

Univerzita Karlova

Přírodovědecká fakulta

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: Dějepis se zaměřením na vzdělávání – Geografie se zaměřením na vzdělávání



**Univerzita
Karlova**

Šimon Pecák

Diverzifikace nabídky návštěvnických tras po Praze

Diversification of Tourist Routes in Prague

Bakalářská práce

Vedoucí práce: RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Praha, 2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, 11.12.2024

.....

Šimon Pecák

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucí práce RNDr. Daně Fialové, Ph.D. za velikou dávku trpělivosti s mojí pomalou prací při zpracování této bakalářské práce. Dále bych rád poděkoval své snoubence Bc. Lence Šteklové, že mě vždy podporovala a pomáhala mi. Bez ní by tato práce nevznikla. Také bych chtěl poděkovat své rodině a přátelům, kteří mě podporovali na mé cestě za vysokoškolským vzděláním.

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je posouzení aktuálního stavu průvodcovských tras v Praze a snahy o rozšiřování nabídky produktů cestovního ruchu.

První část je zaměřena na dosavadní bádání, kde jsou představeny definice pojmů cestovní ruch, městský cestovní ruch a průvodce. Dále tato část pojednává o atraktivitách a atrakcích cestovního ruchu, kdo je účastníkem cestovního ruchu a typologií účastníků turismu. Definované také jsou populační rozdíly v rámci cestovního ruchu a návštěvnické trasy jako součást cestovního ruchu.

Následně jsou v práci popsány zdroje dat, jejich přínos a omezení pro tuto práci.

V metodice je podrobně popsána metoda zúčastněného pozorování.

Hlavní část práce je věnována typologii návštěvnických tras a současné nabídce návštěvnických tras v Praze. Práce také posuzuje současné i nové formy prohlídek. Nejdůležitější částí práce potom je případová studie vybrané trasy, kde je obsažen detailní popis túry a její zhodnocení.

Závěr práce ke věnovaný shrnutí získaných výsledků a jejich limity.

Klíčová slova

Cestovní ruch, průvodcovské trasy, diverzifikace nabídky, atraktivita cestovního ruchu, turista, zúčastněné pozorování

Abstract

The subject of this Bachelor thesis is assessment of the current state of guided tours on Prague and the effort of the Prague city to expand the range of tourism products.

The first part focuses on the existing research, where the definitions of the terms tourism, city tourism and tour guide are presented. Furthermore, this section discusses the attractions of tourism, the term who is a tourism participant and the typology of tourism participants. Population differences within tourism and visitor routes are also defined.

Subsequently, the sources of data, their contribution and limitations to this thesis are described.

The participant observation method is described in detail.

The main part of the thesis is devoted to the typology of visitor routes and the current offer of visitor routes in Prague. The thesis also considers current and new forms of guided tours. The most important part of the thesis is then a case study of a selected route, which includes a detailed description of the tour and its evaluation.

The thesis concludes with a summary of the results obtained and their limits.

Keywords

Tourism, guided tours, diversification of offer, tourism attractions, tourist, participant observation

Obsah

1	Úvod.....	10
2	Dosavadní bádání.....	11
2.1	Definice cestovního ruchu.....	11
2.2	Definice městského cestovního ruchu.....	11
2.3	Definice průvodce	11
2.4	Definice cestovní agentury.....	12
2.5	Produkt cestovního ruchu.....	12
2.6	Atraktivita cestovního ruchu vs. Atrakce cestovního ruchu.....	12
2.7	Kdo je účastník cestovního ruchu	14
2.8	Typologie účastníků turismu a typ návštěvníka	16
2.8.1	Cohenova typologie (1979).....	16
2.8.2	Smithova typologie (1995).....	17
2.8.3	Plogova segmentace	17
2.9	Populační rozdíly v rámci cestovního ruchu	18
2.9.1	Cestovní ruch mládeže	18
2.9.2	Cestovní ruch rodin s dětmi	19
2.9.3	Cestovní ruch lidí s handicapem	20
2.9.4	Cestovní ruch seniorů.....	20
2.10	Návštěvnické trasy jako součást cestovního ruchu	21
2.10.1	Historie a význam průvodcovských tras	22
2.10.2	Průvodcovství a návštěvnické trasy	23
3	Metodika	25
4	Typologie tradičních a nových návštěvnických tras	28
4.1	Současná nabídka návštěvnických tras	29
4.1.1	Pěší túra.....	29
4.1.2	Zážitkové prohlídky	30
4.1.3	Privátní prohlídky.....	30
4.1.4	Gastronomické túry	30
4.1.5	Celodenní výlety	31
4.1.6	Zábava a noční život	31
5	Diverzifikace nabídky návštěvnických tras	32
5.1	Význam diverzifikace pro cestovní ruch v Praze.....	32
5.2	Inovace a trendy v oblasti návštěvnických tras	32
5.3	Aktuální stav cestovního ruchu v Praze	33

5.4	Snahy o zlepšení a nové iniciativy v rámci Prahy.....	34
5.4.1	Praha zisková.....	35
5.4.2	Praha odolná.....	35
5.4.3	Praha strategicky rozvíjená	36
5.4.4	Praha udržitelná.....	36
6	Případová studie.....	37
6.1	Výsledky pozorování.....	40
6.2	Problémy túry a možnosti diverzifikace.....	42
7	Diskuse.....	43
8	Závěr	44
9	Použitá literatura	45

Seznam zkratk

EUR	Euro
ISIC	International Student Identity Card, mezinárodní průkaz studenta
Kč	Korun českých
MHD	Městská hromadný doprava
St	Saint, svatý
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, organizace pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	United Nations World Tourism Organization, Světová organizace cestovního ruchu
USD	United States Dollar, americký dolar

Seznam tabulek a obrázků

Seznam obrázků

Obrázek 1.: Vymezení a klasifikace účastníků cestovního ruchu.....	15
Obrázek 2.: Znázornění pozorované trasy „Best of Prague“	40

Seznam tabulek

Tabulka 1.: SWOT analýza výsledků pozorování	42
--	----

1 Úvod

Bakalářská práce se zabývá rozšiřováním nabídky a inovacemi návštěvnických tras v Praze. Toto téma jsem vybral, protože v průběhu svého studia jsem pracoval jako průvodce Prahou a chtěl jsem zjistit více o fungování cestovního ruchu v Praze. Volbu také motivovala snaha analyzovat aktuální nabídku návštěvnických tras. Důležitý pro tuto práci je kontext diverzifikace nabídky, která je důležitá pro popsání negativních dopadů nadměrného (masového) turismu. Téma je relevantní z hlediska udržitelnosti a inovací v cestovním ruchu, protože Praha jako destinace čelí výzvám souvisejícím s přetížením historického centra a potřebou rozšířit zájem návštěvníků na méně frekventované oblasti. Hlavním cílem práce je zhodnotit aktuální stav nabídky návštěvnických tras v Praze s ohledem na diverzifikaci produktů cestovního ruchu. Dále identifikovat plány a možnosti využití inovací a trendů pro rozvoj turistické nabídky. Dílčími cíli je poté popis současné nabídky návštěvnických tras v Praze a jejich rozdělení podle typologie. Zhodnocení konkrétní trasy formou případové studie. Analýza možností aplikace nových trendů a inovací pro zlepšení atraktivity a udržitelnosti vybrané trasy.

V rámci práce jsem se snažil zjistit jaká je struktura a typologie aktuálních návštěvnických tras v Praze. Jestli jsou v nabídce návštěvnických tras uplatňovány nové trendy a inovace. A které konkrétní inovace by mohly být aplikovány pro zlepšení vybrané trasy.

Práce je rozdělena do pěti částí. V úvodu se nachází seznámení s problematikou a cíle práce. V teoretické části se nachází rešerše dosavadního bádání, definice klíčových pojmů a přehled typologie návštěvníků a přehled návštěvnických tras. Ve třetí části nalezneme metodologii. Hlavní je popis metodiky sběru dat, definice zúčastněného pozorování a zdroje v použité v práci. Praktická část se zabývá analýzou nabídky tras v Praze, případová studie vybrané trasy a návrhy na inovace. Závěr práce je poté diskuse nad zjištěnými poznatky a možnosti implementace nových trendů a návrh na další výzkum.

2 Dosavadní bádání

2.1 Definice cestovního ruchu

Jedná se o činnost při cestování a pobytu osob mimo jejich obvyklé prostředí v období do jednoho roku za účelem využití volného času, rekreace, obchodu a jiných činností. Komplex jevů, procesů a vztahů při dobrovolné migraci a pobytu osob mimo místo trvalého bydliště. Pojem cestovní ruch či turismus, pochází až z třicátých let minulého století. Mezi jeho hlavní propagátory patřil právník, národohospodář a ministr průmyslu, obchodu a živností Imrich Karvaš. Ten sloučil pojmy cizinecký ruch a turistický ruch. Do té doby pojem cizinecký ruch definoval pouze ruch způsobený všemi zahraničními návštěvníky a turistický ruch se užíval k popisu cizinců domácích. (Mücke, 2017; Zelenka a Pásková, 2012)

2.2 Definice městského cestovního ruchu

Městský cestovní ruch je každá forma pobytu turistů ve městě. Může jít o cestovní ruch zaměřený na obchod, veletrhy nebo kongresy. Také ale mohou být turisticky motivovaný, tedy kulturní, vzdělávací, nákupní nebo zdravotní návštěva. Dále se člení z hlediska délky pobytu na výletní nebo pobytový cestovní ruch. Jednou z nejstarších forem cestovního ruchu je právě městský cestovní ruch. Města nám nabízejí poznávat nejen významné kulturní a historické památky, ale aktuální život v nich. Města díky návštěvníkům mohou snadno zhodnotit své kulturní památky i organizované akce. (Šauer et al., 2015)

2.3 Definice průvodce

Zelenka a Pásková (2012) definují průvodce jako osobu, která v turistické destinaci poskytuje odborný výklad v jazyce dle výběru návštěvníků. Může předávat informace o historických, nebo kulturních památkách. Pro své působení má průvodce kvalifikaci, kterou udělují autorizované organizace. (Zelenka a Pásková, 2012)

Průvodce cestovního ruchu podle The European Federation of Tourist Guide Associations má za úkol poskytovat návštěvníkům odborný výklad o cílové destinaci, a jejich kulturních nebo historických památkách. Jeho výklad by měl být inspirativní, poutavý a předáván v jazyce, který si návštěvníci zvolí. Kromě obecných informací průvodce nabízí i podrobnější pohled na témata, jako je historie, geografie, umění, architektura, ekonomika, politika nebo náboženství, v závislosti na své odborné kvalifikaci a znalostech dané oblasti. Smyslem jeho činnosti je obohatit zážitek návštěvníků o hlubší porozumění kulturnímu dědictví dané lokality a podpořit jejich zájem o další objevování. (European Federation of Tourist Guide Associations, 2012)

Ministerstvo pro místní rozvoj zase na svém webu definuje průvodce jako osobu, která zajišťuje výklad o kulturních, historických a přírodních hodnotách země i o jejím současném životě, a to pro jednotlivce nebo skupiny. (Průvodci v ČR, 2020)

2.4 Definice cestovní agentury

Výkladový slovník popisuje cestovní agenturu jako organizaci, která prodává cestovní zájezdy, které byly vytvořené cestovní kanceláří. Jednotlivým zákazníkům prodává různé služby cestovního ruchu. Tyto služby mohou být průvodcovské služby, plánování návštěvnických tras nebo prodej map a knižních průvodců. (Zelenka a Pásková, 2012)

Na webu ministerstva pro místní rozvoj nalezneme legislativní definici cestovní agentury, jak ji vnímá český právní systém. Cestovní agentura je zde definována jako podnikatel, který nabízí a prodává zájezdy zprostředkované jménem cestovní kanceláře. Dále poskytuje jiné služby v cestovním ruchu, například zprostředkování ubytování, dopravy nebo průvodcovských služeb, aniž by organizovala zájezdy. Cestovní agentura nenes odpovědnost za organizaci zájezdů, což zůstává na straně cestovní kanceláře, jejíž produkty prodává. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2020)

2.5 Produkt cestovního ruchu

Pojem produkt cestovního ruchu není v literatuře jednotně definován. Z ekonomického hlediska je produktem zboží nebo služba, které mohou prostřednictvím tržní směny uspokojit potřeby spotřebitelů. V kontextu cestovního ruchu zahrnují produkty jak konkrétní služby, jako je doprava nebo ubytování. Nebo zboží spojené s cestovním ruchem, tedy suvenýry, které jsou nabízeny účastníkům cestovního ruchu k zakoupení. (Indrová et al., 2008; Jarolímková, 2017)

Produkt má specifikovaný obsah, cenu a další prodejní podmínky. Pro cestovní ruch je charakteristické velmi široké spektrum produktů. Na trhu cestovního ruchu jsou produkty nabízeny jednotlivě nebo ve formě balíčků. Cílem tvorby produktů je generovat příjmy z cestovního ruchu. Produkty jsou považovány za jeden z faktorů určující konkurenceschopnost destinací. (Jarolímková, 2017)

2.6 Atraktivita cestovního ruchu vs. Atrakce cestovního ruchu

Atrakce cestovního ruchu je lidmi vytvořená atraktivita, jejíž účelem je generovat zisk od návštěvníků. Zejména se jedná o záměrně tvořená a aranžovaná lákadla k přilákání co největšího počtu návštěvníků. Na druhou stranu atraktivita cestovního ruchu

jsou také objekty, které vyvolávají zájem o návštěvu daného místa, nejsou však primárně vytvořeny pro tyto účely. Tyto termíny bývají často nesprávně zaměňovány. (Zelenka a Pásková, 2012; Jarolímková, 2017; Zelenka a Pásková, 2012)

Atrakce cestovního ruchu v Praze jsou například zoologické zahrady nebo divadelní představení. (Šauer et al., 2015)

Atraktivita cestovního ruchu lze dělit na přírodní nebo společenské, či na hmotné a nehmotné. Dále lze dělit atraktivitu dle mezinárodního, národního a místního významu. Atraktivitu také můžeme dělit dle jejich potenciálů na atraktivitu nižších a vyšších řádů. (Zelenka a Pásková, 2012)

Přírodní atraktivita

Přírodní atraktivitou může být zajímavá část přírody a přírodní podmínky. Jedná se tedy o například o léčivé prameny, přírodní scenérie nebo moře. (Zelenka a Pásková, 2012)

Společenské atraktivita

Zde nalezneme větší množství zástupců. Můžeme zde nalézt všechny sportovní nebo kulturní akce nebo společenské objekty a události. (Zelenka a Pásková, 2012)

Hmotné atraktivita

Tato kategorie označuje přírodní a historické objekty. (Zelenka a Pásková, 2012) V Praze to může být údolí potoka Brusnice nebo Pražský hrad postavený na skalním ostrohu vytvořeným potokem Brusnice.

