academy of Sciences. The data from the landslide in the area of Smolyan Lakes were used for the development of the software. Experiences and patterns have been explored that could help to predict landslide events. The idea is based on Italian practice and expertise, giving input on soil and meteorological characteristics to predict the probability of activation and the volume of landslides. To analyze the risk of landslide activity, data is collected and processed through drills in the landslide itself, as well as data on weather conditions, such as rainfall, solar radiation, air temperature and

humidity, wind speed and direction, and information of the amount of underground moisture is used. Meteorological information points are built, as the information is provided to the general system and is compared with the data obtained and tested by a licensed laboratory on the basis of which preliminary estimates can be made (Kulev, 2016a, 2016b).

The main conclusion of the example is that the construction of accommodation establishments, inconsistent with preliminary geological studies in the Smolyan Lakes region has led to activation of the landslide. In this way, there are losses for the main stakeholders of tourism in the region: local communities, tourism businesses and tourists. Local residents are losing because of the threat of destruction of residential buildings and roads in the region, which can cause a significant damage. The losses for hotel businesses, which cease to operate despite the investments in the construction of buildings to date, are also significant. The drainage activities required to drain the lakes change the appearance of the region and it would no longer be very attractive for visits by both tourists and local people. Overall, taking subsequent measures would cost more than if the construction of hotel complexes was based on geological research and limited to buildings of light structures, low-rise buildings and fewer buildings, and perhaps held at some distance from areas of intensive landslide processes. It could be concluded that preliminary and regular assessments of the geographical features of the regions of hotel developments are of importance to the local communities, tourism and hotel businesses, as well as to tourists.

## CONCLUSION

The paper revealed how geographic location and geographical features influence hotel demand and supply for the purposes of tourism development. The geographical features that were explored are classified as natural and socio-economic conditions and resources in the regions and include: terrain, climate, waters, soils, flora and fauna; population, settlement structure, state of economic sectors, culture and heritage. Their importance for the formation and development of the hotel industry as a part of tourism system was revealed and some practical guidelines for assessing these features with a view to building and operating accommodation in the regions, attracting, serving and retaining customers and undertaking hotel activities were outlined.

The main conclusion of the study is that the components of the natural and socio-economic geographic environment of the regions affect both tourism demand - to attract tourists and to provide conditions for their travel to and within the region and in particular on the territory of the accommodation - and tourism supply - in the design and construction of accommodation, its furnishing and equipment, as well as its maintenance and performance of hotel activities and serving customers and tourists. The example of the Smolyan Lake area showed that too. Specifically, the conclusion of the example is that the construction of accommodation establishments, inconsistent with preliminary geological studies in the region has led to activation of the landslide. In this way, there are losses for the main stakeholders of tourism in the region: local communities, tourism businesses and tourists. Local residents are losing because of the threat of destruction of residential buildings and roads in the region, which can cause a significant damage. The losses for hotel businesses, which cease to operate despite the investments in the construction of buildings to date, are also significant. The drainage activities required to drain the lakes change the appearance of the region and it would no longer be very attractive for visits by both tourists and local people. Overall, taking subsequent measures would cost more than if the construction of hotel complexes was based on geological research and limited to buildings of light structures, low-rise buildings and fewer buildings, and perhaps held at some distance from areas of intensive landslide processes. It could be concluded that preliminary and regular assessments of the geographical features of the regions of hotel developments are of importance to the local communities, tourism and hotel businesses, as well as to tourists.

## REFERENCES

- Adam, I. & Amuquandon, F. (2014). Hotel characteristics and location decisions in Kumasi Metropolis, Ghana. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 16 (4), 653-668. doi:10.1080/14616688.2012.762689
- Angelov, K. The landslides of the region need a study. (2010, May 12). Press centre of Smolyan Municipality. Retrieved from <https://www.smolyan.bg/bg/news/view/238>
- Beshendjiev, Z. (2009a, July 23). Landslide threatens one of the Smolyan lakes. Focus Agency News. Retrieved from <http://www.zoohit.bg/page.php?n=61527>
- Beshendjiev, Z. (2009b, December 15). Eng. Lidia Petrova: the project of the resort core Smolyan lakes meets all ecological requirements. Focus News Agency. Retrieved from <http://m.focus-news.net/?action=opinion&id=13656>
- Beshendjiev, Z. (2010a, May 13). Kiril Angelov: The landslide of the Smolyan lakes needs an urgent strengthening due to the speed of its development. Focus News Agency. Retrieved from <http://m.focus-news.net/?action=opinion&id=14824>
- Beshendjiev, Z. (2010b, November 27). Fifteen are the registered active landslides in the Municipality of Smolyan. *Earth – Known and Unknown*. Retrieved from <http://avgit.blogspot.com/2010/11/15.html>
- Geographical Institute of Bulgarian Academy of Sciences. (2002). *Geography of Bulgaria: Physical geography and Socio-economic geography of Bulgaria*. Forkom, Bulgaria
- Hadjinikolov, H. (1996). *Restaurant and hotel business*. Sofia, University Publishing House: Economy.
- Hadjinikolov, H. (2003). *Economics of hotel and restaurant business*. Sofia, University Publishing House: Economy.
- Holloway, C. (2002). *The business of tourism* (6th ed.). Prentice Hall.
- Ivanov, V. & Slaev, A. (2016). More about spatial development and its planning. *Annual of the University of Architecture, Civil Engineering and Geodesy Sofia*, 49(1), 90-93.
- Kasavana, M & Brook, R. (2001). *Managing front office operations* (6th ed.). Educational Institute: American Hotel & Lodging Association.
- Kelly, I. & Nankervis, T. (2001). *Visitor destinations*. Australia, John Wiley & Sons Ltd.
- Kostov, E. (1997). *Economics and hotel management*. Dionysus.
- Kulev, A. (2016a, June 22). Specialized software would detect dangerous landslides in Smolyan region. Plovdiv, Darik News. Retrieved from <https://dariknews.bg/regioni/plovdiv/specializiran-softuer-shte-otkriva-opasni-svlachishta-v-smolqnsko-1585916>
- Kulev, A. (2016b, December 2). In Smolyan software has been launched to predict the activation of landslides. Plovdiv, Darik News. Retrieved from <https://dariknews.bg/regioni/plovdiv/v-smolqn-zaraboti-softuer-prognozirash-activiraneto-na-svlachishta-1626957>
- Landslide cut the road Smolyan-Chepelare, one of the Smolyan lakes has been drained. (2018, June 28). 24smolian.com. Retrieved from [http://www.24smolian.com/2018/06/blog-post\\_803.html](http://www.24smolian.com/2018/06/blog-post_803.html)
- Lattin, G., Lattin J. & Lattin T. (2005). *The lodging and food service industry* (6th ed.). Educational Institute: American Hotel & Lodging Association.
- Lew, A., Hall, M. & Timothy, D. (2008). *World geography of travel and tourism: A regional approach*. Butterworth-Heinemann.
- Middleton, V. (2000). *Marketing in travel and tourism* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Monzonis J. & Olivares, D. (2012). Location factors and tourism development in the rural spaces of the Valencian autonomous region. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 59, 441-446.
- Municipality of Smolyan. (2014a). *Municipal development plan 2014-2020*. Adopted by decision 770 of September 18, 2014 of the Municipality Council of Smolyan.
- Municipality of Smolyan. (2014b). *Tourism development strategy of the municipality of Smolyan 2014-2020*. Adopted by decision 771 of September 18, 2014 of the Municipality Council of Smolyan.
- National Centre for Territorial Development. (2008). *Detailed development plan of the resort core Smolyan Lakes: Preliminary project*. Sofia. Team of authors: Peshunova K, Cenov P, Markov B, Ivanova N, Doshekov S, Malamova D, Popov V, Petrova L, Gerginski I.
- National Centre for Territorial Development. (2009). *Detailed development plan: Street regulation plan of the resort core Smolyan Lakes*. Retrieved from <http://www.ncrdhp.bg/>

- National Statistical Institute. (2018). Population up to 31.12.2017 by district, municipalities, place of residence and gender. Bulgaria. Retrieved from <http://www.nsi.bg/bg/content/2975>
- Navickas, V. & Malakauskaite, A. (2009). The economic conditions of enterprise functioning; the possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. Engineering Economics, 61(1), 37-44.
- Nearby landslide threatens to ruin the road to Smolyan. (2013, January 23). [smolyan.bgvesti.net](http://www.smolyan.bgvesti.net). Retrieved from <http://www.smolyan.bgvesti.net/index.php/news/121064/sasedni-svlachishta-grozyat-da-srinat-patya-kam-Smolyan>
- Penin, R. (2007). Natural (physical) geography of Bulgaria. Sofia, Bulvest 2000.
- Rupetsova, Z. (2004). The Smolyan Lakes – new opportunities for conservational natural use. Management and Sustainable Development, 11(3-4), 86-92.
- Santos, M., Ferreira, A. & Costa C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. Tourism & Management Studies, 10(1), 73-81.
- Smolyan regulates the resort construction in small settlements. (2008, September 2). Construction, The City. Retrieved from [https://www.dnevnik.bg/zelen/mestni\\_novini/2008/09/02/546172\\_smolian\\_reglamentira\\_kurortnoto\\_stroitelstvo\\_v\\_malkite/](https://www.dnevnik.bg/zelen/mestni_novini/2008/09/02/546172_smolian_reglamentira_kurortnoto_stroitelstvo_v_malkite/)
- The landslide of the Smolyan lakes needs a large-scale geotechnical study. (2010, May 24). Construction, The City. Retrieved from [https://gradat.bg/infrastructure/2010/05/24/905354\\_svlachishteto\\_na\\_smolianskite\\_ezera\\_se\\_nujdae\\_ot/?ref=miniurl](https://gradat.bg/infrastructure/2010/05/24/905354_svlachishteto_na_smolianskite_ezera_se_nujdae_ot/?ref=miniurl)
- Todorov, T. & Gavrilov, E. (2010). „The three Smolyan Lakes” Eco-route – a resource of mountain tourism. Scientific Research of the University of Russe, 49 (1.2), 108-113.
- Urgently funds are sought for two critical points of the big Smolyan landslide: The main road near Sokolitsa and Ribkata might be cut. (2013, January 23). [hala.bg](http://www.hala.bg). Retrieved from <http://www.hala.bg/Tarsyat-speshno-pari-za-dve-kritichni-tochki-ot-golyamoto-s>

# ZAPOJENIE DOBROVOĽNÍKOV DO PRÍPRAVY A REALIZÁCIE PODUJATÍ V CESTOVNOM RUCHU NA SLOVENSKU Z POHĽADU ORGANIZÁTOROV

## INVOLVEMENT OF VOLUNTEERS IN THE PREPARATION AND IMPLEMENTATION OF EVENTS IN TOURISM IN SLOVAKIA FROM THE PERSPECTIVE OF THE ORGANIZERS

Kristína Pompurová

Received: September 4, 2018 Accepted: September 11, 2018

Vysoká škola polytechnická Jihlava, Katedra cestovného ruchu, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, e-mail: [kristina.pompurova@vspj.cz](mailto:kristina.pompurova@vspj.cz)

### ABSTRAKT

K súčasným trendom v cestovnom ruchu patrí dobrovoľnícky cestovný ruch. Cieľom príspevku je preto preskúmať, do akej miery organizátori podujatí na Slovensku zapájajú do prípravy a realizácie podujatí dobrovoľníkov a zhodnotiť úroveň profesionalizácie práce s dobrovoľníkmi s dôrazom na dobrovoľníkov v cestovnom ruchu. Príspevok vychádza z rozsiahleho dotazníkového prieskumu. Výsledky skúmania poukazujú na to, že väčšina organizátorov podujatí spolupracuje s dobrovoľníkmi. Kým polovica zapája iba dobrovoľníkov s miestom bydliska v blízkosti miesta konania podujatia, druhá polovica využíva aj pomoc dobrovoľníkov v cestovnom ruchu. Súčasná situácia je predovšetkým výsledkom absencie informácií o manažmente dobrovoľníkov.

*Kľúčové slová: Dobrovoľnícky cestovný ruch. Dobrovoľníci. Organizátori podujatí. Organizované podujatia.*

### ABSTRACT

Current tourism trends include volunteer tourism. The aim of the paper is so to examine the extent to which event's organizers in Slovakia engage volunteers in the preparation and realization of events and to evaluate the level of professionalization of work with volunteers focusing mainly on volunturists. The paper evaluates the data from the extensive questionnaire survey. The results show that majority of events organizers collaborate with volunteers. Half of the organizers cooperate only with local volunteers, while the other part also host volunteers in tourism. The contemporary situation is probably caused by missing information on volunteer management.

*Keywords: Events organizers. Organized events. Volunteer tourism. Volunteers.*

Zmeny v spôsobe trávenia voľného času, ekonomické, ale aj environmentálne zmeny vytvárajú podmienky, v ktorých sa cestovný ruch vyvíja, rastie a diverzifikuje s cieľom uspokojiť rozmanitú škálu požiadaviek návštevníkov. Jedným z rýchlo sa rozvíjajúcich alternatívnych konceptov je pritom dobrovoľnícky cestovný ruch.

Okrem cestovania do menej rozvinutých krajín za účelom zapojenia sa do rozvojových projektov, ktoré je v zahraničnej literatúre najviac pertraktované, zahŕňa dobrovoľnícky cestovný ruch aj dobrovoľnícku prácu na festivaloch a iných organizovaných podujatiach. Takéto vnímanie sa v zahraničnej literatúre často spája s pojmom dobrovoľníctvo na organizovaných podujatiach (event volunteering) a predstavuje kľúčové spojenie dobrovoľníckej práce a organizovaných podujatí, ktoré nielen podporuje úspech podujatí, ale zároveň výrazne zvyšuje potenciál cestovného ruchu vybraného územia.

## PREHĽAD LITERATÚRY

Napriek tomu, že mnohí autori považujú dobrovoľnícky cestovný ruch za významný trend dnešnej doby, je jednou z najmenej prebádaných alternatívnych foriem cestovného ruchu (Stoddart, Rogerson, 2004 In Wearing, McGehee, 2013). Dôvodom je podľa Wearinga (2001) skutočnosť, že dobrovoľnícky cestovný ruch bol dlhé obdobie predmetom skôr selektívneho pragmatizmu než špecifickej definície alebo metód skúmania. Záujem odbornej verejnosti začal rásť až v posledných rokoch a podnietil snahu nielen vymedziť dobrovoľnícky cestovný ruch, ale ho odlíšiť od ostatných foriem dobrovoľníctva, ako aj foriem cestovného ruchu.

Dobrovoľnícky cestovný ruch môžeme na základe štúdia dostupnej literatúry (Chen & Chen, 2011; Clemmons, 2009; Tomazos & Butler, 2012; Wearing, 2001) charakterizovať ako integrovanú organizovanú kombináciu dobrovoľníckej služby v cieľovom mieste cestovného ruchu a konkrétnych aktivít cestovného ruchu, ktoré vykonávajú návštevníci vo svojom voľnom čase, mimo miesta svojho obvyklého pobytu, a sú prínosom nielen pre dobrovoľníkov, ale aj pre miestne komunity a životné prostredie.

Vzťah dobrovoľníctva a cestovného ruchu má v praxi niekoľko podôb. Jednou z nich je dobrovoľníctvo na organizovaných podujatiach.

Ako uvádzajú Heldt a Klerby (2014), motívy zapojiť sa do dobrovoľníckej práce na organizovaných podujatiach sú analogické s generálnymi motívmi dobrovoľníckeho cestovného ruchu. Účasť dobrovoľníkov na organizovaných podujatiach motivuje predovšetkým spoznávanie nových ľudí a vytváranie priateľstiev, nadobudnutie nových zručností, získavanie nových perspektív do života, motív zábavy, ale aj možnosť získať vstupenky na podujatie, propagačné materiály, prípadne aj oblečenie s logom podujatia zdarma. Downward a Ralston (2006) pokladajú za dôležitý podnet aj podporu komunity, ktorá podujatie organizuje či možnosť stretnúť známe osobnosti, ktoré sa na podujatí zúčastnia.

Množstvo prevažne mladých ľudí, ktorí chcú prostredníctvom dobrovoľníctva nadobudnúť nové skúsenosti a zážitky, rastie. Zároveň rastie aj počet organizátorov podujatí, ktorí profitujú zo spolupráce s dobrovoľníkmi alebo sú dokonca od nich závislí. Okrem toho, že dobrovoľníci pomáhajú organizátorom optimalizovať náklady na personálne zabezpečenie podujatia (Strigas, Jacskon, 2003), organizačný tím obohacujú o svoj entuziazmus a svojimi zručnosťami prispievajú k spokojnosti návštevníkov (Ralston et al., 2005). Mnohí organizátori podujatí preto v dobrovoľníckej práci vidia značný potenciál a angažovaním dobrovoľníkov na seba preberajú vybrané úlohy prijímajúcich organizácií dobrovoľníckeho cestovného ruchu.

Stúpajúci trend dobrovoľníctva na organizovaných podujatiach ovplyvnil aj zameranie teoretikov, ktorí realizujú v tejto oblasti početné výskumy. Ide napríklad o autorov Ahn (2017), Gallarza et al. (2013), Hallmann (2015), Kristiansen et al. (2015), Lee et al. (2014), Lee et al. (2016) a ďalších.

## DÁTA A METÓDY

Cieľom je preskúmať, do akej miery organizátori podujatí na Slovensku zapájajú do prípravy a realizácie podujatí dobrovoľníkov a zhodnotiť úroveň profesionalizácie práce s dobrovoľníkmi s dôrazom na dobrovoľníkov v cestovnom ruchu.

Primárne zdroje údajov sme získali dotazníkovým zisťovaním. Databázu organizátorov podujatí sme vytvorili na základe podrobnej analýzy internetových portálov, z ktorých sa potenciálny návštevník môže dozvedieť o podujatiach organizovaných na území Slovenska ([www.allfestivals.com](http://www.allfestivals.com), [www.nafestival.sk](http://www.nafestival.sk), [www.dikymoc.sk](http://www.dikymoc.sk), [www.folklorfest.sk](http://www.folklorfest.sk), [www.ludovakultura.sk](http://www.ludovakultura.sk)), stránok oblastných a krajských organizácií cestovného ruchu a ďalších vybraných inštitúcií ([www.culture.gov.sk](http://www.culture.gov.sk), [www.nocka.sk](http://www.nocka.sk), [matica.sk](http://matica.sk), [sport.iedu.sk](http://sport.iedu.sk)). Tvorbu databázy komplikovala skutočnosť, že žiadna z webových stránok neobsahuje komplexné portfólio podujatí, resp. ich organizátorov (nevyhnutnosť kontroly a odstraňovania duplícít), a že väčšina dostupných portálov obsahuje len informáciu o uskutočnení podujatia (najčastejšie vo forme letáka alebo stručného oznamu) bez údajov o organizátorovi (nevyhnutnosť dodatočného vyhľadávania na jednotlivých webových stránkach podujatí, resp. na sociálnych sieťach, na ktorých sa prezentujú). Konštatujeme preto silnejúcu potrebu koordinácie ponuky organizovaných podujatí na Slovensku.

Po zostavení databázy e-mailových adries sme v roku 2017 oslovili 653 organizátorov podujatí. Návratnosť dotazníka bola 18,1 % (118 vyplnených dotazníkov), čo pripisujeme forme jeho distribúcie a časovej zaneprázdnenosti organizátorov podujatí.

Získané údaje sme spracovali vybranými matematicko-štatistickými metódami v aplikácii SPSS Statistics. Štatistické testy sme vyhodnotili s 95 %-nou spoľahlivosťou.

Takmer dve tretiny (65,3 %) respondentov patrili do verejného sektora, pätina (19,5 %) do neziskového a len 15,3 % do súkromného sektora. Vzhľadom na absenciu informácií o základnom súbore nie je možné určiť, či sú výsledky prieskumu reprezentatívne, alebo ovplyvnené mierou ochoty organizátorov podujatí odpovedať na otázky.

Štvrtina (24,6 %) respondentov označila organizovanie podujatí za svoju hlavnú aktivitu, 59,3 % za rovnocennú súčasť aktivít organizácie a len 16,1 % za aktivitu, ktorej sa venujú okrajovo.

