CZECH HOSPITALITY
and TOURISM PAPERS

Ročník VII.
číslo 14/2011

Časopis pro vědu a informace Czech Hospitality and Tourism Papers uveřejňuje statě a analytické studie českých i zahraničních autorů v českém, slovenském nebo anglickém jazyce, zaměřené na rozvíjení teorie a praxe oboru hotelnictví, lázeňství, gastronomie a cestovního ruchu. Slouží k prezentaci domácí i zahraniční výzkumné, pedagogické a odborné činnosti pracovníků v oboru.
Kromě monotematické části jsou zveřejňovány výsledky nejlepších studentských prací, zprávy z mezinárodních konferencí a spolupráce, jakož i informace o aktuálních problémech oboru.

Czech Hospitality and Tourism Papers publishes articles and analytical papers by Czech and foreign authors in Czech, Slovak and English language. They focus on development of theory and practice of hospitality, spa, gastronomy and tourism. The aim is to introduce domestic and foreign research, pedagogic and professional activities of experts.
Apart from monothematic units, the periodical publishes consclusions of the best student works, news about cooperation and from international conferences and current professional issues.

Recenzenti statí tohoto čísla časopisu Czech Hospitality and Tourism Papers byli:
Prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc. – Univerzita Hradec Králové
Ing. Mojmír Mikula – Česká centrála cestovního ruchu-CzechTourism
Ing. Beáta Lukáčová – Slovenská agentúra pre cestovný ruch
Ing. Petr Šalda – Grand hotel Zvon České Budějovice
Ing. Eva Vavrečková, Ph.D. – Slezská univerzita v Opavě
Doc. RNDr. Václav Bezvoda, DrSc. – Vysoká škola obchodní v Praze
Ing. Věra Vyhnisová – První soukromá hotelová škola
Prof. JUDr. Jiří Kašpar, CSc. – Společnost vědeckých expertů cestovního ruchu

OBSAH – CONTENTS:

STATĚ – ARTICLES

Josef Navrátil, Jaroslav Knotek, Roman Švec, Kamil Pícha, Jana Navrátilová – Návštěvnické preference naučných stezek ve velkoplošně chráněných územích
Preferences for Educational Trails in Protected Areas…… 3

Jana Piteková – Nábožensky cestovný ruch na príklade pútnického miesta Litmanová na Slovensku
Pilgrimage Venue Litmanová as an Example of Religious Tourism in Slovakia.....17

Lucie Petříčková, Petr Studnička – Modelové systémy destinačního managementu v turistických regionech České republiky
Models of Destination Management Systems in Tourist Regions of the Czech Republic…….. 28

Jiří Sysel – Metody a nástroje managementu kvality ve službách cestovního ruchu
Methods and Instruments of Quality Management in the Field of Tourism Service…… 38

Dana Fialová, Veronika Kadlecová, Veronika Nožičková – Koncept timesharingu jako alternativa apartmánových rekreačních bytů a „holandských rekreačních vesnic“?
Timesharing Concept as an Alternative Holiday Apartments and „Dutch holiday vilages“? 55

Miloslav Malec, Lucie Severová – Pravděpodobnost a matematická optimalizace v teorii portfolia
Probability and Mathematical Optimization in the Portfolio Theory..... 68

KONZULTACE A DISKUSE – CONSULTATION AND DISCUSSION

Jiří Šíp – Vývoj vědeckých přístupů ke studiu základů cestovního ruchu
The Development of the Main Scientific Approaches to Tourism Research……75

Blanka Zimáková – Projekt Czech Specials či „Ochutnejte Českou republiku“ v praxi
The Czech Specials Label – „Taste the Czech Republic“ in Practise…… 93

RECENZE – CRITICAL REVIEW

Alena Kocmanová – Recenzní posudek na monografii Hospodářská krize – vybrané makroekonomické a mikroekonomické souvislosti s projekcí na úrovni regionů ……..102

Jiří Jindra – Recenzní posudek na publikaci Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi …… 104

STATĚ – ARTICLES

Josef Navrátil, Jaroslav Knotek, Roman Švec, Kamil Pícha, Jana Navrátilová

Návštěvnické preference naučných stezek ve velkoplošně chráněných územích

Abstrakt: *Dotazníkovým šetřením byly sledovány preference charakteru naučných stezek návštěvníky velkoplošně chráněných území. Preference dopravy ke stezce, informací o lokalitách, značení trasy, délky trasy, způsobu trasování, zaměření trasy a dopravní možnosti absolvování trasy byly vyhodnoceny pro 1 120 respondentů. Struktura preferencí k charakteru naučných stezek byla určena jako vysoce diverzifikovaná. Základem diverzity jsou rozdíly v preferencích pěších turistů a cykloturistů. Identifikovány byly taktéž rozdíly v preferencích mezi jednotlivými návštěvnickými segmenty. Nejvýznamnějším kritériem je věk (pět ukazatelů ze sedmi, identifikátor největší variability). Výsledky identifikují především možnosti optimalizace nabídky naučných stezek a potenciální konflikty.*

Klíčová slova: *cestovní ruch, Česká republika, chráněná území, naučná stezka, udržitelnost*

Preferences for Educational Trails in Protected Areas

Abstract: *By means of a questionnaire survey, the preferences for different characteristics of nature trails were explored among visitors of large protected areas. Preferences regarding transport to the trail, information on localities, marking of the trail, trail length, way of routing, orientation of the trail and transport possibilities to pass a trail were analysed among 1120 respondents. The structure of preferences for a particular characteristic of a nature trail was determined to be highly diversified. The basis of this diversity consists of differences of preferences among particular segments of visitors. The most important criterion is age (five indicators from seven, identifier o the highest variability). The results identify, in particular, possibilities for optimizing the types of nature trails on offer, as well as the potential conflicts.*

Key words: *tourism, Czech Republic, protected areas, educational trail, sustainability*

JEL Classification: L83, Q26

Úvod

Jedním z univerzálních nástrojů využívaných k řešení prostorově orientovaných problémů rozvoje cestovního ruchu ve specifických regionech je budování specifických turistických tras [41]. Potenciál budování v prostoru identifikovaných turistických sítí byl rozpoznán již relativně dávno ve vyspělých zemích [4] a později taktéž v rozvojovém světě [23]. Tento potenciál je opravdu široký a zahrnuje řešení takových cílů, jako jsou: rozložení zatížení návštěvnosti lokalit, prostorové rozložení příjmů v cestovním ruchu, začlenění aktuálně méně známých atraktivit do produktů cestovního ruchu, zvýšení povědomí o destinaci, prodloužení doby pobytu návštěvníků a podpora zvýšení jejich výdajů v destinaci, přilákání nových návštěvníků, přimět stávající návštěvníky k opakované návštěvě a v neposlední řadě přispět k rozšíření udržitelných typů návštěvnosti [29].

„Turistické trasy“ jsou velmi široký termín, který zahrnuje především shlukování aktivit a atraktivit na tématické bázi stimulující podnikatelské subjekty k tvorbě nových, s tímto tématem spojených produktů [18]. Aktivity a atraktivity jsou propojeny jedinou lineární nebo okružní trasou, s variantním řešením nebo bez něj, vytvářející tímto propojením samostatnou atraktivitu cestovního ruchu regionu, jejíž význam může být mnohovrstevný – přírodní, ekologický, historický, kulturní anebo kombinovaný [42]. Takové stezky mohou nabývat velkého množství geografických měřítek [23]. Určeny jsou rovněž i pro nejrůznější módy dopravy [42, 23]. Ve světě k nejčastějším patří koncepty stezek historického dědictví [31] a vinařské stezky [19], které jsou obvykle určeny pro vícedenní návštěvy a dopravním módem je automobil [29]. Neustálé snahy o tvorbu inovativní nabídky vedou k tvorbě např. i podvodních stezek [49]. Kromě nich však stejný koncept používají značené tematické trasy přírodního a kulturního dědictví v národních parcích a dalších chráněných územích [24], určené pro pěší turistiku, cykloturistiku nebo hippoturistiku. K nim patří i většina naučných stezek v České republice. Jejich tvorba však vyžaduje komplexní přístup, v jehož rámci musí být řešeny vedle vzdělávacích aspektů [15] i existující problémy ochrany přírody a krajiny [35].

Velmi často je cílem takovýchto tématických shluků aktivit a atraktivit cestovního ruchu taktéž dílčí nebo komplexní environmentální vzdělávání návštěvníků [9], a tedy podpora udržitelných typů cestovního ruchu [14]. Podstata potenciálního přínosu turismu k udržitelnosti je právě ve vzdělávacím aspektu návštěv přírodně nebo kulturně zajímavých míst skrze utváření jejich významu v povědomí návštěvníků [14]. Poučený návštěvník se totiž bude vědomě chovat podle zásad udržitelnosti nejen v době účasti na CR, ale také doma, a mimo tuto významnou skutečnost bude poučený návštěvník také ochoten přispět na záchranné nebo výzkumné projekty v navštívené oblasti [20]. Naučné stezky tak tvoří významnou součást podpory udržitelného rozvoje cestovního ruchu [47] a environmentálního uvědomění obyvatelstva [10, 15, 36], přestože sdělované informace mohou být někdy neobjektivní [3]. Cílem předkládaného příspěvku tak je identifikace potenciálu rozvoje budování naučných stezek jako nástroje udržitelného rozvoje chráněných území.

V České republice je větší část naučných stezek lokalizována ve velkoplošně chráněných územích. Důvodem jsou jejich přírodní a kulturní hodnoty, které jsou zároveň atraktivitami cestovního ruchu [39]. Tato jejich úloha klade vysoké nároky na řízení chráněných území, které musí zajistit koexistenci dvou, do vysoké míry protichůdných, aktivit, tj.: minimalizovat vliv lidských aktivit v prostředí a zároveň ho zpřístupnit turistům [27]. Postavení cestovního ruchu je však odlišné od postavení jiných lidských aktivit, jako je třeba průmysl, protože „hospodářské odvětví cestovního ruchu a rekreace přináší značné výhody chráněným území" [6, s. 12]. Na druhou stranu "cestovní ruch může přispívat k narušení kulturní krajiny, ohrožení biodiverzity, zvyšování míry znečištění a degradaci ekosystémů" [6 s. 12]. Aktivity cestovního ruchu totiž působí na své prostředí širokou škálou vlivů [26, 20, 32, 16], přičemž míra jejich vlivu je dána širokým spektrem vlastností těchto prostředí [35].

Proto jen plánovaný a řízený rozvoj cestovního ruchu může přinést chráněným územím zmíněné výhody [6, 30]. Jejich návštěvníci jsou přitom základním kamenem odpovědného plánování a řízení [48, 17], protože „bez návštěvníků, spokojených návštěvníků, parky a chráněná území přestanou mít smysl své existence" [6, s. 9]. Je přitom známo, že stejné atraktivity cestovního ruchu jsou navštěvovány z různých důvodů [2]. Jsou tedy navštěvovány různými skupinami návštěvníků, kteří se v cílovém místě různě chovají a mají taktéž odlišné požadavky na produkty a atraktivity cestovního ruchu [21]. Detailní poznání struktury vztahu turistů k dílčím prvkům prostředí, a v našem případě jejich zpřístupnění naučnými stezkami, přispěje k udržitelnému řízení výhodnému pro krajinu, přírodu, kulturu i cestovní ruch [16].

Z výše uvedeného pak vyplývají tyto dvě hypotézy:
H1: Preference naučných stezek jsou mnohorozměrným komplexem.
H2: Účastníci cestovního ruchu se ve svých preferencích nabídky naučných stezek liší.

1. Data a metody

1.1 Sběr dat

K testování hypotéz a naplnění cíle tohoto příspěvku bylo přistoupeno primárním výzkumem formou dotazníkového šetření [40]. Dotazníky byly sbírány formou distribuce do ubytovacích zařízení v měsících dubnu až červnu 2010. Dotazníky byly předávány zaměstnanci ubytovacího zařízení návštěvníkům, kteří je vyplňovali samostatně a odevzdávali do připravených obálek na recepcích ubytovacích zařízení ve velkoplošně chráněných územích a jejich zázemí (NP a CHKO Šumava, CHKO Blanský les, CHKO Třeboňsko, PP Novohradské hory). Jejich svoz proběhl v měsících září až listopadu 2010. Dotazník byl vypracován v češtině, němčině a angličtině. Celkem bylo distribuováno 3 000 dotazníků, z nich se vrátilo 1 318. Vyřazeny byly neúplně vyplněné dotazníky a k hodnocení bylo k dispozici 1 120 dotazníků. Vzhledem ke způsobu distribuce dotazníků a celého zaměření výzkumu spíše explorativním směrem, byl kladen důraz na obsahovou střídmost a jednoduchost dotazovacího nástroje [40]. K charakterizování vzorku tak bylo použito jen základních seg-

mentačních kritérií využívaných při studiu vlivu prostředí na preference návštěvníků [25]. Charakteristika dotazovaného vzorku je uvedena v Tabulce 1.

Tabulka 1: Profil respondentů (n = 1 120).

Charakteristika vzorku	%
pohlaví	
žena	53
muž	47
věk	
18-25 let	19
26-35 let	26
36-47 let	27
46-55 let	18
56-65 let	8
66-75 let	2
nad 75 let	< 1
původ	
Česká republika	92
Německo/Rakousko	4
Slovensko	2
ostatní	2
zkušenost s NS (počet navštívených NS v roce 2009)	
0	12
1	25
2-5	42
6-15	17
více než 15	4

Zdroj: vlastní zpracování

1.2 Identifikace proměnných

Během terénního výzkumu 2009 bylo identifikováno celkem sedm základních parametrů naučných stezek. K výzkumu preferencí atributů naučných stezek byla zvolena metoda deklarovaných odpovědí (= úrovní) každého parametru [1]. Respondenti tak byli vyzváni, aby u každého parametru zvolili jednu úroveň, kterou by upřednostnili z nabízeného výběru.

Cílem výzkumu nebyl vyčerpávající výčet parametrů naučných stezek, ale identifikace základních problémových okruhů spojených s jejich výběrem, proto nebyly sledovány např. preference povrchu, výhledů, převýšení apod. Sledovány byly jen základní parametry s následujícími úrovněmi (uvedeny jsou v závorce za parametrem): doprava ke stezce (jen pěšky; pěšky nebo na kole; automobilem nebo veřejnou dopravou), informace o lokalitách (tištěný průvodce; informační tabule; elektronicky přes mobil, PDA, iPhone atd.), značení trasy (bez terénního značení; směrová tabule na hlavních křižovatkách; turistické značky), délka trasy (do 5 km; 5-15 km; nad 15 km), způsob trasování (okružní stezka, začátek a konec v jiném bodě), zaměření trasy na (geologii; vodu; rostlinstvo; živočišstvo; historii; techniku; krajinu; všeobecně), možnost absolvování trasy (pěšky; na kole; na koni; na běžkách; na in-linech). U každé proměnné měli respondenti vybrat jedinou možnost, kterou upřednostňují.

1.3 Analýza dat

K určení významu jednotlivých úrovní ve vazbách komplexního posouzení všech preferovaných proměnných jednotlivými respondenty, tedy dimenzí v preferencích, a testu hypotézy 1, byla použita analýza hlavních komponent (PCA) v programu CANOCO 4.5 [46]. Data jednotlivých úrovní byla nejprve kódována do binárního měřítka a úrovně vstupovaly do analýzy jako indikátorové proměnné. Před analýzou nebyla data transformována.

Vliv základních demografických charakteristik (věk a pohlaví), typu CR (domácí/zahraniční návštěvník) a orientace na daný typ cestovního ruchu (počet návštěv naučných stezek v předchozím roce), na dimenze v preferencích (test hypotézy 2) byl posouzen redundantní analýzou (RDA) v programu CANOCO 4.5 [46]. Dále byl proveden test shody v četnostech odpovědí preferencí úrovní pro jednotlivé ukazatele podle sledovaných charakteristik dotazovaného vzorku, a to s využitím chí-kvadrát testu. Kde to bylo nutné, byla použita Yatesova korekce [38].

2. Výsledky a diskuse

2.1 Struktura preferencí

Nejpreferovanějším typem naučné stezky je naučná stezka, k níž se dá dostat na kole nebo pěšky, dá se absolvovat na kole nebo pěšky, je značená klasickým turistickým značením naučných stezek, osazená informačními tabulemi, dlouhá 5-15 km, má okružní charakter a je zaměřená všeobecně. Tedy preferovány jsou charakteristiky, které jsou v nabídce naučných stezek nejčastější. Nicméně množství jiných preferovaných variant je ve výsledcích velmi patrné.

Doprava ke stezce je preferována pěšky nebo na kole – 46 % (vzhledem k tomu, že jen pěšky preferuje jen 16 % respondentů, dá se předpokládat, že většina z odpovědí znamená „na kole nebo jinak než by šlo jen pěšky“ – např. s dětským kočárkem) a automobilem a/nebo veřejnou dopravou – 40 %. Informační tabule se jeví jako nejlepší možnost předá-

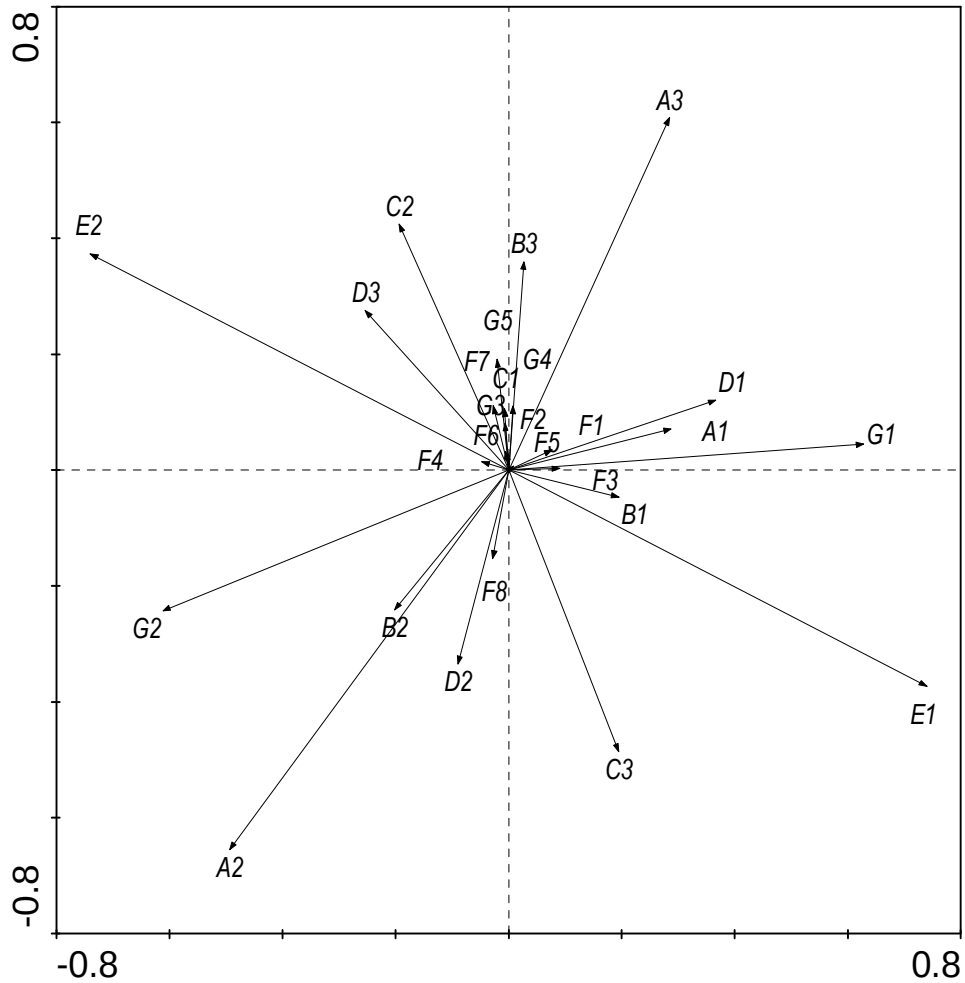
vání informací (49 %), neboť současně podávají informace o poloze návštěvníka [50]. Tištění průvodci jsou ovšem taktéž preferovaným zdrojem informací (31 %) a potenciál dalšího rozvoje se skrývá v elektronickém předávání informací (běžnější na historických památkách), které by preferovalo 20 % respondentů. Nejpreferovanějším způsobem značení je klasické terénní značení turistickými značkami (48 %), ovšem významný je podíl preferencí značení jen směrovými tabulemi na hlavních křižovatkách (40 %), které je typické pro cykloturistiku [45]. Existují však i respondenti, kteří preferují stezky bez jakéhokoliv terénního značení (12 %). Nejpreferovanější délka trasy je od 5 do 15 km (55 % odpovědí), kratší i delší trasy jsou preferovány přibližně stejně (22 % a 23 %). Okružní stezka je preferovanější mírně větším počtem respondentů (53 %) než stezky se začátkem a koncem v jiném bodě (47 %). Respondenti byli taktéž vyzváni, aby vybrali pro ně nejzajímavější zaměření naučné stezky (jediné) – nejpreferovanější jsou všeobecná zaměření (35 %) a zaměření na krajinu (23 %). Alespoň 10 procent respondentů by preferovalo (v případě nabídky jediné trasy) zaměření na historii (12 %) a živočišstvo (10 %). 41 % respondentů by preferovalo absolvování naučné stezky na kole a 39 % pěšky.

Preference dílčích charakteristik naučných stezek tak nejsou vůbec jednoznačné a z těchto četnostních zpracování plyne zjištění relativně vysoké diverzity požadavků na naučné stezky.

Tento fakt v odpovědích se odráží taktéž ve výsledcích PCA. Zjištěna byla velká diverzita odpovědí, neboť všechny čtyři nejdůležitější komponentní osy mají srovnatelné hodnoty vlastního čísla (0,142; 0,108; 0,100; 0,090, obrázek 1). Podél první komponentní osy byly odděleny úrovně absolvování trasy pěšky, délka trasy do 5 km a okružní formou trasy na straně jedné od možnosti dosažení stezky na kole, její absolvování na kole a stezka formou začátku a konce v jiném bodě. Základní variabilita souboru určená první osou tak může být identifikována jako rozdílnost preferencí naučných stezek mezi cykloturisty a pěšími turisty, jejichž společné využívání prostoru se dostává do častých konfliktů [8]. Podél osy druhé hlavní komponenty byly odděleny preference dopravy automobilem nebo veřejnou dopravou, směrových tabulí na hlavních křižovatkách a elektronické dostupnosti informací o místech na straně jedné od dopravy ke stezce pěšky nebo na kole, značení turistickými značkami, délkou trasy 5-15 km a dostupností informací na informačních tabulích. Druhá osa variability tak může být označena jako tradiční versus moderní preference v cestovním ruchu [17] a tak i charakteru naučných stezek. Tradiční zde znamená návštěvu naučné stezky v rámci cíle pobytu v přírodě skrze fyzickou aktivitu klasické pěší turistiky, moderní pak prvky typické pro masový cestovní ruch s cílem navštívit ‚zajímavou' věc s pokud možno nejmenší námahou.

Hypotéza 1 tak byla potvrzena, neboť byl identifikován větší počet dimenzí v preferencích naučných stezek, což odráží skutečnost diverzity poptávky. Ta může být uspokojena pouze diverzitou nabídky [12].

Obrázek 1: 1. a 2. osa analýzy hlavních komponent dat preferencí úrovní ukazatelů naučných stezek

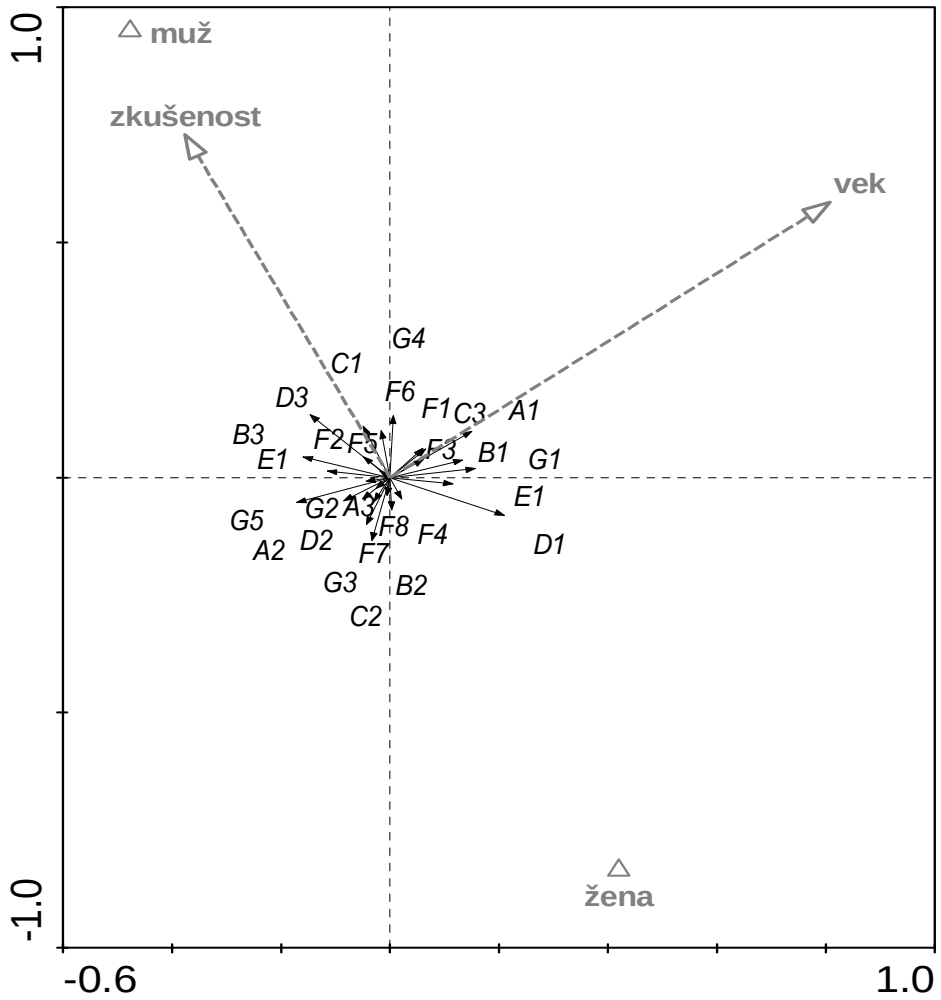


Poznámky: doprava ke stezce (jen pěšky = A1; pěšky nebo na kole = A2; automobilem a/nebo veřejnou dopravou = A3), informace o lokalitách (tištěný průvodce = B1; informační tabule = B2; elektronicky přes mobil, PDA, iPhone atd. = B3), značení trasy (bez terénního značení = C1; směrová tabule na hlavních křižovatkách = C2; turistické značky = C3), délka trasy (do 5 km = D1; 5-15 km = D2; nad 15 km = D3), způsob trasování (okružní stezka = E1, začátek a konec v jiném bodě = E2), zaměření trasy na (geologii= F1; vodu = F2; rostlinstvo = F3; živočišstvo= F4; historii = F5; techniku = F6; krajinu = F7; všeobecně= F8), možnost absolvování trasy (pěšky = G1; na kole = G2; na koni = G3; na běžkách = G4; na in-linech = G5).

2.2 Vliv návštěvnického segmentu na strukturu preferencí

Proměnné zjišťované výzkumem v celku všech úrovní posuzovaných všemi respondenty vysvětlují 1,6 % celkové variability souboru dat (obrázek 2). Identifikovány byly tři kanonické osy, které jsou všechny signifikantní a vysvětlují 1,5 % variability souboru. Nejvýznamnější proměnnou je věk (0,8 %), následovaný zkušeností (0,4 %) a pohlavím (0,3 %). Věk ovlivňuje především preferování způsobu dopravy ke stezce pěšky, možnost absolvování stezky pěšky, získávání informací o místě v tištěném průvodci a značení turistickými značkami. Zkušenost má vliv na upřednostňování delších stezek (nad 15 km) a směrových tabulí na křižovatkách pro značení trasy (obrázek 2). Tyto výsledky jsou potvrzeny i jednorozměrnou analýzou dat (viz následující odstavce).

Obrázek 2: 1. a 2. kanovnická osa redundantní analýzy dat preferencí úrovní ukazatelů naučných stezek. Kódy ukazatelů viz obrázek 1.



U kritéria pohlaví byl zjištěn vliv na preferenci délky trasy (chí-kvadrát = 14,75; $p < 0,001$), zaměření trasy (chí-kvadrát = 26,51; $p < 0,001$) a možnost absolvování trasy (chí-kvadrát = 20,56; $p < 0,001$). Muži preferují delší trasy a ženy kratší, muži technické zaměření naučných tras. Muži taktéž preferují absolvování trasy na kole a in-linech, ženy naopak pěšky nebo na koni. Rozdíly byly prokázány i u dalších charakteristik: podíl mužů preferujících elektronické informace o místech na NS je vyšší (chí-kvadrát = 12,75; $p < 0,01$) a taktéž více preferují neznačené trasy (chí-kvadrát = 6,43; $p < 0,05$).

Taktéž pro věkové kategorie respondentů byly zjištěny rozdíly v odpovědích (s výjimkou zaměření trasy a způsobu trasování). S rostoucím věkem rostou preference možnosti dopravy ke stezce pěšky a klesají pro dopravu na kole (chí-kvadrát = 39,84; $p < 0,001$), rostou preference získávání informací v tištěných průvodcích a klesají preference získání informací elektronicky (chí-kvadrát = 27,00; $p < 0,001$), rostou preference značení naučných stezek turistickými značkami (chí-kvadrát = 20,39; $p < 0,01$), rostou preference kratších tras (chí-kvadrát = 28,07; $p < 0,001$) a možnosti absolvovat takovou stezku pěšky nebo na běžkách (chí-kvadrát = 90,08; $p < 0,001$).

Věk a pohlaví patří k základním marketingovým segmentačním kritériím používaným i v cestovním ruchu [44]. V rozdílech v preferencích podle pohlaví se projevuje vyšší schopnost mužů orientovat se v terénu [11] a vyšší úrovně v preferencích techniky [5]. Námi zjištěné rozdíly v preferencích mezi věkovými skupinami odráží především náklonnost mladší generace k výpočetní technice [37] a tradicionalitu a fyzická omezení straší generace [33].

Zkušenost s návštěvou naučných stezek má zásadní vliv na preference délky trasy (chí-kvadrát = 52,83; $p < 0,001$). Návštěvníci vyhledávající naučné stezky častěji preferují jejich větší délku. Dále pak zkušenost ovlivňuje preface značení tras (chí-kvadrát = 28,12; $p < 0,01$) a zpřístupnění informací o lokalitách (chí-kvadrát = 20,43; $p < 0,01$) – zkušení návštěvníci oproti nezkušeným preferují stezky bez značení v terénu, méně preferují tištěné průvodce a více preferují elektronické informace. Zjištěné rozdíly v preferencích naučných stezek jsou v souladu s předchozími zjištěními, že zkušenější návštěvníci vyhledávají stezky delší a obtížnější [28, 22].

V rámci výzkumu nebyl zjištěn žádný rozdíl mezi domácími a zahraničními návštěvníky.

Ve všech identifikovaných případech tak byl prokázán vliv zjišťovaných segmentů na značení trasy, což je prvek, který ovlivňuje už samotnou volbu způsobu absolvování trasy, a to především pro méně zkušené návštěvníky [50]. Je obvyklé, že naučné stezky jsou zaměřeny na rozličná témata [13], a proto přitahují rozličné návštěvnické segmenty [21]. Tyto rozdíly však neovlivňují pouze volbu trasy, ale mají také vliv na kvalitu fixace poznatků o prostředí získaných z informačních materiálů [13].

3. Závěr

Na základě primárního výzkumu byly posouzeny preference návštěvníků naučných stezek. Ukázalo se, že struktura preference k charakteru naučných stezek je velmi diverzifikovaná a z analýzy dílčích ukazatelů i komplexního posouzení všech úrovní plyne především diverzita v preferencích mezi pěší turistikou a cykloturistikou. Kromě ní byla určena i druhá významná komponenta, kterou jsou preference tradiční versus moderní turistiky.

Vliv charakteru návštěvníka podle zjišťovaných kritérií byl identifikován především u úrovní, které byly v daném ukazateli preferovány méně často. Nejvýznamnějším kritériem, které odhalilo největší diverzitu v preferencích, je věk (pět ukazatelů ze sedmi, identifikátor největší variability dat v RDA).

Výsledky identifikují možnosti optimalizace nabídky naučných stezek (variantní řešení jednotlivých stezek, specializované stezky) a potenciálních konfliktů (stejné místo je využíváno návštěvníky s rozdílnými preferencemi). Jejich řešením může být zvýšena spokojenost návštěvníka se všemi dalšími důsledky. Výsledek tak má zásadní význam pro praxi tvorby naučných stezek a tedy pro posilování prvků udržitelnosti v cestovním ruchu.

RNDr. Josef Navrátil, Ph.D. je odborným asistentem na Katedře obchodu a cestovního ruchu Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Specializuje se na problematiku přírodního a společensko-kulturního prostředí cestovního ruchu.

Mgr. Dr. Jaroslav Knotek, Ph.D. je odborným asistentem v Ústavu aplikované a krajinné ekologie Agronomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně. Specializuje se na problematiku multifunkčního využití chráněných území přírody.

Ing. Roman Švec je odborným asistentem na Katedře obchodu a cestovního ruchu Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Specializuje se na problematiku ubytovacích a stravovacích služeb.

Ing. Kamil Pícha, Ph.D. je vedoucím Katedry obchodu a cestovního ruchu Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Specializuje se na problematiku marketingu a spotřebního chování.

Mgr. Jana Navrátilová, Ph.D. je vědeckým pracovníkem Biologického ústavu, Akademie věd ČR, v.v.i. Specializuje se na mnohorozměrnou analýzu environmentálních dat.

Autoři děkují všem studentkám, které se aktivně podílely na sběru dotazníků. Stejně tak děkují všem majitelům a provozovatelům ubytovacích zařízení, kteří svolili k provedení výzkumu v jejich ubytovacích zařízeních. Příprava výzkumu, terénní práce a zpracování tohoto příspěvku proběhlo s finanční podporou projektu GA ČR 403/09/P053 „Typologie vztahu turistů k atributům prostředí na příkladu vodní komponenty krajiny“.

Literatura

[1] ADAMOWICZ, W., LOUVIERE, J., SWAIT J. *Introduction to Attribute-Based Stated Choice Methods*. Report to NOAA Resource Valuation Brach, Damage Assessment Centre Advanic: Edmonton. 1998. Dostupné na http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.119.6910&rep=rep1&type=pdf [cit. 2010-12-25].