Nehmotné atraktivita

Nehmotné atraktivita sdružují abstraktivní pojmy, jako genius loci, hlubší kulturní kořeny a životní styl místních. Zde také můžeme řadit i společenské a kulturní akce. (Zelenka a Pásková, 2012)

Regionální atraktivita

Jedná se o atraktivitu na úrovni České republiky. Jsou to tedy celostátní atraktivita, které jsou klíčové pro národní identitu nebo mají výjimečné postavení pro Čechy. Řadí se sem kulturní památky nebo parky, jako například hora Říp nebo Pražská ZOO. Tyto atraktivita jsou také běžně rozšířené v jednotlivých regionech a často slouží jako cíl pro kratší výlety, tedy přírodní zajímavosti, poutní místa, rozhledny nebo okresní muzea. (Jarolímková, 2017)

Atraktivita mezinárodního a makroregionálního významu

Makroregionální atraktivita jsou světového významu. Jsou to tedy aktivity, které jsou unikátní na globální úrovni a široce známé. Patří sem například historické centrum Prahy, Staroměstský orloj, Židovské město v Praze, filmový festival v Karlových Varech nebo památky zapsané na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. (Jarolímková, 2017)

Atraktivita mezinárodního významu jsou atraktivita oblíbené mezi návštěvníky z konkrétních zemí, často díky historickým vazbám na jiné státy. Například Slavkovská mohyla je populární mezi francouzskými turisty. (Jarolímková, 2017)

Atraktivita nižšího a vyššího řádu

Rozdíl mezi atraktivitami nižšího a vyššího řádu je v oblasti využitelnosti a investic. Nižší řád je udělován atraktivitám, které jsou využitelné bez dalších investic. A vyšší řád je udělován atraktivitám, které potřebují další investice do infrastruktury nebo propagace. (Zelenka a Pásková, 2012)

2.7 Kdo je účastník cestovního ruchu

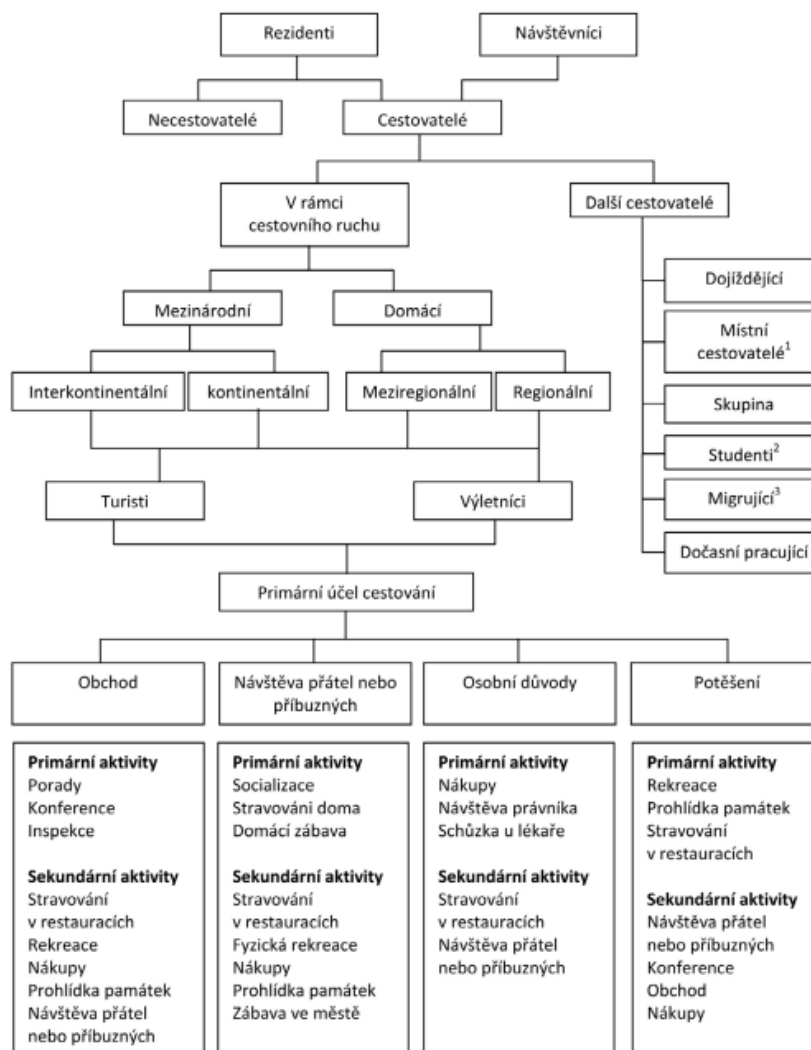
Světová organizace cestovního ruchu definuje účastníka cestovního ruchu jako každého člověka, který přechodně pobývá v jiné lokalitě mimo svého běžného místa pobytu, a to po dobu nepřekračující dvanáct po sobě jdoucích měsíců. Jejich motivací pro pobyt není výdělečná činnost a většinou jsou účastníky některého druhu cestovního ruchu. (Šauer et al., 2015)

Účastníky cestovního ruchu můžeme dělit podle délky pobytu v destinaci na turisty a výletníky. Turisty jsou dočasní návštěvníci, kteří v navštíveném místě přenocovávají a výletníci se na daném místě zdržují jenom jeden den, tedy noc tam netráví. (Šauer et al., 2015)

Dalším pojmem jsou poté cestující. Zelenka et al., (2012) definuje cestující jako osobu, která se přesouvá z jednoho místa na jiné. Ve statistikách cestovního ruchu jsou poté cestující rozděleni na návštěvníky (účastníky cestovního ruchu), kteří jsou v rámci tohoto odvětví sledováni. A na ostatní cestující, kteří cestují z jiných důvodů jako například dojížděka do práce, školy nebo za jiným účelem, a proto nejsou do cestovního ruchu zahrnováni. Problém poté jsou statistiky, které mnohdy zahrnují krom účastníků cestovního ruchu i ostatní cestující, to poté zkresluje výsledné informace o počtu cestujících (Šauer et al., 2015; Zelenka a Pásková, 2012)

Toto vymezení nám následně popisuje schéma (obr. 1) na straně 14. z knihy Cestovní ruch.

Obr. 1 Vymezení a klasifikace účastníku cestovního ruchu



Pramen: Hall & Page, 2006

¹ Cestovatelé, kteří cestují na krátké vzdálenosti (méně než 80 km od domova).

² Studenti cestující mezi domovem a školou, ostatní účely cestování studentů se nepočítají.

³ Cestovatelé stěhující se na nová místa, včetně emigrantů, imigrantů, utečenců, domácí migrace, kočovníků.

Zdroj: Cestovní ruch, Učební text, Martin Šauer, Jiří Vystoupil, Andrea Holešinská a kolektiv, str. 15.

2.8 Typologie účastníků turismu a typ návštěvníka

Typologie účastníků cestovního ruchu vznikla na základě snahy sociologů zkoumat chování návštěvníků v destinacích a jejich cestovní zvyklosti. Cílem bylo vytvořit syntézu a zobecnění, i když tyto klasifikace turistů často nejsou podloženy empirickými výzkumy. (Šauer et al., 2015)

2.8.1 Cohenova typologie (1979)

Sociolog Cohen rozlišuje čtyři základní typy turistů: Organizovaný masový turista, individuální masový turista, průzkumník a tulák.

Organizovaný masový turista

Tato osoba preferuje organizované zájezdy do zavedených destinací, jako jsou například přímořská letoviska. Ubytovává se v hotelových resortech, kde jsou uspokojeny její základní potřeby, a většina služeb je součástí balíčku. Organizovaný masový turista je nejméně dobrodružný a po celou dobu své cesty zůstává do značné míry uzavřen ve své zóně komfortu. (Chul-min MO et al., 1993; Šauer et al., 2015)

Individuální masový turista

Tento turista si v rámci nabídky cestovních kanceláří kupuje jen některé služby. Má rád volnost pohybu a možnosti volby, ale stále se drží hlavních turistických tras a navštěvuje hlavní atrakce destinace, například využívá kombinaci leteckého zájezdu a pronájmu automobilu. Individuální masový turista má větší kontrolu nad časem a trasou než organizovaný masový turista, ale stále dává přednost cestování v bublině prostředí a známost stále dominuje. (Chul-min MO et al., 1993; Šauer et al., 2015)

Průzkumník

Cestuje bez služeb cestovních kanceláří a svoji cestu si plánuje sám. V destinaci preferuje kontakt s místní kulturou a vyhýbá se místům s vysokou koncentrací turistů. Upřednostňuje autentické prostředí, ale zároveň požaduje určitý komfort a bezpečnost. Průzkumník se snaží sejít z vyšlapaných cest a stýkat se s místními lidmi, ale stále si zachovává některé základní rutiny a pohodlí svého domova. Převládá novost, ale turista není zcela zapojen do hostitelského prostředí. (Chul-min MO et al., 1993; Šauer et al., 2015)

Tulák

Tento typ se vymezuje vůči turistickému průmyslu. Cestuje do dosud neobjevených míst, hledá dobrodružství a často nemá pevný plán. Pro něj je důležitý kontakt s místním obyvatelstvem

a touha stát se součástí komunity. Tulák se odvažuje nejdále od vyšlapaných cest a je téměř zcela ponořen do hostitelské kultury. (Chul-min MO et al., 1993; Šauer et al., 2015)

2.8.2 Smithova typologie (1995)

S další typologií přichází Smith (1995), který rozlišuje sedm kategorií: objevitelé, zkušení cestovatelé, nekonvenční turisté, neobvyklí turisté, nastávající masový turisté, masový turisté a charterový turisté. (Šauer et al., 2015)

Objevitelé

Jde o okrajovou skupinu, kdy lidé cestují jako antropologové objevovat nová místa. Preferují tedy neprobádané lokace. (Šauer et al., 2015)

Zkušení cestovatelé

Preferují exotické lokality a na míru vytvořené cesty, jakou jsou například expedice do odlehlých oblastí. (Šauer et al., 2015)

Nekonvenční turisté

Ti se snaží vyhybat hlavním proudům turismu a hledají nová autentická místa navštívené lokace. Jejich hlavním cílem je vyhnout se ostatním turistům. (Šauer et al., 2015)

Neobvyklí turisté

Podnikají individuální výlety mimo organizované programy a zajímají se místní kulturu. (Šauer et al., 2015)

Nastávající masový turisté

Tento typ navštěvuje turistická centra v počátcích rozvoje. Preferují služby a prostředí podobné domácímu standardu, místní kultura je pro ně sekundární. (Šauer et al., 2015)

Masový turisté

Tento typ turismu patří mezi hlavní proud turismu a preferují již zavedené destinace s již dobře zavedenou úrovní služeb. (Šauer et al., 2015)

Charterový turisté

Důležitá je pro ně hlavně cena a standardizace služeb, cíl cesty je až druhotný. (Šauer et al., 2015)

2.8.3 Plogova segmentace

Plogova segmentace je koncept, který rozděluje turisty na základě jejich potřeb a chování v destinacích, což souvisí i s životním cyklem destinace. Plog na rozdíl od výše zmíněných

vnímá turisty jako spektrum, které se pohybuje mezi dvěma extrémy: psychocentriky a allocentriky. (Šauer et al., 2015)

