

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta tělesné výchovy a sportu

Aktivity v přírodě ve Finsku v nabídce českých

cestovních kanceláří

(případová studie vybrané cestovní kanceláře)

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:

Doc. PhDr. Jan Neuman, CSc.

Vypracovala:

Bc. Klára Hrbková

Praha, duben 2016

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

V Praze, dne _____

Evidenční list

Souhlasím se zapůjčením své diplomové práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto diplomovou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení: Fakulta / katedra: Datum vypůjčení: Podpis:

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu své diplomové práce Doc. PhDr. Janu Neumanovi, CSc., za ochotu a pomoc při vypracování této diplomové práce a za čas, který mi věnoval. Dále majiteli cestovní kanceláře Periscope Skandinávie, s.r.o. Ing. Petru Burianovi za data a poskytnuté informace o cestovní kanceláři a nabídce služeb. Další poděkování patří marketingovému řediteli Raunu Posiu za poskytnutý rozhovor a informace o společnosti Lapland Safaris.

BIBLIOGRAFICKÁ IDENTIFIKACE

Název diplomové práce: Aktivity v přírodě ve Finsku v nabídce českých cestovních kancelářů (případová studie vybrané cestovní kanceláře)

Autor: Bc. Klára Hrbková

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Jan Neuman, CSc.

Rok obhajoby: 2016

Abstrakt:

Cíle: Diplomová práce se zabývá problematikou nabídky zimních aktivit ve Skandinávských zemích. Obsahově analyzuje cestovní kancelář Periscope Skandinávie, s.r.o. a analyzuje zimní nabídku sportovních aktivit cestovní agentury Lapland Safaris z Finska. Popisuje také nabídku outdoorových aktivit ve Finsku.

Metody: Údaje jsme získávali z analýzy dokumentů cestovních kancelářů (zprávy, počty zájezdů, prodané katalogy). Dotazníkovým šetřením jsme posuzovali zájem budoucích klientů o propagovanou nabídku cestovní kanceláře. Informace o práci cestovní kanceláře jsme doplnili řízenými rozhovory s řediteli cestovních kancelářů.

Výsledky: Finsko je perspektivní zemí pro české cestovní kanceláře (viz. Velké možnosti pro outdoorové activity, z hlediska přírodních podmínek i zajištění). Sledovaná cestovní kancelář Periscope Skandinávie úspěšně rozvíjí nabídku zimních zájezdů do Finska. Využívá spolupráce s největší laponskou cestovní kancelář. Potencionální zájemci o zájezdy jsou ve věku 40-60 let, zajímají se o zimní outdoorové activity a zájezdy motivované nezvyklými zážitky viz. polární záře. Sledovaná cestovní kancelář Periscope by měla zlepšit distribuci katalogů, zlepšit webové stránky a zaměřit se na marketing outdoorových aktivit.

Klíčová slova: cestovní kancelář, Skandinávie, Finsko, nabídka, sportovní turismus, cestování, outdoorové activity

BIBLIOGRAPHY

Title of Thesis: Outdoor Activities in Finland as Offered by Czech Travel Agencies
(case study of chosen travel agency)

Author: Bc. Klára Hrbková

Supervisor: Doc. PhDr. Jan Neuman, CSc.

Year of Presentation: 2016

Abstract:

Aims: This thesis is about the winter sport activities available in Scandinavian countries. It presents an analysis of travel agency Periscope Skandinávie, s.r.o. and examines Finnish travel agency Lapland Safaris' range of winter sport activities. This thesis also describes the outdoor activities available in Finland.

Methods: The data presented in this thesis has been acquired by analysing documents produced by travel agencies (reports, figures, catalogues sold). The questionnaire method of research has been used to assess the level of interest future clients show in the offers promoted by the travel agencies. Details about working in travel agencies have been acquired through structured interviews with the general managers of the travel agencies.

Conclusions: Finland is a promising country for Czech travel agencies (please see: Great Prospects for Outdoor Activities in Terms of Nature Conditions and Organisation). The travel agency being examined for the purposes of this thesis, Periscope Skandinávie, is successfully widening its range of winter tours in Finland. The agency cooperates with the largest travel agency in Lapland. Those interested in the tours are generally within the age range of 40-60 years, show interest in winter outdoor activities and tours offering unique experiences, such as the aurora borealis. It is suggested that Periscope Skandinávie improve its catalogue distribution and website, and focus on marketing for outdoor activities.

Key words: travel agency, Scandinavia, Finland, offer, sport tourism, travelling, outdoor activities

Obsah

1. Úvod	1
2. Cestovní ruch a jeho různorodé formy	2
2.1. Význam cestovního ruchu	2
2.2. Sportovní cestovní ruch	6
2.3. Cestovní ruch a agentury v ČR.....	9
2.4. Aktivní dovolená a rekreace v přírodě	12
3. Finsko a vývoj sportu ve Finsku	14
3.1. Sportovní účast a srovnání v EU	17
3.2. Národní parky ve Finsku	21
3.3. Laponsko a jeho specifika	28
3.4. Outdoorové aktivity a sporty ve Finsku	32
3.5. Veřejná přístupnost krajiny ve Finsku.....	39
3.6. Významné organizace rozvíjející aktivity v přírodě.....	43
4. Případová studie zabývající se cestovní kanceláří specializovanou na Finsko	51
4.1. Cíle studie	51
4.2. Dílčí úkoly směřující ke splnění cílů	51
5. Metodologický postup.....	53
5.1. Analýza podkladových materiálů CK – vývoj počtů akcí a výroba a distribuce katalogů	53
5.2. Tvorba a distribuce dotazníku	53
5.3. Řízené rozhovory s majiteli cestovních kanceláří z ČR a Laponska.....	54
5.4. Popis způsobu vyhodnocení výsledků – analýza podkladových materiálů.....	54
6. Komentáře k výsledkům získaných z analýz podkladů, z dotazníků a řízených rozhovorů.....	56
6.1. Historie cestovní kanceláře Periscope Skandinávie s r. o.	56
6.2. Zpětná vazba klientů CK Periscope Skandinávie.....	57
6.3. Analýza prodeje zájezdů.....	59
6.4. Distribuce katalogů.....	63
6.5. Průzkum poptávky po zimních zájezdech do Skandinávie (analýza odpovědí z dotazníku)	66
6.6. Rozhovor s Ing. Petrem Burianem	71
6.7. Charakteristika Lapland Safaris.....	79
6.8. Rozhovor s marketingovým ředitelem Lapland Safaris	82
7. Diskuse	87
8. Závěr	88
9. Použitá literatura	90
10. Závěr	95
11. Přílohy	97
11.1. Příloha 1 - Dotazník.....	97
11.2. Příloha 2 - Tisková zpráva pro nabídku zimního katalogu 2013.....	99
11.3. Příloha 3 - Rozhovor Mr. Rauno Posio	101
11.4. Příloha - Nabídka katalogu CK Periskope.....	106

1. Úvod

V předkládané práci bychom chtěli navázat na výsledky průzkumu bakalářské práce, která analyzovala nabídky outdoorových aktivit cestovních kanceláří. V práci bychom chtěli využít také vlastních zkušeností z práce pro řadu cestovních kanceláří. Cestování, zejména do skandinávských zemí a hlavně Finska bylo naší prací, koníčkem a zároveň způsobem každoročního trávení aktivní dovolené. Mnohé ze zimních aktivit jsme si vyzkoušeli i při dvou soukromých cestách na polární kruh do Rovaniemi a za polární kruh do oblasti Luosto. Letní výprava se uskutečnila do Národního parku Urho Kekkonen. Jezdili jsme také se skupinami jako organizátoři outdoorových aktivit. Neopakovatelné zážitky nás utvrdily, že Finové jsou opravdu jedničkou v nabízených zimních aktivitách. Domníváme se, že Finsko by mělo být destinací všech osob, které se zabývají sporty a pobytem v přírodě. Věříme, že některé naše poznatky pomohou k větší informovanosti o velkých možnostech rozvoje aktivního cestovního ruchu zaměřeného na Finsko.

2. Cestovní ruch a jeho různorodé formy

2.1. Význam cestovního ruchu

Dle knihy „Podnikatelské principy a příležitosti v praxi“¹ patří cestovní ruch celosvětově mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví. Jeho pozoruhodnou vlastností je, že může vytvářet příležitosti bez velkých investic a přinášet v mnoha směrech značnou přidanou hodnotu. Jeho přínosy se projevují v makroekonomických vztazích, v ekonomice mnoha podnikatelských odvětví spjatých s cestovním ruchem i ve vytváření nových pracovních míst, a to i v regionech problémových z hlediska zaměstnanosti. Cestovní ruch je tzv. průřezovým odvětvím: ovlivňuje tedy mnoho dalších hospodářských odvětví, jež pro něj pracují (doprava, stavebnictví, potravinářství a potažmo i zemědělství, výroba nábytku, fotografický průmysl, kartografie, překladatelské služby, tiskařský průmysl, softwarové služby). Tento tzv. multiplikační efekt způsobuje, že každé pracovní místo v cestovním ruchu otevírá možnost vzniku v průměru dalším třem pracovním příležitostem. Nabízí pracovní příležitosti v kvalifikovaných profesích, rozvíjí se a nabaluje na sebe mnoho dalších činností (řemesel, uměleckých řemesel, provozování nejrůznějších sportovních i kulturně-uměleckých činností apod.) a je schopen zaměstnat drobné místní provozovny všeho druhu. Oživuje kulturní, historické, technické či přírodní atraktivity (např. hrady, zámky, muzea, galerie, skanzeny apod.). Z tohoto hlediska poskytuje cestovní ruch značné možnosti pro strukturální změny a rozvoj hospodářství. Význam cestovního ruchu na konci dekády 21. století je nesmírný a pro řadu zemí má význam přímo strategický. Jde zejména o ty země, které se programově profilují jako „rekreační zóna Evropy“ nebo „rekreační zóna světa“ a systematicky na tom pracují.

Objemem tržeb se cestovní ruch řadí do čela světového obchodu, spolu s obchodem s ropou a automobily. V 83% zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38% zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů. Stálé místo cestovního ruchu mezi lidskými aktivitami dokládá skutečnost, že zatím vždy dokázal překonat všechny válečné konflikty, epidemie nemoci i teroristické útoky a po odeznění bezprostředních hrozeb se opět vydal směrem vzhůru. Roční nárůst se tak pohybuje

¹RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal, VAJČNEROVÁ, Ida. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. První vydání. Praha: GradaPublishing, 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

mezi 1-4%, jak je vidět z řady statistik (např. WTTC, WorldTravel and TourismCouncil, www.wttc.org). V souhrnu tak vytváří cestovní ruch více než 10% celkového světového hospodářského výkonu a zaměstnává přes 230 mil. lidí. Každé 12. pracovní místo je tedy spojeno s cestovním ruchem.

Cestovní ruch má však podle UNWTO (World Tourism Organization – světová organizace cestovního ruchu) význam nejenom ekonomický, ale má vliv i na mnohé další lidské činnosti. Podílí se na sociálním rozvoji, je důležitý pro podporu mezinárodního porozumění, míru prosperity, je nástrojem individuálního a kolektivního uspokojení, zdrojem sebevzdělávání a vzájemné tolerance.

Po politických a ekonomických změnách v roce 1989 zaznamenal cestovní ruch v České republice progresivní změny a stal se významnou součástí české ekonomiky. Uvolnění hranic, svoboda podnikání a zpřístupnění devizového trhu se staly spouštěčem rychlých změn na dosud přísně regulovaném trhu cestovního ruchu, které se projevily jednak v obrovském nárůstu poptávky po výjezdech ze strany českých občanů, jednak zvýšením poptávky po „atraktivitě železné opony s velice nízkými cenami a relativně přijatelnými službami“. Česká republika se po revoluci v roce 1989 stala vyhledávaným cílem turistů z celého světa – byla cosi nového, neokoukaného a přitom nepříliš drahého.

Podle Ministerstva pro místní rozvoj ČR vytváří cestovní ruch v naší zemi objem okolo 378 mld. Kč a zaměstnává přes 600 tis. osob. Rozložení cestovního ruchu v České republice je nerovnoměrné. Praha vytváří cca 60% celkového obratu, na všech ostatních třináct krajů pak zbývá přibližně 40% podíl (podrobné údaje sleduje Český statistický úřad na www.czso.cz). Proto se úsilí zodpovědných institucí (ministerstev, krajů) soustředí i na podporu regionů, aby se jejich podíl na celkovém výkonu zvýšil. Má to řadu důvodů: například infrastruktura vytvořená pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k průmyslovému či venkovskému úpadku nebo městské obnově. Na venkově se cestovní ruch včetně tzv. agroturistiky, jež je spojena s pobytem na farmě, stává stále důležitější a vyhledávanou podnikatelskou činností, neboť se snižuje poptávka po zemědělské produkci, resp. zvyšuje se produktivita práce a v zemědělství pracuje stále méně lidí, takže venkovské obyvatelstvo hledá nové náhradní ekonomické aktivity.

Česká republika je díky propracovanému systému značení husté sítě propojených turistických stezek a cest ideálním místem pro aktivní turistiku. Zároveň

různorodost kulturních a architektonických atraktivit či památek zapsaných na seznamu UNESCO vytváří vysoký potenciál pro kulturní, městskou a poznávací turistiku a pro pobyty v lázních. Podle WorldEconomicForum (konference Mundial de Turismo, 2006) je Česko po Itálii celosvětově na druhém místě v počtu těchto památek na počet obyvatel. Kombinace těchto faktorů pak dává naší republice předpoklady stát se atraktivní a navštěvovanou turistickou destinací. Česká republika je výrazně příjezdovou zemí cestovního ruchu, což znamená, že příjezdy vysoce převyšují výjezdy našich občanů.

Cestovní ruch bývá definován vícero způsoby, ale žádný z nich není zcela vyčerpávající. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto složitého jevu, mnohdy v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován. Co možná nejpřesnější definice je důležitá proto, aby bylo možno cestovní ruch sledovat, vyhodnocovat, plánovat a řídit.

Například F.W. Ogilvie (1933) chápe cestovní ruch jako „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“. Tato ekonomicky laděná definice považuje cestovní ruch za součást spotřeby obyvatelstva doprovázenou přesunem kupních fondů do míst cestovního ruchu. Cestovní ruch by měl být chápán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou, jež lze rozdělit do jednotlivých sektorů:

- a) **Sektor ubytovací služby** – poskytovatelé ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po soukromé malé penziony apod.
- b) **Sektor atrakce** – patří sem např. národní parky, kulturní či historická místa a zajímavosti, tematické parky, botanické zahrady, sportovní centra apod.
- c) **Sektor doprava** – letecká, lodní, železniční, automobilová a autobusová doprava, půjčovny a zprostředkovatelé půjčování vozidel.
- d) **Sektor zprostředkovatelé** – touroperátoři, cestovní kanceláře, agentury, sezonní zprostředkovatelé či agenti, organizátoři konferencí, incentivní domy, rezervační systémy a další.
- e) **Sektor organizace** – zahrnuje národní turistické centrály, regionální centra, turistické asociace apod.

Složitost cestovního ruchu je dále podtržena jeho bezprostředním, existenčně nevyhnutelným spojením subjektu s objektem, k němuž dochází při vlastní realizaci

cestovního ruchu. Subjekt – účastník cestovního ruchu – se spojuje se svým objektem – místem dočasného pobytu, kde dochází k uspokojování jeho potřeb konzumentů (strana poptávky); v druhé rovině se jedná o oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, kdy je významnou součástí ekonomiky společnosti (strana nabídky). Z výše uvedeného vyplývá, že cestovní ruch se projevuje jako mnohostranný společenský ekonomický jev.

Studiem zákonitostí, činitelů a faktického rozmístění cestovního ruchu (např. vyhodnocování činitelů a faktického rozmístění cestovního ruchu, analýza cestovního ruchu, vliv cestovního ruchu na změny ve struktuře a rozmístění hospodářství v oblasti, vyhodnocování oblastí podle vhodností pro různé formy cestovního ruchu a pro makroekonomické účely apod.) se zabývá věda nazvaná geografie cestovního ruchu.

Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu (CR) odpovídají potřebám svých účastníků. Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám, zatímco specifické formy uspokojují specifické požadavky jeho účastníků.

Mezi základní formy patří:

- a) **Rekreační CR** – přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka; realizuje se ve vhodném rekreačním prostředí (vody, lesy, hory); zvláštností specifickou pro české prostředí je chataření a chalupaření;
- b) **Kulturně poznávací CR** – je cílený na poznávání historie, kultury, tradic, zvyků apod.;
- c) **Sportovně-turistický CR** – využívá zájmu lidí o aktivní odpočinek, aktivní účast na sportovních činnostech; obsahem může být i organizování pasivní účasti na sportovních akcích;
- d) **Léčebný a lázeňský CR** – je zaměřen na léčbu, prevenci, relaxaci, celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce.

Specifické formy uspokojují zvláštní potřeby nejrůznějších specializovaných spotřebitelských/cestovatelských segment, přičemž nabídka se bude i nadále rozšiřovat v souladu s nejnovějšími trendy v cestovním ruchu. Ke specifickým formám cestovního ruchu patří cestovní ruch mládežnický, seniorský, rodinný lidí s tělesným handicapem, městský, venkovský (“rurální”, tj. spojený s venkovem). Specifickou součástí je agroturistika (tj. cestovní ruch spojený s pobytem na farmě), případně eko-agroturistika

(tj. Cestovní ruch spojený s ekologicky hospodařícími farmami). Dále se hovoří o cestovním ruchu kongresovém a incentivním, chatařském a chalupářském, náboženském, zábavním a atrakčním, gastronomickém. V aktivním cestovním ruchu se využívá cykloturistika, mototuristika, golf, sportovní lov, rybolov, karavanová turistika, nákupní turistika a další.

2.2. Sportovní cestovní ruch

Sport je fenomén, který působí v mnoha oblastech společenského i ekonomického života. Jednou z problematik, jenž sport v kontextu volného času a rekreace generuje, je i cestovní ruch. Ten je v současnosti, zejména se všeobecným rozvojem rekreační turistiky významnou součástí využívání volného času. Například Staden a De Knop ani sport ani cestovní ruch nepopisují jako odvětví, ale jako aktivity, kterých se lidé účastní. Sport je podle nich „zkušeností s pohybovou aktivitou a turismus je o zkušenosti s cestováním a místem“ (Staden a De Knop, 1999,7)

Rada Evropy v roce 1992 formálně definovala sport jako „všechny formy fyzické aktivity, které prostřednictvím neformální nebo organizované účasti vedou k podpoře fyzické kondice a mentální pohodě, formují sociální vztahy a dosahují výsledky v soutěžích na všech úrovních“ (Staden a De Knop, 1999,7)

Turistika je jak uvádí Neuman (2004,4) „v českém pojetí komplexem činností spojených s aktivním pohybem (cestováním) a pobytem v přírodě a vyžadujících řadu odborných znalostí a dovedností. Pro tento okruh činností nacházíme obtížně anglický ekvivalent, neboť trekking, hiking, rambling backpacking nevyjadřují totéž co české termíny“. V této souvislosti je nutné uvést, že tak jako turistika, tak i turismus má kulturně-poznávací, pohybovou a odbornou složku.

Termín „sportovní turismus“ je překladem v angličtině ustáleného pojmu „sport tourism“. Podle teorie cestovního ruchu je správné hovořit o sportovně zaměřeném cestovním ruchu, který patří mezi tzv. specifické formy (druhy) cestovního ruchu. Termín „turismus“ lze chápat jako synonymum pro termín cestovní ruch a rovněž překlad anglického slova „tourism“.

Dle Sekota „specifika hodnotového směřování v zájmové oblasti aktualizují nově se rozvíjející odvětví, pro které se ustálilo označení sportovní turistika.“ Tento autor rovněž definuje dvojí chápání tohoto pojmu. „V užším pojetí jde o cestování vyvolané výhradně účastí na soutěžích sportovních aktivitách, zatímco širší chápání

zahrnuje sportovní aktivity, které tvoří pouze vedlejší součást volnočasových rekreačních aktivit jako účelu cestování“ (Sekot, 2003,116)

V „Dictionary of Sport Studies“ je „sport tourism“ definován (Malcolm 2008, 247) jako všechny formy aktivní i pasivní účasti na sportovních aktivitách organizovaných za komerčním nebo nekomerčním účelem, které si vyžadují pobyt mimo domov nebo pracoviště“. M. Weed jej mimo jiné charakterizuje jako „sociální, ekonomický a kulturně – sociální fenomén doby vytvořený unikátní interakcí aktivit, lidí a míst. Jeho přístup k problematice sport turismu zahrnuje argumenty, že „sport turismus obsahuje stejný poměr aktivit i zážitků, a že lidé a místa se vzájemně ovlivňují, aby tyto zážitky mohli vytvořit“ (Weed, 2008, 20)

Odvětví cestovního ruchu využívá některé z oblastí sportu, které se tak stávají součástí turistické nabídky. Působí pak také jako multiplikátory, které zesilují účinek cestovního ruchu. Jedná se např. o rozvoj turistických center (klasická zimní a letní turistická centra), o nabídku sportovních nebo turistických aktivit – cykloturistika, pěší turistika (Krbová a Čadík, 2004)

Typologie sportovního turismu

Typologie je založená na účelu dané „sportovní cesty“. Ve sportovním cestovním ruchu je evidentní hierarchie turistických aktivit. Sportovní turisté mohou být motivováni jednotlivými sportovními akcemi, kombinací sportovní a nespportovní akce nebo nespportovními akcemi, obsahující sportovní (Gibson, 2006). Rozlišují se tyto typy:

Domácí sportovní turismus „zahrnující více než jednodenní cestu za sportem přesahující vzdálenost 40 km a zahraniční sportovní turistika – je cestou do cizí země za účelem účasti na sportovní aktivitě v pozici diváka, aktivního účastníka či funkcionáře“ (Sekot, 2003,116)

Rekreační a relaxační sportovní turismus někdy také označován jako aktivní. Tento typ je zároveň „masovým turismem“ a jak jsme již uvedli, další ze specifických forem cestovního ruchu. Pro tento typ jsou typické rekreační sporty během dovolené, jakými jsou např. rybolov, golf, jezdeckví, rafting, vodní surfing a horolezectví. Všechny tyto aktivity vyžadují určitou míru sportovních dovedností a nabízejí také možnost soutěžení a zážitku. Někdy mohou mít vzhledem k účelu cesty spíše doplňkovou povahu. To znamená, že jim člověk věnuje během své dovolené příležitostně. (např. vodní lyžování během dovolené u moře). Součástí aktivní dovolené

je především sport a sportování, při kterém se může nejen relaxovat, ale i zlepšit fyzická kondice. Dle jednotlivých druhů sportů můžeme rozlišovat mezi kategoriemi: pěší turistika, horská turistika, cykloturistika, jízda na koni, horolezectví a dále členit na:

- vodní sporty – rafting, sjíždění řek na lodích, plavby, veslování
- mořské sporty – potápění, jachting, kiteboarding
- pobřežní sporty – vodní lyžování, potápění, windsurfing, plavání
- vzdušné sporty – parašutismus, let na rogalu, lety horkovzdušným balónem
- letní sportovní disciplíny – golf, tenis, beach volejbal
- zimní sportovní disciplíny – lyžování, snowboarding a bruslení

Sportovní turismus souvisí i s diváctvím na sportovních akcích. Turisté – diváci se v těchto případech účastní určité sportovní akce, která se koná v jiných zemích a městech než sportovci, trenéři, sportovní tým a fanoušci žijí. Proto můžeme označit tzv. Event tourism (neboli cestování za účelem zhlédnutí či zúčastnění se akce) za další typ sportovního turismu. (Gibson, H. 2006)

Dle našeho názoru jen trochu odlišnou klasifikaci sportovního turismu navrhují profesori Weed a Bull (in Malcolm, 2008,248). Ta jejich zahrnuje pět typů, jenž se vzájemně svým obsahem překrývají, v žádném případě se však vzájemně nevylučují.

Sportovní turismus (Sport tourism) se sportovním obsahem, kdy sport je vedlejší aktivitou a není hlavním motivem/ účelem cesty.

Účastnický „sport tourism“. V jádru ho lze chápat jako sportovní dovolenou, včetně jednodenních výletů. Tento typ je nejspíše tím, co máme pod pojmem sportovní ruch na mysli.

Tréninkový „sport tourism“ je již úžeji specifikován. Obsahuje cesty, kde je primárním účelem sportovní trénink nebo instruktáž. Jedná se o celé spektrum akcí, od víkendového kurzu v plachtění pro začátečníky až k profesionálnímu tréninkovému kempnárodní reprezentace atletů.

Sportovní eventy. Znamená takový turismus, kde primárním účelem cesty je účast na sportovní akci buďto jako přímý účastník (aktivní sportovec) nebo jako divák/návštěvník. Tento typ akce typu Olympijské hry, mistrovství světa až po malé akce na regionální úrovni. Všechny však přitahuje množství cetujících diváků a účastníků.

Luxury sport tourism – není definován konkrétním typem aktivity. Spíše se jedná o kvalitu zařízení, které je navštíveno, využíváno. Jedná se v podstatě o luxusní ubytování, sportovní zařízení a vybavení.

Sport a sportování v jakékoliv podobě může být přínosem pro pobyt kdekoliv a komukoliv. Bezesporu existuje široké spektrum vlivů vycházejících ze sportovního turismu. Sportovně zaměřený cestovní ruch má na společnost přínos především: sociálně – kulturní, zdravotní, environmentální a v neposlední řadě také ekonomický.