Kým 66,9 % respondentov organizuje pravidelne (minimálne raz ročne) viaceré tematicky rôznorodé podujatia, 19,5 % sa sústreďuje na organizáciu početných homogénnych podujatí. Desatina (10,2 %) organizuje na pravidelnej báze len jedno podujatie a 3,4 % respondentov organizuje podujatia len príležitostne. Ide najmä o organizácie, ktoré realizáciu podujatí označili za okrajovú činnosť.

Z hľadiska druhu organizovaných podujatí majú dominantné postavenie kultúrne podujatia (75,5 %), čo korešponduje s výsledkami štúdie agregátneho dopytu obyvateľov Slovenska po organizovaných podujatiach (Pompurová, 2014).

**Tabuľka 1:** Priemerný počet návštevníkov podujatia

| Počet návštevníkov organizovaných podujatí | Absolútny počet | Podiel v % | Kumulatívny podiel v % |
|--------------------------------------------|-----------------|------------|------------------------|
| do 500                                     | 52              | 44,1       | 44,1                   |
| do tisíc                                   | 23              | 19,5       | 63,6                   |
| do 5 tisíc                                 | 26              | 22,0       | 85,6                   |
| do 10 tisíc                                | 6               | 5,1        | 90,7                   |
| do 15 tisíc                                | 3               | 2,5        | 93,2                   |
| do 20 tisíc                                | 3               | 2,5        | 95,8                   |
| do 25 tisíc                                | 1               | 0,8        | 96,6                   |
| viac ako 25 tisíc                          | 4               | 3,4        | 100,0                  |
| Spolu                                      | 118             | 100,0      | -                      |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Podujatia podľa odhadov ich organizátorov navštevujú tak miestni obyvatelia, ako aj návštevníci v cestovnom ruchu. Väčšina (90,7 %) organizácií, ktoré sa zúčastnili prieskumu, zaradila organizované podujatia do kategórie malé podujatia s menej než 10 tisíc účastníkmi (tabuľka 1), čo je typické pre podujatia organizované na Slovensku.

## VÝSLEDKY A DISKUSIA

Zaujímalo nás, či a do akej miery využívajú oslovení organizátori podujatí pomoc dobrovoľníkov. Sedem z desiatich respondentov ich zapája do prípravy a zabezpečenia podujatia (32,2 % pravidelne a 37,3 % príležitostne). Len necelá tretina (30,5 %) prácu dobrovoľníkov v prospech podujatia doposiaľ nevyužila, a to najmä kvôli chýbajúcim informáciám a skúsenostiam z manažmentu dobrovoľníkov.

V prípade existencie manuálu pre organizátorov podujatí zameraného na prácu s dobrovoľníkmi by sa pre zaangažovanie dobrovoľníkov rozhodla viac ako polovica z nich. Zvyšní respondenti si zapojenie dobrovoľníkov do organizovania podujatí nevedia predstaviť predovšetkým kvôli komplikovaným procedúram a predpisom platiacim vo verejnom sektore.

V ďalšom kroku sme posudzovali len odpovede 82 respondentov, ktorí do organizovania podujatí zapájajú dobrovoľníkov.

Vzhľadom na veľkosť podujatí považujeme priemerný počet zaangažovaných dobrovoľníkov (tabuľka 2) za primeraný. Väčšina (87,8 %) organizácií spolupracuje pri organizovaní a zabezpečení podujatia s maximálne 20-timi dobrovoľníkmi.

**Tabuľka 2:** Priemerný počet dobrovoľníkov zapojených do organizovania podujatí

| Počet návštevníkov organizovaných podujatí | Absolútny počet | Podiel v % | Kumulatívny podiel v % |
|--------------------------------------------|-----------------|------------|------------------------|
| 1 až 5                                     | 32              | 39,0       | 39,0                   |
| 6 až 10                                    | 22              | 26,8       | 65,9                   |
| 11 až 20                                   | 18              | 22,0       | 87,8                   |
| 21 až 50                                   | 7               | 8,5        | 96,3                   |
| 51 až 100                                  | 3               | 3,7        | 100,0                  |
| Spolu                                      | 82              | 100,0      | -                      |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Hodnota Spearmanovho koeficienta ( $p$ -hodnota=0,027, korelačný koeficient=1,000) naznačuje, že s veľkosťou podujatia rastie aj počet dobrovoľníkov zapojených do jeho prípravy a zabezpečenia.

Môžeme tvrdiť, že dobrovoľníci pomáhajú zlepšiť chod podujatia a skvalitniť poskytované služby, avšak bez ich participácie by majoritu podujatí bolo možné zrealizovať. Postavenie dobrovoľníkov na podujatiach je však podľa troch štvrtín oslovených organizácií dôležité až veľmi dôležité (tabuľka 3).

**Tabuľka 3:** Postavenie dobrovoľníkov na podujatiach

| Postavenie dobrovoľníkov | Absolútny počet | Podiel v % | Kumulatívny podiel v % |
|--------------------------|-----------------|------------|------------------------|
| veľmi dôležité           | 17              | 20,7       | 20,7                   |
| dôležité                 | 46              | 56,1       | 76,8                   |
| nedôležité               | 19              | 23,2       | 100,0                  |
| Spolu                    | 82              | 100,0      |                        |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Môžeme pritom konštatovať významný rozdiel v postavení dobrovoľníkov v závislosti od sektoru ekonomiky organizácie, ktorá podujatie pripravuje (ANOVA, p-hodnota=0,003). Kým pre neziskový sektor sú dobrovoľníci pri organizovaní podujatí kľúčoví, relatívne najmenej dôležití sú

pre organizácie verejného sektora (tabuľka 4). Predpokladáme, že je to parciálne spôsobené fixným rozpočtom, ktorý dané organizácie na podujatia vyčleňujú (neexistencia potreby znížovať náklady na personálne zabezpečenie podujatia).

**Tabuľka 4:** Postavenie dobrovoľníkov v závislosti od sektoru ekonomiky organizácie, ktorá podujatie pripravuje

| Postavenie dobrovoľníkov | Sektor ekonomiky (podiel v %) |                |                  | Spolu |
|--------------------------|-------------------------------|----------------|------------------|-------|
|                          | súkromný sektor               | verejný sektor | neziskový sektor |       |
| veľmi dôležité           | 18,18                         | 12,00          | 42,86            | 17    |
| dôležité                 | 63,64                         | 56,00          | 52,38            | 46    |
| nedôležité               | 18,18                         | 32,00          | 4,76             | 19    |
| Spolu                    | 11                            | 50             | 21               | 82    |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Keďže efektívne zapojenie dobrovoľníkov do organizovania podujatia vyžaduje plánovaný a organizovaný postup, zamerali sme sa na zistenie stupňa profesionalizácie práce s dobrovoľníkmi. Na väčšine (79,3 %) podujatí je riadením dobrovoľníkov poverený vybraný člen organizačného tímu. Len pätina organizácií vytvára pozíciu manažéra dobrovoľníkov, pričom môže ísť o plateného zamestnanca (13,4 %), externého spolupracovníka s vytvorenými pracovnými podmienkami a jasne stanovenou pracovnou náplňou (1,2 %) alebo dobrovoľníka (6,1 %), t. j. jednotlivca, ktorý za svoju prácu nie je platený.

Z hľadiska veľkosti podujatí podľa výsledkov ANOVA neexistuje významný rozdiel v spôsobe koordinácie dobrovoľníkov (p-hodnota<0,05).

Existencia koordinátora je kľúčovým prvkom pri riadení dobrovoľníkov na podujatí a je garantom kvality manažmentu dobrovoľníkov. Príkladom dobrej praxe je najväčší slovenský hudobný festival Pohoda (ktorý sa podľa European Festival Awards každoročne umiestňuje na popredných miestach v kategórii najlepší stredne veľký európsky festival), kde má koordinátor dobrovoľníkov k dispozícii manažerský tím.

Každý dobrovoľník má byť oboznámený s prácou, ktorú bude na podujatí vykonávať. Podľa Brozmanovej Gregorovej et al. (2014, s. 9) je dôležité jasné definovanie a nastavenie potrieb, požiadaviek a povinností dobrovoľníkov. Dobrovoľníci by mali mať určené konkrétne aktivity, prípadne harmonogram povinností a rovnako spôsob ich komunikácie. Pracovnú náplň dobrovoľníkov však špecifikuje len 62,2 % oslovených organizácií (12,2 % v písomnej podobe a 50 % ústne). Existuje pritom signifikantný rozdiel v konkretizácii úloh dobrovoľníkov v závislosti od spôsobu ich koordinácie (p-hodnota=0,016, F=3,658). Pracovná náplň je samozrejmosťou v prípade vytvorenia platenej pozície manažéra dobrovoľníkov.

Pre rozvoj cestovného ruchu v cieľovom mieste je smerodajné, či dobrovoľníci participujúci na zabezpečení podujatia sú miestnymi obyvateľmi, alebo ich možno označiť za dobrovoľníkov v cestovnom ruchu. Kým polovica oslovených organizátorov podujatí spolupracuje len s miestnymi obyvateľmi, druhá polovica využíva aj pomoc dobrovoľníkov v cestovnom ruchu. Závislosť na veľkosti podujatia sa štatisticky (ANOVA) nepreukázala (p-hodnota<0,05). Zisťovali sme, aký je približný podiel dobrovoľníkov v cestovnom ruchu na celkovej počte dobrovoľne pomáhajúcich jednotlivcov. Väčšina respondentov uviedla, že ich participácia je minoritná (tabuľka 5).

**Tabuľka 5:** Podiel dobrovoľníkov v cestovnom ruchu na celkovom počte dobrovoľníkov

| Podiel dobrovoľníkov v cestovnom ruchu | Absolútny počet | Podiel v % | Kumulatívny podiel v % |
|----------------------------------------|-----------------|------------|------------------------|
| do 20 %                                | 32              | 78,0       | 78,0                   |
| do 40 %                                | 3               | 7,3        | 85,4                   |
| do 60 %                                | 5               | 12,2       | 97,6                   |
| do 100 %                               | 1               | 2,4        | 100,0                  |
| Spolu                                  | 41              | 100,0      | -                      |

Prameň: Vlastné spracovanie, 2018.

Absolútnu väčšinu pritom vzhľadom na význam podujatí tvoria účastníci domáceho dobrovoľníckeho cestovného ruchu (97,5 %). Zahraniční dobrovoľníci zvyknú prejavíť záujem o participáciu na podujatí predovšetkým v prípade medzinárodných a svetových podujatí (napr. majstrovstvá sveta v hokeji).

V procese náboru dobrovoľníkov pre potreby podujatia je možné použiť viacero spôsobov oslovovania potenciálnych záujemcov. Za najčastejšie používaný a účinný spôsob získavania dobrovoľníkov v cestovnom ruchu považujú oslovení organizátori podujatí osobné kontakty (37,8 %), sociálne siete (20,7 %) a webovú stránku organizácie, resp. podujatia (12,2 %). V prípade veľkých podujatí s vysokým dopytom po práci dobrovoľníkov, ako je festival Pohoda, je na mieste zriadenie samostatnej webovej stránky pre dobrovoľníkov, prípadne oslovenie potenciálnych dobrovoľníkov plagátmi a prednáškami na stredných a vysokých školách.

Jedným zo znakov kvalitného manažmentu dobrovoľníkov je opakované zapojenie dobrovoľníkov do organizovania podujatia. Zaujímalo nás preto, či sa dobrovoľníci v cestovnom ruchu zúčastňujú na podujatiach organizovaných respondentmi opakovane. Kým 29,3 % pomáha pri zabezpečení podujatia prevažne jednorazovo, viac ako dve tretiny (70,7 %) participujú podľa oslovených organizácií na podujatiach opakovane. Usudzujeme, že ich vykonávaná činnosť naplňa a účasť na vybranom podujatí motivuje. Štatistickú súvislosť medzi opakovanou dobrovoľníckou prácou a veľkosťou či druhom podujatia sa nepodarilo štatisticky preukázať ( $p$ -hodnota < 0,05).

Dôležitou súčasťou riadenia dobrovoľníkov na podujatí je ich hodnotenie a ocenenie prínosu ich práce. Napriek tomu, že dobrovoľnícka činnosť je neplatenou aktivitou, organizácia, v prospech ktorej dobrovoľníci pracujú, by nemala brať ich činnosť ako samozrejmosť a mala by mať premyslené možnosti

rozvoja ďalšej spolupráce. Viaceré oslovené organizácie pritom dobrovoľníkom v cestovnom ruchu poskytujú stravovanie (68,3 %), ubytovanie (19,5 %), resp. preplácajú im cestovné výdavky (2,6 %). Ako to vyplýva z prieskumu Brozmanovej Gregorovej et al. (2014), preplatenie časti nákladov je pritom u dobrovoľníkov vítané. Z ďalších benefitov im ako prejav vďaky a ocenenia za vykonanú prácu ponúkajú oslovené organizácie oblečenie, napr. trička s logom podujatia (43,9 %), voľné vstupenky na podujatie pre priateľov, rodinných príslušníkov ap. (34,1 %) či propagačné materiály partnerov, s ktorými spolupracujú (24,4 %). Kým viacerí oslovení organizátori podujatí poskytujú dobrovoľníkom v cestovnom ruchu v rámci svojich možností viaceré výhody, žiadne benefity neposkytuje len 9,8 %. Predpokladáme, že im svoje uznanie prejavujú poďakovaním a tlmočením pozitívnej spätnej väzby od cieľových skupín podujatia.

## ZÁVER

Organizované podujatia sú významnou súčasťou ponuky cieľových miest, ktorá môže vyvolať účasť na cestovnom ruchu, prípadne vhodne oživiť pobyt v cieľovom mieste a priniesť danému územiu dodatočné príjmy. Podľa Regionalizácie cestovného ruchu v Slovenskej republike (MH SR, 2005) má tretina slovenských regiónov cestovného ruchu Slovenska vysoký alebo dobrý potenciál pre návštevu kultúrnych, športových, obchodných a iných podujatí (vysoký potenciál: bratislavský a horehronský región; dobrý potenciál: strednopovažský, nitriansky, severopovažský, pohronský a košický región). K ich skvalitneniu môžu pritom prispieť dobrovoľníci, t. j. osoby, ktoré na základe svojho slobodného rozhodnutia bez nároku na odmenu vykonávajú pre organizátorov podujatí s ich súhlasom v ich prospech alebo vo verejný prospech dobrovoľnícku činnosť založenú na svojej schopnosti, zručnosti alebo vedomosti mimo svojich pracovných, služobných a študijných povinností.

Napriek rastúcemu záujmu o organizované podujatia spôsobenému migráciou obyvateľstva, kultúrnou dislokáciou a stresujúcim urbanizovaným prostredím (Getz, 2012) a stúpajúcemu trendu dobrovoľníctva, sa v domácej literatúre pozornosť dobrovoľníctvu na organizovaných podujatiach venuje len okrajovo. Cieľom bolo preto preskúmať, do akej miery organizátori podujatí na Slovensku zapájajú do prípravy a realizácie podujatí dobrovoľníkov a zhodnotiť úroveň profesionalizácie práce s dobrovoľníkmi s dôrazom na dobrovoľníkov v cestovnom ruchu. Vychádzali sme pritom z údajov získaných dotazníkovým zisťovaním.

Zo 653 oslovených organizátorov podujatí sa do prieskumu zapojilo 118. Konštatujeme, že dobrovoľníkov angažuje až 70 % z nich. S veľkosťou podujatia rastie aj počet dobrovoľníkov zapojených do jeho prípravy a zabezpečenia. Dobrovoľníci sú pritom pri organizovaní podujatí rozhodujúci najmä v neziskovom sektore.

Určitým znakom profesionalizácie práce s dobrovoľníkmi na podujatí je ich koordinácia. Na väčšine podujatí je riadením dobrovoľníkov poverený vybraný člen organizačného tímu. Pozíciu manažéra, resp. koordinátora dobrovoľníkov deklarovalo len 20 % oslovených organizátorov. Diskutabilné je zistenie, že len 60 % oslovených organizátorov podujatí definuje povinnosti dobrovoľníkov, z toho väčšina len ústne. Je žiaduce, aby dobrovoľníci mali vopred stanovené aktivity a čas ich realizácie.

Polovica oslovených organizátorov podujatí spolupracuje len s dobrovoľníkmi s miestom bydliska v blízkosti miesta konania podujatia, druhá polovica využíva aj pomoc dobrovoľníkov v cestovnom ruchu, čím na seba preberá vybrané úlohy prijímajúcich organizácií dobrovoľníckeho cestovného ruchu. Konštatujeme, že v prípade atraktívnych podujatí s väčším než regionálnym významom by zapojenie dobrovoľníkov v cestovnom ruchu mohlo byť výraznejšie. Usudzujeme, že súčasný stav je parciálne dôsledkom chýbajúcich informácií o manažmente dobrovoľníkov a že prínosom by mohol byť elektronický manuál pre organizátorov podujatí.

V súčasnosti organizátori zapojení do prieskumu oslovujú potenciálnych dobrovoľníkov v cestovnom ruchu najmä prostredníctvom osobných kontaktov a cez sociálne siete. Za úvahu podľa nás stojí aj realizovanie motivačných prednášok na vybraných stredných a vysokých školách, spolupráca s vybranými neziskovými organizáciami združujúcimi dobrovoľníkov (napr. INEX Slovakia) či ponuka dobrovoľníctva na podujatiach ako súčasť teambuildingu.

Dôkazom spokojnosti dobrovoľníkov je ich opakované zapojenie do organizovania podujatia. Pozitívnym je zistenie, že až 70 % respondentov deklarovalo prevažne recidívnu spoluprácu s danými jednotlivcami. Predpokladáme, že to sčasti súvisí s výhodami, ktoré organizátori dobrovoľníkom poskytujú. Tie sú podľa autorov Heldt a Klerby (2014) v súlade s motívmi dobrovoľníckej práce na organizovaných podujatiach (možnosť získať vstupenky na podujatie, propagačné materiály, prípadne oblečenie s logom podujatia). Významným podnetom pre dobrovoľníkov by mohla byť aj možnosť osobného stretnutia so známou osobnosťou, ktorá sa na vybranom podujatí zúčastní či vytvorenie spoločnej skupiny na sociálnej sieti, ktorá by posilnila motív spoznávania nových ľudí, vytvárania priateľstiev, ale aj pocit spolupatričnosti. Keďže v domácej ani zahraničnej literatúre neexistuje komplexná štúdia dobrovoľníctva na organizovaných podujatiach, výsledky realizovaného prieskumu považujeme za originálne. Sú predpokladom ďalšieho hlbšieho skúmania dobrovoľníctva na podujatiach v cestovnom ruchu a vytvorenia odporúčaní pre organizátorov podujatí.

- Ahn, Y-J. (2017). Recruitment of volunteers connected with sports mega-events: A case study of the PyeongChang 2018 Olympic and Paralympic Winter Games. Dostupné z <http://ac.els-cdn.com/>
- Brozmanová Gregorová, A. et al. (2014). Štandardy kvality manažmentu dobrovoľníkov a dobrovoľníčok a odporúčania na prácu s mládežou v oblasti dobrovoľníctva. Banská Bystrica, Slovensko: Centrum dobrovoľníctva a Platforma dobrovoľníckych centier a organizácií.
- Chen, L. J., & Chen, J. S. (2011). The motivations and expectations of international volunteer tourists: A case study of "Chinese Village Traditions". *Tourism Management*, 32(2), 435-442.
- Clemmons, D. (2009). VolunTourism international website. Dostupné z <http://www.voluntourism.org>
- Downward, P. M., & Ralston, R. T. (2006). The sports development potential of sport event. Volunteering: insights from the XVII Manchester Commonwealth Games. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 333-351.
- Gallarza, M. et al. (2013). The value of volunteering in special events: A longitudinal study. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 105-131.
- Getz, D. (2012). *Event studies. Theory, research and policy for planned events*. Oxon, New York: Routledge.
- Hallmann, K. (2015). Modelling the decision to volunteer in organised sports. *Sport Management Review*, 18(3), 448-463.
- Heldt, T., & Klerby, A. (2014). Peace, love and well-being: Volunteering at the Peace & Love Festival in Borlänge, Sweden. In K. A. Smith (Ed.), *Event Volunteering: International perspectives on the event. volunteering experience*. Abingdon, New York: Routledge.
- Kristiansen, E. et al. (2015). We can do it: Community, resistance, social solidarity, and long-term volunteering at a sport event. *Sport Management Review*, 18(2), 256-267.
- Lee, Ch-K. et al. (2014). The influence of volunteer motivation on satisfaction, attitudes, and support for a mega-event. *International Journal of Hospitality Management*, 40(1), 37-48.
- Lee, Y. et al. (2016). The impact of social interaction and team member exchange on sport event volunteer management. *Sport Management Review*, 19(5), 550-562.
- MH SR (2005). *Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike*. Bratislava, Slovensko: Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky.
- Pompurová, K. (2014). *Organizované podujatia ako nástroj dynamizácie cestovného ruchu*. Banská Bystrica, Slovensko: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici – Belianum, Ekonomická fakulta.
- Ralston, R. et al. (2005). The third force in events tourism: volunteers at the XVII Commonwealth Games. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(5), 504-519.
- Strigas, A., & Jackson, N. (2003). Motivating volunteers to serve and succeed: design and results of a pilot study that explores demographics and motivational factors in sport volunteerism. *International Sports Journal*, 7(1), 111-121.
- Tomazos, K., & Butler, R. (2009). Volunteer tourism: the new ecotourism? *Anatolia*, 20(1), 196-212.
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences That Make a Difference*. Oxford, UK: CABI Publishing.
- Wearing, S., & McGehee, N. G. (2013). *International Volunteer Tourism. Intergrating Travellers and Communities*. Oxford : CABI Publishing.