Psychocentrici

Představují typické masové turisty, kteří dávají přednost známým a vyzkoušeným destinacím a kladou důraz na komfort a bezpečnost. Neradi experimentují, a proto často využívají služeb cestovních kanceláří. Jsou také věrní známým značkám, ať už jde o destinace či cestovní kanceláře. (Šauer et al., 2015)

Allocentrici

Allocentrici naopak vyhledávají nové, neprozkoumané destinace, cestují po vlastní ose a upřednostňují prostředí a jeho autentickou krásu. Jsou ochotni podstoupit určitá rizika a je pro ně důležité seznámit se s místní kulturou. Preferují individuální cestování a často kladou důraz na udržitelné formy turismu. (Mráz, 2023)

Medcentrikové

Ti se nacházejí mezi těmito dvěma extrémy. Nemají příliš dobrodružné sklony, ale zároveň jsou otevření novým zážitkům, pokud nejsou příliš náročné nebo riskantní. Tento segment zahrnuje největší počet turistů, kteří se nebojí zkusit nové zážitky, ale stále vyžadují určitou úroveň pohodlí a známého prostředí. (Mráz, 2023; Šauer et al., 2015)

2.9 Populační rozdíly v rámci cestovního ruchu

2.9.1 Cestovní ruch mládeže

Turistika mládeže je fenomén, který má své kořeny v hnutí mládeže po druhé světové válce. Podle statistik UNWTO se dnes mladí lidé ve věku 15-25 let podílejí na mezinárodním cestovním ruchu z více než 20 %. Tento segment vyžaduje specifické produkty s vlastní image a marketingem. Samotné slevy již nestačí k jeho plnému zapojení do cestovního ruchu. (Indrová et al., 2008)

Cestovní ruch mládeže lze hodnotit ze dvou hledisek: kvalitativního a kvantitativního. Kvalitativní hledisko zahrnuje kvalitu, bezpečnost, flexibilitu a dostupnost služeb. Kvantitativní aspekty zahrnují růst počtu účastníků z řad mládeže, jejich podíl na mezinárodním cestovním ruchu a výdaje. (Indrová et al., 2008)

Hlavními charakteristikami cestovního ruchu mládeže jsou flexibilita, přizpůsobivost různým potřebám, cenová dostupnost při zachování kvality, bezpečnost (zejména u smíšených skupin mládeže), dodržování hygienických norem a pozitivní atmosféra s důvěrou

mezi všemi stranami. Klíčovým prvkem v tomto segmentu je mezinárodní studentský průkaz ISIC, který používají studenti ve 106 zemích. Tato karta poskytuje slevy na dopravu, vstupy do muzeí a památek, volnočasové aktivity, ubytování, stravování a další výdaje spojené s cestováním a poznáváním nových míst. (Indrová et al., 2008)

Mládež nejčastěji vyhledává možnosti zlepšování se v cizích jazycích, a to za pomoci jazykových kurzů v zahraničí. Využívají specializované krátkodobé pobyty v zahraničí, kde se také mohou rozvíjet v jazycích. Dále často volí cestování formou výměnných pobytů programů pro střední školy nebo specializované praxe pro studenty vysokých škol. Praxi studenti mohou vykonávat v průběhu letních prázdnin nebo se jim může započítávat do školních povinností akademického roku. Mladé také často přitahují pracovní příležitosti jako Au pair programy, kdy mohou poznat rodinný život v zahraničí formou pomáhání s péčí o děti či s domácími pracemi. Populární také jsou pracovní a prázdninové tábory organizované dobrovolnickými organizacemi. Účastníci zde pomáhají s renovací a stavbou domů, nebo vykonávají sociální, kulturní nebo archeologické aktivity. Pro pracovní programy je většinou vyžadována základní angličtina a účast je věkově omezena. (Zelenka a Pásková, 2012)

2.9.2 Cestovní ruch rodin s dětmi

Cestovní ruch pro rodiny s dětmi představuje specifický tržní segment, který vyžaduje přizpůsobené ubytovací, stravovací a rekreační služby. Často jsou doplněné speciálními cenovými nabídkami, aby byly splněny konkrétní potřeby rodin. (Indrová et al., 2008)

Současná struktura rodin je různorodá a zahrnuje tradiční rodiny, rodiny s jedním rodičem a tzv. patchworkové rodiny, kde spolu v nové rodině žijí děti z předchozích vztahů rodičů. Přibývá také rodin, kde rodiče nejsou sezdáni nebo žijí v oddělených domácnostech. Tyto demografické změny přinášejí nové nároky na služby v cestovním ruchu. Například rodiny s jedním rodičem mohou hledat cenově dostupnější balíčky, zatímco patchworkové rodiny mohou potřebovat flexibilnější uspořádání ubytování. Trend menšího počtu dětí v rodinách a rostoucí opatrnosti rodičů, kteří často odkládají založení rodiny až do doby, kdy se cítí finančně a profesně zajištěni, také ovlivňuje podobu cestovního ruchu zaměřeného na rodiny. Tyto faktory utvářejí rodinný cestovní ruch a ovlivňují vše od dispozice ubytování přes nabízené aktivity, až po cenové strategie, které činí cestování dostupnějším a atraktivnějším pro rodiny s různorodými strukturami a velikostmi. (Indrová et al., 2008; UN Tourism, 2008)

Klíčové faktory pro účast rodin s dětmi v cestovním ruchu jsou příjem, který je často omezený mateřskou, množstvím dovolené v zaměstnání, nebo letními prázdninami. Cestování ovlivňuje také věk dětí, bezpečnostní situace země, finanční situace rodin a dostupné aktivity lokality. Rodiny preferují přátelské prostředí s vybavením pro děti jako postýlky, hřiště a poté zohledňují hygieničnost prostředí a možnosti stravování. Důležitá je také jednoduchost přepravy, možnosti aktivit za každého počasí a možnosti relaxace pro rodiče. Oblíbené formy rodinného turismu zahrnují venkovský turismus, návštěvy měst kvůli akcím, rekreační a dobrodružný turismus, jednodenní výlety a skupinové pobyty. (Indrová et al., 2008)

2.9.3 Cestovní ruch lidí s handicapem

Opomíjenou skupinou účastníků cestovního ruchu jsou i zdravotně handicapovaní, kteří své potřeby přizpůsobují omezením vyplývajícím z jejich zdravotního stavu. Existují různé druhy handicapů, nebo omezení, jako lidé s omezenou mobilitou, se senzorickými handicapem (zrak a sluch), s mentálním handicapem, nebo s jinými zdravotními problémy (alergie, diabetes). Tito lidé však stále čelí předsudkům a bývají nuceni sami hledat řešení, jak se zapojit do cestovního ruchu, často bez adekvátní podpory. Poptávka po cestovním ruchu pro handicapované roste, protože tato skupina představuje významný počet potenciálních cestovatelů, často cestujících s doprovodem, což dále rozšiřuje okruh zákazníků. Díky informačním technologiím mají lepší přístup k potřebným informacím, mohou cestovat i mimo sezónu, čímž přispívají k celoročnímu vytížení zařízení, a často si rezervují pobyty dopředu, což poskytuje stabilitu provozovatelům cestovních služeb. (Indrová et al., 2008)

Lidé s handicapem volí nejčastěji turismus zaměřený na objevování nových kulturních míst a zajímavostí s ohledem na bezbariérovost prostředí. Dále často vybírají rekreační cesty k moři, jako formu relaxu a klimatoterapie nebo lázeňské pobyty, určené k prevenci rozvoji dalších onemocnění a regeneraci. Kulturní turismus je oblíbený hlavně v oblasti Evropské unie. V neposlední řadě jde také o náboženské poutě, okružní plavby a výlety zaměřené na nákupy a návštěvou blízkých zahraničních lokací. (UN Tourism, 2008)

Tyto typy cestování umožňují lidem s handicapem plnohodnotně se zapojit do cestovního ruchu a přizpůsobit aktivity svým možnostem a zájmům. (Indrová et al., 2008)

2.9.4 Cestovní ruch seniorů

Posledním segmentem jsou poté senioři, nebo lidé v pokročilém věku. Senioři představují významný a rychle rostoucí tržní segment v cestovním ruchu. Očekává se, že jejich účast a výdaje na cestování budou nadále narůstat. Tento růst podporuje i demografické stárnutí

v pokročilých zemích světa. V Evropské unii jsou výdaje seniorů na cestovní ruch nejvyšší v rámci rodinných rozpočtů. Předpokládá se, že do roku 2050 dosáhnou celosvětové výdaje na cestování seniorů 2 miliard USD. Tento trend je spojen s delší délkou života, lepšími příjmovými možnostmi a rostoucí kulturou cestování. (Indrová et al., 2008)

Senioři tvoří významný segment cestovního ruchu díky volnému času, flexibilitě a ochotě cestovat mimo hlavní sezónu. Tato skupina preferuje kvalitní služby, které si zpravidla rezervuje předem, čímž zajišťuje stabilní poptávku pro poskytovatele. Senioři kladou důraz na bezpečnost, komplexní služby a nestresující prostředí. Účast na cestovním ruchu přispívá k lepší kvalitě jejich života a pomáhá zmírnit negativní dopady vyššího věku. Dále poskytuje příležitosti k navazování nových vztahů a seberealizaci. Zároveň je však ovlivněna jejich příjmy, přičemž senioři citlivě reagují na růst cen bydlení, služeb a potravin. Naopak pozitivně vnímají slevy a výhodné nabídky. (Indrová et al., 2008)

Z hlediska chování seniory můžeme rozdělit do dvou skupin. A to na dynamické seniory, kteří nevyžadují zvláštní režim, ale občas přeceňují síly a na pasivní seniory, kteří preferují klidnější program a vyžadují větší ohledy nebo pomoc. (Indrová et al., 2008; UN Tourism, 2008)

Při nabídce služeb je důležité zajistit pohodlnou dopravu, vhodné ubytování a přizpůsobivé stravování i denní režim. Na skupinových pobytech je žádoucí přítomnost lékaře. V mnoha ohledech se chování a preference lidí v pokročilém věku prolíná s potřebami a preferencemi lidí s handicapem. Formy cestovního ruchu vyhledávané oběma skupinami jsou tedy v mnoha případech podobné. (Indrová et al., 2008)

Nejčastější formy cestovního ruchu u seniorů jsou rekreační pobyty u moře a přímořských letoviscích, zdravotní a lékařská turistika, sportovní turistika (nejčastěji pěší), kulturní turistika po městech a kulturních center, poznávací zájezdy, okružní plavby, náboženské poutě a nákupní výlety. (UN Tourism, 2008)

Senioři tak představují rozmanitý tržní segment s výrazným potenciálem, jehož potřeba je třeba citlivě respektovat. (Indrová et al., 2008)

2.10 Návštěvnické trasy jako součást cestovního ruchu

V rámci této práce se zabývám aktuálním rozvojem nabídky návštěvnických tras. Tyto trasy mnohdy vytvářejí právě průvodci, případně průvodcovské agentury. Pro lepší pochopení aktuálních trendů se nejprve budu zabývat vývojem a významem průvodcovských tras.

2.10.1 Historie a význam průvodcovských tras

Nejstaršími zaznamenanými cestovateli byli Egypťané, Řekové a Římané, kteří využívali místní obyvatele jako průvodce a překladatele. Zejména Řekové sehráli klíčovou roli ve vývoji cestování a dokumentace. Jejich popisy cest po souši (Periéégésis) a po moři (Periplús) položily základy pro moderní termín "okružní cesta". Mezi nejstarší cestopisy patří dílo Hekataia z Milétu a Homérova Odyssea. Antičtí geografové, jako Strabón a Pausaniás, zahrnovali rozsáhlé popisy známého světa, zatímco římské itineráře poskytovaly praktické informace o silnicích, přístavech a vzdálenostech. (Seifertová, 2013)

Ve středověku nabyla průvodcovská činnost na významu, zejména v souvislosti s cestováním šlechty a bohatých měšťanů. Mladí šlechtici a synové obchodníků cestovali za účelem přípravy na diplomatické nebo dvorské povolání, při čemž poznávali cizí země, kulturu a získávali zkušenosti. Příkladem je cestopis Michela de Montaignea, který popisuje lázně, ubytování a místní zvyky. (Šauer et al., 2015)

Katolická církev dále podporuje cestování od roku 1300, kdy byl papežem vyhlášen první svatý rok. Poutníci mohli získat odpustky návštěvou Říma. Podobné příležitosti nabízelo Santiago de Compostela, považované za místo posledního odpočinku apoštola Jakuba. Vedle těchto cílů (Jeruzalém, Řím, Santiago) vzniklo mnoho dalších poutních destinací, jako Canterbury či Cáchy. Poutnictví se ve 12. století stalo masovým jevem, což vedlo k vybudování rozsáhlé infrastruktury podél hlavních tras, jako jsou špitály poskytující odpočinek a nocleh. Motivace poutníků však nebyla jen náboženská; postupem času začala zahrnovat i touhu po dobrodružství, objevování světa nebo zlepšení společenské prestiže. (Homolka, 2011)