[2] BANSAL, H., EISELT, H.A. Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management.* Vol. 25, No. 3, 2004, p. 387–396. ISSN 0261-5177

[3] BRAITHWAITE, R.W., LEIPER, N. Contests on the River Kwai: how a wartime tragedy became a recreational, commercial and nationalistic plaything. *Current Issues in Tourism*, Vol. 13 , No. 4, 2010, p. 311-332. ISSN 1368-3500

[4] BRIDENHANN, J., WICKENS, E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management.* Vol. 25, No. 1, 2004, p. 71-79. ISSN 0261-5177

[5] BROOS, A. Gender and information and communication technologies (IT) anxiety: male self assurance and female hesitation. *Cyberpsychology & Behaviour*. Vol. 8, No. 1, 2005, p. 21-31. ISSN 1094-9313

[6] BUSHELL, R., MCCOOL, SF. Tourism as a tool for conservation and support of protected areas: Setting the agenda. In: Bushell R., Eagles P.F.J., editors. *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries, The Vth IUCN World Parks Congress.* CABI: Wallingford, 2007, p. 12-26. ISBN 978-085-199-022-4

[7] BUSHELL, R., STAIFF, R., EAGLES, P.F.J. Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries. *In*: Bushell R., Eagles P.F.J., editors. *Tourism and Protected areas: Benefits Beyond Boundaries, The Vth IUCN World Parks Congress.* CABI: Wallingford, 2007, p. 1-11. ISBN 978-085-199-022-4

[8] CAROTHERS, P., VASKE, J., MAUREEN, D. Social values versus interpersonal conflict among hikers and mountain bikers. *Leisure Sciences.* Vol. 23, No. 1, 2001, p. 47-61. ISSN 0149-0400

[9] CECIONI, E. Environmental education and geography of complexity. *International Research in Geographical and Environmental Education*, Vol. 14, No. 4, 2005, p. 277-294. ISSN 1038-2046

[10] CLARK, G. The educational value of the rural trail: a short walk in the Lancashire countryside. *Journal of Geography in Higher Education*, Vol. 21, No. 3, 1997, p. 349-362. ISSN 0309-8265

[11] DELAY, R., DYMENT, J. A toolkit for gender-inclusive wilderness leadership. *The Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, Vol. 74, No. 7, 2003, p. 8-12. ISSN 0730-3084

[12] EAGLES, P.F.J., MCCOLL, S.F. *Tourism in National Parks and Protected Areas: Planning and Management*. CABI Publishing: Oxon. 2002. ISBN 0-85199-589-6

[13] EETAP. *Educational Use of Nature Trails*. EETAP Resource Library. Vol. 105. 2002. Dostupné na http://eelink.net/eetap/info105.PDF [cit. 2010-12-30].

[14] EPLER WOOD, M. *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*. UNEP: Nairobi. 2002. ISBN 92-807-2064-3

[15] FERREIRA, G. Environmental education through hiking: A qualitative investigation. *Environmental Education Research*. Vol. 4, No. 2, 1998, p. 177-183. ISSN 1350-4622

[16] GENELETTI, D., DAWA, D. Environmental impact assessment of mountain tourism in developing regions: A study in Ladakh, Indian Himalaya. *Environmental Impact Assessment Review*. Vol. 29, No. 4, 2009, p. 229-242. ISSN 0195-9255

[17] GOELDNER, C.R., Ritchie, J.R.B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies.* Wiley: New York. 2009. ISBN 978-0-470-08459-5

[18] GREFFE, X. Is rural tourism a lever for economic and social development? *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 2, No. 1&2, 1994, p. 23-40. ISSN 0966-9582

[19] HALL, C.M. Rural wine and food tourism cluster and network development. In: Hall D., Kirkpatrick I., Mitchell M. editors. *Rural Tourism and Sustainable Business.* Channel View Publications: Clevedon, 2005, p. 149-164. ISBN 1-84541-011-4

[20] HEYDENDAEL, A. Sustainable tourism within the context of the ecosystem approach. In: di Castri F., Balaji V., editors. *Tourism, Biodiversity and Information.* Backhuys Publishers: Leiden, 2002, p. 25-44. ISBN 90-5782-107-9

[21] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Marketing Tourism, Hospitality and Leisure in Europe*. International Business Press: London. 1996. ISBN 0-412-62170-3

[22] KAUFFMAN, R.B., GRAEFE, A.R. Canoeing specialization, expected rewards, and resource related attitudes. In Popodic J.S., Butterfield D.I., Anderson D.H., Popodic M.R., editors, *National River Recreation Symposium Proceedings*. Louisiana State University: Baton Rouge, 1984, p. 629-641.

[23] LAURENS, M. Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development. *Development Southern Africa*. Vol. 24, No. 3, 2007, p. 475-489. ISSN 0376-835X

[24] LI W.J., GE X.D., LIU C.Y. Hiking trails and tourism impact assessment in protected area: Jiuzhaigou Biosphere Reserve, China. *Environmental Monitoring and Assessment.* Vol. 108, No. 1-3, 2005, p. 279-293. ISSN 0167-6369

[25] LYNN, N.A., BROWN, R.D. Effects of recreational use impacts on hiking experiences in natural areas. *Landscape and Urban Planning.* Vol. 64, No. 1, 2003, p. 77-87. ISSN: 0169-2046

[26] MARION, J.L., LEUNG, Y. Trail resource impact and an examination of alternative assessment techniques. *Journal of Park and Recreation Administration*. Vol. 35, No. 3, 2001, p. 17-37. ISSN 0735-1968

[27] MARION, J.L., REID, S.E. Minimising visitor impacts to protected areas: The effect of low impact education programmes. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 15, No. 1, 2007, p. 5-27. ISSN 0966-9582

[28] MCFARLANE, B., BOXALL, P.L., WATSON, D. Past experience and behavioral choice among wilderness users. *Journal of Leisure Research*. Vol. 30, No. 2, 1998, p. 195-213. ISSN 0022-2216

[29] MEYER, D. *Tourism Routes and Gateways: Key Issues for the Development of Tourism Routes and Gateways and their Potential for Pro-Poor Tourism*. Overseas Development Institute: London. 2004. Dostupné na www.odi.org.uk/resources/download/3100.pdf [cit. 2010-12-25].

[30] MONZ, A.C., MARION, J.L., GOONAN, K.A., MANNING, R.E., WIMPEY, J., CARR C. Assessment and monitoring of recreation impacts and resource conditions on mountain summits: Examples from the Northern Forest, USA. *Mountain Research and Development.* Vol. 30, No. 4, 2010, p. 332-343. ISSN 0276-4741

[31] MOULIN, C., BONIFACE, P. Routeing heritage for tourism: Making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development. *International Journal of Heritage Studies*. Vol. 7, No. 3, 2001, p. 237-248. ISSN 1352-7258

[32] NEPAL, S.K., NEPAL, S.A**.** Visitor impacts on trails in the Sagarmatha (Mt. Everest) National Park, Nepal. *AMBIO: A Journal of the Human Environment.* Vol. 33, No. 6, 2004, p. 334-340. ISSN 0044-7447

[33] PATTERSON, I. *Growing Older Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults.* CABI: Wallingford. 2006. ISBN 978-1-85593-065-3

[34] PICKERING, C.M. Ten factors that affect the severity of environmental impacts of visitors in protected areas. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*. Vol. 39, No. 1, 2010, p. 7077. ISSN 0044-7447

[35] PICKERING, C.M., HILL, W., NEWSOME, D., LEUNG, Y. Comparing hiking, mountain biking and horse riding impacts on vegetation and soils in Australia and the United States of America. *Journal of Environmental Management.* Vol. 91, No. 3, 2010, p. 551-562. ISSN: 0301-4797

[36] PRAH, K., KOLNIK, K.K. Didactic analysis of outdoor learning based on the example of the educational water trail in the Sotla river basin. *Didactica slovenica-Pedagoška obzorja*.
Vol. 22, No. 3-4, 2007, p. 38-52. ISSN 0353-1392

[37] PRIDEAUX, B. The cybertourist. In Dann G.M.S., editor. *The Tourist as a Metaphor of the Social World.* CABI Publishing: Oxon, 2002, p. 314-339. ISBN 0-85199-606-X

[38] QUINN, G.P., KEOUGH, M.J. *Experimental Design and Data Analysis for Biologists.* Cambridge University Press: Cambridge. 2002. ISBN 0-521-00976-6

[39] RITCHIE, J.R.B., CROUCH G.I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing: Oxon. 2003. ISBN 0-85199-664-7

[40] ROBINSON, G.M. *Methods and Techniques in Human Geography*. John Wiley and Sons: Chichester. 1998. ISBN 0-471-96232-5

[41] ROGERSON, M.C. Tourism and local economic development: the case of the High-lands Meander. *Development Southern Africa*. Vol. 19, No. 1, 2002, p. 143-167. ISSN 0376-835X

[42] ROGERSON, M.C. Tourism Routes as Vehicles for Local Economic Development in South Africa: The Example of the Magaliesberg Meander. *Urban Forum*. Vol. 18, No. 2, 2007, p. 49-68. ISSN 1015-3802

[43] SCHÄNZEL, H.A., MCINTOSH, A.J. An insight into the personal and emotive context of wildlife viewing at the penguin place, Otago peninsula, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 8, No. 1, 2000, p. 36-52. ISSN 0966-9582

[44] SHAW, S.M., KLEIBER, D.A., CALDWELL, L.L. Leisure and identity formation in male and female adolescents: A preliminary examination. *Journal of Leisure Research*, Vol. 27, No. 3, 1995 p. 245-263. ISSN 0022-2216

[45] SIDERELIS, C., NABER, M., LEUNG, Y.F. The influence of site design and resource conditions on outdoor recreation demand: A mountain biking case study. *Journal of Leisure Research*. Vol. 42, No. 4, 2010, p. 573-590. ISSN 0022-2216

[46] TER BRAAK, C.J.F., ŠMILAUER, P. *CANOCO Reference Manual and CanoDraw for Windows User's Guide: Software for Canonical Community Ordination Version 4.5*. Microcomputer Power: Ithaca. 2002.

[47] TOPOLE, M. Potential for tourism in the demographically threatened region of Jurklošter. *Acta Geographica Slovenica*. Vol. 49 No. 1, 2009, p. 119–141. ISSN 1581-6613

[48] VEAL, A.J. *Leisure and Tourism Policy and Planning.* CABI Publishing: Oxon. 2002. ISBN 0-85199-546-2

[49] WEGNER, E., TONIOLI, F.C., CABRAL, D.Q. Underwater trails: A new possibility of marine tourism. *Journal of Coastal Research*. Vol. 2, Sp. Iss. 39, 2006, p. 990-993. ISSN 0749-0208

[50] YOUNGS, Y.L., WHITE, D.D., WODRICH, J.A. Transportation systems as cultural landscapes in national parks: The Case of Yosemite. *Society & Natural Resources*. Vol. 21, No. 9, 2008, p. 797-811. ISSN 0894-1920

Jana Piteková

Náboženský cestovný ruch na príklade pútnického miesta Litmanová na Slovensku

Abstrakt: *Na Slovensku sa po roku 1989, keď došlo k oživeniu religiózneho života, opäť objavili odborné i vedecké články skúmajúce danú problematiku z duchovného či ekonomického aspektu. Cieľom príspevku je na základe stručnej charakteristiky náboženského cestovného ruchu (turizmu) s dôrazom na návštevu pútnických miest poukázať nielen na duchovné, ale predovšetkým ekonomické aspekty tejto formy cestovného ruchu pre danú obec, región. Predmetom skúmania je obec Litmanová v okrese Stará Ľubovňa, kde po údajných zjaveniach Panny Márie v roku 1990 začalo pravidelne putovať tisíce ľudí.*

Kľúčové slová: *Litmanová, náboženský cestovný ruch, putovanie*

Pilgrimage Venue Litmanová as an Example of Religious Tourism in Slovakia

Abstract: *After the revolutionary year 1989, when religious life in Slovakia re-gained its previous importance, a number of specialist and scientific articles on the problems of religion appeared. The articles considered both spiritual and economic aspects of the phenomenon. The article purpose is to highlight not only the spiritual but also the economic aspects of this particular form of religious tourism in a given locality or region on the basis of a brief characteristic of religious tourism with special attention paid to the visits of pilgrimage venues. As a subject of our study the village Litmanová in the district of Stará Ľubovňa has been chosen. Since the reputed apparation of the Virgin Mary in 1990 the village is regularly visited by thousands of pilgrims every year.*

Key words: *Litmanová, religious tourism, pilgrimage*

JEL Classification: L83

Úvod

Pod pojmom cestovný ruch si zvyčajne vybavíme dve základné podmienky: voľný čas a mimo miesta bydliska. Motívy a ciele cestovania sú rôznorodé. Je nesporné, že medzi najstaršie formy cestovného ruchu môžeme zaradiť putovanie podmienené náboženskými motívmi. Na Slovensku sa po roku 1989, keď došlo k oživeniu religiózneho života, opäť objavili odborné i vedecké články skúmajúce danú problematiku z duchovného či ekonomického aspektu. Cieľom príspevku je na základe stručnej charakteristiky náboženského cestovného ruchu (turizmu) s dôrazom na návštevu pútnických miest poukázať nielen na

duchovné, ale predovšetkým ekonomické aspekty tejto formy cestovného ruchu pre danú obec, región. Predmetom skúmania je obec Litmanová v okrese Stará Ľubovňa, kde po údajných zjaveniach Panny Márie v roku 1990 začalo pravidelne putovať tisíce ľudí.

1. Náboženský cestovný ruch (turizmus) a putovanie

Ponímanie pojmov náboženský a pútnický cestovný ruch je rôzne. Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) používa pojem náboženský a pútnický cestovný ruch. Za náboženský cestovný ruch považuje návštevu posvätného miesta konkrétneho náboženstva spojenú s vykonávaním určitých náboženských obradov. Rovnaký významový obsah ako „náboženský" má pútnický cestovný ruch, pod ktorým rozumie cestovanie za účelom návštevy posvätného miesta v čase, kedy sa tam koná špecifická náboženská udalosť – púť. Pútnický cestovný ruch sa pritom považuje za určitú súčasť náboženského cestovného ruchu (K. Nejdl, 2006).

V odbornej literatúre sa stretávame s ponímaním púte ako prejavu náboženského cestovného ruchu. Nachádzame aj širšie poňatie náboženského cestovného ruchu, ktoré zahŕňa okrem návštevy pútnických a posvätných miest aj cirkevné pamiatky a religiózne podujatia. Pojmy cirkevný, sakrálny, prípadne religiózny cestovný ruch sa však nepoužívajú.

K cestovnému ruchu sa vyjadrujú aj predstavitelia cirkvi. Ako prvý z pápežov sa otázkou turistiky zaoberal pápež Pius XII. Na audiencii pre zástupcov talianskej turistickej organizácie v roku 1952 vyjadril svoj postoj k turistike, ktorý možno zhrnúť do troch bodov:

1. Cestovný ruch prispieva k zdokonaleniu psychického a morálneho profilu človeka.
2. Cestovný ruch ako spoločenská aktivita vzbudzuje pocit ľudskej spolupatričnosti, oslabuje existenciu predsudkov, ktoré vládnu vo vzťahoch medzi ľuďmi a podporuje vzájomnú úctu medzi národmi.
3. Cestovný ruch vytvára objektívne podmienky pre duchovné pozdvihnutie.

V posledných desaťročiach najvyšší predstavitelia cirkvi vo svojich príhovoroch k veriacim spomínajú fenomén cestovného ruchu. Každý pápež, ak hovoril o cestovnom ruchu, nezabudol spomenúť porozumenie medzi národmi, a to znamená aj medzi ľuďmi rôznych vierovyznaní, čo predstavuje jednu z najväčších hodnôt, hodných rozvíjania, ktoré prináša turistika dnešnému svetu (F. Dancák, 2007, s. 19).

Je potrebné si uvedomiť, že náboženský turizmus, resp. cestovný ruch sa nemusí výlučne týkať len veriacich ľudí. Mnohí turisti bez ohľadu na vieru radi vyhľadávajú napr. sakrálne pamiatky – Gotická cesta na Spiši, drevené kostolíky na Východnom Slovensku. Veľkému záujmu sa tešia evanjelické drevené kostoly – Kežmarok, Svätý Kríž, Hronsek, ktoré navštevujú domáci i zahraniční turisti bez ohľadu na to akú vieru vyznávajú, resp. ateisti. Náboženský cestovný ruch môžeme charakterizovať ako návštevu akýchkoľvek objektov, miest a podujatí, ktoré sú spojené s kresťanstvom. Návštevník však nemusí byť vyznávačom práve tej viery, ku ktorej sa sakrálna pamiatka alebo miesto vzťahuje a nemusí byť

veriacim človekom vôbec. Mnohí turisti navštevujú kostoly pre ich rozmanité architektonické štýly, jedinečnú výzdobu – fresky, sochy, obrazy, historickú hodnotu (mnohé z nich sú pamiatkou UNESCO). Okrem kostolov je veľký záujem aj o kalvárie, kláštory, posvätné miesta. Tieto pamiatky môžu byť súčasťou destinačného manažmentu a marketingu, sú uvádzané v popisoch jednotlivých miest a regiónov cestovného ruchu, pri ich propagácii sa využívajú tradičné marketingové nástroje. Častokrát sú výhodnou alternatívou pre tzv. mokrý program – v prípade nepriaznivého počasia.

Na rozdiel od oficiálne akceptovanej terminológie, v cirkevných prameňoch nachádzame odlišné vnímanie pútnického cestovného ruchu. Najmä veriaci ľudia sú citliví na to ako sa pútnictvo vníma. Nejde o klasickú komerčnú aktivitu s cieľom pobytu vo voľnom čase a mimo miesta trvalého bydliska, aj keď tieto tradičné podmienky cestovného ruchu účasť na pútiach spĺňa. Taktiež v rámci destinačného marketingu málokedy nájdeme popri informáciách o možnostiach ubytovania a stravovania propagáciu náboženskej púte. Napriek tomu ide o masový pohyb účastníkov cestovného ruchu mimo miesta svojho trvalého bydliska. Napríklad púť v Levoči ročne navštívi počas troch dní cca 1 milión pútnikov zo Slovenska i zahraničia. Ak každý z nich minie len napr. 5 € na základné občerstvenie, devocionálie, parkovanie, pamiatkové predmety – tradičné medovníky a pod., tak v priebehu krátkeho času príjmy predstavujú päť miliónov €. Ak k tomu pripočítame náklady spojené s dopravou na pútnické miesto, tak je namieste hovoriť o mimoriadnom ekonomickom prínose pútnictva pre obec, mesto, resp. región. Získané finančné zdroje sa zvyčajne opätovne investujú do budovania primeranej infraštruktúry pre potreby pútnikov – ubytovacie, stravovacie, obchodné a iné služby.

Pútnický cestovný ruch je svojím spôsobom jedinečný v tom, že nemôžeme uplatniť klasickú schému – kvalitná primárna ponuka, infraštruktúra cestovného ruchu, účinná propagácia a očakávať návštevnosť. Neveriaci človek ťažko pochopí motiváciu tisícov ľudí obetovať svoje pohodlie a vydať sa na púť. Pútnici sú ochotní priniesť obetu, nepožadujú kvalitné ubytovacie a stravovacie služby, putujú za každého počasia a z púte odchádzajú naplnení pokojom, oddýchnutí, plní síl do ďalších dní. Pre lepšie pochopenie tohto fenoménu a následne analýzu ekonomických aspektov pútnictva je potrebné charakterizovať púte z pohľadu religióznych autorov. F. Dancák (2007, s. 18) uvádza, že turistu možno vidieť aj inak, než z pohľadu cieľa cesty, či ide k moru, do hôr, alebo na púť do Lúrd. Hoci je účastníkom „nenáboženských“ zájazdov, mal by mať aj duchovný zážitok. Treba sa zamyslieť aj nad tým, či sa prišiel len najesť, okúpať, predvádzať..., alebo cieľom jeho aktivít počas dovolenky je hlbšie prežitie a dôkladnejšie poznanie tajomstiev tohto sveta.

Podľa Čuku (1996, In A. Jackowský, 1991) sú púte (peregrinatio religiosa) charakterizované tromi základnými prvkami. Sú to účastníci púte (homo religiosus), geografický priestor a náboženský akt (sacrum). Cieľovými pútnickými miestami sú zvyčajne sídla: mestá, obce a osady, alebo krajinné prvky, akými sú napr. sväté hory, sväté rieky ap. Pútnický ruch v porovnaní s hierarchicky nadradeným javom cestovným ruchom sa okrem motívov odli-

šuje odmietaním účastníkov púte s ich označovaním za účastníkov cestovného ruchu, alebo dokonca za turistov. Turista zvyčajne prichádza na historické miesta s cieľom kultúrneho vyžitia, spoznania pamiatok času, získať nové vedomosti. Pútnikovi nestačí iba obdivovanie krás a pamiatok, ale snaží sa prežiť a sprítomniť dobu a skutky svätých, ktorí zanechali na miestach, po ktorých sa on uberá, nemiznúce stopy. Zážitok z putovania je pre neho povzbudením a posilou pre ďalší život.

Putovanie môžeme charakterizovať ako pohyb na posvätné miesta za náboženským cieľom. Už od prvých kresťanských storočí malo tieto základné ciele: vidieť, modliť sa, adorovať, splniť sľub a dosiahnuť vypočutie prosieb. Na rozdiel od náboženskej turistiky má putovanie vyšší cieľ. Je to predovšetkým náboženský a nadčasový jav. Slovo pútnik (homo viator) môžeme voľne preložiť ako človek, ktorý je stále na ceste. Na tejto ceste sa nachádza veľa nebezpečenstiev, veľa krížov, skúšok, až pokiaľ „nedoputuje“ na to najsvätejšie miesto, kde je Boh, „nebeský Jeruzalem“ (F. Dancák, 2007, s. 25).

Pravidelné putovanie stoviek až tisícok veriacich do určitých miest, resp. regiónov má nesporne aj ekonomický význam. Na jednej strane je to pre obecné a mestské úrady povinnosť zabezpečiť parkovacie plochy, organizátorov, regulovať dopravu, stanoviť pravidlá stánkového predaja, udržiavať prístupové komunikácie (ak je pútnické miesto v extraviláne sídla), koordinovať zdravotnú a bezpečnostnú službu atď. Na druhej strane v podstate bez výdavkov na marketing a propagáciu mesta, obce či regiónu, prichádzajú tisíce pútnikov, ktorí okrem hlavného cieľa púte spotrebovávajú tovary a služby vrátane ubytovania. Sú to peniaze, z ktorých väčšina ostáva v regióne a nezanedbateľný je aj multiplikačný efekt týchto prvotných výdavkov. Municipality nedokážu ovplyvniť to, aby sa práve ich obec, mesto, región stalo cieľovým miestom pútnického cestovného ruchu. Ak však „zasiahne vyššia moc“ a dovtedy z hľadiska cestovného ruchu relatívne bezvýznamná destinácia sa zrazu stane cieľom tisícov veriacich i neveriacich ľudí, tak to vplýva na obec ako aj širší región. Príkladom môže byť obec Litmanová v okrese Stará Ľubovňa, kde od údajného prvého zjavenia Panny Márie v auguste 1990 putujú už dvadsať rokov tisíce pútnikov. Táto skutočnosť ovplyvnila život obyvateľov v obci. Na novú situáciu museli okamžite reagovať dve inštitúcie – obecný úrad a grécko-katolícky úrad v obci Litmanová.

2. Litmanová

Obec Litmanová sa nachádza na severozápade Východného Slovenska, v okrese Stará Ľubovňa. Ak prichádzame do Starej Ľubovne od Popradu a Kežmarku, tesne pred mestom je odbočka doľava. Po štyroch kilometroch je obec Jarabina a o ďalších šesť kilometrov Litmanová. Ďalej cesta nevedie, Litmanovský chotár na severnej strane hraničí s Poľskom. Osada Litmanová vznikla podľa prvej písomnej zmienky v roku 1412. Jej názov súvisí s menom jej zakladateľa Šoltysa Litmana. Lesy a lúky – chotár dnešnej obce, boli od 14. storočia v právomoci ľubovnianskeho hradu.

Najstaršia správa o obci je z roku 1412. V období 1412 - 1772 obec patrila k Poľsku. Neskoršie patrila k ľubovnianskemu zámku. Obyvateľstvo sa zaoberalo roľníctvom a chovom dobytka. Jej vznik a významné medzníky sú prehľadne spracované na oficiálnej webovej stránke obce – www.litmanova.sk. Najviac obyvateľov mala obec začiatkom 19. storočia – cca 1 000 (v súčasnosti je to cca 600). Charakteristickými prvkami obce začiatkom 20. storočia boli – silné vysťahovalectvo najmä do USA, remeselná zručnosť (drotári a sklári) a pašovanie potravín do Poľska. Proces združstevňovania neobišiel ani túto obec, ale Jednotné roľnícke družstvo založené v roku 1949 sa rozpadlo. Znovu založené bolo až v roku 1979. Po roku 1945 bola v obci zavedená elektrická sieť (1960), miestny rozhlas, verejné osvetlenie a postavená budova Jednoty SD, budova MNV (1958), kultúrny dom (1978), kasárne finančnej stráže, požiarna zbrojnica, budova školy (1982), vodovod (1990), miestne komunikácie, objekty JRD a ďalšie stavby. Cesta zo Starej Ľubovne do Litmanovej bola upravená v roku 1959 a v tomto roku do obce začal premávať pravidelný linkový autobus. Asfaltový povrch však bol daný až v roku 1966.

Významnou sakrálnou pamiatkou obce Litmanová je gréckokatolícky kostol sv. Michala archanjela postavený v roku 1778 v barokovo-klasicistickom štýle. Reštaurovaný bol v rokoch 1895, 1933 a 1938. Kostol je jednoloďový s polygonálnym uzáverom a predstavanou vežou. Na veži je baroková laternová kupola. Vnútorné zariadenie je z roku 1895. Pri svätých liturgiách sa používa barokový kalich z pozláteného striebra z roku 1716 a dva rokokové svietniky (polychrómované drevorezby) z 2. polovice 18. storočia.

2.1 Samospráva obce

V prvých demokratických voľbách do samosprávy – v roku 1990 bol za starostu zvolený pán Vasiľ Vislocký. Odvtedy sa komunálne voľby konali štyrikrát, ale s rovnakým výsledkom. Vasiľ Vislocký je starostom obce dvadsať rokov. Medzi najvýznamnejšie investičné aktivity po roku 1990 patrili:

- výstavba obecného vodovodu (1992), na ktorý sa napojilo 60 % obyvateľov,
- vybudovanie miestnych komunikácií s asfaltovým povrchom,
- vybudovanie odstavných a parkovacích plôch (reakcia na pútnický cestovný ruch po auguste 1990),
- lyžiarske stredisko SKICOMP Litmanová (1998 – dokončené 4 vleky, ubytovanie – 70 lôžok),
- plynofikácia obce,
- výstavba nových vodných zdrojov,
- rekonštrukcia miestneho rozhlasu,
- v roku 1996 sa vybudovali vodné zdroje pre pútnické miesto,
- rekonštrukcia elektrickej siete a verejného osvetlenia,
- 1998 – na prístupovej ceste sa vybudoval nový most, liturgický objekt a krížová cesta,
- 2002 – rekonštrukcia cesty v obci vrátane troch mostov,
- 2006 - 2009 – výstavba liturgického objektu na Hore Zvir.

2.2 História mariánskeho pútnického miesta na Hore Zvir

V roku 1990 sa Litmanová dostala do povedomia hlavne v súvislosti so zjaveniami Panny Márie na Hore Zvir, vzdialenej približne päť kilometrov od začiatku obce, v blízkosti poľských hraníc. Hora Zvir sa nachádza v nadmorskej výške 820 metrov. Dnes je tam lesný porast, ktorý vznikol na bývalých pastvinách, ktoré miestni ľudia kosili a tak si pripravovali seno pre dobytok na zimu. Každá rodina z obce Litmanová mala svoje pastviny v lesnom prostredí, kde mali postavené aj drevené stavby (majdany). Pred rokom 1950 ich bolo cca 120. V majdane sa nachádzala izba pre členov rodiny, senník a miesto pre dobytok.

Práve v takomto „majdane", ktorý dodnes stojí sa zjavila Panna Mária zjavila vtedy jedenásťročnej Ivete Korčákovej a dvanásťročnej Kataríne Češelkovej. Panna Mária sedávala na drevenej lavičke. Predstavila sa ako Nepoškvrnená Čistota. Želala si, aby sa dievčatá i ľudia prichádzali na toto miesto modliť. Zjavenia trvali od 5. augusta 1990 do 6. augusta 1995, každý mesiac, vždy v nedeľu po prvom piatku. Posolstvá Panny Márie je možné prečítať na webových stránkach – www.litmanova.sk, www.horazvir.sk, www.litmanova.info, prípadne v časopise M Rosa, ktorý sa venuje všetkým mariánskym pútnickým miestam na Slovensku. Pri poslednom zjavení Božia Matka sľúbila, že tu ostáva stále prítomná.

Vzhľadom na to, že pútnici aj po skončení zjavení naďalej putujú na toto miesto vo veľkom počte, bolo toto miesto 6. augusta 2004 ustanovené prešovským eparchom, Jánom Babjakom, za Miesto modlitby a kaplnka bola zasvätená Nepoškvrnenému Počatiu Panny Márie. Táto kaplnka spolu s celým areálom a prameňom na Hore Zvir v Litmanovej boli 7. septembra 2008 povýšené a vyhlásené prešovským arcibiskupom a metropolitom Jánom Babjakom za Gréckokatolícke mariánske pútnické miesto Prešovskej archieparchie (http://www.horazvir.sk, cit. 4. 10. 2010).

Od 1. apríla 2009 prešovský arcibiskup Ján Babjak poveril otca Vasila Kindju za duchovného správcu hory Zvir. Je to prvý duchovný, ktorý má na starosti len toto pútnické miesto. Od mája toho istého roku pútnici ako aj ostatná verejnosť môže základné informácie získať aj na stránke www.horazvir.sk. Na tejto stránke sú od februára 2010 publikované tzv. Litmanovské zvesti. Vďaka novému liturgickému priestoru a duchovnému správcovi Hory Zvir sa v máji 2009 mohli začať denne slúžiť sväté liturgie – o 14.00 hod. v letnom období a o 12.00 hod. v zimnom období. Počas prvých nedieľ v mesiaci a výročnej púte sa svätá liturgia začína o 10.30. Podľa pani Anny Virovej (pracovníčky Obecného úradu v Litmanovej) denné slúženie svätých liturgií a zároveň vysluhovanie sviatostí zmierenia opäť zvýšilo návštevnosť tohto pútnického miesta.

Pravosť týchto zjavení je stále predmetom skúmania zo strany cirkvi. Moje osobné presvedčenie je, že zjavenia sú pravé, pravidelne toto pútnické miesto navštevujem už takmer dvadsať rokov a je pre mňa cťou, že mám možnosť o tom písať v rámci výskumu cestovné-

ho ruchu. Nakoľko cieľom príspevku je poukázať na ekonomické aspekty tohto fenoménu, duchovnému významu a prínosu zjavení (aj keď to považujem za oveľa dôležitejšie) sa venovať nebudem.

2.3 Organizačné zabezpečenie a ekonomické aspekty pútí do Litmanovej

V Litmanovej som po prvýkrát bola v roku 1988, pretože tam manželov starý otec – Mikuláš Vladimír - pôsobil ako gréckokatolícky kňaz. Môj prvý dojem – Pánom Bohom zabudnutá dedinka, kde líšky dávajú dobrú noc Krásna príroda, murované domčeky s lesknúcou sa omietkou ako dôkaz ekonomického efektu vysťahovalectva do USA.

August 1990 túto tichú dedinku zmenil na dnešné pútnické miesto, ktoré v priebehu dvadsiatich rokov navštívi približne dva milióny pútnikov. Napriek tomu priamo v obci nie je žiaden hotel, ani reštaurácia. Jediným hmatateľným ekonomickým prínosom je vznik 45 lôžok s možnosťou stravovania v kultúrnom dome a vznik ďalších približne 110 lôžok formou ubytovania v súkromí.

S odstupom dvadsiatich rokov však môžem povedať, že Litmanová sa výrazne zmenila. Zmenila sa duchovne. Od začiatku zjavení sa občania obce postavili na stranu vizionárok a snažili sa organizačne a dobrovoľníckou prácou napomáhať zvládnutiu náporu pútnikov. Nakoľko Hora Zvir je od konca dediny vzdialená cca 4 kilometre, bolo potrebné vybudovať prístupovú komunikáciu a zabezpečiť parkovacie a odstavné plochy. Sústredenie tisícov pútnikov na relatívne malom priestore si vyžadovalo zabezpečiť hygienické zariadenia a zdravotnícku pomoc. Táto „senzácia“ do obce prilákala mnoho ziskuchtivých obchodníkov, ale hneď na začiatku pútí sa obci podarilo presadiť, aby okrem približne dvadsiatich stánkov, ktoré ponúkajú len devocionálie a drobné upomienkové predmety (perníčky, hračky), nikto ekonomicky nezneužíval vysokú koncentráciu pútnikov.

Najvýznamnejším príjmom obce sú poplatky za parkovanie autobusov a áut počas výročných a mesačných pútí. Tieto finančné prostriedky slúžia výhradne na úpravu parkovacích a odstavných plôch a na organizačné zabezpečenie. Prístupová komunikácia na Horu Zvir sa vybudovala z prostriedkov Prešovského samosprávneho kraja a predstavovala investíciu cca 10 miliónov Sk, t.j. cca 330 000 €.

Na základe štatistiky priemernej návštevnosti výročných a mesačných pútí môžeme odhadnúť nielen príjmy, ktoré slúžili sa pokrytie nákladov spojených s púťami, ale aj počet pútnikov. Najviac pútnikov – niektorí aj zo zvedavosti – navštevovalo Litmanovú počas zjavení, t.j. od augusta 1990 do augusta 1995. Každú nedeľu to bolo približne 50 autobusov a 500 áut. Parkovné predstavovalo 10,- Kčs (od 1. 1. 1993 Sk) za osobné auto a 30,- Kčs (Sk.) za autobus. To znamená, že príjmy za jednu nedeľu boli v priemere 6 500,- Kčs (Sk). Nakoľko zjavenia trvali päť rokov, tak príjmy z parkovného počas zjavení predstavovali 6 500,- x 52 x 5 = 1 690 000,- Kčs (Sk).

Z uvedeného môžeme vypočítať aj návštevnosť pútnického miesta počas zjavení. Ak predpokladáme obsadenosť autobusu štyridsiatimi pasažiermi a osobného auta štyrmi, tak každú nedeľu sa do Litmanovej prišlo pozrieť v priemere 4 000 pútnikov. Počas piatich rokov zjavení to predstavujte 1 040 000 pútnikov! Ich skutočný počet je vyšší, pretože mnohí prichádzali aj počas pracovných dní a sobôt.

Od konca zjavení, t.j. od septembra 1996 doteraz predstavuje priemerná návštevnosť pri mesačných pútiach (11 x ročne) cca 30 autobusov a 500 áut. Každý rok v auguste sa však konajú výročné púte, kde počet autobusov sa zvýši na 70 a počet osobných áut na 1 200. V tabuľke 1 uvádzame prehľad tržieb za parkovanie (autobus – 20,- Sk, auto 10,- Sk) a počet pútnikov (autobus – 40 osôb, auto – 4 osoby) za obdobie od septembra 1995 do decembra 2008 (do zavedenia Eura).

Tabuľka 1: Návštevnosť a tržby za parkovné (9/1995 – 12/2008)

Liturgická udalosť	Počet autobusov	Počet osobných áut	Tržby za parkovné	∑ tržieb za celé obdobie	∑ pútnikov za celé obdobie
Prvá nedeľa v mesiaci	30	500	5 600,- Sk	823 200,- Sk	470 400
Výročná púť	70	1200	13 400,- Sk	174 200,- Sk	98 800

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe osobného rozhovoru so starostom obce

Na základe údajov v tabuľke 1 môžeme konštatovať, že poplatky za parkovanie sú naozaj symbolické a ich výška sa nemenila osemnásť rokov. Priemerné údaje o počte osobných áut a autobusov som získala počas osobnej konzultácie s pánom starostom Vislockým. Na základe ďalších zdrojov (časopis M-Rosa, tlačené médiá, vlastné pozorovanie) je počet návštevníkov najmä počas výročných pútí vyšší. Na Horu Zvir prichádzajú aj mnohí domáci, resp. pútnici parkujú v dvoroch svojich známych v obci alebo pozdĺž ciest v obci ešte predtým, než sa vyberá parkovné.