Sportovní turismus se stal jedním z největších byznysů ve světě sportu. Stal se již jedním z nejrychleji rostoucích sektorů „průmyslu cestovního ruchu“. „Zahrnuje jak fanoušky cestující sledovat nejrůznější sportovní akce, tak i samotné sportovce věnující se svému sportovnímu odvětví za hranicemi své země. Růst ekonomiky měst, regionů a dokonce i samotných států je závislý na takových cestujících lyžařích či golfístech nebo na divácích cestujícími podpořit své fotbalové nebo hokejové týmy. Sportovní akce pomáhají k celkovému zlepšení míst, které turisté navštěvují za účelem shlédnutí svého oblíbeného sportu, respektive kam přijíždí za svými soupeři“ (Biddiscombe, 2004,10).

Ekonomický vliv je nejvíce zřejmý, neboť sportovní turismus je dynamicky se rozvíjejícím ekonomickým sektorem. Může například zrychlovat růst podílu příjmů z cestovního ruchu na hrubý domácí produkt. „Sportovní zařízení, aktivity, místa a akce jsou schopné generovat návštěvníky odjinud a tito pak dále generují ekonomický benefit v daném místě prodeje. A to konkrétně prodeje ubytování, stravování, dárků, vstupného a ostatní výdaje v zařízeních jako jsou nájemné, jízdné atd.“ (Weed, 2008,377). Sport, obzvláště soutěže a sportovní akce mohou také generovat příjem sponzorů, příjem z médií a infrastrukturu v dané lokalitě. Sekundárně to vytváří tzv. multiplikační efekt. „Sporty v přírodě jako je horolezectví, turistika nebo cykloturistika přispívají stále více k rozvoji venkova a jsou považovány za způsob oživení těchto venkovských oblastí namísto původního zemědělství“ (Malcolm, 2008, 250)

2.3. Cestovní ruch a agentury v ČR

Dle knihy Marketing v cestovním ruchu² cestovní kanceláře představují jediné podniky sektoru cestovního ruchu, které nejsou pouhou podskupinou jiných odvětví.

Cestovní kancelář je základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž předmětem činnosti je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb

²JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu. První vydání. Praha: GradaPublishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

souvisejících s cestovním ruchem. Cestovní kancelář funguje na principu obchodního mezičlánku – prostředníka. Je velkoobchodem, to znamená, že od producenta primárního produktu (dopravce, ubytovacího zařízení, stravovacího zařízení, kulturního, sportovního či zábavního zařízení a dalších poskytovatelů produktů) produkt nakupuje a dále ho v různé formě prodává buď přímo konečným zákazníkům, nebo cestovním agenturám, firmám apod. Cestovní kancelář nese všechna rizika související s prodejem.

Zákon č. 159/1999 Sb.³, o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, vymezuje dvě živnosti – provozování cestovní kanceláře a cestovní agentury.

- **Cestovní kancelář** je živností koncesovanou a vyznačuje se tím, že organizuje a prodává zájezdy, nese plnou zodpovědnost za jejich realizaci.
- **Cestovní agentura** je vázanou živností a prodej zájezdů pouze zprostředkovává.

§ 2 zákona č. 159/1999 Sb.

- (1) Provozovatel cestovní kanceláře (dále jen „cestovní kancelář“) je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kancelář je také osoba, která má v době podpisu cestovní smlouvy sídlo nebo místo podnikání v jiném členském státě Evropské unie nebo v jiném státě tvořícím Evropský hospodářský prostor, než je Česká republika (dále jen „cestovní kancelář usazená na území jiného státu“ musí podnikat na základě oprávnění tohoto státu“). Cestovní kancelář usazená na území jiného státu musí podnikat na základě oprávnění tohoto státu k provozování cestovní kanceláře a musí mít sjednané pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře, nebo být jinak pro tento případ zajištěna, alespoň v rozsahu stanoveném tímto zákonem.
- (2) V rámci živnosti podle odstavce 1 může cestovní kancelář rovněž
 - a) Nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu,
 - b) Organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři za účelem jejího dalšího podnikání,

³159/1999 Sb. Zákon o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

- c) Zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby (dopravce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí apod.),
- d) Zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář; cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkováván,
- e) Prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

Cestovní kanceláře plní řadu funkcí: transformační, překlenování prostoru a času, zkoumání spotřebitelské poptávky, kontaktní, informační, realizační, výchovnou aj.

Produkty, které nabízejí cestovní kanceláře, se liší. Například:

- některé cestovní kanceláře nabízejí pouze domácí destinace, jiné pouze některé zahraniční destinace, další domácí i zahraniční destinace;
- některé cestovní kanceláře nabízejí pouze předem připravené balíčky, jiné je sestavují s klienty;
- některé cestovní kanceláře mají široké portfolio produktů pro mnoho trhů, jiné pouze pro specifické skupiny klientů atd. (Jakubíková, 2009)

Cestovní kanceláře uplatňují různé strategie cenové tvorby, například: některé se specializují na levné zájezdy (masový trh je cenově vysoce pružný); jiné, zejména specializované cestovní kanceláře, uplatňují takové ceny, které jim přináší vyšší marže, což je při malém množství prodejů pro ně nutností; oblibu u mnoha klientů získaly ceny first minute a last minute nebo speciální cenové nabídky dle ročních období, pro rodiny s dětmi, pro rodiny a seniory a další.

Cestovní kanceláře distribuují své produkty buď samy přímým prodejem zákazníkům na svých přepážkách, prostřednictvím internetu, speciálních zařízení umístěných na dopravních terminálech (zejména letištích) apod., nebo prostřednictvím cestovních agentur a cestovních agentů.

Cestovní agentury rovněž fungují na principu obchodního mezičlánku. Cestovní agentury spojují producenta služeb (cestovní kancelář, aerolinie a další dopravce, hotely aj.) se zákazníky. Cestovní agentury slouží různým trhům, například:

- lidem a firmám, kteří vyhledávají informace;

- lidem a firmám i organizacím, kteří si chtějí koupit zájezd;
- firmám, které potřebují zajistit obchodní cesty, animační programy, teambuildingové akce apod.

2.4. Aktivní dovolená a rekreace v přírodě

Aktivní dovolenou lze pokládat za novodobý produkt cestovního ruchu, který vznikl spojením dvou lidských potřeb: sportování a poznávání. Základem vzniku takto trávených turistických cest je lidská snaha přispívat ke zdravému životnímu stylu, touha po zábavě pramenící ze sportu a zároveň touha po poznání autentických lokalit a nezájem o spotřebu standardizovaných produktů. U některých turistů mohou být tyto cesty motivovány také skutečností, že aktivní dovolené příliš nepřispívají k zatěžování životního prostředí. Účastníky aktivních dovolených charakterizuje vlastní pohyb (fyzická aktivita), který vykonávají za účelem přesunu z místa na místo, a to individuálně nebo organizovaně, přičemž v průběhu přesunu poznávají okolní krajinu, přírodu, památky, vesnice a města, jimiž prochází či projíždí. Nezbytnou součástí aktivních dovolených je určitá trasa, jež je vytvořena podle způsobu dopravy, který turista zvolí (loď, kolo, lyže a další). Zároveň je trasa navržena takovým způsobem, aby procházela zajímavými body (vesnice, hrady, jeskyně apod.) a poskytla jedinci nejen uspokojení z pohybu, ale také z poznání.

Ve spojitosti s aktivní dovolenou bývá také často zmiňován dobrodružný cestovní ruch (adventure tourism), který můžeme brát jako specifickou formu sportovního cestovního ruchu. V případě této formy cestovního ruchu přibývá další motivace účastníka, která zahrnuje pocity rizika, adrenalinu, inovativnosti, námahy a řadu dalších (KOTÍKOVÁ 2013). Účastníci dobrodružného cestovního ruchu provozují rizikové či adrenalinové sporty (paragliding, potápění, horolezectví apod.) nebo vykonávají běžné sportovní aktivity extrémním způsobem či v rizikových oblastech (cykloturistika v Bhútánu, přechod hřebene pohoří Rila v Bulharsku, rafting na alpských řekách apod.) (WEBER 2001).

Rekreace v přírodě využívá přírodní zdroje. Rekreace v přírodě je zaměřena na odpočinek, zábavu i vlastní rozvoj. Rozvíjí znalosti, dovednosti a postoje k aktivitám volného času konaným v přírodním prostředí. V centru pozornosti je také rozvoj zdatnosti. Rozvíjí se znalosti a vztahy k přírodním prostředí. Některé programy pro rekreaci v přírodě se zaměřují na podporu odpovědnosti, sebedůvěry, vzájemnému porozumění i vůdcovství. (Neuman, 2012). Největší rozvoj rekreace v přírodě (Outdoor

recreation) lze zaznamenat v USA, kde je rekreace v přírodě mocnou hnací silou v tzv. Outdoorovém průmyslu (Outdoor Industry). Cesty rozvoje rekreace podobným směrem, které nacházíme ve vyspělých zemích, by měly být v pozornosti odborníků v ČR.

3. Finsko a vývoj sportu ve Finsku

Finsko bylo vždy řídkce osídlenou zemí, a tak není divu, že o jeho raných dějinách nemáme mnoho zpráv. První trvalé osídlení země následovalo po poslední době ledové, kdy do oblasti dorazili předkové dnešních Finů a Sámů. Řídké osídlení nebylo ideálním pro vznik státních útvarů, a tak bylo Finsko sjednoceno až švédskými Vikingy, kteří jej od 13. Století začlenili do svého království. Švédská nadvláda přinesla Finsku velký rozvoj, ale také znamenala zapojení do řady konfliktů, zejména s formujícím se Ruskem. Po roce 1809 se ustanovilo Velkovévodství finské. Ruská nadvláda znamenala velký rozvoj národního cítění, a když se carské Rusko začalo hroutit, vyhlásilo Finsko roku 1917 samostatnost. Po krátké občanské válce roku 1918, si Finsko zachovalo svůj demokratický charakter. Na východních hranicích nicméně sílilo napětí se Sovětským svazem, které vyústilo během druhé světové války v přímý útok během takzvané Zimní války let 1939-1940. Po hrdinné obraně se podařilo Sověty odrazit. Na obranu proti Rusům se Finové spojili s nacistickým Německem a v reakci na jeho napadení Sovětského svazu v roce 1940 spustili takzvanou Pokračovací válku. Ta po počátečních ziscích uvázla na mrtvém bodě, ze kterého ji dostala až ruská ofenzíva roku 1944, po které si Finsko vyjednalo separátní mír a muselo donutit německé jednotky v laponské válce ke stažení. Během studené války se podařilo Finsku zachovat si neutralitu mezi oběma soupeřícími bloky a fungovat jako mediátor jejich vztahů. Demokratický stát se integroval s ostatními severskými státy a v roce 1995 vstoupil i do Evropské Unie a později i do eurozóny.

Finsko je severská země, která se čtvrtinou rozlohy rozkládá za polárním kruhem. Finská krajina je rovinatá, necelých 10% pokrývají jezera a 76% souše pokrývají severské lesy. Populace Finska činí 5,3 milionu obyvatel a země je spíše řídkce obydlena. Největší hustota osídlení se nachází v jižním Finsku – v Helsinkách a jeho blízkém okolí, naopak nejmenší hustota zalidnění je v Laponsku. Životní standard ve Finsku je vysoký, země patří mezi vysoce industrializované ekonomiky s volným trhem. Ve Finsku jsou úřední dva jazyky: finština, kterou mluví 92% obyvatel a švédština, kterou hovoří 5% obyvatel. Díky tomu převažuje mezi Finy a švédsky mluvícími Finy určitý kulturní rozdíl. Švédští Finové mají například své vlastní sportovní komunity. Finsko je parlamentní republika, většina výkonné moci náleží vládě, kterou vede předseda vlády vybraný parlamentem. Finsko je administrativně rozděleno do šesti krajů (jižní Finsko, západní Finsko, východní Finsko, Oulu, Laponsko a Ålandy).

Místní vláda je organizována do samosprávných obcí, které spolupracují ve dvaceti regionech.

Finsko je rozlohou šestá největší evropská země (338 145 km²), která se musela vyrovnávat se svojí nevýhodnou geografickou polohou na periferii Evropy a drsnými klimatickými podmínkami. K Finsku patří souostroví Ahvenanmaa (švédsky Åland) na jihozápadě s 3 000 ostrovy (pouze 80 je obydlených). Převážnou většinu území zaujímá plochý a mírně zvlněný terén nížin a plošin. Pouze na severu se terén zvedá, ale horských výšek dosahuje pouze na malém území při hranicích s Norskem na severozápadě. Ledovec, který pokrýval celé Finsko, před několika tisíci lety krajinu zarovnal a zanechal v ní velké množství jezer a morénového materiálu. Oficiální název země – Suomi – znamená „země jezer a bažin“. Finsko má více než 60 000 vesměs velmi členitých jezer zaujímajících téměř 10% rozlohy země a propojených rozvinutým systémem řek a kanálů. Největší jezero Saimaa má plochu 4 400 km². Finsko je od Atlantiku odděleno hradbou skandinávského pohoří i šířkou celého poloostrova a tudíž má výrazně kontinentální klima. Asi 1/5 území, ležící za polárním kruhem, má velmi chladné podnebí. Od listopadu do dubna (na severu od října do května) je země pokryta sněhem, všechna jezera, ale i značná část okolního moře zamrzají. Finsko je nejvíce zalesněnou zemí Evropy. Lesy pokrývají více než 2/3 plochy země.

Oficiální název je Finská republika (zkráceně Finsko), finsky Suomen Tasavalta (zkráceně Suomi). Finsko leží v severní Evropě, je součástí kontinentální Evropy, nikoliv Skandinávie. Sousedí s Norskem (727 km, sever a severozápad), Švédskem (614 km, západ) a nejdlejší hranici má s Ruskem (1 340 km, na východě). Kromě toho má 1 250 km pobřeží Baltského moře (Botnický a Finský záliv).

Finsko je pokryto větší částí severskými lesy (tajga), na severu ve vyšších polohách přecházejícími v tundrové porosty, vodními toky a hlavně jezery. Voda pokrývá 33 672 km² rozlohy státu. Na jezerech je cca 180 000 ostrovů.

Nejvyšší bod Finska je hora Haltiatunturi 1 328m n. m. Je to však hora spadající do tzv. Skandinávského hřbetu v severovýchodním výběžku Finska. Běžná nadmořská výška finských vrcholů málokdy přesahuje 600 m n. m.

Ve Finsku platí východoevropský čas, v létě se, podobně jako u nás, přechází na čas letní. Znamená to tedy, že ve Finsku je vždy o hodinu více než u nás.

Zeměpisná poloha a geografie má velký vliv na sportovní aktivity ve Finsku. Je to dost podstatné na rozložení outdoorových aktivit. Jižní jezernatá část Finska je proto přímo předurčena k provozování vodních sportů. Severní část Finska je hornatější,

chladnější a je součástí Laponska, které se rozkládá na území severských států (Švédsko, Norsko, Finsko, Rusko – poloostrov Kola). Hranice Laponska nejsou nijak geograficky stanoveny, ale nic se nezkazí, když se uvede, že je to od severního polárního kruhu na sever. V některých místech, ale i jižněji, protože je to závislé na výskytu sobích stád a tím i Laponců (přesněji Sámů). Sámové jsou národem polárních (jak severních, tak jižních) oblastí světa.

Při srovnání stejných zeměpisných šířek severní Evropy a Aljašky s Kanadou zjistíme, že u nás v Evropě máme vlivem Golfského proudu o mnoho mírnější podnebí a tím i vhodnější k provozování sportovních aktivit jak letních, tak zimních. K tomu máme také potřebné zázemí civilizační infrastruktury (veškerá doprava, ubytování, zásobování, služby atd.) (Eino Jutikkala, Kauko Pirinen, 2001)

Vývoj sportu ve Finsku – Finsko bylo součástí švédského království od 12. století do roku 1809. Poté bylo součástí carského Ruska až do roku 1917, kdy Finsko získalo nezávislost. Během 19. století vznikaly první společenské spolky a zárodky organizací. Pochopitelně se to týkalo i sportu. První sportovní klub je datován k roku 1856. Sportovní aktivity a účast finských sportovců v mezinárodních soutěžích přispěla velkou měrou k budování národní identity a cestě k nezávislosti. V důsledku dvou válečných střetnutí proti Sovětům na konci čtyřicátých a na začátku padesátých let se Finové báli o svoji nezávislost, přineslo to politické a sociální důsledky. Následující dekády šedesátých a sedmdesátých let jsou ve znamení budování prosperujícího státu. Navzdory zvyšování počtu sportovních organizací, jsou 50. a 60. léta charakterizována jako období amatérismu. Sport byl organizován s minimálními náklady. Šíření informací, strategie a pravidla soutěže se utvářejí vždy během sportovních turnajů a závodů. Politika sportu byla formulována až v 70. letech do dvou hlavních směrů: elitní sport jako výkonnostní cíl a sport jako představitel zdravého životního stylu pro společnost. Během 80. let můžeme vysledovat systematizaci a vytváření organizačních struktur ve sportu. Silnou podporou pro sport se stal zdroj finančních příjmů od municipalit a od sportovních federací. Sport se stal součástí vzdělávacích institucí a manažerských oblastí. Postupem let se měnil pohled na jádro a hodnotu sportu. Zatímco v 50. a 60. letech byl v popředí zájmu soutěžní sport, v 70. a 80. letech se sport stal volnočasovou aktivitou pro společnost.

Sport je ve Finsku opravdu masovou záležitostí, je to jejich životní styl. Zejména pak všechny aktivity v přírodě. Rozdělení sportovní činnosti, aktivit:

- a) **Sport vrcholový** jedná se o letní a zimní sporty olympijské a další, ve kterých se pořádají mistrovství, ať už to jsou sporty individuální nebo kolektivní). V současné době se jedná o vrcholové sportovce, nesmíme opomenout, že hokej je finským národním sportem. V zimě se ve Finsku všechna hřiště napustí vodou, která v listopadu nebo v prosinci zmrzne. Celou dlouhou sezónu pak za pomoci roleb udržují kvalitní let. Vstup na hřiště je samozřejmě zdarma a umělé osvětlení je zapnuté dlouho do noci.
- b) **Sport výkonnostní** je charakterizován hlavně tím, že je amatérský. Jinak má stejný cíl – dosažení co nejlepších výsledků.
- c) **Sport rekreační** je ve Finsku právě nejvíce rozšířen a také podporován na všech úrovních (na všech stupních škol i v běžném životě).
- d) **Sport komerční**, kam patří sporty a sportovní aktivity, zejména outdoorové. Nejedná se o nějaké systematické provozování sportovních aktivit za účelem dosažení určité úrovně, výsledku, vítězství apod., ale pouze o víceméně pasivní seznámení se s nějakou sportovní aktivitou. Ve Finsku je tato činnost hlavně zaměřena na klienty CK a individuální turisty.

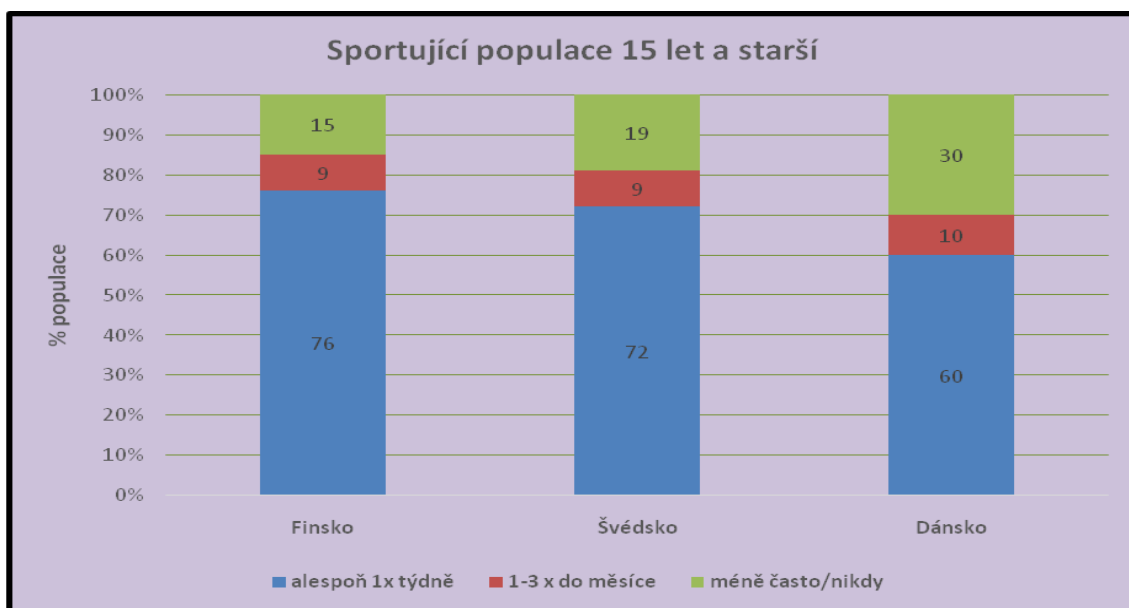
3.1. Sportovní účast a srovnání v EU

Sportovní účast v EU: trendy a rozdíly

Z následujícího grafu č. 1 můžeme vidět jak je na tom sportovní populace v severských státech. Je vidět, že Finsko je jedničkou v provozování sportovních aktivit a drží si tak přední příčku oproti Švédsku a Finsku. Alespoň 1x týdně sportuje 76% finské populace.

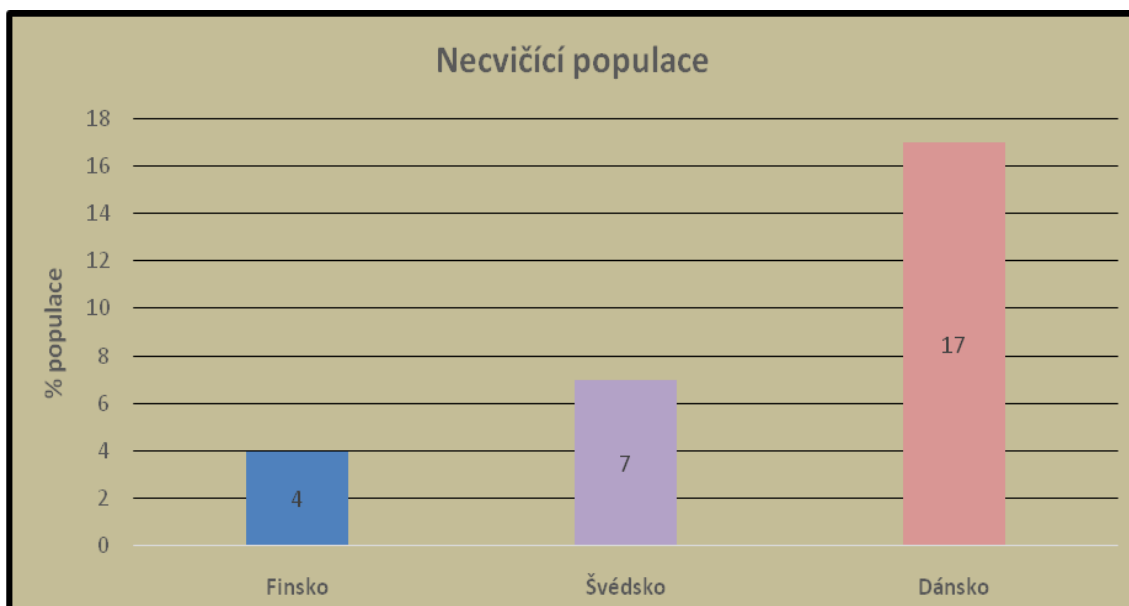
Z následujícího grafu č. 2 je vidět, že Finsko absolutně vede před Švédskem a Dánskem a má nejnižší procento necvičící populace, tímto se ukazuje, že jsou opravdu finové velmi sportovní národ, který provozuje velké množství sportovních aktivit. Finsko má velmi dobré podmínky pro sportující populaci.

Graf č. 1 – Sportující populace 15 let a starší (2005, Sport participation in the EU)



Zdroj: Sport participations in the EU

Graf č. 2 - Necvičící populace (2005, Sport participation in the EU)



Zdroj: Sport participation in the EU

Nejoblíbenější sporty

Z následující tabulky č. 1 je vidět oblíbenost sportovních aktivit u seniorů (66-79 let). U seniorů jsou uvedeny počty osob provozujících v jednotlivých letech sportovní aktivity. Nejoblíbenější outdoorovou aktivitou se stala chůze a první místo a oblíbenost si zajistila ve všech letech od roku 2008 – 2010, druhou nejoblíbenější aktivitou se stala

jízda na kole, důvodem může být i velká oblíbenost tohoto sportu ve Finsku, vzhledem k velkému množství cyklistických stezek a třetí nejoblíbenější outdoorová aktivita je chůze s holemi tzv „nordic walking“, který je ve Finsku velmi oblíbený.