# TRADIČNÁ KULTÚRA A JEJ VYUŽITIE V CESTOVNOM RUCHU NA PRÍKLADE OBCE ŽDIAR

## TRADITIONAL CULTURE AND ITS USE IN TOURISM BASED ON EXAMPLE OF VILLAGE ŽDIAR

Lucia Urbanová<sup>1</sup> & Boris Michalík<sup>2</sup>

Received: February 5, 2018 Accepted: May 30, 2018

<sup>1</sup> Katedra manažmentu kultúry a turizmu, Filozofická fakulta UKF, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovensko,  
e-mail: [lucia.urbanova@ukf.sk](mailto:lucia.urbanova@ukf.sk)

<sup>2</sup> Katedra manažmentu kultúry a turizmu, Filozofická fakulta UKF, Štefánikova 67, 949 74 Nitra, Slovensko,  
e-mail: [bmichalik@ukf.sk](mailto:bmichalik@ukf.sk)

### ABSTRAKT

Cieľom príspevku je prezentovať výsledky výskumu podielu tradičnej kultúry – kultúrnych tradícií na rozvoji turizmu v Ždiari prostredníctvom ich zastúpenia v lokálnych organizovaných podujatiach. Prvý výskum v lokalite prebiehal v novembri a decembri 2017. Informátormi boli predstavitelia obecnej samosprávy, majitelia ubytovacích zariadení, pracovníci lyžiarskych stredísk a rozvojových organizácií. Zistili sme, že kultúrne tradície majú len marginálny podiel na organizovaných podujatiach. Z tvrdení manažérov cestovného ruchu, samosprávy a hotelierov, ktorí sú zároveň organizátormi a obyvateľmi obce bolo zistené, že podstatným dôvodom je nezáujem zo strany účastníkov cestovného ruchu o tento typ podujatí, čo je v rozpore s celkovým charakterom lokality. Tradičná kultúra je však napriek tomu v obci prítomná najmä prostredníctvom architektúry, odevu, špecifického jazyka a ostatkov extenzívneho chovu hospodárskych zvierat.

*Kľúčové slová: Kultúrne dedičstvo. Lyžiarske stredisko. Obyčaj/tradícia. Organizátor. Podujatie.*

### ABSTRACT

Aim of the paper is to present results of research of traditional culture (cultural traditions) cut-in on tourism development in Ždiar through its representation in local events. Research were held on site on november and december 2017. We discussed representatives of local government, owners of accommodation facilities, employees of ski resorts and developing organizations. We found out that cultural traditions have only partial cut-in on organized events. Most important reason of this fact is resistance of tourists on this type of events, what is in collision with character of locality. Despite this traditional culture in Ždiar is represented mainly by architecture, traditional clothes, specific language and rest of extensive stock raising.

*Keywords: Cultural Heritage. Event. Organizer. Ski resort. Tradition.*

Príspevok sa zaoberá mapovaním využitia živých kalendárnych a rodinných kultúrnych tradícií v Ždiari – podtatranskej obce s výraznou turistickou funkciou. Prostredníctvom analýzy kultúrnych podujatí organizovaných samosprávou, tretím sektorom, ubytovacími zariadeniami a lyžiarskymi strediskami sme sa snažili zistiť podiel obyčajových tradícií na rozvoji turizmu v skúmanej lokalite. Príspevok je súčasťou pripravovanej dizertačnej práce, ktorej finálnym výstupom bude porovnanie využívania kultúrnych tradícií vo viacerých sledovaných lokalitách. Cieľom predloženého príspevku je priblížiť súčasný stav riešenej problematiky. V závere dizertačnej práce bude vypracovaná komparácia slúžiaca na hodnotenie využívania kultúrnych tradícií a obyčajov v cestovnom ruchu. Všímať si budeme prvky vytvárajúce konkurencieschopnosť destinácie a tiež limitujúce faktory.

Obec Ždiar leží na úpätí Belianskych Tatier v blízkosti hraníc s Poľskom. Jej poloha neďaleko najväčšieho poľského strediska zimného cestovného ruchu Zakopaného je dôležitou konkurenčnou výhodou. Relatívna odľahlosť od mestských centier, chladná klíma, atraktívny reliéf a špecifická goralská kultúra sú významnými zložkami turistického kapitálu Ždiaru. Pôvodným zamestnaním obyvateľov bolo popri roľníctve pastierstvo, salašníctvo a lesné práce. Masívny rozvoj rekreačného, športového a kultúrneho cestovného ruchu sa začal po roku 1989. Budované a rekonštruované boli lyžiarske strediská Bachledova a Monkova dolina, početné malé ubytovacie zariadenia, niekoľko hotelov, reštauračné a pohostinské prevádzky, komunálna infraštruktúra.

## PREHĽAD LITERATÚRY

Pozornosť zameriavame na pomenovanie podstatných faktorov formovania kultúry v Ždiari. Tie sú determinantom podoby kultúrneho dedičstva v dedine. Tiež sa venujeme teoretickému uchopeniu kalendárnych a rodinných tradícií a vybraným kontextom organizovaných podujatí, ktoré považujeme za relevantné vzhľadom na cieľ príspevku a skúmanú lokalitu.

## FAKTORY FORMOVANIA KULTÚRY V KONTEXTE OBCE ŽDIAR

Formovanie kultúry obcí na Slovensku ovplyvňovali viaceré súvislosti. K najdôležitejším faktorom patrili prírodné a klimatické podmienky aj administratívne členenie krajiny. K nim sa pripájali etnické a konfesijné kontexty, migračné prúdy a kolonizácie, historické udalosti a vplyv okolitých obcí a kultúrnych centier. Dôležitú rolu zohrávalo zamestnanie obyvateľstva. Odrazom uvedených faktorov je umenie, ľudový odev, duchovná kultúra a folklór.

Podľa regionalizácie Slovenska patrí Ždiar do východoslovenskej horskej kultúry karpatského oblúka a do kultúrneho regiónu Spiš. Spiš leží v severovýchodnej časti Slovenska v oblasti Popradskej a Hornádskej kotliny a doliny Hnilca s príľahlými pohoriami. Od západu región lemujú Vysoké Tatry, od Severu Spišská Magura, z južnej strany Levočské vrchy a Branisko a čiastočne zasahuje aj do Slovenského rudohoria (Beňušková, 2005, s. 173). Región má hornatý charakter. Historicky je rozdelený na horný a dolný Spiš. Toto členenie bolo odvodené od tokov riek Poprad a Hornád. Ždiar patrí do horného Spiša a práve Belianske Tatry výrazne ovplyvnili formovanie obce do dnešnej podoby. Geografické podmienky umožnili vystavať reťazovú dedinu v údolí popri ceste, ktorá v úbočiach prechádza do rozptýlenej formy (Kolektív, 1998, s. 313).

Geografické podmienky a málo úrodná pôda neprišli poľnohospodárstvu. Okolie Belianskych Tatier osídlili najskôr pastieri. Územie osídlili v 15. – 16. storočí najmä rusínski a goralskí valasi, ktorí využívali vysokohorské pasienky na salašníctvo, pasenie dobytky a vytvorili jedinečné formy ľudovej architektúry a umenia. Goralské obyvateľstvo tvorí podstatnú časť v 34 obciach zoskupených v severnom-kompaktnom subregióne a v južnom – v údolí rieky Poprad. Charakteristickou goralskou obcou je práve Ždiar. Gorali sa od ostatného obyvateľstva odlišujú nárečím, odevom, staviteľstvom a folklórom. V severnom Spiši sa hlásia k rímskokatolíckemu vierovyznaniu. Ždiar bol v roku 1979 vyhlásený za pamiatkovú rezerváciu ľudovej architektúry (Beňušková, 2005, s. 174-175).

Úroveň aktuálneho sociálneho rozvoja obce charakterizuje viacero ukazovateľov. Medzi takéto ukazovatele patrí demografická situácia a zloženie obyvateľstva. Pre demografický vývoj je vo všeobecnosti charakteristický znižujúci sa prirodzený prírastok obyvateľstva a starnutie populácie. V prípade obce Ždiar môžeme ale tvrdiť, že situácia, ktorá sa týka vývoja počtu trvalo bývajúcего obyvateľstva je pozitívna. Nakoľko počet obyvateľov obce v posledných rokoch vzrástol (noví obyvatelia, ktorí sa v obci nenarodili, ale sa do obce prisťahovali) a pomer obyvateľov mužského a ženského pohlavia ostáva približne zachovaný. Počet obyvateľov (podľa štatistického úradu z roku 2014) v obci Ždiar je 1382 obyvateľov z čoho je 680 mužov a 702 žien ([staryweb.zdiar.sk](http://staryweb.zdiar.sk)).

V roku 2011 bola štruktúra zamestnanosti v obci Ždiar na základe údajov zo Štatistického úradu nasledovná. Najviac obyvateľov obce pracovalo v sektore poľnohospodárstva, veľkoobchodu a maloobchodu, priemyslu, stavebníctva a ubytovacích a stravovacích služieb. Tieto údaje sú logickým vyústením podmienok a lokality v ktorej sa obec Ždiar nachádza a čo môže ponúknuť obyvateľom a návštevníkom. Obyvatelia obce Ždiar sa od druhej polovice 20. storočia v prevažnej miere zamestnávajú v oblasti cestovného ruchu, ktorý je najväčším zdrojom príjmov v tejto podhorskej obci. Pracujú väčšinou ako zamestnanci prípadne majitelia ubytovacích zariadení. Ďalšia skupina obyvateľov je zamestnaná alebo podniká v lesoch ako lesní robotníci. Iní za prácou dochádzajú do okolitých miest. V poslednom období sa v obci mení vzdelanostná úroveň ([staryweb.zdiar.sk](http://staryweb.zdiar.sk)).

Rozvoj cestovného ruchu v súčasnosti generuje masívny nárast návštevnosti. V septembri 2017 bol v obci (časť Bachledova dolina) otvorený nový objekt/projekt – „Chodník korunami stromov“. Podľa generálneho riaditeľa lyžiarskeho strediska Bachledova Ski&Sun Dušana Šišku to vyvolalo veľký nárast účastníkov cestovného ruchu v priebehu niekoľkých dní. Chodník sa otváral prvý septembrový týždeň a ku dňu 24.11.2017 ho navštívilo 75 000 návštevníkov. Tretí víkend zaznamenali najvyššiu návštevnosť a to 7 000 návštevníkov za jeden deň. Nasledujúcu sezónu očakávajú ešte väčší nárast turistov. Prevádzku im umožní pokrytý plnohodnotná rekonštrukcia lanovky, ktorá bude poskytovať vyššiu prepravnú kapacitu za hodinu (pôvodný stav bol 350 osôb za hodinu a po novom by mala byť kapacita vyše 1000 osôb za hodinu; Šiška, 2017).

## OBYČAJOVÉ TRADÍCIE

Predmetom príspevku nie je komplexný odraz a analýza kultúrnych tradícií, ale limitovaný výber javov využívaných v cestovnom ruchu obce Ždiar. Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska (1995, s. 124) uvádza, že obyčaj chápeme ako tradíciou určený spôsob sociálneho správania sa ľudí, ktorý je v spoločnosti všeobecne prijatý, rozšírený a ustálený. Opakuje sa v každodenných situáciách, ale najmä pri významných momentoch v živote človeka, v spoločnosti a v prírode. Podľa sféry pôsobnosti sa obyčaje rozdeľujú na: kalendárne obyčaje – úzko späté s cyklom života a s prírodou; pracovné obyčaje – súvisia s prácou; spoločenské obyčaje – súvisia so spoločenským životom; právne obyčaje – tzv. obyčajové právo; rodinné obyčaje – je to zaužívané pomenovanie komplexu obyčají ako súčasti prelomových momentov v živote človeka (narodenie, dospievanie, uzavretie manželstva, úmrtie; Botíková et al., 1997).

Jednotlivé vrstvy spoločnosti majú okrem nich ešte vlastné obyčaje, ktoré odrážajú výnimočnosť ich pracovnej činnosti a spôsobu života: pastierske, remeselnícke, banícke, žiacke a študentské obyčaje (beánie). Ich funkcia sa stále znižuje, napriek tomu si zachovávajú svoje opodstatnenie aj v súčasnosti ako prostriedok sociálnej komunikácie (Kolektív, 1995, s. 426).

Pre náš výskum sú podstatné tie obyčajové tradície, ktoré sú využiteľné v cestovnom ruchu. Za ne považujeme kalendárne a rodinné obyčaje, ktoré najmä v tradičnom prostredí nadobúdajú špecifické realizačné formy. Potenciálne využiteľné sú prevažne tie javy, ktoré sú aj v súčasnosti prirodzene tradované. Čiastočný význam majú aj zaniknuté formy obyčajov, ak ich predstavitelia zodpovedných inštitúcií dokážu primerane zrekonštruovať. Botík (2005, s. 72-73) o problematike hovorí: „Živá a v autentickom prostredí dosiaľ pretrvávajúca tradičná kultúra patrí sice k atraktívnym a turistami vyhľadávaným, nie však jediným prejavom, ktoré im môžeme ponúknuť a tak ich zaujať.“ Z uvedeného vyplýva, že obyčajové tradície môžu byť vo forme organizovaných podujatí súčasťou ponuky cieľového miesta, no bolo by naivné predpokladať, že sa môžu stať najpodstatnejšou konkurenčnou výhodou.

## ORGANIZOVANÉ PODUJATIA

Organizované podujatia majú rôznorodý charakter. Ich množstvo, štruktúra, program aj návštevnosť závisia od miesta, kde sa realizujú. Tie, ktoré sú viazané na atraktívnu primárnu, prípadne aj sekundárnu ponuku, majú význam z hľadiska turizmu. Ako uvádza Pompurová (2012, s. 150), organizované podujatia považujú respondenti jej výskumu spolu s tradičným spôsobom života domáceho obyvateľstva za najmenej atraktívne súčasti primárnej ponuky Slovenska. Výsledky nášho bádania tento fakt čiastočne potvrdili, pričom zdôrazňujeme, že neboli využité kvantitatívne výskumné metódy.

V súlade s Vaníčkom (2008, s. 6) zdôrazňujeme, že vyhlásenie obce za pamiatkovú rezerváciu ľudovej architektúry je predpokladom jej zviditeľnenia na turistických mapách. Z nášho pohľadu hrá tento fakt len malú rolu v cestovnom ruchu Ždiaru, najmä v kontexte súčasnej masívnej výstavby malých ubytovacích zariadení, ktoré nekorešpondujú s prvkami tradičného staviteľstva. Organizované podujatia v obci len málo súvisia s kultúrnymi špecifikami lokality.

Pritom nielen Zelenka (2010, s. 174 - 175) považuje zlepšenie imidžu miestnych podujatí za dôležitú súčasť marketingu destinácie. Slabá propagácia podujatí teda situáciu nezlepšuje, skôr zdôrazňuje neefektívnosť vynaložených prostriedkov. Pompurová (2014, s. 204 - 205) hovorí, že na miestnej úrovni by koordináciu a propagáciu organizovaných podujatí mala zabezpečiť obec, v širšom priestore Oblastná organizácia cestovného ruchu. S týmto tvrdením nie je problém súhlasiť. Realita je však často iná. Ekonomická sila mnohých samospráv neumožňuje zamestnávať špecialistov na rôzne odbory (v tomto prípade marketing, resp. cestovný ruch), resp. zamestnanci obecných úradov nemajú vzhľadom na kumuláciu pracovných činností dostatok priestoru venovať sa primerane otázkam marketingu cieľového miesta.

## DÁTA A METÓDY

Cieľom nášho výskumu bolo skúmať význam tradičnej kultúry – kultúrnych tradícií pre rozvoj turizmu v Ždiari prostredníctvom ich zastúpenia v lokálnych organizovaných podujatiach. Hypotézu sme nestanovili, no vzhľadom na cieľ výskumu je pochopiteľné, že sme očakávali pozitívne zistenia ohľadom využitia kultúrnych tradícií v cestovnom ruchu obce Ždiar. Výskum prebiehal v novembri

a decembri 2017 formou voľných rozhovorov, zúčastneného a nezúčastneného pozorovania. Informátormi boli predstavitelia obecnej samosprávy, majitelia ubytovacích zariadení, pracovníci lyžiarskych stredísk a rozvojových organizácií. Využili sme aj štatistické údaje obecnej samosprávy. Získaný materiál sme analyzovali a porovnávali s publikovanými informáciami o podobných lokalitách. Výsledkom je úroveň zovšeobecnení, ktoré prinášame v ďalšej kapitole.

## VÝSLEDKY A DISKUSIA

V súvislosti s cieľmi príspevku predstavíme niektoré existujúce kultúrne tradície v Ždiari. Najskôr sa budeme venovať podujatiu, ktoré sa viažu na tradičnú kultúru, kalendárne či rodinné obyčaje. Následne predstavíme aj podujatia, ktoré nemajú analógiu na obyčajové tradície, no sú súčasťou kalendária podujatí v skúmanej lokalite. Zároveň zaujímavo kontrastujú s napĺňaním hlavného cieľa tohto príspevku a poukazujú na význam tradičných podujatí v Ždiari.

### PODUJATIA KORELUJÚCE S OBYČAJOVÝMI TRADÍCIAMI

V predchádzajúcich obdobiach boli bohaté najmä rodinné obyčaje. Budúci manželia absolvovali v období pred svadbou troje ohlášky, dnes sa táto obyčaj realizuje len raz v nedeľu pred svadbou – „kuliky“. Do kostola prichádzajú v tradičnom odeve. V rámci svadby sú dodnes aktuálne odobierky, odpytovanie mladých, obyčaje po príchode zo sobáša a pri čepčení nevesty.

Zachovávajú sa aj obyčaje pri príležitosti 1. svätého prijímania. Všetky deti s rodičmi, krstnými aj starými rodičmi prichádzajú do kostola v ždiarskom kroji. Tento jav je obľúbený aj u turistov. Udalosť však nie je propagovaná a v prípade jej sledovania turistami ide skôr o náhodu, než cieľ. Z kalendárnych obyčají je počas veľkonočných sviatkov zaužívané tzv. strázenie Božieho hrobu v kostole, vplyvom turizmu sa zmodernizovala veľkonočná oblievačka, ktorá nadobudla charakteristické črty zo západoslovenskej kultúrnej oblasti. Možno považovať za prirodzený jav, že oblievačku (prípadne šibačku) realizujú aj účastníci cestovného ruchu prítomní v dedine vo Veľkonočný pondelok (u turistov nie sú, pochopiteľne, zaužívané obchôdzky po obci). Máje dodnes stavajú žiaci základnej školy na Turíce, podujatie však nemá turistický charakter. Slávenie sviatku sv. Mikuláša

prebieha formou sv. omše v kostole a následne sa v obci rozsvieti vianočný stromček. Aktivita je určená domácim obyvateľom. Počas Vianoc chodia chlapci aj členovia detského folklórneho súboru Ždiaranček s betlehemom, formou obchôdzok vinšujú na Štedrý deň, na Nový rok aj na sviatok Troch kráľov. Polnočnej omše sa zúčastňujú miestni obyvatelia a turisti. Počas svätej omše na Božie narodenie prebieha v chráme Nanebovzatia panny Márie pásma kolied, betlehemských hier. V kostole je živý betlehem s občerstvením. Toto podujatie organizuje Občianske združenie Spolok dedičstva goralov s detským súborom Ždiaranček a v spolupráci sponzorov (Penzión Kamzík, Penzión Aja, Wellness Penzión Strachan\*\*\*, Hotel Bachledka Strachan\*\*\*\*, Hotel Magura\*\*).