Dalším segmentem, kde se cestovní ruch rozvíjel byla oblast blízkého východu. Zatímco ve 12. a 13. století dominovala osobní zbožnost, ve 14. století se zvýšil počet poutníků cestujících do Jeruzaléma z více světských důvodů. Pout' do Svaté země tak často sloužila i jako příležitost k poznání Orientu nebo návštěvě dalších významných míst, například kláštera svaté Kateřiny na Sinaji. Kněží a mniši často provázeli poutníky na cestách do náboženských center jako Řím či Jeruzalém a poskytovali kulturní i historický výklad. Vznikaly také cestovní příručky, jako *Mirabilia Romae*, které popisovaly památky a kostely Říma. Záliba Římanů v lázeňských pramenech vedla k rozvoji lázeňské turistiky ve středověku, to se hlavně projevilo ve Švýcarsku ve St. Moritz. Cestování během křižáckých výprav a křesťanských poutí podpořilo dále rozvoj kartografie i literatury. (Homolka, 2011; Seifertová, 2013)

Ve 13. století se rozvíjely obchodní, objevitelské a kolonizační cesty, které měly kromě ekonomických zájmů i společenský a kulturní rozměr. Cestovatelé poznávali nové země a jejich zvyky. Významným průkopníkem byl Marco Polo, který koncem 13. století podnikl cestu z Evropy do Číny a své zážitky popsal v knize Milion. Objevení Ameriky Kryštofem Kolumbem v roce 1492 znamenalo zásadní změnu pro cestování a jeho globalizaci. Kolumbus, původně směřující do Indie, objevil nový kontinent, později pojmenovaný po mořeplavci Amerigu Vespuccim. Následně Vasco da Gama dorazil v roce 1498 do Indie obeplutím Afriky, a první plavbu kolem světa podnikl Fernando Magalhaes v letech 1519–1522. Tyto objevy vedly k rozvoji kartografie a šíření map, což umožnil vynález knihtisku. V novověku bylo cestování součástí společenského života nejvyšších vrstev, zejména evropské šlechty. Tyto cesty, které často trvaly dlouho, zajišťovali zkušení průvodci a odborníci, kteří byli často chudými studenty znalými místních poměrů a cizích jazyků. Inspirací pro pozdější tištěné průvodce byly obchodnické popisy cest, které byly dostupné již v roce 1522 v Paříži a zahrnovaly oblasti Francie, Španělska, Itálie a Palestiny. (Seifertová, 2013)

Zásadní změna v pohledu na cestovní ruch přišla až v 19. století, kdy rozmach průmyslu a dopravy, zejména v jeho druhé polovině, dal cestování nový rozměr. Cestování se stalo společenskou činností a formou podnikání. Cestovní ruch se postupně stal jedním z atributů moderní společnosti, běžnou součástí životního stylu, nástrojem poznávání a vzdělávání a prostředkem pro sblížování mezi národy. Získal uznání jako politický, hospodářský a sociální faktor. (Seifertová, 2013)

2.10.2 Průvodcovství a návštěvnické trasy

Průvodcovské služby jsou flexibilní a neustále se přizpůsobují potřebám současných turistů. Jejich význam narůstá s rostoucí globalizací cestovního ruchu, kdy stále více lidí hledá odborné vedení při poznávání nových míst. Bylo popsáno několik zásadních funkcí průvodcovství. Především umožňuje turistům efektivně využít čas, aniž by museli sami plánovat, která místa navštíví. Zároveň přispívá ke sladění zájmů v rámci skupinového cestování, kde různé preference účastníků mohou být díky průvodci lépe zohledněny. Dále průvodcovství poskytuje vzdělávací hodnotu, čímž posiluje legitimitu cestování jako smysluplné aktivity. Konečně, díky odbornému vedení zajišťuje bezpečné poznávání neznámých destinací. (Zillinger et al., 2012)

Průvodcovské služby se dnes objevují téměř všude, ve městech, na venkově, v muzeích i na odlehlých místech. Jejich nabídka je rozmanitá a přizpůsobená širokému spektru

návštěvníků. Přesto byl tento obor dlouho přehlížen, jak akademiky, tak odbornou veřejností. Ve srovnání s jinými profesemi je průvodcovství institucionalizováno pouze v omezené míře, to se odráží v rozdílné náplni práce i požadavcích na vzdělání v jednotlivých lokalitách. Navíc bývali účastníci prohlídek často vnímáni jako pasivní a nekritičtí návštěvníci, kteří sledují předem stanovené trasy bez zájmu o jejich obsah. Tento stereotyp přispěl k podceňování průvodcovských služeb, a to jak ze strany turistů, tak v odborné literatuře. Navzdory tomu jejich význam v cestovním ruchu zůstává nezpochybnitelný a neustále roste. Tomuto trendu i prospívá chování návštěvníků, které je stále více zaměřeno na hledání zážitků než na výběr konkrétní destinace. Roste poptávka po autentických zážitcích a vzdělávacích programech. Klíčem úspěchu v cestovním ruchu je především snadná dostupnost služeb díky přímým online rezervacím a možnost tvorby individuálních nabídek pomocí internetových rezervačních portálů jako například TripAdvisor. (Zillinger et al., 2012; Nordin, 2005; Zelenka a Pásková, 2012)

Prohlídky s průvodcem lze začlenit do inovativních způsobů navrhování zážitků pro návštěvníky a lze je tak považovat za důležitý nástroj při plánování návštěvy destinace. Dalším inovativním aspektem prohlídek s průvodcem je, že si jednotliví zákazníci mohou navrhnout vlastní prohlídku na základě individuálního tempa a specifických požadavků, například nákupní prohlídky ve velkých městech nebo kulinářské prohlídky ve venkovských oblastech. Zájezdy s průvodcem lze navrhnout v kombinaci s jinými typy zážitků přidáním různých hodnot, od rybářských a loveckých zájezdů až po osobní trénink v kombinaci s trekingem nebo výpravami do divočiny. (Zillinger et al., 2012)

3 Metodika

V rámci této práce byly informace a zdroje čerpány z odborných publikací, akademických prací a vybraných internetových zdrojů. Mezi hlavní internetové zdroje patřily oficiální stránky Ministerstva pro místní rozvoj ČR a webové platformy zaměřené na služby v cestovním ruchu, jako jsou TripAdvisor, Viator, FreeTour, FunInPrague, PersonalPragueGuide a GetYourGuide. Tyto zdroje byly podrobeny kritické analýze zaměřené na posouzení jejich kvality, relevance a spolehlivosti. Kritická analýza zdrojů zahrnovala zhodnocení autorství a důvěryhodnosti platform, přičemž klíčovou roli hrály faktory jako odborná kvalifikace autorů, aktuálnost poskytovaných dat, a konzistence s jinými dostupnými zdroji. U odborných publikací a akademických prací byla posuzována metodologie výzkumu, míra odbornosti a přítomnost řádných citací.

U internetových zdrojů, zejména portálů typu TripAdvisor a Viator, byla analyzována uživatelská hodnocení a obsah nabídek z hlediska jejich objektivity a přesnosti. Důraz byl kladen na rozlišení mezi ověřenými recenzemi a subjektivními názory uživatelů. Významná pozornost byla věnována schopnosti těchto zdrojů reflektovat aktuální trendy v cestovním ruchu a jejich inovativní přístupy.

Vzhledem k tomu, že na téma současné nabídky návštěvnických tras neexistují jiné relevantní zdroje, byly webové portály klíčovým nástrojem pro sběr dat. Tento přístup umožnil sestavit komplexní obraz o současné situaci a identifikovat oblasti, kde by mohly být aplikovány nové trendy a inovace pro další rozvoj turistických služeb.

Výstupem práce je případová studie vybrané návštěvnické trasy. Pro sběr dat byla použita metoda zúčastněného pozorování, jejímž cílem bylo zjistit, zda jsou v této trase využívány nové trendy či inovace v oblasti cestovního ruchu. Při mém zkoumání jsem se také zaměřil na práci průvodce a neplánované změny trasy v reakci na vnější podmínky. Součástí výstupu jsou rovněž návrhy možných inovací a trendů, které by mohly být v budoucnu implementovány pro zlepšení této konkrétní trasy a zvýšení její atraktivity. Data pro tuto práci jsem postupně získával od roku 2021 do května 2024, kdy jsem tuto trasu zkoumal a zároveň na této trase pracoval jako průvodce.

Metoda sběru dat zúčastněného pozorování patří mezi kvalitativní metody sběru dat. Pozorovatel není jen osoba, která zapisuje informace, ale je přímým účastníkem. V rámci mého pozorování jsem byl v rámci skupiny „účastník jako pozorovatel“. Pojem „účastník jako pozorovatel“

definuje Jan Hendl ve své knize kvalitativní výzkum jako výzkumníka, který přijal roli rovnoprávného člena skupiny, ale ostatní účastníky o svém výzkumu informuje. (Hendl, 2005)

Pozorování se řadí mezi empirické metody sběru dat. Získávání informací probíhá za pomoci smyslového nazírání o zkoumaném předmětu. První fází je formování výzkumné otázky a rozpoznání předmětu zkoumání. Při zkoumání dochází k vyčleňování těch částí, které pozorovat nechceme, jde tedy o zkoumání výběrové. Vyčleněním pouze určitých částí se vytvoří podsystém, který můžeme nazývat předmětem zkoumání. Pro zkoumání je důležité mentálně izolovat předmět zkoumání, abychom mohli eliminovat rušivé faktory, které by proces mohli ovlivnit. Získané informace jsou následně zpracovány do výsledků. (Hendl, 2005)

Zúčastněné pozorování je celosvětově uznávanou metodou zejména v oblasti kulturní antropologie Spradley (1996) používá tento termín pro obecný přístup k terénní práci v etnografickém výzkumu. - Participant Observation a Guide for field workers Kathleen M. DeWalt + Participant observation James P. Spradley. Nejedná se o techniku, která by se dala přizpůsobit kterékoliv z dominantních forem sociologie a přináší sebou celou řadu intelektuálních závazků. (Rock, 2016)

Data pro tuto práci jsem postupně získával od začátku roku 2020 do května roku 2024, kdy jsem tuto trasu zkoumal a zároveň ji vedl jako průvodce. Pozorování probíhalo výhradně v anglických skupinách. Metoda zúčastněného pozorování mi umožnila přímo se účastnit prohlídky jako jeden z návštěvníků. Své poznámky jsem si zapisoval v průběhu prohlídky na záznamový arch.

Informace, které jsem zaznamenával v rámci chování průvodce byly: styl a tón komunikace (formální/neformální, vstřícnost vůči otázkám). Schopnost přizpůsobit obsah zájmu skupiny. Organizace skupiny (řízení času, práce s rychlostí skupiny). Reakce na neplánované situace, např. uzávěrky tras nebo nepříznivé počasí.

Data, která jsem zaznamenával u turistů byla: míra interakce skupiny a průvodce (dotazy, zpětná vazba). Zájem o prezentované informace a aktivní zapojení. Reakce na prostředí a neplánované změny.

Třetím prvkem který jsem sledoval byly: Důvody změn (např. dopravní uzávěry, počasí, individuální potřeby skupiny). Schopnost průvodce improvizovat a udržet zájem turistů. Dopady změn na plynulost a kvalitu prohlídky. Obsah zaměřený na autentické zážitky (lokální

kultura, méně známé památky). A použití nových technologií jako jsou například interaktivní mapy.

Cílem pozorování byly analyzovat efektivitu průvodcovských metod. Identifikovat využití aktuálních trendů a inovací v cestovním ruchu. Posoudit reakce turistů na průběh prohlídky a změny trasy. Vyhodnotit schopnost průvodce reagovat na nečekané situace. Formulovat návrhy na zlepšení zážitku pro turisty.

Poznámky byly rozděleny podle klíčových oblastí: metody výkladu, reakce turistů, neplánované změny a využití inovace. Po skončení prohlídky jsem poté informace procházel a porovnával použité metody s inovativními trendy v cestovním ruchu. Dále jsem určoval silné a slabé stránky prohlídky. Výsledné poznatky byly shrnuty formou SWOT analýzy. Jejím výstupem je tabulka číslo 1, která uvádí silné stránky (S), slabé stránky (W), příležitosti (O) a ohrožení (T) analyzovaného jevu.