Tabulka č. 1 – Nejpopulárnější sportovní aktivita u seniorů (66-79 let) ve Finsku v letech 2008 - 2010

Aktivita	2008	2009-2010
Chůze	393.000	369.000
Jízda na kole	160.000	133.000
Chůze s holemi	112.000	157.000
Běžecské lyžování	99.000	119.000
Gymnastika	95.000	121.000
Plavání	89.000	92.000
Posilování	43.500	69.000
Vodní gymnastika	36.000	36.000
Tanec	19.500	11.500
Kondiční běh	15.500	13.000
Rybaření	11.500	14.000
Golf	10.000	13.000
Lov	9.500	18.000
Turistika	7.500	7.500

Zdroj: The Most Popular Sports

Z následující tabulky č. 2 vyšlo, že nejpopulárnější sportovní aktivitou u obyvatel Finska ve věku 3-18 let je fotbal, tento sport si drží prvenství oblíbenosti ve Finsku od roku 1995 až 2010, další oblíbeným sportem je jízda na kole, stejně jako u seniorů, vyšla tato aktivita v oblíbenosti na druhém místě a třetí nejoblíbenější sportovní aktivitou je běžecské lyžování, dá se to předpokládat vzhledem k upraveným běžecským tratím, které ve Finsku jsou. Zajímavé je, že hokej, který se dá ve Finsku také považovat za národní sport, vyšel v oblíbenosti až na devátém místě.

Tabulka č. 2 – Nejpopulárnější sportovní aktivita u obyvatel ve Finsku ve věku 3-18 let

Aktivita	1995	1997-1998	2001-2002	2005-2006	2009-2010
Fotbal	157.000	182.000	261.000	230.000	217.000
Jízda na kole	88.000	179.000	261.000	202.000	180.000
Běžecské lyžování	100.000	163.000	195.000	190.000	147.000

Aktivita	1995	1997-1998	2001-2002	2005-2006	2009-2010
Plavání	112.000	160.000	202.000	182.000	160.000
Kondiční běh	58.000	84.000	113.500	133.000	149.000
Florbal	96.500	127.000	160.000	131.000	144.000
Bruslení	63.500	92.000	125.000	121.000	115.000
Chůze	72.000	113.500	132.000	113.000	114.000
Lední hokej	112.500	129.000	116.000	105.000	101.000
Atletika	64.000	68.000	75.000	72.000	54.000
Gymnastika	51.000	51.000	70.500	67.500	83.000
Tanec	40.000	45.000	70.000	70.000	78.000
Jízda na koni	47.000	54.400	53.000	53.000	63.000
Posilování	23.000	38.000	35.000	50.000	63.000
Sjezdové lyžování	48.000	50.000	50.000	52.000	57.000
Snowboarding		21.000	32.000	23.000	10.500

Zdroj: The Most Popular Sports

V tabulce č. 3 vidíme oblíbenost sportů ve Finsku u věkové kategorie 19-66 let. Nejoblíbenější sportovní aktivitou je chůze, druhou oblíbenou sportovní aktivitou je jízda na kole. Zajímavé je, že tento výsledek vyšel u všech tří věkových kategorií, u všech skupin vyšla jízda na kole na druhém místě v oblíbenosti sportů. Třetí oblíbenou aktivitou je běžecké lyžování, pro které má Finsko dobré předpoklady.

Tabulka č. 3 – Nejpopulárnější sportovní aktivita u obyvatel ve Finsku ve věku 19-66 let

Aktivita	1994	1997-1998	2001-2002	2005-2006	2009-2010
Chůze	2.000.000	2.160.000	1.990.000	1.840.000	1.790.000
Jízda na kole	660.000	1.000.000	922.000	828.000	845.000
Běžecké lyžování	660.000	724.000	732.000	747.000	663.000
Plavání	510.000	573.000	520.000	578.000	575.000
Posilování	377.000	341.000	359.000	524.000	713.000
Chůze s holemi			300.000	444.000	454.000
Florbal	94.000	148.000	175.000	223.000	210.000
Aerobik	179.000	211.000	182.000	190.000	532.000
Fotbal	105.000	103.000	117.000	160.000	140.000
In-line bruslení		33.000	150.000	156.000	131.000
Sjezdové lyžování	193.000	172.000	150.000	143.000	141.000

Aktivita	1994	1997-1998	2001-2002	2005-2006	2009-2010
Badminton	174.000	171.000	127.000	142.000	151.000
Bruslení	67.000	59.000	60.000	56.000	88.000
Snowboarding		8.000	17.500	29.000	30.000

Zdroj: The Most Popular Sports

3.2. Národní parky ve Finsku

Finsko má vynikající síť národních parků a dalších chráněných oblastí, který spravuje Metsähallitus (Finská správa lesů a parků; www.outdoors.fi). Podle posledního sčítání zde najdeme 37 národních parků s celkovou rozlohou přes osm tisíc kilometrů čtverečních. Téměř stejně velkou plochu zaujímají chráněná území jiných kategorií, zatímco další oblasti jsou prohlášeny za přírodní rezervace. Celková rozloha chráněných území jakéhokoli druhu činí 30 000 km² – kolem 9% celkové rozlohy Finska.

O všech těchto oblastech poskytuje Metsähallitus podrobné informace na svých webových stránkách a vydává také prospekty, jež jsou k dispozici v informačních centrech národních parků po celé zemi.

Nejrozsáhlejší a nejzachovalejší národní parky najdeme v severním Finsku, zejména v Laponsku, kde obrovská území divoké přírody lákají k vycházkám, výletům na běžkách, rybaření nebo projížďkám na kánoích.

Mnohé národní parky mají na turistických trasách vynikající síť dobře udržovaných chat, jež poskytují možnost přespát zdarma v příjemném prostředí.

Nejzajímavější národní parky Finska podle zkušených průvodců

Informace jsme čerpali z knihy Lonely Planet (Finland)

Lemmenjoki - v tomto známém parku se nachází široké řeky a vzrostlé pralesy; ze zvířat jsou zde k vidění orlí skalní a sobi, park je vhodný pro pěší turistiku, projížďky na lodkách, rýžování zlata (nejvhodnější doba na navštívení parku je měsíc srpen – září)

Linnansaari a Kolovesi – v těchto dvou národních parcích se nachází přitažlivá jezera a v nich sladkovodní tuleni; jezera jsou vhodná pro kanoistiku (nejvhodnější doba pro turistiku je v měsících květen – září)

Oulanka – v tomto národním parku jsou k vidění hlavně borové lesy a údolí řek; ze zvířat můžeme vidět losy, orly mořské; z fauny zde můžete vidět orchidej Calypso bulbosa. Tento park je vhodný pro pěší turistiku po medvědím okruhu, kanoistiku, rafting (nejvhodnější doba na návštěvu parku a outdoorové aktivity je konec června – září)

Urho Kekkonen – tento národní park, kde se hlavně nachází hory, močály a jsou zde k vidění stará sámská sídla; ze zvířat jsou zde ve velkém množství k vidění sobi, veverky poletušky. Park je vhodný pro pěší turistiku, výlety na běžkách, rybaření (nejvhodnější doba pro pěší turistiku a outdoorové aktivity je červenec – září a listopad – duben)

Jihozápadní souostroví a Souostroví Ekenäs – řada malých ostrůvků a útesů; k vidění jsou zde tuleni, kajky mořské, husy velké. Vhodné na výlety na lodkách, rybaření (nejvhodnější doba na navštívení parku je květen – září)

Nuukio –to je les velmi blízko Helsinek; kde se nachází hlavně datli, losi, potápky. Jsou zde přírodní stezky, které jsou vhodné pro pěší turistiku a cykloturistiku (nejvhodnější období k outdoorovým aktivitám je květen – říjen)

Patvinsuo – zde jsou hlavně rozlehlé močály a pralesy; k vidění jsou zde medvědi, bobři, jeřábi. Vhodné pro pěší turistiku (nejvhodnější období k návštěvě je červen – říjen)

Pallas – Yllästunturi – zde jsou hlavní zvláštností zvlněné kopce; ze zvířat jsou zde k vidění medvědi, sněhule severní, bělokur horský. Vhodné pro pěší turistiku a v zimě pro lyžování (nejvhodnější období na navštívení parku jsou měsíce červenec – září a listopad – duben). (Lonely Planet Finland 2012)

Pěší turistika

V letních měsících umožňuje skvělý systém národních parků podnikat nezapomenutelné pěší túry po celém Finsku. Zázemí na jednotlivých trasách poskytují tábořiště s nejrůznějšími přístřešky a sruby k přespaní, takže několikadenní výprava do divočiny nepředstavuje žádný problém.

Národní parky nabízejí vynikající značené turistické stezky a většinu přírodních oblastí křížuje množství pěšin. Noci jsou v létě krátké nebo vůbec neexistují, můžete tedy chodit tak dlouho, jak si vaše srdce bude přát nebo vaše nohy dovolí.

Je důležité si uvědomit, co finská krajina nabízí a co ne. Najdete zde borové a březové lesy, nízké zvlněné kopce, jezera třpytící se jako drahokamy a prudké a mocné řeky. Nečekejte impozantní hory, fjordy, útesy a hluboká údolí; to není Finsko.

Turistická sezona probíhá na většině území od konce května do září. V Laponsku není země na pěší turistiku dostatečně suchá až do poloviny června a během července vás zase skutečně potrápí dotěrní komáři. V první polovině září nastává podzimní turistická sezona, kdy se lesy rozzáří úchvatnými podzimními barvami.

Chodit do přírody na různé dlouhé a náročné výlety je samozřejmostí v rodinách i ve školách. Mnoho skupin žáků a studentů s učiteli, podnikají vícedenní turistické přechody. Na celém území Finska jsou k dispozici stovky vybavených kempů, ale také velké množství tábořišť ve volné přírodě ke stanování zdarma. Jsou tu zdroje pitné vody, vybavena ohništěm, zásobou dřeva na topení včetně pily a sekery. Na většině míst už instalují informační tabule s mapou okolí a potřebnými informacemi v několika jazycích. Na celém území jsou tisíce kilometrů turistických tras, které jsou z velké části využívané také na lyžařskou turistiku. Jenom se tam nesetkáme s takovým značením, jako u nás. Na rozcestích jsou ukazatele směru a vzdálenosti a podél cest pak dřevěné tyče s křížem. V poslední době hlavně v místech s vyšší návštěvností značení zdokonalují o sloupky po jednom kilometru.

Doporučené trasy

Ve Finsku se můžeme vydat na pěší túru kamkoli, ale národní parky a rezervace mají značené stezky, vyhrazená místa na rozdělání ohně, dobře udržované chaty a dřevěné chodníčky přes bažinatá území.

Hlavní turistickou oblastí je Laponsko se svými obrovskými národními parky, ve kterých najdete dobře vybavené chaty na přespání a skvělé turistické trasy. K dalším klasickým oblastem vhodným pro pěší turistiku patří Kainuu a Koillismaa, stejně jako severní Karélie.

V následující části přinášíme popis některých doporučených tras. Pro všechny se ve Finsku dají koupit vynikající turistické mapy.

Hetta-Palastunturi – Jedna z nejlepších tras v západním Laponsku prochází 55 km národním parkem. Vede světlými lesy a přes oblé kopce, z nichž se otvírá úžasný výhled.

Karkunkierros (Medvědí okruh) – Tato okružní stezka v severním Finsku je nejznámější ze všech finských turistických tras. Vede 80 km přes skály, rokliny a lesy.

Karhunpolku (Medvědí stezka) – Tato 133 km dlouhá značená turistická trasa střední obtížnosti vede na sever od města Lieksa a prochází řadou krásných národních parků a přírodních rezervací.

Trasa Kevo – Báječné pěší túry od 64 km do 78 km nezapomenutelným kaňonem v přísné přírodní rezervaci na severu Laponska.

Trasa UKK (Urho Kekkonen) – kolem východní hranice Finska jsou dosud k nalezení izolované oblasti stále vzácnější divoké krajiny v původní podobě. Nejlépe se dají užít

v rámci tohoto treku Urho Kekkonen (UKK). Je to nejdelší a nejkrásnější trek v zemi a vede z karelského Koli do Syöte. Tato nejdelší turistická cesta v zemi, procházející napříč severním Finskem, měří 240 km. Začíná u vrchu Koli, pokračuje podél západního břehu jezera Pielinen a končí u Iso-Syöte. Další úseky této trasy vedou na východ.

Mapy a značení – Ve většině národních parků a přírodních rezervací je velké množství značených cest. Vycházejí od parkovišť a nabízejí okruhy pro všechny, někdy dokonce i pro vozíčkáře. Hlavní cesty jsou poměrně dobře značené. Přehledná schémata cest najdete přímo na stránce jednotlivých parků. Kvalitnější topografické mapy online nabízí portál Retkikartta.fi. Přehlednější mapy všech turistických oblastí ve Finsku můžete zakoupit ve většině knihkupectví. Nejširší výběr je v Helsinkách a kdo tudy projíždí, určitě by neměl odkládat nákup mapy na pozdější dobu. Několik map můžete zakoupit i před odjezdem v České republice. (např. KIWI, svět map a průvodců, Praha a CK Periscope Skandinávie)

Na kvalitní turistické značení v národních parcích můžeme spoléhat na hlavních turistických okruzích. Do méně navštěvovaných částí národních parků a přírodních rezervací by se žádný Fin nevydal bez podrobné mapy a kompasu, ačkoliv i zde cesty obvykle bývají dobře značené. Absolvování dálkových turistických a lyžařských tras mimo národní parky vyžaduje kvalitní mapu s vyznačenou cestou. (Lonely Planet Finland, 2012)



Obrázek č. 1 - Národní parky

Používání turistických chatek v Národních parcích

Metsähallitus (Správa lesů a parků) provozuje v národních parcích a chráněných oblastech rozsáhlou síť bezplatných, řádně udržovaných chat. Sruby mají zpravidla palandy, základní kuchyňské vybavení, záchod. Od návštěvníků se očekává, že opustí chatu v takovém stavu, v jakém jste ji našli, například, že doplní dříví a odnesou si své odpadky. Podle finského „pravidla divočiny“ se nejlepší místo na spaní dává tomu, kdo

dorazí poslední, ale na frekventovaných trasách uprostřed turistické sezony se vyplatí mít s sebou stan. Některé chatky vyžadují rezervaci předem nebo mají oddělenou, uzamykatelnou část, která bývá za určitý poplatek a musí se zamluvit předem. Rezervace se finsky řekne „*varaustupa*“.

Další rozmanité stavby, včetně chýší a *kota* (obydlí Sámů) ve stylu týpí jsou v Laponsku, určeny na vaření nebo mohou posloužit jako dočasný úkryt před nepřízní počasí. V *laavu* (jednoduchém přístřešku z kulatin bez oken a dveří) se můžete pohodlně natáhnout ve svém spacím pytli. *Laavu* je dočasné obydlí používané Sami obyvateli severní Skandinávie. Má podobný tvar jako původní indiánské týpí, ale je méně vertikální a více stabilní při silném větru. Umožňuje domorodcům na holých pláních severní Skandinávie a vysoké Arktidy Eurasie, aby následovali jejich stáda sobů. *Laavu* je ještě používáno jako dočasné útočiště pro Sámské obyvatele, a stále více pro jiné lidi pro táboření. Nemělo by být zaměněno s *goahti*, což je jiný typ obydlí než finské *laavu*.

Na obrázku č. 2 vidíte ukázkou typického obydlí Laavu, které se nachází v Národních parcích



Obrázek č. 2 - Laavu, Finland

Na obrázku č. 3 vidíte ukázkou typického obydlí Laavu (Kota), které se nachází v Národním parku Urho Kekkonen



Obrázek č. 3 - Laavu, Urho Kekkonen

Poznámky k bezpečnosti

Finská příroda by se neměla podceňovat. I zdánlivě klidná túra severským lesem se může proměnit v drama. Důležité je u sebe mít krabičku první pomoci. Na některých místech se totiž nelze spolehnout ani na signál mobilního telefonu. V tomto případě je

nejlepší vylézt na nějaký strom, dostat na otevřenější místo a vyjmout SIM kartu a zkusit volání na číslo 112. Příjezd zdravotníků z nejbližší nemocnice trvat mnoho hodin.

Nesmí se spolehat na vlastní orientační smysl, v divočině je toulání po přírodě náročnější. Lišejníky nerostou jenom na severní straně stromů. Orientačních bodů je poskrovnu a pochodovat k nejbližší silnici v jednom směru může trvat i mnoho dnů. V cestě může překážet nepřekonatelná bažina. Proto je dobré mít s sebou vždy kompas a umět s ním dobře zacházet. Ještě bezpečněji najdeme cestu s GPS.

Počítat se musí se změnami počasí. Na závěr nádherného dne může přijít déšť, který mnoho hodin nepřestane. Mrznout v Laponsku může i kdykoliv během léta. I na nejlépe značených cestách v národních parcích může přijít překvapení. (Lonely Planet Finland, 2012) Na obrázku č. 4 vidíte ukázkou cesty v Národním parku, která je typická pro přechod ve všech Národních parcích



Obrázek č. 4 – Cesta v Národním parku

3.3. Laponsko a jeho specifika

Laponsko je nejsevernější částí Finska, pokrývá v celku asi 90 000 km² nebo skoro jednu třetinu celkové rozlohy Finska, má hranice na západě se Švédskem, na severu s Norskem a na východě s Ruskem. Hlavní město Laponska je Rovaniemi, leží na polárním kruhu, na soutoku dvou velkých řek Laponska the Kemijoki a Ounasjoki – centrální region má populaci 65 000 obyvatel. Populace – v roce 2010 bylo Laponsko domovem asi pro 185 000 obyvatel, kvůli rozšířené expansi, je hustota obyvatel 2 lidé/km². Dnešní obyvatelstvo Laponska je hlavně směs lidí z celého Finska. Původní obyvatelé nazývání Sámi, představují menšinu pouze 7 000 obyvatel. „Sámi“ jsou poslední původní obyvatelé v Evropě. Sámi profitují z mnoha stanov, aby si zabezpečili tradici pro budoucí generace. Finsko je domovem pro asi 7 000 „Sámů“ lidí, z kterých

přes polovinu žije ve venkovské sámské obci Utsjoki, Enontekiö, Inari a v severním regionu Sodankylä. Díky poloze je Laponsko kulturně ovlivněno ze všech směrů. Nezbytnou součástí kultury Laponska je rýžování zlata, které způsobuje zlatou horečku. Zlatá horečka dosáhla vrcholu na začátku dvacátého století. Typickým znakem Laponska je polární záře (obrázek č. 8).

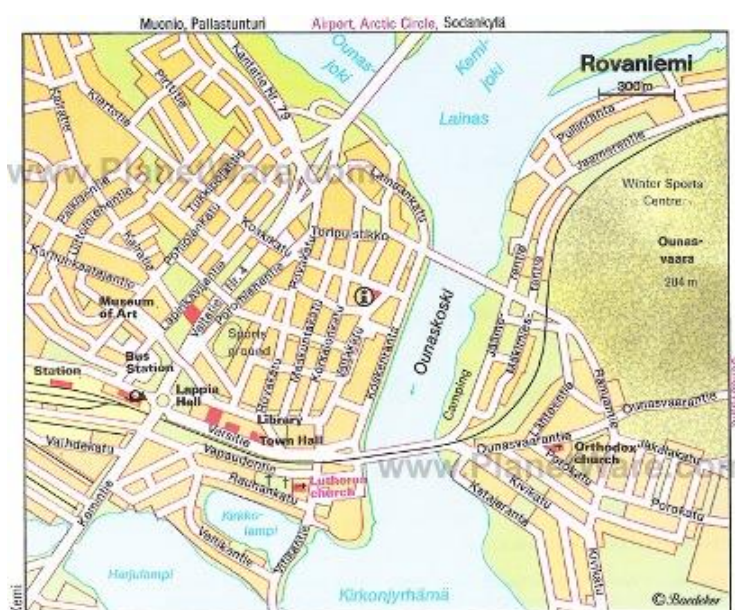


Obrázek č. 5 - Polární záře v Laponsku

Rovaniemi

Rovaniemi je hlavní město Laponska, je to centrum obchodního dění, kultury, sportu a služeb. Nachází se v místě, kde se střetávají řeky kemi a Ounas a většina obyvatel žije na břehu těchto řek. Rovaniemi je umístěno přímo na vrcholu polárního kruhu $66^{\circ}32'35''$, to znamená, když vrcholí zima, slunce nevychází nad horizont, dělá delší a tmavší dny, ale je plná světla z polární záře viditelné v oblacích a sníh září v měsíčním svitu. Na vrcholu léta každopádně slunce nepřestane vytvářet magický letní zážitek ve zlatém světle, který vrcholí polární nocí. Slunce se dostane k horizontu a ihned vychází. V létě nikdy nezapadá. Rovaniemi má univerzitu a živý kulturní život. Během zimy je to centrální místo, kde se koná nejvíc událostí na náměstí v centru města, kde jsou vánoční trhy, závody sobů a místo, kde se konají ostatní události. Dvě obchodní centra Samposkeskus a Revontuli – Rinteenkulma vytvářejí zónu nakupování v centru města. Dobře poskytnutý systém služeb, každého ujistí, že město může naplnit potřeby kohokoliv z oblastí života, prázdnin, kongresů, obchodů, výlety a polární dobrodružství. Santa Claus vesnice, je jedna z hlavních atrakcí v Rovaniemi a

spolu se safari, muzeem, centrem věd a nesčítaným množstvím sportovních aktivit. V prosinci 2012 bylo celkové číslo občanů 60 877, ale toto číslo se snižuje o ty obyvatele a mezinárodní studenty, kteří nemají registrovaný pobyt v Rovaniemi. Zaměstnanost je zabezpečována v soukromých nebo veřejných službách, stavebnictví, průmyslu, zemědělství a lesnictví.



Obrázek č. 6 - Mapa města Rovaniemi

Vysokoškolské vzdělávání v Laponsku

Školy a instituce vyššího vzdělávání v Laponsku poskytují širokou nabídku míst, ze kterých si můžete vybrat to pro vás nejvhodnější.

Pokud uvažujete o vzdělání v konkrétním oboru, stojí za to zvážit nabídku vyšších odborných škol. Ve vyšších odborných školách můžete studovat v tzv. programu „Double Degree“, který kombinuje studium klasické VŠ s odborným studiem. Úspěšné dokončení tohoto programu je možné téměř v každé obci v Laponsku.

Pro dospělé jsou tu možnosti profesních akademií, vyšších odborných škol i institucí vysokého školství. Můžete studovat základní odborný stupeň nebo kratší doplňková, specializovaná studia. Na vysokých školách je možnost pokračovat ze základního na tzv. polytechnický stupeň. Prozkoumejte nabídku na webových stránkách vysokých škol a navzujících programů.

Laponská sportovní akademie v Rovaniemi je sít' vzdělávacích zařízení a partnerských organizací s cílem úspěšně kombinovat studium a kariéru ve sportu.

Laponský institut pro výzkum a vzdělávání v oblasti cestovního ruchu

Všechny vzdělávací instituce poskytující studium v oblasti cestovního ruchu, výzkumu a vývoje, dále učitelé v cestovním ruchu a výzkumníci v Laponsku utváří oficiálně tzv. Instituci pro cestovní ruch.

Laponská univerzita aplikované vědy a Univerzita Laponska utváří Sdružení laponského vyššího vzdělávání.

Univerzita Laponska a Laponská univerzita aplikované vědy spolu s Letní univerzitou Laponska a regionů Laponska utváří spolupracující síť škol, tzv. Regionální univerzitu Laponska.

HUMAK Univerzita aplikované vědy, Tornio

Univerzita aplikované vědy HUMAK je zaměřená na humanitní obory, pedagogiku a kulturní obory. HUMAK má své areály v celkem 11 městech. Akademický areál Tornio, HUMAK se nachází u řeky Torne blízko švédských hranic s dobrou dopravní dostupností. Tornio je známé především svou specializací na vzdělávání v oblasti outdooru a sportu a také svou mezinárodní aktivitou. Fakulta nabízí studium ve společensky prospěšných i mezinárodních oborech. Absolventi této fakulty nacházejí zaměstnání velmi snadno.

Tornio je mimo jiné sídlem sportovního areálu a pracovního oddílu mládeže, kde komunitní učitelé mohou dosáhnout absolutoria. Může se zde studovat v 7 různých humanitních, kulturních a pedagogických oborech. Kromě komunitních učitelů mohou Fakultu HUMAK vystudovat také kulturní producenti a překladatelé znakové řeči.

Know-how studentů je zvyšováno profesním růstem podporovaným praktickými tréninky na různorodých pracovištích, studentských projektech a pracech založených na reálném životě. Dále rozvojové projekty realizované spolu s firmami spolupracujícími s Univerzitou HUMAK poskytují studentům přirozené prostředí pro zapojení se do pracovního života.

Univerzita HUMAK vyvíjí spolupráci s firmami v sektorech podle studijních oborů. Pro firmy je možné skrze nás nabírat zaškolující se nováčky, využít studentské odborné práce a projekty, stejně jako zaměstnat experty vystudované v oboru odpovídajícím pracovní náplni.

Poskytuje se vzdělání spicální v tělesné výchově a mládežnické práci v kulturním managementu a překladatelství znakové řeči ve formě rozvojových projektů ve vzdělávacích a odborných službách.

Vzdělávání v oblasti zážitkových služeb

Specializované studijní obory bez titulu jsou odborné programy doplňující klasické vzdělání pro potřeby pracovního života. Specializovaný modul v oblasti zážitkových služeb je určen pro odborníky, kteří absolvovali v oblasti pedagogiky, práci s mládeží nebo instruktoři, kteří hledají další znalosti do praktického života v těchto profesích.

Turistické cesty

Oblasti pro outdoorovou turistiku jsou udržované státem a jsou určené pro lidi milující povznášející zážitky z přírody. Tyto oblasti mají vše potřebné pro outdoorové výlety, počínaje označenými trasami, tábořišti, menšími přístřešky a konče chatkami v divočině. Ať už se chystáte na celodenní výlet nebo delší túru, můžete využít těchto oblastí podle potřeby.