Tradičné štefanské zábavy sa neorganizujú inštitucionalizovane. Realizujú ich iba hoteliéri individuálne vo svojich ubytovacích zariadeniach. Rovnako aj Silvester a oslavy príchodu nového roka sa konajú jednotlivo v ubytovacích zariadeniach. Možno konštatovať, že za tento fakt môže aj absencia centrálneho priestoru v obci (napr. námestia), mimoriadna dĺžka dediny a nekompaktnosť osídlenia (vzdialenosť medzi ubytovacími zariadeniami).

V základnej škole je pre žiakov počas vyučovania organizovaná napríklad Vianočná akadémia, pripomínajú si tiež sviatok sv. Lucie, pečú veľkonočného barančka, vyrábajú kraslice. Vzhľadom na činnosť školy by bolo možné uvažovať o koordinácii týchto aktivít s obecnou samosprávou a zapojenie turistov do ich realizácie.

## SÚČASNÉ KULTÚRNE PODUJATIA

Najväčším problémom pri organizovaní podujatí v obci je absencia kultúrneho domu. Väčšinou sú orientované na miestne obyvateľstvo, menej na účastníkov cestovného ruchu, ktorý je v posledných rokoch najväčším zdrojom príjmov. Tieto nedostatky sa snažia riešiť vlastnými aktivitami miestni prevádzkovatelia ubytovacích zariadení a najmä lyžiarske strediská Strednica, Ski & Sun Bachledova dolina, Hotel Magura s lyžiarskym strediskom v Monkovej doline a ubytovacie zariadenie Wellness Penzión Strachan\*\*\* s lyžiarskym vlekom a sedačkovou lanovkou. Spomínané ubytovacie zariadenia disponujú tiež infraštruktúrou, ktorá podmieňuje vyšší záujem účastníkov cestovného ruchu (lyžiarske vleky). Rovnako úzko spolupracujú so samosprávou obce na organizovaní kultúrnych podujatí (predovšetkým poskytujú svoje priestory na

podujatia organizované obcou a rovnako podujatia aj finančne, materiálne či propagačne podporujú).

Hotel Magura je najväčším ubytovacím zariadením s veľkou spoločenskou miestnosťou. Má vhodné priestory na organizovanie aj väčších kultúrnych podujatí. Pravidelne pripravuje Goralský ples (v roku 2018 ôsmykrát). V rovnakých priestoroch býva Katarínska zábava pre rodičov detí materskej a základnej školy.

V exteriéri hotela v Monkovej doline sa organizujú najmä športové podujatia. Niekoľkokrát do roka sa tu konajú privátne futbalové turnaje. Hotel len prenajíma svoje priestory. Areál hotela disponuje lyžiarskym strediskom, futbalovým ihriskom a detským ihriskom. Tieto priestory sú využívané počas lyžiarskej sezóny a v lete pre firemné podujatia. Pravidelne sa opakujúcim podujatím v hoteli Magura je Zraz záchranárov. Program pre verejnosť tvoria ukážky záchranných akcií a možnosť prakticky si vyskúšať riešenie krízových situácií.

Hotel poskytuje priestory pre oslavy Medzinárodného dňa detí. Každoročne v júni hotel Magura spolupracuje na cyklistických pretekoch Okolo Tatier. Do hotela prichádza približne 600 účastníkov. V roku 2017 sa uskutočnil už 50. ročník pretekov. Počas sezóny sa pre ubytovaných hostí organizujú animačné programy (Strišovská, 2017).

Ski & Sun Bachledova dolina je spoluorganizátorom jedného pravidelného podujatia. Finále slovenského pohára žiakov v lyžovaní v Bachledovej doline organizuje stredisko každý rok. Termíny určuje Slovenská lyžiarska asociácia. Príprava aj termín závisí od aktuálnych snehových podmienok. Stredisko sa snažilo pripraviť počas letnej sezóny preteky v horskej cyklistike vo vybudovanom letnom bike parku. Nestreli sa s väčším záujmom účastníkov napriek tomu, že do príprav bol zapojený Filip Polc, ktorý projektoval všetky trate. Aktuálne sa uvažuje o zrušení niektorých náročných cyklistických tratí kvôli slabému využitiu. V spolupráci s Filipom Polcom boli zorganizované aj zimné preteky SnowScut, pričom na projekte spolupracoval aj známy sponzor adrenalinových podujatí Redbull. Pre súťažiacich aj pre návštevníkov boli pripravené viaceré kultúrne a sprievodné podujatia. Akcia sa tiež nestretla so záujmom. Vyskytli sa skôr negatívne ohlasy zo strany lyžiarov, ktorým nevyhovovalo čiastočné zabratie zjazdovej trate počas podujatia (Šiška, 2017).

Podobné podujatia organizuje vo svojom stredisku počas zimnej sezóny aj lyžiarske stredisko Strachan, ktoré je súčasťou ubytovacieho zariadenia Wellness Penzión Strachan\*\*\*. Podujatia majú komerčný charakter. Návštevnosť a atmosféru na svahu pravidelne využívajú rôzni reklamní partneri strediska, napr. Jägermeister, Redbull, Becherovka, Rossignol. Každý týždeň prebieha iná reklamná akcia. V posledných rokoch organizujú v letných mesiacoch rezbárske sympóziu. V roku 2017 sa uskutočnil 4. ročník. Nejedná sa však o pravidelné podujatie.

Príležitostné podujatia organizuje aj OZ Spolok Goralského dedičstva, väčšinou v spolupráci s Folklórnou skupinou Goral a Detským folklórnym súborom Ždiaranček. Občianske združenie však vzniklo len začiatkom roka 2017 a jeho plánované podujatia sú stále vo forme postupnej prípravy, najmä zabezpečovania finančného krytia aktivít.

Možno konštatovať, že lyžiarske strediská a ubytovacie zariadenia organizujú podujatia pomerne nepravidelne a neplánovane. Len v niekoľkých horeuvedených prípadoch sa im ich podarilo zopakovať. Čo je však prekvapivé, ani jedno lyžiarske stredisko v Ždiari neorganizuje podujatia k otvoreniu alebo ukončeniu lyžiarskej sezóny. Aktuálne je využívanie kultúrnych tradícií v lyžiarskych strediskách zanedbateľné.

Ubytovacie zariadenia pripravujú podujatia výhradne pre ubytovaných hostí - „na kľúč“. Väčšina podujatí sa organizuje s predstihom maximálne 2-3 týždne na základe obsadenosti a vyťaženia ubytovacích kapacít.

Na organizovaní podujatí sa podieľa aj obecná samospráva Ždiaru. Ide o podujatia, ktoré sú určené prevažne domácim obyvateľom. Z dôvodu kompletizácie informácií o organizovaných podujatiach uvádzame kalendárium oficiálnych kultúrnych a športových podujatí v Ždiari v roku 2017:

- Január - Hokejový turnaj ( ihrisko za miestnou Farou)
- Február - Reprezentačný ples Goralov (Hotel Magura – Monková dolina)
- Apríl - Posedenie s dôchodcami (vždy iné ubytovacie zariadenie)
- Máj - Privítanie novonarodených detí (narodených v predchádzajúcom roku)
- Jún - Medzinárodný deň detí

- Júl - Hasičské preteky (Hotel Magura – Monková dolina)
- August - Preteky konských záprahov (Strednica)  
Goralské folklórne slávnosti (2 dni)  
Sv. Omša na Žlebne
- September - Letný futbalový turnaj  
(Hotel Magura – Monková dolina)  
Belianska 25 – cyklomaratón  
Spišská Belá – Ždiar  
Goral na Gory
- November - Stretnutie s podnikateľmi –  
výchova obyvateľstva k rozvoju  
turizmu  
Posedenie s dôchodcami (vždy iné  
ubytovacie zariadenie)
- December - Mikuláš – rozsvietenie vianočného  
stromčeka

## CESTOVNÝ RUCH V ŽDIARI V KONTEXTE PRÍTOMNÝCH JAVOV TRADIČNEJ KULTÚRY

Etnická pestrosť obyvateľov Spiša a rázovitej obce Ždiar sa prejavila najmä v architektúre, odeve a textíliách, v špecifickom goralskom nárečí a piesňovom folklóre. Ždiarskemu folklóru dominuje goralská hudba (husle a basa) s autentickým dynamickým tancom, mužskom zbojníckom tanci v kruhu, originálnych pastierskych hrách, či humornej naháňačke kotke. Dôstojnosťou vyniká pri pomalých svadobných tancoch rovny.

Pôvodné tradície sa snaží zachovávať a prezentovať Folklórna skupina Goral a folkloristi všetkých vekových skupín. Najviac príležitostí majú počas Goralských folklórnych slávností, ktoré v obci organizujú od roku 1994 a sú najnavštevovanejším podujatím. Program sa koná pod Ždiarskou vidlou a Havranom v areáli lyžiarskeho strediska Strednica. Obidva dni sa začínajú sv. omšou. Miestni obyvatelia sú počas podujatia odetí v tradičnom odeve, ktorý je výrazne odlišný od okolitých lokálnych spoločenstiev, najmä od nemeckých, hojne zastúpeným zeleným a červeným dekorom. Tieto farby dominujú aj v interiéroch obydlí.

Ľudový odev v obci Ždiar má veľa podobných prvkov z goralských obcí z regiónu Orava. Dominantou mužského odevu sú biele súkenné nohavice – portki, ktoré sú zdobené modročervenou šnúrkou a vesta – serdok z ovčej kože, ktorá je z vonkajšej strany farbená na hnedo, bohato zdobená výšivkou, ktorá sa nazýva makov. Charakteristický je najmä mužský

klobúk, zdobený mušličkami a perom (ide o jeden z najsľavnejších suvenírov Vysokých Tatier). Ženský odev má rôzne varianty. Tvorí ho košeľa so širokými rukávami, živôtik spojený so spodnou sukňou, na ktorú sa opáše čierna vrchná sukňa po okraji zdobená bielou čipkou. Ženy nosia okrem čierneho kroja aj slávnostný kroj s bielou sukňou. Vydaté ženy nosili bohato zdobené čepce. Vo všeobecnosti sa na Spiši rozoznávajú tzv. ruské, katolícke a poľské čepce. Tradičný odev je v súčasnosti využívaný najmä ako slávnostný. Muži aj ženy ho používajú pri všetkých významnejších podujatiach – krst, 1. sv. prijímanie, svadba, ples, pohreb, ale aj pri návšteve kostola počas významných kalendárnych sviatkov (Veľká noc, Vianoce).

Najvýraznejším prvkom tradičnej kultúry v Ždiari je ľudové stavitelstvo. V obci sa nachádzajú dva dispozične rôzne riešené zrubové domy: ždiarsky, s asymetricky radenými priestormi a poľský so vstupným pitvorom umiestneným v strede dispozície. Zrubové obytné domy spolu s hospodárskymi stavbami vytvárajú átriá. V zadnej časti dvora rovnobežne s domom je stodola a po bočných stranách menšie hospodárske objekty. (Beňušková, 2005, s. 176-177). Pôvodný farebný kolorit zástavby dokresľoval svetlomodrá náter, machom a hlinou špárované výplne medzi brvnami v obytnej časti a červené okenné rámy. Dopĺňa ich jednoduchý biely ornament. V súčasnosti je v obci 183 pamiatkovo chránených objektov. Isteže by bolo naivné myslieť si, že tieto domy slúžia turistom.

Vplyvom výrazného počtu návštevníkov zaznamenala obec prudký stavebný rozvoj. Dôvodom bolo získať čo najviac bytových priestorov kvôli narastajúcemu záujmu turistov. Majitelia mnohé domy rekonštruovali a upravili aj na úkor historických a architektonických hodnôt. V minulosti bolo vypracovaných niekoľko štúdií na prestavbu obce tak, aby sa podarilo zachovať charakter pôvodnej goralskej dediny. Tieto zámery sa ale nikdy nepodarilo zrealizovať. Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry v Ždiari pozostáva z nasledovných častí: západná – Horný koniec, východná časť, Bachledova dolina, Blaščacká dolina a Antošovský vrch ([pamiatky.sk](http://pamiatky.sk)).

Pamiatkové zóny podliehajú priamo pod pamiatkový úrad, ktorý podľa svojich noriem schvaľuje prestavby a nové stavby. V mnohých prípadoch však sotva možno hovoriť o pôvodnej goralskej architektúre. Destinační manažéri sami priznávajú, že jednoduchšou formou ako dodržanie noriem je

zaplatenie pokuty stavebnému a pamiatkovému úradu, čím strácajú konkurenčnú výhodu pred inými destináciami cestovného ruchu. Najnovšie stavby/ubytovacie zariadenia v obci sa svojím architektonickým stvárnením podobajú najviac na poľskú architektúru Zakopaného a okolia.

V Ždiari je možnosť ubytovať sa v 29 penziónoch, 31 privátoch, 16 chatách a dvoch hoteloch. Kapacita týchto ubytovacích zariadení je približne okolo 3000 lôžok ([staryweb.zdiar.sk](http://staryweb.zdiar.sk), [zdiar.sk](http://zdiar.sk)). Aktuálny stav sa mení. V sezóne (leto a zima), sú kapacity úplne vyčerpané a majitelia ubytovacích zariadení majú ubytovacie zariadenia plne obsadené. Práve tento fakt podmieňuje výstavbu nových ubytovacích kapacít. Podľa tvrdení prevádzkovateľov je ich v sezóne stále nedostatok. Každý rok v obci pridubnú nové ubytovacie zariadenia (Doyle, 2017). Minimum z nich však rešpektuje lokálnu tradičnú architektúru. Rozvoj turizmu v Ždiari v 20. storočí vyvolal potrebu prezentácie pôvodného spôsobu ždiarskeho života. V roku 1971 obec za týmto účelom zriadila Ždiarsky dom ako muzeálny objekt prezentujúci exteriér a interiér typického ždiarskeho obydľia. Objekt bol postavený podľa vzorov pôvodných dreveníc z roku 1911 a 1914. V obytnej časti je stála expozícia (pracovné nástroje, nábytok, najmä však rôzne obmeny ľudového odevu, hračky, známe husle zlobcoky). Expozíciu pre narastajúci rozvoj cestovného ruchu postupne dopĺňajú. V hospodárskej časti je od roku 1973 vybudovaná reštaurácia, ktorá zvýšila dovtedy nedostatočnú kapacitu stravovacích zariadení v Ždiari. Obsluha je oblečená v štylizovanom pracovnom ždiarskom kroji v tzv. šohajdách ([muzeum.sk](http://muzeum.sk)).

V súčasnosti je základnou úlohou múzea zhromažďovať a uchovávať hmotné dedičstvo obce. V minulosti bolo múzeum v prenájme súkromnej osoby, čo na istý čas spôsobilo jeho stagnáciu. Od roku 2017 patrí múzeum novozaloženému občianskemu združeniu Spolok goralského dedičstva.

Najväčšou atrakciou múzea paradoxne nie je exponát, ale imitácia tradičnej ždiarskej svadby. Prispôbena býva konkrétnej skupine návštevníkov. Po svadbe čaká „novomanželov“ jazda na konskom záprahu, ktorý je pre túto oblasť typický. Záprah ich prevezie po blízkom okolí a výlet končí pri reštauračnom zariadení, kde nasleduje ochutnávka miestnych gastronomických špecialít a degustácia tradičných nápojov. Niektoré prvky svadby sú prevzaté od poľských goralov.

Vzhľad a úroveň destinácií cestovného ruchu súvisí s ich postupným vývojom. Prírodné podmienky ovplyvnili spôsob života aj všetky kategórie kultúry. Prvky tradičnej architektúry sú na prvý pohľad charakteristickou črtou strediska, no kultúrne tradície sú prezentované aj prostredníctvom organizovaných podujatí. Pripravujú ich miestne samosprávy, lyžiarske strediská, ubytovacie zariadenia a iné subjekty.

Výnimočnosť Ždiaru spočíva okrem lákavého prírodného prostredia, kvality športových stredísk a rôznych atrakcií predovšetkým v jeho svojráznej ľudovej kultúre. O jej špecifikách sme sa zmienili vyššie. Nespomenuli sme však tradičnú gastronómiu. Počas výskumu sme sa nestretli so žiadnym typicky gastronomickým podujatím. Pritom napríklad Wellness penzión Strachan ponúka vlastný destilát z čučoriedok, tzv. Strachanovicu. Súčasťou ponuky mnohých zariadení sú halušky na rôzne spôsoby, pirohy, šúľance či zabíjačkové špeciality. Zdá sa nám, že aspekt gastronómie je jednou z ciest, ktorá by mohla rozšíriť ponuku organizovaných podujatí v obci pri zachovaní komplexnej autenticity. Práve autenticita miesta je dnes aktuálnym trendom v cestovnom ruchu a dôležitou konkurenčnou výhodou (porovnaj Kompasová 2017, s. 178).

Pravdepodobne najväčším negatívom súčasného Ždiaru je slabá propagácia a prezentácia vlastných konkurenčných výhod. Ako slabú stránku vnímame aj nedostatočnú spoluprácu miestnych inštitúcií so všetkými strediskami a subjektami cestovného ruchu. Možno konštatovať, že kvalitný destinačný manažment v tejto lokalite je schopný zachovávať a efektívne využívať tradičnú kultúru pre turizmus.

Angažovanosť kultúrneho dedičstva v cestovnom ruchu sa chápe ako základný prvok úspešných výsledkov ochrany. Zdieľaná vízia poskytuje základ pre spoločné snaženie, vývoj partnerstiev a zapojenie verejnosti do manažmentu destinácie. Realizuje sa integrácia kritérií trvalo udržateľného cestovného ruchu. Zapojenie cestovného ruchu je dôležité pre rozvoj a realizáciu plánov ochrany kultúrneho dedičstva a jeho prezentáciu. Cestovný ruch zohráva dôležitú rolu v budovaní povedomia o výnimočnej univerzálnej hodnote kultúrneho dedičstva v danej lokalite. Zvyšovanie povedomia predstaviteľov odvetvia o význame jeho ochrany pomáha pri koordinácii rozvoja destinácie a napomáha manažérom a marketérom pri riešení množstva problémov. Podpora poskytnutá predstaviteľmi

cestovného ruchu predstavuje podporu pre ochranárske úsilie, mení politiku spolupracujúcich subjektov a motivuje návštevníkov, aby prispievali k ochrane kultúrneho dedičstva.

Medzi dôležité prvky nových rozvojových plánov patrí prezentovanie realistického obrazu lokality, popis úsilia subjektov o koordinovaný rozvoj, vzdelávanie o minimalizácii vplyvu návštevníkov a poskytovanie informácií o tom, ako prispieť k ochrane lokality. Pochopenie hodnotového reťazca cestovného ruchu a kultúrnych hodnôt poskytuje manažérom, marketérom a všetkým zúčastneným subjektom v lokalite nástroj na identifikovanie prekážok, tvorbu kompromisov medzi konfliktnými záujmami a využívanie príležitostí na kvalitnejšie zážitky návštevníkov a tvorbu multiplikačného efektu. Cestovný ruch naviazaný na kultúrne dedičstvo je aktivitou náročnou na informácie, znalosť a porozumenie kultúrnych hodnôt lokality a problémov riadenia destinácie. Tiež však musí rešpektovať súčasné trendy cestovania a požiadavky turistov. Tieto poznatky sú kľúčové pre rozvoj efektívnych vstupných bodov pre spoluprácu a koordináciu medzi odvetvím cestovného ruchu, manažmentom kultúry, ako aj aktivitami miestneho rozvoja. Partnerstvá v rámci cestovného ruchu vyvíjajú tvorivé mechanizmy, ktoré nesú potenciál získavať finančné zdroje pre úsilie o ochranu lokality kultúrneho dedičstva. Označenie oblasti za lokalitu kultúrneho dedičstva privádza podnikateľov a samosprávu k podpore krokov, ktoré zvýšia prezentovanie kultúry lokality a zabezpečia rozvoj v súlade s ochranou tohto charakteru ponuky cestovného ruchu (Kurpaš, Zima, 2016, s. 147 – 148). Reciprocita - ochrana kultúrneho dedičstva a jeho využívanie v kontextoch cestovného ruchu je celosvetovým trendom prispievajúcim k atraktivite destinácie a tvorbe komplexného zážitku turistu.