4 Typologie tradičních a nových návštěvnických tras

Klasifikace vychází z několika kritérií. Prvním z nich je časová dostupnost dané služby v městském cestovním ruchu. Díky tomu je možno trasy rozdělovat na tradiční, tedy dlouhodobě známé a běžně používané a nové formy. U nových forem je dále zohledněna jejich popularita, čímž se rozlišují mainstreamové možnosti, běžné ve velkých evropských městech, od méně rozšířených alternativ. Tyto alternativy zahrnují smíšené formy, které kombinují tradiční průvodcovské služby s prvky dosud neobvyklými, například interaktivními zážitky. (Von Rohrscheidt, 2014)

Tradiční průvodcovské služby a jejich provádění byly rozsáhle popsány v různých studiích. Například metodiku práce městských průvodců u tradičních prohlídek vypracovali Z. Kruczek a I. Wyszowska (2011). Naopak novější přístupy a potřeby nových turistů byly dále zkoumány Mikosem v. Rohrscheidtem v letech 2012 a 2013. Tyto studie se zaměřily na inovativní způsoby provádění prohlídek, jako je použití tzv. site syllabus, tedy tematicky zaměřených okruhů. (Von Rohrscheidt, 2014)

Mezi formy průvodcovských služeb patří tematické procházky, dramatizované prohlídky, questing, smíšené formy. Tematické procházky mohou být jednoduché, tedy historického zaměření, nebo komplexní, teda túry pro školy, které obsahují více témat, pracovní listy, nebo další služby nad rámec obvyklé túry. Dramatické prohlídky zahrnují průvodce oblečených v historických kostýmech, kteří kombinují zábavu a informace. Mnoho těchto prohlídek můžeme nalézt i v Praze, kde se pro ně vžilo pojmenování ghost tour. Questing zahrnuje interaktivní výzvy či úkoly, jež spojují poznávání památek s hrou. A kombinací tradičního průvodcovství s technologickými prvky jako audio průvodci nebo dopravní prostředky jsou smíšené formy túr. Příkladem smíšené formy může být mobilní túra. (Zelenka a Pásková, 2012; Von Rohrscheidt, 2014; Zelenka a Pásková, 2012)

Nové přístupy kladou důraz na zážitkový prvek a často propojují více disciplín, to přitahuje širší spektrum návštěvníků. Tato individuální služba je určena například pro starší cestovatele a kombinuje role městského průvodce a řidiče s pronajatým vozidlem. Často zahrnuje i tlumočnické služby nebo poradenství, například ohledně místní gastronomie. Službu využívají převážně turisté, kteří mají málo času na prohlídku města, nebo lidé s omezenými možnostmi pohybu. Tato túra umožňuje pohodlně navštívit v krátkém časovém okně více destinací ve městech i mimo ně. Dále se sem řadí například túry na různých skútrech, nebo využívající jiné dopravní prostředky. Další příklad je komplexní tematická procházka,

kteřá kombinuje běžnou komentovanou prohlídku, a doplňuje tuto aktivitu přednáškou nebo prezentací na konkrétní téma, jako je historie města, kulturní dědictví nebo významné osobnosti. Nejčastěji je tato služba využívána jako součást vzdělávacích programů, například pro studenty specializovaných oborů, nebo při studijních pobytech. Mnoho průvodců se věnuje pořádání túr specializovaných pro studenty škol. Kvalita služby závisí na odbornosti průvodce a jeho zkušenostech. (Von Rohrscheidt, 2014)

4.1 Současná nabídka návštěvnických tras

V praktické části mé práce se věnuji analýze nabídky na internetových stránkách nabízejících průvodcovské služby. Současná nabídka tras v Praze je velmi rozmanitá a lze ji rozdělit do několika kategorií.

4.1.1 Pěší túra

Pěší túry se zaměřují převážně na památky v Praze, největší podíl túr. Nejčastěji nabízí návštěvu Pražského Hradu, Malé Strany, Starého Města, Židovského Města, nebo Nového Města. Mezi objekty zájmu téměř vždy patří Karlův Most, katedrála svatého Víta a Pražský Hrad. Často zde figurují další památky jako Tančící dům, Národní Divadlo, nebo Lennonova zeď. Rozdíly poté mezi jednotlivými túrami vznikají u delších procházek. Túry zahrnují průvodce a podrobný výklad. Některé agentury se snaží své túry vylepšit o oběd, který je součástí ceny a jde tedy o balíček služeb, které si zákazník kupuje. Další turistické produkty, které jsou často součástí těchto nabídek jsou například výlety lodí. (FreeTour, 2024; Fun In Prague, 2024; Tripadvisor, 2024)

Dalším druhem jsou prohlídky za dobrovolné vstupné, tedy Tip-based tours. Příkladem mohou být prohlídky Starého města, Židovské čtvrti a Karlova mostu. Tyto prohlídky jsou cenově dostupné, protože si návštěvníci sami určí výši odměny pro průvodce. V Praze tyto služby poskytují průvodci s deštníky Free tours. Tyto služby se ovšem netěší veliké oblibě, kvůli nízké kvalitě prohlídek. Prohlídky nemají pevnou strukturu. Turista, který chce tuto túru využít dostane jen čas a místo kdy túra začíná. Nabídka většinou obsahuje místa, nebo památky, které má průvodce v plánu navštívit. Tyto druhy túr můžeme najít po celém světě, tento koncept není vlastní Praze (Getyourguide, 2024; FreeTour, 2024; Getyourguide, 2024)

4.1.2 Zážitekové prohlídky

Zážitekové prohlídky mají hlavní nabídku zaměřenou na túru formou zajímavého dopravního prostředku. Jízdy na segwayích nebo elektrických skútrech, které jsou momentálně moderním způsobem poznávání Prahy. Kromě toho jsou i velice populární běžné cyklistické prohlídky, nebo výlety lodí. Zajímavým částí zážitkových prohlídek jsou poté takzvané Ghost tours, kdy jde o večerní, nebo noční procházky Prahou. Obsahem těchto túr bývají legendy a mytické postavy z Pražských pověstí. Výklad je poté dále ozvláštněn o kostýmy a různé postavy, které skupina potkává během procházky. Průvodce může výklad ozvláštnit tím, že se převlékne do tematického kostýmu, a tak skupinu provází. (Fun In Prague, 2024; PersonalPragueGuide, 2024; Two Sides of Prague, 2024; Viator, 2024)

4.1.3 Privátní prohlídky

Privátní prohlídky jsou nejvíce individuální nabídka, kterou agentúry poskytují. Většinou bývá i dražší než běžná prohlídka. Obvykle vyhledávané lidmi, kteří nechtějí sdílet túru s dalšími účastníky. Hlavní pozitivum je pro turisty možnost mít průvodce jen pro sebe. To jim nabízí příležitost dozvědět se mnohonásobně víc o městě, kultuře, nebo o čemkoliv co zákazník zajímá. Samotné nabídky privátních túr jsou na stránkách Viator, nebo Tripadvisor inzerované jiným způsobem než běžné prohlídky. Velkou změnou je, že v nabídce se nachází i jiné lokace, než které jsou inzerované pro velké skupinové túry. Příklad může být soukromá prohlídka od Two Sides of Prague, kdy jde o soukromou tříhodinovou prohlídku, která si klade za cíl ukázat dvě kontrastní tváře Prahy. Zaměřuje se nejen na historické památky, ale také na moderní aspekty města. Během prohlídky má turista možnost prozkoumat méně turistické části Prahy s místním průvodcem. Hlavní nevýhodou soukromé túry je její cena, ta se výrazně liší od běžných prohlídek (Fun In Prague, 2024; PersonalPragueGuide, 2024; Two Sides of Prague, 2024)

4.1.4 Gastronomické túry

Jedná se o novým fenomén, který se rozvíjí jako nový turistický produkt. Jejich popularita je vysoká, protože třetina rozpočtu, kterou mají návštěvníci vyčleněnou je vynaložena na konzumaci jídla. Tato túra podporuje poznání místní kuchyně, a tak zkvalitňuje požitek z cestování. V Praze se vyskytují nabídky, které převážně nabízejí pivní degustace, nebo prohlídky zaměřené na navštívení různých restaurací a ochutnání různých prvků české kuchyně. (Gheorghe, 2014; Sönmez et al., 2013; Viator, 2024)

4.1.5 Celodenní výlety

Návštěvy turisticky zajímavých destinací po České republice, jako jsou Český Krumlov nebo Karlovy Vary. Cena zahrnuje dopravu a průvodce. Výlet představují kombinaci historie, architektury a přírody. Příkladem může Kutná Hora, tedy výlet do města zapsaného na seznamu UNESCO. Turista s navštíví gotické památky, včetně Chrámu sv. Barbory a známé kostnice. (PersonalPragueGuide, 2024)

4.1.6 Zábava a noční život

V poslední řadě máme túry zaměřené na noční život. Nárůst počtu klubových destinací je reakcí na obrovský nárůst mladých cestovatelů, kteří vyhledávají senzace. Nejčastěji pocházejí především ze Spojeného království a skandinávských zemí, tedy Norska, Dánska nebo Švédska. Jejich cílem je navštívit destinaci, které je levnější než jejich místo původu. Větší možnosti levného leteckého cestování umožnily většímu počtu mladých lidí trávit více času rekreací v jiných zemích. V Praze můžeme nalézt řadu podniků nabízejících zvýhodněné vstupy, neomezené množství konzumace alkoholu, které míří právě na mladé lidi cestující s cílem zažít noční život v Praze. Pub crawl je však obyvateli Prahy velmi neoblíbenou zábavou. Jedná se o návštěvu několika barů, restaurací, nebo klubů s welcome drinky. Tato prohlídka spojuje zábavu a socializaci. Většinou ale spíš propaguje nadměrnou konzumaci alkoholu a přitahuje nezodpovědné turisty, kteří vyhledávají právě tuto formu zábavy. (Tripadvisor, 2024; Viator, 2024; Viator, 2024)

5 Diverzifikace nabídky návštěvnických tras

Diverzifikace produktů cestovního ruchu je proces rozšiřování nabídky v destinaci, aby oslovila širší spektrum turistů. Tento proces obvykle zahrnuje integraci nových produktů cestovního ruchu, nebo služeb. Dochází ke kombinaci starších produktů s cílem zlepšit jejich konkurenceschopnost a zvýšit spokojenost návštěvníků. (Benur a Bramwel, 2015; Zelenka a Pásková, 2012)

5.1 Význam diverzifikace pro cestovní ruch v Praze

Proces diverzifikace zahrnuje identifikaci atraktivit cestovního ruchu. V rámci města by měly být rozpoznány kulturní, historické a přírodní atraktivity. Poté by měli být vytvořeny nové služby, nebo by mělo dojít k podporování vzniku nových služeb za účelem rozšíření nabídky. Obecným cílem je zlepšit celkový zážitek návštěvníků zavedením rozmanitých tras a zároveň zachovat integritu původních předností destinace. Klíčovým aspektem tohoto procesu je kombinace produktů, kdy nové nabídky doplňují a vylepšují stávající atraktivity. Hlavním cílem diverzifikace produktů cestovního ruchu je přilákat širší spektrum turistů, a to jak z hlediska demografického, tak z hlediska zájmů. To pomáhá rozprostřít ekonomické přínosy cestovního ruchu, snižuje riziko nadměrné turistiky v určitých oblastech a vyrovnává rozložení návštěvníků v rámci města nebo regionu. Kromě toho podporuje dlouhodobou udržitelnost tím, že podporuje rozmanitý celoroční tok turistů. Například zavedením specializovaných trhů, jako je ekoturistika nebo kulturní turistika, mohou destinace uspokojit specifické preference turistů, a zajistit tak vyváženější a udržitelnější model růstu. (Benur a Bramwel, 2015; Rachiotis, 2022; Zelenka a Pásková, 2012)

5.2 Inovace a trendy v oblasti návštěvnických tras

Mezi hlavní trendy v oblasti diverzifikace cestovního ruchu patří zážitková turistika. Návštěvníci aktuálně vyhledávají autentické a praktické aktivity, jako je například návštěva skanzenu, outdoorová dobrodružství nebo kurzy vaření jídel vlastní destinaci. Dalším rostoucím trendem je personalizovaný cestovní ruch, který nabízí zážitky vytvořené na míru individuálním potřebám jednotlivce, nebo malých skupin. Klíčové jsou také nové možnosti v oblasti ekoturistiky a udržitelného cestovního ruchu, kde se klade stále větší důraz na minimalizaci dopadu na životní prostředí a podporu ochrany přírody. Digitální technologie navíc přinášejí interaktivní a podmanivé zážitky. Jsou jimi prohlídky s rozšířenou realitou nebo mobilní aplikace, které zvyšují zapojení návštěvníků do kulturních památek. (Hughes et al., 2015; Sardak et al., 2016)

Městské destinace se stále více zaměřují na smíšené nebo hybridní produkty, které kombinují různé segmenty nabídky produktů cestovního ruchu. Například kombinace kulturní pěší prohlídky s gastronomickými zážitky. Další trend je založen na integraci místních komunit s návštěvníky, aby poskytly bližší kontakt a hlubší pochopení kultury. Klade se důraz, aby byl průvodce místní, nebo žil v destinaci delší dobu. Tím se nejen diverzifikuje nabídka, ale také se zajišťuje širší sdílení přínosů cestovního ruchu. Diverzifikace produktů cestovního ruchu je zásadní strategií pro města, která chtějí růst a prosperovat v konkurenčním odvětví cestovního ruchu a zároveň zajistit udržitelnost a široké zapojení návštěvníků. (Hughes et al., 2015)

5.3 Aktuální stav cestovního ruchu v Praze

Prague city tourism je společnost destinačního managementu, která vypracovala pro hlavní město Praha koncepci příjezdového cestovního ruchu „S respektem k Praze“. Jde tedy o strategii příjezdového cestovního ruchu hlavního města Prahy pro roky 2024 až 2027 a na základě tohoto dokumentu je možné popsat aktuální stav a vývoj cestovního ruchu v Praze a jeho hlavní charakteristiky a problémy. Zároveň můžeme porovnat vývoj posledních let z předchozí koncepce se jménem „Zájmy Prahy na prvním místě“ od stejnojmenné společnosti. (Magistrát hlavního města Prahy, 2024)