Laponsko má dvě hlavní rekreační oblasti: Severní polární kruh a oblast Inari. Tyto regiony nejsou oficiálními rekreačními oblastmi, ale byly založené na základě rozhodnutí organizace Metshallitus (dříve Správa finských lesů a parků). Přesto služby na těchto místech odpovídají těm z oficiálních rekreačních oblastí. (Zdroj: <http://www.humak.fi>)

3.4. Outdoorové aktivity a sporty ve Finsku

Letní outdoorové aktivity

Cykloturistika

V létě patří k nejlepším způsobům cestování po Finsku jízda na kole. Země je rovinatá, hlavní silnice jsou v dobrém stavu a doprava bývá ve srovnání s jinými místy v Evropě velmi slabá. Výlety na kolech usnadňují i liberální pravidla táboření, vynikající možnosti ubytování v chatách na oficiálních tábořištích a dlouhé dny v červnu a v červenci. Cykloturistika se dá provozovat na území celého Finska bez omezení stejně jako turistika. Vedlejší silnice jsou bez většího provozu a řidiči jsou k cyklistům nesmírně ohleduplní jako nakonec všude v severní Evropě. Jediná omezení bývají v národních parcích, kde mají pro cyklistiku (v zimě podobně pro psí spřežení a

sněžné skútry) vymezeny některé okruhy a ostatní cesty jsou jen pro pěší a v zimě pro lyžařskou turistiku.

Doporučené cyklotrasy

Ålandy – Ålandské ostrovy jsou nejoblíbenější oblastí na cyklistické výlety

Jižní Finsko – má hustší provoz než jiné části země. Ostrovní trasa nedaleko Turku zahrnuje nádhernou pobřežní scenérii a návštěvu ostrovů

Karélie a severovýchodní Finsko – V celé východní pohraniční oblasti od jihu země až na sever k městu Kuusamo najdete dvě hlavní cyklistické trasy. Runon ja rajan tie („cesta básně a hranice“) vede po vedlejších zpevněných silnicích, jež procházejí mnoha typickými karelskými vesnicemi a končí v obci Lieksa. Některé z těch nejmenších a nejdlehljších vesniček na východě spojuje Korpikylien tie (Cesta vesnic na samotě).

Západní Finsko – tato rovinatá oblast, známá jako Pohjanmaa, se obecně pro cykloturistiku hodí.

Vodní sporty - veslování, kanoistika a rafting

Vodní sporty jsou další nejvíce rozšířenou sportovní aktivitou Finska. Vzhledem k přírodním podmínkám zde není ve srovnání s Norskem tolik možností pro plavbu na divoké vodě, ale zato, pro vodáckou turistiku na řekách a jezerech a jachting na moři a jezerech mají možnosti prakticky neomezené. Mnoho outdoorových firem se specializuje na poskytování služeb právě pro vodní sporty. Kolem řek, jezer a moře je možné si půjčit vodácké vybavení – seakajaky, kanoe, pramice, motorové čluny, jachty i pro více denní dovolenou na vodě nebo si vybrat program z nabídky komerčních outdoorových aktivit se zkušeným průvodcem. Například pro sjíždění některých peřejnatých úseků řek ve finském Laponsku na raftech nebo kánoích je průvodce (guide) rozhodně důležitý. Mnoho cestovních agentur nabízí sjíždění divoké vody na kánoích nebo nafukovacích člunech. Jednou z nejlepších oblastí pro tuto adrenalinovou aktivitu je Ruunaa. V nejsevernější části finské karélie se rozkládá jezero pielinene, které je šestým největším v zemi. Jezero je neskutečně úchvatné a okolo něj se nachází množství turisticky přitažlivých míst. Jedním z nich je například rekreační oblast Ruunaa, která je považována za hlavní středisko vodních sportů v oblasti.

Doporučené trasy

Trasa po Ivalojoki – 70km dlouhá trasa po klidné řece Ivalojoki v severovýchodním Laponsku začíná u vesnice Kuttura a končí v městečku Ivalo. Sjíždí se 30 mírných peřejí.

Cesta jezerní oblasti – Tato 350 km dlouhá trasa prochází srdcem jezerní oblasti (Kangaslampi, Enonkoski, Savonranta, Kerimäki, Punkaharju, Savonlinna a Rantasalmi) a cesta vám zabere 14 až 18 dní.

Oravareitti – Veverčí cesta v srdci jezerní oblasti je dobře značená dvou – nebo třídní trasa z Juvy do Sulkavy.

Oulankajoki a Kitkajoki – Na těchto sousedních řekách uprostřed překrásné přírody severovýchodního Finska si můžete vybrat z řady možností.

Okruh Savonselkä – Okruh nedaleko Lahti tvoří tři cesty, jež jsou 360 km, 220 km a 180 km dlouhé. Najdete zde mnoho úseků, které se hodí na jednodenní výlet a zvládnou je i začátečníci.

Tulení cesta – Tato 120 km dlouhá trasa prochází národními parky Kolovesi a Linnansaari a možná se vám ze své kánoe podaří spatřit vzácného tuleně kroužkovaného.

Rybolov

Finské vody se hemží rybami a lidmi, kteří se je snaží chytit; Finové bezesporu patří mezi nejvášnivější rybáře na světě. Rybaření se dá ve Finsku považovat přímo za národní sport, který se provozuje od dětství. Děti (do 15 let) nemusí mít ani rybářský lístek. Ale je to trochu jiné rybaření než u nás. Ve Finsku je rybaření spojeno s pěší turistikou kolem řek a jezer nebo plavbou na člunech.

Rybolov na zamrzlém jezeře (Pilkiminen)

Finským fenoménem je také zimní rybaření na „dírkách“ v ledu na jezerech. To je opět spojeno s přepravou na lyžích, případně na saních se psy nebo na sněžném skútru. Finové přijdou na jezero, najdou si vhodné místo, ručním vrtákem vyvrtají nebo vysekají v ledu otvor, rozloží si skládací židličky a spustí udici. A čekají, dokonce i při teplotách kolem -30 stupňů Celsia.

Rýžování zlata

Je také specifická outdoorová činnost, kterou nemůžeme ve Finsku opominout. Nemá zde už rozhodně účel pracovní a výdělečné aktivity, ale spíš aktivity sportovní či volnočasové jak pobytem v přírodě, tak fyzickým nasazením. Najdeme zde například jednotlivce nebo několikačlenné skupinky, které si třeba na celé léto pronajmou „tábor“ (claim) na břehu řeky Ivalojoiki a rýžují zlato. Nedělají to pro několik gramů zlata, ale pro zážitek z přírody, z lesů a řeky. Ve zlatokopeckém skanzenu Tankavara se například pořádají mistrovství světa v rýžování zlata. Ale i děti se to učí na škole. Žáci ze základní školy v Inari hodně jezdí na různé kurzy a výlety mimo školu, jedním z nich je právě kurz rýžování zlata.

Pozorování ptáků

Pozorování ptáků se ve Finsku těší stále větší oblibě, protože v létě se do severních oblastí stěhuje mnoho rozmanitých ptačích druhů.

Zimní outdoorové aktivity

Běh na lyžích

Je spolu s letní turistikou nejrozšířenější sportovní aktivitou. Výsledky finských běžců na vrcholných soutěžích jsou známé. Není se co divit, když takové podmínky a takovou základnu mají málokde. Aby se člověk po návratu ze zaměstnání či školy ještě projel na běžkách, tak nemusí nikam zdlouhavě dojíždět. Stačí jít hned za obec (ať už město nebo vesnici) a má tam skvěle upravené okruhy pro klasiku či bruslení. Vzhledem k tomu, že je hlavně na severu Finska v zimě polární noc a v nejsevernějších oblastech slunce i několik týdnů nad obzor nevychází, pamatují také na to. Okruhy jsou uměle osvětlené buď stále, nebo jsou na fotobuňku a před lyžařem se rozsvítí a za ním zase zhasínají.

Velkou tradici ve Finsku mají vytrvalostní závody na 50 a více kilometrů (hiihto – závod). Asi nejznámější je Lapponia hiihto v oblasti Pallas – Ounas tunturi, který se skládá ze tří závodů volnou technikou – v pondělí 60 km, ve středu 50 km a v pátek 80 km. Ale ve všech lyžařských centrech je snad každý víkend nějaký závod pořádán buď pro mládež a pro rodiny s dětmi na kratší tratě, nebo pro dospělé na tratě delší. Samostatnou kapitolou jsou pak rozsáhlé oblasti národních parků a dalších pohoří (podle našeho např. CHKO – chráněná krajinná oblast), kde jsou dohromady až tisíce kilometrů lyžařských tras pro turistiku.

V největším Národním parku Lemmenjoki je ale turistika poměrně náročná, spíš pro „drsňáky“ putující natěžko s vybavením na několik dnů. Nejvíce jsou ve finském laponsku navštěvovány Národní parky Urho Kekkonen (druhý největší) a Pallas-Ounas tunturi (tunturi znamená hory, pohoří). Lyžaři tam mohou celé dny jezdit na skvěle upravených tratích na klasiku i bruslení a v noci s osvětlením a na noc se vracet do ubytovacích zařízení (Saariselkä, Iianila, Kiilopää v Národním parku Urho Kekkonen, či Olos, Muonio a Hetta v Národním parku Pallas – Ounas tunturi). Pokud si chtějí užívat severské romantiky, tak mohou z upravených okruhů pokračovat dál po skútrech na projetých cestách a přespávat ve srubech, takže se mohou naplánovat trasy na více dnů podle zájmu a schopností.

Sjezdové lyžování, skoky na lyžích

Jsou ve Finsku také velmi rozšířené, přestože tu nemají takové podmínky jako v Alpách nebo v sousedním Švédsku a Norsku. Sjezdové tratě jsou zejména na severu, kde je několik středisek. Zázemí pro skoky na lyžích mají ale na vysoké úrovni. A to nejen pro trénink a pořádání vrcholových soutěží, ale hlavně pro mládež. Mnoho i malých obcí má kousek od posledních domků nějaký můstek (také osvětlený), kde si mohou děti po vyučování zaskákat a získat potřebné základy pro další vývoj v této disciplíně.

Bruslení a hokej

Má podobné rozšíření a zázemí jako výše uvedené skoky na lyžích. Snad každá obec má osvětlený stadionek, kde se bruslí a hraje hokej. Mají to jednoduché a levné. Nepotřebují kryté haly a chlazení a mají celou zimu teploty hluboko pod bodem mrazu. Na volných přírodních plochách pak mohou provozovat nordické bruslení (nože dlouhé kolem 50cm s vázáním na běžky nebo se mohou připnout na pohorky či snowboardové boty) na desítky až stovky kilometrů. A to jak závodní formou, tak formou turistickou a rekreační.

Jízda se psím spřežením - mushering

Je sport na celém severu Finska velmi rozšířen. Dříve se psí spřežení používalo jako jediný dopravní prostředek v polárních oblastech. Nyní v době sněžných skútrů, je to už prakticky jen outdoorová aktivita jak rekreačního charakteru, tak charakteru komerčního. Většinou, když někdo chová tažné psy, tak se s nimi účastní závodů nebo absolvují několikadenní přejezdy na stovky kilometrů. Pokud chovají větší počet psů, tak si s nimi musí v zimě přivydělávat, aby bylo v létě na krmení. Pro klienty nabízí jak

krátké projížďky na několik hodin, tak i více denní putování s nocováním ve srubech nebo v ledovém „hotelu“. Výhodou je, že je v Laponsku zima od listopadu do května. Prakticky ve všech turistických (lyžařských) centrech jsou různě velké Husky farmy s počty tažných psů od několika desítek až po stovky. Například Husky farmy Saariselkä, Ivalo, Muonio. Na Husky farmě v Harriniva mají kolem 250 psů a kromě jízdy se psím spřežením poskytují další outdoorové služby a programy. V létě třeba splouvání řeky Muonionjoki na kánoích a raftech.

Skijöring se sobem

Je přímo národní sport v Laponsku. Jsou v něm pořádány pro Laponce (Sámy) a Finy velice prestižní závody. Například v Ivalo na zamrzlé řece Ivalojoki nebo v Inari na zamrzlém jezeře Inari. Tyto závody jsou tak důležité, že je na nich přítomen jako čestný host i finský prezident. Závodí lyžař (jak na běžkách nebo sjezdovkách) tažen sobem na různě dlouhé trati. Většinou je to sprint cca na 200 m, střední trať kolem jednoho kilometru a pak i trať delší přes dva kilometry. V době konání závodu se počet obyvatel v jinak malé obci Inari zněkolikanásobí o stovky návštěvníků (jak závodníků, tak diváků), o televizní a další zpravodajské štáby. Na jezeru nedaleko břehu jsou upravené závodní tratě, padoky pro soby, stánky s občerstvením a suvenýry. Na led vjedou i nákladní auta a autobusy, led je silný kolem jednoho metru. Sobi jsou využíváni k tažení pulky (sáněk tvaru člunu) s klientem, je to velmi oblíbená komerční outdoorová aktivita.

Jízda na sněžném skútru

V posledních letech se na území Finska více a více rozmáhá jízda na sněžném skútru. Naštěstí tam mají tolik volného prostoru, že pro skútry mohou vytyčit samostatné trasy o celkové délce několika tisíc kilometrů. Jsou vyznačeny dřevěnými tyčemi s křížem a vydávají pro ně speciální mapy. Nejvíce využívané trasy jsou dokonce upravované rolbou. Podobně jako se psím spřežením tu nabízí kratší či delší projížďky s průvodcem (guidem). Kromě turistické jízdy na skútru se ale také pořádají závody (podobné jako řeba motokros).

Kiting a snowkiting

Je jednou z posledních moderních outdoorových aktivit posledních let. Je možné ho provozovat prakticky všude tam, kde jsou dostatečně velké vodní (sněhové) plochy a fouká vítr. Ve větším měřítku se provozuje na rekreační úrovni, ale jsou samozřejmě

pořádány také soutěže. V místech vhodných pro tuto aktivitu pak působí firmy, které se zabývají komerčním výcvikem začátečníků.

Zkušenosti s outdoorovými aktivitami ve Finsku majitele cestovní kanceláře VA – SKI SPORT, Mgr. Václava Šatavy (ze záznamu rozhovoru koncem roku 2015)

Srovnáme-li outdoorové aktivity ve Finsku a u nás, ukazuje se, že se zabýváme podobnými outdoorovými aktivitami u nás (zejména v oblastech horských a podhorských) Přínosem ze severovýchodních cest jsou nordické brusle, i když je pravda, že to není vůbec žádná novinka posledních let, ale historii mají stejnou pro lyže. Podle mého názoru je vlastně současná podoba nordických bruslí logickým historickým vývojem jejich původních bruslí. V současné době jsou běžně rozšířené a používané brusle typ „kanada“ či dámské „krasobruslařské“ jsou vlastně takovým krokem stranou, jako jsou například lyže akrobatické nebo kajaky pro „rodeo“ resp. Freestyle.

Nopak jsme zase byli my Češi průkopníky snowkitingu v Laponsku. Nepamatují si, že by tam někdo před naší snowkitingovou výpravou k jezeru Inari v roce 2006 snowkiting provozoval. A to jsme tam byli od roku 1991 každou zimu. Svědčí o tom také zájem místních sdělovacích prostředků o naši činnost na jezeře.

Byli jsme také první CK, která od roku 1991 organizovala lyžařské výpravy (na běžkách) do finského Laponska. V dalších letech jsme do nabídky přidali také skijöring (s tažným psem) a jízdu na saních se psím spřežením. Také to byly první české a československé výpravy. V zimě 1995 se pak uskutečnila na jezeře Inari první výprava „Křídlo a pes“ – resp. přípravná akce na plánované dobytí severního pólu na motorovém rogalu s podporou psích spřežení (pilot Jiří Zítka, kameraman, reportér a musheři z Čech). Z této výpravy byl natočen dokument pro TV Nova. Dále jsme jako první zorganizovali výpravu na jezero Inari se snowkitingem (2006). Dokument také vysílala TV.

Ze zimních aktivit, které jsme přinesli do Finska nesmíme zapomenout na snowbiking. Už několik let pořádá extrémní cyklista Jan Kopka zimní výpravy pro menší skupiny do finského Laponska. Většinou začínají v Saariselkä, přejíždějí na speciálních sněžných kolech jezero Inari a pokračují dále na sever Norska. Jan Kopka už dříve absolvoval několik extrémních cyklistických závodů včetně zimního na Aljašce – Iditarod. Pak mě požádal o informace o možnostech takových komerčních akcí v Laponsku, tak jsem mu doporučil právě oblast Inari. Takže jsme tím měli další prvenství v Laponsku.

Zkušenosti s outdoorovými aktivitami ve Finsku majitele cestovní kanceláře Periscope Skandinávie, Ing. Petra Buriana

Ačkoliv bychom mohli tipovat, že se všichni severané vrhají každý víkend, ne-li každý den na běžky, realita je trochu jiná. Běžkování má ve Finsku stále vysoký kredit, avšak se zkracováním doby, po kterou je v jižním Finsku ještě sníh a rozvojem turistické infrastruktury v zimních střediscích za polárním kruhem je velmi oblíbené sjezdové lyžování i běh na lyžích. Počet lyžařských klubů je stále vysoký. Oblíbenými zimními sporty, provozovanými venku, jsou stále bruslení a lední hokej, a to i ženský. Bruslí se na umělých plochách ve městech i na zamrzlých jezerech. Skandinávskou specialitou je pak bandy hokej – hraje se na ledě, s bruslemi, zahnutými hokejkami, míčkem (!). Hřiště má velikost fotbalového hřiště, brány jsou velké a brankář nemá hokejku – chytá rukama. Zvyklostí je hrát tuto hru ve smíšených družstvech (tým tvoří 11 hráčů). Protože však po většinu roku v jižním Finsku není sníh, mezi oblíbené sportovní aktivity patří jogging a hlavně jízda na silničním kole, Horská kola jsou ve Finsku v menšině, stejně tak jako horolezectví nebo vysokohorská turistika. Vysokých hor je ve Finsku málo a pouze na severu země. Nesmíme zapomenout na oblíbený orientační běh, i když v něm nejsou Finové tak dobří, jako jejich rivalové ze Švédska. Nejoblíbenější outdoorové aktivity Finů jsou však pro nás naprosto nečekané, neboť nejsou zrovna „aktivní“. Podle mého názoru jsou nejoblíbenější: saunování (celoročně), chataření (hlavně v létě) a rybaření na jezerech. Do stejné oblasti neaktivních outdoorových aktivit lze zahrnout i plavbu motorovými čluny nebo jízdu na sněžných skútrech.

3.5. Veřejná přístupnost krajiny ve Finsku

Následující informace jsme čerpali z Public Right of access in Finland, North Karelia Forestry Center. Material provided for FINE project (1999) os EFI

Veřejná přístupnost znamená možnost každého užívat krajinu bez ohledu na vlastnictví nebo obsazenost dané oblasti. Užití krajiny jde ruku v ruce s odpovědností za ní. V Evropě se neomezená veřejná přístupnost vyskytuje pouze v severských zemích. Znění tohoto práva není ve všech těchto zemích stejné, přičemž bylo zavedeno pouze ve Finsku, Švédsku a Norsku.

Základní rozdíl mezi těmito zeměmi a zbytkem Evropy je ten, že ve skandinávských zemích není vyznačen žádný přechod mezi veřejnými a soukromými

pozemky, což zohledňuje právo neomezeného užívání krajiny. Kdokoliv pohybující se v přírodě za ní má určitou zodpovědnost. Veřejná přístupnost krajiny, povinnosti z ní vyplývající a omezení platí také pro cizince, kteří žijí ve Finsku.

Veřejná přístupnost krajiny, resp. zákonná práva veřejnosti užívat lesy byla začleňována postupem času. Když se ve Finsku objevili první osadníci, jejich právo užívat krajinu pro sebe byl v podstatě neomezené. Všichni mohli obdělávat půdu, užívat jakýmkoliv způsobem lesy a volně lovit ryby. Vypálení zalesněných oblastí pro účely obdělávání půdy byl v minulosti důležitou součástí práv v oblasti veřejné přístupnosti znamenající přechod vlastnictví půdy na toho, kdo na daném místě pracoval.

Lesy byly v 18. století rozděleny mezi farmy v obecném rozparcelování půdy, které mělo nicméně minimální vliv na skutečné veřejné užití lesů. Později byl tento princip veřejného užití kritizován. V současnosti tím, jak hustota osídlení vzrostla, a podmínky vlastnictví se změnily, právo veřejnosti na užití půdy je postupně redukováno. Ekonomická hodnota lesů je čím dál více zdůrazňována a s tím stoupají i exkluzivní práva majitelů půdy.

Žádné obecné regulace na veřejné přístupnosti krajiny ve finském právu nenajdeme. Přístupnost je postavena částečně na nepsaných pravidlech a zvyklostech a částečně na trestním právu a dalších zákonech. Pozice veřejné přístupnosti ve finské společnosti je dosti specifická. Téměř každý ví, co toto právo obnáší. Je to zavedené právo, které přežívá ve formě lidových tradic a je předáváno z generace na generaci. Funkce veřejné přístupnosti se postupem času změnila, ale je stále důležitou součástí práv Finů.

Nejzřetelnější právo, které můžeme zahrnout mezi veřejnou přístupnost ke krajině, je právo pohybovat se a zdržovat se na půdě cizího vlastníka půdy bez jeho svolení. Toto právo umožňuje např. sbírání lesních plodů nebo hub. Přestože volný pohyb je umožněn, předpokládá se, že dvorkům v úplně blízkosti budov se lidé vyhnou a využijí tohoto práva zejména v lesích a ve venkovských oblastech.

Trestní zákon považuje dvorky, zahrady a ostatní oblasti se speciálním využitím pod tzv. domácí kruh klidu. Jeho narušení se v těchto místech považuje v podstatě za nedovolené vniknutí, ale interpretace zákona není zcela jednoznačná, např. sbírání plodů, je dovoleno blíže dvorkům než na jakých místech, by lidé mohli kempovat.

Právo pobývat na pozemku cizího vlastníka zahrnuje i právo zde zůstat přes noc, přestože to není zakomponované v tomto zákoně. Veřejné mínění je takové, že kempování by nemělo trvat déle než jeden nebo dva dny. Podle zákona je zakládání

ohně na nekrytém prostranství bez svolení vlastníka zakázané. Je to hlavně kvůli nebezpečí požáru lesu. Pokud Meteorologická instituce potvrdí zákaz zakládání ohně v nekrytých prostranstvích kvůli hrozbě požáru lesu, platí zákaz i pro samotné vlastníky půdy. Žádné povolení není potřeba pro užívání plynových vaříčů. Na místě kempování nesmí být ponechány odpadky, které by znečišťovaly či poškozovaly životní prostředí. Člověk zodpovědný za znečištění je povinen uklidit danou oblast. Pokud se této povinnosti vyhne, může mu být přikázáno zaplacení nákladů za úklid. Stromy jsou chráněné a musí být ponechány zcela bez zásahu člověka. Nesmí se sbírat větve, listy, kůra, pryskyřice ani šišky, které rostou na stromě na cizím pozemku.

Používání motorového vozidla mimo silniční síť bez povolení vlastníka pozemku je zakázáno. Povolení majitele je tedy vyžadováno i při využití sněžného skútru pokud se řidič nepohybuje na trase pro skútry vyznačené. Pohyb po vodě je povolen a stejně tak kotvení, jestliže nezpůsobuje žádné rušení pořádku. Pohyb po ledové ploše je povolený. Dovoleno je též plavání, mytí zvířat ve vodě a nabírání vody. Člověk nesmí narušovat hnízdicí či krmící se ptactvo a další zvířectvo.

Každý má právo na sbírání plodů, volně rostoucích kytěk a hub. Ohrožené plodiny nesmí být trhány nebo sbírány. Některé druhy plodin byly vyhlášeny jako chráněné.

Trhání bobulí a sbírání hub

Bobulovité plody patří ve Finsku již dlouhou dobu mezi tradiční součást stravy. Roste zde zhruba 50 druhů plodů, ale pouze následující mají určitý hospodářský význam: brusinky (*Vaccinium vitis-idaea*), borůvky (*Vaccinium myrtillus*), maliny (*Rubus idaeus*), ostružiny (*Rubus chamaemorus*), brusinky (*Oxycoccus quadripetalus*) a polární ostružiny (*Rubus arcticus*). Tyto plody se nacházejí v celé zemi.

Využití hub jako potravin přišlo do Finska z východu od pravoslavných Karelů, kteří měli ve zvyku houby jíst. Až do 19. století, houby byly sbírány pouze na východě Finska. Tento druh využití hub se následně rozšířil do západních oblastí Finska na začátku 20. století. Ve Finsku roste až 2000 druhů výtrusových plodin či hub. Zhruba 200 druhů má jedlé plodnice, z nichž nejvýznamější jsou hříby (*Boletus edulis*), lišky (*Chantarellus cibarus*) a jeden z druhů ryzců (*Lactarius flexuosus*). Třicet jedlých druhů je využíváno hospodářsky. Otrava houbou je ve Finsku spíše ojedinělá záležitost: mezi lety 1936-1978, 6 lidí zemřelo na následky otravy. Nízký počet smrtelných následků je výsledkem dobré znalosti hub a tím, že lidé sbírají pouze velmi dobře známé druhy.