Krátkodobým terénnym výskumom sme zistili, že kultúrne tradície majú len marginálny podiel na organizovaných podujatiach v Ždiari. Závery vyplývajú z tvrdení manažérov cestovného ruchu, samosprávy a hotelierov, ktorí sú zároveň organizátormi a obyvateľmi obce od ktorých bolo zistené, že podstatným dôvodom je nezáujem zo strany účastníkov cestovného ruchu o tento typ podujatí, čo je v rozpore s celkovým charakterom lokality. Na základe čoho je pravidelne opakujúcich podujatí iba minimálne množstvo. Tradičná kultúra je v obci prítomná najmä prostredníctvom architektúry (napr. obecné múzeum situované v pôvodnom objekte), odevu, špecifického jazyka (goralčina) a ostatkov extenzívneho chovu hospodárskych zvierat.

V rázovitej goralskej obci Ždiar je badateľný podiel tradičnej kultúry na organizovaných podujatiach. Motívom nie je len primárna orientácia na uspokojovanie potrieb cestovného ruchu, ale vo veľkej miere domáceho obyvateľstva. To sa viac či menej dobrovoľne, zčasti latentne podieľa na manifestácii prvkov tradičnej kultúry obce (napr. ľudový odev počas podujatí, účasť na folklórnom festivale, goralčina používaná v hovorovej reči).

Pre turistov sú organizované najmä masové, moderne zamerané podujatia bez naviazanosti na tradičnú kultúru. Tie majú skôr negatívny dopad na miestnu kultúru, ktorá sa začína účastníkovi cestovného ruchu nepriamo prispôsobovať. Nedostatočné využívanie kultúrnej ponuky v kontexte cestovného ruchu možno pripísať neadekvátnej úrovni spolupráce (alebo nezájmu) jednotlivých subjektov.

Problematicke organizovaných podujatí s tematikou tradičnej kultúry sa budeme podrobnejšie venovať v rámci ďalších pripravovaných terénnych výskumov v Ždiari (letná sezóna 2018) aj v iných lokalitách (Donovaly, Jasná a Zakopané). Výskumy budú pozostávať predovšetkým z mapovania súčasného stavu implementácie kultúrnych tradícií, účasti na kultúrnych podujatiach, rozhovoroch so zainteresovanými a skúmania intenzity výskytu tradičnej kultúry v cestovnom ruchu. Najbližší výskum bude prebiehať v Ždiari v letnej sezóne 2018. V tomto období bude možné sa stretnúť priamo s účastníkmi cestovného ruchu a to na kultúrnych podujatiach ako sú Ždiarske folklórne slávnosti či Preteky konských záprahov. Následne bude možné analyzovať záujem a reakcie turistov zúčastnených na podujatiach a porovnať ich s aktuálnymi rozvojovými tendenciami a prioritami hotelierov, samosprávy a obyvateľmi obce.

- Beňušková, Zuzana a kol. Tradičná kultúra regiónov Slovenska. Prehľad charakteristických znakov. Bratislava: SAV, 2005. ISBN 80-224-0518-3.
- Botík, Ján. Turizmus, kultúrne dedičstvo a transformácia spôsobu života v rekreačných lokalitách Vyšná a Nižná Boca. In: Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov. Zborník z medzinárodnej konferencie 26. a 27. mája 2006 v Terchovej. Nitra: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre, 2006, s. 71-79. ISBN 80-8050-992-1.
- Botíková, M., S. Švecová a K. Jakubíková. Tradície slovenskej rodiny. Bratislava: VEDA, 1997. ISBN 80-224-0461-6.
- Kolektív. Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska. 1. časť. Bratislava: VEDA, 1995. ISBN 80-224-0234-6.
- Kolektív. Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska. 2. časť. Bratislava: VEDA, 1995. ISBN 80-224-0235-4.
- Kolektív. Ľudová architektúra a urbanizmus vidieckych sídiel na Slovensku. Bratislava: Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, 1998. ISBN 80-88880-23-8.
- Kompasová, Katarína. Kulinárna kultúra jako faktor rozvoja cestovného ruchu. In Aktuální problémy cestovního ruchu „Cestovní ruch jako křižovatka poznatků“, sborník z mezinárodní konference [online] Jihlava : Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2017, s. 171- 180 [cit. 2018-01-30]. ISBN 978-80-88064-30-5. Dostupné z: <https://kcr.vspj.cz/uvod/konference-aktualni-problemy-cestovniho-ruchu-2017>
- Kurpaš, Michal a Zima, Roman. Manažment a marketing kultúrneho dedičstva In: Kultúrne dedičstvo a identita / zborník z vedeckej konferencie konanej v Banskej Bystrici 25.-26. mája 2016. - Banská Bystrica : Belianum, 2016. - ISBN 978-80-557-1120-1, S. 145-154.
- Múzeum Ždiarsky dom Ždiar. Muzeum.sk [online]. © 2000-2017 [cit. 2018-01-28]. Dostupné z <http://www.muzeum.sk/?obj=muzeum&ix=mzdd>
- Pamiatková rezervácia ľudovej architektúry v Ždiari – Urbanisticko-historický výskum. Pamiatky.sk [online]. 2008–2009. [cit. 2017-20-2017]. Dostupné z: <https://www.pamiatky.sk/Content/ZASADY/Zdiar/0101-Zdiar-u-hi-vyskum.pdf>
- Pompurová, Kristína. 2012. Atraktivnosť Slovenska ako cestovného cieľa z hľadiska dopytu domáceho obyvateľstva. In Ekonomická revue cestovného ruchu. 2012, roč. 45, č. 3, s. 144-153.
- Pompurová, Kristína. 2014. Nevyhnutnosť koordinácie ponuky organizovaných podujatí na Slovensku. In Ekonomická revue cestovného ruchu. 2014, roč. 47, č. 4, s. 196-206.
- Program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja obce Ždiar na roky 2015-2022. [online]. © obec Ždiar [cit. 2018-05-19]. Dostupné z [http://staryweb.zdiar.sk/images/stories/\\_schvalene\\_dokumenty/PHSR%202015-2022.pdf](http://staryweb.zdiar.sk/images/stories/_schvalene_dokumenty/PHSR%202015-2022.pdf)
- Ubytovanie. Zdiar.sk [online]. © obec Ždiar [cit. 2018-01-30]. Dostupné z <http://zdiar.sk/navstevnik/ubytovanie/>
- Vaníček, Jiří. 2008. Význam vesnických památkových rezervací a zón v České republice pro rozvoj obcí z hlediska cestovního ruchu. In Ekonomická revue cestovného ruchu. 2008, roč. 41, č. 1, s. 5-13.
- Zelenka, Josef. Marketing cestovního ruchu. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-95-2.

# INFORMATIVE PAPERS

ST

# PÉČE O HOSTA V BUTIKOVÉM HOTELU

# CUSTOMER CARE AT THE BOUTIQUE HOTEL

Michal Motyčka

Received: June 25, 2018 Accepted: July 27, 2018

Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství, gastronomie a turismu, Bezručovo náměstí  
885/13, 746 01 Opava; e-mail: [michal.motycka@goldenwell.cz](mailto:michal.motycka@goldenwell.cz)

## ABSTRAKT

V poslední době se v rámci ubytování, zejména v Evropě rozšířila nabídka přenocování v tzv. butikových hotelích. Jedná se o zařízení, které bývají umístována v historicky zajímavých budovách, mají svou specifickou filozofii a nabízejí velmi osobní přístup personálu ke každému hostu. Mimo to zajišťují svým hostům širokou škálu nadstandardních služeb a unikátní péči v rámci své hospitality. Obecně butikové hotely představují alternativu ke klasickým hotelům.

*Klíčová slova: Butikový hotel. Hotelový řetězec. Hotelnictví. Osobní přístup. Služba.*

Je všeobecně známo, že potřeby se ve své podstatě v průběhu času nemění. Je nutné prioritně uspokojit základní fyziologické potřeby a následně ty vyšší. To, co se však mění, a v poslední době velice dynamicky až někdy chaoticky, je způsob uspokojení těchto potřeb. A nejinak tomu je i u potřeby složit na cestách někde hlavu – jednoduše přenocovat. Dříve uspokojovaly cestující obyčejné hospice, chlěvy, později to byly zájezdní hostince a někdy v 18. století se již objevovaly první hotely. Počátkem 20. století to již byly hotely, které se přibližovaly těm současným. Avšak jak již bylo řečeno způsob, jak uspokojit přenocování na našich cestách se v poslední době velmi dramaticky mění. Klienti jsou stále náročnější a je potřeba přicházet s neustále něčím novým, neočekávaným, atraktivním, ale zejména zaměřeným na absolutní pohodlí hosta. Neustále vznikají nové hotely, staví se na netradičních místech, vznikají nové hotelové sítě a zcela unikátní hotelové koncepce. Jedním z takových trendů jsou posledních 10-15 let butikové hotely. Nejdříve je však nutné si přiblížit hotely jako takové a podrobit analýze současný stav hotelnictví v České republice.

## AKTUÁLNÍ STAV HOTELNICTVÍ

V roce 2017 tvořilo trh celkem 9007 ubytovacích zařízení, která si vzájemně konkurují, z toho 2 540 hotelů. Ty nabízejí celkem 102 965 pokojů, na kterých je možné ubytovat 223 837 hostů (ČSÚ, 2018). Toto číslo reprezentuje zároveň počet lůžek, za která jsou odváděny poplatky obcím. Největší podíl ubytovací kapacity zabírá pochopitelně Praha, a to přibližně 73 811 lůžek (v roce 2003 to bylo pouhých 32 000). Takové konkurenční prostředí, jaké existuje zde, není možno nalézt v žádném jiném evropském městě – stačí zmínit počet luxusních hotelů nejvyšší, tedy pěťhvězdičkové kategorie, kterých je v Praze 46.

Co se zaměstnanosti týče, v roce 2017 tvořili dle statistiky ČSÚ pracovníci cestovního ruchu celých 7,24 % z celkového počtu všech zaměstnaných v národním hospodářství (380 113 osob z 5 248 547). Obecně platí, že v cestovním ruchu pracují zpravidla mladí lidé, a to za poměrně nízkou mzdu - například profese číšníka nebo servírky se pravidelně umísťuje ve statistikách průměrné mzdy na předposledních místech. Kvůli těmto faktorům se jedná o odvětví s největší fluktuací pracovníků, což má v neposlední řadě značný vliv na kvalitu poskytovaných služeb.

Za butikový hotel jsou považovány hotely menší velikosti, často rekonstruované starší budovy. Slibují intimní a útulné prostředí plus mnoho sofistikovaného vybavení pro návštěvníky vyhledávající „home away from home“- ubytování připomínající domov, tj. bez uniformní neosobnosti mnohých hotelů.

Pokoje, přesto, že jsou o něco menší než v cenově srovnatelných větších hotelích, mají většinou individuální úpravu, která jim dává unikátní, neobyčejný vzhled. Butikové hotely se chtějí především odlišit od průměru a vytvořit viditelné, i jen cítěné rozdíly mezi nimi a mezi běžným hotelovým ubytováním.

Tak, jako butikový obchod, který nabízí trendové exkluzivní zboží (na rozdíl od obchodního domu), se butikové hotely stávají módním, exkluzivním místem v kontrastu s uniformností zvláště moderních hotelů. Jedna věc je jistá. Butikové hotely, které začaly vznikat asi před dvaceti lety, se uchytily, získaly popularitu a rozrůstají se. Dokonce existují butikové hotelové řetězce. Co je jejich cílovým trhem? Jsou populární hlavně mezi obchodními cestujícími (muži i ženy), mladí, lidé jdoucí s módou a zámožnější turisté hledající odlišný typ hotelu – to jsou klienti, kteří jsou nejvíce přitahováni butikovými hotely, a to nezmiňujeme ty, kteří si mohou tento typ ubytování dovolit.

Z výše uvedeného popisu je jasné, že se jedná o individuálně provozované hotely. Tudíž nejsou součástí nějakého mezinárodního řetězce. Nicméně i tyto hotely vnímají potřebu být součástí něčeho, a hlavně požívat výhody společného marketingu, know-how podpory prodeje atd. Proto existuje na světě několik společností, které sdružují tyto nezávislé butikové hotely. Pochopily, že v rámci niche marketingu existuje „díra“ na trhu, které je možné využít. Jsou to různé společnosti, které dle svých kritérií rozhodují o možnosti zalistování daného hotelu do svého portfolia. Samozřejmě za podmínek, že s tím daný majitel či provozovatel hotelu souhlasí.

## MOŽNOST INTEGRACE V RÁMCI NADNÁRODNÍCH SPOLEČNOSTÍ

Níže jsou uvedeny největší a nejznámější společnosti, které sdružují či zaštiťují ty nejlepší butikové hotely v jednotlivých zemích na celém světě.

### SMALL LUXURY HOTELS

Jedná se o síť, která vznikla v roce 1989, kdy začala vyhledávat ty nejzajímavější destinace s hotely na světě. Dnes zahrnuje nabídku od luxusních hotelů, přes „cool“ jeskyně až stromové domy. V současné době zahrnuje 520 hotelů ve více než 80 zemích světa. Jejich výběr je velmi precizní a proces implementace je poměrně zdoluhavý a kritéria velice přísná. Ročně dostávají více než 1000 žádostí o členství a úspěšných bývá max. 5 %. Během svého působení byla tato síť ověřena níže uvedenými cenami.

#### WORLD TRAVEL AWARDS 2014 & 2015

Největší světový Boutique Hotel Brand 2014 & 2015  
Vedoucí světová značka luxusních hotelů v Evropě 2014

#### BRITISH TRAVEL AWARDS 2017

World's Leading Boutique Hotel Brand - 2015, 2016 & 2017

### RELAIS & CHÂTEAUX

Relais & Châteaux, založená v roce 1954, je sdružení více než 550 významných hotelů a restaurací provozovaných nezávislými hostinskými, kuchaři a majiteli, kteří sdílejí vášeň pro své podnikání a touhu po autenticitě ve vztahu k jejich klientům. Relais & Châteaux sídlí po celém světě, od vinic v Napa Valley, přes francouzské Provence až po pláže v Indickém oceánu. Nabízí úvod do životního stylu inspirovaného místní kulturou a jedinečného ponoření do lidských dějin. Členové Relais & Châteaux mají touhu ochraňovat a podporovat bohatství a rozmanitost světové kuchyně a tradice pohostinnosti. Jsou odhodláni zachovat místní dědictví a životní prostředí, jak je uvedeno v deklaraci předložené UNESCO v listopadu roku 2014.

### LHW

Společnost byla založena v roce 1928 několika významnými evropskými hoteliéry. Původně se začínalo s 38 členy. Díky devadesátileté oddanosti

poskytování nezapomenutelných a autentických zážitků z cest, LHW vybírá pouze hotely, které splňují ty nejvyšší standardy kvality a odlišení od ostatních. Jejich mottem je, že pohostinství by nemělo být průmyslem, ale uměním a vášní. Vyhledává pozoruhodně neobvyklé hotely. Dnes zahrnuje více než 375 hotelů v 75 zemích světa, Leading Hotels of the World je jednou z největších luxusních hotelových sítí na světě.

### CONDÉ NAST JOHANNSSEN

Jedná se o síť, která vznikla před 36 lety a v současné době působí na všech kontinentech po celém světě, kdy nabízí či doporučuje hotely ve více než 60 zemích. Dnes má více než 600 členů. Nejedná se však jen o malé luxusní hotely, ale také unikátní lázně. Rovněž zahrnuje okouzující prostory pro svatební obřady a hostiny.

Mimo výše uvedené sítě, existují i menší společnosti, které nezahrnují pouze luxusní hotely, ale specializují se právě na ta menší; jsou například Boutique Hotels, Great Small Hotels nebo u nás například Asten Hotels. V čem se však butikové hotely odlišují od těch klasických uniformních sítí či nezávislých hotelů? Je to především ve specifickosti, osobitosti a úrovni poskytovaného servisu. V následujících kapitolách se podíváme na ty nejzásadnější prvky servisu.

## PÉČE O HOSTA V BUTIKOVÉM HOTELU

Jak již bylo výše předesláno, butikové hotely jdou především cestou osobitého, unikátního a specifického servisu. Tyto charakteristiky jsou patrné zejména v níže uvedených službách a procesech.

### REZERVACE

Již samotná rezervace může probíhat v zcela jiném kontextu, nežli klasické „strojové“ potvrzení samotné rezervace. Potvrzení rezervace v butikovém hotelu by mělo obsahovat osobní a adresné sdělení, co je potvrzováno a jaké služby byly objednány. Jelikož je typické pro dané podniky, že nabízejí daleko širší škálu osobního servisu, měla by součástí potvrzení rezervace být i nabídka neobjednaných služeb, které by bylo dobré si přiojednat včas a v požadované kvalitě. Všechny poznámky ohledně rezervace a speciálních přání musí být zaevidovány v rezervačním systému. Před vlastním příjezdem

hosta (ideálně 14 dní předem) by měl následovat „follow up letter“. Tedy jakási sumarizace všech informací ohledně daného hosta. Kdy dorazí, jaké má požadavky, jaké služby byly objednány atd. Je to zároveň i poslední možnost hostovi nabídnout například rezervaci v restauraci, masáž na pokoji, romantickou koupel a další doplňkové služby

## CHECK-IN

Co se týká „check-inu“, ten by měl být takovou malou soukromou show pro příjíždějícího hosta. Ideálním formátem je znalost 100% informací o hostu a rezervaci před příjezdem. Ale to není možné zařídit vždy. Nicméně již před příjezdem hosta jsou připraveny veškeré nezbytné dokumenty pro registraci a přihlášení hosta. Pak je možné se zcela osobně věnovat jeho požadavkům a celému procesu příjezdu. Na rozdíl od velkých a klasických hotelů by se mělo jednat o příjemné setkání, osobní přístup a nepřeborné množství informací týkající se celého hotelu. Ideálním přístupem je to, že recepci netvoří pult, respektive bariéra mezi personálem a hostem. Host by se měl usadit u stolu, měl by dostat osvěžující ručníky (v studené, v zimě teplé) a nápoj na uvítanou. Mezitím co podepíše nezbytné dokumenty, by měly být jeho zavazadla dopravena na pokoj a vybalena. Hostovi je nabídnuta komentovaná prohlídka důležitých částí hotelu, společenské prostory, je mu podrobně vysvětleno vybavení pokoje a demonstrována funkčnost jednotlivých zařízení. Poté je žádoucí se odebrat na hostinské zařízení, kde je možné nabídnout v rámci hotelu malé pohoštění, další například signaturní nápoj. Následně by měla následovat přednáška o možnosti stravování v dané lokalitě, možnosti zajímavých návštěv a prohlídek historických míst. Po této přátelské konverzaci jsou hosté odvedeni na pokoj. Po určité době, ideálně během prvního dne, je dobré zjišťovat u hostů zpětnou vazbu. Tedy jestli vše funguje, jak má, zdali vše pochopili a v neposlední řadě, zdali jsou spokojeni s kvalitou přiděleného pokoje a poskytovanými službami. Je to poslední možnost napravit například nepovedený příjezd, první dojem, přivítání, určité prvotní nepochopení či následný servis.

## PÉČE O HOSTA V PRŮBĚHU POBYTU

Butikové hotely mají tu možnost, že díky své velikosti, respektive menší kapacitě, mohou poskytovat nadstandardní a velmi osobité služby. Tyto možnosti služeb lze rozdělit do 3 segmentů. V rámci přípravy

pokoje na příjezd, během check-inu, v průběhu dne a během večerní přípravy neboli „turndown“ servisu. Po check-inu je možné pro dámy přichystat květiny na pokoji s osobním věnováním vedení hotelu, speciální treatment-péči dle volby hosta (bílé, červené nebo šumivé víno, pralinky nebo sýry atd..). Nachystat čerstvé ovoce na pokoji. Vybalit zavazadla klientů. Připravit župany s jejich jmény na pokoji. Je možné, pokud jsou hosté s dětmi, připravit pro ně speciální kosmetiku, omalovánky, dětské župany a samozřejmě malou pozornost ideálně v podobě hračky dle pohlaví a věku.