Praha je jednou z nejnavštěvovanějších destinací v Evropě, to přináší významné ekonomické přínosy. Hlavní turistická sezóna zahrnuje období jara a léta. Během podzimu odeznívá hlavní sezóna a během Vánoc nárazově množství turistů v Praze stoupá. Toto jsou období kdy do města přijíždí vysoký počet zahraničních návštěvníků, zejména z Evropy, Asie a Severní Ameriky. Většina návštěvníků se soustředí na historické centrum Prahy, kde se nachází ikonické památky jako Pražský hrad, Karlův most a Staroměstské náměstí. Mezi hlavní výhody cestovního ruchu v Praze patří ekonomické příjmy, které plynou z ubytovacích zařízení, restaurací, dopravy a dalších služeb. Turisté rovněž podporují rozvoj malých a středních podniků, včetně řemeslných obchodů a kulturních institucí. Na druhé straně se však cestovní ruch v Praze potýká s několika zásadními problémy, které ovlivňují kvalitu života místních obyvatel a dlouhodobou udržitelnost turismu. (Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2020; Prague City Tourism a.s., 2024)

Prvním problémem je přetížení historického centra města, které vede k přeplněnosti ulic, veřejných prostorů a památek. Tento stav způsobuje nejen nepříjemnosti pro návštěvníky, ale také zvyšuje tlak na infrastrukturu a městské zdroje. Turistická koncentrace navíc negativně

ovlivňuje místní obyvatele, kteří čelí hluku, narůstajícím cenám nemovitostí a omezenému přístupu k veřejným službám. Dalším významným problémem je fenomén tzv. sdílené ekonomiky, zejména krátkodobých pronájmů, které ovlivňují dostupnost a ceny bydlen v centru města. Platformy jako Airbnb vedou ke snižování počtu dlouhodobých obyvatel v historických částech města, to mění charakter lokálních komunit a zhoršuje sociální soudržnost. Praha také čelí výzvám spojeným s dopravní infrastrukturou. Zvýšený počet turistů přetěžuje městskou hromadnou dopravu a silniční síť, zvyšuje se znečištění ovzduší a přispívá se ke vzniku dopravních komplikací. Další výzvou je nedostatečná nabídka alternativních tras a atrakcí, které by mohly rozptýlit návštěvníky mimo nejvíce zatížené oblasti. Dokument z roku 2020 zdůrazňuje, že město se rovněž potýká s relativně nízkými příjmy z cestovního ruchu v poměru k nákladům na údržbu a správu infrastruktury. Zatímco turisté přinášejí zisky především podnikatelům, městský rozpočet často nese náklady spojené s úklidem, opravou infrastruktury a zajištěním bezpečnosti. Tento problém se podle nového dokumentu podařilo vyřešit v roce 2022 kdy byla prosazena změna výše poplatku z pobytu z 21 Kč za den pobytu na 50 Kč. Tyto vybrané prostředky ze 100 % zůstávají Praze, přičemž 50 % z nich putuje zpět do dalších projektů určených pro stálý rozvoj a kultivaci cestovního ruchu. (Prague City Tourism a.s., 2024)

5.4 Snahy o zlepšení a nové iniciativy v rámci Prahy

Od roku 2020 se Prague City Tourism zaměřuje na systematickou inovaci turistických tras, tím přispívá ke snížení přetíženosti historického centra města. Výsledkem těchto snah bylo v roce 2022 snížení návštěvnosti centra o 7 % a současné zvýšení zájmu o čtvrti mimo památkovou zónu. Společnost rozvíjí alternativní trasy, které podporují oživení atraktivních lokalit mimo centrum, jako jsou Holešovice, Smíchov, Karlín nebo Libeň. Tuto strategii doplňuje nový projekt „Zažij Prahu,“ jehož cílem je lákat turisty na netradiční zážitky a přiblížit jim autentický život Pražanů. (Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2020; Prague City Tourism a.s., 2024)

Magistrát hlavního města Prahy dále přijal čtyři strategické cíle, podle kterých chce v budoucích letech budovat a podporovat rozvoj a nabídku produktů cestovního ruchu v Praze. Tyto čtyři cíle jsou „Praha zisková, Praha odolná, Praha strategicky rozvíjená a Praha udržitelná“. (Magistrát hlavního města Prahy, 2024)

5.4.1 Praha zisková

Cílem je maximalizovat přínosy cestovního ruchu pro Prahu a její obyvatele prostřednictvím dlouhodobého rozvoje a podpory turismu s vysokou přidanou hodnotou. Tento přístup zahrnuje zaměření na kultivovanou klientelu se zájmem o destinaci a její kulturu. Dále je podporováno zvyšování podílu domácího cestovního ruchu a prodlužování délky pobytu návštěvníků.

Mezi priority také patří zvýšení poplatku za pobyt, kdy evropský průměr tohoto poplatku činí 5 EUR. Podpora podnikatelů v oblasti cestovního ruchu vede ke zlepšení hodnoty jejich služeb, a tedy ke zvýšení průměru denních výdajů turistů. Průměrné výdaje zahraničních turistů v Praze se pohybují kolem 320 EUR za den u zámořských návštěvníků. U návštěvníků ze sousedních zemí je však částka menší, a to mezi 70 a 140 EUR denně. Díky rozšíření kvalitních služeb vyšší kategorie je možné očekávat navýšení průměrných útrat až o desítky procent. (Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, 2020; Prague City Tourism a.s., 2020)

Mezi klíčové projekty patří propagace Prahy jako prémiové destinace. K tomu pomáhá realizace marketingové kampaně #VPrazejakodoma. Ve spolupráci se Středočeským krajem se plánuje distribuce turistů mimo centrum, a i mimo Prahu. Důraz je kladen na udržitelnost, zvyšování kvality služeb a rozvíjení pracovní síly v cestovním ruchu. (Prague City Tourism a.s., 2024)

5.4.2 Praha odolná

Tento bod si klade za cíl modernizaci řízení destinace a zahrnuje přijetí nových technologií, využití umělé inteligence nebo práci s velkým množstvím dat a digitalizaci. Tento přístup zahrnuje výzkum, monitorování a hodnocení vývoje cestovního ruchu v metropoli. Cílem je identifikovat a zmírnit hrozby plynoucí z turismu a zmírnit negativní dopady, které z toho pramení. Je také kladen důraz na rozšiřování informačních databází o relevantní zdroje a zajištění analytického a informačního servisu pro odbornou i širší veřejnost. Důležitou součástí tohoto cíle, je spolupráce s akademickými institucemi, výzkumnými organizacemi a dalšími partnery na inovativních řešeních problémů v cestovním ruchu. Na základě to vznikl projekt: Rozšíření datovýchází cestovního ruchu v Praze, který má za cíl sdružování informací na jednom místě. V neposlední řadě si Praha chce udržet status jednoho z nejbezpečnějších měst na světě. To zahrnuje posílení bezpečnostních systémů pro zvládání mimořádných událostí. (Prague City Tourism a.s., 2024)

5.4.3 Praha strategicky rozvíjená

Nejdůležitější pro vznik dalších návštěvnických tras je cíl spojený s budováním a rozvojem infrastruktury pro kulturní, vzdělávací i sportovní aktivity mimo historické centrum Prahy. Ten má přispět k odlehčení přetíženého centra města. Dalším cílem je zavést pravidla pro turistickou dopravu, která sníží ekologickou stopu a znečištění ve městě. Tento krok přispěje ke zpomalení masového turismu. Tento cíl je také orientovaný na zklidnění centra prostřednictvím zavedení atraktivit mimo přetížené oblasti. Důležité je také konzistentní informování návštěvníků o pravidlech a kultuře chování v Praze prostřednictvím vzdělávacích kampaní. (Prague City Tourism a.s., 2024)

5.4.4 Praha udržitelná

Pro Prahu je neuvěřitelně důležitá udržitelnost cestovního ruchu, a to zejména z ekonomického pohledu. Aby toho bylo dosaženo, je důležité rozvíjet pozitivní interakce mezi místními obyvateli a návštěvníky. Zvláštní důraz je kladen na podporu místních řemeslníků, umělců a výrobců, jejichž produkty se vyznačují originalitou, precizním zpracováním a vysokou přidanou hodnotou. I s tímto cílem by mohl pomoci poplatek za pobyt, kdy zvyšování tohoto poplatku je důležité posunout na úroveň srovnatelnou s evropskými metropolemi. Tento plán usiluje o rovnováhu mezi kulturním, komunitním a turistickým využíváním městských atraktivit. (Baroň et al., 2023; Prague City Tourism a.s., 2020)

6 Případová studie

Případová analýza se zabývá analýzou průvodcovské trasy „The Best of Prague with Lunch and River Cruise“ od agentury Fun In Prague s.r.o. Jde o trasu, na které jsem od roku 2018 působil jako průvodce. Od roku 2021 až do června 2024 jsem trasu zkoumal zúčastněným pozorováním. Agentura inzeruje trasu jako to nejdůležitější k vidění z Prahy. Mezi hlavní památky, které účastník navštíví patří Karlův most, Pražský hrad včetně Svatovítské katedrály Staré Město pražské a Židovská čtvrť a Pražský orloj. (Fun In Prague, 2024)

Trasa je strukturovaná jako čtyř hodinový komentovaný výklad. Jedna hodina je potom vyčleněna na oběd a další hodina je určená na výlet lodí. Trasa samotná musí obsahovat památky, které inzeruje agentura na internetových stránkách. Průvodce musí se skupinou daná místa navštívit, mimo to, ale není vázán na pevnou strukturu trasy. Struktura trasy se tedy mění v průběhu let nebo v závislosti na roční období. Musí se však zachovat začátek a konec trasy. Druh výkladu také není pevně stanoven, má doplňovat navštívená místa a může se měnit na základě zájmu turistů. Výklad bývá strukturován chronologicky od počátku obydlování oblasti po aktuální stav moderního města Prahy.

Začátek túry je hned na místě srazu turistů s průvodcem. Na začátku je většinou zahrnut popis Prahy jako hlavního města České republiky a České republiky obecně. Návštěvníci se dozvídají o geografické poloze, rozloze státu a základní informace o státním zřízení. Nechybí ani popis polohy Prahy. Než skupina odchází z počátečního místa, dozvídá se ještě první informace o vývoji měst v oblasti historického centra Prahy. Následně se skupina přesouvá na Karlův most, který je první ze seznamu míst. Z Karlova mostu skupina vstupuje na Malou stranu, kde dochází k prvním změnám trasy dle možných objektů trasy. Průvodce musí podle aktuálního množství lidí v okolí vybrat nejvhodnější trasu, kterou se skupinou vydá. Možné objekty, které mohou navštívit jsou Lennonova zeď, kostel Panny Marie pod Řetězem, Kostel Panny Marie Vítězné a svatého Antonína Paduánského, Malostranské náměstí nebo Valdštejnský palác. Naše skupina pokračuje svou cestu na Pohořelec. V každém případě se však skupina musí přesunout za pomoci městské hromadné dopravy. Tento přesun však sebou přináší několik komplikací. Aktuálně jsou v Praze pouze dvě linky tramvaje, které vyvezou cestující z malé strany k Pražskému hradu, případně na Pohořelec. Z toho důvodu jsou tramvaje často plné a průvodce musí nečasto čekat na prázdnější tramvaj a tím ztrácí zbytečně čas. Situace bývá nejhorší v průběhu letních měsíců. Dalším problémem

je, že na zastávkách, využívaných převážně cizinci, chybí jednoduchý popis fungování Pražské hromadné dopravy. Průvodce zde tedy musí zajistit bezproblémový přejezd. Povinnosti s tím spojené jsou nákup jízdenek a jejich platné označení pro cestu. Jízdenku musí obdržet každý ze skupiny turistů. Označení lístků může provést buď průvodce nebo turista sám, v tomto případě musí dojít k důkladné instruktaži, jak lístek validovat, aby se předešlo případným pokutám. Trasy tramvajových linek číslo 22. a 23. jsou často kontrolována revizory, kteří cílí na turisty, kteří cestují bez platné jízdenky. V rámci mého pozorování jsem zaznamenal několik konfliktů mezi cestujícími cizinci a revizory. Z toho důvodu je jednodušší, když průvodce rozdává jízdenky již validované, ubírá to však zážitek z cesty MHD.

Možné výstupy z městské hromadné dopravy na trase již zmíněných tramvajových linek, jsou celkem čtyři: Letohrádek královny Anny, Pražský hrad (zde vystupuje většina turistů i kvůli faktu, že jde o jedinou zastávku, která je v tramvaji ohlašována česky i anglicky), Brusnice a Pohořelec. Skupiny, kterých jsem se účastnil k výstupu využily zastávku Pohořelec. Tato lokalita je důležitá hlavně z historického hlediska, ale i z praktického. Na Pohořeleckém náměstí se nachází obchody s potravinami, kavárny, obchody se suvenýry a veřejné toalety. Zde průvodce dával turistům krátkou pauzu na nákup, občerstvení či využití toalet. Hlavní výhodou této lokality je, že již zmíněné podniky na své zboží nepřidávají turistické přírážky, turista tedy nakupuje výrobky za běžné ceny. Skupina si zde také vyslechne výklad o historické významnosti Pohořelce, jako jedné z možných starých cest na hrad. Průvodce se také na tomto místě může zmiňovat o Strahovském klášteře.