Trhání brusnic a sbírání hub je velmi populární mezi severními Karely. Podle studie z roku 1998, 83% rodin z této provincie trhá bobule a 56% sbírá houby. Průměrný objem nasbíraných bobulovitých plodů byl 60 litrů na domácnost, u hub to bylo průměrně 8 litrů. Přesto, že se ve Finsku uvedené plodiny sbírají, stále jich v lesích spousta zbyde. Když je dobrá sezóna, celkový objem brusnic je okolo 100 milionů kilogramů a z toho je posbíráno pouze 6,6 milionů kilogramů.

Lov a rybolov

Lov hrál ve Finsku významnou roli už od pravěku. Lov a rybolov byly hlavními průmyslovými odvětvími před obdobím zemědělství a chovu. Spoustu obrazů vytesaných do kamene (tzv. petroglyfů) vyobrazují lovení. Obchod s kožešinou a její export byl na vrcholu ve 14. století. Později se stal lov druhořadou záležitostí v rámci průmyslu. V současné době slouží lov hlavně jako koníček a je pozůstatkem zemědělského lovu či ukázkou luxusu. Lov je nyní velmi přísně regulován. Každý potenciální zájemce o lov musí projít zkouškou, která prověří jeho znalosti v oblasti lovu, ochrany zvířat a předpisů týkajících se lovu. Je nutné například vědět, v jakém období a jaký druh zvěře je možno lovit, jelikož každý druh má s přesností na den určenou střeleckou sezónu. Zkouška je taktéž součástí kontroly zbraní. Ještě než po úspěšném testu začne člověk lovit, musí zaplatit lovecký poplatek.

Nutným předpokladem pro lov je lovecké povolení. Podle loveckého zákona může vlastník půdy lovit na svém pozemku. Vlastník také může toto právo pronajmout nebo ho někomu dát. Většina finských lovců se sdružuje v loveckých klubech, které se starají např. o ochranu zvěře.

Profesionální rybolov je ve Finsku provozován především na moři nebo v pobřežních oblastech. Amaterští rybolovci se naopak pohybují spíše na vnitrozemských vodách. Nejčastěji vylovenými rybami jsou okouni (*Perca fluviatilis*) a štiky (*Esox lucius*). V říčním proudu také můžeme spatřit plotice (*Rutilus rutilus*), cejny (*Abramis brama*) a ryby z rodů *Coregonus*. Ve Finsku je snaha ochránit populaci lososů (*Salmo salar*) přemístěním a regulací jejich lovu.

Rybolov je právem vlastníka vod. Do věku 18 let či nad 64 let mohou lidi chytat ryby na udici, aniž by platili zákonem daný rybolovecký poplatek ve výši 20 Eur (údaj z roku 2007). Kdokoliv má zájem o lovení ryb jiným způsobem než na udici, musí si pořídit tzv. rybářskou kartu. Vlastník vod, kde má někdo cizí zájem rybařit, může kartu prodat. Prodejcem může být také místní statutární rybolovecká asociace, která prodává

povolenky pro sdružené oblasti. Také je možnost koupit kartu podáním žádosti na provinční správní jednotku. Takováto karta dává možnost rybařit s jedním prutem a návnadou v dané provincii s výjimkou divokých vod a míst, kde je rybaření zakázáno.

Rybář pod 18 let a nad 65 let nepotřebuje rybářskou kartu, pokud používá jednu návnadu. V tomto případě je rybaření bez rybářské karty zakázáno v divoké vodě a ve vodách bohatých na výskyt lososů a ryb z rodu *Coregonus*.

Lov a rybolov jsou více oblíbené v oblasti Severní Karelie v porovnání s ostatními částmi země. Lov považuje za svůj koníček 14 % dospělé populace této provincie, což znamená 20 000 lidí. Zhruba 100 000 Karelů se dle vlastního vyjádření zajímá o rybaření.

3.6. Významné organizace rozvíjející aktivity v přírodě

Suomen Latu – finská outdoorová asociace byla založena 1938. Hlavním setkáním, kdy bylo založeno Suomen Latu, bylo v Helsinkách v Old Studen House 28. 1. 1938. první prezident organizace byl Toivo Aro a vice - prezident pan Lauri „Tahko“ Pihkala – známý finský sportovec. Jak pan Pihkala navrhoval nová a nezávislá organizace byla pojmenována Suomen Latu, ve které Latu (Latu je finsky stopa) stojí za podporou běžeckého lyžování a dalších národních sportů pro všechny. (Informace jsme čerpali ze studie Karlsson 2008)

Suomen Latu, je specialista na turistiku a je to organizace, která je otevřena všem. Má už více než 78000 členů – děti, dospívající, lidi, kteří jsou sami, rodiny, dospělí a senioři – kteří jsou aktivní ve více než 200 členských asociacích. Hlavní náplní Suomen latu bylo zvýšení zájmu Finů a motivovat je ke cvičení, podobně jako k rozvoji možnosti outdoorových, rekreačních a kondičních cvičení. Další oblastí, kterou se asociace zabývá je zachování lidských práv a podpora outdoorových a zdravích prospěšných cvičení ve společnosti.

Finská outdoorová agentura Suomen Latu se zasadila o vznik a rozvoj Nordic Walking. V 80. letech 20. Století přišel Tuomo Jantunen, ředitel organizace Suomen Latu spolu se svými kolegy s nápadem uplatnit chůzi s holemi jako vhodnou fyzickou aktivitu i pro veřejnost. Za tímto účelem byly stavěny první veřejné tratě pro chůzi s holemi – tehdy ještě běžkařskými. Sportovní univerzity začaly nabízet chůzi s holemi jako novou formu cvičení (INWA 2009). Ve sportovních zařízeních si začali všimnout léčebných výhod. Běžná chůze byla totiž příliš pomalá na to, aby přinášela dostatečné zdravotní efekty. V roce 1988 na olympijském stadionu při slavnosti odhalení sochy

Tahka Pihkaly uspořádala organizace Suomen Latu lyžařský závod v běhu na lyžích na 5 km. Ten den však žádný sníh nebyl, a tak Tuomo Jantunen požádal všech 50 účastníků, aby místo běhu na lyžích šli pouze za pomoci holí kolem Olympijského stadionu. V 90. letech Jantunen a jeho kolegové představili NW téměř na všech sportovních setkáních různých firem. Byly prováděny testy s pulsmetry a byly provedeny první vědecké testy, které poukazyvaly na zdravotní výhody NW. V roce 1996 se finská sportovní instituce Suomen – Latu (The Central Association for Recreational Sport and Outdoor Activities) a finský výrobce holí Exel dohodli na spolupráci a vyvinuli technologii, techniku chůze i technické pomůcky. Ve finštině byl sport nazýván „savakävely“. O rok později v roce 1997 byl firmou Exel zveřejněn mezinárodní název NW a na trh byly uvedeny první kompozitní hole na NW. Poté se spustila reklamní kampaň a NW se dostal do širšího povědomí veřejnosti. Zájem o sport samotný se zvětšoval, konala se setkání na různých místech ve Finsku, počet účastníků masivně narůstal. Na jaře 1998 uspořádala organizace Suomen Latu vzdělávání pro instruktory. V zahraničí se začaly prodávat speciální hole. Mezi prvními zeměmi bylo Švédsko a Švýcarsko. Návod na chůzi s holemi se dostal i do televizního vysílání. Tentýž rok zahájilo svou činnost centrum v Paloheinä v Helsinkách. Byl natočen videozáznam o NW a organizace Suomen Latu získala cenu „Zdravá aktivita roku“. V roce 2000 byla vytvořena mezinárodní asociace NW INWA (International Nordic Walking Association). Mezi první členy se řadilo Finsko, Německo a Švýcarsko. O dva roky později se NW dostal i do Francie, USA, Japonska a na Nový Zéland. Na světě bylo přibližně 700 000 až 800 000 lidí používajících hole. Od té doby se uskutečňuje ve Finsku mnoho setkání. Vybavení se rozšiřuje o vhodnou obuv navrženou pro NW, zlepšuje se i kvalita holí. Stále více lidí na celém světě praktikuje NW. V roce 2006 provozovalo NW více než bylo na 7 milionů lidí. NW patří mezi nejvíce rozvíjející se volnočasové aktivity na světě. V roce 2009 již NW pravidelně provozuje 8-10 milionů lidí po celém světě.

Suomen Latu, finská outdoorová asociace byla založena v roce 1938. V roce 2013 měla 78000 ve 220 místních asociacích. Členský magazín se nazývá „Latu ja Polku“, vychází v 5-6 vydáních, každé v nákladu 50 000. Vychází od roku 1940. Suomen Latu ovlivňuje práva přístupu veřejnosti do přírody a provozování outdoorových aktivit. Suomen Latu a všechny její členské asociace jsou otevřené všem a podporují outdoorové aktivity. Jejich záměr je podporovat lidi ke zvýšení jejich fyzické aktivity a outdoorových aktivit. Suomen latu organizuje 30 různých typů kurzů,

což představuje 10 outdoorových aktivit. Účastníci obdrží kvalifikace a můžou působit jako instruktoři v dětské lyžařské škole „Moomin“ a ve škole chůze na sněžnicích „Skogmulle“, dále ve škole programů v přírodě, stejně tak můžou být průvodci pro dospělé při provozování outdoorových aktivit. Turistika, lyžování a kempování tvoří základní aktivity, které se organizují v počtu 100 – 150 akcí za rok, instruktoři jsou k dispozici na jednodenní výlety přístupné pro všechny účastníky. Tyto výlety se mohou absolvovat pěšky, na lodi, na lyžích, bruslích nebo sněžnicích.

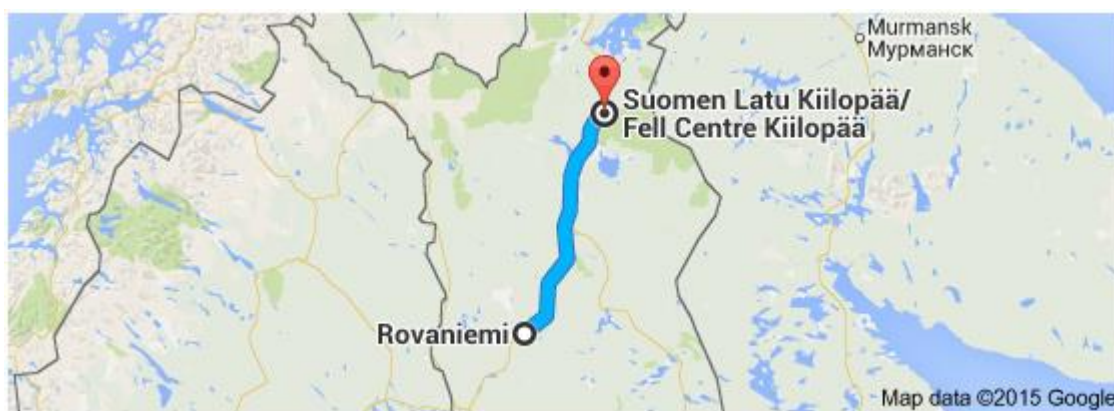
Členství v této organizaci má tyto přínosy

- **Ukoile hyvässä seurassa** – to jsou finské outdoorové aktivity v dobré společnosti. Členstvím ve finském Latu, je přispěním k pohodě účastníků, ale také se podporuje zdravý životní styl Finů.
- **Osallistu ulkoilun edistämiseen** – zabývá se podporou aktivit v přírodě. Členství ve finském Suomen Latu, umožňuje zapojení do řady akcí, kurzů a sportovních skupin. Pětikrát ročně vychází časopis Latu a Polku, který je nově online pro rok 2016.
- **Vaikuta ulkoilijan arkeen** – outdoorové aktivity jsou přístupné pro všechny. Být členem Suomen Latu umožňuje přístup do řady zajímavých míst v přírodě

Kiilopää

Představíme základnu pro Suomen Latu jmenující se Kiilopää. Absolvovali jsme zde šestidenní trek po Národním parku Urho Kekkonen.

Na obrázku č. 5 vidíte ukázkou cesty z města Rovaniemi na polárním kruhu do místa Kiilopää, cesta autobusem trvá 3 hodiny 25 minut, celkem je Kiilopää od Rovaniemi vzdálená 263 km



Obrázek č. 7 – Cesta do místa Kiilopää

Ukázka programu, co je možné v Kiilopää zažít

Objevili jsme polární záře, které tančí od podzimu na noční obloze, vychutnali jsme si „kaamos“, věčnou noc s jemným modrým světlem. V létě jsme slyšeli písňě stěhovavých ptáků při příchodu do hnízd. Okolí jsme objevovali na vlastní pěst, pěšky nebo sněžnicích. V zimním období je Kiilopää také výchozím bodem pro safari (husky, sobi, sněžné skútry). V Kiilopää je k dispozici několik možností bydlení: hotel, hostel a chatky. Kiilopää je velmi vhodná pro pěší turistiku: Národní park Urho Kekkonen nabízí skvělé příležitosti pro pěší trasy různých délek a úrovní. Oblast Národního parku má k dispozici řadu míst na táboření, stejně jako plno chatek na přenocování. V otevřené divočině jsou všechny chaty volně k dispozici pro všechny táborníky.

Na obrázku č. 6 vidíte ukázkou loga typického pro outdoorovou organizaci Suomen Latu Kiilopää



Obrázek č. 8 – Suomen Latu Kiilopää

Suomen Latu Kiilopää nabízí mnoho jednodenních výletů. Uvedené cesty jsou dobře značené a dají se procházet celý rok:

Kiilopää Swizzle, Laanilla, Luulampi, Niilanpää, Rautulampi, Rumakuru, Sivakkoaja, Saariselkä.



Obrázek č. 9 – Umístění centra Kiilopää

Outward Bound

Byla původně škola přežití pro vojáky britského námořnictva. Na jejím základě se etablovalo hnutí pracující s lidmi za pomoci hraní her a pobytu v přírodě. Po válce se tato organizace věnovala zejména učňovské mládeži, dnes tato organizace sídlí i ve Spojených státech a zaměřuje se na práci s učiteli a školní mládeží.

Termín “Outward Bound“ charakterizuje v námořní angličtině loď opouštějící jistotu přístavů a vydávající se na moře s mnoha riziky. Metaforicky se tak vyjadřuje základní princip školy: člověk může dokázat mnohem víc, než si myslí; málokdo si uvědomuje, co lze, dosáhnout vzájemnou pomocí a týmovou spoluprací. Z pedagogického hlediska “Outward Bound” označuje metodu učení se skrze zážitek (experiential learning). Vychází se z předpokladu, že každý jedinec dosahuje poznání skrze to, co prožívá a potom následně reflektuje. Důraz se klade na vlastní proces prožívání, děláni, nikoliv na cíl jako takový. V procesu řešení zátěžové situace překonává jedinec nejistotu ve vlastní schopnosti, poznává se v nestandardních životních situacích, intenzivně vnímá kontakt s přírodou a s ostatními při spolupráci na překonávání problému.

Outward Bound Finland ry

Outward Bound Finsko bylo založeno v roce 1993 v malém městečku Nurmes v Severní Karélii nedaleko východní hranice skupinou aktivních pracovníků s mládeží, kteří navštívili Outward Bound Německo v Königsbergu. Po návštěvě tato malá skupina společně pracovala a sdílela společný cíl otevřít Outward Bound školu ve Finsku. V roce 1994 dostala organizace Outward Bound Finsko licenci od organizace Outward Bound International a zahájila činnost s finskou mládeží v severní Karélii, Jižní Karélii, jižním Finsku a také v Laponsku (nad polárním kruhem). Outward Bound Finsko je součástí Outward Bound International a jedna z více než 40 Outward Bound škol po celém světě. Outward Bound Finsko je financován Ministerstvem školství a kultury, které podporuje Outward Bound jako organizaci služeb a organizovanou práci s finskou mládeží. Outward Bound organizuje různé kurzy a školení založené na dobrodružné výchově. Outward Bound Finsko se považuje za odborníka na dobrodružnou výchovu ve Finsku. Outward Bound také podporuje národní i mezinárodní spolupráci využitím metod pro dobrodružnou výchovu.

Seikkailukasvatus – znamená Adventure Education ve Finsku. Tak se charakterizuje školství zabývající se dobrodružnou výchovou. Tato organizace „Seikkailukasvatus“ a webové stránky „Seikkailukasvatus.fi“ je obecným zdrojem informací pro všechny zájemce v oblasti školství, které se zabývají dobrodružnou výchovou a s tím souvisejícími tématy.

Adventure Education in Finland (Dobrodružná výchova ve Finsku). Hlavní rysy – široká škála činností v mnoha druzích organizací a ve formálních i neformálních vzdělávacích institucích. To znamená, že metody, realizace, cíle a důraz se značně liší. Vzdělává o dobrodružstvím je uznávanou metodou škol s prací s mládeží a v sociálních službách. Všechny metody jsou složeny těmito skutečnostmi:

- Účastníci se seznámí s novými situacemi, v nich objevují sami sebe a mají zkušenosti s novými výzvami
- Zkušenosti jsou přímé a komplexní, zahrnující výkon těla, srdce a mysli
- S ohledem na zkušenosti se jedná o outdoorové aktivity (aktivity jsou prováděné venku nebo v prostředí, které se odchyluje od normy)

- Jak ukazují zkušenosti, učení je strukturovaný proces s výrazným sociálním prvkem
- Reflexivita objasňuje význam zkušeností
- Učení je činnost založená na demokracii
- Tyto outdoorové aktivity jsou cílené, bez ohledu na to, zda jsou rekreační, vzdělávací, terapeutické nebo zaměřené na podporu společenského postavení

Pestrá terminologie

Vzhledem k množství oborů a zmíněných metod, terminologie a podrobností o školství zabývajícím se dobrodružstvím a outdoorovými aktivitami představují nekonečný zdroj diskuse. To je částečně způsobeno tím, že standardizace těchto metod je relativně nová ve Finsku a přesto byl zaveden vhodný slovník ve finštině. Vliv různých mezinárodních a národních tradic také vede k záměně, co se týče významu pojmů. Je důležité chránit tuto rozmanitost, nicméně využít výhody, které poskytuje.

Seikkailukasvatus, které lze přímo přeložit jako vzdělávání formou prožitku, je termín běžně používaný ve Finsku. Další, *Elämyspedagogiikka*, která se úzce promítá do vzdělávání formou prožitku, má silnou vazbu na filozofii Kurta Hahna a německou tradici jako je *Erlebnispädagogik*. Tento druhý termín je často používán jako synonymum pro vzdělání formou prožitku nebo jako koncept sebou nese do značné míry stejný obsah. Mnozí raději mluví o kombinované pedagogice *Elämys- ja Seikkailupedagogiikka* (pedagogika přes zkušenosti a prožitky). Jiné finské pojmy, které úzce souvisí s touto pedagogikou jsou *Luontokasvatus*, *Ympäristökasvatus* ja *Luontoliikunta* (Vzdělávání o přírodě, Vzdělávání o životním prostředí a Pobyt v přírodě). Je obtížné, najít přímý finský ekvivalent pro koncepci Výchova v přírodě (Outdoor Education), to je někdy finsky nazýváno jako *Ulkoilmapedagogiikka* (informace jsou čerpány z internetového zdroje *Seikkailukasvatus*)

Národní síť

Nadace národní sítě zážitkového vzdělávání byla založena v Anjala ve Finsku během národní konference v roce 2007. Po skončení konference skupina odborníků pokračovala ve své práci a rozvíjela síť dobrodružné výchovy ve Finsku. Tato pracovní skupina byla později přejmenována na řídicí skupinu sítě dobrodružné výchovy (Adventure Education Network).

Vzdělávací síť dobrodružné výchovy byla vybudována během roční konference zabývající se dobrodružnou výchovou v regionálních vzdělávacích akcích. Síť se skládá z odborníků, vědců, studentů a dalších zainteresovaných stran, kteří praktikují nebo podporují toto vzdělávání a metody, jako členové veřejné správy, organizací a veřejného a soukromého sektoru. Funkce sítě neformálně podporuje spolupráci, profesní rozvoj a síť poskytuje způsob učení o vzdělávání. Síť nevyžaduje oficiální členství k účasti.

Ministerstvo školství a kultury ve Finsku finančně podporuje rozvoj a fungování sítě. Asociace finského centra pro mládež funguje jako centrální uzel pro správu sítě. Financování umožňuje částečný úvazek projektového manažera pro koordinaci a realizaci rozvojových aktivit. Síť také používá finanční prostředky pro vytváření webové stránky „seikkailukasvatus.fi“, která má sloužit jako obecný zdroj informací pro své členy. Největší událostí je každoroční výroční konference dobrodružné výchovy – Adventure Education Conference, která se snaží shromáždit špičkové trenéry a odborníky z Finska i ze zahraničí, aby se podělili o své zkušenosti a znalosti a společně objevovali nové pohledy na rozvoj této oblasti. Vládní finanční prostředky z ministerstva také umožňuje udělit malou finanční podporu Národní řídicí skupině pro účely účasti na regionálních, vzdělávacích i mezinárodních školeních, konferencích a financování návštěvy hostů.

4. Případová studie zabývající se cestovní kanceláří specializovanou na Finsko

4.1. Cíle studie

Motivací pro tuto případovou studii je pro nás zkušenost s dlouholetou prací v cestovním ruchu se zaměřením na skandinávské země a hlavně Finsko. Cílem případové studie je nabídnout takový produkt, který zaujme co největší cílovou skupinu cestovatelů a potenciálních, nových zákazníků cestovní kanceláře Periskope Skandinávie a podat informace i pro další zájemce o cestování po Finsku.

4.2. Dílčí úkoly směřující ke splnění cílů

Popis historie CK Periskope Skandinávie s.r.o.

Cestovníkancelář se zabývá prodejem zájezdů, která se zaměřuje na aktivní dovolenou a outdoorové aktivity. CK je velkým specialistou na Finsko, kde nabízí outdoorové aktivity

Ukázka zpětné vazby klientů cestovní kanceláře

Získali jsme názory klientů cestovní kanceláře Periskope Skandinávie. Zpětné vazby jsou velkým přínosem pro cestovní kancelář a vyhodnocování výsledků a poznatků pro přípravu dalších zájezdů

Zpracování přehledu prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 – 2016

Zpracovali jsme a porovnali přehled prodeje zájezdů do Skandinávských zemí, jak se prodeje zájezdů měnili v průběhu let od roku 2008 do roku 2016. Tyto čísla jsem získali přímo od majitele CK Ing. Petra Buriana

Katalogy a jejich distribuce v letech 2014 – 2015

V případě prvního vydání katalogu Skandinávie - zimní dovolená byl největší důraz kladen na distribuci do firem, kde byl velký potenciál zákazníků využít širokou a rozmanitou nabídku pro firemní setkání, zájezdy a teambuildingové akce.

Vytvoření dotazníku sledujícího strukturu a zájmy současných i budoucích klientů

Vytvořili jsme dotazník, který měl za úkol zjistit, jaký je zájem ze strany potenciálních i stávajících klientů cestovní kanceláře CK Periskope Skandinávie s.r.o. Tento dotazník byl distribuován v elektronické podobě a zaslán hromadně emailem. Rozeslali jsme 150 dotazníků. Po obdržení 107 odpovědí dotazovaných respondentů

jsme dotazník vyhodnotili. Dotazník jsme vytvořili v prostředí Google Drive a obsahoval celkem osm otázek.

Řízený rozhovor s majitelem CK Periskope Skandinávie

Provedli jsme rozhovor s majitelem cestovní kanceláře Periscope Skandinávie ing. Petrem Burianem.

Řízený rozhovor s ředitelem Lapland Safaris

Provedli jsme řízený rozhovor s marketingovým ředitelem společnosti Lapland Safaris s Raunem Posiem.

5. Metodologický postup

5.1. Analýza podkladových materiálů CK – vývoj počtů akcí a výroba a distribuce katalogů

Analýza dokumentace

Analýza znamená rozbor, metodu zkoumání složitějších zkušeností rozkladem na jednodušší. Používá se, pokud chceme dospět k jistým výsledkům na základě detailního poznání podrobností.

Obsahová analýza je kvalitativní nebo kvantitativní způsob výzkumu, rozbor a komparování získaných informací. Analýza obsahu dokumentu zahrnují metody a pravidla pro stanovení tematiky dokumentu, příp. časového a prostorového hlediska, čtenářského určení a formy dokumentu. Slovní vyjádření obsahu dokumentu v přirozeném jazyce je transformováno do věcných selekčních údajů v procesu věcného pořádkání nebo do vět v procesu sémantické redukce textu dokumentu. Je to strukturovaná analyticko-dokumentační technika. (Jakubíková, 2009)

V této práci jsme provedli analýzu dokumentů cestovní kanceláře Periscope Skandinávie s.r.o. Analýza spočívala v hodnocení materiálů, které CK používá a nabízí svým klientům.

5.2. Tvorba a distribuce dotazníku

Dotazník

Vytvořili jsme dotazník, který měl za úkol zjistit, jaký je zájem ze strany potenciálních i stávajících klientů cestovní kanceláře CK Periscope Skandinávie s.r.o. Tento dotazník byl distribuován v elektronické podobě a zaslán hromadně emailem. Rozeslali jsme 150 dotazníků. Po obdržení 107 odpovědí dotazovaných respondentů jsme dotazník vyhodnotili. Dotazník jsme vytvořili v prostředí Google Drive a obsahoval celkem osm otázek. Hlavním výsledkem bylo, co žádá současný trh a jakou nabídku klienti požadují. Výsledky jsme porovnali s analýzou dokumentů a výsledkem bylo, co klienti požadují a co CK Periscope Skandinávie s.r.o. nabízí. Jestli CK v této nabídce zimního katalogu „Zimní dovolená Skandinávie“ a katalogu „Podzim – Zima – Jaro“, nemá zrovna nedostačující nabídku a mezeru na trhu. Prvních sedm otázek, byly otázky otevřené a jejich účelem je zjištění oblíbenosti outdoorových aktivit ve Finsku, jací lidé tuto formu dovolené a outdoorových aktivit využívají a jestli vůbec dovolenou

ve Finsku a ostatních Skandinávských zemích preferují. Charakterem otázek bylo i zjistit motivaci k účasti na organizované formě aktivních dovolených. Poslední otázka byla uzavřená, a to s jednou možnou odpovědí. Do šetření byla otázka zařazena z důvodu zjištění, jestli vůbec účastníci cestovní kancelář Periskope Skandinávie znají.