Po zavedení eura sa parkovné upravilo na 1 € za osobné auto a 3 € za autobus. V tabuľke 2 je prehľad tržieb za parkovanie a počet pútnikov po zavedení Eura.

Tabuľka 2: Návštevnosť a tržby za parkovné (1/2009 – 10/2010)

Liturgická udalosť	Počet autobusov	Počet osobných áut	Tržby za parkovné	∑ tržieb za celé obdobie	∑ pútnikov za celé obdobie
Prvá nedeľa v mesiaci	30	500	590 €	11 800 €	64 000
Výročná púť	70	1 200	1 410 €	2 820 €	15 200

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe osobného rozhovoru so starostom obce

Údaje o počte autobusov a počte osobných áut počas pútí na prvú nedeľu v mesiaci sú priemerné a ich odhad zodpovedá aj medializovaným správam. Čo sa týka výročných pútí, pri príležitosti 20. výročia zjavení v auguste 2010 sa púte zúčastnilo cca 25 000 pútnikov.

V tabuľke 3 uvádzame súhrn tržieb za parkovné a na základe týchto údajov počet pútnikov za celé obdobie, t.j. od začiatkov údajných zjavení do októbra 2010.

Tabuľka 3: Návštevnosť a tržby za parkovné (v Eurách) (9/1995 – 10/2010)

Obdobie	∑ tržieb za parkovné v €	∑ pútnikov
1990 - 1995	56 333,- €	1 040 000
1995 - 2008	33 246,- €	569 200
2009 - 2010	14 620,- €	79 200
Spolu	104 199,- €	1 688 400

Zdroj: Vlastné spracovanie

Ak k údaju o celkovom počte pútnikov pripočítame (odhadom cca 20 % k celkovému počtu pútnikov) domácich obyvateľov a tých, ktorí pútnické miesto navštevujú počas pracovného týždňa a sobôt (od zavedenia denného slávenia svätej liturgie v máji 2009 sa počet týchto pútnikov zvýšil), celkový počet pútnikov za dvadsať rokov presiahol 2 milióny osôb.

Organizačne ako aj ekonomicky zvládnuť danú situáciu – to vyžaduje úzku spoluprácu medzi predstaviteľmi obecného úradu, obyvateľmi obce a gréckokatolíckym farským úradom v Litmanovej. Obec zabezpečuje pravidelnú údržbu štvorkilometrovej prístupovej cesty a parkovacích plôch (prístupovú cestu najmä v zimnom období je potrebné denne udržiavať), ale za liturgický priestor na hore už zodpovedá cirkev. Vizionárka Iveta Hudáková, rod. Korčáková dostala lúku s majdanom ako dar od svojho otca a vzápätí ju darovala cirkvi. Vybudovanie nového liturgického priestoru vrátane nových spovedelníc, chodníkov, steny pre ďakovné tabuľky, prameňa na čerpanie vody ako aj stánku prvej pomoci či verejných WC vyžaduje spoluprácu oboch inštitúcií. Starosta obce, pán Vasiľ Vislocký, hodnotí túto spoluprácu ako veľmi dobrú.

Nárast návštevnosti obce síce priniesol dodatočné finančné zdroje, ale tie sa použili výlučne na organizačné zabezpečenie pútí a údržbu infraštruktúry. Nákladnejšie investície – výstavba asfaltovej cesty na Horu Zvir, vybudovanie nového liturgického priestoru – sa financovali z prostriedkov Prešovského samosprávneho kraja, fondov Európskej únie, z cirkevných zdrojov a darov. Stánkový predaj je povolený len v obmedzenom počte a len počas mesačných a výročných pútí. Počas bežných dní si pútnici môžu kúpiť devocionálie priamo na Hore Zvir.

Je chvályhodné, že výstavba infraštruktúry je realizovaná citlivo vo vzťahu k životnému prostrediu a nenarúša prírodnú scenériu. Vybudovalo sa len to najnevyhnutnejšie, aby bola zabezpečená organizácia, bezpečnosť a základný komfort pútnikov ako aj predstaviteľov

cirkvi. Vysoká koncentrácia autobusov a osobných automobilov je dvanásť dní v roku. Púte sú však dobre organizačne zabezpečené, len minimálny počet áut môže parkovať priamo na pútnickom mieste (kňazi, invalidi).

Komparácia nákladov a výnosov nepriniesla jednoznačný výsledok – zisk prípadne stratu. V žiadnom prípade však nejde o významný ekonomický prínos, prípadne negatívny dopad na obecný rozpočet či životné prostredie. Výsledkom skúmania vplyvu rozvoja pútnického cestovného ruchu na obec Litmanová je výnimočne vysoký duchovný zisk.

Záver

Náboženský cestovný ruch má v porovnaní s klasickými formami cestovného ruchu viaceré odlišnosti. Pre jeho vznik nie sú potrebné sekundárne predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu, nie je potrebné využívať typické „cestovnoruchárske“ marketingové nástroje, priebežne je potrebné budovať infraštruktúru a supraštruktúru pre potreby pútnikov a informovať verejnosť o dianí v pútnickom mieste. Možno práve štatistika návštevnosti vnukne čitateľovi myšlienku navštíviť toto pútnické miesto a uvažovať o svojom živote v lone panenskej prírody. Všeobecne v cestovnom ruchu skúmame jeho multiplikačný ekonomický efekt, zisťuje sa efektívnosť investovaných prostriedkov, odporúča sa využívanie rôznych marketingových nástrojov a sekundárne sa spomína duchovný zážitok ako spôsob oddychu a uspokojenia potrieb účastníkov cestovného ruchu. Na začiatku písania tohto príspevku som predpokladala, že na základe vysokej návštevnosti, ktorej som bola každoročne svedkom, navrhnem obci opatrenia na zvýšenie ekonomického efektu náboženského cestovného ruchu pre obec ako aj región. Analýza ekonomických aspektov pútí na príklade obce Litmanová poukazuje na to, že v tomto prípade je práve duchovno na prvom mieste. Pokorne sa skláňam pred starostom obce pánom Vasiľom Vislockým a jeho „pravou rukou“ pani Annou Virovou (sestrou vizionárky Ivety Hudákovej, rod. Korčákovej), ktorí okrem pracovných povinností spojených s organizáciou pútí denne svojim spevom sprevádzajú slávenie liturgií na Hore Zvir. Súčasná úroveň liturgického priestoru, prístupové komunikácie, organizácia počas výročných a mesačných pútí sú výsledkom tisícok hodín dobrovoľnej práce mnohých ľudí, starostom obce počnúc. Zisk každého z nich ako aj vnútorné obohatenie tisícov pútnikov sa nedajú vyjadriť peniazmi. Stále platí, že to najcennejšie čo máme, sa za peniaze kúpiť nedá. Je to vnútorné oslobodenie, hlboký pokoj, čisté srdce, duchovné i telesné uzdravenie. To všetko sa v Litmanovej dá získať.

Literatúra

[1] ČUKA, P. 1996. Postavenie obce Staré Hory ako pútnického miesta. In *Ekonomická revue cestovného ruchu*, roč. 29, 1996, č. 2, s. 73 – 79. ISSN 0139-8660.

[2] DANCÁK, F. 2007. *Náboženský turizmus.* Prešov : Petra, n.o., 2007. 66 s. ISBN 978-80-89007-94-3.

[3] MATLOVIČ, R. 2001. Pútnické miesta ako perspektívne lokality cestovného ruchu na Slovensku. In *Kultúra a cestovný ruch.* Zborník z vedeckej konferencie. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, s. 92 – 95. ISBN 80-8055-507-9.

[4] http://www.litmanova.sk

[5] http://www.litmanova.info

[6] http://horazvir.sk

[7] Osobné rozhovory: Vasiľ Vislocký, starosta obce Litmanová, Anna Virová, pracovníčka Obecného úradu v Litmanovej

doc. Ing. Jana Piteková, PhD., docentka Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, Inštitút manažerských systémov so sídlom v Poprade, Slovenská republika.

Lucie Petříčková, Petr Studnička

Modelové systémy destinačního managementu v turistických regionech České republiky

Abstrakt: *V současné době neexistuje žádný ideální jednotný model systému řízení destinace cestovního ruchu. Tento fakt vychází i ze základní charakteristiky destinace. Destinaci si tvoří návštěvníci, turisté a tudíž každá destinace se různou měrou odlišuje od ostatních. Proto i modely systémů řízení destinací jsou rozdílné, mohou obsahovat jiné prvky i vazby, a to z pohledu jejich počtu, typu, funkcí, apod., i když samotná podstata destinačního managementu je stejná. Odlišnosti vycházejí i z nastavení politik regionálního rozvoje daného státu, území. V České republice je oficiálně ustaveno 17 turistických regionů, přičemž některé z nich zasahují na území několika oficiálních administrativních jednotek NUTS 3. Tudíž řízení turistických regionů je v některých případech velmi obtížné na rozdíl od těch, které jsou součástí pouze jednoho z nich. Tento příspěvek má za cíl popsat základní tři modely uplatňované v rámci destinačního managementu v ČR, vytyčit jejich výhody a nevýhody směrem k efektivitě řízení a dosahování stanovených cílů organizacemi destinačního managementu.*

Klíčová slova: *Česká republika, destinační management, modelové systémy, NUTS, region cestovního ruchu*

Models of Destination Management Systems in Tourist Regions of the Czech Republic

Abstract: *At present, there is no ideal and integral management system in tourism destination. This is due to, among others, the elementary features of a destination. The destination is formed by visitors, tourists, and for this reason destinations differ, to a certain extent, one from another. That is why destination managements are different, as well, comprising different components and bonds with regard to their quantity, type, functioning, etc., while the essence of destination management is the same. Moreover, the type of policy of the regional development of a region, or a state, may lead to diversities, too. Officially, there are 17 tourist regions in the Czech Republic, some of them are located in territories of several administrative units of NUTS 3. This fact makes the management of the mentioned regions very complex in comparison with those which are formed by one individual unit. The article aims at describing the basic models applied within Czech destination management, outlining the advantages and disadvantages for efficient management and achieving goals set by destination management organizations.*

Key words: *Czech Republic, destination management, models of system, NUTS, tourist region*

JEL Classification: L83

Úvod

Tento příspěvek má za cíl popsat základní tři modely uplatňované v rámci destinačního managementu v České republice, vytyčit jejich výhody a nevýhody směrem k efektivitě řízení a dosahování stanovených cílů organizacemi destinačního managementu. Základním rozdílem v jednotlivých modelech je role a míra angažovanosti veřejné sféry a municipalit a s tím spojená i jejich účast na financování destinačního managementu. Na toto téma autoři příspěvku zpracovávají rozsáhlou studii pro agenturu CzechTourism, která je národní centrálou cestovního ruchu. Výsledky vycházejí z vlastního šetření a z primárního průzkumu, který bude zveřejněn v publikaci Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky, kterou vydá Nakladatelství CzechTourism v roce 2012.

1. Metodika zpracování

Mapování situace v oblasti destinačního managementu v České republice probíhalo půl roku (duben – říjen 2011). Cílem studie bylo zjistit, jaké organizace se na řízení destinací (krajů a turistických regionů stanovených agenturou CzechTourism) podílejí, kdo inicioval jejich vznik, z jaké míry se veřejné správa a podnikatelské sféra podílí na řízení destinací včetně finanční podpory, kdo je členem atd. Jako primární zdroj šetření byly použity veřejně dostupné informace pocházející z internetových stránek organizací, výročních zpráv institucí a organizací a ze znalostí a zkušeností autorů (Lucie Petříčková, Petr Studnička, Martina Vrchotová). Následovala analýza sekundárních dat a vytvoření základních modelů řízení znázorňující vztahy všech zainteresovaných subjektů (prvků) – vztahy řízení, spolupráce, finanční podpory a podílu na řízení. Následně byla schémata zaslána všem subjektům k připomínkám a započala fáze osobních rozhovorů. Výsledkem studie je komplexní obraz o přístupech a modelech destinačního managementu v České republice. Studie bude pokračovat druhou fází, kde bude mapována situace destinací ve smyslu významných měst z pohledu cestovního ruchu či euroregionů.

2. Výsledky a diskuse

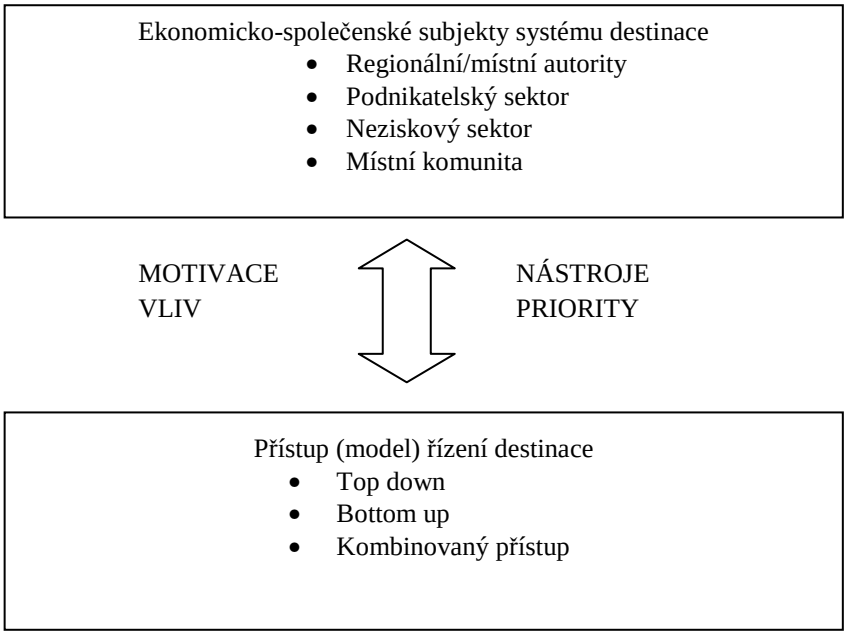
Destinace cestovního ruchu je geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty [1, s. 55]. Nejdl uvádí definici pojmu destinace na lokální (místní) úrovni, kterou zveřejnila Světová organizace cestovního ruchu v roce 2002: „Lokální destinace cestovního ruchu je fyzický prostor, ve kterém turista stráví nejméně jedno přenocování. Zahrnuje turistické produkty tvořené atraktivitami cestovního ruchu a podpůrnými službami a soubor možností zábavy pro jednodenní návštěvníky. Má přírodní a administrativní hranice, jež vymezují její řízení, image a vnímání, které definují její tržní konkurenceschopnost. Lokální destinace zahrnují i hostitelskou komunitu a mohou být

součástí větších destinací“ [2, s. 39]. Tato definice je komplexnější a jasně zahrnuje důležité atributy destinace, které mají vliv na přístupy k řízení destinace (destinačnímu managementu) – prostor, produkty, poskytovatele služeb, účastníky a místní komunitu. Destinační management představuje specifickou formu řízení, zaměřenou na proces řízení nabídky a poptávky v destinaci s cílem prosadit se ve stále více zostřující se konkurenci a uspokojit stále se zvyšující požadavky návštěvníků. Při řízení destinace se využívají základní komponenty klasického managementu, ale v prvé řadě je nutné uplatnit principy kooperace, koordinace a komunikace [3, s. 146].

Vznik destinací a systémů jejich řízení může být založen na přirozeném vývoji nebo může být dán jednostranným rozhodnutím veřejného sektoru zakotveném v právní normě. Podle toho, jaký přístup převažuje, mluvíme o systému řízení destinace shora „top-down“, zdola „bottom-up“ a o kombinovaném přístupu neboli smíšeném systému. Pokud budeme na systém řízení pohlížet z národní úrovně, tedy úrovně České republiky, pak můžeme jednoznačně konstatovat, že převažuje přístup zdola „bottom-up“, neboť zde neexistuje právní forma upravující řízení cestovního ruchu. (Pozn. autorů: v současné době, tj. říjen 2011, je návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu zpracovaný Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky v procesu připomínkového řízení).

Pokud bychom měli určit faktory, které mají vliv na výběr přístupu k řízení destinace, pak bychom za výchozí faktor zvolili ekonomicko-společenské subjekty systému destinace, které se v dané destinaci vyskytují. U těchto zúčastněných subjektů dále sledujeme jejich motivaci na řízení destinace, míru možného vlivu (což může být dáno politickou silou, ekonomickou silou či společenským statutem), dostupné nástroje (strategické, finanční, institucionální, atd.) a samotné priority, s jakými k řízení cestovního ruchu přistupují (zda je rozvoj cestovního ruchu prioritou jejich činnosti či tvoří pouze větší či menší součást jejich zaměření). Na základě těchto faktorů dochází k výběru přístupu řízení destinace a ke zpětné vazbě ve formě výkonů nastaveného modelu řízení zpět k ekonomicko-společenským subjektům.

Schéma 1: Interakce mezi subjekty systému destinace a přístupem k řízení



Zdroj: vlastní zpracování

Na základě výše uvedených faktorů byla zhodnocena situace ve všech 17 turistických regionech a 14 krajích České republiky (Tabulka 1). Je zřejmé, že hranice krajů a turistickcýh regionů jsou vymezeny rozdílně, což má dopady na řízení cestovního ruchu v konkrétním území. Z praxe lze uvést příklady v České republice, kdy jsou dva turistické regiony na území jednoho kraje (např. Jižní Čechy a Šumava v Jihočeském kraji), nebo naopak na území jednoho turistického regionu se nachází území dvou krajů (např. Krkonoše a Podkrkonoší v Královéhradeckém a Libereckém kraji). Existují i příklady, kdy se jeden turistický region nachází na území tří krajů (Český ráj ve Středočeském, Královéhradeckém a Libereckém kraji). K zachování udržitelného rozvoje cestovního ruchu je nezbytné zajistit spolupráci obou typů regionů navzájem.

Tabulka 1: Vymezení krajů a turistických regionů pro řízení cestovního ruchu

Kraj	Turistický region
Praha	Praha
Středočeský	Střední Čechy, Český ráj
Jihočeský	Jižní Čechy, Šumava
Plzeňský	Plzeňsko a Český les, Šumava
Karlovarský	Západočeské lázně
Ústecký	Severozápadní Čechy
Liberecký	Českolipsko a Jizerské hory, Český ráj, Krkonoše a Podkrkonoší

Královéhradecký	Krkonoše a Podkrkonoší, Královéhradecko, Český ráj
Pardubický	Východní Čechy
Vysočina	Vysočina
Jihomoravský	Jižní Morava
Olomoucký	Střední Morava a Jeseníky
Zlínský	Východní Morava
Moravskoslezský	Severní Morava a Slezsko

Zdroj: vlastní zpracování

Z hlediska organizačního působí v destinacích cestovního ruchu organizace destinačního managementu (DMO – Destination Management Organization), resp. organizace cestovního ruchu. Zde je nutné upozornit na dvojí význam slova „organizace“ v českém jazyce. Na jedné straně představuje organizace stanovení vzájemných vazeb mezi jednotlivými prvky, na druhé straně se jedná o pojmenování vybrané strukturní jednotky. Jejich hlavním úkolem je být iniciátorem a realizátorem komplexního řízení cestovního ruchu v destinaci. Není bez zajímavosti, že v současné době se používá v České republice pro tyto organizace na regionální úrovni již sedmnáct různých označení (Tabulka 2).

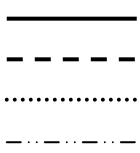
Tabulka 2: Označení organizací destinačního managementu v České republice

Označení	Příklad
Centrála cestovního ruchu (CCR)	CCR Východní Moravy
Centrum cestovního ruchu (CmCR)	CmCR Litoměřice
Centrum rozvoje turismu (CRT)	CRT Mostecko
Destinační agentura (DA)	DA České Švýcarsko
Destinační management (DM)	DM Moravskoslezský
Destinační společnost (DS)	DS Sokolovsko
Informační centrum (IC)	IC Beskydy
Informační služba (IS)	Pražská IS
Klastr cestovního ruchu (KLACR)	KLACR Moravskoslezský
Regionální rozvojová agentura (RRA)	RRA Šumava
Sdružení (S)	S Český ráj
Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu (SRCR)	SRCR Slovácko
Společnost (Sp)	Sp Králický Sněžník
Společnost destinačního managementu (SDM)	SDM Tanvaldsko
Svazek měst a obcí (SMO)	Krkonoše – SMO
Tourism (T)	Vysočina T
Turistická a informační služba (TIS)	Středočeská TIS

Zdroj: vlastní zpracování, stav k 30. 10. 2011

V následující části jsou ukázány příklady modelů řízení některých turistických regionů včetně zhodnocení výhod a nevýhod nastavených modelů. Ve Schématu 2 je uveden význam jednotlivých vazeb a barevně vyznačeny jednotlivé územní celky.

Schéma 2: Vazby mezi DMO ve vybraných územních celcích



management
podílení se na řízení
spolupráce
finanční příspěvek na činnost

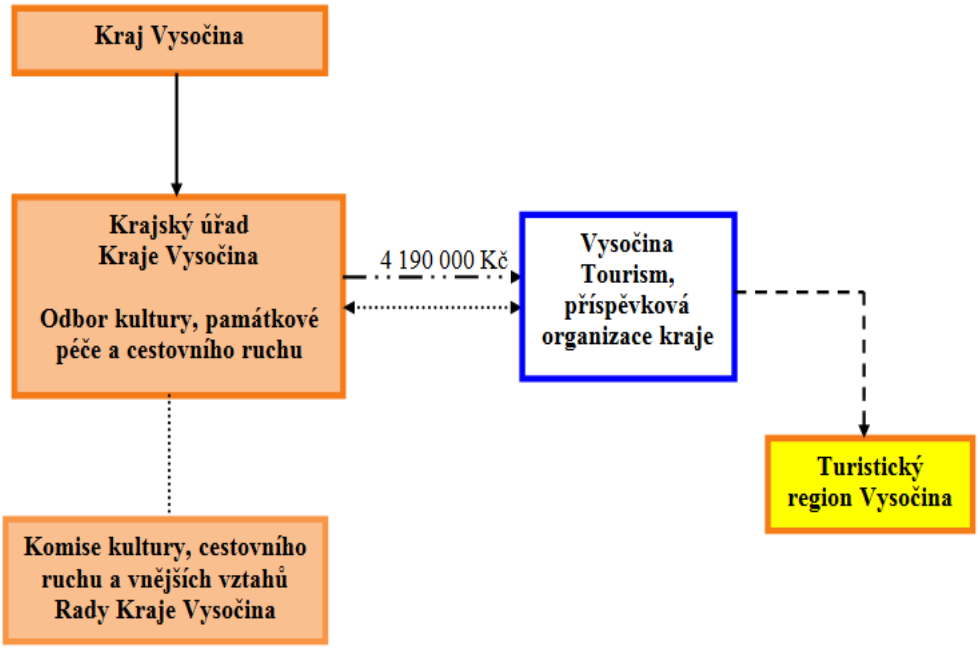
oranžová – administrativně-správní region (kraj) včetně výkonných subjektů

modrá – organizace destinačního managementu (DMO)

žlutá – turistický region

Prvním používaným přístupem k tvorbě modelů řízení destinace cestovního ruchu je přístup „top-down“ tedy shora dolů. Jedná se o přístup k destinačnímu managementu, kdy o založení organizace destinačního managementu rozhoduje veřejná správa. Zakladatelem je většinou regionální vláda nebo samospráva. Příkladem takové destinace v ČR je např. Kraj Vysočina, kde Zastupitelstvo Kraje Vysočina schválilo v listopadu 2007 zřízení nové organizace cestovního ruchu s názvem Vysočina Tourism, příspěvková organizace se sídlem v Jihlavě, která svoji činnost zahájila 2. 1. 2008. V tomto případě (Schéma 3) dochází k přesunu veškerých kompetencí v oblasti turismu na nově vytvořenou organizaci s určitou mírou autonomie. Dalším příkladem může být Revitalizace Kuks, o.p.s. založená Královéhradeckým krajem a obcí Kuks dne 24. 3. 2009 za účelem zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu na obou březích Labe a zajištění aktivit k rozvoji Kuksu a okolí [www.revitalizacekuks.cz].

Schéma 3: Řízení cestovního ruchu v Kraji Vysočina



Zdroj: vlastní zpracování

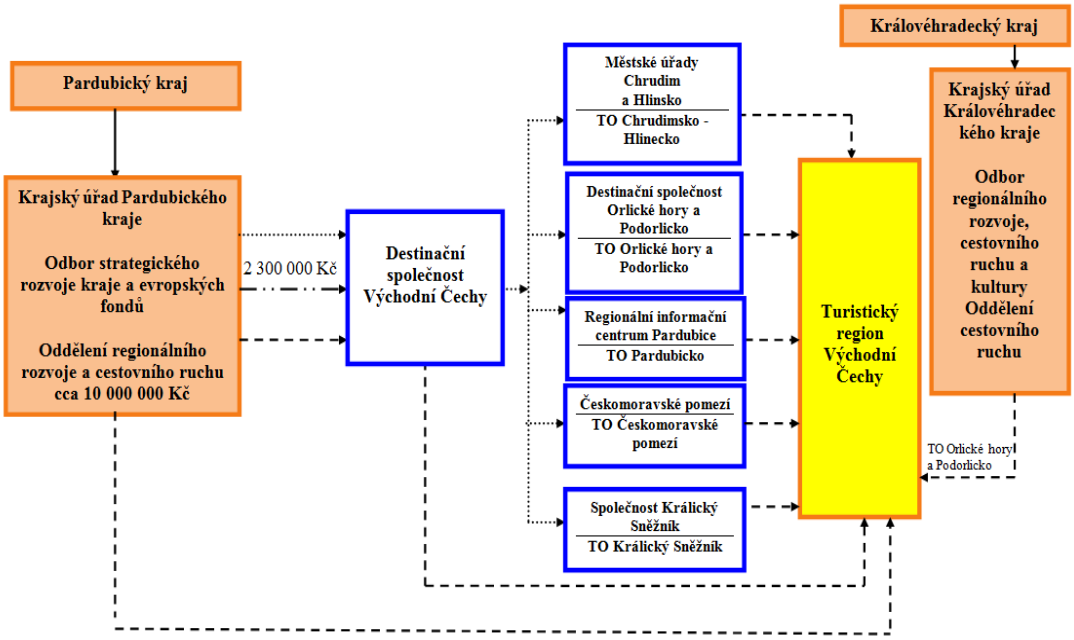
Mezi výhody přístupu „top-down“ patří jasné vymezení kompetencí, rychlé rozhodování, soulad destinačního managementu se strategickými cíli regionální vlády či samosprávy v daném území, finanční podpora a politická podpora činnosti. Nevýhody přístupu však můžeme spatřovat v možné prvotní nedůvěře podnikatelské sféry ke vzniku „další administrativní jednotky“ řízené politiky, vliv výše rozpočtu regionální vlády či samosprávného celku (kraj/obec) na činnosti organizace destinačního managementu (DMO) a nejistota v důsledku střídání regionálních vlád ve volebních cyklech.

Přístup „bottom-up“ se vyznačuje vysokou iniciativou ze strany podnikatelské sféry či neziskového sektoru při zakládání DMO. Takový přístup je často uplatňován například ve Švýcarsku, kde poskytovatelé služeb v cestovním ruchu iniciují vznik DMO, kdy je jejich motivem nejen okamžitý zisk plynoucí ze synergického efektu koordinace a kooperace aktivit ale i rozvoj destinace, ve které působí, což jim zajistí i výnosy v budoucnu. V České republice neexistuje příklad destinace na úrovni turistických regionů, která by čistě uplatňovala tento přístup řízení. Přístup „bottom-up“ se vyskytuje na úrovni řízení turistických oblastí či lokálních destinací. Příkladem v ČR může být Společnost destinačního managementu Lipensko s.r.o., která byla založena 4. 4. 2011 s cílem podporovat rozvoj cestovního ruchu v oblasti Lipenska [www.lipno.info].

Výhody přístupu spočívají v nastavení spolupráce od podnikatelů, poskytovatelů služeb a poté přizvání zástupců veřejné sféry, soukromý sektor se tak sám a dobrovolně podílí na rozvoji cestovního ruchu v destinaci a sleduje i jiné motivy než „pouze“ krátkodobý zisk. Nevýhodou může být nízká podpora ze strany veřejné sféry, pokud nedojde ke shodě nad společnými cíli v otázce rozvoje území.

V českých podmínkách je nejčastějším přístupem k destinačnímu managementu přístup kombinovaný. Zakladateli DMO jsou ve většině případů města či svazky měst a obcí společně s podnikateli, profesními svazy, asociacemi a informačními centry. Příkladů je mnoho, například uvádíme Pardubický kraj, kde je příslušný turistický region (destinace) Východní Čechy (Schéma 4). Hlavní roli zde hraje Destinační společnost Východní Čechy, která byla založena dne 4. 1. 2008 jako zájmové sdružení právnických osob s 11 zakládajícími členy, významnými subjekty v oblasti cestovního ruchu, kterými byly Pardubický kraj, Českomoravské pomezí, Sdružení měst a obcí regionu Východní Čechy pro podporu cestovního ruchu, obecně prospěšná společnost Králický Sněžník, Asociace hotelů a restaurací České republiky o.s., Krajská hospodářská komora Pardubického kraje, East Bohemian Airport a.s., Dostihový spolek a.s., Léčebné lázně Bohdaneč a.s., Smetanova Litomyšl, o.p.s. a Klub českých turistů Pardubického kraje [www.vychodni-cechy.org].

Schéma 4: Řízení cestovního ruchu v Pardubickém kraji



Zdroj: vlastní zpracování

Výhodou kombinovaného přístupu je naplňování základních principů partnerství „PPP“ již od samého vzniku DMO, kdy dochází ke společnému nastavování cílů a strategie zástupci všech sektorů, dochází ke společnému financování aktivit a k jejich lepší koordinaci. Nevýhodou může být složitější komunikace a koordinace, což klade vyšší nároky na kvalitní nastavení činnosti a personální zajištění DMO.

Závěr

Na základě zmapování situace v oblasti řízení destinací na úrovni turistických regionů v České republice bylo zjištěno, že na regionální úrovni převládá přístup „top-down“, kde silnou roli hrají krajské úřady (regionální autority), které tak nastavují systém řízení destinací ve svém geografickém prostoru. V mnoha případech vstupuje regionální autorita jako většinový zakladatel do DMO ve spolupráci se samosprávou a podnikatelský sektor hraje v nastaveném modelu minoritní roli. Ve velké míře je na regionální úrovni typický i přístup kombinovaný. Naopak přístup zdola nahoru se v čisté formě na regionální úrovni neobjevuje, vyskytuje se však na lokální úrovni např. organizace destinačního managementu Zlatý pruh Polabí, o.p.s.

Studie by měla přispět jako podpůrný materiál při tvorbě konečného znění zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu v České republice v části zabývající se řízením cestovního ruchu na regionální úrovni, tedy úrovni, kam sahá účinnost připravované právní normy.

Závažným zjištěním při zpracování studie je fakt, že regionální autority v některých případech nesouhlasí a ani nerespektují rajonizaci České republiky na turistické regiony ze strany České centrály cestovního ruchu-CzechTourism a k řízení přistupují vytvořením vlastního územního členění. Taková situace pak ztěžuje koordinaci z národní úrovně směrem k regionům, orientaci z pohledu návštěvníka, turisty a přehlednost situace ze strany odborné veřejnosti.

Literatura

[1] BIEGER, T. 2008. *Management von Destinationen.* München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2008. 365 s. ISBN 978-3-486-58628-2.

[2] NEJDL, K. 2011. *Management destinace cestovního ruchu.* Praha: Wolters Kluwer, 2011, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.

[3] PALATKOVÁ, M. 2011. *Marketingový management destinací.* Praha: Grada Publishing, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

[4] TITTELBACHOVÁ, Š. 2011. *Turismus a veřejná správa.* Praha: Grada Publishing, 2011, 200 p. ISBN 978-80-247-3842-0.

Ing. Lucie Petříčková, Ph.D., je odbornou asistentkou katedry cestovního ruchu Vysoké školy hotelové v Praze. Na České zemědělské univerzitě v Praze absolvovala doktorské studium v oboru Systémové inženýrství. Ve svém zaměření se specializuje na destinační management.

Ing. Petr Studnička je tajemníkem katedry cestovního ruchu Vysoké školy hotelové v Praze. Doktorské studium v oboru Cestovní ruch studuje na Ekonomické fakultě Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici. Ve svém zaměření se specializuje na cestovní ruch a regionální rozvoj.

Jiří Sysel

Metody a nástroje managementu kvality ve službách cestovního ruchu

Abstrakt: *Splnění požadavků a očekávání zákazníků na kvalitu služeb je v současnosti základem obchodního úspěchu všech organizací podnikajících v oblasti cestovního ruchu. Pozornost podnikatelů je tedy zaměřena na výběr správných přístupů, metod a nástrojů pro dosahování kvality poskytovaných služeb. Od poloviny minulého století byly vyvinuty metody a nástroje pro management kvality, z nichž některé mají univerzální použití a další jsou využívány pouze na řešení konkrétních případů a projektů. V předkládaném textu jsou prezentovány vybrané metody a nástroje řízení kvality a je hodnocena a komentována jejich vhodnost a možné využití v oblasti cestovního ruchu.*

Klíčová slova: *analýza rizik, cestovní ruch, kvalita, management kvality, metoda, nástroj, služba cestovního ruchu, spokojenost zákazníka, strategie, zákazník*

Methods and Instruments of Quality Management in the Field of Tourism Service

Abstract: *Fulfillment of customer´s requirements and expectations on the quality services is a key factor in the success of every business in the Travel Industry. The attention of Entrepreneurs is focused on the selection of proper methods and instruments of quality management for achieving quality of services. Since the half of last century various methods and instruments of quality management were developed, some of them are used generally and others are applied only for specific projects. The article presents selected methods and instruments, which are commented and assessed from the perspective of their application in the field of tourism services.*

Key words: *analysis of risks, tourism, quality, quality management, method, instrument, tourism service, customer satisfaction, strategy, customer*

JEL Classification: L83

Úvod

Kvalita je v dnešním ekonomickém a manažerském prostředí chápána jako schopnost výrobku nebo služby uspokojovat potřeby a očekávání zákazníka a dalších zainteresovaných stran. Stala se tak významným nástrojem konkurenceschopnosti a úspěchu na trhu. Současný stupeň vývoje ekonomik a globálních tržních vztahů přinesl přístupy ke kvalitě založené na manažerských systémech. Ty využívají a integrují širokou škálu nástrojů a metod, počínaje tradičními instrumenty pro shromažďování a analýzu informací přes metody optimalizace a plánování procesů až po moderní diagnostiky potencionálních rizik a jejich eliminaci.

V oblasti cestovního ruchu lze pro zlepšování kvality služeb úspěšně aplikovat celou řadu těchto metod a nástrojů managementu kvality.

1. Služby cestovního ruchu a kvalita

Služby jsou v ekonomické teorii chápány v zásadě jednotně a jsou definovány jako výsledky vytvořené činnostmi při vzájemném styku mezi dodavatelem a zákazníkem a interními činnostmi dodavatele s cílem splnění potřeb zákazníka.[1] Služby cestovního ruchu jsou potom uváděny jako činnosti, které mají specifické vlastnosti, kterými jsou nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost, časová a místní vázanost, komplexnost a komplementarita a absence vlastnictví.