Podle tempa skupiny průvodce určí vhodnou prohlídku hradu a okolí. S rychlejší skupinou možné navštívit například Strahovský klášter, pokud je ale skupina pomalejší, túra většinou směřuje přímo směrem na Hradčanské náměstí. Během cesty na hrad dostávají turisté informace o lokálních objektech jako je Černínský palác, Loreta a v neposlední řadě Pražský hrad. Výklad o památkách je zasazen do širšího historického kontextu, jako o příchodu Habsburků a o vlivu třicetileté války na barokní architekturu a vývoj Prahy. Pražský hrad představuje nejlidnatější památku, kterou skupina na své cestě navštíví. K němu se většinou dostávají okolo poledne, díky tomu mohou vidět i střídání hradní stráže, které je mezi turisty poměrně populární. Nevýhodou však je, že se před vstupem do hradu vytvoří obrovský dav. Pokud průvodce ale nečeká na střídání stráží, může projít do komplexu hradu bez čekání fronty, protože většina lidí je v davu před hradem, tedy využít situaci ve svůj prospěch. Situace se odvíjí od přání skupiny. V komplexu hradu skupina stráví zdaleka nejvíce času, téměř hodinu zabere výklad a pohyb v rámci oblasti památky.

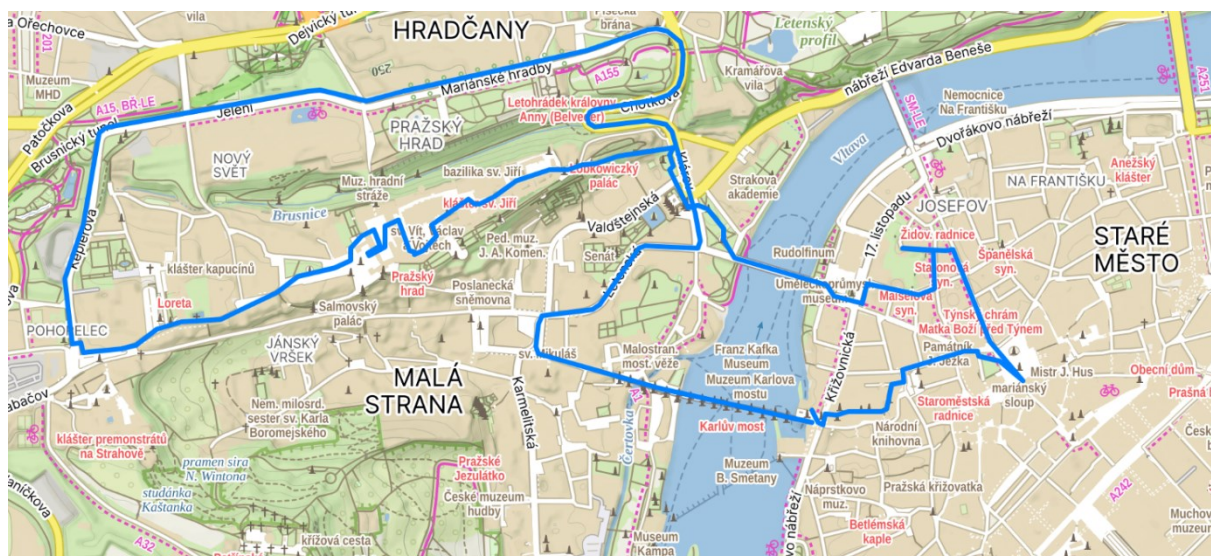
Prohlídka hradu se také neobejde bez komplikací. Dlouhé fronty na veřejné toalety, drahé obchody s potravinami, davy turistů a dlouhé čekání na vstup do jednotlivých památek. V průběhu období pozorování se délka front měnila. V období, kdy pro vstup na hrad musel každý projít vstupní bezpečnostní kontrolou, byly sice fronty delší, ale pomáhalo to v plynulejším toku turistů skrz komplex. Od dob zvolení Petra Pavla do funkce prezidenta a zrušení těchto kontrol, se sice turista do hradu dostane rychleji, jeho průchod je však zkomplikovaný velkou koncentrací lidí uvnitř komplexu.

Po prohlídce hradu průvodce vede skupinu dolů z kopce do oblasti Klárova. Zde komentuje pomníky obětem druhé světové války a výklad pomalu přechází do období moderních dějin. Turisté bývají v tuto chvíli poměrně unavení a nepozorní. Průvodce má tedy tendence cestu spěchat směrem na oběd, aby skupině dopřál trochu odpočinku. Můžou v tuto buď pokračovat dál do Židovského města nebo výklad odsunout ku prospěchu dřívějšího obědu. V rámci Židovského města jsou hlavní objekty zájmu Staronová synagoga, židovský hřbitov, Pinkasova synagoga a okolní ulice Široká a Pařížská.

Oběd se koná na Staroměstském náměstí. K restauraci přichází skupina okolo druhé hodiny odpoledne, pokud pokračovali v cestě dál. Touto dobou jsou turisté značně unaveni, není neobvyklé, že opouštějí hlavní skupinu před, nebo po obědě a závěru túry se tedy neúčastní. Na konec prohlídky je naplánovaná plavba lodí, který je zařizována firmou Pražské Benátky. Plavba trvá asi hodinu a turisté mohou v průběhu využít audio průvodce. Výklad audio průvodce je doplněn o dodatečný komentář od lodivodů, jejich přednáška se mění dle jejich osobních preferencí. Někteří ovládají cizí jazyky, jiní znají jen pár slov a výklad mají tedy rychlí a stručný. Jako pomoc používají zalaminované fotografie. Většina informací se týká buď řeky Vltavy nebo okolních objektů jako je Národní divadlo. Důležitou součástí je taky popis povodní z roku 2002. Samotná trasa plavby se pohybuje v rozsahu okolí Karlova mostu, Čertovky a Mánesova mostu. Konec je opět na stejném místě kde plavba začínala, pod Křížovnickým náměstí. Průvodcova práce končí v moment, kdy turisty odvede na lodní plavbu.

Detail popisované trasy je znázorněn na obr. 2. na straně 39.

Obr. 2 Znárodnění pozorované trasy „Best of Prague“



Zdroj: gpxmapy.cz, vlastní zpracování

6.1 Výsledky pozorování

Cílem bylo zjistit, zda se v rámci této návštěvnické trasy používají nové trendy, nebo jestli se zde vyskytuje snaha o diverzifikaci. Trasa je určena většinou návštěvníků, ale lidé s handicapem, nebo senioři v horší fyzické kondici nejsou cílovou skupinou, kvůli fyzické náročnosti trasy. V popisu inzerátu je tato skutečnost zmíněná. Průvodci problémy s odpolední únavou řešili několika různými způsoby. Buď se konal oběd dříve, nebo se konala menší přestávka na úkor délky výkladu.

Dalším problémem této túry je, že někteří účastníci přeceňují své síly. Během jedné prohlídky jsem byl přítomen u kolapsu jednoho z účastníků. Šlo o seniora, který neodhadl své fyzické možnosti a počasí a v poledne na Hradčanském náměstí omdlel. Dalším častým problémem je nevhodná obuv, nebo absence kvalitního oblečení. Tato túra z důvodu své délky patří k fyzicky náročnějším. Z toho plyne, že je potřeba zvážit změny v poskytovaných informacích v rámci inzerátu, nebo změny v plánu túry. V rámci inkluze osob s handicapem by podle druhu handicapu musela být lehce, nebo výrazně změněna celá trasa prohlídky. Prohlídka je populární napříč turisty různých generací. V rámci mého pozorování mohu tuto skutečnost potvrdit. Prohlídka je určena především pro cizince, kteří si mohou vybrat z několika různých jazyků. Mezi jazyky, které jsou nabízeny patří němčina, francouzština, angličtina, španělština, italština a ruština. Zúčastněné pozorování bylo prováděno pouze v anglických túrách. Nejvíce zástupců

skupiny tedy tvořili turisté z anglicky mluvících zemí, ale i návštěvníci, kteří ovládali anglický jazyk na dostatečně vysoké úrovni.

Důležitým faktorem v kvalitě prohlídky je průvodce. Z mého pozorování délka praxe nejvíce ovlivňovala chování průvodce a jeho rozhodování při změnách v trase prohlídky. Během prohlídky může nastat řada situací, které mohou ovlivnit celkový dojem a spokojenost turistů. Příkladem může být uzavření jedné z hlavních památek, které má skupina za cíl navštívit, jako například Pražský hrad. Tyto nepředvídatelné změny se mohou konat z různých důvodů, a ne vždy se průvodce dozví potřebné informace včas. V tu chvíli je na průvodci, aby vymyslel vhodnou náhradu. Nejčastěji se náhradou se stávala zahrada Valdštejnského paláce, Nový svět na Hradčanech, nebo Anežský klášter.

Prohlídka „Best of Prague“ je také natolik atraktivní z důvodu velkého množství památek, které turisté navštíví a tím zajistí důkladnou prohlídku toho nejdůležitějšího z historického centra. Díky své délce taky zajistí celodenní program pro účastníky. Oběd v restauraci je poutavá součást balíčku. Řada turistů chce vyzkoušet jídlo typické pro místní kuchyni, a proto se rádi ptají svého průvodce na doporučení. Zde vidíme provázání pěší a gastronomické túry. Poslední částí procházky je výlet lodí. Tato část patří do kategorie zážitkového cestovního ruchu a je mezi turisty velmi dobře vnímána.

Celou prohlídku Best Of Prague si mohou turisté za příplatek změnit na soukromou prohlídku. Zde je součástí túry navíc přizpůsobení se časovým možnostem klienta a vyzvednutí v místě pobytu. Z hlediska kombinace služeb a produktů cestovního ruchu je tato trasa velmi rozmanitá. Výsledky pozorování jsem poté

Tabulka 1. SWOT analýza výsledků pozorování

<p>Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kvalita výkladu - Srozumitelnost - Autentičnost - Provázání různých produktů cestovního ruchu 	<p>Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> - Délka výkladu - Časová náročnost - Fyzická náročnost - Malá inkluze
<p>Příležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozšíření prohlídky o méně známe lokace - Seznámení se s kulturou a historií destinace - Provázání různých produktů cestovního ruchu 	<p>Ohrožení</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozdílná odbornost průvodců - Nedostatečná informovanost návštěvníků - Malé zastoupení aktuálních trendů

Zdroj: vlastní zpracování

6.2 Problémy túry a možnosti diverzifikace

Pro tuto túru existují možné lokality, které by mohl průvodce začlenit do svého výkladu bez větších obtíží. Patří mezi ně zmíněná lokalita Nového Světa nebo Jelení příkop. Toto jsou místa v okolí Hradčan, která jsou méně známá, a přitom blízko Pražskému hrad. V okolí Malé Strany okolí ulice Vlašská (původní Italská čtvrť) a v oblasti pravého břehu Vltavy by poté skupina mohla navštívit Anežský klášter. V rámci výkladu by bylo možné použít interaktivních map, nebo virtuální reality.

Největším problémem této túry je její provázanost s nejméně navštěvovanými turistickými oblastmi Prahy. Z hlediska diverzifikace nenabízí prohlídka nová a zajímavá místa. Toto je ovlivněno i délkou a množstvím památek, které musí průvodce se skupinou navštívit. Kvůli tomu je málo času na delší prohlídku jednotlivých památek. Také pro splnění podmínek inzerátu se musí průvodce držet relativně blízko těchto památek a nemůže si dovolit vychýlit se od plánu.

Další nárok, který je kladen na průvodce spadá do běžných potřeb návštěvníků. Důležitá je znalost míst, kde může skupina využít veřejné toalety. V případě nevlídného počasí musí průvodce mít vytipovaná místa, kam se může se skupinou schovat před deštěm nebo zimou. V hlavních oblastech turistického zájmu v Praze jsou tato místa často schovaná a je na jednotlivých průvodcích, aby je objevili a poté používali při své činnosti. Důležitá vlastnost těchto míst je cenová dostupnost a blízkost hlavní vytyčené trase.

7 Diskuse

Cílem výzkumu a pozorování bylo analyzovat efektivitu průvodcovských metod, kvalitu trasy a využití trendy a inovace. Dále zjistit jak průvodci pracují se změnami v trase a posoudit reakce turistů na průběh prohlídky a změny trasy. Používání nových trendů a diverzifikace.