Dotazovací formulář byl v elektronické podobě (prostředí Google Drive) prostřednictvím emailových adres rozeslán mezi 150 respondentů a na dotazník odpovědělo 107 respondentů. Dotazník byl rozeslán mezi stávající klienty CK Periskope Skandinávie, sportovní kluby a klienty z prostředí cestovního ruchu, vybrané klienty jiných cestovních kanceláří, náhodným účastníkům ze sportovního prostředí a jejich známým (zpravidla ve věku 21 - 30let). Sběr odpovědí trval více než týden. Interpretaci výsledků se věnuje závěr případové studie.

5.3. Řízené rozhovory s majiteli cestovních kanceláří z ČR a Laponska

Rozhovor s majitelem CK Periskope Skandinávie

Realizovat rozhovor s majitelem cestovní kanceláře CK Periscope Skandinávie panem Ing. Petrem Burianem.

Rozhovor s marketingovým ředitelem společnosti Lapland Safaris

Provést rozhovor s panem Raunem Posiem a porovnat programy i možnosu spolupárci s CK Periscope.

5.4. Popis způsobu vyhodnocení výsledků – analýza podkladových materiálů

V této práci jsme porovnali analýzu materiálů, dat, letáků a příslušných prospektů a zimních katalogů a katalogů Podzim – Zima - Jaro k prozkoumání zimní a letní nabídky outdoorových aktivit. Ze získaných dat cestovní kanceláře jsme udělali porovnání distribuce prvního a druhého vydání zimního katalogu a porovnání katalogu Podzim – Zima – Jaro, porovnáme, kde se distribuce zvýšila a kde naopak CK pozastavila distribuci katalogů.

Porovnali jsme v grafech prodej zájezdů do skandinávských zemí. Ve výsledku jsme porovnali prodej zájezdů do Švédska, Norska a Finska od roku 2008 do roku 2016 aktuálně. Díky velmi dobré spolupráci s panem Petrem Burianem a aktuálních číslech o prodeji zájezdů. Z těchto grafů je patrné, kde se zaměřit na zvýšení propagace

vybraných destinací a jejich sportovních a outdoorových aktivit. Cestovní kancelář může zjistit, kde má v nabídce svoje slabé a silné stránky.

Dalším ukazatelem, který jsme vyhodnotili je turistický dotazník. Dotazníkem jsme zjistili zájem o konkrétní nabízené aktivity, sportovní činnosti a outdoorové aktivity. Porovnali jsme, na jaké cílové skupiny se tato zimní nabídka zaměřuje, které skandinávské země jsou nejoblíbenější, případně, které mají respondenti zájem navštívit. Všechny tyto otázky a odpovědi jsme vhodnotili v jednotlivých grafech, kde je vidět procentuální rozdělení výsledků.

Tyto grafy a výsledky z turistického dotazníku jsme vyhodnotili a porovnali s rozhovorem, který mi poskytl majitel cestovní kanceláře. Jeho odpovědi budu porovnávat s dotazníkem. Doporučí, jaká místa by měl člověk ve Skandinávských zemích navštívit a která místa považuje majitel Ing. Petr Burian za zajímavá, které aktivity on sám vyzkoušel a může doporučit a na jaké cílové skupiny je nabídka zaměřená. Dalším porovnáním bylo srovnání obou rozhovorů jak zástupce české cestovní kanceláře, tak zástupce finské cestovní kanceláře, oba rozhovory byl velkým přínosem pro tuto práci a velmi zajímavé informace přispěli k výsledkům, této předkládané diplomové práci.

6. Komentáře k výsledkům získaných z analýz podkladů, z dotazníků a řízených rozhovorů

6.1. Historie cestovní kanceláře Periscope Skandinávie s r. o.

Cestovní kancelář byla založena dne 19. 1. 1993. CK je členem asociace AČCKA. Hlavním krédem je, že CK klade velký důraz na spokojenost všech klientů a chtějí, aby nejen cestovní kanceláře, ale i individuálně cestující rodiny a jednotlivci dostali nejen placené služby, ale co nejvíce služeb informativního charakteru.

Cestovní kancelář Periscope se ihned po založení stala tzv. „OfficialTicket Agent“, neboli výhradním prodejcem vstupenek a zájezdů na zimní olympijské hry 1994 v norském Lillehameru. Veškeré produkty a činnosti, tzn. Organizace zájezdů, prodej vstupenek, letenek, VIP – servis pro Český olympijský výbor apod. zajišťovala CK vlastními silami. Na základě kvalitně odvedené práce na této akci požádali Asociaci českých cestovních kanceláří a agentur o přijetí za člena asociace AČCKA. CK byla přijata 14. 12. 1994.

Po akci ZOH 1994 v Lillehameru se firma začala specializovat na tour – operátorskou činnost pro CK, skupiny a jednotlivce, co se týká služeb ve Skandinávii. Jde o prodej trajektových lístků, letenek, zajištění ubytování, částečných a kompletních balíčků při realizaci zájezdů a individuálních cest do Skandinávie. V roce 2001 přidali ve větší míře Island, v sezoně 2002 patří mezi novinky zájezdy do pobaltských států a do Petrohradu. Rok 2003 byl vrcholem počtu zájezdů i klientů, zároveň rokem zprovoznění kvalitnějšího webu. V roce 2004 byla CK poprvé v Grónsku a od roku 2005 pořádá zájezdy také na Špicberky. Největší novinkou v roce 2011 byl samostatný katalog zimní dovolené ve Skandinávii.

28. 11. 1996 vzniká specializovaná CK Periscope Skandinávie s r. o., která přebírá většinu činností CK Periscope, co se týká turistiky ve Skandinávii. Ta zajišťuje i tvorbu katalogových poznávacích a pobytových zájezdů. Od ledna 2002 byla otevřena pobočka v Brně, Radnická 1, která se od 1. 1. 2003 stala i sídlem firmy. Od 1. 1. 2006 je nové sídlo Panská 6. Produkty CK nalezneme i v dalších katalozích českých CK a též na Slovensku.

Od roku 2000 je firma dle zákona č. 159/1999 Sb. pojištěna proti úpadku u pojišťovny UNIQA.

6.2. Zpětná vazba klientů CK Periscope Skandinávie

Organizování zpětnovazebních vyjádření pomáhá CK zkvalitňovat nabídku a celkové služby. Některá vybraná hodnocení.

Vždy perfektní a profesionální

Přeji hezký den,

děkuji za zaslání nového katalogu Periscope Skandinávie 2015 a za slevový kupon. Jsem velkým příznivcem vaší cestovní kanceláře, nemáte v ČR konkurenci. Měl jsem možnost s Vaší CK již několikrát cestovat (Island, opakovaně Norsko, Švédsko, Finsko) a vždy to bylo naprosto perfektní a profesionální. Výborně hodnotím zejména práci průvodců (vždy dokonale připravení, s úsměvem umí vyřešit každou maličkost ve prospěch klienta). Nový katalog je přehledný. Pokud si vyberu některý ze zájezdů, všechny informace o něm najdu na jediné stránce. Webové stránky jsou rovněž přehledné a srozumitelné. Na dvě „kliknutí“ můžu vyhledat a zjistit podrobné informace o každém zájezdu. Výborné je i info o plánovaných přednáškách (naposledy jsem navštívil diashow J. Kolbaby o Islandu a byl to skvělý zážitek) a o spolupracujících průvodcích. Přeji CK periskope Skandinávie krásné prožití vánočních svátků a v dalších letech hodně spokojených klientů.

S pozdravem, Martin Hejeda

Zážitek na celý život

Dobrý den,

chtěli jsme Vám poděkovat za vynikající tip na Engholm husky. Sama bych si toto místo určitě nevybrala, jelikož je uvedeno v průvodci, a jak víte, měli jsme trochu obavy z „masové“ záležitosti. To ale v tomto případě nehrozí. Ačkoliv si myslím, že měli zákazníků plno, vůbec jsme to nepocítovali. Husky safari bylo perfektní, děkuji za doporučení. Kdybychom vyrazili na jeden odpolední trip se psy, jak se často nabízí, vůbec bychom nezískali představu, co všechno tzv. musherství obnáší. Zážitek na celý život. Měli jsme skvělé průvodce, stali jsme se součástí týmu, zkrátka vynikající, úžasné!

Ještě jednou moc děkujeme.

S pozdravem, H. Pfeiferová

Sníh, les, ticho a ten vzduch!

Dobrý večer,

pobyt v medvědíh brlohu byl úžasný, všechno fungovalo perfektně, zážitky skvělé, fajn lidi, vynikající jídlo. Vůbec se nám nechtělo domů, kdyby šlo si tu nádheru zabalit do pztle a přivést sem, hned bych měnila. Sníh, les, ticho a ten vzduch. Do Laponska jsem se zamilovala a doufám, že se mi podaří se tam ještě někdy vrátit. Když jsem spali ve sněhovém hotelu, bylo vevnitř -3 a venku -13, ale všichni čtyři z Česka jsme vydrželi.

Pocity se nedají dost dobře popsat.

Zdravím a přeji hezký večer, Jana Fišáková

Ing. Petr Hustoles

Před dvěma dny jsem telefonicky rezervoval přednášku na 25.3.2015 v Praze 10 o Laponsku. Váš slovensky trochu hovořící operátor byl velmi slušný, profesionální, ochotný, současně jsem poprosil o zaslání Vašeho katalogu. Katalog je vynikající úrovně, na křídovém papíru, i tisk je bezchybný, foto nádherné...Máte být na takovou Vaši práci hrdý, zcestoval jsem polovinu světa a úroveň vašeho katalogu je mimořádná!

Hezký den, přeji Vám úspěch i v osobním životě.

Ing. Petr Hustoles

Poděkování za skvělý service při objednávání dovolené ve Finsku

Dobrý den, milý pane Petře Buriane,

chtěla jsem Vám vyjádřit velké poděkování za servis, se kterým jsem se setkala při přípravě, vyjednávání a objednání dovolené ve finsku. Vaše kolegyně Eva Děkanová k celé naší objednávce přistupovala velice profesionálně, rychle a efektivně. Během 28 hodin jsme měli vše zajištěno, ve velice dobré kvalitě, ceně i termínech. Flexibilita, přesnost, vstřícnost, laskavost, to jsou slova, která popisují přístup vaší kolegyně. Gratuluji Vám k tomu, že je vaším zaměstnancem, či spolupracovníkem. Je to první dovolená, kterou realizujeme přes vaši cestovní kancelář, a určitě ne poslední. Zpětnou vazbu ohledně pobytu vám pak pošlu a budu všem svým známým a přátelům doporučovat.

Skool, Jarmila a Jiří Václavkovi

Jsou to náhodně vybrané zpětné vazby, které ukazují, že většina zákazníků je s nabídkou cetovníkanceláře velmi spokojena.

6.3. Analýza prodeje zájezdů

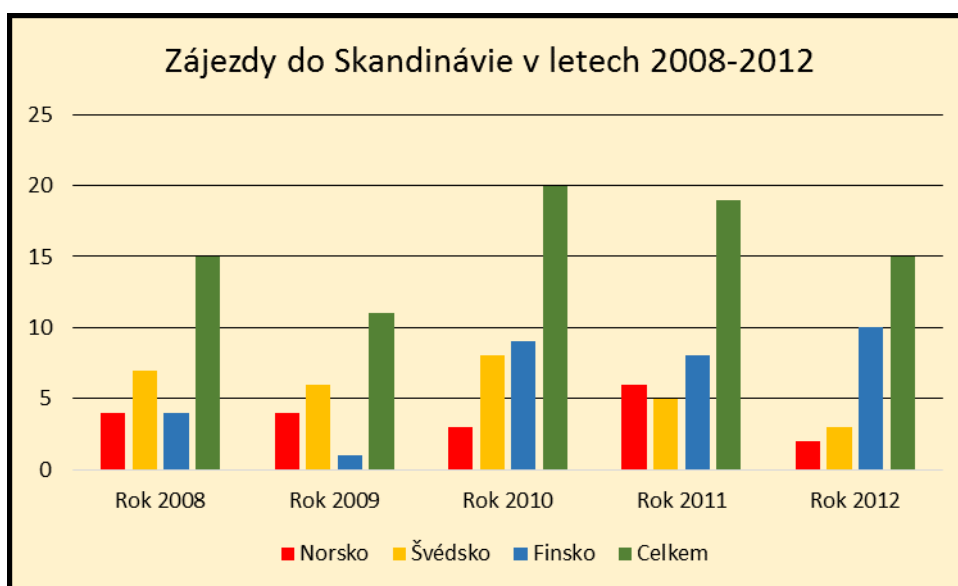
V následující tabulce č. 4 – Prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 – 2012 a grafu č. 3 – Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 - 2012 jsou uvedeny celkové prodeje zájezdů do příslušných skandinávských zemí v letech 2008 až 2012. Je zde vidět prodej zájezdů do nabízených zemí. Z grafu můžeme vyčíst, že největší zájem je o prodej zájezdů a příslušných aktivit do Finska, kde se nárůst od roku 2010 do roku 2012 zvýšil a je vidět, že nabízený produkt se dobře prodává, naopak je zaznamenán velký pokles prodeje od roku 2010 do roku 2012 zimních zájezdů do Švédska a největší pokles je výrazný u zimních zájezdů do Norska.

Tabulka č. 4 – Prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 -2012

Destinace	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010	Rok 2011	Rok 2012	Celkem
Norsko	4	4	3	6	2	19
Švédsko	7	6	8	5	3	29
Finsko	4	1	9	8	10	32
Celkem	15	11	20	19	15	80

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 3 – Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008-2012



Zdroj: vlastní zpracování

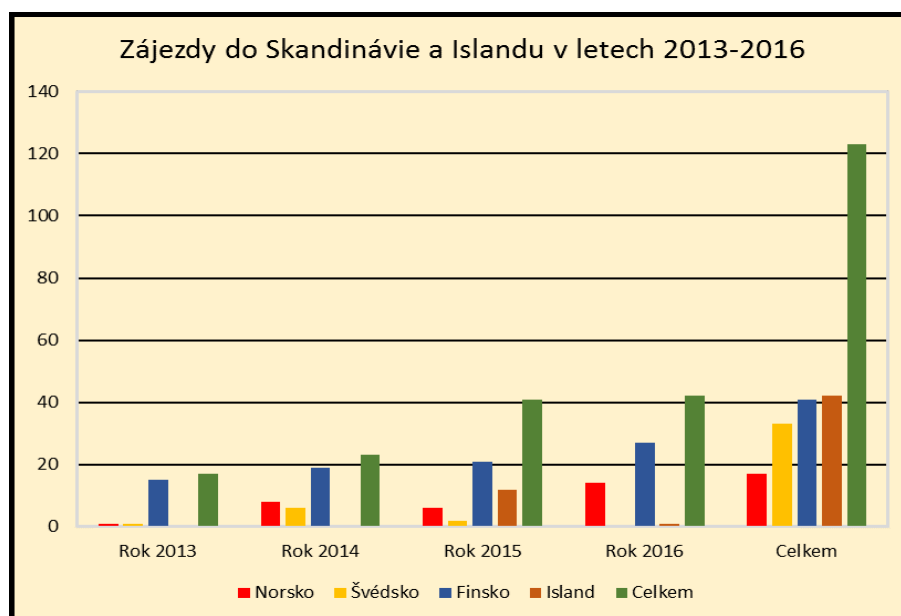
V následující tabulce č. 5 a graf. č. 4 – Prodeje zájezdů do Skandinávie a Islandu v letech 2013 - 2016 je vidět prodej zájezdů do skandinávských zemí od roku 2013 do roku 2016. Je zde vidět konkrétní prodej jednotlivých zájezdů do nabízených zemí a obrovský nárůst prodeje zájezdů do Finska. Výkyv prodeje v roce 2013 zájezdů do Norska a Švédska je evidentní. Majitel CK si nedokáže pokles prodeje zájezdů ničím vysvětlit. V roce 2015 měli velký úspěch se zájezdy, zabodoval název „Za polární září“, stejný název pro Finsko i Island. V letošním roce 2016 je už nyní prodej zájezdů 27 mohl zapůsobit nový název pro zájezd do Finska. V grafu č. 4 – Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie a Islandu v letech 2013 - 2016 je evidentní nárůst prodeje zájezdů do Finska a velká úspěšnost zimních zájezdů. Naprostá převaha je zájezdů do Finska.

Tabulka č. 5 – Prodeje zájezdů do Skandinávie a Islandu v letech 2013 – 2016

Destinace	Rok 2013	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016	Celkem
Norsko	1	8	6	14	17
Švédsko	1	6	2	0	33
Finsko	15	19	21	27	41
Island	0	0	12	1	42
Celkem	17	23	41	42	123

Zdroj: vlastní zpracování

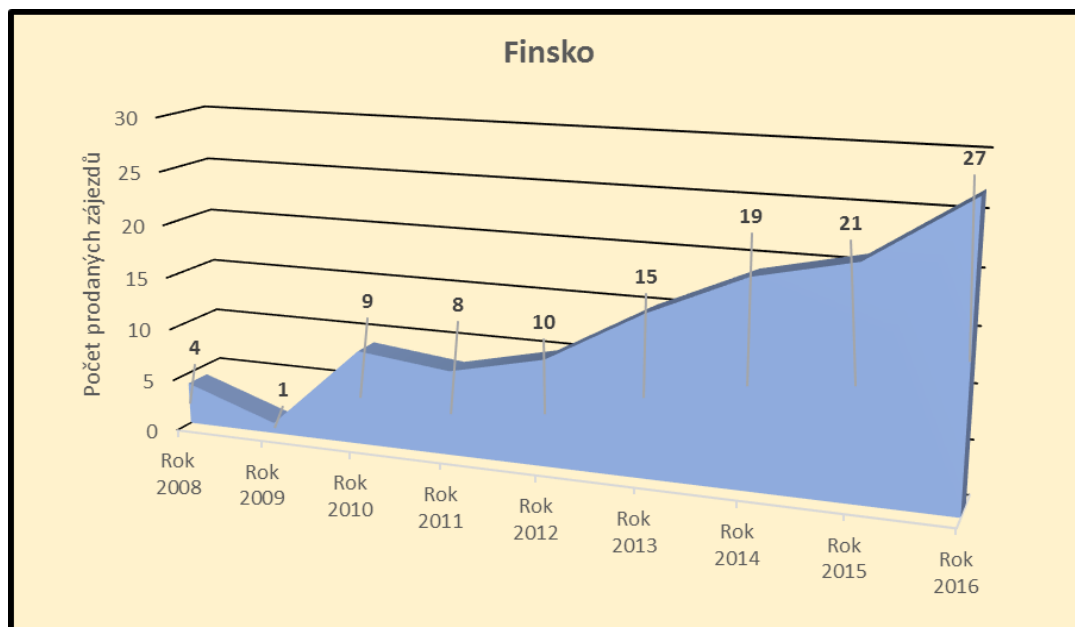
Graf č. 4 – Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie a Islandu v letech 2013-2016



Zdroj: vlastní zpracování

V grafu č. 5 popisujícím prodej zimních zájezdů do Finska je patrné, že se od roku 2008 do roku 2012 prodej zvýšil a v roce 2012 zaznamenal největší prodej zimních zájezdů do Finska a stále pokračoval nárůst až do letošního roku 2016.

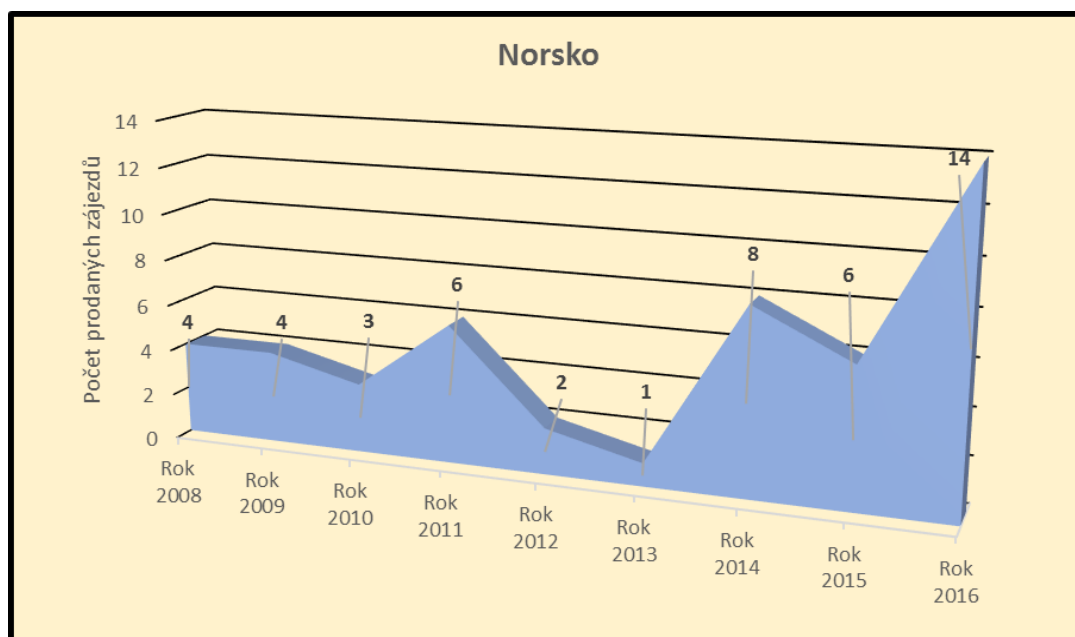
Graf č. 5 – Prodej zájezdů do Finska v letech 2008 – 2016



Zdroj: vlastní zpracování

V následujícím grafu č. 6 vidíme prodej zimních zájezdů do skandinávské země **Norsko**. Největší prodej byl v roce 2011, 2014, 2016 největší pokles prodeje je zaznamenán v roce 2013.

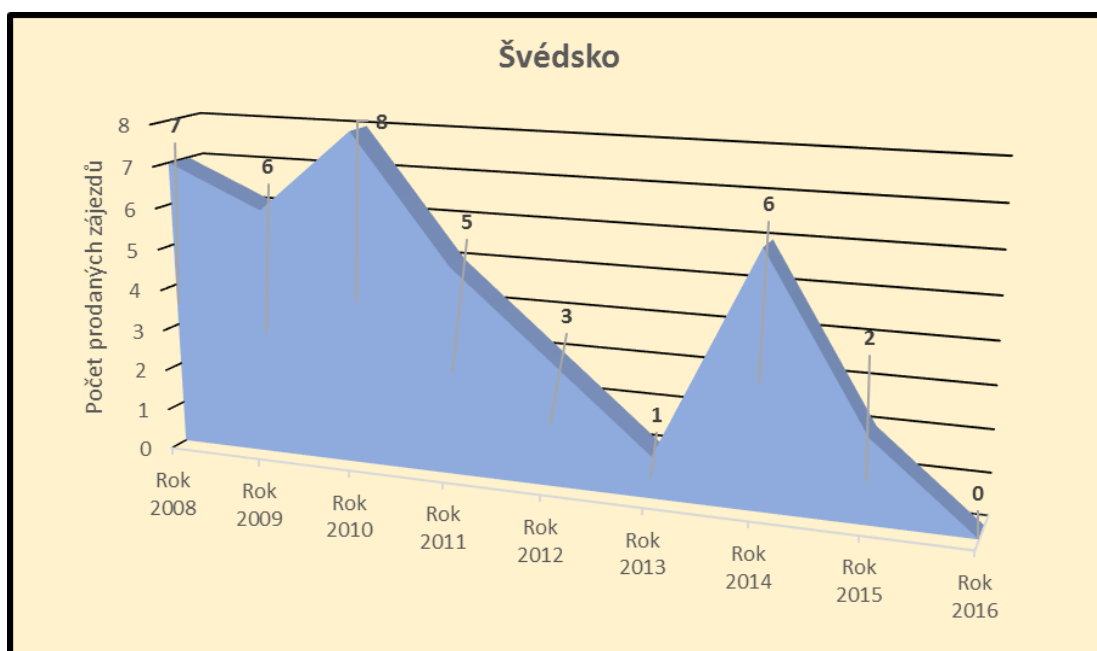
Graf č. 6 – Prodej zájezdů do Norska v letech 2008 – 2016



Zdroj: vlastní zpracování

V grafu č. 7 popisující prodej zájezdů do **Švédska** je patrné, že největší prodej byl v roce 2010 a je zaznamenán kontinuální pokles od roku 2011 s nejnižším prodejem v roce 2013. Největší úspěch byl v roce 2014, ale v roce 2015 byl opět zaznamenán pokles prodeje.