V průběhu dne, během celého pobytu je nutné být neustále připraven splnit veškerá přání těchto hostů. Jde o to, aby prvotní efekt nevypřchal. Tedy při průběžném úklidu se může doplňovat a měnit ovoce za čerstvé, doplňovat káva do osobních kávovarů a voda na pokojích, která by v těchto hotelích měla být rozhodně v ceně pokoje. Během snídaně jim například nabídnout, zdali si přejí připravit nějaké speciální polštáře na večer z polštářového menu. Nebo, připravit speciální hudbu dle jejich přání ze široké audiotéky, přehrávanou z různých zařízení – rádia s USB, dokovací stanice s I-pody, spotify.

Stejně tak, jako v klasických hotelích, tak i v butikových hotelích existuje příprava pokoje na noc (tzv. rozestýlka, Turndown service). Jedná se zejména o zatažení závěsu, rozestlaní postele či malá čokoláda na polštář. Nicméně i v tomto případě by se butikový hotel měl odlišovat a zpravidla se odlišuje. Například připraví již polštáře a hudbu dle zvoleného menu, připraví předložky a pantofle k posteli, aby host nemusel bosou nohou šlapat na podlahu. Zajímavým nápadem může být příprava podnosu s televizními a DVD ovladači na postel s informačním letákem o zítřejším počasí. Dle preference se připravuje romantická rozestýlka a koupel s růžemi a svíčkami. Příprava večerních nápojů k posteli a v neposlední řadě místo klasické čokolády připravit ve zvláštním servisu různé variace minidezertů, které by se měly každý den měnit. Příjemnou službou může být i čištění obuvi. Kdy na speciálním podnose je možné zanechat obuv za dveřmi a noční služba do rána připraví danou obuv v té nejlepší kondici a vzhledu. Důležité je, aby servis byl adresný a zároveň host věděl, kdo servis poskytoval. Mít například podepsaný přehled o počasí, kartičku se jménem, kdo chystal rozestýlku nebo osobní dopis od vedení hotelu s podpisem ředitele.

## CHECK-OUT A NÁSLEDNÝ SERVIS

I když už přichází čas se rozloučit s daným klientem a uzavřít jeho pobyt na hotelu, stále je zde prostor pro zpříjemnění této fáze. Zejména důležitá je poslední možnost získání cenné zpětné vazby na celý hotel, fungování služeb atd. Je to poslední možnost napravit případné chyby, které mohly nastat a nabídnout případnou kompenzaci dle závažnosti pochybení.

V butikovém hotelu díky větší časové flexibilitě je možnost si s hostem ještě pohovořit. Při vyřizování účtů je možné nabídnout zabalení zavazadel pracovníkem hotelu, připravit malé občerstvení na účet hotelu, které si mohou s sebou vzít. Káva nebo čaj s sebou by měl být samozřejmostí. U butikového hotelu je možné mít připravenou malou signaturní pozornost, která umožní si příjemně prožítý pobyt znovu připomenout.

V neposlední řadě i po odjezdu hosta. Ideálně do 7 dní je důležité napsat poděkování od vedení hotelu s personifikací jeho poznámek, zážitků, které měl a znovu se ujistit, zdali bylo vše v pořádku. Existuje mnoho lidí, kteří neumí, nebo nechtějí se osobně vyjádřit či si na něco stěžovat. Nicméně písemné forma je pro tyto lidi jistě schůdnější. Zpětná vazba je zejména v butikovém hotelu důležitá, díky tomu, že celá koncepce je zpravidla založena na nejvyšším standardu poskytovaných služeb. A nejde jen o případné vylepšení již poskytovaných služeb, nýbrž host může poskytnout návod na implementaci nových služeb, drobnými poznámkami může poradit co přidat a doladit. A tyto rady bývají zpravidla k nezaplacení.

## KOMPARACE BUTIKOVÝCH KLASICKÝCH HOTELŮ

Pro jednoduché a přehledné srovnání je uvedena tabulka, která poukazuje na jednotlivé oblasti, kde se butikové a klasické hotely liší.

**Tabulka 1:** Komparace butikových a klasických hotelů

| Butikové hotely                                 | Klasické hotely                                                              |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Osobní přístup</b>                           |                                                                              |
| vždy                                            | velmi omezený                                                                |
| <b>Cenová politika</b>                          |                                                                              |
| vysoká flexibilita                              | dlouhodobě plánované se sezónními hladinami                                  |
| <b>Cenová úroveň</b>                            |                                                                              |
| vyšší ceny (exkluzivita, menší konkurence)      | oscilační, nižší v rámci konkurenčního lemu                                  |
| <b>Velikost pokojů</b>                          |                                                                              |
| menší                                           | větší                                                                        |
| <b>Portfolio služeb zahrnutých v ceně</b>       |                                                                              |
| široké                                          | omezené                                                                      |
| <b>Nabídka doplňkových služeb</b>               |                                                                              |
| nízká                                           | čím větší hotel, zpravidla široká nabídka                                    |
| <b>Konferenční prostory</b>                     |                                                                              |
| málo obvyklé a spíše menšího rozsahu            | různé druhy, od boardroomu po vysoce kapacitní                               |
| <b>Možnosti spa, wellness a fitness</b>         |                                                                              |
| minimální                                       | takřka ve všech hotelích nově zbudovaných, lázeňských, horských a městských. |
| <b>Historický kontext a lokální zajímavost</b>  |                                                                              |
| zpravidla nosné téma a filozofie daného objektu | velmi omezený, široké pojetí lokální zajímavosti                             |

## ZÁVĚR

Závěrečná komparace poukázala, že butikové hotely jsou zařízení, které nabízí jinou úroveň ubytování než klasické hotely. Je pravda, že bývají zpravidla ve vyšší cenové úrovni, avšak na druhou stranu jsou to především historické budovy se zajímavým příběhem, které svým hostům poskytují netradiční a neuniformní ubytování s velmi osobním přístupem personálu. Typickým znakem bývá zcela nadstandardní servis s širokou škálou drobných služeb a pozorností, které bývají zahrnuty v ceně.

Avšak rozhodně nejsou tato zařízení určena pro každého a je s určitostí možné říci, že existuje a i v budoucnu bude existovat, majoritní skupina hostů, kteří dávají přednost klasickým hotelům. Například businessmani budou vždy preferovat anonymitu, rychlost a unifikovanost těchto klasických, zejména síťových hotelů.

Je možné se však domnívat, že v dnešní době právě butikové hotely mohou nabízet zajímavou alternativu, až dá se říci, unikovou reakcí na chaotickou až turbulentní současnou dobu plnou chaosu a neustálých změn. Jednoduše řečeno představují oázu klidu plnou vřelého přístupu, skvělého servisu a možností nadstandardních služeb v zajímavém prostředí.

## LITERATURA

- Český statistický úřad. (2018). Kapacity hromadných ubytovacích zařízení za vybrané území. Získáno z [https://www.czso.cz/csu/czso/cru\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr)

# DARK TOURISM INCENTIVE

Milena Švedová<sup>1</sup>, Ivan Uher<sup>2</sup> & Tünde Dzurov Vargová<sup>3</sup>

Received: February 5, 2018 Accepted: May 27, 2018

<sup>1</sup> Department of Tourism and Hotel Management, Faculty of Management, University of Prešov, Konštantínova 16, 080 01 Prešov, Slovakia, e-mail: [milena.svedova@unipo.sk](mailto:milena.svedova@unipo.sk)

<sup>2</sup> Institute of Physical Education and Sport, University P.J. Šafárika of Košice, Ondavská 21, 040 11 Košice, Slovakia, e-mail: [ivan.uher57@gmail.com](mailto:ivan.uher57@gmail.com)

<sup>3</sup> Department of Tourism and Hotel Management, Faculty of Management, University of Prešov, Konštantínova 16, 080 01 Prešov, Slovakia, e-mail: [tunde.dzurov.vargova@smail.unipo.sk](mailto:tunde.dzurov.vargova@smail.unipo.sk)

## ABSTRACT

Dark tourism represents intermixture of history, heritage, tourism, and tragedies. We can argue that humanity has been interested in „death” since the time of pilgrimages. We looked into incentive factors that motivate tourists to travel to dark tourist attractions. The aim of our paper was to examine definition, history, offer and spectrum of the dark tourism industry that forms urge and demand, that creates motivation for visiting dark tourist sites. We can say that dark tourism is a distinctive type of tourist business which doesn't attract everybody but has an important role in delivering information, knowledge and bringing the past to the present. Visiting a dark attraction can also broaden discussion and contemplation about the dark side of history and humanity. Based on the review of a number of studies, we can affirm, that educational and emotional motives are strongly related to dark tourism as well as seeking one's heritage, indulging curiosity and searching for nostalgia.

*Keywords: Culture. Curiosity. Dark tourism. Motivation. Society. Tourist.*

# INTRODUCTION

There are many tourist attractions that are connected directly or indirectly with death. War memorials, war museums, battle fields and prison camps etc. attract visitors. What kinds of factors motivate tourists to visit such places? The main focus of our paper is to find which factors motivate tourists to visit dark tourist sides. Dark tourism (DT) is strongly related to culture and heritage tourism and history plays an essential role in it. Visit of dark tourist site, raises a huge amount of strong emotions, presents important information and provokes a visitor to have a conversation and to contemplate the past, present and future.

Why is it that people travel to these sites associated with tragedy and loss? Do they have some kind of fascination with death and disaster, or are they simply acting on natural human curiosity? Tourism researchers have begun to pick out the answers to these questions. While visitation and interest in these sites has been growing in the last decades, little specific research was conducted in the area prior to the mid-1990. Since that time, there has been increasing academic and media attention paid to this form of tourism. Much of the academic output has been related to identifying what constitutes dark sites, and attempting to understand visitor motivations from a theoretical point of view.

## LITERATURE REVIEW

### CHARACTERISTICS OF DARK TOURISM

Dark tourism is defining a complex tourism branch. It is encompassing education, culture, heritage and special interest tourism ([dark-tourism.com](http://dark-tourism.com)). It categorizes DT as special interest tourism being part of niche of the market. Generally, niche tourism is an opposite of conventional tourism which involves large numbers of tourists. Niche tourism includes special interests, culture or activity based tourism which involve a small number of tourists and is placed in authentic settings, DT is very different from, for instance package beach holiday where authenticity is very important for the visitors as well as experience and credibility of the attraction. People have always been pulled by sites where tragedies have occurred, like for instance, Coliseum in Rome, Auschwitz- Birkenau, the site of Princess Diana's tragic car crash in Paris or Ground Zero of 9/11. It can be said that these sites of dark tourism are attracting a considerable number of people.

As we already said, DT is about travelling to the sides associated with death, suffering and tragedy. We can observe connection between historical activities as gladiatorial contests in Rome empire or public execution in the Middle Ages. The present day tourist can visit Ground Zero of the terrorist attack on September 11/2001 in New York, London Dungeon or the concentration camp of Auschwitz. Does authenticity matter when viewing that particular dark attractions? Are all dark sites the same?

As Miles (2002) pointing out, we can observe different categories of dark tourism. For instance, Auschwitz-Birkenau and Holocaust Memorial Museum in the United States (US HMM).

Miles (2002) emphasize that there is a significant distinction between sites associated with death like (US HMM), and sites that actually are of death and suffering like Auschwitz-Birkenau. The "Darkest" sites have usually location authenticity, the attraction is situated on the spot or close to the place of death. The original intention was not to attract visitors but that the site is non-purposefully created. Product interpretation is authentic and frequently sites are history centric and presentation made from a commemorative, educational or conservational point of view. The darkest sites usually have higher political influence and ideology than the sites at the lighter end of the spectrum. Unlike purpose-built lighter sites darker ones provide rather limited tourism infrastructure (Miles,2002). The author further claims that the closer the connection between the sites and the visitor, or more recent the death or tragic event is, than more emotive reaction the site creates. Therefore, those sites can be described as "darker".

Stone and Sharpley (2008) distinguish dark tourism sites from supply-oriented view, more specifically he distinguishes.

- Dark Fun Factories that are representing real or fictional death and fearful events with commercial ethics, Dracula Park in Romania is one of them.
- Dark Exhibitions, offer products related to death often with a commemorative, educational and reflective message, like Body world exhibition that creates ethical conversation about displaying corpses through alternative medium.

- Dark Conflict Sites represents a history-centric, war-related and originally non-purposeful in the dark tourism context. These sites essentially have an educational and commemorative focus, often have strong political ideology behind.
- Dark Camps of Genocide represent places which have genocide, atrocity and catastrophe as a main thanatological theme like for example memorial in Ruanda.
- Dark Dungeons present bygone penal and justice codes by bringing the history back through tours and acts. It is suggested that these sites may occupy the center-ground of the spectrum, having both dark and light elements, galleries of justice in Nottingham in UK can represents its examples.
- Dark Resting Places refer mainly to cemetery sites. These revolve around a history-centric, conservational and commemorative ethic. Perhaps the most famous Dark Resting Place is the cemetery in Pere-Lachaise in Paris.
- Dark Shrines are often situated very close to the site of death and within a short time period of the death occurring, example can mirror gates of Kensington Palace at the time when Diana of Wales was killed in 1997.

Visiting a dark attraction can be a very educational experience, by raising awareness of terrible and tragic events of the past, dark tourism guides common man to understand the world. While much of modern tourism is simply about recreation, visiting a dark attraction can be a multi-dimensional experience that can have a deep impact on one's life. Dark sites can be used as the pretext to explain the current political situation. Visitors are expected to learn from the past and to carry the message forward in order to avoid history happening again. And ultimately to learn from the past.

## HISTORY OF DARK TOURISM

Tanato or Dark Tourism entered tourism research through the work of Seaton in 1996 and the Lennon and Foley in 2000. Since then, dark tourism and Thana tourism have become general travel terms associated with death, cruelty and disasters. Each author dealing with this theme, offers his own definition. We pointing to some labeling that describe the same concept such as the Tanato tourism, morbid tourism, disaster tourism, grief tourism, black sport tourism. Stone (2006) presenting the concept of "Black Spots" which mainly includes visiting grave sites or sites in which celebrities or large number of people

has met with sudden and violent death. Lennon and Foley (1999) define dark tourism as travel to places associated with death, disaster, and moral turpitude. Blom (2000) defines the morbid tourism on the one hand, as tourism focused on sudden death, which quickly attracts a large number of people and on the other hand, as the tourism associated with morbidity of the particular site.

Holguín (2005) also introduced the idea of tanato tourism, whose name comes from the Greek word for death, and which, according to him, is motivated by the desire to travel to the places with the actual or symbolic meeting with death.

Dark tourism can be marked as visiting places where happened a tragedy or historically notable death, which continues to affect our lives (Tarlow, 2005). From the literary discussion, there are two essential elements which are an integral part of the definition of dark tourism.

The first is the already mentioned travel to the place of death and disasters (Lennon and Foley, 1999; Seaton 1996, Smith, 1998; Warner, 1999). Authors stress out that tourists should identify the importance and sense of place, have a specific knowledge of death or disaster on the site and consider, or seen this place as a dark, that actually could be identified as the location of the dark tourism. The second element is derived from the first. The personalization of this death or misfortune. This element focuses on the emotional responses of tourists, for anxiety, nervousness, or concerns caused by these dark sides (Smith and Croy in Ryan, Page and Aicken, 2005). It also includes the definition of the parts of the already mentioned definitions of living memories. Nevertheless, Dark tourism has been called by several names has a long history and still it provokes conversation about the past, ethics and the inevitably - death. (Matúšiková, 2009).

## DARK TOURISM MOTIVATION

Motivation in tourism forms a combination of internal and external stimuli leading to travel, is a criterium for choosing a particular form of tourism and also affects the resulting satisfaction participants (Zelenka, Pásková, 2012).

Tourist behavior is a complex and widely dealt with matter, there is still no universally resolved concept of tourist motivation. Understanding specific tourist motivations can help in planning better products and

services, more efficient marketing communication and improving and evolve visitor attractions. There are many classifications, segmentations and models that constitute different motives. Differences between classifications of motives are in essence very large (Bowen, Clarke, 2007., Li, M, Cai, 2012, Šenková and all, 2016).

The term “motivation” comes from the Latin word *movēre*, which translates „to move“(Mannell, Kleiber, 1997), same authors suggests, that there is an action requirement associated with motivation, motive is therefore something that force people to action and gives direction to that action once it is aroused or activated.

We can ask, why is it that tourists are drawn to sites of death and disaster? Dark tourism investigators have only begun to understand and identify the motivational rationale for such behaviors’. In that respect it is crucial to apprehend the motivation of tourists’ side in order to understand what makes them attractive. In addition, understanding motivation is important to the marketing and management of dark sites (Ashworth, 1996; Hartmann, 2005). There are a range of potential motives for participating in DT identified within the literature, however, the majority of these motives remain largely untested. According Mannell, Kleiber (1997) motivation occurs in two phases, first, the mere surfacing of a need creates within the individual a sense of disequilibrium which they then actively try to lessen. Second, the existence of this need is generally associated with the individual’s belief or expectation that specific actions taken on their part will return them back to equilibrium or their desired state of being on this premise then, people involved in activities that they believe will lead to a desired outcome (Beard, Ragheb, 1983).

If the behavior selected by the individual fulfils their particular need, the experience is seen as appropriate and it reinforces the behavior. If, on the other hand, the behavior does not result in need expectations or satisfaction, this may cause the individual to modify or cease the chosen behavior completely. In this context, very few studies have investigated individual motives of DT. Therefore, it is important to recognize that numbers of the motives are still speculations, do not apply to all DT sites, and likely exist alongside other travel motivations. According to Tarlow (2005), there are four basic emotions which interact in a DT mental state

specifically, feeling of insecurity, gratitude, humility and superiority. Visiting a dark attraction can raise multitude of feelings as well as dark tourism can be seen in various ways. Feelings of romanticism can be aroused from visiting a battlefield, where the visitor can picture fighting for a specific cause. Sites of barbarism make a visitor feel compassion for the victims and superior to the perpetrators by demonstrating how brutal and merciless humans can be. In that context, Tarlow (2005) giving a Nazi concentration camp as an example. Many sites are part of national identity which can make the visitor have a proud feeling of surviving against wrong and evil. Paying a visit to a personally or socially important place might give a sense of pilgrimage. Visiting a tragic place can raise a sense of deepness and occultness, especially when there is a connection between the visitor and the sufferer. The closer the relationship is the stronger the experience. Wider than mystical experience is a sense of spirituality which is based more on a common sense than on the connection to the spot. (Tarlow, 2005).

Some people who experience less stimulation in their lives than they desire tend to search for stimulation on a holiday. Conversely, over stimulated people seek tranquility and peace. This we called optimal arousal finding the ideal level between lifestyle stimulation and stimulation on a holiday. It might be that a visit to a dark attraction raises stimulation by providing often educational and strongly emotional aspects. Based on Plog’s socio-psychographic model Tarlow (2005) states that a person seeking tourism nostalgia is more likely to be found from the group of dependable, self-centered travelers. If we are looking for pleasing experience, venture history should be presented with a combination of adventure and physical activity with sentimental emotions attach to it. Tarlow, underlines that this doesn’t mean that ventures would necessarily shun DT sites - nostalgia can touch anyone along Plog’s continuum (Plog, 1990). Tarlow, (2005) reminds us of the importance of the effect of media on DT visitors. Promotion in the media such as television, film and internet can define and select modern dark tourism sides. In contemporary society it is possible to worry about far away causes via media output. We care, we suffer and, for that reason, we may visit dark tourist sites. In the same way tourists visit dark attractions - there is always an option to join or let it go. From a management perspective this is crucial. As a consequence, marketing strategies should be based on this information that can further help

providers match the demand for particular motives and experiences with the supply of opportunities to achieve them (Mannell, Kleiber, 1997).

## DATA AND METHODS

The aim of our paper was to review incentive factors that motivate tourists to travel to dark tourist attractions. Comprehensively we examine history, definition, offer and spectrum of dark tourism. We list top destination dark tourism in the world.