- Nehmotnost
  Službu nelze vnímat smysly před její koupí, tj. vidět, ochutnat, cítit, slyšet. „Například pasažéři aerolinek nemají nic než letenku a slib, že budou bezpečně přepraveni na zamýšlené místo, v lepším případě se svými zavazadly.“[2]
- Neoddělitelnost od osoby poskytovatele
  Poskytování služby vyžaduje přítomnost producenta nebo zprostředkovatele v místě jejich poskytování. Například pracovníka recepce hotelu, obsluhujícího číšníka v restauraci nebo referenta cestovní kanceláře.
- Proměnlivost
  Kvalita poskytnuté služby závisí na tom, kým jsou služby poskytovány, kdy, kde a jak. Jedna a ta samá služba vykonaná stejným zaměstnancem pro stejného zákazníka se může lišit.[3] To je například důvod pro standardizaci služeb cestovního ruchu.
- Pomíjivost
  Službu nelze skladovat. Nelze ji, jako například zimní kabát, uložit do skladu a znovu ji nabídnou příští sezónu. Společnosti provozující veřejnou dopravu musí ve

[1] Nenadál, J.: Moderní systémy řízení jakosti, Management Press, 2002, ISBN 80-7261-071-6, str. 168
[2] Kotler P. a kol.: Moderní marketing, Grada Publishing, 2007, str. 712
[3] Jakubíková D.: Marketing v cestovním ruchu, Grada Publishing, 2009, str. 71

špičkách vlastnit početnější vybavení, než kdyby existovala stejná poptávka po celý den.[4]

- Časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu
  Služba předpokládá přítomnost zákazníka na konkrétním místě. Naříklad poskytování lázeňských služeb je vázáno na výskyt přírodního léčivého zdroje.
- Komplexnost a komplementarita
  Zákazník obvykle nespotřebovává jen jednotlivé služby, ale jejich kombinace jako například zájezd cestovní kanceláře, kde se jednotlivé služby vzájemně podmiňují a vystupují komplementárně.
- Absence vlastnictví
  Službu nelze vlastnit.[5]

Kvalita služeb cestovního ruchu je nejčastěji definována jako souhrn jejich užitných vlastností (znaků), které jim dávají schopnost uspokojovat potřeby a naplňovat očekávání účastníků cestovního ruchu. Management kvality služeb cestovního ruchu je často náročnější než u výrobních podniků, protože jak s nadsázkou poznamenává Horowitz: nemůžeme dopustit žádné zmetky. Bohužel nemůžeme vyhodit 20 % nespokojených letních hostů, tak jako vyhodíme 20 % defektních výrobků.[6]

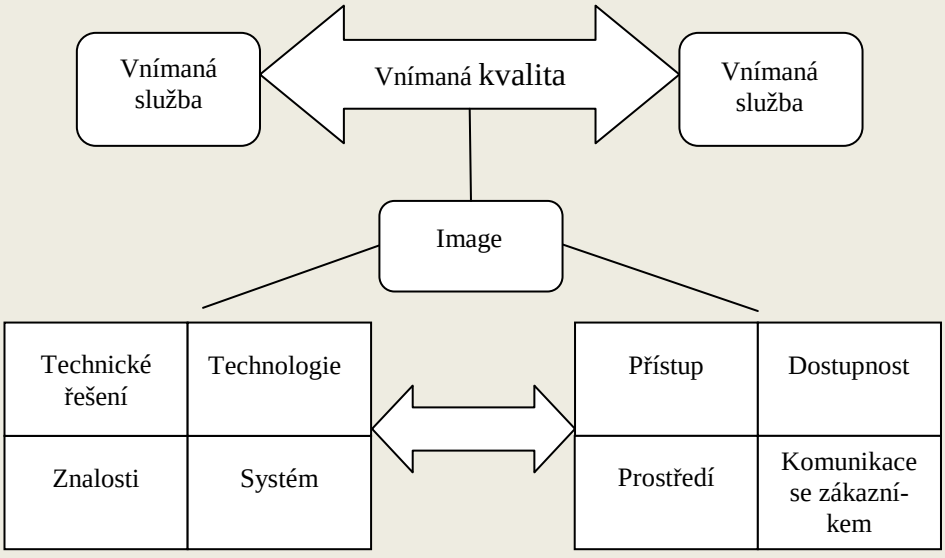
Teorii kvality služeb cestovního ruchu lze odvodit ze základních přístupů ke kvalitě služeb v širším pojetí. Autorem jednoho z prvních modelů kvality služby je Ch. Gronroos, který ji definuje jako vztah technické a funkční kvality.

Za technickou kvalitu označuje výsledek služby – co bylo poskytnuto a za funkční kvalitu služby způsob jejího poskytnutí – jak byla služba poskytnuta.
Technická kvalita služby má kvantifikovatelné aspekty a je měřitelná jak zákazníkem, tak poskytovatelem. Současně je snadno kopírovatelná.

Funkční kvalita služby je naopak obtížně měřitelná, je jedinečná a může být využita jako konkurenční nástroj.

[4] Kotler P., Keller K.: Marketing management, Grada Publishing, 2007, str. 445
[5] Jakubíková D.: Marketing v cestovním ruchu, Grada Publishing, 2009, str. 71
[6] Horowitz J: Jak získat zákazníka:kvalita služeb, Management Press, 1994, str. 134

Obrázek 1: Model kvality služeb



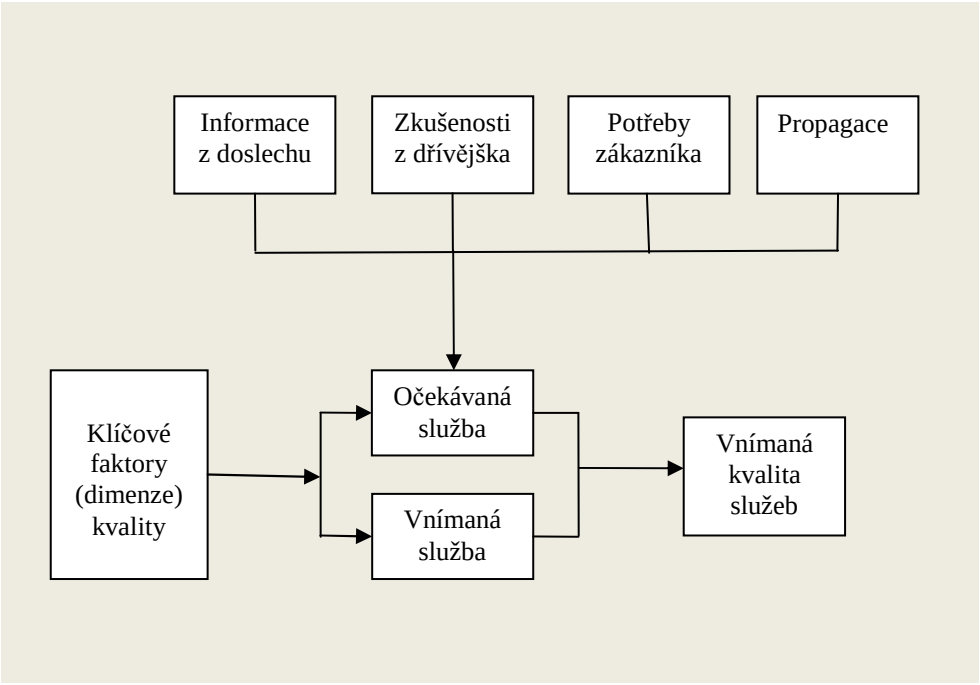
Zdroj: Kandmpully J., Mok C., Sparks B.: Service Quality Management, The Haworth Press, 2001, str. 160-161

Modifikované pojetí kvality služby je u P. Kotlera, který uvádí deset klíčových faktorů - dimenzí kvality služby, a to jako kombinaci kvality výsledků služby a kvality procesu poskytování služby

- Dostupnost
- Důvěryhodnost
- Znalosti
- Spolehlivost
- Bezpečnost
- Kvalifikace
- Komunikace
- Zdvořilost
- Pohotovost
- Hmotné aspekty

Podle Kotlera je rozhodující vnímaná kvalita služby, kterou vždy určuje zákazník na základě porovnání skutečnosti se svým očekáváním. Kritériem jsou klíčové faktory - dimenze kvality služby (viz Obrázek 2).

Obrázek 2: Vnímaná kvalita služeb



Zdroj: Kotler P. a kol.: Moderní marketing, Grada Publishing, 2007, str. 727

2. Vybrané nástroje a metody managementu kvality

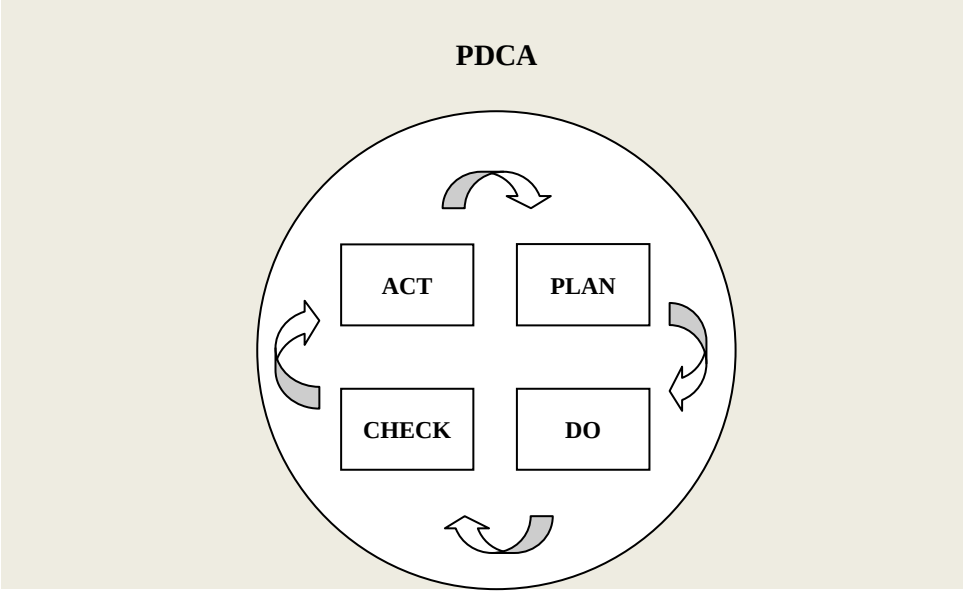
2.1 Nástroje a metody univerzálního použití

Historické a základní nástroje a metody, jejichž autory jsou většinou přední osobnosti v oblasti kvality, byly vyvinuty v polovině minulého století jako instrumenty pro nové přístupy ke kvalitě a jejímu komplexní řízení.

Metoda PDCA

Obecná metoda zlepšování, která nabízí čtyři základní kroky potřebné pro správné rozhodnutí. Její autorství je přisuzováno prof. W. E. Demingovi.

Obrázek 3: Metoda PDCA



Zdroj: Walton M.: The Deming Management Method, Perigee Books, 1988

PLAN – představuje návrh řešení problému na základě shromáždění a utřídění informací. Součástí je analýza, která má odhalit příčiny problému, pro jehož řešení hledáme nápravná a preventivní opatření.

DO – znamená realizací rozhodnutí a sledování jeho dopadu. Součástí je monitorování a měření realizace kroku.

CHECK – představuje analýzu informaci z předchozího kroku a zjištění úrovně změny. Je vyhodnocen nový stav a při potvrzení zlepšení je realizován návazný krok.

ACT – trvalé zavedení např. ve formě standardizovaných postupů.

Sedm tradičních nástrojů řízení kvality

Historická skupina nástrojů, které jsou úspěšně využívány při shromažďování, upořádání a analýze informací pro hledání cest ke zlepšování. Byla představena K. Ishikawou a osvědčila se zejména v praxi japonských firem. Jejich přehled podává Tabulka 1.

Tabulka 1 – Sedm tradičních nástrojů řízení kvality

Nástroj	Aplikace
Formulář pro sběr dat	Shromažďuje informace o dané situaci, utřiďuje je a zpřehledňuje
Vývojový diagram	Pomáhá rozumět tomu, jak proces probíhá (nebo by měl probíhat) tím, že jej člení do jednotlivých kroků
Diagram příčina-následek (Ishikawův diagram)	Zobrazuje a utřiďuje v souvislostech všechny možné příčiny a subpříčiny, které ovlivňují daný následek
Paretův diagram	Zobrazuje podíl každé položky na celkovém účinku a tím naznačuje priority při řešení
Bodový diagram	Znázorňuje a potvrzuje/nepotvrzuje závislost mezi dvěma souvisejícími soubory dat
Histogram	Zpřístupňuje a zprůhledňuje ve formě sloupkového diagramu nepřehledné záznamy rozsáhlých číselných údajů o jednom jevu, který vykazuje variabilitu a zobrazuje momentální stav
Regulační diagram	Zobrazuje vývoj sledované veličiny v čase a tím poskytuje informace o stabilitě či nestabilitě procesů

Zdroj: Veber J. a kol.: Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce, Management Press, 2006, str. 264

Brainstorming

Metoda poskytující největší počet možností, jak odstranit stávající neshodu. Cílem je kumulace maximálního počtu nápadů. Pracuje se v týmu a každý člen týmu uvádí své návrhy, které se všechny zapisují. Po jejich sepsání je nutná přestávka na „vyčištění hlav“ od řešeného problému a následně tým nápady a návrhy kriticky analyzuje.

Postup celé metody je následující: seznámení se s problémem → kumulace všech nápadů členů týmu → doba odpočinku → vyhodnocení (eliminace nápadů, které mají nesmyslný charakter nebo se opakují) → přijmutí konečného opatření k nápravě.

Delfská metoda

Metoda odhadu založená na postupném vícekolovém dotazování a porovnávání odpovědí vybrané skupiny expertů. Cílem je shromáždit, vyhodnotit a zpřesnit názory a myšlenky členů skupiny. Metoda je úspěšně uplatnitelná v situacích, kdy nejsou k dispozici věrohodné odhady budoucího vývoje.

Všechny prezentované nástroje a metody universálního použití jsou využitelné pro řízení kvality v oblasti služeb cestovního ruchu.

2.2 Metody optimalizace a plánování kvality

Nalezení optimálního řešení a splnění požadavků zákazníků je cílem metod, které se zabývají procesy návrhu a vývoje. Umožňují optimalizovat hodnoty požadovaných znaků pro produkty, procesy i zdroje. Při jejich aplikaci vystupuje do popředí potřeba týmového řešení a práce v týmu.

QFD (Quality Function Deployment)

Metoda je založena na poznání potřeb a požadavků zákazníka a jejich převedení do znaků produktu a realizačních procesů. Pochází z japonské školy kvality a jejím autorem je Dr. Yoji Akao. Základním prvkem je tzv. „dům kvality“, který je vytvořen soustavou matic, v níž jsou zachyceny všechny podstatné informace a jejich souvislosti:

- Požadavky zákazníků a ostatních zainteresovaných stran
- Význam požadavků pro zákazníky a zainteresované strany
- Inherentní znaky produktu přiřazené požadavkům zákazníků a zainteresovaných stran
- Vztahy mezi inherentními znaky navzájem
- Vztahy mezi inherentními znaky a požadavky zákazníků
- Analýza konkurence
- Identifikace dřívějších problémů (reklamace, stížnosti)
- Hodnoty požadované právními předpisy

Výstupem je stanovení cílových hodnot znaků kvality produktu, které jsou potom základem i pro plánování realizačních procesů.

Metoda QFD je využívána převážně ve výrobních organizacích v automobilovém průmyslu a její aplikace v oblasti služeb je spíše výjimkou. Nicméně je pozoruhodná svoji metodikou a má přímou vazbu na soudobé chápání a definice kvality.

SERVQUAL

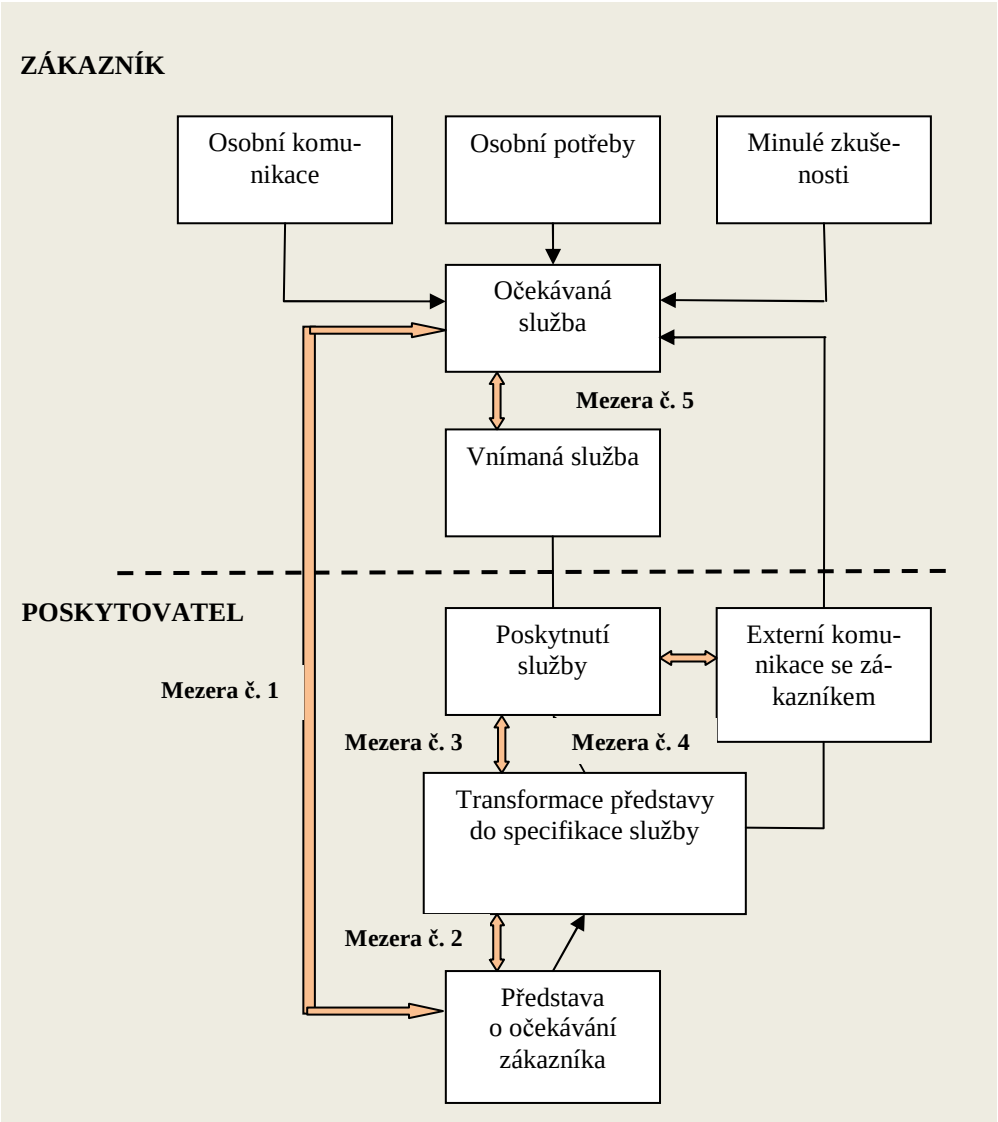
Metoda je koncipována pro oblast služeb a vychází z tzv. rozporů mezi představami zákazníků o službě a službou skutečně poskytnutou. Je založena na modelu mezer (GAP Model) a pracuje s diferencemi v procesu poskytování služeb, které zákazník vnímá.
Autory metody jsou L. L. Berry, A. Parasuraman, a V. A. Zeithaml. Ti na základě kvalitativních výzkumů uvádějí pět hlavních mezer při poskytování služeb:

Mezera 1 – Rozdíl mezi tím, co zákazník očekává a co si poskytovatel služby myslí, že očekává.
Mezera 2 – Nastává při nesouhlasu znaků služby, které jsou poskytovány a očekáváním zákazníků.
Mezera 3 – Vzniká, když v procesu poskytování služeb (personál, technologie a postupy) nejsou dodrženy standardy zaručené zákazníkům.

Mezera 4 – Nastává, když poskytovatel proklamuje prostřednictvím médií jinou úroveň služby, než je poskytována.

Mezera 5 – Je výsledkem předchozích mezer, kdy je jejich velikost sčítána ve výsledný rozdíl mezi tím, co zákazníci očekávají a tím co je poskytováno.

Obrázek 4 – GAP model



Zdroj: Parasunaman A., Zeithaml A., Berry A.: A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 1985, str. 44

Pro vyhodnocení spokojenosti zákazníků nabízejí autoři metody pět znaků (kritérií) služby:

- Spolehlivost
- Odpovědný přístup
- Jistotu
- Empatii
- Hmotné aspekty

Tyto znaky (kritéria) se dále člení do 21 vlastností (subkritérií), která jsou vnímána z dvou hledisek, a sice očekávání klienta a vnímání klienta. Systém tedy tvoří 42 otázek a tvrzení, které zákazník hodnotí stupnicí 1-9 bodů (od úplného souhlasu až po absolutní nesouhlas). Hodnocena je současně relativní důležitost (váha) pěti hlavních kritérií a jejich pořadí.

Metoda SERVQUAL je využívána v bankovnictví, maloobchodních řetězcích, sociálních službách a i ve službách cestovního ruchu. Respektují ji a v modifikované podobě využívají národní systémy kvality v Německu a Švýcarsku.

Metoda má však významné kritiky, kteří poukazují zejména na to, že pět znaků služby, na něž je vázána spokojenost zákazníka, není plně reprezentativních a prolínají se. Dále je kritizována statisticky malá průkaznost výsledků a skutečnost, že nevypovídají o aktuálním výkonu organizace. Významnou její slabinou je i skutečnost, že zakládá výstupy pouze na názorech zákazníků a nepracuje s potřebami a očekáváními dalších zainteresovaných stran.

Smyčka jakosti služeb

Pokud se organizace chce věnovat podstatě a postupům řízení kvality ve službách, je podle českého teoretika kvality prof. Nenadála velmi vhodný přístup popsán v normě ČSN ISO 9004-2 z roku 1992 formou tzv. Smyčky jakosti služeb.[7]

Tento přístup je založen na předpokladu, že hlavní činnost (proces) bude doprovázena třemi obslužnými činnostmi (procesy) a to

- marketingem
- návrhem
- vlastním poskytováním služby

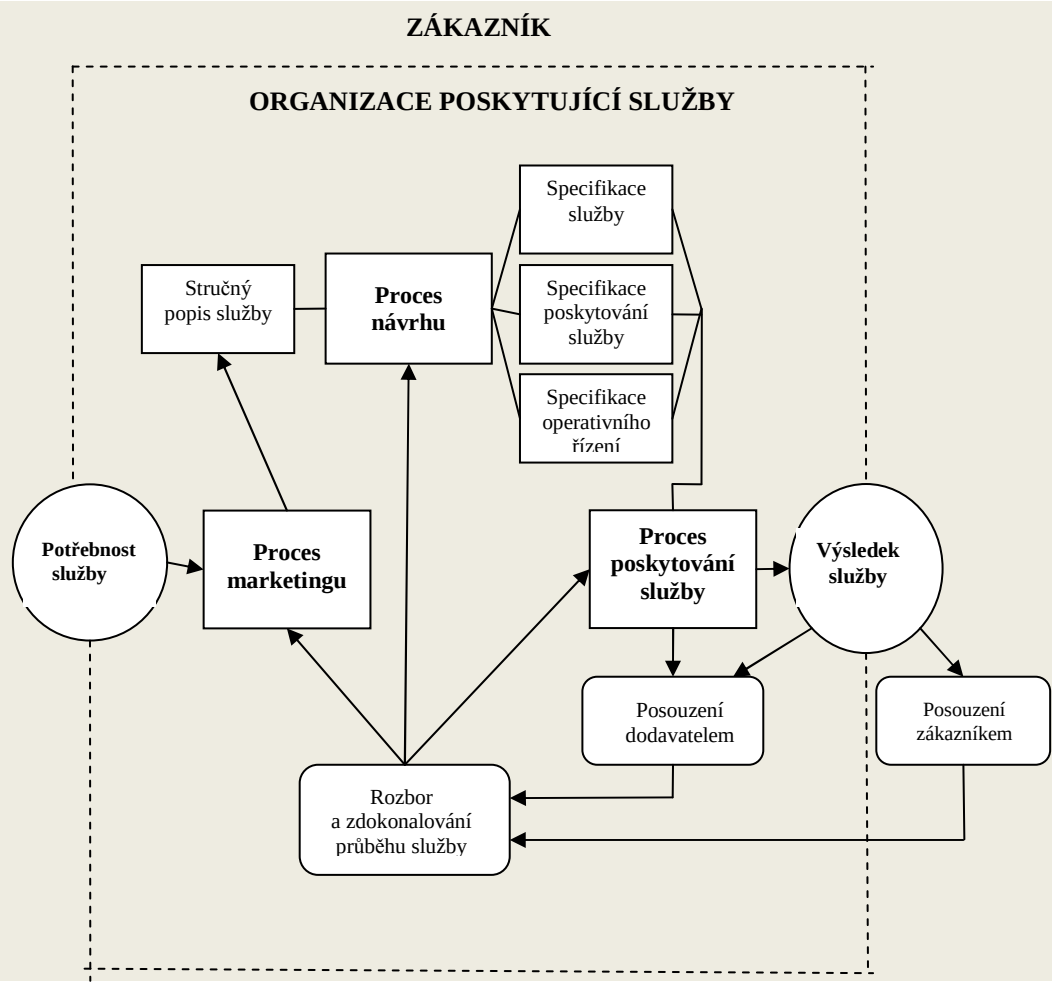
Zásadní roli má návrh, který obsahuje specifikaci vlastní služby, a to pomocí znaků, které zákazník vnímá a je schopen posoudit (spolehlivost, bezvadnost, přesnost). Současně stanovuje specifikaci metod a postupů poskytování, tj. znaků, které zákazník nevnímá (technologie, kvalifikace personálu apod.) a operativní řízení u dodavatele.

[7] Nenadál J.: Moderní systémy řízení jakosti, Management Press, 2002, ISBN 80-7261-071-6, str. 170

Smyčka jakosti služeb současně klade důraz na vnější i vnitřní zpětné vazby, a sice

- posuzování služby dodavatelem
- posuzování služby zákazníkem
- prověrky zavedení systému jakosti a jeho efektivnosti

Obrázek 5 – Smyčka jakosti služeb



Zdroj: Norma ČSN ISO 9004-2: Řízení jakosti a prvky systému jakosti, Část 2: Směrnice pro služby, FUNM, 1992, str. 14

Smyčka jakosti služeb je dobrým řešením pro plánování a optimalizaci služeb cestovního ruchu.

2.3 Metody analýzy a prevence rizik

Metody, které byly zpracovány a aplikovány v etapách předcházejících výrobu a poskytování služeb. Jsou zaměřeny na indikování možných rizik, stanovení pravděpodobnosti výskytu rizik a velikosti jejich dopadu. Cílem metod není rizika pouze odhalovat, ale i použít mechanismy ke snížení jejich výskytu nebo plné eliminaci.

FMEA (Failure Mode and Effects Analysis)

Podstatou metody je odhalení a definování všech reálných a možných způsobů selhání, jejich příčin a důsledků. Návazně jsou přijímána opatření ke zlepšování. Byla vyvinuta ve Spojených státech amerických v oblasti zbrojního průmyslu.

Aplikace metody FMEA má tyto fáze

- Definování objektu
- Identifikace rizik a jejich důsledků
- Identifikace a analýza příčin rizik
- Zmapování dosavadních opatření
- Identifikace míry rizika
- Nápravná a preventivní opatření

Metoda umožní stanovit rizikové číslo (RPN), které charakterizuje závažnost poruchy a je zároveň východiskem pro stanovení pořadí, v kterém se budou odstraňovat příčiny poruch. FMEA se využívá zejména v automobilovém a farmaceutickém průmyslu a je součástí některých oborových norem těchto odvětví.

Metoda FMEA nemá v originální podobě v oblasti služeb cestovního ruchu praktickou využitelnost.

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)

Podstatou metody je soubor preventivních opatření (kritických kontrolních bodů) sloužící k zajištění zdravotní nezávadnosti potravin a pokrmů během všech činnosti související s jejich výrobou, např. zpracováním, skladováním, manipulací, přepravou a prodejem konečnému spotřebiteli. Spočívá spíše v předjímání a prevenci biologických, chemických a fyzikálních rizik než v kontrole hotových výrobků. Byla vyvinuta skupinou amerických vědců v padesátých letech 20. století v souvislosti s přípravou kosmických letů a požadavky na zajištění bezpečné stravy pro kosmonauty. Inspirací byla metoda FMEA využívaná ve zbrojím průmyslu. Metoda sestává z následujících činností:

- Provedení analýzy rizik výrobních a logistických procesů
- Identifikace kritických bodů ve výrobních a logistických procesech
- Stanovení znaků, hodnot a limitů v kritických bodech tj. určení
- Vymezení systému sledování v kritických bodech

- Stanovení nápravných opatření pro každý kritický bod
- Zavedení ověřovacích postupů
- Zavedení evidence a dokumentace

HACCP je na základě legislativních požadavků široce využívána v potravinářském průmyslu a gastronomii. Je součástí norem ISO 22 000 řešících problematiku zdravotní nezávadnosti při výrobě potravin, při přípravě pokrmů a jejich distribuci a prodeji.

Metoda HACCP přímo souvisí s kvalitou služeb cestovního ruchu, neboť zajišťuje jeden z významných znaků kvality potravin a pokrmů, a sice jejich zdravotní nezávadnost a bezpečnost.

Metody hodnocení

Metody cílené na systematické zkoumání rozsahu, v němž je objekt schopen plnit specifikované požadavky. U kvalitativních znaků výrobků a služeb jsou získané informace porovnávány s hodnotami, které jsou předem stanoveny např. zákonem, normou, podnikovou specifikací apod. Cílem metod je poskytovat reálné informace o dosahovaných výsledcích a stanovení silných stránek i příležitostí pro zlepšování.

Spotřebitelské testy

Metoda založená na bezprostředních úsudcích a subjektivních reakcích vlastních uživatelů výrobků a služeb. Realizace spotřebitelských testů spočívá obvykle v následujících krocích:

- Výběr objektu hodnocení a identifikace znaků kvality
- Stanovení významu znaků
- Vytvoření hodnotících škál
- Vyhodnocení znaků kvality
- Celkové posouzení kvality[8]

Určitou slabinou metody je skutečnost, že spotřebitel uvádí zpravidla celistvý pohled na produkt, který hodnotí a neodděluje jeho věcný užitek od ekonomické stránky. Při kupním rozhodování vždy zvažuje relace užitku produktu a náklady na něj. Tento fenomén je znám jako spotřební účinnost, kdy se spotřebitel nerozhoduje pro nejvyšší kvalitu, ale volí výhodný nebo akceptovatelný poměr kvality a ceny resp. nákladů na užití.

Spotřebitelské testy jsou typické pro spotřební zboží a výjimečně se uplatňují v oblasti služeb cestovního ruchu.

[8] Veber J. a kol.: Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce, Management Press, 2006, str. 310

Mystery shopping
Anglický název „mystery shopping“ se obvykle do češtiny nepřekládá, někdy je však používán termín „testovací nákup“ nebo „tajný nákup“. V komplexu hodnotících metod je řazen k behaviorálním metodám hodnocení. Posuzovatelem je nejčastěji externí, odborně vyškolený pracovník, který hodnotí oblasti prodeje a služeb.

Metoda je v oblasti cestovního ruchu aplikována zejména v hotelových zařízeních pod názvem „Mystery guest“. Osvojily si ji jak velké nadnárodní hotelové řetězce, které disponují vlastními odbornými posuzovateli, tak i menší samostatné hotelové podniky, které pro tuto metodu využívají externí poradenské služby.
Metoda patří i mezi kritéria „Organizace nabídky“ pro **** a ***** hvězdičkové hotely v Oficiální jednotné klasifikaci ubytovacích zařízení České republiky.

Metoda Mystery shopping je v oblasti služeb cestovního ruchu velmi populární. Jedná se však o specifickou formu výstupní kontroly, a pokud je prováděna bez následné analýzy zjištěných nedostatků a chyb a přijetí nápravných opatření, nelze její přínosy přeceňovat.

Benchmarking
Specifická srovnávací metoda, jejímž cílem je nalezení a uplatnění nejlepších metod a postupů. Vznikla v osmdesátých letech 20. století ve společnosti Rank Xerox jako metoda srovnávání vlastních produktů s japonskou konkurencí.

Benchmark slouží jako vzor a benchmarking je průběžné porovnávání se s tímto vzorem. Benchmarking se člení podle řady kritérií, klasická klasifikace je však podle předmětu a sice

- Výkonnostní
- Strategický
- Procesní

Podle zainteresovaných partnerů se potom rozlišuje

- Interní benchmarking
- Externí benchmarking

V obecném pojetí metodika benchmarking vychází z cyklu PDCA a lze ji uvést takto

Plánování – rozhodnutí o provedení, sestavení týmu, zajištění zdrojů, vymezení objektu a stanovení cílů.
Analýza – analýza vlastní organizace, identifikace silných a slabých stránek, stanovení klíčových faktorů úspěchu.
Identifikace nejlepších – sběr relevantních informací o vynikajících výsledcích a nejlepších praktikách v oboru, výběr a následná volba benchmarkingových partnerů.

Analýza nejlepších – seznámení se s nástroji, metodami a přístupy používaných k dosahování špičkových výsledků. Identifikace nejlepší praxe.
Aplikace nejlepších praktik – studium nejlepších praktických postupů a možností jejich implementace, naplánování a realizace změn. Vyhodnocení efektů. [9]

Benchmarking má široké uplatnění v oblasti služeb cestovního ruchu a je využíván zejména při řízení nadnárodních i domácích hotelových a gastronomických řetězců.

Standardizace
Standardizace je proces, při kterém dochází k výběru, sjednocování a ustálení jednotlivých variant postupů, procesů a vstupů včetně jejich kombinací a současně definování činností a jejich výstupů, včetně informací. Podle Callana jsou standardy benchmark, který se mění podle toho, jak rostou očekávání zákazníků a jak organizace na tuto změnu reagují.[10]

V oblasti cestovního ruchu se jedná o velmi rozšířený a populární nástroj pro dosahování efektivnosti činností a garance kvality. Standardizace je využívaná zejména ve službách dopravních, ubytovacích a stravovacích.

V ubytovacích službách je standardizace cílena do třech oblastí, a sice materiálně technické, pracovních postupů a personální.

- **Oblast materiálně technická**
  Standardy upravují a stanovují zejména vybavenost budov, zařízení pokojů, vzhled a dispoziční řešení restaurací, dekorace společenských prostor a dalších interiérů.
  Mohou řešit i problematiku údržby a oprav infrastruktury ubytovacího zařízení.
- **Pracovních postupů**
  Standardy stanovují pravidla pro chování pracovníků ubytovacích zařízení při jednání s hostem a při poskytováním služeb, jako oslovení, rozsah a strukturu nabídky služeb, poskytnutí informací, reagenci na připomínky nebo stížnost apod.
  Současně upravují finální podobu vybraných aspektů služby, jako vzhled ustlaného lůžka, vybavení a kompozice hygienických potřeb v koupelnách, podobu a skladbu snídaňového bufetového stolu, vybavenost minibarů apod.
- **Personální**
  Standardy stanovují pravidla pro oblečení personálu, upravenost zevnějšku, hygienic ké minimum a další.
  Mohou se zabývat i kvalifikací pracovníků na jednotlivých pracovních pozicích.

[9] Veber J. a kol.: Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce, Management Press, 2006, str. 312
[10] Callan R.: Quality assurence certification for hospitality marketing, sales and customer services, The Services Industries Journal, 14/1994, str. 482-499

Standardy uplatňované v ubytovacích zařízeních mají velice různorodý rozsah a míru detailu požadavků a pravidel, které stanovují. Mohou mít podobu obsáhlých manuálů u nadnárodních hotelových řetězců, modifikovaných podle regionu působnosti, ale i jednoduchých návodů v menších ubytovacích zařízeních.

Cíle využívání standardů v hotelových službách mají i silnou marketingovou motivaci, a to zejména snahu po odlišení se a jedinečnosti, prezentaci konkurenční výhody nebo memorizaci služby v povědomí hosta a její využití v marketingové komunikaci.