Graf č. 7 – Prodej zájezdů do Švédska v letech 2008 – 2016 (vlastní zpracování)



6.4. Distribuce katalogů

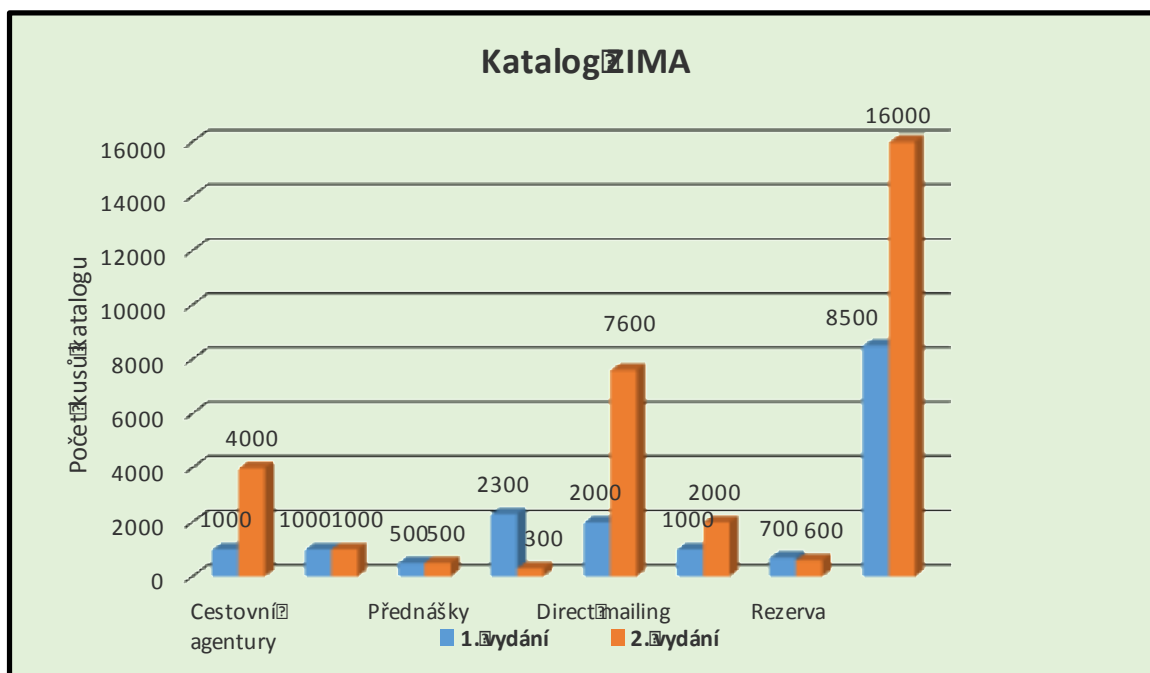
V tabulce č. 6 a následně grafu č. 8, je vidět výroba a distribuce 1. a 2. vydání zimního katalogu Skandinávie zimní dovolená. V případě distribuce prvního vydání katalogu Skandinávie zimní dovolená, byl největší důraz kladen na distribuci do firem a na přímý mailing. V případě druhého vydání katalogu byla už distribuce zaměřena hlavně na direkt mailing, pak distribuce do cestovních agentur a velký počet byl rozdán rovněž na veletrzích cestovního ruchu a distribuce do poboček. Z následujících dvou grafů lze vidět, kde se distribuce změnila a v jakém počtu.

Tabulka č. 6 – Počty výtisků katalogu ZIMA

KATALOG ZIMA	počet kusů 1. vydání	počet kusů 2. vydání
Cestovní agentury	1000	4000
Veletrhy	1000	1000
Přednášky	500	500
Firmy	2300	300
Direct mailing	2000	7600
Pobočky	1000	2000
Rezerva	700	600
CELKEM	8500	16000

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 8 – Počet kusů katalogu ZIMA v 1. a 2. vydání (vlastní zpracování)



Zdroj: vlastní zpracování

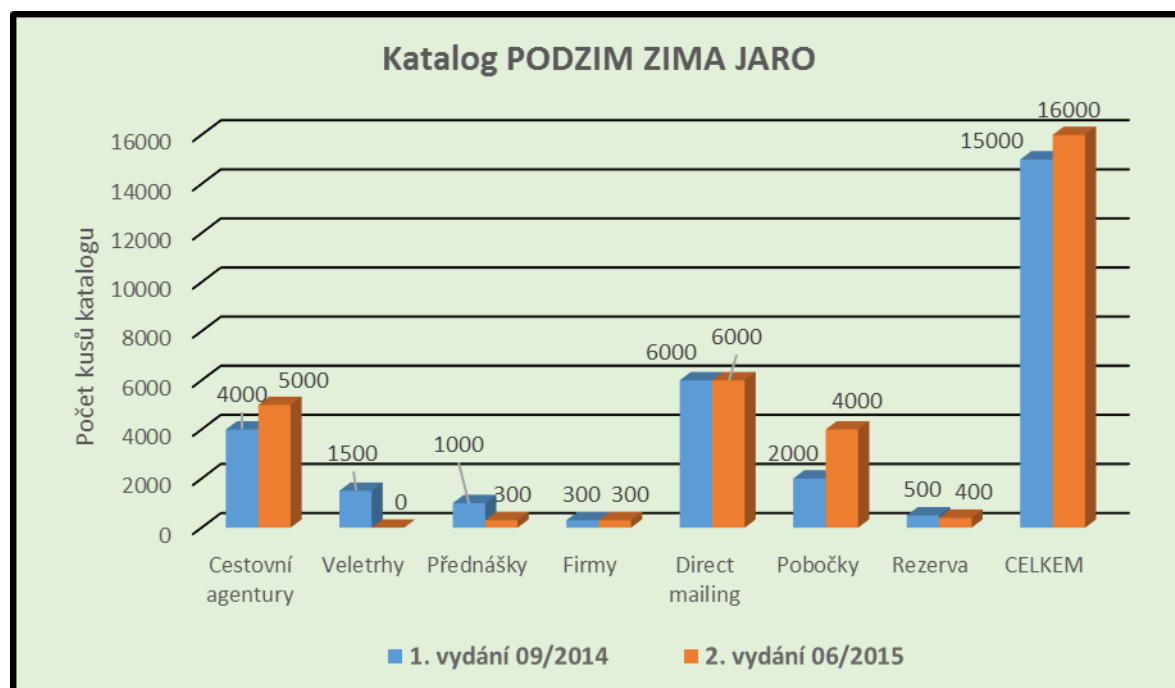
V tabulce č. 7 a grafu č. 8, je vidět výroba a distribuce vydání speciálního katalogu Podzim – Zima – Jaro. V případě distribuce prvního vydání katalogu, byl největší důraz kladen na veletrhy, přednášky a přímý mailing. V případě druhého vydání katalogu byla už distribuce zaměřena hlavně na přímý mailing, pak distribuce do cestovních agentur a poboček. Na veletrzích nebyl distribuován žádný katalog, protože se vše rozdává na podzim, část této nabídky bude zopakována v hlavním katalogu CK, který vyšel v listopadu 2015. Na grafu č. 7 je patrný nárůst distribuce 2. vydání katalogu hlavně přímým mailingem klientům, větším množstvím distribuce do cestovních agentur a poboček. Toto zvýšení by mělo vést k vyššímu prodeji nabízených produktů.

Tabulka č. 7 – Počty výtisků katalogu PODZIM – ZIMA - JARO

KATALOG PODZIM ZIMA JARO	počet kusů 1. vydání 09/2014	počet kusů 2. vydání 06/2015
Cestovní agentury	4000	5000
Veletrhy	1500	0
Přednášky	1000	300
Firmy	300	300
Direct mailing	6000	6000
Pobočky	2000	4000
Rezerva	500	400
CELKEM	15000	16000

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 9 – Počet kusů katalogu PODZIM ZIMA JARO v 1. a 2. vydání



Zdroj: vlastní zpracování

Distribuce 1. a 2. vydání zimního katalogu Skandinávie - zimní dovolená. Druhé, rozšířené vydání katalogu, kde je rozšířena nabídka do více destinací a rozšířeno množství nabízených sportovních a volnočasových aktivit, bylo oproti prvnímu vydání hlavně rozesíláno přímým mailem klientům, větším množstvím distribuováno do cestovních agentur, poboček a propagováno na veletrzích cestovního ruchu. Toto zvýšení by mělo vést k vyššímu prodeji nabízených produktů.

V případě prvního vydání katalogu Skandinávie - zimní dovolená byl největší důraz kladen na distribuci do firem, kde byl velký potenciál zákazníků využít širokou a rozmanitou nabídku pro firemní setkání, zájezdy a teambuildingové akce.

Vydání speciálního katalogu Podzim – Zima – Jaro. V případě distribuce prvního vydání katalogu, byl největší důraz kladen na veletrhy, přednášky a přímý mailing. V případě druhého vydání katalogu byla už distribuce zaměřena hlavně na přímý mailing, pak distribuce do cestovních agentur a poboček. Na veletrzích nebyl distribuován žádný katalog, protože se vše rozdá na podzim, část této nabídky bude zopakována v hlavním katalogu CK, který vyšel v listopadu 2015. Ohledně marketingu se Cestovní kancelář Periscope Skandinávie s.r.o. začala zaměřovat hlavně na webové stránky, rozesílá e-mailové aktuality, mailing pro spolupracující cestovní agentury, přenos xml dat pro spolupracující agentury, prezentace (přednášky) pro klienty a veletrhy cestovního ruchu: Travel Market 2014 a 2015, GO Brno – každý rok, Slovakiatour Bratislava – každý rok, Holiday World – pouze 2015, v roce 2016 se majitel cestovní kanceláře periskope Skandinávie rozhodl, že na veletrhu holiday World vystavovat nebudou.

Prodeje zájezdů

Grafy ukazují prodej zájezdů do skandinávských zemí v letech 2008 až 2012. Z grafu prodeje zájezdů do Norska je vidět meziroční pokles zájmu klientů o aktivity v Norsku téměř o polovinu v letech 2011 do 2012 a současně nárůst prodeje zájezdů do Finska, což může značit i změnu poptávky a větší zájem klientů poznávat i jiné skandinávské země. V případě prodeje zájezdů do Švédska je značný pokles prodeje zájezdů v letech 2011 až 2012, je potřeba se zaměřit na rozšíření nabídky severských aktivit ve Švédsku.

Prodej zájezdů do skandinávských zemí od roku 2011 do roku 2015. Je zde vidět konkrétní prodej jednotlivých zájezdů do nabízených zemí. V tabulce je vidět obrovský nárůst prodeje zájezdů do Finska. Výkyv prodeje v roce 2014 v prodeji zájezdů je

evidentní. Majitel CK Periscope Skandinávie s.r.o. Pan Petr Burian si nedokáže pokles prodeje zájezdů ničím vysvětlit. V roce 2015 měli velký úspěch se zájezdy, zabodoval název „Za polární září“, stejný název pro Finsko i Island. V minulých letech 2014 – 2015 byl velký zájem o zájezdy za polární září s průvodcem. Majitel si vysvětluje zvýšení prodeje zájezdů tím, že původní název byl „Aktivity na polárním kruhu“ a v roce 2014 až 2015 byl název změněn na „Na polární září za polární kruh“, zde je evidentní, že klíčové slovo polární záře, zvýšila prodej zájezdů, poslední dobou je polární záře v názvu pro respondenty stěžejní.

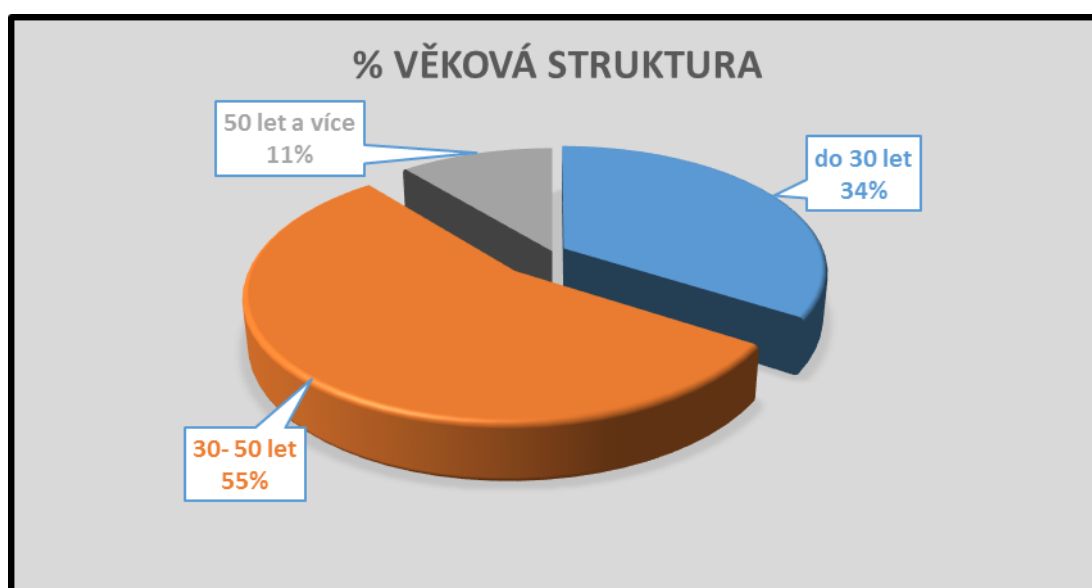
6.5. Průzkum poptávky po zimních zájezdech do Skandinávie (analýza odpovědí z dotazníku)

V této kapitole analyzujeme výsledky, které jsme zjistili z dotazníkového šetření. Upozorňujeme zde na to, že se rozcházejí čísla otázek a grafů.

Z údajů následující otázky č. 1 jaká je věková struktura klientů je na grafu č. 9 vidět, že nejsilnější skupinou při koupi zájezdů do Skandinávie je skupina ve věku 30 až 50 let. Na druhém místě je věková skupina do 30 let a poslední skupinou oblíbenosti zimních zájezdů a aktivit do Skandinávie je skupina do 50 let.

1. Jaká je věková struktura klientů s ohledem na koupi zájezdů?

Graf č. 10 – Věková struktura s ohledem na koupi zájezdů



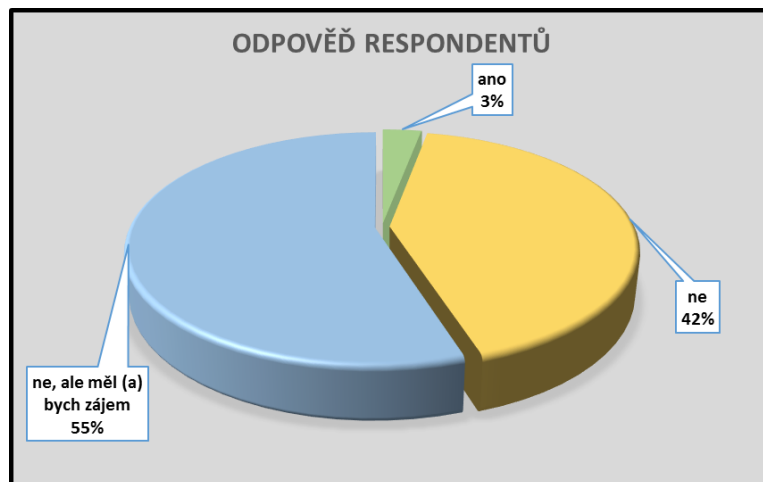
Zdroj: vlastní zpracování

Z následujícího grafu č. 10 vidíme odpověď na otázku č. 2, že pouze 3% respondentů jezdí v zimě do Skandinávských zemí, ale 42% by mělo o nabízené

skandinávské země zájem a 55% dotazovaných, tato nabídka neoslovila a zájem o zimní dovolenou ve Skandinávii nemají.

2. Trávíte zimní dovolenou ve Skandinávských zemích?

Graf č. 11 – Odpovědi respondentů na koupi zájezdů

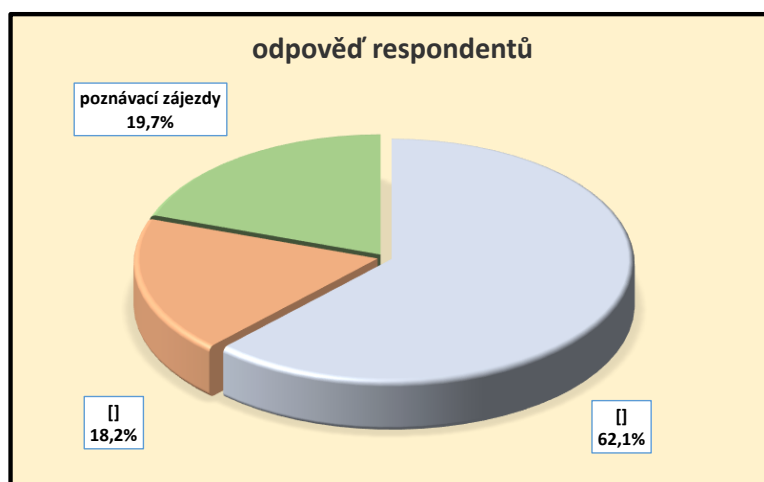


Zdroj: vlastní zpracování

V následujícím grafu č. 11 podle odpovědí klientů na otázku č. 3 vyšlo, že 62,1% dotazovaných by mělo zájem o aktivní dovolenou. O poznávací zájezdy má zájem 19,7% klientů a 18,2% by mělo zájem o pobytové zájezdy. V tomto případě je potenciál nových klientů se zájmem o aktivní dovolenou veliký.

3. Jaký druh zájezdu preferujete?

Graf č. 12 – Odpovědi respondentů k preferenci zájezdu

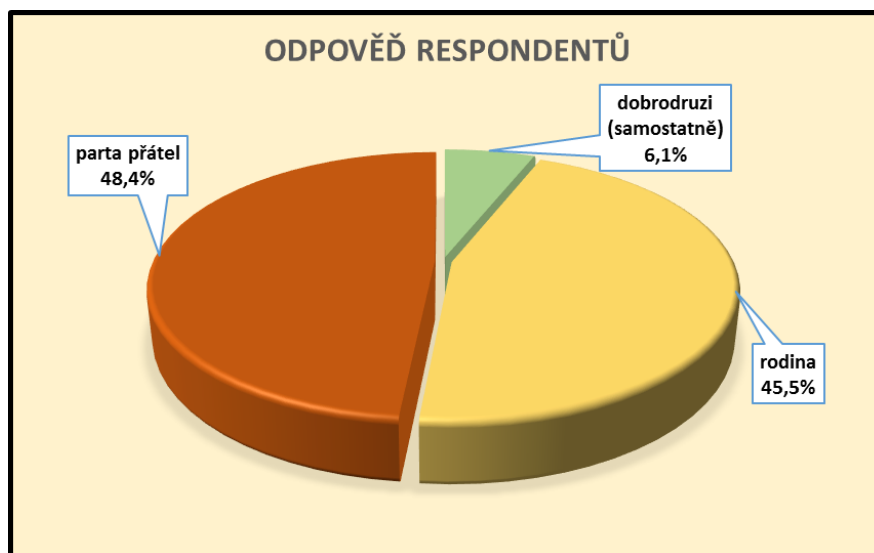


Zdroj: vlastní zpracování

4. V jakém složení jezdíte nejčastěji?

V následujícím grafu č. 12 vidíme odpověď na otázku č. 4, v jakém složení respondenti jezdí na dovolenou, takže veliký potenciál je vidět v partě přátel, pro které by se nabídka zimní dovolené dala využít, následuje rodina a dobrodruzi.

Graf č. 13 – Odpovědi respondentů ke složení zájezdu

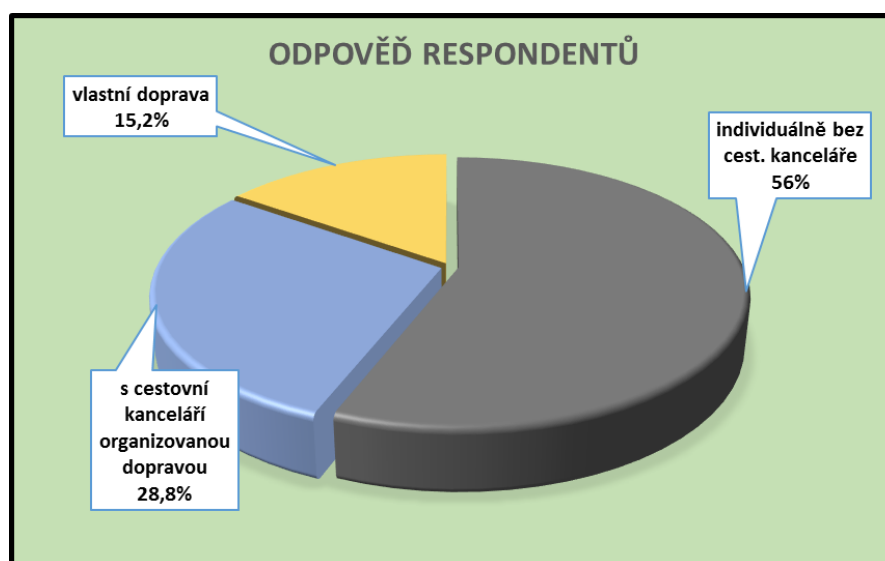


Zdroj: vlastní zpracování

5. Jakou formu organizace preferujete?

Následující graf č. 13 ukazuje odpověď na otázku č. 5, jakou organizaci dovolené dávají dotazovaní přednost, 56,1% dotazovaných jezdí samostatně bez CK, 28,8% dotazovaných jezdí s CK organizovanou dopravou a 15,2% jezdí s CK vlastní dopravou

Graf č. 13 – Odpovědi respondentů k organizaci zájezdu (vlastní zpracování)

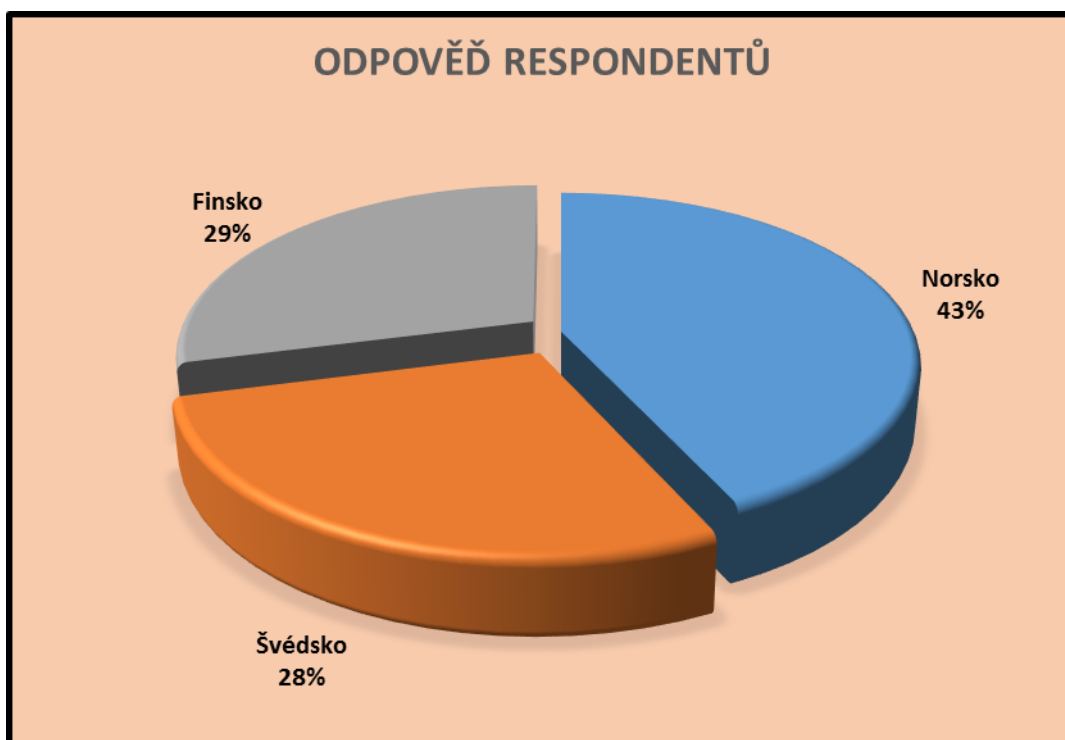


Zdroj: vlastní zpracování

6. Které země preferujete?

Odpověď na otázku č. 6 je vidět na grafu č. 14, že nejoblíbenější a pro respondenty nejzajímavější zemí k navštívení zůstává Norsko, to by chtělo nebo navštívilo 43%, Finsko by chtělo navštívit 29% a Švédsko by mělo zájem 28% dotazovaných.