## RESULTS AND DISCUSSION

### OFFER OF DARK TOURISM

The concept of dark tourism and its production is much more complex and involves a number of different variables, namely:

- The immediacy and spontaneity of the dark tourism, exciting travel to the place of the current death and suffering, compared with sophisticated visits organized and structured attractions or shows that display current or ancient, historical events.
- The difference between a deliberately man-made places, attractions, exhibitions, or to recreating, or renewing the acts or events connected with death and horror, and the so-called accidental or unintended man-made places. They are places such as cemeteries, monuments or places of disasters.
- To what extent is interested in death and suffering to be witness to the death of the others, fool around with the death on dangerous places (Pelton, 2003), to learn about the death of famous people and others. The main reason for visiting the dark attractions and how provider takes care of this apparent interest from the customer.
- Major reasons for why and how are the dark spots and attractions featured — for example, for political reasons, for the purpose of sightseeing, for education, for fun or for economic gain (Stone, 2006).

Offer of dark attractions often depends on various factors. These may include an attempt to achieve business advantage in a competitive market, or they can manipulate the dark legacy, or reference, for political reasons. In addition to these reasons, each location can be offered as a place for reflection and

memories (Stone, 2005). Despite the fact that it is still unclear whether the tourism associated with death is controlled by an attractive offer, pointed out that in the context of contemporary society, people regularly “consume” the death and suffering in the form of tourism, and to the outside world under the mask of education or entertainment. As a consequence, this phenomenon within the society becoming more and more diverse and accessible. In fact, the fatality, or the death and misfortune, represents distinctive feature in postmodern society (Rojeck, 1993).

As a result, the products can be found along the smooth dark tourism spectrum intensity, which lies in the fact that some of the dark spots of tourism may be darker than the other. It is possible to measure the extent and nature of theoretic darkness multi-colored exhibitions and attractions in dark tourism. Experts said that the complex typological base will lead not only to better understanding of dark tourism offer, but also, perhaps more importantly, to a better understanding of where to find and explore demand for dark tourism. This should lead to substantial consumer research themes and experiences, which are the key to a better understanding of the dark tourism (Stone, 2006). Visiting the dark places is not new, what has not been here yet. In fact, these places attract tourists from all over the world for centuries. There is more and more places associated with death, their number constantly grows and they become important attractions for tourists.

### THE SPECTRUM OF DARK TOURISM

As Seaton (1999) notes, the production of dark and worrisome past is not motivated only by the taste, or the wishes of consumers, which are often influenced by media and marketing tricks, but also they are subject to changes in the political and cultural climate.

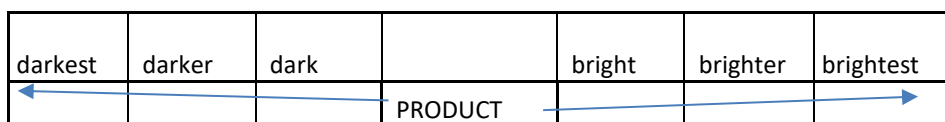
Therefore, shades of darkness, in the context of a product we can move between the events of the dark tourism, which are obvious, such as wars, acts of terrorism or the fall of the regime, and among the new components of the representation, such as novels, films, and other memories, which provides moral importance of death and horror (Rojeck and Urry, 1997).

In response to this idea of shifting perception of darkness between products, Miles (2002) suggests that the darker and lighter form of dark tourism

really exists. He argues that there is a difference between the dark and the darker tourism. Further he claims that there is a fundamental difference between the places associated with death and suffering, and places, based on the temporal and spatial connection to the place. Subsequently, the author argues that the dark tourist spots must cause a certain degree of empathy between the visitors

and the victim. Author, continue the argument that empathy is reinforced through the spatial context in product design of dark tourism. In addition to the added dimension of empathy also including time dimension that also affects the empathy. Therefore, it is important, how is the product perceived, produced and ultimately, being consumed.

**Figure 1: Spectrum of dark tourism source**



Source: Custom processing by Keil, 2005.

The idea of the spectrum takes into account the varying shades of darkness, or stages of perception of terror within the overall dark tourism product. This range includes products from the darkest tones, which are characterized by a certain design after the main characters, such as whether the product should have educational or commercial character, if it has a spatial link with a particular place, or whether it is in the context of the purpose of the interpretation of a higher level of political influence and the obvious product and ideology, and so forth.

Dark factories of fun include, places and tours attractions that are mostly focused on the fun, have a commercial character and represent real or fabricated death and the events associated with horror. These types of products are to the high degree part of tourism infrastructure, they are meaningful and purposeful, and may occupy the edge of the dark tourism spectrum.

Suppliers of dark tourism products are (Keil, 2005):

- Dark fun factories,
- Dark exhibitions,
- Dark prisons,
- Dark places of last rest,
- Dark sanctuaries,
- Dark spots of conflicts,
- Dark camps of genocides.

Making places affected by human misfortune or disaster accessible should be linked to education, not just a simple motivation of profit. The difference

between what is and can not be accepted. In the table below lists the most popular places of dark tourism:

**Table 1: TOP 10 of Dark tourism of the World**

|     |                               |               |
|-----|-------------------------------|---------------|
| 1.  | Museum Anne Frank, Amsterdam  | Europe        |
| 2.  | Auschwitz-Birkenau, Poland    | Europe        |
| 3.  | Ground Zero, New York USA     | North Amerika |
| 4.  | Arlington cemetery, USA       | North Amerika |
| 5.  | Killing fields, Cambodia      | Asia          |
| 6.  | Hiroshima, Japan              | Asia          |
| 7.  | Chernobyl, Ukraine            | Europe        |
| 8.  | Castle Bran, Romania          | Europe        |
| 9.  | London Dungeon, Great Britain | Europe        |
| 10. | Pearl Harbor, Hawaii          | North Amerika |

Source: Custom processing by WTO.

The most visited places of dark tourism in the world are listed in Table 1. These places are mainly associated with wars and violence perpetrated on people as well as terrorism. Of the TOP 10 Monuments of Dark Tourism, 50% are represented in Europe, creating an interesting space affected by the world's first and second world wars.

## CONCLUSION

We can argue that Dark tourism is in mainly related to culture and heritage tourism, having history and tragedies as integral contribution. It represents particular kind of tourist commerce, that by far is not omnipotent, but has its substantiation in mediation of our former and recent history.

In general, there are numerous reasons behind visiting dark attractions. People are fascinated with death partly because of its absent-present paradox. It is a taboo, kept silent and made distant. At the same time death comes back to society's everyday life via medial means. Dark tourism is a channel to observe the themes associated with death and suffering safely from a distance. Emotional and educational motives are strong, as well as seeking one's own heritage, indulging in curiosity and searching for nostalgia.

We believe that the strongest motivating factor for visiting dark tourist sides are several, one of them is educational means, visitor wants to receive information's about what happened in the past. Emotional-willingness to feel connected with one's heritage represents another factor. The more the visitors feel the emotional connection with the attraction the more interested he become in the site. If the site is part of personal history visitors are more interested in the exhibition and also are more satisfied with presented knowledge. Nevertheless, some visitors come to see the exhibition in order to have a day out. However, based on the literature reviewed we can hypothesize that dark side tourist attractions provide accidental or purposeful-intentional supply, where former is characterized with fewer demand where heritage-general tourism motives will dominate. Motivation, satisfaction at the attraction providing purposeful supply of an experience with death will be higher than at the unintentional supply sites. Due to the diversity of activities and sites as well as the lack of knowledge of the motivations of visitation, there is still much that is unknown about this form of tourism, or whether it is even an identifiable to point our sub-groups within the tourism market.

At the conclusion we can say that visitors are more likely to visit for unique educational and recreational reasons. Additionally, some other factors may be at play between supply and demand, factors that we did not discuss. Furthermore, managers of dark attractions need to be aware of the different types of visitors, their motivation, perception, needs and wants before planning attractions and so forth, and also to be aware of the interpretation methods they use. On the very end we can say that in the future more studies have to be done in order to come closer to understand dark tourism its potential, benefits, message and value for the present and future generation.

## REFERENCES

- Ashworth, G. Holocaust Tourism and Jewish culture: the lessons of Krakow Kazimierz. In Robinson, M., Evans, S. and Callaghan, P. eds., *Tourism and Cultural Change*. Sunderland: Business Education Publishers, 1996. 344 strán. ISBN 0907679919.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 1983, 15(3), 219-228.
- Bloom, T. Morbid Tourism: a postmodern market niche with an example from Althorp. In *Norwegian Journal of Geography*. 2000. ISSN 0029-1951, 2000, vol. 54, no. 1, p. 29-36.
- Dark Tourism. Retrieved from <http://www.dark-tourism.com/index.php/18-main-menus/mainmenussubpages/603-the-concept-of-dark-tourism>
- Holguín, S. „National Spain invited you“: Battlefield tourism during the Spanish civil War. In *American Historical Review*. 2005. ISSN 00028762, 2005, vol. 10, no. 5, p. 1399-1426.
- Keil, C. Sightseeing in the mansions of the dead. In *Social and Cultural Geography*. 2005. ISSN 146-9365, 2005, vol. 6, no. 4, p. 479-494.
- Lennon, J.J., Foley, M. Interpretation of the Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington DC and „Dark Tourism“. In *Journal of Travel Research*. 1999. ISSN 0047-2875, 1999, vol.38, no. 1, p. 46-50.
- Lennon, J.J., Foley, M. JFK and Dark Tourism: Heart of Darkness. In *Journal of International Heritage Studies*. 1996. ISSN 1470-3610, 2002, vol. 2, no. 4, p. 198-211.
- Li, M, Cai, LA. The effects of personal values on travel motivations and behavior intention. *Journal of Travel Research*. 2012. 51(4): 473–487.
- Mannell, R.C., Kleiber, D.A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing Inc.
- Matúšiková, D. Dark tourism in tourists imagination, feelings and minds, *HOTELink a hotel, restaurant and gastronomy business journal*, 2009. Vol. 10, no. 13-14 (2009), p. 192-197 ISSN1451-5113.
- Miles, W.F.S. Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. In *Annals of Tourism Research*. 2002. ISSN 0160-7383, 2002, vol. 29, no. 4, p. 1175-1178.
- Pelton, R. *The World's most dangerous places*. 5th ed. London: Harper Resource, 2003. 1088 strán. ISBN 0060011602, 978-0060011604.
- Plog, S, C. 1990. A carpenter's tools: an answer to Stephen L.J. Smith's review of psychocentrism/ allocentrism. *Journal of Travel Research* 29(2): 43–45.
- Rojeck, C., Urry, J. eds. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge, 1997. 224 strán. ISBN 0-415-11125-0.
- Rojeck, C. *Ways of Escape: Modern transformations in leisure and travel*. Basingstoke: Macmillan, 1993. 251 strán. ISBN 033347578X.
- Seaton, A.V. From Thanatopsis to thanatourism: Guided by the dark. In *Journal of International Heritage Studies*. 1996. ISSN 1352-7258, 1996, vol. 2, no. 4, p. 234-244.
- Seaton, A.V. War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914. In *Annals of Tourism Research*. 1999. ISSN 0160-7383, 1999, vol. 26, no. 1, 1999, p. 130-158.
- Seaton, A.V. Thanatourism's final frontiers: Visits to cemeteries, churchyards and funerary sites as sacred and secular pilgrimage. In *Tourism Recreation Research*. 2002. ISSN 0250-8281, 2002, vol. 27, no. 2, p. 73-82.
- Šenková, A., Šambonská, K., Mitříková, J., Matušiková, D., Maťková, S., Corporate culture as a tool for increasing employee motivation . In: *Polish journal of management studies [elektronický zdroj]*. 2016. ISSN 2081-7452. - Vol. 13, no. 2 (2016), online, p. 131-141.
- Smith, N. And Croy, W.G. Presentation of Dark Tourism: TeWairoa, The Buried Village. In Ryan, C., Page, S. and Aicken, M. *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*. Oxford: Elsevier, 2005. 326 strán. ISBN 0-08-044644-2.
- Smith, V. War and tourism: an American ethnography. In *Annals of Tourism Research*. 1998. ISSN 0160-7383, 1998, vol. 1, no. 25, p. 202-227.
- Stone, P.R. e-Review of Tourism Research. 2005. ISSN 1941-5942, 2005, vol. 3, no. 5, p. 109-117.

- Stone, P.R. A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. In *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*. 2006 ISSN 1332-7461, 2006, vol. 54, no. 2, p. 145-160.
- Stone, P., Sharpley, R. 2008. Consuming dark tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*. Vol. 35, No 2. 574-595.
- Tarlow, P.E. Dark Tourism: the appealing „dark“ side od tourism and more. In M.Novelli ed. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Elsevier, 2005. 264 strán. ISBN 07506-6133-X
- Warner, J. North Cyprus: Tourism and the Chalange of Non-recognition. In: *Journal of Sustainable Tourism*. ISSN 0966-9582, 1999, vol. 7, no. 2, p. 128-145.
- Zelenka, J., Pásková, M. 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu* (2nd ed.). Praha, Czechia: Linde.

*i*

# INFORMATION

S<sub>T</sub>

# CESTOVNÍ RUCH UKRAJINY

# TOURISM OF UKRAINE

**Hedvika Patková**

Received: October 3, 2018 Accepted: October 30, 2018

studentka 3. semestru oboru Cestovní ruch, Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava,  
e-mail: [patkov12@student.vspj.cz](mailto:patkov12@student.vspj.cz)

Také letos v září mělo deset studentů Vysoké školy polytechnické Jihlava možnost na několik dní vycestovat v rámci mezinárodního studentského workshopu na Zakarpatskou Ukrajinu. Z následujících řádků se budete moci dozvědět informace o historii cestovního ruchu na Ukrajině a jeho specifikách. Zmíněny budou také ukrajinské památky, zapsané na seznamu Světového dědictví UNESCO. Bližší pozornost bude, vzhledem k vazbám na Českou republiku, zaměřena na oblast Zakarpatské Ukrajiny. V článku jsou informace o dopravní infrastruktuře, suprastruktuře a na závěr jsou uvedeny možnosti rozvoje cestovního ruchu na Ukrajině.

## HISTORIE A POVAHA CESTOVNÍHO RUCHU NA UKRAJINĚ

Cestovní ruch se na Ukrajině začal rozvíjet v devatenáctém století, nejprve mezi domácí ukrajinskou inteligencí. Na konci století začaly vznikat první cestovní kanceláře. Ty organizovaly především turistické cesty v rámci regionu. Dvacáté století přineslo řadu možností, především prostřednictvím rozšíření soukromých vozidel, zvýšení koupěschopnosti a všeobecného prodloužení volného času. Ve dvacátých letech dvacátého století se na Ukrajině začalo rozvíjet lázeňství a vznikaly první penziony. Turistická struktura však začala plně fungovat až v listopadu roku 1992, kdy byl založen Státní výbor pro cestovní ruch. Činnost výboru přispěla k rozšíření rozsahu a zkvalitnění služeb a také zredukovala podvodnou činnost cestovních kanceláří. Počátkem nového tisíciletí zvýšila Ukrajina svou konkurenceschopnost na mezinárodním trhu cestovního ruchu za pomoci Státního programu rozvoje cestovního ruchu pro rok 2002-2010. V roce 2012, Ukrajina společně s Polskem uspořádaly Mistrovství Evropy ve fotbale. Ukrajina se tak zařadila mezi lákavou turistickou destinaci. Naopak mezi lety 2014-2015 došlo ke snížení návštěvnosti Ukrajiny, zapříčiněné politickou nestabilitou v souvislosti s anexí Krymu (Semistrok, 2017).

Cestovní ruch na Ukrajině má značně specifickou povahu. Tato země disponuje výhodnou geografickou polohou a příznivými klimatickými podmínkami. Má dobrý přístup k moři i k horám. Z pohledu zahraničních turistů jsou zde nastavené velmi nízké ceny. Tyto aspekty jí poskytují na trhu cestovního ruchu konkurenční výhodu. Ukrajina ji však zatím nedokáže plně využít, neboť se potýká

s nejedním úskalím. Kromě slabé ekonomiky země, je jím například nedostatečná kvalifikace lidí poskytujících služby v rámci cestovního ruchu. Rozvoj je také brzděn politickou nestabilitou země a dezinformací ze strany médií. Cestovní ruch je přitom významnou složkou národního hospodářství a je jedním z klíčových faktorů pro integraci Ukrajiny do evropského společenství (Semistrok, 2017).

## PAMÁTKY UNESCO

V zemi můžeme nalézt sedm památek, zapsaných na seznam světového dědictví UNESCO, z toho šest kulturního a jednu přírodního charakteru. Jako první byla na seznam zapsána část hlavního města Kyjev, a to roku 1990. Zmíněná část představuje katedrálu svaté Sofie s přilehlými klášterními budovami a Kyjevsko-Pečerskou Lávr. O osm let později bylo na seznam připsáno historické centrum města Lvov. Další památkou je Struveho geodetický oblouk. Tento oblouk se původně táhnul z Norska až k Černému moři a v devatenáctém století pomohl stanovit přesnou velikost a tvar planety. Jednotlivé body jsou vyznačeny ve skalních površích v několika státech. UNESCO dnes zahrnuje třicet čtyři těchto původních stanic. Mezi další památky světového dědictví na Ukrajině patří rezidence bukovinsko-dalmatských metropolitů, navržená českým architektem Josefem Hlaváčkem ve druhé polovině devatenáctého století. UNESCO chrání také pozůstatky antického města na severním břehu Černého moře a dřevěné pravoslavné a řeckokatolické kostelíky v oblasti Karpat, odkazující k místním tradicím a náboženským symbolům. Přírodní památkou zapsanou na seznam jsou původní bukové lesy pohoří Karpat (UNESCO).

## ZAKARPATSKÁ UKRAJINA

Pro českého turistu je zajímavou oblastí Zakarpatská Ukrajina, jež bývala součástí Československa, má tedy s Českou republikou část společné historie. Nalezneme v ní řadu přírodních i kulturních atraktivit. Zakarpatí se nachází v pohoří Karpaty, jehož nejvyšší horou na území Ukrajiny je Hoverla, vysoká 2061 metrů. Pohoří poskytuje vhodné životní podmínky mnoha druhům rostlin i živočichů. V oblasti se nachází několik národních parků, z nichž nejstarší Karpatský národní přírodní park, byl vyhlášen již v roce 1986. V rámci zdravotního cestovního ruchu je navštěvovaná také destinace Solotvyno. Jedná se o vesnici, v jejíž blízkosti byly solné doly. Dnes jsou sachty využívané jako léčebné jeskyně. Nalezneme

zde hotel, kempy, muzeum solných dolů, věnované horníkům a také solné jezero. Tato vodní plocha má dokonce větší obsah soli než Mrtvé moře (Prouzová, 2016; Rishko, 2015).

Oblast má také kulturně-historické předpoklady pro cestovní ruch. Na území se nachází dvanáct hradů. Mezi nejznámější patří Užhorodský, Mukačevský nebo Chustský hrad. K vidění je zde také řada rozličných kostelů, ponejvíce řeckokatolických a pravoslavných, vzájemně utvářejících architektonický kontrast. Za zmínku stojí Muzeum Ivana Olbrachta ve vesnici Koločava, nebo památník T. G. Masaryka ve městě Užhorod. Zakarpátí spolupracuje na základě smlouvy z roku 2009 s Krajem Vysočina. Jihlava je partnerským městem Užhorodu, Pelhřimov je partnerem města Mukačevo. Vysočina poskytuje Zakarpatské oblasti finanční podporu v podobě stavebních investic za účelem zkvalitnění života místních obyvatel. Katedra cestovního ruchu VŠPJ dlouhodobě spolupracuje s Užhorodskou národní univerzitou v rámci mezinárodních studentských workshopů (Prouzová, 2016).

## DOPRAVNÍ, UBYTOVACÍ A STRAVOVACÍ INFRASTRUKTURA

Úroveň dopravní infrastruktury v zemi není závratně vysoká, ale postupně se zlepšuje. V zemi se nachází rozsáhlá železniční síť, několik letišť a námořních přístavů. Právě železniční doprava je na Ukrajině nejrozvinutější. Od roku 2012 se po ukrajinských železnicích pohybují také moderní vysokorychlostní vlaky. Ukrajina trpí nedostatkem finančních prostředků na výstavbu, údržbu a opravu silnic, přesto je autobusová doprava v zemi hojně využívána. Cestování autobusem může být dobrodružným zážitkem nejen pro nízkou kvalitu silnic i samotných autobusů, ale i kvůli rychle se měnícímu jízdnímu řádu. Nepříjemné jsou také dopravní zácpy, tvořící se na hranicích. Hojně využívána je městská hromadná doprava. Ve městech můžete narazit na trolejbusy, tramvaje a velmi populární mikrobusey, takzvané „maršrutky“. Města Kyjev, Charkov a Dněpropetrovsk dokonce umožňují jízdu metrem.