Z analýzy túry se ukázalo, že trasa kombinuje různé typy zážitků, jako je pěší turistika, gastronomické zážitky a formy zážitkového cestovního ruchu (výlet lodí, cestování tramvají). Tato různorodost přispívá k přitažlivosti trasy pro turisty napříč demografickými skupinami. Také bylo zjištěno, že prohlídka zahrnuje většinou známé turistické lokality v centru Prahy, čímž nenabízí mnoho aktuálních trendů nebo méně známých míst. Doporučením by bylo zařadit alternativní lokality, jako jsou např. Nový Svět, Jelení příkop nebo Anežský klášter.

V rámci pozorování byly objeveny nedostatky jako nedostatečná informovanost o náročnosti túry. Trasa je nevhodná pro osoby se zdravotními problémy, seniory v horší kondici a lidi s handicapem. Bylo zaznamenáno přetížení účastníků, včetně případu kolapsu. Dále nevhodné vybavení pro delší pobyt venku. Někteří turisté neměli vhodnou obuv nebo oblečení, to přispívalo k nepohodlí během túry. A v poslední řadě provázanost s přeplněnými lokalitami v Praze. Trasa se zaměřuje na nejnavštěvovanější památky, to omezuje prostor pro delší prohlídky a nové trasy.

Z mého pozorování se ukázalo, že kvalita, odbornost a délka praxe průvodce je klíčová pro kvalitu prohlídky. Zkušenosti průvodce se ukázaly jako zásadní při zvládnutí nepředvídatelných situací, jako je uzavření památek nebo změny trasy. Průvodci musí být připraveni na základní potřeby turistů, jako jsou toalety, přestávky nebo úkryt před počasím, což vyžaduje detailní znalost města.

Doporučení pro zlepšení, která na základě pozorování mohou učinit je lepší upozornění na fyzickou náročnost a vhodnost trasy pro různé skupiny turistů. Rozšíření trasy na památky mimo historické centrum a vynechání některých známých objektů ve prospěch klidnější a odlišné túry. Celkově trasa „Best of Prague“ splňuje mnoho požadavků na kvalitní turistickou prohlídku, avšak stále existuje prostor pro její zlepšení, především v oblasti diverzifikace, inkluze a technologických inovací. Tyto kroky by mohly přispět k její udržitelnosti a konkurenceschopnosti.

8 Závěr

Bakalářská práce se zabývala diverzifikací nabídky návštěvnických tras. Oblastí zkoumání pro tuto bakalářskou práci bylo vybráno hlavní město Praha. Především se bádání zaměřuje na návštěvnické trasy a práci průvodce. Cílem bylo zjistit jaký je vývoj v cestovním ruchu, jaké inovace se aktuálně objevují a jestli se používají v praxi. Pro výzkum byla určena forma zúčastněného pozorování jako metoda sběru dat. V praxi bylo zjištěno, že cestovní agentury se snaží implementovat nové inovace, trendy a produkty cestovního ruchu. Mezi ty můžeme zařadit zážitkovou turistiku, udržitelný cestovní ruch a digitální technologie. V případové studii trasy, kterou jsem vybral jsem tyto nové trendy nepozoroval. Trasa kombinuje různé druhy prohlídek, ale navštěvuje známá a turisticky vyhledávaná místa.

V bakalářské práci byla popsána metoda zúčastněného pozorování, která se projevila jako dobrá volba sběru dat. Důvodem výběru byla příležitost účastnit se prohlídek a bližší možnost pozorování práce a chování průvodce. Tato metoda umožnila sledovat poutavost výkladu a zajímavost trasy pro návštěvníky. Výsledky pozorování poté byly zpracovány do SWOT analýzy. Problémy poté činila analýza nabídky cestovních agentur na internetových platformách. Inzerátů, které jsem procházel při svém průzkumu, je veliké množství a nejsou zde jiné vhodné zdroje dat pro analýzu nabídky.

Závěry této práce mohou být použity při změnách ve struktuře, nebo tvorbě nových návštěvnických tras. Pokud by bylo toto téma dále rozšiřované bylo by možné v rámci teoretické části popsat vývoj a inovace návštěvnických tras od roku 1989. Zdrojem by poté mohly být rozhovory s průvodci o jejich zkušenostech a poznacích. V praktické části by bylo možné vytvořit novou návštěvnickou trasu, která by byla postavena na nových poznacích a inovacích v cestovním ruchu. Tato nová trasa by poté analyzovala poutavost nových inovací v praxi.

9 Použitá literatura

BAROŇ, Marek; KOLÍNSKÝ, Ondřej a JUNGWIRTH BŘEZOVSKÁ, Romana, 2023. *Bezpečnost a udržitelnost ČR: Hrozby, výzvy, dilemata*.

BENUR, Abdelati a BRAMWEL, Bill, 2015. Tourism product development and product diversification in destinations. Online. *Tourism Management*. Roč. 2015, č. 50, s. 12. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000412>. [cit. 2024-12-08].

ČESKÁ CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU – CZECHTOURISM, 2020. *CzechTourism Tourdata*. Online. Dostupné z: <https://tourdata.cz>. [cit. 2024-12-09].

European Federation of Tourist Guide Associations, 2012. Online. EUROPEAN FEDERATION OF TOURIST GUIDE ASSOCIATIONS. Dostupné z: <https://www.feg-touristguides.com/about.php>. [cit. 2024-12-10].

FreeTour, 2024. Online. Dostupné z: https://www.freetour.com/prague?utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=Prague_ENG&utm_term=free%20tours%20prague&msclkid=ca073f3c1c1a1e6c585d586d952600ff. [cit. 2024-12-05].

Fun In Prague, 2024. Online. Dostupné z: <https://www.funinprague.eu/en/>. [cit. 2024-12-05].

Getyourguide, 2024. Online. [cit. 2024-12-05].

GHEORGHE, Georgică, 2014. GASTRONOMIC TOURISM, A NEW TREND FOR CONTEMPORARY TOURISM?? Online. *Cactus Tourism Journal*. Roč. 2014, č. 9, s. 9. ISSN 2247-3297. Dostupné z: <https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf>. [cit. 2024-12-05].

HENDL, Jan, 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Portál. ISBN 9788073670405.

HOMOLKA, Vojtěch, 2011. *Cestování na Blízký východ na rozhraní středověku a novověku*. Online, Diplomová práce, vedoucí Dana Pícková. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/31930>. [cit. 2024-12-10].

HUGHES, Michael; WEAVER, David a PFORR, Christof, 2015. *The Practice of Sustainable Tourism - Resolving the Paradox*. London: Routledge. ISBN 9781315796154.

CHUL-MIN MO; HOWARD, Dennis R. a HAVITZ, Mark E., 1993. Testing an international tourist role typology. Online. *Annals of Tourism Research*. Roč. 1993, č. 2, article 20, s. 17. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/016073839390058B>. [cit. 2024-11-06].

INDROVÁ, Jarmila; JAROLÍMKOVÁ, Liběna; KIRÁĚOVÁ, Alžbeta; MLEJNKOVÁ, Lena; PETRŮ, Zdenka et al., 2008. *Cestovní ruch pro všechny*. Online. Praha: VŠE. ISBN 978-80-7399-407-05. Dostupné z: https://mmr.gov.cz/getmedia/4fa1846e-ee0c-40d7-ae2e-a43007314a2e/GetFile14_1.pdf. [cit. 2024-11-12].

JAROLÍMKOVÁ, Liběna, 2017. *ATRAKTIVITA A PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU*. Online. Vydavatelství Libena Jarolimkova – UniversityBooks U Ladronky 34, Praha, Česká

republika. ISBN 978-80-906926-2-6. Dostupné z: <https://kth.vse.cz/wp-content/uploads/page/319/Atraktivita-a-produkty-cestovniho-ruchu.pdf>. [cit. 2024-10-16].

MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY, 2024. *Portál cestovního ruchu hlavního města Prahy*. Online. Dostupné z: <https://praha.eu/web/cestovniruch/w/s-respektem-k-praze-1>. [cit. 2024-12-10].

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR, 2020. *Základní povinnosti CA*. Online. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné z: <https://mmr.gov.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/pro-profesionaly/legislativa-v-cestovnim-ruchu-a-povinnosti-cestovni/zakladni-povinnosti-ca>. [cit. 2024-12-10].

MRÁZ, Tomáš, 2023. *Trendy v cestovním ruchu v malých ostrovních destinacích v období před a při pandemii COVID-19. Případová studie St. Martin-Karibik*. Bakalářská práce. Praha: Univerzita Karlova Přírodovědecká fakulta.

MÜCKE, Pavel, 2017. *Šťastnou cestu...?!: proměny politik cestování a cestovního ruchu v Československu za časů studené války (1945-1989)*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov. ISBN 978-80-7415-149-1.

NORDIN, Sara, 2005. *Tourism of Tomorrow Sara Nordin UTREDNINGSSERIEN - Travel Trends and Forces of Change*. ETOUR - European Tourism Research Institute. ISBN 91-974657-7-1.

PersonalPragueGuide, 2024. Online. PersonalPragueGuide. Dostupné z: <https://www.personalpragueguide.com/>. [cit. 2024-12-05].

PRAGUE CITY TOURISM A.S., 2020. *Zájmy Prahy na prvním místě*. Online. Portál cestovního ruchu hlavního města Prahy. Dostupné z: <https://historicalcity.eu/wp-content/uploads/2021/06/Praga-strategia.pdf>. [cit. 2024-12-08].

PRAGUE CITY TOURISM A.S., 2024. *S respektem k Praze*. Online. Portál cestovního ruchu hlavního města Prahy. 20.6.2024. Dostupné z: <https://praha.eu/web/cestovniruch/w/s-respektem-k-praze-1>. [cit. 2024-12-08].

Průvodci v ČR, 2020. Online. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné z: <https://mmr.gov.cz/cs/microsites/pruvodci/pruvodci-v-cr>. [cit. 2024-12-10].

RACHIOTIS, Theodor, 2022. The Contribution of Cultural Routes to the Enhancement of Urban Cultural Tourism. Online. *Journal of HT*. Roč. 2022, s. 15. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Theodoros-Rachiotis-2/publication/369261464_The_Contribution_of_Cultural_Routes_to_the_Enhancement_of_Urban_Cultural_Tourism/links/641245c692cfd54f840182f1/The-Contribution-of-Cultural-Routes-to-the-Enhancement-of-Urban-Cultural-Tourism.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJwYWdlIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9. [cit. 2024-12-08].

ROCK, Paul, 2016. *Making of Symbolic Interactionism*. Online. Palgrave Macmillan UK. ISBN 9781349040841. Dostupné z: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-04084-1_6. [cit. 2024-12-10].

SARDAK, Sergii; DZHYNDZHOIAN, Vladimir a SAMOILENKO, Alla, 2016. Global innovations in tourism. Online. *Innovative Marketing*. Roč. 2016, č. 3, s. 6. Dostupné z: <https://philpapers.org/rec/SARGII>. [cit. 2024-12-08].

SEIFERTO VÁ, Věra, 2013. *Průvodcovské činnosti*. Grada. ISBN 978-80-247-8708-4. Dostupné také z: <https://www.bookport.cz/kniha/pruvodcovske-cinnosti-1081/>.

SÖNMEZ, Sevil; APOSTOLOPOULOS, Yorghos; THEOCHAROUS, Antonis a MASSENGALE, Kelley, 2013. Bar crawls, foam parties, and clubbing networks: Mapping the risk environment of a Mediterranean nightlife resort. Online. *Tourism Management Perspectives*. Roč. 2013, č. 8, s. 10. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973613000317>. [cit. 2024-12-08].

ŠAUER, Martin; HOLEŠINSKÁ, Andrea a VYSTOUPIL, Jiří, 2015. *Cestovní ruch: učební text*. Brno: Masarykova univerzita.

Tripadvisor, 2024. Online. Tripadvisor. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.com/>. [cit. 2024-12-05].

Two Sides of Prague, 2024. Online. In: Withlocals. Dostupné z: <https://www.withlocals.com/es/experience/two-sides-of-prague-private-tour-with-a-local-bc391c3f/>. [cit. 2024-12-05].

UN Tourism, 2008. Online. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-development-products>. [cit. 2024-12-12].

Viator, 2024. Online. Dostupné z: <https://www.viator.com/?mcid=33953&supbk=1&tsem=true&supci=-1011796333&supag=1118461099&supsc=kwd-77309482864640&supai=77309486839932&supdv=c&supnt=o&supkw=viator&supti=kwd-77309482864640&suplp=138926&supli=3169&m=33953&supag=1118461099&supsc=kwd-77309482864640&supai=77309486839932&supdv=c&supnt=nt:o&suplp=138926&supli=3169&supti=kwd-77309482864640&tsem=true&supci=kwd-77309482864640&supkw=viator&msclkid=5857c3a0c8771ce8f822a4f14681a9b3>. [cit. 2024-12-05].

VON ROHRSCHEIDT, Armin Mikos, 2014. Modern methods of guiding city tours. Analysis of guide's competences and types of services. Online. In: . S. 12. Dostupné z: <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk>. [cit. 2024-12-05].

ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZILLINGER, Malin; JONASSON, Mikael a ADOLFSSON, Petra, 2012. Guided Tours and Tourism. Online. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Roč. 2012, č. 12, s. 7. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2012.660314?scroll=top&needAccess=true>. [cit. 2024-11-18].