Standardy řeší návaznosti a kombinace technické kvality (kvality výsledku služby) a funkční kvality (kvality procesu jejího poskytování). Jejich uplatnění v hotelové činnosti zpravidla nevytváří ucelený manažerský systém založený na věrohodné metodice (např. PDCA).

Závěr

Služby cestovního ruchu mají řadu specifických vlastností jako nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost, pomíjivost, časová a místní vázanost, komplexnost a komplementarita a absence vlastnictví. Kvalita je proto nejčastěji definována jako souhrn jejich užitných vlastností (znaků), které jim dávají schopnost uspokojovat potřeby a naplňovat očekávání účastníků cestovního ruchu a je synergií kvality funkční a kvality technické. Toto pojetí kvality do značné míry determinuje i metody a nástroje pro její docilování a zlepšování. V oblasti cestovního ruchu jsou dobře využitelné nástroje universálního použití PDCA, Sedm tradičních nástrojů managementu kvality, Brainstorming a Delfská metoda. Pro optimalizaci a plánování kvality jsou vhodné metody SERVQUAL a Smyčka jakosti služeb a pro analýzu a prevenci rizik metodologie HACCP. Z metod hodnocení mají pro služby cestovního ruchu vysokou využitelnost Mystery shopping a Benchmarking. Velmi populární a rozšířené jsou v dopravních, ubytovacích a stravovacích službách procesy a postupy Standardizace.

Literatura

[1] CALLAN, R.: Quality assurence certification for hospitality marketing, sales and customer services, *The Services Industries Journal*, 14/1994, str. 482-499.

[2] HOROWITZ, J.: *Jak získat zákazníka: kvalita služeb*. Management Press, 1994, ISBN 80-85603-45-4.

[3] JAKUBÍKOVÁ, D.: *Marketing v cestovním ruchu.* Grada Publishing, 2009, ISBN 978-80-247-3247-3.

[4] KANDMPULLY, J., MOK, C., SPARKS, B.: *Service Quality Management.* The Haworth Press, 2001, ISBN- 0-7890-0726-6.

[5] KOTLER, P., KELLER, L. K.: *Marketing Management.* 12. vydání, Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1359-5.

[6] KOTLER, P. a kol.: *Moderní marketing*. Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2.

[7] NENADÁL, J.: *Moderní systémy řízení jakosti.* Management Press, 2002, ISBN 80-7261-071-6.

[8] *Norma ČSN ISO 9004-2: Řízení jakosti a prvky systému jakosti, Část 2:Směrnice pro služby*. FUNM, 1992.

[9] PARASUNAMAN, A., ZEITHAML, A., BERRY, A.: A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, AMA, 1985.

[10] VEBER, J. a kol.: *Management kvality, environmentu a bezpečnosti práce*. Management Press, 2006, ISBN 80-7261-146-1.

[11] WALTON, M.: *The Deming Management Method.* Perigee Books, 1988, ISBN 13-978-0399550003.

Ing. Jiří Sysel je jednatelem poradenské společnosti Citellus, s.r.o. a auditorem systémů managementu. Dlouhodobě se věnuje problematice managementu kvality v oblasti služeb cestovního ruchu. Přednáší na Vysoké škole hotelové v Praze.

Dana Fialová, Veronika Kadlecová, Veronika Nožičková

Koncept timesharingu jako alternativa apartmánových rekreačních bytů a „holandských rekreačních vesnic“?

Abstrakt: *Článek přibližuje problematiku dvou současných fenoménů v oblasti rekreačního bydlení. Prvním z nich je nákup tzv. apartmánových rekreačních bytů, případně objektů v „holandských rekreačních vesnicích“, který se v Česku začal objevovat na konci 90. let 20. století. Druhým z nich je tzv. timesharing, tedy nákup časového podílu v rekreačním objektu. Každá z uvedených forem rekreačního bydlení má své výhody a nevýhody, které jsou v jednotlivých kapitolách přiblíženy a následně je provedeno porovnání těchto negativ a pozitiv.*

Klíčová slova: *apartmánový rekrační byt, cestovní ruch, druhé bydlení, holandské rekreační vesnice, rekreace, timesharing*

Timesharing Concept as an Alternative Holiday Apartments and “Dutch holiday villages“?

Abstract: *The article approachs the issue of current phenomen in the area of recreational housing. The first one is the purchasing of so called recreational aparments and objects in „dutch holiday villages“ which started to appear in the Czech Republic at the end of 90s of 20th century. The second one is timesharing, the purchasing of time share in recreational object. Both of these recreation forms have its pros and cons, which are described in separated chapters and the comparision of these negatives and positives follows.*

Key words: *dutch holiday village, impacts, recreation, recreational apartments, second housing, timesharing, tourism*

JEL Classification: L83, O18, R11

Úvod

Timesharing (časové spolupodílnictví) bývá různými autory definován rozdílně. Podle Weaver, Lawton [23: 164] je timesharing *„…druh ubytování, ve kterém uživatel vlastní jeden či více časových intervalů (týdnů) v roce v destinaci cestovního ruchu, většinou na delší dobu“*. Pásková a Zelenka [13] rozlišují pojem časového spolupodílnictví a vlastnictví dovolených. Zatímco u časového spolupodílnictví se podle těchto autorů jedná o *„…právo využívat časoprostorovou kapacitu a není právem vlastnickým…“* [13: 53], vlastnictví dovolených představuje *„…i právo vlastnické, je tedy možné tento časoprostorový podíl pro-*

dávat, pronajímat či odkazovat…“ [13: 313]. Zvláštním typem druhého typu je tzv. vícenásobné vlastnictví dovolených, kdy „*… je daný rekreační objekt součástí celého řetězce ubytovacích zařízení a vlastník dovolené tak může v rámci stanovených pravidel čerpat svůj časový podíl v jakémkoli z těchto zařízení.*“ [13: 313]. Zahraniční literatura oba tyto termíny považuje za synonyma [18]. Jedná se tedy o formu rekreačního bydlení, která v zahraničí funguje úspěšně již několik desítek let, avšak v českém prostředí se zatím příliš neobjevuje. Naopak fenoménem posledních patnácti let je v Česku výstavba apartmánových domů s rekreačními byty, které představují v našem prostředí nový typ druhého bydlení, do té doby zastoupeného pouze chatařením a chalupařením. Obdobně novým typem vnášejícím prvky komercionalizace a internacionalizace je výstavba objektů určených převážně nizozemské klientele všeobecně známých v Česku pod názvem „holandské vesničky“. V následujících kapitolách bude podrobněji přiblížena problematika výstavby apartmánových rekreačních domů i holandských vesnic a fenomén timesharingu. Následně budou porovnány přednosti a zápory zmíněných forem rekreačního bydlení. Článek a použité údaje vychází částečně z diplomových prací autorek, jejíž součástí byla dotazníková šetření se starosty dotčených obcí (36 v případě apartmánových domů a 14 v případě „holandských vesniček“) a také rezidenty vybraných obcí (Josefův Důl, Horní Maršov, Harrachov, Černý Důl, Lipno nad Vltavou, Rudník, Stárkov a Vidochov).

1. Apartmánové rekreační domy

Problematika apartmánových domů byla studována v rámci diplomové práce V. Kadlecové [5], kdy došlo k prvotnímu akademickému zkoumání tohoto typu druhého bydlení a zároveň byl proveden jeden z prvních základních výzkumů v souvislosti s touto tématikou. Některé hlavní závěry byly již publikovány v odborných časopisech [6, 7, 8, 12].
Apartmánové rekreační domy jsou lokalizovány v atraktivních horských a podhorských oblastech, na březích vodních nádrží a rybníků, v blízkosti golfových hřišť či v lázeňských městech [7]. Apartmánový rekreační byt je pak situován v bytovém domě, který je nově postaven či rekonstruován (zhruba od poloviny 90. let 20. století) a slouží z větší části k rekreačním účelům [5].

První objekty začaly vznikat již v polovině 90. let v tradičních destinacích cestovního ruchu v Krkonoších či na Šumavě. Výstavba v některých horských obcích je obdobně intenzivní jako v zázemí měst, kde probíhá suburbanizační zástavba. Trend se postupně prosadil v dalších obcích situovaných v horských a podhorských oblastech a v současnosti se apartmánové rekreační domy nacházejí v nejméně 42 obcích Česka. Důvody vzniku tohoto trendu souvisí hlavně s inspirací v alpských projektech a snahou developerů po velkých a snazších ziscích. Oblíbenými pro kupující se apartmánové byty staly díky změnám v trávení volného času a módě aktivních dovolených (lyžování, turistika a cykloturistika) [2, 3, 6].

Výstavbou apartmánových rekreačních bytů v obci dochází k posílení dopadů klasického cestovního ruchu. Zároveň však podobná výstavba přináší další specifické problémy typické přímo pro výstavbu tohoto typu rekreačního druhého bydlení. Nekontrolovaná výstavba

nových apartmánových domů může působit negativně na okolní fyzické a přírodní prostředí, ekonomickou situaci dotčené obce a v neposlední řadě ovlivnit sociální atmosféru v obci [5]. Jedním z nejvíce diskutovaných problémů je poničení krajinného rázu dotčených lokalit (obr. 1). Obrovské komplexy apartmánových domů jsou často stavěné v ambiciózním architektonickém stylu, zřetelně narušují přirozenou urbanistickou koncepci obcí (obr. 2) a přetvářejí tradiční ráz horských sídel do městské podoby. S tímto souvisí možná ztráta genia loci, ze které pramení původní turistická atraktivita těchto lokalit.

Obrázek 1: Narušení krajinného rázu v lokalitě Horních Míseček komplexy bytových domů, které obsahují téměř 300 rekreačních bytů a rozsáhlé podzemní garáže

Foto: Kadlecová V.

Obrázek 2: Ukázka narušení přirozené urbanistické koncepce v centru Harrachova

Foto: převzato Kadlecová [6]

Výstavbou nových apartmánových domů dochází ke skokovitému nárůstu ubytovacích kapacit, které jsou však využívány s velkými sezónními výkyvy a tak přispívají k zvýšení sezónnosti v horských turistických destinacích. Vysoká návštěvnost a přelidněnost obcí během hlavní turistické sezóny způsobuje nárazové zatížení technické infrastruktury obcí. Druhým extrémem, který obyvatelé obcí s výskytem apartmánových rekreačních bytů negativně vnímají, je vznik tzv. „mrtvých domů" či „domů duchů", tedy opuštěných, prázdných domů v obdobích mimo hlavní zimní sezónu a mimo víkendy.

Negativní vlivy v souvislosti s rozpočtem obce vyplývají především z kombinace zvýšených nároků na údržbu okolí nemovitostí a komunikací, nakládání s odpady a zanedbatelným příjmem do rozpočtu obce. Státní daňová politika nezajišťuje dostatečné zapojení majitelů rekreačních bytů do místního poplatkového a daňového systému obce. Vlastníci těchto bytů zde totiž nemají hlášené trvalé bydliště a obec tedy nedostává na tyto „přechodné" obyvatele prostředky do svého rozpočtu. Zároveň obce nezískávají ani rekreační poplatky z lůžek, jak je zvykem u komerčních ubytovacích zařízení (hotely, penziony, …).

V mnoha horských obcích s vysokou návštěvností chybí základní služby pro místní obyvatele a naopak existuje mnoho služeb určených pro turisty. Předpoklad, že by díky výstavbě apartmánových domů mohlo dojít ke zlepšení situace pro rezidenty se ale nepotvrdil. Tento jev bývá označován jako tzv. turistifikace, tedy proces, při kterém dochází k vytlačování základních funkcí sídla, které se stává destinací cestovního ruchu [13]. Jedná se o soubor mnoha dílčích efektů turismu, které působí ve vzájemné synergii a původní rezidenční funkce obce je vytlačována funkcí turistickou a jejím výsledkem může být vznik tzv. turistického ghetta [5, 6, 7, 8].

Problematika apartmánových rekreačních bytů je velmi komplexní a týká se mnoha aktérů (rezidenti, samospráva obce, státní správa, majitelé bytů, developeři). Zájmy těchto aktérů se často výrazně rozcházejí a může docházet ke konfliktům. Mínění občanů se ve většině případů kryje se smýšlením představitelů obcí, avšak nemusí to být pravidlem. Přes 60 % dotazovaných představitelů obcí se domnívá, že výstavba tohoto typu rekreačního bydlení má na obyvatelstvo kladný nebo žádný vliv [5]. Neuvědomují si však, že rezidenti dotčených obcí vnímají všechna výše uvedená negativa a jevy spojené s existencí apartmánových bytů v obci. Nespokojenost místních obyvatel může vyústit až v jejich vystěhování z obce tzv. derezidencializaci. Paradoxně tak v těchto obcích dochází k růstu počtu bytů a zároveň poklesu trvale žijících obyvatel.

Podle provedených dotazníkových šetření ve vybraných obcích (Josefův Důl, Horní Maršov a Harrachov) je přístup rezidentů ovlivňován mimo jiné rozvinutostí trendu a jejich iritační index (nevraživost) vzhledem k objektům apartmánových rekreačních domů roste s množstvím objektů v destinaci [5]. Obyvatelé obce, kde je objekt apartmánového rekreačního domu zatím ve výstavbě (Josefův Důl), prozatím očekávají zkvalitnění služeb v obci a zvýšení tržeb místních podnikatelů. Obdobná očekávání měli dříve také obyvatelé obcí, kde

je dnes výstava v pokročilém stádiu, avšak tato očekávání nebyla naplněna. Občané obcí s vyšším výskytem těchto objektů si více uvědomují související problémy a zastávají nesouhlasný názor.

Po velkém boomu výstavby od počátku 21. století a neustálém růstu poptávky se v současné době začíná projevovat snižování zájmu o koupi apartmánových rekreačních bytů, které může být způsobeno několika faktory. Jedním z důvodů je nesouhlas horských obcí s dalšími investicemi v této oblasti, což souvisí s rostoucím povědomím představitelů obcí o nevýhodách spojených s touto problematikou. Dalšími faktory přispívajícími k poklesu poptávky po horských apartmánových rekreačních bytech je především jejich zvyšující se množství a tedy současný převis nabídky nad poptávkou. V neposlední řadě je diskutován možný vliv současné ekonomické situace.

Největším problémem výstavby apartmánových rekreačních domů je především jejich charakter a únosné množství v obci. Schválení tohoto typu výstavby musí být posuzováno komplexně a je nutné brát ohledy na celkový socioekonomický vývoj lokality. Atraktivita obce pro tento typ investic musí být zohledněna při tvorbě územního a strategického plánu obce. Počet účelově stavěných rekreačních bytů by měl být regulován například na počet trvale bydlících obyvatel a zároveň vyvážený vzhledem k dalším druhům rekreačních staveb a ubytovacím zařízením. Hlavním úkolem současnosti je poučit se z dřívějších chyb a poznatků a chránit sociální a přírodní prostředí proti negativním vlivům, které mohou být způsobeny neřízenou výstavbou nejen rekreačních objektů [3, 5, 6].

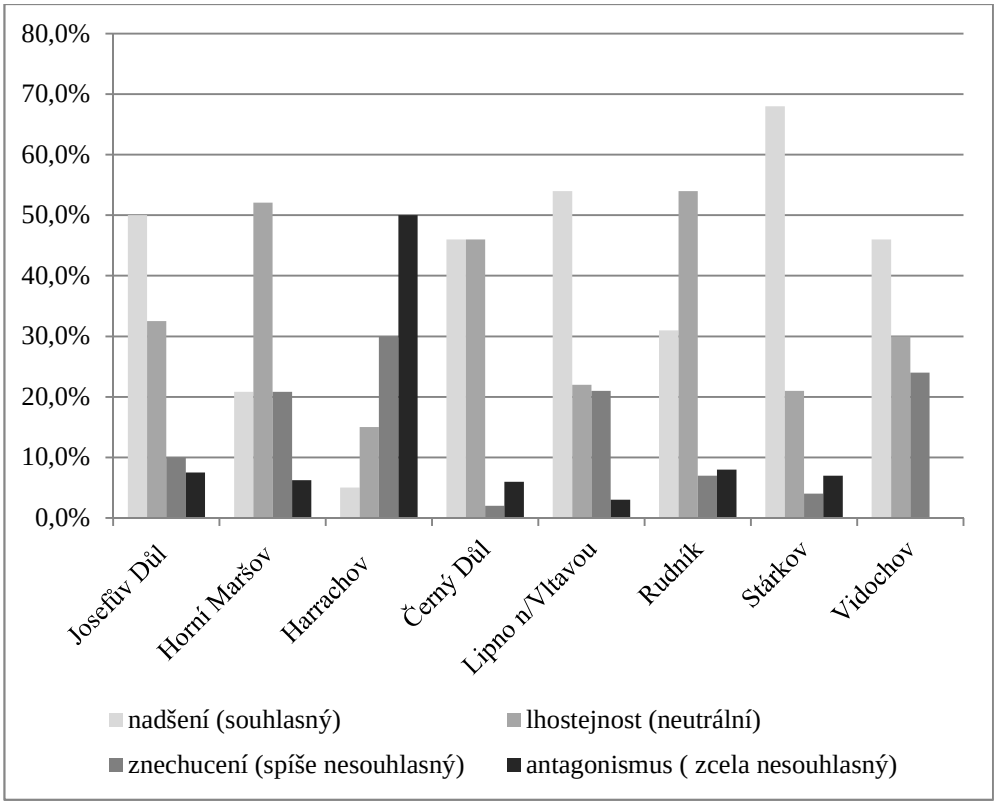
„Holandské rekreační vesnice“

Problematika „holandských rekreačních vesnic“ byla studována v rámci diplomové práce V. Nožičkové [10], kdy došlo k prvotnímu akademickému zkoumání tohoto typu druhého bydlení a zároveň byl proveden jeden z prvních základních výzkumů v souvislosti s touto tématikou. Některé hlavní závěry byly již publikovány v odborných časopisech [2, 3, 7, 11, 12].

Termín „holandské rekreační vesnice“ se v Česku ujal jako označení pro rekreační objekty stavěné, případně v současnosti již některé vlastněné, zejména pro občany Nizozemska, kteří vnímají Česko jako dostupnou (časově i finančně) a zajímavou destinaci cestovního ruchu. Jedná se o významný projev internacionalizace druhého bydlení na našem území. Tyto rekreační lokality se liší v mnoha aspektech, ale jejich dopady na území jsou v řadě ohledů shodné s dopady výše popsanými u apartmánových bytů. V řadě případů jsou místními obyvateli vnímány pozitivněji než apartmánové domy, ač jsou v některých případech příčinou vzniku dualizace společnosti tj. vnímání rozdělení na ty, kteří mají prospěch z rozvoje cestovního ruchu, a ty, kteří nikoliv a současně se potýkají s jeho negativními projevy [13]. Obecně lze rozlišit dva základní typy „holandských rekreačních vesnic“: (1) *rekreační areály*, které se vnitřní organizací, vybavením a službami podobají hromadným ubytovacím zařízením a (2) *rekreační vesnice* coby soubory individuálních objektů určených k rekreaci vlastníků, příbuzných a přátel či k pronájmu [10, 11].

Graf 1: Postoj místních obyvatel k výstavbě a existenci apartmánových rekreačních domů a objektů „holandských rekreačních vesnic“ v jejich obci

Poznámka: Obce s apartmánovými domy: Josefův Důl, Horní Maršov, Harrachov; obce s „holandskými rekreačními vesnicemi“: Černý Důl, Lipno nad Vltavou, Rudník, Stárkov, Vidochov.



Zdroj: upraveno podle Kadlecová [5], Nožičková [9]

Investiční záměry rekreačních lokalit jsou soustředěny do horských a podhorských oblastí i k vodním plochám. Na rozdíl od jiných investic v cestovním ruchu a rekreaci se vyskytují mimo hlavní turistická střediska, tedy spíše v klidných venkovských sídlech. Mezi nejvyhledávanější regiony Nizozemců patří Podkrkonoší, Broumovsko a jižní Čechy. První rekreační lokalita nizozemských investorů vznikla v obci Stárkov na Broumovsku v letech 1996-97 (obr. 3) a další následovaly. V současnosti v Česku existuje přibližně 17 rekreačních lokalit vybudovaných, vlastněných a využívaných převážně Nizozemci. Zatím největším realizovaným projektem dle objemu investice (cca 1 mld. Kč) i lůžkové kapacity (1 662 lůžek) je komplex Landal Marina Lipno v obci Lipno n. Vltavou (obr. 4).

Obrázek 3: První z „holandských rekreačních vesnic“ v Česku Green Valley Park Stárkov, Broumovsko

Foto: Nožičková V.

Obrázek 4: Nejznámější nizozemský rekreační areál v Česku, Landal Marina Lipno

Foto: Nožičková V.

Timesharing: koncept rekreačního bydlení

Timesharing (časové spolupodílnictví) je produkt, který se stále vyvíjí a v průběhu let získal několik možných forem, které budou přiblíženy v této kapitole.

Koncept timesharingu není v Česku příliš rozšířen, ale v zahraničí je velmi oblíbený, především ve Spojených státech, Austrálii a západní Evropě. V důsledku podvodného podnikání týkajícího se prodeje časových podílů v minulosti i současnosti, není prozatím v Česku v tento produkt cestovního ruchu důvěra [1, 8, 17]. Je ovšem nutné poznamenat, že již na počátku svého vývoje v 70. letech 20. století byl koncept timesharingu v USA spojován s nekalými praktikami a bylo na něj pohlíženo s velkým skepticismem. Při prodeji časových jednotek byl na zákazníky vyvíjen nátlak a nemovitosti často nebyly vůbec dostavěny. Některé americké státy tak byly nuceny v 80. letech přijmout zákony kontrolující průmysl timesharingu. Důležitým krokem, který změnil pohled veřejnosti na tento koncept a zajistil jeho vyšší důvěryhodnost, byl vstup velkých renomovaných společností na timesharingový trh (např. Disney, Hilton, Marriott aj.) [20].

Je možné se domnívat, že podobný obrat může nastat také v Česku a v dalších státech střední a východní Evropy. V současnosti se o zlepšení bezpečnosti transakcí a ochranu spotřebitelů snaží Evropská komise, která navrhla nová pravidla týkající se timesharingu. Uzavírání timesharingových smluv je v EU od roku 1994 legislativně ošetřeno Směrnicí Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES. Kvůli nezbytnosti ochrany spotřebitelů převzalo v roce 2002 směrnici také Česko a zakotvilo její ustanovení do české legislativy novelou občanského zákoníku (paragrafy 58-65). Tato novela je nazývána „Zvláštní ustanovení o ochraně spotřebitele při uzavírání smlouvy o užívání budovy nebo její části na časový úsek“. Proklamovaným důvodem přijetí směrnice je především obava o řádné fungování vnitřního trhu a nenarušování hospodářské soutěže [17, 24].

Evropská unie podpořila vytvoření sítě spotřebitelských center, která mají napomáhat spotřebitelům při řešení problémů, a zabývají se otázkami, stížnostmi a spory spotřebitelů na trhu všech členských zemí Evropské unie. V roce 2002 vydala v té době existující spotřebitelská centra společnou zprávu, která reflektovala dosavadní zkušenosti s timesharingem [24]. Evropské spotřebitelské centrum pro ČR (fungující při Ministerstvu průmyslu a obchodu), uvádí, že se dosud v praxi nesetkali s českou firmou, která by v oblasti timesharingu podnikala poctivě [1]. Pokud zákazník hledá bezpečnou investici, je výhodnější obchodovat se zahraniční renomovanou společností. To potvrzuje Vinter [21], který jako první český autor přibližuje timesharing české veřejnosti v pozitivním světle a vyjadřuje přesvědčení, že v Česku v budoucnosti vznikne několik timesharingových resortů.

Geografické šíření tohoto produktu je patrné, stejně tak jako to, že timesharing prochází určitými fázemi vývoje. Jak timesharing vznikl a jak se vyvíjel v průběhu své téměř 50ti leté historie? Počátky timesharing bývají zasazovány do 60. let 20. století, kdy si ve francouzských Alpách skupina přátel koupila rekreační objekt a po domluvě ho každý využíval

se svou rodinou v různé době [18]. Jiné zdroje však uvádí za původce tohoto konceptu hoteliéra v Alpách, který vymyslel úspěšný slogan: *„Proč si pronajímat pokoj v hotelu, když je levnější si jej koupit!“* [21]. Je těžké říci, která z těchto domněnek je založena na pravdě, je však jisté, že během několika let se tato myšlenka začala šířit v Evropě i Spojených státech, kde se první timesharing začal rozvíjet na Floridě (konec 60. let) a Hawaii (začátek 70. let).

Od svého vzniku prodělal koncept timesharingu masový boom a se svým téměř 1 000% růstem za posledních 20 let [19] je označován za dynamicky rozvíjející se odvětví. Fenoménem timesharingu se zabývá velké množství odborníků v oblasti cestovního ruchu. Nejvíce výzkumů a šetření bylo provedeno ve Spojených státech např. [14, 15, 19, 20], ale jmenovat lze i další studie zabývající se timesharingem v dalších světových destinacích, např. Zlaté pobřeží v Austrálii [22], v Řecku [16] či Libanonu [9].

Velikost tohoto odvětví lze podpořit čísly. V roce 1999 existovalo celosvětově přes 6 tisíc timesharingových resortů a časovou jednotku vlastnilo 6 miliónů lidí, z toho přes 2 miliony Američanů [20]. Průmysl týkající se vlastnictví dovolených generoval přes 50 tisíc pracovních míst a nepřímo se podílel na tvorbě dalších 220 tisíc pracovních míst [19].

Během svého vývoje získává timesharing mnoho nových podob a dochází ke zkvalitňování a rozšiřování služeb. Původně se jednalo o nákup časového podílu v jednom objektu, postupem času však timesharingové společnosti začaly nabízet tzv. výměnné programy, pomocí nichž je možné vyměnit časovou jednotku za jinou stejné kvality, ale v různých lokalitách. S nástupem velkých společností se projevil globalizační trend timesharingu, kdy tyto společnosti nabízejí síť resortů v 90 státech [14]. Novinkou tohoto fenoménu je tzv. bodový systém. Zákazník si u timesharingové společnosti zakoupí určitý počet bodů, které si každý rok vybírá tím způsobem, že si objednává pobyty s různou kvalitou a různým bodovým označením podle svého uvážení [15]. Za další vývojový stupeň lze označit tzv. *„privátní rezidenční kluby“*, které spojují společné vlastnictví dovolených s vyšší sofistikovaností a vyšším stupněm exkluzivity produktu. Tyto resorty garantují služby pětihvězdičkových hotelů a také omezený počet vlastníků časových jednotek [4].

Zahraniční autoři srovnávají timesharing především s klasickým průmyslem pohostinství (hotelové resorty) a vyzdvihují několik výhod. Vlastníci časové jednotky podle výzkumů utrácejí více než běžní turisté a do destinace se často vrací a právě opakovaná návštěvnost tvoří páteř lokální turistické ekonomiky [15]. Upchurch a Gruber [20] porovnávali pracovní pozice timesharingové společnosti se společnostmi podnikajícími s nemovitostmi a společnostmi zabývajícími se nabídkou ubytovacích služeb (velké hotelové řetězce). Podle jejich závěru je timesharing kombinací obou jmenovaných odvětví.

Srovnání: timesharing a apartmánové rekreační domy/objekty v „holandských rekreačních vesnicích“

Tato kapitola si klade za úkol srovnání timesharingu s apartmánovými rekreačními byty [8] (obdobně s objekty v „holandských rekreačních vesnicích“), ve kterém budou využity poznatky z dosavadního výzkumu těchto fenoménů.

V první řadě lze zmínit výhody týkající se obce a místních obyvatel. Uživatelé timesharingu patří do kategorie turistů, takže z jejich pobytu získává obec rekreační poplatky. To však neplatí o majitelích rekreačních bytů, pokud se rekreují sami. Pokud však byt dále legálně pronajímají na živnostenský list, pak obec od těchto sekundárních uživatelů bytu také rekreační poplatky získává. Obdobně i, jsou-li pronajímány objekty v „holandských vesnicích“ Timesharingové společnosti poskytují ve svých objektech často hotelové služby a tedy mohou nabízet místnímu obyvatelstvu více pracovních příležitostí v podobných profesích jako při zaměstnání v hotelu či jiném ubytovacím zařízení. Tuto možnost nabízí, ovšem v menší míře, i některé „holandské“ areály a luxusní apartmánové rekreační domy, avšak je to spíše výjimka. Individuálně se mohou rezidenti uplatnit při údržbě či správcovství rekreačního apartmánového domu či jednotlivých bytů nebo objektů.

Objekty patřící timesharingové společnosti jsou z časového hlediska lépe využívané. Střídání majitelů časových jednotek zaručuje to, že domy nezůstávají tak často prázdné jako apartmánové domy, kde byt využívá pouze jeden vlastník. Tímto způsobem se tedy zamezuje vzniku tzv. *„domů duchů“* či *„mrtvých domů“*.

Jaký je rozdíl nákupu timesharingu a rekreačního bytu z pohledu zákazníka? Především nákupem timesharingu zákazník získává časovou jednotku, tedy ne objekt jako takový. To, jaké má majitel časové jednotky výhody, závisí na vybrané společnosti. Protože jsou v dnešní době nabízeny možnosti výměny či každoročního střídání destinací, lze tento fakt označit jako jednu z výhod pro uživatele. Nevýhodou může být například nutnost včasné rezervace vybraného pobytu, zatímco vlastní objekt by bylo možné využívat kdykoli. Tento fakt však neplatí, pokud vlastník rekreační byt dále pronajímá a tedy musí také dopředu plánovat, kdy bude objekt využívat sám.

Výhodou pro zájemce o koupi timesharingu je jednoznačně nižší pořizovací cena ve srovnání s nákupem nemovitosti. Zatímco vlastník bytu může objekt dále pronajímat a případně získat investované peníze zpět, není toto pro majitele časové jednotky možné. Možnost výdělku pronajímáním rekreačního bytu však bývá často přeceňována.

Český trh má dosud s firmami podnikajícími v timesharingu špatné zkušenosti, proto se prozatím investice může jevit jako riziková. Bývá tedy doporučováno jednat se seriózní velkou společností s dobrými referencemi. Realitní trh je vnímán jako bezpečnější, avšak i

při koupi rekreačního bytu můžou vzniknout neočekávané problémy, týkající se například častých závad.

Pokud srovnáme roční poplatky vlastníka timesharingu a majitele apartmánového rekreačního bytu či objektu lze konstatovat, že platby na údržbu jsou u zákazníka timesharingové společnosti trochu vyšší. Na druhou stranu je výhodou celkový servis a tedy žádná nutnost starat se o cokoli spojeného s údržbou, renovacemi či úklidem. Podobné služby jsou často poskytovány i majitelům bytů v rekreačním apartmánovém domě, ale častěji jednotliví obyvatelé musí platit poplatky spojené s údržbou společných prostor, tedy přispívat do tzv. fondu oprav. Podle zákona o vlastnictví bytů (ve znění pozdějších novel zákona č. 72/1994 Sb. [25]) musí být v domě s nejméně pěti jednotkami a třemi různými vlastníky vytvořeno Společenství vlastníků jednotek, které se musí starat o společné prostory domu a o odpad. Objednání úklidových služeb je pak individuální podle potřeby, která často vzniká z důvodu pronajímání rekreačních bytů dalším osobám.

Velký rozdíl je možné vnímat také v charakteru zainteresovanosti developerské společnosti. Zatímco investor stavící apartmánový rekreační dům lokalitu po rozprodání všech bytů opouští a dále se o jeho stav a okolí nestará, timesharingová firma svoje objekty dále spravuje, udržuje a opravuje a má zájem na atraktivitě celé lokality. Z toho lze usuzovat vyšší zainteresovanost timesharingové společnosti na dění v obci, a proto mohou pro obec plynout výhody ze spolupráce s takovou firmou. K tomu mají také velmi blízko rekreační areály vlastněné nizozemskými společnostmi (nikoli jednotlivé objekty ve vlastnictví fyzických osob).

Určitým problémem šíření trendu timesharingu v českých podmínkách mohou být jak prozatímní negativní zkušenosti s investicemi v této oblasti, tak také mentalita českých zákazníků. Koupě bytu či objektu je považována za bezpečnější investici s možností výdělku pronajímáním.

Závěr

Závěrem je možné konstatovat, že koncept timesharingu přináší oproti trendu výstavby apartmánových bytů několik výhod. Mnohem blíže mají k timesharingu rekreační areály budované pro nizozemskou klientelu. Budoucí rozvoj timesharingu v Česku je nejistý, především kvůli špatné pověsti konceptu v souvislosti s častým podvodným jednáním. Avšak určitým vzorem jsou pozitivní zkušenosti ze zahraničí, které by měly být zvažovány také například vzhledem k omezené kapacitě některých atraktivních lokalit a jejich přeplněnosti apartmánovými rekreačními byty a dalšími ubytovacími zařízeními. Důvěru u české klientely by mohl vzbudit např. vstup renomovaných společností provozujících timeshering v zahraničí.

Literatura

[1] BOUŠOVÁ, K. (2006): *Timesharing aneb proč si (ne)pronajmout dovolenkový apartmán.* [www.penize.cz. 10. 10. 2008].

[2] FIALOVÁ, D., KADLECOVÁ, V. (2007): Nové trendy a dopady druhého bydlení. In: *Kraft,S., Mičková, K., Rypl, J., Švec.P., Vančura, M., eds. Česká geografie v Evropském prostoru. Sborník XXI. Sjezdu České geografické společnosti*, JČU PedF České Budějovice, s. 36-41.

[3] FIALOVÁ, D., KADLECOVÁ, V., NOŽIČKOVÁ, V., VÁGNER, J. (2009): Changes in second housing in the integrating Europe. In: *Wilk, W. (ed): Global changes: their regional and local aspects.* FGRS Warsaw University, Warszawa, s. 171 – 178.

[4] HOBSON, W. (2002): A research report on private residence clubs: a new concept for second home ownership. *Hospitality Management*, roč. 21, s. 285-300.

[5] KADLECOVÁ, V. (2009): *Geografické aspekty problematiky apartmánových rekreačních domů a bytů v Česku.* Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, PřF, Univerzita Karlova v Praze, Praha, 92 s.

[6] KADLECOVÁ, V. (2010): Apartmánové rekreační byty v horských lokalitách – moderní alternativa tradičních chat a chalup, nebo problém pro obec? *Geografické rozhledy*, roč. 20, č. 2, s. 26-27.

[7] KADLECOVÁ, V., FIALOVÁ, D. (2010): Recreational housing, a phenomenon significantly affecting rural areas. *Moravian Geographical Report*, roč. 18, č. 1, s. 38-44.

[8] KADLECOVÁ, V., FIALOVÁ, D. (2012): Timesharing a apartmánové byty. *Urbanismus a územní rozvoj*, roč. 15, č. 1, v tisku.

[9] LADKI, S. M., MIKDASHI, T. S., FAHED, W., ABBAS, H. (2002): *Arab tourists and the Lebanese vacation ownership industry: a quality of life perspective.* Hospitality Management, č. 21, s. 257-265.

[10] NOŽIČKOVÁ, V. (2010): *Nově vzniklé rekreační lokality v kontextu sídelní struktury a ochrany krajiny v Česku.* Diplomová práce. KSGRR PřF UK v Praze, Praha, 119 s.