Možnosti ubytování jsou na Ukrajině cenově i typově rozmanité a stále se vyvíjí. Nejlevněji je možné přespát v některém z mnoha hostelů, případně je možné využít denního pronájmu bytu. Pro náročné turisty jsou k dispozici hotely vyšší třídy a také zahraniční hotelové řetězce. Také na Ukrajině funguje mezinárodní systém udělování hvězd hotelu, podle

rozpětí poskytovaných služeb. Milovníci hor uvítají pokoj v horské chatě na úpatí Karpat (Semistrok, 2017).

Restaurace jsou na Ukrajině pro turisty levné a jídla pestrá. Domácí obyvatelé však restaurace navštěvují jen zřídka, neboť nemají na tento způsob stravování dostatečné množství finančních prostředků. Ze stejného důvodu při přípravě pokrmů sahají nejčastěji po vlastních zásobách. Často si pěstují vlastní plodiny na zahrádkách, případně chodí sbírat plody a houby do lesa. V sezóně je proto na tržišti k dostání spousta čerstvé zeleniny. Každý region je typický odlišnými pokrmy. Obecně lze říci, že mezi často podávaná jídla patří například polévka boršč. Oblíbená je také ukrajinská varianta italských těstovin raviol, nazývaná šašliky. Na vesnici se často můžeme setkat s takzvanou kašou. Jedná se o pokrm, připravený z různých druhů obilí, dochucený cibulí nebo škvarky (Tomsa Kalašová, 2015).

## MOŽNOSTI DALŠÍHO ROZVOJE

Můžeme konstatovat, že Ukrajina má v oblasti cestovního ruchu velký potenciál, který je však třeba dále rozvíjet. Patřícného posunu by v ideálním případě bylo možné dosáhnout stabilizací politické situace a zvýšením životní úrovně obyvatel. Přispět také může vydávání cestovních průvodců, otevírání turistických center a zajištění kvalitního vzdělávání v oblasti cestovního ruchu pro mladou generaci. V neposlední řadě je také potřeba důsledně plnit právní předpisy financování oblasti cestovního ruchu, a tím dopomoci ke zlepšení dopravní infrastruktury a také suprastruktury. Pomoc by mohla i marketingová kampaň na podporu dobrého jména státu, která by propagovala jedinečnost Ukrajiny. Právě odlišnost této země od jiných může vzbudit zájem zahraničních turistů (Semistrok, 2017).

## LITERATURA

- Prouzová, A. (2016). Zakarpatská Ukrajina jako cílová destinace pro české turisty. (Bakalářská práce, Vysoká škola polytechnická Jihlava). Dostupné z <https://knihovna.vspj.cz/bakalarske-prace/obhajene>
- Rishko, A. (2015). Zakarpatská Ukrajina: skryté poklady cestovního ruchu. (Bakalářská práce, Univerzita Hradec Králové). Dostupné z <https://theses.cz/>
- Semistrok, V. (2017). Komparace cestovního ruchu v ČR a na Ukrajině. (Bakalářská práce, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích). Dostupné z <https://theses.cz/>
- Tomsa Kalašová, L. (2015). Zahraniční kuchyně VII. díl: Rusko, Ukrajina. Czech Times. Dostupné z <http://www.czechtimes.cz/clanky/792-zahranicni-kuchyne-vii-dil-rusko-ukrajina>
- UNESCO. Ukraine - Properties inscribed on the World Heritage List. Dostupné z <https://whc.unesco.org/en/statesparties/ua>

**pořádají**

pod záštitou hejtmana Kraje Vysočina

s mediální podporou společnosti COT media a Institutu pro památky a kulturu

**14. mezinárodní konferenci**  
**Aktuální problémy cestovního ruchu**  
na téma

**CESTOVNÍ RUCH**  
**PŘÍLEŽITOST PRO VENKOV**

ve dnech **27. února – 28. února 2019**  
v budově Vysoké školy polytechnické Jihlava

**Hlavní cíl konference**

Cílem mezinárodní konference je poukázat na možné přínosy rozvoje cestovního ruchu pro venkovské oblasti. Konference umožní diskutovat nad pozitivy i negativy rozvoje cestovního ruchu na venkově, vlivu cestovního ruchu na místní obyvatele, samotné atraktivity, kvalitu života apod.

Cestovní ruch je významným společensko-ekonomickým fenoménem 21. století. Rozvoj cestovního ruchu sebou nese nesporná pozitiva pro jednotlivé destinace, a to v oblasti ekonomické i sociální. Představuje příležitost pro místa s atraktivní primární nabídkou, kde nejsou předpoklady pro rozvoj jiného hospodářského odvětví. Snahou konference je sledovat a diskutovat vliv cestovního ruchu v takových oblastech a vyhodnotit jeho význam pro venkov.

Zároveň dává konference prostor k prezentacím výzkumů s orientací na praxi v cestovním ruchu.

Konference vytváří podmínky pro mezinárodní setkání odborníků z praxe a akademické sféry. Přínosem konference bude prostor pro diskusi nad aktuálními poznatky v oblasti cestovního ruchu s akcentem na venkovský cestovní ruch.

## Témata

- Specifické formy venkovského cestovního ruchu (agroturistika, hipoturistika, kreativní a umělecké pobyty, meditační pobyty)
- Cyklotrasy a jejich význam pro rozvoj venkovského cestovního ruchu
- Naučné stezky a jejich význam pro rozvoj venkovského cestovního ruchu
- Kulturně-historické atraktivity a jejich význam pro rozvoj venkovského cestovního ruchu
- Ubytovací služby ve venkovských oblastech a jejich přizpůsobení návštěvníkům
- Ekonomické přínosy rozvoje cestovního ruchu na venkově
- Sociální přínosy rozvoje cestovního ruchu na venkově
- Postoje venkovského obyvatelstva k rozvoji cestovního ruchu
- Spokojenost návštěvníků s produktem destinace
- Výzkum v oblasti cestovního ruchu s ohledem na jeho ekonomické, sociální, environmentální přínosy a význam pro praxi

## Termíny

|                                           |                                                                                                                |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Přihláška                                 | <b>do 14. 12. 2018 (s příspěvkem)</b><br><b>prodlouženo do 21. 12. 2018</b><br>do 18. 01. 2019 (bez příspěvku) |
| Zaplacení účastnického poplatku           | do 18. 01. 2019                                                                                                |
| Zaslání abstraktu příspěvku               | do 14. 12. 2018                                                                                                |
| Zaslání informace o akceptaci abstraktu   | do 20. 12. 2018                                                                                                |
| Zaslání plné verze příspěvku do sborníku  | do 20. 01. 2019                                                                                                |
| Cirkulář s podrobným programem konference | do 22. 02. 2019                                                                                                |

## Předběžný program konference

### Středa 27. 02. 2019

|               |                                                                              |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 08:00 – 09:00 | Prezence                                                                     |
| 09:00 – 09:30 | Slavnostní zahájení                                                          |
| 09:30 – 11:30 | Plenární zasedání                                                            |
| 11:30 – 12:00 | Přestávka na občerstvení                                                     |
| 12:00 – 13:30 | Jednání v sekcích                                                            |
| 13:30 – 14:00 | Oběd                                                                         |
| 14:15 – 19:00 | Terénní exkurze, organizována<br>příspěvkovou organizací<br>Vysočina Tourism |
| 19:00 – 22:00 | Společenský večer s rautem                                                   |

### Čtvrtek 28. 02. 2019

|               |                          |
|---------------|--------------------------|
| 09:00 – 11:00 | Jednání v sekcích        |
| 09:00 – 11:00 | Posterová prezentace     |
| 11:00 – 11:30 | Přestávka na občerstvení |
| 11:30 – 13:30 | Jednání v sekcích        |
| 13:30 – 14:00 | Oběd                     |

## Účastnický poplatek

|                                           |                                      |
|-------------------------------------------|--------------------------------------|
| Akademičtí pracovníci a odborná veřejnost | 2 500,- CZK (vč. DPH) nebo 100,- EUR |
| Studenti doktorského studia               | 1 500,- CZK (vč. DPH) nebo 60,- EUR  |

Účastnický poplatek zahrnuje občerstvení, obědy, raut, náklady na vydání postkonferenčního sborníku a náklady na organizační zajištění konference. Účast na terénní exkurzi je pro registrované účastníky konference zdarma.

*Publikace každého dalšího příspěvku je zpoplatněna sumou 750,- CZK (vč. DPH), nebo 30,-EUR.*

Možnost prezentace příspěvku: aktivně, nebo formou posteru

Recenzovaný sborník z konference bude předložen k indexaci do Thomson Reuters Conference Proceedings database.

## Garant konference

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

## Vědecký výbor konference

**Prof. JUDr. Pascual Correa Alvaréz, Dr.Sc.** (Univerzita Marta Abreu, Kuba)  
**doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc.** (Univerzita Konštantína Filozofa v Nitře, Slovensko)  
**prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc.** (Vysoká škola polytechnická Jihlava, Česká republika)  
**doc. Ing. Jana Jarábková, PhD.** (Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitře, Slovensko)  
**Dr. Galyna Kish, PhD.** (Národní univerzita Užhorod, Ukrajina)  
**prof. WSG. Dr hab. Joanna Kosmaczewska** (Ekonomická univerzita Bydgoszcz, Polsko)  
**doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD.** (Univerzita Konštantína Filozofa v Nitře, Slovensko)  
**prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.** (Univerzita Mateja Bela v Banské Bystrici, Slovensko)  
**doc. Ing. Monika Palatková, Ph.D.** (CzechTourism, Česká republika)  
**RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc.** (Vysoká škola polytechnická Jihlava, Česká republika)  
**Prof Dr Terry Stevens** (Univerzita Swansea, Spojené království)  
**doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc.** (Univerzita Hradec Králové, Česká republika)  
**doc. dr. Jasna Potočník Topler, PhD** (Univerzita v Maribore, Slovinsko)  
**doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc.** (Slezská univerzita v Opavě, Česká republika)  
**prof. dr hab. Jerzy Wyrzykowski** (Ekonomická univerzita Wroclaw, Polsko)

## Sekretariát konference

Kateřina Krejčí  
Vysoká škola polytechnická Jihlava  
Tolstého 16, 586 01 Jihlava  
tel.: +420 567 141 116  
e-mail: [konferencecr@vspj.cz](mailto:konferencecr@vspj.cz)



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



**Vysocina Tourism**  
příspěvková organizace  
Na Stoupách 3, 586 01 Jihlava

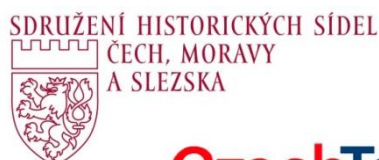
### Záštita



### Mediální partneři



### Partneři



### Sponzor



THE ASSOCIATION OF TOUR OPERATORS  
AND TRAVEL AGENTS OF THE CZECH REPUBLIC  
Since 1994



**POZVÁNKA NA UDÁLOST**

**hold**

under the auspices of the Vysočina Region Governor

with medial support of COT media and Institute for sights and culture

## **14<sup>th</sup> International Conference**

### **Topical Issues of Tourism**

concerning the topic

# **RURAL TOURISM – POSSIBILITY FOR A DESTINATION**

**27<sup>th</sup> February – 28<sup>th</sup> February 2019**

in the building of the College of Polytechnics Jihlava

#### **Main conference objectives**

The aim of the conference is to define possible benefits of tourism development in rural areas. We will discuss positive and negative factors of rural tourism development, its influence on local inhabitants, attractions, quality of life etc.

The tourism is an important socio-economic phenomenon of the 21<sup>st</sup> century. The contribution of the tourism development in the destinations is undoubtedly positive mainly in economic and social areas.

It represents an opportunity for localities with an attractive primal offer, where no other economic sector is to be developed. This conference aims to take a look on this phenomenon, discuss tourism influence on a destination and evaluate the importance of the tourism development for countryside. This conference provides a space to communicate the research outcomes examined in real conditions.

It also provides an opportunity for meeting of the international community of professionals as well as the representatives of the academic field.

We consider creating the platform for discussion of current knowledge in the field of tourism with accent on rural tourism.

## Topics

- Specific forms of rural tourism (agrotourism, hipotourism, creative stays, meditation products)
- Cycling routes and their significance for rural tourism development
- Educational trails and their significance for rural tourism development
- Sightseeing and their significance for rural tourism development
- Accommodation facilities in rural areas and their adjustment for visitors
- Economic impacts of rural tourism
- Social impacts of rural tourism
- Local inhabitants attitude to rural tourism development
- Visitors satisfaction with the destination product
- Tourism research considering economic, social, environmental benefits and its importance and influence

## Dates and deadlines

|                                     |                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Deadline for registration           | <b>14<sup>th</sup> December 2018 (presentation)</b><br><b>21<sup>st</sup> December 2018 (extended)</b><br>18 <sup>th</sup> January 2019 (without paper) |
| Payment of registration fee         | 18 <sup>th</sup> January 2019                                                                                                                           |
| Deadline for abstract submission    | 14 <sup>th</sup> December 2018                                                                                                                          |
| Notification of abstract acceptance | 20 <sup>th</sup> December 2018                                                                                                                          |
| Deadline for fulltext submission    | 20 <sup>th</sup> January 2019                                                                                                                           |
| Final conference programme          | 22 <sup>nd</sup> February 2019                                                                                                                          |

## Conference programme

### Wednesday 27<sup>th</sup> February 2019

|               |                                                                                                                |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 08:00 – 09:00 | Registration of participants                                                                                   |
| 09:00 – 09:30 | Opening ceremony                                                                                               |
| 09:30 – 11:30 | Plenary session                                                                                                |
| 11:30 – 12:00 | Coffee break                                                                                                   |
| 12:00 – 13:30 | Discussion in sections                                                                                         |
| 13:30 – 14:00 | Lunch                                                                                                          |
| 14:15 – 19:00 | Excursion organized<br>by the co-organizer of the<br>conference Vysočina Tourism,<br>contributory organization |
| 19:00 – 22:00 | Informal meeting with supper                                                                                   |

### Thursday 28<sup>th</sup> February 2019

|               |                        |
|---------------|------------------------|
| 09:00 – 11:00 | Discussion in sections |
| 09:00 – 11:00 | Poster section         |
| 11:00 – 11:30 | Coffee break           |
| 11:30 – 13:30 | Discussion in sections |
| 13:30 – 14:00 | Lunch                  |

## Registration fee

|                       |                                       |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Academics and experts | 2 500 CZK (including VAT), or 100 EUR |
| PhD students          | 1 500 CZK (including VAT), or 60 EUR  |

Registration fee includes refreshments, lunches, buffet supper, conference proceedings and organizational expenses. Participation in the excursion is free of charge for registered participants.

*Charge for each additional paper: 750 CZK (including VAT), or 30 EUR*

Opportunity of paper presentation: oral presentation or poster presentation

The conference proceedings will be sent for evaluation into Thomson Reuters Conference Proceedings Citation Index.

### Expert guarantor of the conference

prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. (College of Polytechnics Jihlava)

### Science committee

Prof. JUDr. Pascual Correa Alvaréz, Dr.Sc. (University of Marta Abreu, Cuba)  
doc. RNDr. Alena Dubcová, CSc. (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
prof. PhDr. Petr Chalupa, CSc. (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
doc. Ing. Jana Jarábková, PhD. (Slovak University of Agriculture, Slovakia)  
prof. WSG. Dr hab. Joanna Kosmaczewska (Economic University in Bydgoszcz, Poland)  
doc. RNDr. Alfred Krogmann, PhD. (Constantine the Philosopher University in Nitra, Slovakia)  
doc. Ing. Jana Kučerová, PhD. (Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia)  
doc. Ing. Monika Palatková, Ph.D. (CzechTourism, Czech Republic)  
RNDr. PaedDr. Jaromír Rux, CSc. (College of Polytechnics Jihlava, Czech Republic)  
Prof Dr Terry Stevens (Swansea University, United Kingdom)  
doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc. (University of Hradec Králové, Czech Republic)  
doc. dr. Jasna Potočník Topler, PhD (University of Maribor, Slovenia)  
doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. (Silesian University in Opava, Czech Republic)  
prof. dr hab. Jerzy Wyrzykowski (University of Business in Wrocław, Poland)

### Conference secretariat

Kateřina Krejčí  
College of Polytechnics Jihlava  
Tolstého 16, 586 01 Jihlava  
Phone: +420 567 141 116  
E-mail: [konferencecr@vspj.cz](mailto:konferencecr@vspj.cz)



**College of Polytechnics Jihlava**  
Department of Travel and Tourism  
Tolstého 16, 586 01 Jihlava  
Czech Republic

**Vysočina Tourism**  
Contributory organization  
Na Stoupách 3, 586 01 Jihlava  
Czech Republic

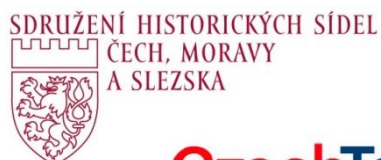
#### Auspices



#### Media partners



#### Partners



#### Sponzor



THE ASSOCIATION OF TOUR OPERATORS  
AND TRAVEL AGENTS OF THE CZECH REPUBLIC  
Since 1994



# Vysoká škola polytechnická Jihlava



V Š P  
J

- První veřejná vysoká škola neuniverzitního typu v České republice, od roku 2004
- Jediná veřejná vysoká škola se sídlem v Kraji Vysočina
- Nabízíme bakalářské i magisterské studium v denní i kombinované formě
- Široká nabídka celoživotního vzdělávání včetně Univerzity třetího věku (U3V)
- Propojení výuky s praxí (dlouhodobá praxe během studia) a spolupráce školy s aplikační sférou
- Důraz na výuku cizích jazyků
- Zapojení do mezinárodního vzdělávacího programu Erasmus+
- Sportovní, společenské a kulturní vyžití

VŠPJ, Tolstého 16, 586 01 Jihlava,  
tel.: 567 141 181, email: [studijni@vspj.cz](mailto:studijni@vspj.cz), [www.vspj.cz](http://www.vspj.cz)  
[www.facebook.com/vsp.jihlava](https://www.facebook.com/vsp.jihlava)

## ZKOUŠKOVÉ CENTRUM



- přípravné kurzy
- zkoušky Cambridge English Language Assessment
- zkoušky nanečisto + informační a poradenská činnost ke zkouškám



## Cestovní kancelář VŠP Jihlava

- výukové praxe
- prodej zájezdů

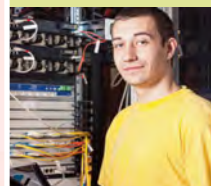


## Ekonomicky zaměřené studijní obory



Cestovní ruch (Bc.)  
Finance a řízení (Bc.)  
Finance and Management (Bc.) – obor vyučovaný kompletně v angličtině

## Technicky zaměřené studijní obory



Aplikovaná technika pro průmyslovou praxi (Bc.)  
Aplikovaná informatika (Bc.)  
Počítačové systémy (Bc.)

## Zdravotnický zaměřené studijní obory



Všeobecná sestra (Bc.)  
Porodní asistentka (Bc.)  
Zdravotně sociální pracovník (Bc.)  
Komunitní péče v porodní asistenci (Mgr.)  
Kvalita a bezpečná péče ve zdravotnictví (Mgr.)

## Univerzita třetího věku (U3V)



Zájemcům vyššího věku nabízí všeobecné, zájmové a neprofesní vzdělávání na vysokoškolské úrovni. Představuje jednu z možností kvalitního naplnění volného času seniorů.

## Časopisy VŠPJ

VŠPJ vydává 2 odborné vysokoškolské časopisy, zařazené na seznam recenzovaných odborných a vědeckých časopisů ERIH PLUS.



LOGOS POLYTECHNIKOS - zaměření především na obory sociálně-ekonomické, zdravotnické a technické.



Studia Turistica - první registrovaný český online elektronický recenzovaný odborný periodikum, které se zabývá problematikou cestovního ruchu.