[11] NOŽIČKOVÁ, V. (2011): Nové rekreační lokality ve vlastnictví cizinců. *Geografické rozhled*y, roč. 20, č. 3, s. 28-29

[12] NOŽIČKOVÁ, V., FIALOVÁ, D., KADLECOVÁ, V., VÁGNER, J. (2008): Recreational areas – a new element in the countryside. In: Majerová, V.: *Sborník příspěvků mezinárodní konference Venkov je náš svět – Contryside – Our World.* Česká zemědělská univerzita v Praze, Praha, s.456–467

[13] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): *Výkladový slovník cestovního ruchu.* MMR ČR, Praha, 448 s.

[14] PRYCE, A. H. (2002): *Timeshare industry structure and competitive analysis.* Hospitality Management, roč. 21, s. 267-275.

[15] RAGATZ, R. L., CROTTS, J. C. (2000): U.S. Timeshare purchasers: Who are they and why do they buy? *Journal of Hospitality & Toursim Research.* Roč. 24, č. 1, s. 49-66.

[16] STAVRINOUDIS, T. A. (2006): Timeshare in Greece, an investigation of the causes for its unsatisfactory development. Tourism Today. *The Journal of the College of Tourism and Hotel Management,* Nicosia, Cyprus. č. 6, s. 171-177.
[17] ŠKODOVÁ, L. (2008): *Timesharing: Luxus nebo vyhozené peníze.* [www.mesec.cz. 10. 10. 2008]
[18] TIMOTHY, D. J. (2004): Recreational Second Homes in the United States: Development ssues and Contemporary Patterns. In: *HALL, C. M., MÜLLER, D. K. (2004): Tourism, mobility and second homes. Between Elite Landscape and Common ground.* Channel view Publications, Clevedon, s. 133-148.
[19] UPCHURCH, R. S. (2000): *A glimpse at US consumers´ interest in timesharing.* Hospitality Management. 19, s. 433-443.
[20] UPCHURCH, R. S., GRUBER, K. (2002): *The evolution of a sleeping giant: resort timesharing.* Hospitality Management, č. 21, s. 211-225.
[21] VINTER, J. (2006): *Timesharing – levnější je „vlastnit", než pronajímat.* [www.mesec.cz. 10. 10. 2008]
[22] WEAVER, D. B., LAWTON, L. J. (1998): A profile of time-sharing on the Gold Coast of Australia. *Journal of Hospitality & Tourism Research.* Roč. 22, č. 3, s. 225-238.
[23] WEAVER, D. B., LAWTON, L. J. (2006): *Tourism Management.* John Wiley & Sons Australia, Milton Qld, 490 s.
[24] ZEMAN, J. (2006): *Ochrana spotřebitele v cestovním ruchu na příkladu timesharingu.* Czech Hospitability and Tourism Papers. č. 4, s. 59-65.
[25] *Zákon č. 72/1994 Sb., zákon o vlastnictví bytů, v platném znění (a pozdější novely)*

RNDr. Dana Fialová, Ph.D. je odbornou asistentkou na katedře sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze.

RNDr. Veronika Kadlecová je postgraduální studentkou oboru Regionální a politické geografie tamtéž.

Mgr. Veronika Nožičková je absolventkou magisterského studijního oboru Regionální a politická geografie garantovaném jmenovaným pracovištěm.

Autorky jsou členkami pracovní skupiny Centra výzkumu geografie volného času, které funguje při výše uvedené katedře a zabývá se základním a aplikovaným geografickým výzkumem, přičemž hlavními tématy jsou cestovní ruch, druhé bydlení (chataření a chalupaření), rekreace, volný čas a životní styl.

Autorky děkují GA ČR za finanční podporu grantu č.404/12/1040 „Holandské vesničky v Čechách: nová forma mezinárodního turismu na počátku 21. století", v jehož rámci byl tento příspěvek zpracován.

Miloslav Malec, Lucie Severová

Pravděpodobnost a matematická optimalizace v teorii portfolia

Abstrakt: *V článku je popsán pravděpodobnostní model portfolia aktiv, uveden pojem efektivního portfolia a užitím optimalizace proveden způsob jeho výpočtu v některých důležitých případech. Článek je rovněž příspěvkem k diskuzi o roli matematiky ve výuce na vysokých školách ekonomického směru. Cílem článku je připomenout, že matematika má stále nezastupitelnou roli při popisu ekonomických teorií.*

Klíčová slova: *efektivní portfolio, Lagrangeův multiplikátor, očekávaný výnos, změna rizika výnosu portfolia*

Probability and Mathematical Optimization in the Portfolio Theory

Abstract: *In this paper is described probability model of portfolio, introduced the notion of effective portfolio and using the optimization methods performed its numerical computation in some important cases. The article is also a contribution to the debate about the role of mathematics in teaching economics at universities. The aim of the paper is to remind that mathematics still has an irreplaceable role in describing the economic theory.*

Key words: *effective portfolio, Lagrange multiplier, yield, volatility*

JEL Classification: C60

Úvod

Článek je rovněž příspěvkem k diskuzi o roli matematiky ve výuce na vysokých školách ekonomického směru. Právě teorie portfolia je zajímavý a stále aktuální příklad možnosti aplikace matematických disciplin – optimalizace, pravděpodobnosti a numerických algoritmů, které s použitím počítače a ve spolupráci s finančními experty vytváří reálné a v praxi používané modely finančních trhů (např. model CAMP). Vedle bohaté možnosti aplikace matematiky v popisu ekonomických zákonitostí – s přihlédnutím k jejich složitosti a nestabilitě – má matematika další nezastupitelnou úlohu při rozvíjení logického a kritického myšlení studenta vysoké školy.[11]

[11] V článku nelze definovat a popsat vlastnosti všech pojmů, se kterými zde pracujeme; rovněž zde nelze vyložit teorii portfolia v dostatečné obecnosti. Cílem je seznámit čtenáře se základním princi-

Pravděpodobnostní model portfolia

Buď P_0 počáteční tržní hodnota nějakého aktiva, P_1 jeho tržní hodnota v době realizace. Hodnota P_1 má náhodný charakter, je to realizace jisté náhodné veličiny. Relativní výnos $r = \frac{P_1 - P_0}{P_0}$ je tedy rovněž realizace jisté náhodné veličiny X, dané jejím rozdělením pravděpodobnosti se střední hodnotou $E(X)$ a rozptylem $D(X)$, resp. směrodatnou odchylkou $\sqrt{D(X)}$.

Níže se budeme zabývat portfoliem aktiv $\boldsymbol{X} = (X_1, \dots, X_n)$. Předpokládáme, že náhodný vektor $\boldsymbol{X}$ je popsán jistým sdruženým rozdělením pravděpodobnosti, kde X_i jsou jeho marginální náhodné veličiny.[12]

Buď K celková částka investovaná do portfolia aktiv $X_i, i = 1, \dots, n$, z_i její relativní podíl v i-tém aktivu. Zřejmě

$$\sum_{i=1}^{n} z_i = 1. \tag{1}$$

V teorii portfolia hodnota $r_i = E(X_i)$ udává očekávaný výnos a hodnota $\sigma_i = \sqrt{D(X_i)}$ riziko změny výnosu i-tého aktiva. Označme $\boldsymbol{z} = (z_1, \dots, z_n)$. Zabýváme-li se portfoliem aktiv, tj. náhodnou veličinou $\boldsymbol{X}_P = \sum_{i=1}^{n} z_i X_i$, potom pro očekávaný výnos portfolia aktiv platí (viz [1])

$$r_P(\boldsymbol{z}) = E(\boldsymbol{X}_P) = \sum_{i=1}^{n} z_i r_i. \tag{2}$$

a pro riziko změny portfolia

$$\sigma_P(\boldsymbol{z}) = \sqrt{D(X_P)} = \sqrt{D\left(\sum_i z_i X_i\right)} = \sqrt{\sum_{i,j} z_i z_j \sigma_{ij}}, \tag{3}$$

kde veličiny σ_{ij} označují kovariance náhodných veličin X_i, X_j.[13]

Čtvercová matice $C = (\sigma_{ij})$ je reálná, symetrická, nazývá se kovarianční. Platí $\sigma_{ii} = D(X_i)$, $\sigma_P^2(\boldsymbol{z}) = \boldsymbol{z} C \boldsymbol{z}^T$, kde T označuje transpozici matice, resp. vektoru.

---

pem teorie tak, aby výklad byl srozumitelný a přiměřeně matematicky přesný. Pro hlubší studium viz uvedená literatura.

[12] Popisem rozdělení pravděpodobnosti náhodného vektoru $\boldsymbol{X}$ a jeho složek se zde nezabýváme. V praxi se toto rozdělení konstruuje ve formě diskrétního (konečného) rozdělení pravděpodobnosti sledovaných náhodných veličin.

[13] Známe-li – tedy spíše – podaří-li se alespoň přibližně odhadnout – rozdělení pravděpodobnosti náhodného vektoru $\boldsymbol{X}$, pak pro daný vektor $\boldsymbol{z}$ vypočítáme očekávaný výnos r_P, který bude pravděpodobně blízký reálnému výnosu portfolia v době jeho realizace.

Úkolem teorie portfolia je nalézt vektor $\boldsymbol{z}$ tak, aby vztah mezi výnosem a rizikem byl v jistém smyslu optimální.

Přípustná portfolia

Při formulaci konkrétních úloh z teorie portfolia jsou na vektor $\boldsymbol{z} \in \boldsymbol{R}^{\mathrm{n}}$, kromě již dané podmínky (1) kladeny další omezení, vyplývající z praktické povahy úlohy. Jsou matematicky formulované nerovnostmi (resp. rovnostmi) typu $z_i \geq 0$, nebo

(4) $$a_{\mathrm{i}} \leq z_{\mathrm{i}} \leq b_{\mathrm{i}}, i = 1,\ldots,n, a_{\mathrm{i}}, b_{\mathrm{i}} \in \boldsymbol{R}, a_{\mathrm{i}} < b_{\mathrm{i}}.$$

Množina těch $\boldsymbol{z}$, která vyhovují všem požadovaným podmínkám, se nazývá množinou přípustných řešení; tyto podmínky je nutno formulovat tak, aby tato množina byla neprázdná. Množina přípustných řešení daná podmínkami (1) a (4) geometricky představuje průnik kvádru a nadroviny v $\boldsymbol{R}^n$. Pokud není prázdná, jedná se o omezenou a uzavřenou množinu. Pokud platí (1) a dále např. $\sum_{i=1}^{n} z_i\, r_i = r_0$, tj. volíme výši výnosu, pak množina přípustných řešení je geometricky dána jako průnik dvou nadrovin v $\boldsymbol{R}^n$. Níže uvedeme další příklady množin přípustných řešení.

Efektivní portfolio

Nechť množina přípustných řešení M je dána podmínkami (1) a (4) a dále podmínkou (volíme pevně výši rizika)

(5) $$\sigma_P(\boldsymbol{z}) = c.$$

Efektivní portfolio v Markowitzově smyslu [1] je takový vektor $\boldsymbol{z}_M \in M$, ve kterém se realizuje maximální hodnota očekávaného výnosu r_P na M (obvyklý zápis $r_P \rightarrow max$). Množinu všech efektivních portfolií v Markowitzově smyslu označme E_M. Vztah (5) je analytické vyjádření kvadratické plochy v $\boldsymbol{R}^n$.

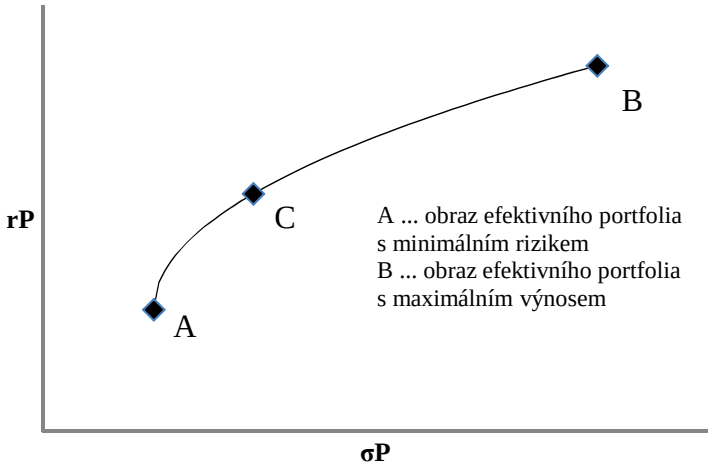
Nechť množina přípustných řešení S je popsána podmínkami (1) a (4) a dále podmínkou (volíme pevně výši výnosu)

(6) $$\boldsymbol{r}_P(\boldsymbol{z}) = r_0.$$

Efektivní portfolio v Sharpeho smyslu je takový vektor $\boldsymbol{z}_S \in S$, ve kterém se realizuje minimum rizika, tj. minimum funkce σ_P na množině S. Množinu všech efektivních portfolií v Sharpeho smyslu označme E_S.

Ne všechna efektivní portfolia $\boldsymbol{z}_S \in E_S$ jsou optimální. V dalším z ní vyloučíme ty prvky $\boldsymbol{z}_S$, pro které existuje prvek $\boldsymbol{z} \in S$ takový, že platí $r_P(\boldsymbol{z}) > r_P(\boldsymbol{z}_S)$.

Znázorníme-li v souřadném systému (σ_P, r_P) množinu bodů $[\sigma_P(\boldsymbol{z}_M), r_P(\boldsymbol{z}_M)]$, $\boldsymbol{z}_M \in E_M$, resp. $[\sigma_P(\boldsymbol{z}_S), r_P(\boldsymbol{z}_S)]$, $\boldsymbol{z}_S \in E_S$, lze především usoudit (při výše uvedené úmluvě), že obě množiny jsou totožné. Grafickým znázorněním těchto úvah získáme následující obrázek:



Každý bod *C* na uvedené křivce je obrazem efektivního portfolia $\boldsymbol{z} \in E_S \equiv M_M$. Metodu výpočtu efektivních portfolií uvedeme níže.[14] Zapíšeme-li závislost proměnných σ_P a r_P ve tvaru $r_P = F(\sigma_P)$, dá se ověřit, že funkce *F* je vskutku rostoucí a konkávní.

Matematická optimalizace

Buď dána funkce $z = f(x_1, \ldots, x_n) = f(\boldsymbol{x})$ s definičním oborem $M \subset \boldsymbol{R}^n$, *M* neprázdná. Optimalizací funkce *f* na množině *M* se nazývá úloha najít takový prvek $\boldsymbol{x}_0 \in M$, ve kterém funkce *f* nabývá svého optima, tj. své maximální, resp. minimální hodnoty vzhledem k množině *M*. V případě maxima to znamená, že platí $f(\boldsymbol{x}) \leq f(\boldsymbol{x}_0)$ pro všechna $\boldsymbol{x} \in M$.

Funkce *f* se nazývá účelová funkce, *M* je množina přípustných řešení. My se budeme zabývat případem, kdy množina *M* je popsána rovnostmi typu

(7) $\quad g_i(\boldsymbol{x}) = 0, i = 1, \ldots, r.$

Obecnější případ, kdy je množina *M* popsána nerovnostmi se řeší (analogicky jako v případě lineární optimalizace) převodem na rovnosti zavedením přídavných proměnných.

Existence optima řeší následující věta: Pokud je funkce *f* spojitá na neprázdné množině *M*, která je omezená a body její hranice k ní patří (tzn. je uzavřená), pak funkce *f* na množině *M* nabývá své maximální i minimální hodnoty.

Nalézt optimální hodnotu $\boldsymbol{x}_0$ je numericky náročné zejména v případě, pokud *n* je velké; problém už činí rozhodnutí, zda množina *M* je neprázdná.

[14] Volba konkrétního efektivního portfolia je úkolem investora, resp. dalších úvah; rozhoduje např. skladba portfolia.

Matematickým aparátem nelineární optimalizace je diferenciální počet funkcí více proměnných; je nutné předpokládat, že všechny uvažované funkce jsou dostatečně hladké, tj. mají spojité všechny parciální derivace 1., resp. 2. řádu.

Následující Kuhn-Tuckerova věta udává nutné podmínky pro nalezení optima; parametry λ_i se nazývají Lagrangeovy multiplikátory (viz [3]):
Má-li funkce f v bodě $\boldsymbol{x}_0 \in M$ optimum a vektory grad$g_i(\boldsymbol{x}), i = 1, \ldots, r$ jsou lineárně nezávislé, pak existují čísla $\lambda_1, \ldots, \lambda_r$ takové, že jsou splněny rovnosti

$$\frac{\partial f}{\partial x_i}(\boldsymbol{x}_0) + \sum_{j=1}^{r} \lambda_j \frac{\partial g_j(\boldsymbol{x}_0)}{\partial x_i} = 0,\ i = 1, \ldots n. \tag{8}$$

Vztah (8) je přepis faktu, že bod $\boldsymbol{x}_0$ je stacionárním bodem Lagrangeovy funkce.

$$f(\boldsymbol{x}) + \sum_{j=1}^{r} \lambda_j g_j(\boldsymbol{x}), \tag{9}$$

což znamená, že všechny její parciální derivace v bodě $\boldsymbol{x}_0$ jsou nulové.

Vztahy (7) a (8) představují soustavu ($n + r$) rovnic pro ($n + r$) neznámých – obecně nelineárních – a to souřadnic bodu $\boldsymbol{x}_0$ a multiplikátorů λ_i. Požaduje se spojitost parciálních derivací 1. řádu funkcí f a g_j.
Postačující podmínky existence optima jsou formulovány užitím pojmu konvexnosti (konkavity) funkce více proměnných a konvexity jejich definičních oborů. Konvexnost funkcí je zaručena jistými požadavky na Hessovu matici (což je matice sestavená z parciálních derivací 2. řádu Lagrangeovy funkce).

Výpočet efektivních portfolií
K popisu výpočtu efektivních portfolií použijeme maticového zápisu. Pokud označíme $\boldsymbol{1} = (1, \ldots, 1)$, pak podmínku (1) lze napsat ve tvaru $\boldsymbol{z1}^T = 1$.
Dále, je-li funkce $f(\boldsymbol{z})$ nezáporná, potom identita $f(\boldsymbol{z}) = c, c \geq 0$, je ekvivalentní identitě $f^2(\boldsymbol{z}) = c^2$ a množina extrémů funkcí f a f^2 je totožná.

Minimalizace rizika při zvoleném výnosu r_0
Úlohou je nalézt vektor $\boldsymbol{z}$, pro který platí: $\sigma_P^2(\boldsymbol{z}) \rightarrow min$

$$\boldsymbol{z1}^T = 1,\ \boldsymbol{zr}^T = r_0. \tag{10}$$

Za předpokladu, že vektory $\boldsymbol{r}$ a $\boldsymbol{1}$ jsou lineárně nezávislé, je množina přípustných řešení neprázdná (jedná se o průnik dvou různoběžných hadrovin v $\boldsymbol{R}^n$) a Lagrangeova funkce (9) má tvar

$$\boldsymbol{z}C\boldsymbol{z}^T + \lambda_1(\boldsymbol{z1}^T - 1) + \lambda_2(\boldsymbol{zr}^T - r_0). \tag{11}$$

Derivací podle vektoru $\boldsymbol{z}$ dostaneme

(12) $\quad 2C\boldsymbol{z}^T + \lambda_1 \boldsymbol{1}^T + \lambda_2 \boldsymbol{r}^T = \boldsymbol{0}^T,$

což spolu s podmínkou (10) tvoří soustavu $(n+2)$ lineárních rovnic pro $(n+2)$ neznámých z_i, λ_1, λ_2.

Řešení této soustavy lze vyjádřit analyticky Cramerovým pravidlem, resp. pomocí inverzní matice. V praxi se však řeší numericky (eliminačními metodami užitím počítačů).

Minimalizace volného rizika

Hledá se vektor $\boldsymbol{z}$, pro který platí $\sigma_P^2(\boldsymbol{z}) \to min$.

(13) $\quad \boldsymbol{z}\boldsymbol{1}^T = 1.$

Lagrangeova funkce má tvar $\boldsymbol{z}C\boldsymbol{z}^T + \lambda(\boldsymbol{z}\boldsymbol{1}^T - 1)$; derivací podle $\boldsymbol{z}$ dostáváme podmínku $2C\boldsymbol{z}^T + \lambda\boldsymbol{1}^T = \boldsymbol{0}^T$, což spolu s (13) tvoří soustavu $(n+1)$ lineárních rovnic pro $(n+1)$ neznámých z_i a λ.

Maximalizace výnosu

Při této úloze se hledá vektor $\boldsymbol{z}$, pro který platí $r_p(\boldsymbol{z}) \to max$.

(14) $\quad \sigma_P^2(\boldsymbol{z}) = r_0^2,$ $\qquad$ (15) $\quad \boldsymbol{a} \le \boldsymbol{z} \le \boldsymbol{b}$, kde $\boldsymbol{a}, \boldsymbol{b} \in \boldsymbol{R^n}$.

Tato úloha je početně náročnější; podmínka (14) je totiž nelineární a podmínka (15) je ve tvaru nerovnosti. I v tomto případě lze úlohu řešit numericky užitím počítačů.

Závěr

Z obsahu tohoto krátkého příspěvku, který pojednává o některých aspektech teorie portfolia, lze usoudit, že použitý matematický aparát není zcela triviální. Lze říci, že současné bankovní modely jsou založeny na moderních a hlubokých matematických výsledcích; kromě použité optimalizace uveďme například teorii her, dynamické programování, teorii matic, stochastické diferenciální rovnice. Makroekonomické modely jsou zkoumány na základě chování nelineárních dynamických systémů, formulují se podmínky existence chaosu v těchto deterministických systémech, příp. se studuje jejich stochastické chování. Existují názory, že v praxi tyto matematické modely často selhávají. Pokud jsou logicky správné, není to pravda; jsou odvozeny za předpokladů, které v praxi neplatí. Proto jsou v praxi nepoužitelné, ale ne vinou matematiky.

Článek je určen zejména studentům magisterského a doktorského studia vysokých škol s ekonomickým a finančním zaměřením; dává jim informaci o možnosti aplikace současné matematiky v oblasti jejich studia a výzkumu.

Literatura

[1] ALEXANDER, G. J., SHARPE, J. F.: *Investice (překlad).* Victoria Publishing, Praha 1994. ISBN: 80-85605-47-3.

[2] HINDLS, R. a kol.: *Statistika pro ekonomy.* Professional Publishing, 8. vyd., Praha 2007. ISBN: 978-80-86946-43-6.

[3] LUENBERGER, D. G.: *Investment Science.* Oxford University Press, New York 1998. ISBN: 0-19-510809-4.

Doc. RNDr. Miloslav Malec, CSc. působí na VŠH od roku 2006. Vyučuje kvantitativní metody a zabývá se rolí matematiky ve výuce a matematickým popisem ekonomických zákonitostí.

PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D. působí na Provozně ekonomické fakultě České zemědělské univerzity od roku 2007. Vyučuje na Katedře ekonomických teorií mikroekonomii a makroekonomii.

KONZULTACE A DISKUSE – CONSULTATION AND DISCUSSION

Jiří Šíp

Vývoj vědeckých přístupů ke studiu základů cestovního ruchu

Abstrakt: *Autor článku představuje hlavní směry vývoje vědeckých přístupů ke studiu cestovního ruchu. Práce předkládá výběr autorů zabývajících se cestovním ruchem.*

Klíčová slova: *cestovní ruch, literatura, teorie cestovního ruchu, terminologie, výzkum*

The Development of the Main Scientific Approaches to Tourism Research

Abstract: *The author presents main trends in the development of the scientific approaches to tourism research. Attached is also a list of quoted autors and their works dealing with tourism.*

Key words: *tourism, literature, theory of tourism, terminology, research*

JEL Classification: L83

Úvod

V průběhu vývoje cestovního ruchu jako společensko-ekonomického jevu se postupně vyvíjely teoretické přístupy i stupeň vědeckého poznání, které postupně modelují jeho definování a vymezení. Vývoj cestovního ruchu i proces jeho vědeckého poznání jsou procesy kontinuálně otevřené. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto složitého fenoménu, často v závislosti na tom, která vědní disciplína cestovní ruch zkoumá, definuje a vymezuje (Malá, 1999). Tento článek navazuje na práci Šípa a Klufové (2003), rozšiřuje ji a předkládá konstrukci vývoje hlavních přístupů k problematice cestovního ruchu na poli mezinárodním i domácím. Tento bibliografický přehled v českém cestovním ruchu určitě poslouží především diplomantům, doktorandům, vědeckým i akademickým pracovníkům jako referenční předloha při jejich vědecké práci.

1. Vývoj poznání cestovního ruchu

Počátky výzkumů cestovního ruchu a rekreace klade Kowalczyk (1997, s. 15) do poloviny 19. stol., kdy hlavní předmět zájmu byl geografické povahy a byl zaměřený na popis turistických míst. Termín "Geografie turismu" (Fremdenverkehrsgeographie) použil poprvé Stradner (1905). Změny systému osídlení způsobené vlivem rozvoje hotelové a gastronomické báze zkoumal ve své dizertační práci například Sputz (1919). Za základní teoretické příspěvky geografie cestovního ruchu jsou považovány práce A. Grünthala (např. 1934 s. 7-20, nebo 1935) který působil v prvním výzkumném ústavu zabývajícím se cestovním ruchem. Byl založen v r. 1929 při Vysoké škole obchodní v Berlíně a byly zde vytvořeny první základy tohoto vědního oboru.

Ve Francii a Itálii spadají první výzkumy cestovního ruchu do 20. let (Blanche, Mariotti). Ve 30. letech se rozvíjí geografie cestovního ruchu a rekreace ve Francii, Švýcarsku (Hunziker), Japonsku (Misawa, Takaike, Tanaka) i USA (Brown či Mac Murray, 1930 - The use of land for Recreation). Zkoumány byly především společensko-hospodářské důsledky rozvoje CR ve venkovských oblastech. Vágner uvádí ve své dizertační práci (1999, s. 6) např. tyto autory: Miege (1934) z oblasti Savojských Alp, Ljundgdahla (1938) - zázemí Stockholmu a Carlsona (1938), který studoval oblast New Hampshire a použil pojem "Recreation industry". V neposlední řadě je třeba připomenout i analytickou práci H. Posera (1939) z oblasti Krkonoš. Angloamerická literatura tohoto období kladla důraz především na turistický průmysl jako ekonomickou kategorii.

Po druhé světové válce byly v USA zkoumány ekonomické dopady CR na cílové regiony a trasy CR, například Hall a Page, (1999). Mnoho odborníků se zabývalo analýzou turistických multiplikátorů, která je všeobecně akceptována jako kvantitativní metoda pro hodnocení regionálních dopadů cestovního ruchu. V posledních desetiletích byly turistické multiplikátory počítány pro několik zemí a v několika regionech, např. Singapur, Turecko, ostrovy Alonnisos a Okanagan (Liu a kol., 1984, Var a P. Quayson, 1985, L. Khan a kol., 1990). V posledních letech je metoda multiplikátoru využívána i při hodnocení dopadů cestovního ruchu na životní prostředí. Například Buhalis a Fletcher (1995) využili model vstup-výstup k určování udržitelnosti vývoje turismu. Baaijens, Nijkamp a Van Montfort (1998) se pokusili o meta-analýzu (kvantitativní analýza a srovnání výsledků studií podobného studijního zaměření) regionálních multiplikátorů z turistických příjmů. Turistický výdajový multiplikátor definují jako jev, kdy účinek turistických výdajů není určen společnostem, ve kterých jsou obvykle utraceny. Účinek turistického výdajového multiplikátoru takto zahrnuje řetěz přímých, nepřímých a indukovaných efektů (Wanhill, 1994). Vztahy mezi regionálním multiplikátorem a různými charakteristikami prostředí byly prozkoumávány formou regresní analýzy. Autoři ve své práci uvádějí objektivitu statistického přístupu ve srovnání s tradičními přístupy (verbální přehled a srovnání výsledků různých studií) jako výhodu. V některých případech je cestovní ruch chápán jako "zachránce" stagnujících průmyslových odvětví a tradičního zemědělství právě proto, že vytváří meziodvětvové vazby nabídky a poptávky (Ghimire, 2001).

V práci Coopera (1947) je diskutována problematika sezónnosti a motivací k účasti na cestovním ruchu. Tato práce předznamenala následný výzkum v 80. a 90. letech. Zájem o tuto oblast dřímal v ústraní po mnoho let. Ve Velké Británii byly prováděny významné výzkumy vývoje pobřežních středisek cestovního ruchu již v předválečném období a následně i v poválečných letech (E. Gilbert, 1939, 1949). Z evropských států se po válce rozvíjel výzkum této problematiky především ve Francii (Defert, Chabot, Georges 1957, Barbier 1969, Cribier 1969).

V 60. letech vyšlo několik kvalitních prací o cestovním ruchu (např. Murphy, 1963; Winsberg, 1966; Wolfe, 1967). Rozkvět publikací o cestovním ruchu nastává v 70. letech (Cosgrove and Jackson, 1972; Lavery, 1971; Coppock and Duffield, 1975; Robinson, 1976), které se soustřeďovaly především na cestovní ruch. Jednotlivé práce se postupně orientují na hledání prostorových modelů cestovního ruchu a jejich strukturu: Christaller (1955, 1964), francouzský autor Defert (1967) vytváří výpočtem poměru celkového počtu lůžek na celkovém počtu obyvatel turistickou funkci území (tzv. Defertova funkce), M. Boyer (1972) sestavil rezidenční funkci území na základě stonásobku poměru počtu objektů indiviuální rekreace (OIR) k počtu obytných rezidencí, J. M. Dewaillly a J. J. Duboi (1978) sledovali problematiku druhého bydlení a jeho vliv na prostředí. Významnou prací týkající se druhého bydlení, která položila základy pro další výzkum, je práce R. Wolfe (1964) o chataření v Ontariu. V tomto období se středem zájmu stává právě fond volného času a tzv. druhé bydlení. Dalšími autory zabývajícími se těmito fenomény jsou např. v Německu Ruppert a Maier, v Polsku Warzsinska, Jackowski a Kowalczyk (1997), ve Francii Dewailly a Dubois (1985) a Dumazedier (1963) a další. Do tohoto období spadá také československá „Rajonizace cestovního ruchu".

Studium cestovního ruchu a rekreace není izolováno od širších trendů například v geografii. Hlavní roli v této disciplíně stále hraje regionální přístup. Studia cestovního ruchu a rekreace se však týkají i analýzy prostorových systémů v 60. a 70. letech, založených na behaviorálních přístupech vycházejících z psychologie chování a geopsychologie (např. Baker 1966, Cohen 1988 viz níže) či na radikálních neomarxistických strukturalistických teoriích o nerovnoměrném regionálním rozvoji (např. Harvey, Smit, Holland podrobněji viz. Blažek 2002 str. 110-118). Hall a Page (1999) považují za práce, které nejvíce ovlivnily geografii cestovního ruchu a rekreace, Pearceho Tourism Today: A Geographical Analysis (vydána v r. 1987, v r. 1995 se dočkala druhého vydání), Smithovu Recreational Geography (vydanou v r. 1983). Obě tyto knihy se týkají behaviorálního výzkumu. Na druhé straně stojí další velmi významný pramen současné geografie cestovního ruchu a rekreace - Shaw a Williams: Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspectives (1994), ve které hrají významnou roli takové pojmy jako politická ekonomie, produkce, globalizace. Toto dílo vzniklo jako explicitní odpověď na Brittonovo (1991) volání po teoretizaci geografie cestovního ruchu a volného času. Frenkel a Walton (2000) hovoří o kulturním odklonu ve výzkumu turismu, který je ve vztahu ke změně samotného charakteru cestovního ruchu. S tím je spojen vznik nových forem cestovního ruchu (adventure tourism, ecotourism,

heritage tourism, marketing kulturních událostí). Ty jsou navázány na postindustriální ekonomiku spojenou se zvýšenou produkcí kulturního nebo symbolického kapitálu. Spotřeba se objevovala v geografické literatuře zřídka. Geografové dávali ve svých výzkumech přednost výrobě, pracovní síle, lokalizaci průmyslu nebo vývoji měst. Spotřeba se stala předmětem výzkumů až v 90. letech, odrážejíc tak zvyšující se ekonomický význam a obnovený zájem o kulturní záležitosti (Gregson, 1995). Geografové i další odborníci tak začali zkoumat vztahy mezi kulturou a spotřebou. Období nástupu ICT, digitalizaci a modelování procesů například analyzuje ve své práci „E Tourism“, Buhalis (2003).

Počátky vědeckého zkoumání cestovního ruchu (podle Freyera 1990 s. 17-19) také odrážejí definice Stradnera (1905), Schullerna (1911), Morgenrotha (1927) a dalších, jejichž pojítkem byla snaha odlišit cestovní ruch od širšího pojmu cestování jako takového (Freyer, 1990). V dalších definicích se vyskytoval navíc i důraz na postižení různých sociálních a ekonomických stránek cestovního ruchu. Knebel (1960 s. 17) uvádí ve své práci Bormanovu (1931) definici, podle které lze chápat cestovní ruch jako cesty, které jsou podnikány za účelem zotavení, zábavy, obchodu a povolání nebo i z jiných příčin (za zvláštními událostmi) a dochází při nich k dočasné změně místa bydliště. Nepatří sem však dojíždění za prací. Ve své definici zdůrazňoval nepravidelnost a dočasnost cest. Malá (1999) uvádí odlišnou definici R. Gluckmana, který chápe cestovní ruch jako sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí v nějakém místě přechodně, a obyvatel tohoto místa. Tato definice zdůrazňuje oproti předcházející zcela jinou stránku - vztahy mezi lidmi, které vznikají na základě účasti na cestovním ruchu. Jde tedy spíše o sociologické pojetí tohoto fenoménu. Fedor (1937, citovaný Malou, 1999) definuje cestovní ruch jako příliv a odliv lidí do určitého místa nebo státu z jiného místa nebo státu. Tato definice zdůrazňuje přepravní aspekt a vztahy mezi místem bydliště a cílovým místem cestování. Poserova (1939) definice cestovního ruchu zahrnuje lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na jedné straně a místním obyvatelstvem, místem a jeho krajinou na straně druhé. V definici jsou zdůrazňovány především změny, které jsou způsobovány v místech cestovního ruchu, včetně vztahů mezi účastníky CR a místním obyvatelstvem.

Mezníkem ve výzkumu a definování cestovního ruchu jsou práce švýcarských klasiků tohoto oboru Hunzikera a Krapfa, kteří v r. 1942 vydali knihu "Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre", ve které položili základ ucelené teorie cestovního ruchu. Cestovní ruch považují za souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a není s ním spojena žádná výdělečná činnost. Toto vnímání cestovního ruchu se stalo východiskem pro další vývoj definování cestovního ruchu, hlavně v poválečném období.

V. Dohnal (1965, s. 7) chápe cestovní ruch jako uspokojování potřeb lidí v oblasti rekreace, turistiky a kultury, pokud k němu dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase. Podobná je definice E. Kopša (1969, 1970), který definuje cestovní ruch trochu úžeji z

hlediska motivace: "Cestovní ruch je forma uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka mimo běžné životní prostředí a ve volném čase." Podobným způsobem vznikla definice J. Kašpara (1986), která je používána na VŠE v Praze. Podle této definice lze chápat cestovní ruch jako cestování a dočasný pobyt lidí mimo místo trvalého bydliště, obvykle ve volném čase, a to za účelem rekreace, poznání a spojení mezi lidmi.

V ekonomické literatuře se zintenzivnilo úsilí vyřešit problém definice a formulace obsahu pojmu cestovní ruch. Na počátku 70. let se rozvinula na stránkách odborného časopisu "Zeitschrift für Fremdenverkehr" diskuse a jejím výsledkem bylo mnoho definic lišících se pouze v detailech. Jednou z nejvíce akceptovaných je formulace C. Kaspara (1975, 1986), která pojímá cestovní ruch z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není místem trvalého bydliště ani pracoviště jako "Souhrn jevů a vztahů, vyplývajících." Nedostatkem této definice je, podle Mariota (1983), že v podstatě ztotožňuje účastníky dopravy s účastníky CR. Ve stejném období (1972) vzniká v rámci Mezinárodní geografické unie (IGU) také pracovní skupina geografie cestovního ruchu (Working Group Geography of Tourism and Recreation), která také věnovala pozornost terminologickým problémům tohoto odvětví. Vznikla tak významná publikace Terminological Problems in Geography of Tourism (1976) dokumentující různé názory na cestovní ruch, jeho členění, předmět výzkumu a úlohy geografie CR.

Také řada mezinárodních organizací vyvinula úsilí ke sjednocení definice cestovního ruchu. Uvádíme např. tyto důležité kroky:

- v r. 1937 formuluje Statistická komise OSN pojem "Mezinárodní turista" (definice základních pojmů viz blíže např. Hesková, 1999; Malá, 1999 a další), v r. 1953 zavádí tato komise pojem "Mezinárodní návštěvník".
- v r. 1963 konference OSN o mezinárodním cestovním ruchu v Římě doporučila definice pojmů "Návštěvník", "Turista", "Exkurzionista". Tyto však nebyly přijaty všemi státy. Jde o období, kdy nebyl cestovní ruch stále ještě definován a formulován. Pojmová nejednotnost byla jedním z největších problémů statistiky světového CR prakticky v celém poválečném období (Malá, 1999).
- v r. 1991 na Mezinárodní konferenci o statistice CR v Ottawě, kterou pořádala Světová organizace cestovního ruchu (WTO), byl podán jednotný návrh na unifikaci základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem. Byly přesně vymezeny základní pojmy z oblasti cestovního ruchu.

Tímto jsme se dopracovali k mezinárodně uznávané definici cestovního ruchu (WTO, 1991), podle které je cestovní ruch definován jako "Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovena[15], přičemž hlavní účel této cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v

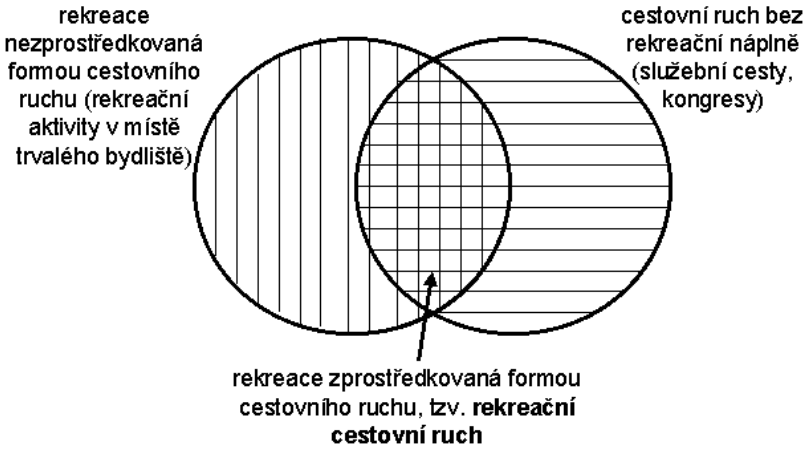
[15] u mezinárodního cestovního ruchu je to 1 rok, u domácího cestovního ruchu 6 měsíců

navštíveném místě.“[16] Tato definice vylučuje z CR cesty v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování za prací a dlouhodobé migrace.

Je nutné se zmínit i o existenci různých názorů týkajících se vztahu mezi CR, rekreací a volným časem. Termíny cestovní ruch (CR), rekreace a volný čas tvoří sadu vzájemně propojených a překrývajících se pojmů, jejichž univerzálně akceptovatelná definice je nemožná. Definice těchto pojmů se mění s jejich účelem a kontextem. Např. Murphy (1985) chápe rekreaci jako součást CR. Jiný názor zastává Pigram (1985), který se domnívá, že CR se uskutečňuje v rámci rekreace. Bodewes (1981) vidí CR jako fenomén rekreace, Pearce (1987) (citovaný Hallem a Pagem, 1999, s. 38) se domnívá, že cestovní ruch tvoří jeden konec širokého spektra aktivit volného času. Šíp (2000, s. 31) považuje cestovní ruch za jednu z forem uspokojování lidské potřeby regenerace fyzických i duševních sil. Historicky se výzkum rekreace vyvíjel nezávisle na výzkumu CR. Turismus byl tradičně hodnocen jako komerční ekonomický fenomén zakořeněný v privátním sektoru. Naproti tomu rekreace byla chápána spíše jako sociální fenomén týkající se sektoru veřejného (Crompton, Richardson, 1986). Ve smyslu očekávání jedince je rozlišování rekreace a cestovního ruchu přinejmenším irelevantní (Jansen-Verbeke, Dietvorst, 1987 s. 65). Podle Halla a Page (1999) dochází ke konvergenci dvou konceptů termínů a teorie, mj. také z důvodu stále větší komercializace rekreace. Podle Wokouna a Vystoupila (1983) se CR a rekreace překrývají jen částečně, neboť CR zahrnuje i některé aktivity mající povahu pracovních výkonů (služební a obchodní cesty, účast na kongresech). Je-li výkon rekreační činnosti spojen s opuštěním místa trvalého bydliště, dochází k účasti na CR. Od počátku 70. let je stále větší pozornost věnována dopadům CR a rekreace na životní prostředí. Ochrana životního prostředí a kulturního bohatství, které jsou základem cestovního ruchu, je jednou ze součástí trvale udržitelného rozvoje (Hall, Lew, 1998). Zhruba od poloviny 80. let se rozšiřují ve větší míře nové, alternativní formy CR, které berou větší ohled na přírodu. Charakteristický pro ně je odpovědný vztah mezi přírodou a lokální společností, tyto formy CR se staví do protikladu k masové a komerční turistice (Szchwichtenberg, 1993).

[16] výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru, což nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací, které jsou hrazeny z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště či firmy

Obrázek 1: Vztah rekreace – cestovní ruch



Zdroj: podle Wokouna a Vystoupila, 1983

Příčinami, formami a důsledky masového cestovního ruchu, který je nazýván také "Tvrdým cestovním ruchem" se zabýval ve své práci např. Armanski (1978). Fenoménu masového cestovního ruchu se však ve svých pracích dotýká mnoho autorů, z německy hovořících jsou to např.: Fink (1970), Hesse (1978), Hochholzer (1973), Kraus (1972), Lichtenberg (1976). Mezi diskutovaná negativa masového turismu patří např. snaha o snížení nákladů na pracovní síly, kdy dochází často k najímání levných migrantů, kteří jsou často nekvalifikovaní, neznají tradice, cílové oblasti či destinace, ve které pracují, což ubírá cestovnímu ruchu na originalitě ("sense of area") a vede také k poklesu zaměstnanosti místního (někdy i kvalifikovanějšího) obyvatelstva (Cavaco, 1995). Další kritizovanou charakteristikou masového cestovního ruchu je jeho internacionalizace, která vede k nivelizaci kultury, tradic, zvyklostí, životního stylu. Vztah mezi hostitelskou populací cílového místa a návštěvníky se může vyvíjet od euforie přes znechucení až po antagonismus. Hovoří se o akulturaci místního obyvatelstva, přičemž přijímání, resp. odmítání importovaných hodnot se u různých částí populace liší např. s věkem. V extrémním případě může docházet až ke zkreslování místní kultury dle představ návštěvníků, což je v anglosaské literatuře označováno pojmem "staged authenticity". Velmi významným negativním důsledkem rozvoje masového cestovního ruchu je nárůst dopravy, který má jednak dopady na krajinu, dochází ke znečišťování atmosféry výfukovými plyny, nezanedbatelný je i hluk. Individuální doprava sice usnadňuje disperzi cestovního ruchu, ale je neekologická. V mnoha případech by vhodnější alternativou byla doprava hromadná (např. železniční), která je ekologičtější. Většina účastníků cestovního ruchu se však přepravuje letadly, což jsou dopravní prostředky nejméně přátelské životnímu prostředí (Perez-Salom, 2001).

V anglosaské literatuře jsou pro nové formy cestovního ruchu používány různé termíny: alternative tourism, appropriate tourism, responsible tourism nebo green tourism, který je chápán jako odpočinek na venkově a zahrnuje nejen ekoturismus, agroturistiku, ale i lov (Cavaco, 1995). Pojem zelený cestovní ruch (tourisme vert) se objevil v r. 1975 ve Francii jako protiklad k masové turistice (Montanari, 1995) a posloužil německým odborníkům o několik let později k zavedení termínu "Měkký turismus" (sanfter Tourismus), který je chápán jako synonymum pojmu alternativní nebo udržitelný cestovní ruch (Kowalczyk, 1997). Od světového summitu v Rio de Janeiro v r. 1992 se objevuje stále se zvyšující počet mezivládních iniciativ usilujících o rozvoj environmentálně přátelských forem cestovního ruchu. Negativní vlivy cestovního ruchu a s ním spojených rekreačních aktivit vedly k přijímání národních environmentálních standardů a byla zavedena i omezení na mezinárodní úrovni.

Ze starších československých prací je třeba vyzdvihnout zejména unikátní rajonizaci cestovního ruchu (Kotrba, Přikryl), (podrobněji např. Dohnal 1985) a na ni navazující koncepce pro rozvojové země, kterou bývalá ČSSR uplatnila z pověření OSN v Tunisu, práce Šprincové (1960 až 1981) zaměřené na obecnou geografii cestovního ruchu a regionalizaci cestovního ruchu (nejvíce Jeseníky), Gardavského (1968, 1982, 1987,1988) zaměřené na problematiku rekreace a druhého bydlení, Havrlanta (1968-78), který se zabýval zázemím Ostravy a cestovním ruchem v Beskydech, učební texty Stránského (1972), učebnice a texty zaměřené na teoretické základy geografie cestovního ruchu od slovenských autorů Mariota (1983), Gúčika (1975), Kopša (1970), nebo učební texty české dvojice Vystoupila a Wokouna (1987), kde je upřednostněna charakteristika typů vázaného a volného cestovního ruchu s náznakem hlavních rysů individuální a víkendové rekreace i s určitým pokusem o zapojení sociologických aspektů na ekonomiku a základy CR. Za klíčové lze považovat práce Kašpara (1981, 1986), Frankeho (1980), Malé (1981, 1986), Nedvědové, Holubové (1986), Huňáčkovu metodiku průvodcovské činnosti (1983), nebo sociologicky zaměřené práce Pácla (1986).

Přechod ČR na tržní ekonomiku přinesl řadu změn, které se na počátku devadesátých let projevily nedostatkem aktuální literatury. Tento deficit je postupně vyrovnáván. Ze současných autorů tuto potřebu postupně doplňují práce Oriešky (1991, 1995, 1996, 1999), Mirvalda (1994), Hraly (1995), Bičíka (1995, 2001), Němčanského (1996), Šípa (1997, 2000), M. Heskové (1999), Wagnera (1999), M. Holečka (1999), Štyrského (1998, 1999), Štěpánka, Kopačky a Šípa (2001), Petrů a Holubové (1993), Indrové (1995, 1999), Zelenky, (1996, 1998, 2002), Páskové (2002), Čecha (1998), Kučerové (1997), Malé (1999), Čertíka (2000), Fialové (2001).

Předvstupní období a následný vstup do EU posunuly výzkum i publikační činnost v ČR kvalitativně výrazně kupředu. Tento pozitivní posun ovlivnily jednak cílené podpory z EF, vznik a stabilizace vysokoškolských pracovišť zaměřených na cestovní ruch a mobilita jejich akademických pracovníků (VŠE Praha – Indrová, Petrů, Malá, VŠH Praha – Čertík,

Attl, Jindra, Nejdl, Franke, VŠO Praha – Kiraľová, ESF MU Brno – Vystoupil, Šauer, Holešinská, Kunc, VŠPJ Jihlava – Rux, Vaníček, Janoušková, Šíp) a v neposlední řadě i jejich noví mladí absolventi, kteří kontinuálně posouvají vývoj poznání kupředu. Za negativní lze považovat to, že vědecko-výzkumné základy se vytvářejí pouze na akademické úrovni. V České republice neustále chybí základní samostatná vědecko-výzkumná instituce s vazbou například na ČAV.

2. Etapa profilace hlavních disciplín a jejich protagonisté ve výzkumu cestovního ruchu

Dlouhodobá kontinuální diskuse vedená na téma, zda cestovní ruch je, nebo není samostatná vědecká disciplína, pravděpodobně poběží ještě dlouho. Jeho interdisciplinární povaha s širokým a pestrým spektrem přírodních i společenských jevů a procesů si ještě žádá svůj časový prostor pro svoji samostatnou vědeckou metodologii. Prvopočátky i současnost vědeckého poznání v cestovním ruchu lze považovat za etapu postupné profilace základních disciplín a jejich protagonistů, které se postupně odborně specializovaly na cestovní ruch v rámci obecných teoretických metodologických základů svého oboru.

Historií výzkumů v oblasti cestovního ruchu a rekreace se ve svých pracích zabývá celá řada autorů, připomeňme např. Kowalczyka (1997), ze starších prací je to Aesbacher (1973), Burkart (1974), Armanski (1978), Baud-Bovy (1977) a další. Fenomén cestovního ruchu se stal nejdříve středem pozornosti zejména geografie a ekonomie, které následovala technologie sociologie a v poslední době i psychologie, ekologie, kinantropologie[17], rekreologie[18] a filozofie.

Psychologie, sociologie a filozofie – předmětem zájmu sociologů je zejména fond volného času. Například Bücher (1956) se zabýval volným časem v industrializované společnosti, Knebel (1960) sociologickými změnami v cestovním ruchu, Scheuch, Meyersohn (1972), Prahl (1977) sociologií volného času, Huck (1980) sociální historií volného času, Baker (1968), který aplikoval do cestovního ruchu poznatky behaviorální psychologie zaměřené na chování účastníka cestovního ruchu tzv. Behavior Settings, a vlivům cestovního ruchu na sociální prostředí obyvatel turistických destinací se věnoval například sociolog Cohen (1973, 1988).

Rozvoj masového cestovního ruchu v prostředí vyspělé postindustriální společnosti vytváří podmínky pro rozvoj filozofických přístupů zaměřených na cestovní ruch (např. trvale

[17] Kinantropologie věda, která zkoumá strukturu a funkci účelově zaměřených pohybových činností člověka a jejich rozvoj, kultivaci a účinky v definovaných podmínkách prostředí, tj. v tělesné výchově, sportu, fysioterapii, rekreaci atd (podrobněji viz Kotíková 2010, str. 87)

[18] Všeobecná encyklopedie Diderot (2002, str. 379) vysvětluje pojem rekreologie jako „obor, zabývající se formami rekreace, rekreačními režimy, programy, jejich organizováním v oblasti tělovýchovy, sportu a cestovního ruchu“.

udržitelný cestovní ruch, trvale udržitelný regionální rozvoj, etika podnikání v CR, estetika, návrat k přírodě, návrat k pohybu, kalokagathia , ale i například samotná ekonomie, nebo participace filozofie na metodologickém formování a rozvoji samostatné vědecké disciplíny - cestovní ruch.

První signály možností profilace filozofie cestovního ruchu lze sledovat z příbuzných oborů postupně se profilujících zejména ze sociologie, psychlogie, geografie, ekonomie, nebo kinantropologie. Tato otázka evokuje počátky diskuze i u nás (viz Hurych 2010 str. 4-12, nebo Hemelík 2010 str. 58-66).

Ekonomie – práce ekonomů Hunzikera, Krafta (1942) a Kaspara (1975) jsou zaměřené na učebnice CR se snahou o definice a terminologické pojmenování jevů. Také Ashworth (1985, 1990) a Goodall (1990), Middelton (např. 1988), Oglivy (1990), Bull (1991), Morrison (1995) se zabývají ekonomikou a marketingem cestovního ruchu. „Teorii stádií ekonomického růstu a výrobních cyklů“ z 60. let 20. stol. vycházející z prací Rostowa přenesli na turistické destinace a rozpracovali svými studii ekonomického růstu v tropických destinacích Miosseca (1977, 1997), Gormsen (1982, 1988) a teorii destinačních cyklů rozpracoval Butler (1993, 2006, s. 14-15). V první fázi „Tradiční společnosti“ disponuje volným časem a finančními prostředky pouze elita, v období ekonomického rozvoje se progresivně zvyšuje počet sociálních tříd participujících na účasti v domácím cestovním ruchu, v závěrečné fázi „Vysoké spotřeby“ se účastní mezinárodního cestovního ruchu i nižší společenské vrstvy. Miossec (1977, s. 41-48) ve svém modelu rozlišuje pět stádií rozvoje cestovního ruchu. V počátečním období začíná objevování a vznik průkopnických destinací (discovery and pioneer stage). Zvyšování počtu destinací vyvolává hierarchizaci a funkční diferenciaci ve sledovaných územích. V poslední fázi se destinace koncentrují téměř rovnoměrně po celém území a jejich propojení s ohledem na dopravní spojení dosahuje maxima. Souběžně s vývojem se také mění druh klientely. Tyto teorie je však třeba považovat za relativní a nelze je zobecňovat!

Geografie – za počátky vědeckého geografického přístupu k problematice cestovního ruchu lze považovat práce z klasických zemí turistiky. Jde především o alpské státy, které se nejdříve staly cílem cestovního ruchu. Podle německého geografa A. Steinecka (1976, s. 17) byly počátky vývoje myšlení a prací v geografii cestovního ruchu nejvíce ovlivněny paradigmaty:

- morfogenetického přístupu (Poser 1939)
- lokalizačních modelů (Christaller 1955), Teorie centrálních míst a Teorie periferie
- funkčního sociogeografického přístupu – geografie volného času (Ruppert, Maier 1970), druhé bydlení (Dewailly, Flament 1993, Duboi, Wolfe), městský cestovní ruch (Gunn, Clare 1972)

Tyto etapy se vyznačují snahou o studium jevů a popis vznikajících interakcí člověka a krajiny. Výše zmíněné práce jsou jednostranně zaměřené na cílovou oblast (například Po-

ser, Christaller), volný čas (Ruppert, Maier). V současné době je třeba připojit nové paradigma regionálního (destinačního) rozvoje cestovního ruchu, které se snaží navázat na předchozí paradigmata ve smyslu komplexní prostorové analýzy s následnou syntézou a snahou o strategickou vizi rozvoje regionu (destinace). Toto moderní paradigma spojuje v prostoru a čase ekonomické, sociologické, psychologické, technologické i marketingové aspekty v jedno paradigma komplexní – geografické. Takovými mohou být například již výše uvedené *„Teorie ekonomického růstu“*, *„Teorie cyklů rozvoje turistických míst“* (Resort-cycle concept), nebo *„Teorie centrálních míst a periferie“*. Dalšími jsou např. *„Teorie difúze“* (Diffusion theory) - impulsy rozvoje se šíří z nejvíce rozvinutých států do nejméně rozvinutých států. Tato difúze má vliv na počáteční polarizaci a potom na postupné vyrovnávání regionálních rozdílů (např. Christaller 1964, Oppermann 1993 *„Teorie závislosti“* Dependency theory) – rozvojové státy jsou hospodářsky a politicky závislé na rozvinutých státech. Růst v zaostalých státech vyžaduje značné počáteční investice, které jsou ovšem vysoké a vedou k závislosti na zahraničním kapitálu (Oppermann 1993) (podrobněji také Blažek, Uhlíř 2002, s. 82, 90, 92, 102). *TBD (Tourist Business District)* – teorie se zabývá koncentrací služeb cestovního ruchu v městských částech (Getz 1993) a navazuje na známé obecné teorie CBD (Commercial Business District), nebo CTD (Central Tourist District). Základní tézí TBD je, že optimální podmínky městského cestovního ruchu jsou v centrální části města, kde se návštěvník může pohybovat pěšky. Potenciály aktivující TBD jsou atraktivity a CBD rozvinutá infrastruktura služeb. *„Teorie globalizace sektoru hotelnictví“* (Globalisation of hotel sector) vychází z obecné teorie globalizace světové ekonomiky a je převzata např. Alexandrem a Locwoodem (1996), kteří popisují proces globalizace hotelového sektoru: 1. Teorií velikosti domácího trhu, 2. Teorií globálního přístupu, 3. Teorií investic.

Ekologie – pozorností ekologů se stává otázka trvale udržitelného cestovního ruchu. Definice trvalé udržitelnosti se poprvé objevila v roce 1972 v první zprávě Římského klubu - Hranice růstu (Medaws et al., 1972), ve které je trvalá udržitelnost definována jako "Stav globální rovnováhy, při které se počet obyvatel Země a kapitál udržují na více méně konstantní úrovni a tendence působící na růst či pokles těchto veličin musí být pod důslednou kontrolou". K dalšímu rozvoji koncepce trvalé udržitelnosti dále významně přispěla zpráva Gro Harlem Brundtlandové, která zazněla ve stejném roce na konferenci OSN ve Stockholmu. Pojem trvale udržitelný rozvoj byl ve skutečnosti používán již na počátku 18. století, kdy byl poprvé použit v lesním hospodářství. Různých definic trvale udržitelného rozvoje existuje celá řada (Chiras, 1993; Vavroušek, 1984; Viederman, 1996; Nováček, Mederly, 1996). Z našeho pohledu je významný názor, že pojem udržitelnosti, původně vyvinutý v biologicko-fyzikálním kontextu, bývá teď aplikovaný v mnohem širším rozsahu socio-ekonomickém (Norgaard, 1988). Od pojmu trvale udržitelný turismus není daleko k pojmu trvale udržitelný cestovní ruch.

Geopsychologie – na základech behaviorální psychologie a geografie spojených s poznatky filozofických, sociologických, lékařských i ekonomických výzkumů rozvinul nový obor

„Geopsychologie“ v roce 1911 německý sociolog, psycholog a politik W. Hellpach (1877-1957). Zejména pod vlivem filosofie postindustriální vyspělé společnosti tento obor zaznamenal v posledních letech další rozvoj (např. Mulligan, Sueze, Cloes, Mach a Persinger, 2010). Moderní geopsychologie výrazně odhaluje souvislosti genia loci, nebo mentálních map destinací s cestovním ruchem. Např. norský architekt a historik Norberg-Schulz Christian ve své knize „Genius loci – Krajina, místo, architektura“ srovnává podstatu genia loci Prahy, Říma a Kábulu.

Velký teoretický přínos má geopsychologie zejména pro marketing CR a s ním související problematiku vymezení destinace CR i destinačního managementu, kterému rozkrývá selektivní procesy rozhodování poptávky při nákupu produktů CR. V České republice výzkumy směřují přes percepci krajiny, genia loci, ke gravitaci atraktivit cestovního ruchu, k mentálním mapám destinací cestovního ruchu a procesům vytvářejícím konstrukční prvky mentální destinace cestovního ruchu (Šíp, 2008, s. 246, Šípek a kolektiv autorů 2008, s. 124).

Kinantropologie – označení kinantropologie je používáno od 90. let zejména v Česku a na Slovensku a vychází z původního označení Teorie tělesné výchovy a sportu. Je třeba zdůraznit, že v Československu již od 50. let 20. století postupně vznikají kvalitní vědecké základny s mezinárodní prestiží na Fakultě tělesné výchovy a sportu UK v Praze, Fakulte tělesnej výchovy a športu UK v Bratislave a v 90. letech i Fakultě tělesné kultury UP v Olomouci. V zahraničí je označení pro tento obor nejednotné například v anglické a americké literatuře se často vyskytují označení kinesiology, Human Kinetics, Anthropokinetics, nebo Sport Science. V německé literatuře nalezneme označení například Bewegnungslehre nebo Sportwissentschaft (podrobněji viz Kotíková (2010 s. 82-85).

Z obecných teoretických základů tělesné výchovy a sportu se postupně profilují základy rekreace a posléze z ní základy oboru rekreologie viz například (Hodaň, Dohnal). V Česku má podle Neumana (2000) autdoorová rekreace dlouhodobou tradici založenou na činnosti KČT. Překlad českého výrazu turista do cizích jazyků je velice složitý.

Na počátku 21. století se stále více setkáváme s teoriemi spojenými s tzv. „Sportovním cestovním ruchem“. Analýzy problematiky sportovního cestovního ruchu přinášejí široké spektrum pohledů a názorů. Systematizovat výzkum sportovního cestovního ruchu na úroveň času, prostoru a na úroveň sportovní se pokusili Hinch a Higham (2001). Sportovní cestovní ruch lze například považovat jednak jako aktivní formu odpočinku, jednak jako účast na sportovních událostech (events), ale i jako navštěvovanou společenskou atraktivitu spojenou s historií významné sportovní události viz například Redmont (1991), Hall, (1992) Standeven a De Knop (1999), Gibson (2007). Z českých protagonistů připomeňme autory Hodaně, Dohnala (2008), Kotíkovou (2010) Schwartzhoffovou, (2010), Hurycha (2010).

Závěr

Dynamický rozvoj cestovního ruchu je třeba vnímat jako přirozený proces související s dynamikou změn a rozvojem nových potřeb společnosti. Kvantitu i kvalitu těchto změn lze sledovat zejména za posledních 20 let. Za významné multiplikátory této etapy jsou zejména rozpad socialistické soustavy, rozvoj letecké dopravy, rozvoj informačních systémů, celkový růst životní úrovně obyvatel a v neposlední řadě i rozvoj vědeckého poznání, které urychluje, optimalizuje i metodicky vede výchovu odborných kádrů pro praxi i vzdělávání.

Při širokém spektru participujících disciplín a oborů si často klademe otázku, která disciplína by měla optimalizovat a syntetizovat obor cestovní ruch. Za perspektivní považuji rozvoj filozofie cestovního ruchu, která je nejvhodnější disciplinou vytvářející vědecké metodologické základy cestovního ruchu.

V České republice doposud není zařazen cestovní ruch mezi samostatné vědecké obory. Tato skutečnost poškozuje český cestovní ruch při rozdělování finančních prostředků na vědu, výzkum a vzdělávání. Abychom překonali tuto pomyslnou bariéru, tak nás čeká ještě mnoho společné systematické práce.

Literatura

[1] ARMANSKI, G. (1978): *Die kostbaren Tage des Jahres: Massentourismus - Ursache, Formen, Folgen;* Rotbuch, Berlin, 111 s.

[2] ASHWORT, G.J. (1985): *Recreation and Tourism.* Collins Educational. 96 p. ISBN-10:713523867

[3] ASHWORTH, G. J. (1992): *Sustainable Tourism: slogan and reality, review article,* Town Planning Review, 63 (3), pp. 25-30

[4] ASHWORT, G.J., GOODALL, B. (1990): *Marketing tourism places.* Routledges London and N. York 284 p. ISBN 0415038103

[5] BLAŽEK,J., UHLÍŘ,D. (2002): *Teorie regionálního rozvoje.* Karolinum Praha 211 s. ISBN 80-246-0384-5

[6] BODEWES, T. (1981): Development of advanced tourism studies in Holland, *Annals of Tourism Research,* 8 (1), pp. 35-51

[7] BRITTON, S.(1991): *Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism.* Enviromment and Planning D:Society/ Space

[8] BÜCHER,V. Graf (1956): *Freizeit in der industriellen Gesellschaft.* Stuttgart.

[9] BUHALIS, D. and FLETCHER, J. (1995): Environmental impacts on tourist destinations: an economic analysis.- In: *Coccossis, H. and Nijkamp, P. (eds.)(1995): Sustainable Tourism Development,* Ashgate, Aldershot, England, pp. 3-24

[10] BURKART, A., J.; MEDLIK, S. (1974): *Tourism: Past, present, and future,* Heinemann, London, 354 s.

[11] BUTLER, R.. W. (1993): *Tourism – an evolutionary perspective.* – In: Nelson, J., G., Butler, R., W. and Wall, G. (eds.):Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing, Department of Geography Publication Series 37, University of Waterloo, Waterloo, pp. 29-43

[12] BUTLER, R.,W.(2006) *The tourism Area Life Cycle*, Aspect of Tourism: 28, by the Cromwell Press UK, ISBN 1-48541-025-04, 360 str.

[13] CAVACO, C. (1995): *Tourism in Portugal: diversity, diffusion, and regional and local development*, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geographi, 86 (1), pp. 64-71

[14] CATER, E. (1995): *Enviromental Contradictions in Sustainable Tourism*, „The Geographical Journal", vol. 161, 1,21-28

[15] COHEN, E. (1972): *Towards a sociology of international tourism*, Social Research, 39, 1, 164-182

[16] COHEN, E (1988): Tourism and AIDS in Thailand, *Annals of Tourism Research*, 15,4, 467-486

[17] COOPER, C. E. (1947): Tourism, *Journal of Geography*, 46, pp. 115-20

[18] CROMPTON, J.L. and RICHARDSON, S.L. (1986): *The tourism connection where public and private leisure services merge*, Parks and Recreation, October: 38-44, 67

[19] DEFERT, P. (1967): *Le taux de fiction touristique*, CHET, serie C, n^0 5, 33 p.

[20] DEWAILLY,J.M. FLAMENT, E. (1993): *Géographie du tourisme et des loisirs*. Paris: D.I.E.M., SEDES.

[21] DOHNAL, V. (1965): *Ekonomika cestovního ruchu*, SPN, Praha, 107 s.

[22] FREYER, W. (1990): *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*, Oldenbourg Verlag, München, 456 s.

[23] FIALOVÁ, D. (2000): *Transformace druhého bydlení* (v zázemí Prahy), kand. disertační práce, PřF UK, Praha, 136 s.

[24] GARDAVSKÝ, V. (1969): Recreational Hinterland of a city (taking Prague as an example). - In: *Acta Universitatis Carolinae Geographica* No 1, s. 3-29

[25] GARDAVSKÝ, V. (1971): K problematice vymezování rekreačních zázemí měst. – In: *Problémy geografického výzkumu*, VSAV, Bratislava, s. 24 – 32

[26] GETZ, D. (1993): Planning for Tourism Business Districts, *„Annals of Tourism Research"*, vol. 20, 4, 583-600

[27] GHIMIRE, B. K.(2001): Regional tourism and South-South economic cooperation, *The Geographical Journal*, 167 (2), pp. 99-110

[28] GILBERT,E.W. (1939): *The growth of inland and seaside health resorts in England*, Scottish Geographical Magazine, 55, pp. 16-35

[29] GILBERT, E.W. (1949): The growth of Brighton, *Geographical Journal*, 114, pp. 30-52

[30] GRŰNTHAL, A (1934): *Allgemeine Geographie der Kurorte.* Archiv fűr den Fremdenverkehr jg. 5 1934/1935, n.1, Berlin, s. 7-20

[31] GORMSEN, E. (1977): *The impact of tourism on coast areas*, GeoJournal, 42, 1, 39-54

[32] GUNN, CLARE A. (1972): *Vacationscape : Designing Tourist Regions.* Austin:Board of Regents, University of Texas
[33] HALL, C.M., PAGE, S. J. (1999): *The Geography of Tourism and Recreation.* Environment,place and space, Routledge, London, 309 s.
[34] HALL, C. M. and LEW, A. A. (eds.) (1998): *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*, Harlow: Addison Wesley Longman, 236 pp.
[35] HEMELÍK, M. (2010): Cestovní ruch na cestách k filozofii, aneb několik poznámek k tzv. filozofii cestovního ruchu. *Elektronický časopis Studia turistica.* č. 5. roč. 2010 , str. 58-66, ISSN 1804-252x, www.vspj.cz
[36] HINCH, T.D., HIGHAM, J.E.S (2001): Sport Tourism: a Framework for research. *International Journal of Tourism Research.* Vol 3. s 45-58
[37] HOCHHOLZER, H. (1973): Weltfremdenverkehr und Massentourismus: Wirtschafts- und socialgeographische Bedingtheiten und Wirkungen. - In: *Z. f. Wirtsch.-Geogr.*, 17 (3), s. 65-71
[38] HODAŇ, B., DOHNAL, T. (2008). *Rekreologie* (2nd ed.). Olomouc : HANEX.
[39] HODAŇ, B. (2010). Humanitní a společenské vědy v rekreologii. In Dohnal, T. *Tři dimenze pojmu rekreologie.*
[40] HURYCH, E. (2010): Možnosti transferu od teorie k praxi v některých oblastech filozofické kinantropologie. *Tělesná kultura*. 33(3), str. 7-26
[41] HURICH, E (2010): Jak je možná „Filozofie cestovního ruchu"? *Studia turistica.* č.4 roč. 2011, str. 4-12 ISSN 1804-25X, www.vspj.cz
[42] HUNZINGER,W – Krapf, K. (1942): *Grundriss der Algemeine Fremndenverkehrslehre.* Schriftenreihe des Semin. für Fremdenverkehr, Nr.1, Zurich
[43] CHRISTALLER, W. (1955): Beitrage zu einer Geographie des Fremndenverkehrs, „*Erkunde*", Nr.9,1,1-20
[44] CHRISTALLER, W. (1964): *Some Considerations of Tourism Location in Evrope: the peripheral Regions Underdeveloped Contries – Recreations Areas*, „Papers, Regional Science Association", vol. 12, 2, 95-105
[45] JANSEN-VERBEKE, M. and DIETVORST, A. (1987): Leisure, recreation and tourism: a geographic view on integration, *Annals of Tourism Research*, 17 (4), pp. 618-22
[46] JONSTON, R. J.(1994): *The Dictionary of Human Geography* – třetí vydání . Blackwell reference, Oxford UK. 724 s.
[47] KASPAR, C. (1971): Neuere wissenschaftliche Erkentnisse zum Fremdenverkehrsbegriff, *Z. für Fremndenverkehrs*, 34, str. 5-9
[48] KASPAR, C. (1975): *Die Fremdenverkehreslehre im Grundriss*, Stuttgart, 127 s.
[49] KASPAR, C. (1986): *Die Fremdenverkehreslehre im Grundriss*, Bern, 176 s.
[50] KAŠPAR, J. (1986): *Vybrané kapitoly z ekonomiky cestovního ruchu*, SPN Praha, 134 s.
[51] KIRAĽOVÁ, A. (2003): *Markegting destinace cestovního ruchu.* Ekopress s.r.o. Praha

[52] KNEBEL, H. J. (1960): *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*, Enke, Stuttgart, 78 s.
[53] KOLEKTIV AUTORŮ (2008): *Percepce krajiny a genius loci.* Univerzita HK, Gaudeamus. ISBN 978-80-7041-191-9, 325s.
[54] KOPŠO, E. (1969): *Ekonomika cestovního ruchu (propedeutika)*, VŠE Bratislava
[55] KOPŠO, E. (1970): *Základy geografie cestovního ruchu ČSSR*, učební texty, VŠE, Bratislava, 82 s.
[56] KOWALCZYK, A. (1997): *Geografia turyzmu*, Uniwersytet Warzsawski, Warzsawa, Wydzial Geografii i Studiow Regionalnych 174 s.
[57] KOTÍKOVÁ, H (2010): Cestovní ruch jako teoretická disciplina v kontextu kinantropologie. *Tělesná kultura*. 33(2), str. 82-96
[58] KRAUS, O. (1972): Massentourismus: Konflikt: Erholung - Landschaft. - In: Wichmann, H. (Hrsg.): *Die Zukunft der Alpenregion? Fakten, Tendenzen, Notwendigkeiten*, Hanser, München, s. 108-115
[59] LICHTENBERG, E. (1976): *Der Massentourismus als dynamisches System: Das österreichische Beispiel.* - In: Uhlig, H.,Ehlers, E. (Hrsg.): 40. Dt. Geographientag Innsbruck 19.-25. Mai 1975, Steiner, Wiesbaden, s. 673- 695
[60] LIU, J., VAR, T. and TIMUR, A. (1984): *Tourist income multipliers for Turkey*, Tourism Management, December, pp. 280-87
[61] ALEXANDRE, N., LOCKWOOD, N. (1996): *Internatialisation : A Comparison of the Hotel and Retail Sectors, „ The Service Industrie Journal"*, vol 16, 4, 458-467
[62] MALÁ, V. (1999): *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE, Praha, 83 s.
[63] MARIOT, P. (1983): *Geografia cestovného ruchu.* SAV, Bratislava, 248 s.
[64] MIDDELTON, V(1988): *Marketing in Travel and Tourism*, Oxford: Butterworth Heinemann, pp 124-45
[65] MIOSSEC, J-M. (1977): *Un model de ľ espece touristique*, Ľ Espace Géographique, 6, 1, 41-48
[66] MIOSSEC, J-M. (1997): *Le tourisme en Tunisie: acteur et enjeux*, Bulletin de ľ Assotiation de Géographes Français
[67] MULLIGAN, B. SUESS CLOES, L., MACH, Q.H., and PERSINGER, M.A. (2010): Geopsychology: Geophysical matrix and human behavior. In: Florinsky, I.V. (Ed.), *Man and the Geosphere*. Nova Science Publishers, New York, pp. 115-141.
[68] MURPHY, O. (1985): *Tourism: A Comunity Approach.* New York.
[69] OPPERMANN, M. (1993): Tourism Space in Developping Countries, *Annals of Tourism Research*, vol.20,3, 535-556
[70] NEUMAN, J a kol. (2000): *Turistika a sporty v přírodě.* Praha: Portál
[71] PEREZ-SALOM J. R. (2001): *Sustainable tourism: Emerging global and regional regulation*, Georgetown International Environmental Law Review, Washington, 13 (4), pp. 801-836
[72] PÁSKOVÁ, M. (2001a): *„Udržitelný rozvoj" cestovního ruchu*, Sborník ČGS, 106 (3), s. 178-195

[73] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J., 2002: *Cestovní ruch – výkladový slovník*, Min. pro místní rozvoj, Praha,str. 450

[74] POSER, H. (1939): *Geograaphische Studien über den Fremdenverkehr im Reisegebirge.* Ein Beitrag zur geographischen Betrachtung des Fremdenverkehrs, Abhandlungen der Gesellschaft der Wissenschaften zu Göttingen, Math-Phys.,3, 20, Vadehoeck Ruprecht

[75] PIGRAM, J. J. (1985): *Outdoor Recreation and Resource Management*, 2nd end, London: Croom Helm

[76] MONTANARI, A. (1995): *Tourism and the environment; limitations and contradictions in the EC´s Mediterranean Region*, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 86 (1), pp. 32-41

[77] NORBERG-SCHULZ, CH. (2009): *Genius loci – Krajina, místo, architektura*, nakl. Dokořán, ISBN 978-80-7363-303-5

[78] RUPPERT, K. MAIER, J. (1970): *Zum Standort der Fremdenverkehrsgeographie-Versuch eines Kozepts.* Münchner Stud. zur Social-und Wirtchaftsgeogr. B. 6, München, s. 9-36

[79] RUSKOVÁ, D., ŠTYRSKÝ, J. (2000): *Geografie cestovního ruchu a dějiny kultury pro cestovní ruch*, nakladatelství GAUDEAMUS, Univerzita Hradec Králové, 340 s.

[80] SCHEUCH, E. K., MEYERSHON, H.(1977): *Soziologie der Freizeit.* Köln

[81] SCHWARTZHOFFOVÁ, E. (2010): *Sportovní turizmus.* Tělesná kultura. 33(2) str. 97-106

[82] SPUTZ, K. (1919): *Die geographischen Bedingungen und Wirkungen des Fremdenverkhers in Tirol.* Dissertation. Universität Wien

[83] ŠÍPEK, J., ŠTÝRSKÝ, J. (2007): *Kapitoly z geopsychologie (Chapters from geopsychology)*; 1. vyd. , Hradec Králové: Gaudeamus; 152 s. ISBN 978-80-7041-813-0.

[84] ŠÍP, J., KLUFOVÁ, R. (2003): *Vybrané přístupy ke studiu problematiky cestovního ruchu.* In: Hasman,M.,Říha,J. (ed):
Cestovní ruch v České republice- problémy a možnosti jejich řešení svazek 1. JU. Tábor, str. 294-300,ISBN 80- 7040- 618-6

[85] ŠÍP, J. (2000): *Problémy cestovního ruchu na příkladu okresu Tábor*, disertační práce, PřF. UK Praha 181 str.

[86] ŠÍP, J. (2008): *The first knowledge from the tourism destination mind map research.* In: Svatoňová,H. el al.(ed): Geography in Czechia and Slovakia – Theory and Practice et the Onset of 21st Century. Masaryk University, Brno, p. 240 - 246

[87] ŠPRINCOVÁ, S. (1981): *Úvod do geogrgafie cestovního ruchu.* Učební texty PřF.UP Olomouc, 74 s.

[88] ŠTĚPÁNEK, V., ŠÍP, J., KOPAČKA, L. (2001): *Geografie cestovního ruchu.* Karolinum, Praha 228 str.

[89] STEINECKE, A. (1976): *Der Tourismus als Faktor wirtschaftlicher Entwicklung und sozialen Wandels von Regionen.* Untersucht am Beispil Irlan. Diss. Kiel

[90] VÁGNER, J. (1999): *Geografické aspekty druhého bydlení.* Disertační práce. PřF – UK

[91] WANHILL, S. (1994): *The measurement of tourist income multipliers*, Tourism Management, 15 (4), pp. 281-83
[92] WARSZYNSKA, J. (1979): *Ocena atrakcyjności środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki i rekreacji na róznych poziomach i etapach planowania.* Skrypty 116, AWF: Poznań.
[93] WOKOUN, R., VYSTOUPIL, J. (1983): *Vybrané kapitoly z geografie rekreace*, Přírodovědecká fakulta UJEP, Brno, 68 s.

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D., Katedra cestovního ruchu, Vysoká škola polytechnická Jihlava.

Blanka Zimáková

Projekt Czech Specials či „Ochutnejte Českou republiku“ v praxi

Abstrakt: *Článek je zaměřen na uplatňování a dodržování certifikačních požadavků projektu Czech Specials či „Ochutnejte Českou republiku“ ve vybraných restauračních provozovnách. Základním východiskem byla bakalářská práce studentky Vysoké školy hotelové, která provedla se stejným záměrem osobní šetření v několika restauracích v Praze. Pro přehled jsou nejdříve uvedeny požadavky pro udělení certifikátu Czech Specials a poté následuje hodnocení několika restaurací. Závěrečná část článku obsahuje zhodnocení projektu a navrhovaná doporučení.*

Klíčová slova: *certifikace, národní a regionální speciality, restaurace, služby*

The Czech Specials Label – „Taste the Czech Republic“ in Practise

Abstract: *The article is focused on implementation and compliance certification requirements of the project Czech Specials "Taste the Czech Republic" in selected restaurants. The starting point was a thesis of student of the Institute of Hospitality Management, which conducted a personal survey in several restaurants in Prague on this issue. For an overview of the first set requirements for granting of a certificate of Czech Specials and evaluation followed by restaurants. The final part of the article contains an assessment of the project and the proposed recommendations.*

Key words: *certification, national and regional specialties, restaurants, services*

JEL Classification: L 83

Úvod

Ve Sborníku recenzovaných příspěvků z mezinárodní vědecké konference „Hotelnictví, turismus a vzdělávání 2011“ byl uveden příspěvek Czech Specials či „Ochutnejte Českou republiku“, jehož záměrem bylo především seznámení s projektem, jeho cíli a smyslem. Tento článek může být považován za jeho další pokračování.

Úvodem si stručně připomeňme, co je hlavním cílem a smyslem projektu, jaká jsou kritéria pro získání certifikátu, jaké nastaly změny od roku 2009, kdy byl projekt zahájen. Projekt Czech Specials či „Ochutnejte Českou republiku“ byl spuštěn v červnu roku 2009. Jeho

hlavním cílem je zatraktivnit potenciální turistické destinace a představit domácím i zahraničním turistům regiony České republiky prostřednictvím kulinářských specialit. Smyslem je tedy zviditelnit cestovní ruch prostřednictvím podpory tradiční tuzemské gastronomie. Zapojení provozovny do projektu je dobrovolné, záleží na rozhodnutí každého provozovatele.

1. O projektu

Každý restaurační podnik, který se do projektu zapojí, musí splnit stanovené podmínky pro udělení certifikátu. Podmínky i přihláška jsou uvedeny na internetových stránkách projektu a jsou pro každého zájemce snadno dostupné (www.czechspecials.cz). Jsou to:

I. Profesní způsobilost

- Provozovatel má příslušná povolení k provozování pohostinství (živnostenské oprávnění, kolaudační rozhodnutí)
- Provozovatel splňuje všechny hygienické předpisy a předpisy spojené s bezpečností práce a bezpečností hostů dle platné legislativy
- Restaurace má stavebně oddělené prostory vymezující kuřáckou a nekuřáckou část (dle platné legislativy)

II. Transparentnost nabídky a poctivost v prodeji

- K dispozici je jídelní lístek, minimálně dvoujazyčný, s vyznačením cen pokrmů a obsluha je na požádání schopna podat zákazníkovi informace o jakémkoli pokrmu v nabídce
- Uvedené ceny na jídelním lístku a nápojovém lístku jsou konečné a nepřipočítávají se k nim žádné přirážky jakéhokoli druhu (couvert a jiné)
- Host vždy při vyúčtování obdrží tištěnou účtenku s jasným vyznačením množství položek a jejich ceny
- Jídelní lístek je přehledný, v přiměřeném rozsahu a jeho skladba naznačuje vysokou obrátku používaných surovin a tím i jejich čerstvost

III. Čistota a dobrý stav vybavení restaurace

- Restaurace je vybavena čistým nábytkem a inventářem, který nejeví známky poškození (vybavení může být i starší, ale zjevně dobře udržované)
- Toalety restaurace jsou čisté pravidelně udržované a vybavení plně funkční a nepoškozené
- Restaurace je dostatečně odvětraná bez známek zápachu z kuchyně

IV. Obsluha a její přístup k hostovi

- Obsluhující mají jednotné, čisté a nepoškozené pracovně - společenské oblečení
- Obsluhující mají znalost o projektu a jsou schopni doporučit hostovi pokrm a vysvětlit základní principy projektu Czech Specials
- Obsluhující jsou příjemní a působí přátelským dojmem
- Host je při příchodu personálem přivítán a při/po konzumaci je zjištěna jeho spokojenost

V. Kritéria české kuchyně

- Provozovatel se zavazuje, že bude spolupracovat na projektu a v jeho nabídce budou k dispozici pokrmy české kuchyně Czech Specials, volitelně též některé pokrmy, které lze označit Czech Specials Light, Czech Specials Family, Czech Specials Regional
- Provozovatel restaurace se zavazuje, že umožní kontrole degustaci tradiční české speciality dle výběru. Degustace pokrmu a jeden nápoj bude poskytnut danému kontrolorovi na náklady provozovatele
- Dojde-li ke změně šéfkuchaře, za kterého byla certifikace obdržena, provozovatel se zavazuje tuto změnu nahlásit na AHR ČR

VI. Marketing

- České pokrmy na jídelním lístku, za které obdržela restaurace značku Czech Specials, budou touto značkou označeny
- Provozovna se zavazuje mít umístěn přidělený znak Czech Specials na viditelném místě, nejlépe na vchodových dveřích restaurace
- V restauraci budou umístěny v tištěné podobě informace o projektu Czech Specials
- Provozovatel poskytne příslušné kontaktní údaje (webové stránky, telefon, adresu), které budou použity při propagaci provozoven v rámci projektu. Provozovatel souhlasí se zveřejněním názvu restaurace v seznamech stravovacích zařízení pro potřeby internetové sítě, domácích a zahraničních cestovních kanceláří, AHR ČR a agentury CzechTourism

VII. Ostatní

- Znak se uděluje na tříleté období začínajícím rokem certifikace. Po uplynutí tohoto období bude znak z provozovny odstraněn nebo bude provedena recertifikace na další období
- V případě, že restaurace ukončí svůj provoz, nahlásí toto ukončení AHR ČR
- Administrátoři projektu mají právo znak Czech Specials odejmout, a to v případě porušení podmínek projektu či jiném závažném porušení, které by poškozovalo dobré jméno značky (www.czechspecials.cz/zadost-o-certifikaci)

Dále je uvedeno pro provozovatele následující doporučení:

- Rozsah jídelního lístku se doporučuje do 30 položek
- Personál restaurace se dorozumí alespoň jedním cizím jazykem
- Doporučuje se, aby pokrmy české kuchyně reflektovaly sezónnost surovin a lokální suroviny
- Pokud restaurace nechce pokrmy tradiční české kuchyně v jídelním lístku označovat logem Czech Specials, budou tato jídla uvedena na zvláštní kartě s logy projektu

  (karta graficky zpracována)
- Tištěné informace obdrží restaurace po certifikaci od administrátora projektu. Materiál bude vysvětlovat hlavní principy Czech Specials, ale budou v něm uvedeny i

kontaktní údaje, kam může host zaslat své připomínky ať již k projektu samotnému nebo k dané restauraci značky (www.czechspecials.cz/zadost-o-certifikaci)

Do projektu je v současné době zapojeno 346 restaurací. Velký nárůst byl zaznamenán především v závěru roku 2011. Můžeme se jen dohadovat, zda tento růst byl ovlivněn zpoplatněním žádosti od roku 2012 (člen AHR ČR – 1 500 Kč; nečlen AHR ČR – 3 000 Kč). Do této doby bylo podání žádost včetně udělení certifikátu bezplatné.

Rozsah pokrmů zařazených k jednotlivým specializacím je otevřený. V současné době je nabízeno k výběru 108 pokrmů jako národní specialita; 212 pokrmů jako regionální specialita; 23 pokrmů je v kategorii light a 42 pokrmů vhodných pro děti. Restauracím je umožněna volnost ve vytváření pokrmů dle vlastní inspirace a jejich přiřazování k jedné ze tří specializací. Provozovatelé gastronomických podniků mohou nově rozšířit své portfolio nabídky pokrmů v oblasti zdravé a lehké kuchyně, která získává na popularitě zejména u žen nebo se zaměřit na posilování regionální tradice v podobě specialit konkrétního území nebo dokonce začít vařit atraktivní a nutričně vyvážené recepty pro naše nejmenší strávníky (Czech Specials Light, Czech Specials Regional, Czech Specials Family).

2. Výsledky průzkumu

Problematikou dodržování podmínek v certifikovaných provozovnách se zabývala jedna studentka Vysoké školy hotelové v bakalářské práci s názvem “Nabídka národní a regionální kuchyně na jídelním lístku“. Hlavní pozornost byla věnována vybraným restauracím v Praze, které jsou držiteli certifikátu Czech Specials. Z celkového počtu 54 restaurací (stav v době šetření) bylo provedeno osobní šetření ve 13 zvolených restauracích. Kritériem výběru byly restaurační podniky, které nejsou součástí ubytovacích zařízení a podniky, které nabízí národní i regionální speciality. Osobní šetření v jednotlivých restauracích probíhalo v období recertifikací. Je třeba uvést, že některé ze zkoumaných restaurací se v době, kdy byl napsán tento článek, v současném dostupném přehledu certifikovaných restaurací neobjevují. Z tohoto důvodu zjištěné výsledky z těchto restaurací v textu nejsou záměrně uvedeny. Záměrně nejsou uvedeny ani názvy podniků. Navštívené a hodnocené podniky byly chronologicky očíslovány, pro orientaci je zmíněno jejich umístění v lokalitě, kapacita provozovny a možnost kouření.

Restaurace č. 1 – centrum Prahy, 120 míst, kuřácká a nekuřácká část

- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano
- přijetí – bez pozdravu, obsluha mlčí, čeká a pozoruje, kam se host usadí, obsluha nepříjemná, servírka působila nervózně
- označení pokrmů v JL – ne, samostatná karta – ne
- informace o projektu v tištěné podobě – žádné
- znalosti obsluhy o projektu – první obsluhující nevěděl o projektu nic; přivolaná kolegyně pokrčila rameny a sdělila, že netuší o čem je řeč
- ostatní kritéria – v pořádku

- celkový dojem – první dojem nepříjemný, poté zlepšení, návštěvu provozovny nedoporučuji, znovu bych ji nenavštívila

Restaurace č. 2 – centrum Prahy, 80 míst, kuřácká a nekuřácká část

- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano
- přijetí – uvítání, pozdrav – ano, příjemný a úsměvný personál, nabízí výběr místa, loučí se, trochu zmatek při obsluze (servírka se zaučovala)
- označení pokrmů v JL – poznámka, že v JL lze najít pokrmy nominované v národním projektu Czech Specials, pokrmy označeny zkratkou „CS“, jedno uvedené jídlo není v seznamu národních ani regionálních specialit
- informace o projektu v tištěné podobě – žádné, hosté byli odkázáni na internet
- znalosti obsluhy o projektu – při dotazu „co je projekt Czech Specials“ slečna odpověděla, že to jsou jen české speciality, které jsou označeny; za chvíli s vrátila a přišla s verzí č. 2 – … je to označení kvality, že spolupracujeme s lepšími dodavateli …
- ostatní kritéria – v pořádku
- celkový dojem – příjemný a ochotný personál, trochu chaos v organizaci práce, chybí znalosti o projektu, doporučení a opětovná návštěva – ano

Restaurace č. 3 – mimo centrum Prahy, 75 míst, kuřácká restaurace

- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ne; zdůvodněno, že bude prováděna výměna vchodových dveří a restaurace disponuje pouze jednou samolepkou
- přijetí – pozdrav – ano; bez usazení; obsluha příjemná, usměvavá, ale hostům se moc nevěnovala
- označení pokrmů v JL – žádný pokrm nebyl značkou Czech Specials označen, zvláštní karta – ne; zdůvodnění provozního … v JL to také není zveřejněno, neboť jsme obdrželi pouze 10 malých samolepek a my máme jídel mnohem více … sami přemýšlí, jak to vyřeší
- informace o projektu v tištěné podobě – žádné
- znalosti obsluhy o projektu – téměř žádné – při dotazu na obsluhující servírku přišel pracovník, který seděl na baru (slyšel můj dotaz) a který se představil jako provozní – snažil se zdůvodnit absenci loga na dveřích a neoznačení pokrmů v LJ
- vyúčtování – v pořádku
- ostatní – pavučiny a plíseň na toaletách, rozbitá kachlička; prostředí a interiér v odbytové části v pořádku
- doporučení a opětovná návštěva – spíše ne

Restaurace č. 4 – centrum Prahy, 400 míst, kuřácká i nekuřácká část

- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano
- přijetí – pozdrav – ano, uvedení ke stolu – ano, v průběhu obsluhy číšníci na sebe pokřikovali (restaurace byla plně obsazená), obsluha rychlá, komunikace s hostem špatná, „až kritická“

- označení pokrmů v JL – v JL je uvedena kategorie „naše speciality“, označení značkou Czech Specials uvedeno nebylo, samostatná karta – ne
- informace o projektu v tištěné podobě – žádné
- znalosti obsluhy o projektu – žádné; při dotazu na projekt dotázaná osoba vůbec netušila, o čem je řeč
- vyúčtování – číšník přinesl účet (tištěná účtenka z pokladny), sdělil nám však pouze sumu a po zaplacení okamžitě účtenku zmačkal a odešel
- ostatní – v pořádku
- doporučení a opětovná návštěva – spíše ne

Restaurace č. 5 – mimo centrum Prahy, 110 míst, kuřácká i nekuřácká část
- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ne
- přijetí – pozdrav – ano, usazení – ano
- označení pokrmů v JL – ano; v JL je uvedena informace o nabídce pokrmů Czech Specials a dále je uveden internetový odkaz na projekt, odlišení národních a regionálních pokrmů však chybí
- informace o projektu v tištěné podobě – žádné
- znalosti obsluhy o projektu – nebylo přímo zjišťováno
- ostatní – v pořádku
- doporučení a opětovná návštěva – ano

Restaurace č. 6 – mimo centrum Prahy, 160 míst, kuřácká i nekuřácká část
- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano, zařazena je i samolepka „z regionu“
- pozdrav – ano, uvedení ke stolu – ano, obsluha příjemná, servis v pořádku
- označení pokrmů v JL – u třech pokrmů bylo označení Czech Specials, jeden pokrm byl označen jako specialita z regionu
- informace o projektu v tištěné podobě – ne
- znalosti obsluhy o projektu – pouze částečné, host je odkázán na webové stránky
- ostatní – v pořádku
- celkový dojem – příjemné prostředí, čisto, příjemná obsluha, provozovnu lze doporučit, člověk se sem rád vrátí

Restaurace č. 7 – mimo centrum Prahy, 180 míst, kuřácká i nekuřácká část
- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano
- pozdrav – při vstupu do restaurace – ne, usazení ke stolu – ne, pozdrav při příchodu servírky ke stolu, jeden číšník seděl u stolu, obědval a četl si noviny; obsluha celkem příjemná, kvalitní, avšak spíše laxní a bez zájmu
- označení pokrmů v JL – ano, avšak totožné označení pro speciality národní a regionální
- informace o projektu v tištěné podobě – ne
- znalosti obsluhy o projektu – pouze částečné, host je odkázán na webové stránky

- ostatní – v pořádku
- doporučení a opětovná návštěva – spíše ano

Restaurace č. 8 – mimo centrum Prahy, 130 míst, kuřácká i nekuřácká část
- samolepka s logem Czech Specials na vchodových dveřích – ano
- pozdrav – ano, uvedení ke stolu – ano, obsluha příjemná, z důvodu velkého pracovního vytížení byl účet přinesen až cca po 10 minutovém čekání
- označení pokrmů v JL – v JL byla uvedena informace „ Tento certifikát vám zaručuje, že na jídelním lístku vždy najdete minimálně jednu národní a jednu regionální specialitu. Často to budou jednoduchá a přesto velmi chutná jídla, protože i to je cílem celého projektu Czech Specials – vrátit se znovu ke kořenům a z několika kvalitních surovin vyčarovat delikatesy, které z českých i zahraničních hostů udělají zapálené kulinářské turisty.“ Pro uvedenou národní i regionální specialitu bylo použito stejné značky Czech Specials.
- informace o projektu v tištěné podobě – ne, pouze informace uvedené v JL
- znalosti obsluhy o projektu – na dotaz servírka uvedla, že více než je uvedeno v jídelním lístku neví
- ostatní – v pořádku
- doporučení a opětovná návštěva – ano

Provedeme-li shrnutí, musíme konstatovat, že v žádné restauraci, kde bylo osobní šetření provedeno, nejsou certifikační kritéria dodržována na 100 %. Někde je situace celkem uspokojující, někde je však až alarmující. Za hlavní nedostatky lze především považovat následující:

1) Na provozovnách nejsou k dispozici žádné materiály v tištěné podobě – toto kritérium nesplňuje ani jedna provozovna (viz certifikační požadavky, bod č. VI Marketing – V restauraci budou umístěny v tištěné podobě informace o projektu Czech Specials).
2) Znalost obsluhy o projektu je velmi špatná, často žádná (viz certifikační požadavky, bod č. IV Obsluha a její přístup k hostovi – Obsluhující mají znalost o projektu a jsou schopni doporučit hostovi pokrm a vysvětlit základní principy projektu Czech Specials).
3) Neúplné nebo žádné označení pokrmů v jídelních lístcích (viz certifikční podmínky, bod č. VI Marketing – České pokrmy na jídelním lístku, za které obdržela restaurace značku Czech Specials, budou touto značkou označeny).

Dodržování dalších kritérií bylo většinou v pořádku nebo se objevily nedostatky spíše menšího rozsahu:
- Ve všech provozovnách měl obsluhující personál jednotné oblečení.
- Jídelní lístek byl vždy předložen, vždy obsahoval ceny, k dispozici byl i cizojazyčný jídelní lístek. Přiměřenost rozsahu nabídky nebyla předmětem šetření.

- Při vyúčtování byla vždy předložena účtenka vytištěná z pokladny, ceny byly účtovány správně, couvert účtován nebyl. Nesprávně se zachoval účtující číšník v jedné restauraci, který ihned po zaplacení účtenku zmačkal a nenechal ji hostovi.
- Chování obsluhy bylo někde na velmi profesionální úrovni, dost často se však objevovaly nedostatky (hlasitá komunikace mezi sebou, neochota, konzumace pokrmů v provozní místnosti, kouření při provozu, „otrávený personál“).
- Vybavení restauračních prostor a čistota byly až na jeden případ v naprostém pořádku.

Provedené výsledky šetření z provozoven v tomto článku neuvedených (důvod - certifikace pro rok 2012 není patrná, na seznamech certifikovaných podniků v současné době nejsou, tudíž se předpokládá ukončení jejich platnosti certifikace) byly celkově ještě mnohem horší a závažnější.

Vzhledem k tomu, že šetření bylo provedeno pouze v jednom regionu a pouze u čtrnácti restaurací, z nichž je v článku zmíněno pouze osm, může někdo samozřejmě namítnout, že není možné přijmout následující závěry a doporučení. Podíváme-li se však na internetové hodnocení certifikovaných restaurací, i tam se objevují podobné nedostatky a připomínky hostů. A rovněž osobní zkušenosti mnoha kolegů a známých, kteří projekt znají a kteří navštívili některou restauraci do projektu zapojenou, jsou spíše negativní. Na druhou stranu je třeba uvést, že větší podíl internetového hodnocení tvoří hodnocení pozitivní. Musíme ale také vnímat, že většina internetových hodnotitelů zřejmě certifikační kritéria detailně nezná.

Z výše uvedeného vyplývá následující doporučení:

- Administrátor projektu by měl zajistit, aby byly na každé provozovně k dispozici materiály v tištěné podobě a provozovatel sám o tuto záležitost také starat.
- Každý provozovatel by měl ihned po získání certifikátu zajistit proškolení obsluhujícího personálu o projektu Czech Specials – seznámit s cíli a významem projektu, se způsoby označení pokrmů v JL, vysvětlit co jsou národní a regionální speciality, pokrmy light a pokrmy vhodné pro děti; informovat o rozsahu nabídky pokrmů v jednotlivých kategoriích uvedených na internetových stránkách, seznámit pracovníky se všemi kritérii, které musí být dodržovány a jejich dodržování nejen vyžadovat, ale i kontrolovat.

Závěr

Projekt Czech Specials lze považovat za projekt velmi zajímavý a zdařilý. Svědčí o tom i stále rostoucí zájem provozoven o zapojení. Je to projekt, který opravdu může prostřednictvím kulinářských českých specialit pomoci k zatraktivnění turistických destinací a k rozvoji cestovního ruch v České republice. Nezbytnou podmínkou, na kterou nesmíme však zapomenout je, aby všichni provozovatelé restauračních podniků, kteří se do projektu

zapojili dobrovolně a také vyhlašovatelé projektu prostřednictvím svých kontrolorů důsledně vyžadovali a také kontrolovali respektování a dodržování všech stanovených kritérií.

Dodržování certifikačních kritérií by mělo rovněž zaručit hostům kvalitu nabízených pokrmů a služeb. Bez uplatnění kontrolních mechanismů toho však dosaženo nebude. Záměrem a smyslem tohoto článku je poukázat na nedostatky a slabé stránky, které však mohou být poměrně snadno odstraněny nebo alespoň co nejvíce eliminovány.

Literatura

[1] DOSTÁLOVÁ, P.: Nabídka národní a regionální kuchyně na jídlením lístku, bakalářská práce, VŠH, 2012

[2] Podmínky pro certifikát. Dostupné z [www.czechspecials.cz/zadost-o-certifikaci]

Ing. Blanka Zimáková je od roku 2003 členkou katedry hotelnictví Vysoké školy hotelové v Praze 8, kde zastává funkci tajemnice katedry. Zaměřuje se především na oblast gastronomie.

RECENZE – CRITICAL REVIEW

Recenzní posudek na monografii Hospodářská krize – vybrané makroekonomické a mikroekonomické souvislosti s projekcí na úrovni regionů

Autoři: prof. Ing. Jiří Kraft, CSc., PhDr. Ing. Pavla Bednářová, Ph.D., Ing. Miroslava Lungová, Ph.D., Ing. Iva Nedomlelová, Ph.D., PhDr. Ing. Lenka Sojková, Ph.D.

Monografie „Hospodářská krize – vybrané makroekonomické a mikroekonomické souvislosti s projekcí na úrovni regionů“ je zpracována na velmi dobré ekonomické odborné úrovni. Předložená monografie má 148 stran a je rozdělena do 5 kapitol. Vznikla jako výsledek vědecko-výzkumné činnosti autorů na základě výzkumného projektu Technické univerzity v Liberci, Ekonomické fakulty ve spolupráci Katedry podnikové ekonomiky a Katedry ekonomie – Inovační přístup k řešení disparit na úrovni regionu – WD-30-07-1. Jednotlivé části monografie jsou původní výsledky autorů, které vznikly v rámci jejich výzkumné činnosti zkoumáním dané problematiky hospodářské krize s cílem analyzovat současné a potenciální dopady hospodářské krize na makroekonomické úrovni na hospodářsky slabé oblasti ČR, včetně navržených případných možných změn ekonomické struktury regionů.

V první části monografie se autoři zabývají teoreticko-metodologickými přístupy k problematice ekonomické krize. V této kapitole jsou prezentovány teorie ekonomického cyklu, které jsou publikovány v uznávaných odborných zahraničních i domácích odborných knihách ekonomie, tato kapitola má vynikající teoretickou úroveň. Jelikož jde o teorie hospodářského cyklu, které se zabývají teoriemi krizí, především je respektována návaznost na teorie ekonomických škol, čtenář se setkává s odbornými pojmy, které jsou však zasazeny do nových souvislostí, event. mají zde konkrétní aplikaci. Ve druhé části monografie se autoři snaží o propojení makroekonomického pohledu na realitu a snaží se nalézt řešení problému pro zaostalejší regiony ČR. Třetí kapitola dává ucelený pohled na příčiny současné ekonomické krize ve světě se zaměřením na eurozónu a USA. Cílem této kapitoly je propojit teorii protikrizového působení s hospodářskou politikou aplikovanou v konkrétních podmínkách. Dopady ekonomických šoků na regionu NUTS III v ČR se zabývá čtvrtá kapitola, která vychází z makroekonomických ukazatelů jednotlivých krajů v ČR a z klasifikace NACE-CZ. Nosnou částí této kapitoly jsou dopady ekonomických šoků na regiony ČR v souvislosti s regionální odvětvovou strukturou. V následné páté kapitole,

která dává ucelený pohled na ekonomickou krizi a možnosti jejího řešení. V kapitole je provedena analýza a prognóza základních vývojových trendů ve vybraných sektorech české ekonomiky, včetně rozboru návrhů jednotlivých institucí a ekonomů na řešení krize v ČR – Hlavní protikrizová opatření vlády, ustavení Národní ekonomické rady vlády (NERV), opatření Exportní garanční a pojišťovací společnosti (EGAP) proti krizi, opatření navrhovaná Českomoravskou konfederací odborových svazů (ČMKOS), a další návrhy Hospodářské komory ČR.

Metodicky je monografie napsána srozumitelně a jednotlivé kapitoly na sebe logicky navazují. Grafická úprava je na dobré úrovni. Monografie je vhodná pro odbornou veřejnost, také může být využita studenty bakalářského a magisterského studia a doktorandy vysokých škol.

Publikace tohoto druhu je velmi potřebná, doporučuji ji k vydání pro její velmi dobrou teoretickou i didaktickou úroveň.

doc. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D.

Vysoké učení technické v Brně
Fakulta podnikatelská
Ústav ekonomiky
kocmanova@fbm.vutbr.cz

Recenzní posudek na publikaci Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi

Autoři: Ing. Michal Burian, Ph.D., doc. Ing. Kateřina Ryglová, Ph.D., Ing. Ida Vajčnerová, Ph.D.

Téma publikace je potřebné a plně aktuální. Hlavní zaměření na otázky marketingu a managementu spolu s částí zabývající se základní problematikou právní je oprávněně považováno za základ úspěšnosti podnikání obecně a v plném rozsahu i v oblasti turismu. Autoři přitom volí vyváženou symbiózu pohledu teoretického i praktického. Název „principy a příležitosti“ vymezuje zaměření a problémový záběr.

Samotné podnikatelské aktivity v cestovním ruchu jsou někdy místními obyvateli a bohužel i sdělovacími prostředky chápány negativně. Proto oceňuji, že autoři v části udržitelnosti na několika místech akcentují nejen hlediska ekologická, krajinná apod., ale zmiňují se o aspektu ekonomickém. Úspěšnost podnikání zaručuje zaměstnanost v místě realizace cestovního ruchu, skýtá uspokojení účastníkům a musí být i ekonomicky pozitivní. Nadšené vize lze úspěšně realizovat jen formou konkrétních projektů a realizací na základě ekonomických propočtů.

Domnívám se, že publikace spojuje teoretické i praktické přístupy. Bude sloužit nejen pro studenty, ale i pro pracovníky praxe. Pro praktické použití je účelná například terminologie na str. 56, významný přínos je obsažen v kapitole 8, kde je uveden základní legislativní rámec pro služby cestovního ruchu, a dále legislativa pro jednotlivé druhy činností – pro ubytování, stravování, službu cestovních kanceláří a agentur, průvodcovskou činnost a další. Vhodné jsou i aplikace základních pojmů a vztahů hotelnictví a stravování. Je dobré, že autoři chápou tuto oblast jako součást problematiky a předpoklad úspěšného rozvoje cestovního ruchu. I když v rámci publikace je prostor omezený jen na základní poznatky, je jejich výběr účelový a správný.

Publikace je teoreticky i poznatkově dobře vybavena a v souvislostech přináší i nová pojetí. Oceňuji uvedení sektorů cestovního ruchu na str. 10, jejich členění a vysvětlení patří k nesporným pozitivům. V knize se rovněž v několika souvislostech uvádí multifunkční efekt cestovního ruchu jako východisko pro jednotlivá tvrzení.

Struktura práce je vyvážená, má široký záběr, což někde omezuje vypovídací schopnost, umožňuje však na druhé straně zvažovat souvislosti a množství vazeb, které problematiku cestovního ruchu propojují navzájem.

Pozitivní projev komplexnosti je možno vidět i v kapitole 13, která obsahuje devět specifických forem realizace cestovního ruchu. Bylo by asi možno diskutovat o pořadí těchto

specifických forem, všechny jsou však významné a ukazují vývoj společnosti a jejích požadavků i možností, které poskytují pro trávení volného času.

Přílohy v práci jsou číslovány jako kapitola č. 14. Obě přílohy jsou vytvořeny systematicky, nenašel jsem však dostatečné napojení na text z hlediska problematiky či metod výzkumu. Není ani zřejmý důvod výběru těchto problémů.

Práce nemá závěrečnou část, což při širokém záběru publikace není na závadu. Možná by však mohl být doplněn úvod nebo dopsána relativně stručná předmluva, která by formulovala zaměření díla, jeho určení a tím i pojetí. Asi by bylo vhodné uvést, že se neřeší problematika zahraničního – výjezdového cestovního ruchu, a dále napojení na přílohy z pohledu celého díla.

K dobrému pochopení slouží systematické uspořádání, jasné formulace problematiky a uvádění příkladů. Jsem přesvědčen, že publikace bude vítaným doplněním písemných materiálů o cestovním ruchu zejména pro studenty, ale i pro ty, kteří již v oboru pracují nebo by pracovat a zejména podnikat chtěli. Přeji jim mnoho úspěchů i radosti z dobře vykonané práce.

prof. Ing. Jiří Jindra, CSc.

Vysoká škola hotelová v Praze
Katedra hotelnictví
jindra@vsh.cz