Graf č. 14 – Odpovědi respondentů k preferenci země

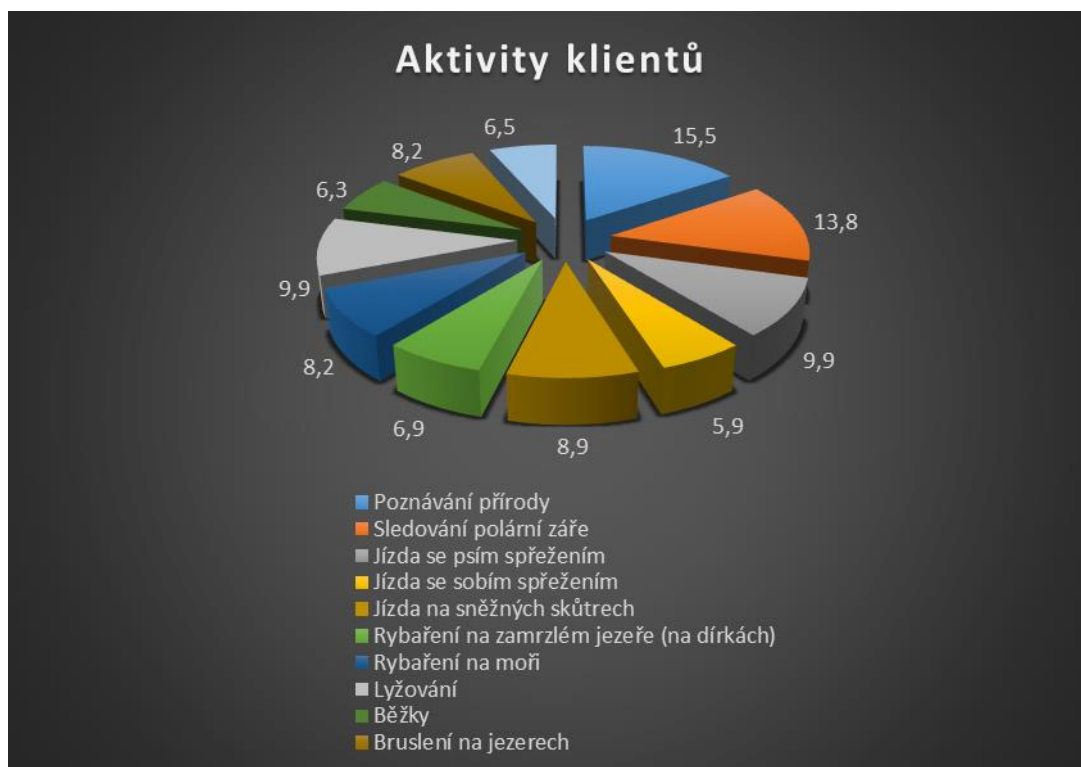


Zdroj: vlastní zpracování

7. Které outdoorové aktivity preferujete?

Z následujícího grafu č. 15, který ukazuje odpověď na otázku č. 7, je zřejmé, že největší zájem z nabízených zimních aktivit je poznávání přírody, sledování polární záře, jízda se psím spřežením, jízda na sněžných skútrech. V dotazníku bylo vidět, že zájem o nabízené aktivity je zajímavý.

Graf č. 15 – Outdoorové aktivity klientů



Zdroj: vlastní zpracování

8. Znáte zimní nabídku CK Periskope Skandinávie?

Odpověď na otázku č. 8 je vidět na posledním grafu č. 16 a z dotazníku je zřejmé, že zimní nabídku CK Periscope Skandinávie zná pouze 6% dotazovaných a 94% nabídku nezná, tam by měl být vidět velký potenciál k větší distribuci zimního katalogu mezi nové respondenty např. zaměřit se na cílený marketing této nabídky.

Graf č. 16 – Znalost zimní nabídky CK



Zdroj: vlastní zpracování

6.6. Rozhovor s Ing. Petrem Burianem

Kdo nebo co Vám dalo impulz na vydání zimního katalogu?

Zima ve Skandinávii je pohádková. Kvalitní sníh, nekonečné možnosti běžkování, stylové ubytování, atraktivní přírodní prostředí. Chtěl jsem přiblížit tyto krásy i českým klientům.

Na základě čeho jste do zimního katalogu vybral tyto konkrétní aktivity, které jsou v nabídce?

Za více jak 10 let, kdy zimní Skandinávii navštěvuji, jsem poznal mnoho lyžařských středisek v Norsku a snad všechny lokality, kde se ve Finsku u polárního kruhu nabízejí zimní aktivity. Navázali jsme mnoho obchodních vztahů.

Výběr konkrétních lokalit do aktuální nabídky závisí na zkušenostech s daným místem z předchozích let, na cenách i na osobním přístupu kontaktních osob daného dodavatele. Nabídka se tedy průběžně každým rokem upravuje.

Co by mělo klienty motivovat k využívání služeb Vaší CK, v čem je cestování s Vaší CK lepší než individuální cestování?

Jednoznačně zkušenosti s podobnými akcemi, znalost prostředí a znalost nabídky.

V čem vidíte slabé a silné stránky této zimní nabídky a v čem budete chtít do budoucna nabídku zlepšit?

Nejsilnější stránkou je výběr zimního střediska Yllas pro více typizovaných nabídek. Výhoda oproti střediskům, které se historicky dokázala v mezinárodním měřítku zviditelnit, a tedy jezdí tam mnoho lidí, je to, že v Yllasu je daleko méně lidí a přitom sjezdovky a běžkové stopy jsou na nejvyšší úrovni a v dostatečném rozsahu.

Silnou stránkou je i zájezd na běžky do Norska, kde můžeme garantovat mimořádný zážitek z norské přírody. Slabinu vidím ve změně majitelů Lesního hotelu, ke které došlo v době tisku katalogu. Není zcela jisté, zda noví majitelé budou pokračovat v osobním, rodinném přístupu majitelů dřívějších, se kterými jsme měli nadstandardní vztahy.

Jak hodnotíte letošní zimní sezónu z hlediska nabídky, co chtěli klienti využít a co budete chtít na základě loňské sezóny změnit?

Nejprodávanější byla nabídka Rodinné pobyty v Medvědím brlohu a Zimní týden v lesním hotelu. Zklamání jsme byli ze zájezdu Eurovíkend ve Finsku, který si zakoupilo málo klientů. Na základě této zkušenosti jsme postavili stejnojmenný zájezd na rok 2013 jinak – do jiného střediska (IsoSyote), s nižší základní cenou a s možností fakultativní volby některých aktivit.

Které severské aktivity jsou možné ve Skandinávii provozovat? Jsou ve Vaší nabídce zimního katalogu?

Běžky – ano

Sjezdovky – ano

Skialpinismus – ne

Telemark – ne

Trekking na lyžích - ne

Sněžnice - ano

Jízda sněžným skútrem – ano

Jízda se psím spřežením – ano

Sobí farma (příp. jízda se sobím spřežením) – ano

Rybaření na zamrzlém jezeře (na dírkách) – ano

Jakou formou propagujete zimní aktivity, jak je nabízíte, aby se o nich klienti dozvěděli?

Přímé mailly stálým klientům.

Distribuce přes autorizované prodejce.

Distribuce na veletrhu cestovního ruchu.

Umístění programů do katalogů partnerských CK.

Tisková zpráva pro novináře.

Vlastní web CK www.periscope.cz .

Specializovaný web, patřící CK www.ledovehotely.cz.

Inzerce – weby i tisk.

Zaznamenáváte nárůst počtu klientů a zájem klientů o tuto zimní nabídku a aktivity?

Od roku 2008 do roku 2011 jsme zaznamenávali postupný, později mírný nárůst. V zimě 2012 došlo k poklesu, hlavně díky menšímu zájmu firem organizovat tzv. teambuildingové akce. Pokles přičítáme i probíhající ekonomické krizi. Od roku 2013 až do současnosti prodáváme více a více zimních akcí do Finska. Zvýšení prodeje je dáno obecnou informovaností klientů i permanentní propagací zimních aktivit v našich katalozích i PR článcích na webu i v periodickém tisku. Dále uvažujeme, že klienti hledají nepoznané ... a nacházejí právě klidný sever s dostatkem sněhu a klidu (vybočení z permanentního pracovního zatížení i ze stresu obecně).

Jaká je spolupráce při organizaci s místními severskými poskytovateli služeb a ostatními skandinávskými CK?

Spolupráce je většinou bezproblémová. Probíhá výhradně v angličtině. Nabídka aktivit a ceníky jsou připraveny od dodavatelů v dostatečném předstihu. To umožnilo vydat katalog ZIMA 2013 již v červnu roku 2012. Realizace služeb na místě je většinou bez problémů, rezervace ubytování i služeb jsou bezchybné. Někdy dochází ze strany dodavatel na místě k přehození programu jednotlivých dnů z důvodu nedosažení minimálního počtu klientů. S tím ale většinou klienti nemívají problém, rozsah objednaných služeb je dodržen, pouze v jiném pořadí. Od roku 2013 až do letošního roku 2016 je spolupráce s nimi téměř bezchybná. Protože je to pro mnohé z nich podstatou jejich podnikání, snaží se odběratelům vytvořit optimální podmínky pro prodej a i při organizaci pobytů nebo zájezdů na místě.

Jaké věkové skupiny klientů nejvíce jezdí do Skandinávie?

40-60 let.

Trávíte Vy sám zimní dovolenou ve Skandinávii a kde nejraději?

Ano, v Norsku na běžkách. Ale rád jezdím i do finského Laponska.

Jaký druh dovolené preferujete, aktivní (sportovní), poznávací nebo pobytový?

Aktivní, nejraději turistika v prostředí vysočiny a trekking na horách.

Které skandinávské země máte nejraději a doporučujete navštívit na zimu?

Norsko, Norsko, Norsko. Mám rád oblast pod nejvyšším pohořím Jotunheimen nebo náhorní plošinu Hardangervidda. Brzy chci prozkoumat možnosti sjezdovek u fjordů, např. u města Stranda.

Které aktivity ve Skandinávii preferujete, už jste je vyzkoušel, můžete je doporučit a proč?

Nejvíce se mi líbí běžky. Následuje jízda se psím spřežením a poté skútry.

Vy jezdíte sám jako dobrodruh, s rodinou nebo přáteli?

Nejčastěji jezdím v menší skupině s přáteli.

Jaký přínos měla pro CK doporučení v závěru bakalářské práce?

(Byla doporučena větší distribuce zimního katalogu, zlepšení webových stránek, více zaměření na marketing katalogu zimní dovolená, zaměření na incentivu a skupiny)

Uvedená bakalářská práce pro nás měla přínos hlavně v kritické informaci, že bychom se měli dle názoru zpracovatelky zlepšit v marketingové propagaci a v distribuci katalogu. Nabídka zimních aktivit je velmi široká a příprava jejich prezentace je časově velmi náročná. Vzhledem k mírné redukci počtu pracovníků máme menší pracovní kapacitu i pro zimní zájezdy. Některá doporučení tak nešlo splnit. Jde především o zlepšení webových stránek. Větší distribuci katalogu bránil v minulých letech nedostatek finančních prostředků. Proto nebyl speciální zimní katalog v letech 2014 a 2015 vůbec vydán. Změnili jsme totiž strategii vydávání katalogů i s dalšími nabídkami CK Periscope a to v rytmu „letní katalog“ a „podzimně-zimní katalog“.

V katalogu Podzim-zima-jaro jsou zimní aktivity uvedeny na několika stranách jako jeho součást.

Jaké novinky máte v posledních letech?

Soustředili jsme se na organizování více zájezdů za polární září s průvodcem, a to do celé Skandinávie, nejen do Finska. Jsou to zájezdy za polární září na Island nebo na sever Norska, kde je střediskem pozorování město Tromsø. Strategie na polární září vyšla dobře, zájezdy se úspěšně prodávaly. 2013 uvádíme v tištěném katalogu Skandinávie celou stranu věnovanou zimním aktivitám „Inzerát“ je uveden na podkladové fotografii s polární září. Stejná fotka je následně uváděna v dalších katalozích pro roky 2014, 2015 i 2016.

2014 hledáme jakou formou nabízet běžky v Norsku, zda kratší, cca 5 denní anebo 8 denní zájezdy. V roce 2014 a 2015 se nehlásí téměř nikdo, úspěch slavíme ve třetím roce nabídky, což je běžný standard (3 roky) od prvního uvedení nabídky na trh.

Vydáváte stále speciální katalog zimní dovolená?

Nevydáváme speciální katalog zimní dovolená. Počítáme s tím, že se budeme soustředit na naplňování webové stránky Ledové hotely (www.ledovehotely.cz) Speciální katalog pro zimu již dále nevydáváme. V době jeho vydávání šlo o velkou finanční investici bez patřičné klientské odezvy. V následujících letech byly proto v nabídce zimních zájezdů věnovány pouze 2-4 strany hlavního katalogu Skandinávie anebo stejný rozsah 2-4 strany v sezonním katalogu „Podzim-zima-jaro“.

Máte přidáné nové aktivity?

Mezi nejnovější aktivity patří spaní ve skleněném iglú, které otevřelo v roce 2015 středisko Artic Snow Hotel. Jeho výhodou je, že se v něm dá spát i za polárního dne, tedy v létě. Větší zájem projevují klienti o cesty s dětmi, proto se mezi nové aktivity dají počítat programy, které počítají s účastí dětí. Tyto programy jsou více hravé. Např. Návštěva psí farmy, návštěva sobí farmy, hry ve sněhu. Nejpodstatnější změnou však byl výběr hlavního střediska pro zimní zájezdy, kterým se stalo malé středisko Iso-Syote, které se nachází jižně pod polárním kruhem.

Jaká je konkurence a ohrožuje Vaši CK?

Nabídka zimních aktivit ve Skandinávii není nijak výrazná. Některé jiné CK nabízejí jednoduché zájezdy k návštěvě vesnice Santa Clause s tím, že další aktivity si jejich klienti dokupují na místě. Naší předností je nabídka kompletního programu včetně několika aktivit v ceně.

Některé CK i CA přebírají náš produkt na svoje webové stránky. Lehce se tak může stát, že klient narazí na „konkurenční nabídku“, avšak později zjistí, že jde o program z produkce CK Periscope Skandinávie. Snad největší konkurencí se tak stávají weby, které nabízejí levné letenky a v popisech toho, co může klient dělat v cílové destinaci uvádí příklady aktivit, jejichž cena je sice též nízká, ale jejich kvalita nedosahuje kvality našich produktů. Jde např. O délku jízdy se psím spřežením. Za nízkou cenu může klient dostat např. Jen 20 minutovou jízdu, zatímco naše vyjížďky se psy jsou více hodinové.

Názor na aktivní cestovní ruch ve Finsku?

Pokud je mi známo, Finové jsou hlavně vášniví rybáři na řekách. Nejen díky tomu je po celé zemi tisíce chat. Při pobytu na nich jistě Finové vyjdou občas i na nějakou turistickou vycházku. Finové bydlící ve městech hodně jezdí na kole. Část populace má ráda v zimním období běžecké lyžování. Pokud se dá do aktivního ruchu počítat jízda na sněžném skútru, jistě i tato aktivita je mezi některými Finy oblíbená.

Počítáte s vydáním speciálního katalogu i pro příští rok?

V roce 2016 se budeme soustředit na vylepšení webové prezentace zimních aktivit. V červnu pak opět vydáme „podzimně-zimní katalog“ Podzim – Zima – Jaro 2016/2017.

Jaké je Vaše zaměření na incentivu?

Již mnoho let jsou východiskem nabídky pro incentivní skupiny programy zájezdů s průvodcem Za polární září do Finska. Podle přání skupiny se poté projednává délka jednotlivých aktivit. Ve většině případů se skupiny zajímají o delší čas strávený na skútrech. Proto často dochází ke zvýšení ceny oproti ceně běžného zájezdu.

Co chystáte za novinky pro nový rok a sezónu v rámci zimního katalogu a aktivní dovolené?

O něco více se budeme věnovat popisu norských lyžařských středisek. S úbytkem sněhu v Česku a s jistou omrzelostí velkých středisek v Alpách může být šancí pro rozšíření prodeje zimních aktivit právě nabídka rozlehlých norských středisek, které jsou často liduprázdné a přitom mají dostatek sněhu. Uvažujeme i o zakoupení několika párů běžek, aby klienti nemuseli zbytečně platit leteckým společností za přepravu lyží.

Zaznamenáváte nárůst klientů na zimní nabídku a aktivity?

Ano, především o zájezdy s česky mluvícím průvodcem. Předpokládáme též větší zájem o Silvestrovské pobyty.

Jakou nabídku aktivní dovolené jste si vyzkoušel Vy?

Každým rokem jezdím na 2-3 týdny do Norska na běžky. Zimu bez pobytu v Norsku si již ani neumím představit.

Proč jezdíte na běžky do Norska, když ve Finsku musí být také výborné podmínky pro běžkové lyžování?

Norsko je blíž, co se týká doby přepravy. Krajina ve Finsku je všude poměrně stejná, zatímco ta v Norsku je více členitá. V neposlední řadě jsou běžecké stopy v Norsku liduprázdnější než ty finské.

V rozhovoru jste uvedl, že nejčastější věkovou skupinou, která nejvíce jezdí do Skandinávie, je skupina klientů 40 – 60 let. Mají klienti zkušenosti s nabízenými outdoorovými aktivitami nebo tam jezdí začátečníci, kteří s outdoorovými aktivitami nemají zkušenosti?

Většinou jezdí klienti, kteří nemají s těmito outdoorovými aktivitami ještě zkušenosti. Klienti se vrací pouze vyjímečně, nejvíce ti, kteří mají v oblibě běžkové lyžování.

Využívají klienti na každém zájezdu finskou saunu?

Vzhledem k tomu, že finská sauna je většinou součástí každého pokoje nebo apartmánu, dá se předpokládat, že klienti saunu využijí.

Zařadíte pro příští sezónu do Vaší nabídky další novou outdoorovou aktivitu?

Pro příští rok zařadíme do nabídky outdoorovou aktivitu „Fatbike“ – je to jízda na kole se širokými pneumatikami, se kterým se dá jezdit po sněhu. Tuto outdoorovou aktivitu zařadíme do zájezdů do Finska. Klienti mohou jezdit ve Finsku po označených trasách pro skútry. Další součástí nabídky zájezdu „Finský wellness s lyžováním“ zařadíme fakultativní nabídku kurzu skialpinismu pro začátečníky.

Podle rozhovoru s panem Ing. Petrem Burianem je nejpočetnější skupina, která kupuje zájezdy do zimní Skandinávie ve věkovém rozmezí od 40 do 60 let. V zimním katalogu pro rok 2013 byly nabídnuty nové aktivity, které ještě v katalogu zimní dovolená nebyly zařazeny jako např. skialpinismus, telemark, trekking na lyžích a další novinkou v katalogu 2013 je zařazení Artic Lapland Rallye: řidičský trénink za volantem závodního auta na sněhu a ledu.

Dále se počítá se změnami do zimního katalogu. Jelikož se Eurovíkend do Finska špatně prodával, je tento zájezd sestaven jinak a bude v jiném finském středisku (IsoSyote), s nižší základní cenou a s možností fakultativní volby některých aktivit. Naopak nejprodávanější byla nabídka Rodinné pobyty v Medvědíh brlohu a Zimní týden v Lesním hotelu.

Silnou stránkou katalogu je i zájezd na běžky do Norska, kde je garantován mimořádný zážitek z norské přírody. Velkou slabinou, která může nabídku cestovní kanceláře do dalších let a nové nabídky zasáhnout, je ve změně majitelů Lesního hotelu, ke které došlo během tisku katalogu. Nedá se přesně říci, zda noví majitelé budou pokračovat v osobním, rodinném přístupu majitelů původních, se kterými měla cestovní kancelář nadstandardní vztahy, a tím mohla udělat tuto nabídku velmi zajímavou pro klienty. Stávající nabídka zimního je bohatá, nejprodávanějším zájezdem podle rozhovoru byl Rodinný pobyt v Medvědíh brlohu a Zimní týden v Lesním hotelu. Zájezdy do Skandinávie a hlavně do Finska stále zvyšují za ro 2015 bylo prodáno 21 zájezdů a v roce 2016 už aktuálně 27 zájezdů. Fisko se stalo oblíbené i díky nabízeným outdoorovým aktivitám. Důležitým faktorem je spolupráce s místními poskytovateli služeb, která je většinou bezproblémová a vždy probíhá výhradně v angličtině. Nabídka aktivit a ceníky jsou od dodavatelů připraveny s dostatečným předstihem, čímž bylo umožněno vydání Realizace služeb na místě je vždy bezchybná. Někdy dochází pouze k přehození programu jednotlivých dnů z důvodu nedosažení minimálního počtu klientů. S touto skutečností nemívají klienti problém, vždy je rozsah jednotlivých služeb a aktivit dodržen, pouze v jiném pořadí.

6.7. Charakteristika Lapland Safaris

Od roku 1982 začala společnost Lapland Safaris spolupracovat s cestovními agenturami a cestovními kanceláři po celém světě. Lapland Safaris přináší pro jejich klienty zimní a letní jedinečné zkušenosti. Na začátku pracovali se skupinami všech velikostí, ale začali udržovat v mysli, že každý klient je jedinečný a zaslouží si osobní zkušenosti. Dokáží zařídit servis pro individuální cestovatele, kteří přijedou do Finska a Lapland Safaris skutečně reálně může garantovat odjezdy od dvou účastníků u většiny jejich zimních a letních aktivit. V případě, že přijedete do Finska jen jako pár objevit Laponsko, Lapland Safaris zařídí pro ně vždy jen ty nejlepší aktivity. Mimo jejich víkendových programů s garantovanými odjezdy, můžou ušít program na míru pro skupinu. Dále se zaměřují také na MICE Meetings and Events, v současnosti se stala nejzkušenější a úspěšnou společností v organizaci aoutdoorových aktivit pro klienty a významné společnosti. Společnost Lapland Safaris už svým servisem a skvělými službami v organizaci a nabídce outdoorových aktivit posloužili tisícům klientů nejprestižnějších cestovních kanceláří na světě. Nehledě na velikost skupiny, od dvou super VIP klientů až k více než tisícům.

Nabízejí servis po celém Finsku, to znamená, kompletní balíčky začínající na letišti a zahrnují outdoorové aktivity, transfery, večere a ubytování. Z 99% jsou jejich klienty cizinci. Hlavní sezonou je pro společnost Lapland Safaris a celkový outdoorový turismus v Laponsku zima (od konce listopadu do začátku dubna). Léto je nízká sezona a hodně cestovních agentur má během léta zavřeno. Ve společnosti mají během léta programy pro místní společnosti a klienty. V zimě jsou nejvíce poptávány outdoorové aktivity jako jízda na sněžném skútru, husky farmy, jízda se psím spřežením, a sobí safari, chůze na sněžnicích a program s jízdou nebo chůzí na sněžnicích za polární září. V letních měsících nabízí společnost Lapland Safaris rafting a různé programy turistiky ve všech obtížnostech. Za poslední tři roky je nejoblíbenější aktivitou outdoorová aktivita – Husky program, speciálně s přenocováním, stává se čím dál víc populárnější. Na druhé straně se poptávka a zájem o program moc nemění.

Požadované stupně obtížnosti, které rozlišují při jízdě na safari – outdoorové aktivity. Stupnice obtížnosti je vlivem podmínek počasí. Požaduje ve stupnici 1. Normální, 2. Náročný a 3. Obtížný. Za den je vzdálenost, kterou klienti ujedou mezi 70 a 200km/den a délka exkurze závisí na jejich dovednostech řízení a podmínkách počasí. Během jednoduššího safari, používají spojovací stezky, které jsou oficiální pro sněžné skútry. Vždy se jezdí po přesně vyznačených trasách pro sněžné skútry. Normální safari

je zpoplatněno jednou osobou na jeden sněžný skútr. Vícenáročnější safari vyžadují dobrou psychickou kondici, není nutné mít zkušenosti s řízením sněžného skútru. Je možné si vyzkoušet jízdu v hlubokém sněhu, jen protože jsou vždy první skupinou na těchto trasách v zimě. Někdy jsou to úzké cesty lesem, ale každopádně vždy označené trasy pro sněžné skútry.

V tom nejdelším safari nabízí několik přenocování v hotelu, v dobře vybavených chatách se sprchou a saunou. Samozřejmě mohou i zařídit přenocování se zkušeností z vyhřívaného stanu v jednoduchém přístřeší s otevřeným ohněm a tradičním lumberjack's. Některé safari je vhodné i pro děti vysoké přes 140 cm, musí být dostatečně silné, aby se udrželi na sněžném skútru. Speciální požadavek pro děti se musí zaslat s předstihem. Většina safari není doporučována dětem a těhotným ženám.

Průvodci Lapland Safaris jsou velmi trénovaní a mají zkušenosti a znalosti s místními podmínkami a je u nich vyžadována dovednost pro poskytnutí první pomoci. Zabezpečují safari moderními technologiemi, jako jsou mobilní telefony a GPS zařízení, ale stále nejvíce věří papírovým mapám. Používají moderní a k životnímu prostředí přátelské čtyřtakové skútry, s dvěma sedadly a místem pro osobní věci. Ceny safari obsahují dopravu z hotelu a zpět, program, služby průvodce, skútry, pohonné hmoty, výbavu pro řízení (termální oblek, boty, rukavice, helmu a kuklu), pojištění pro řízení skútru, výbavu pro řízení závislé podle nabízeného programu. Z nabídky outdoorových aktivit společnosti Lapland Safaris se mohou klienti těšit na:

Běžecké lyžování – probíhá od pondělí do čtvrtka, klienti si mohou užít lyžování s pomocí průvodce. Krásná lyžařská cesta přes tichem a sněhem zalitý les s pauzou na občerstvení a nápoje, které se dají udělat na otevřeném ohni. (Toto safari je vhodné pro děti až do 12 let) Trvání programu je tři hodiny.

Bílé ticho na sněžnicích – zaujměte pravý polární pocit. Outdoorové dobrodružství v malebné, zasněžené krajině. Je to zkušenost projít tichý, nádherný zasněžený les s průvodcem, který klienty provede na sněžnicích. Dále následuje přestávka a občerstvení na otevřeném ohni. Klienti poslouchají pouze ticho lesa a užívají si nádhernou polární krajinu. Délka programu je tři hodiny.



Obrázek č. 10 - Outdoorový program, chůze na sněžnicích

Exkurze na sobí a Husky farmu – v první řadě je návštěva místní sobí farmy a klienti se zde dozví o laponské kultuře a o sobech. Kdo má zájem může se třicet minut projet na saních se sobem a projet les. Každému bude vystaven mezinárodní řidičský průkaz na řízení soba. Dále klienti mohou vyzkoušet dvacetiminutovou jízdu s husky spřežením. Po jízdě každého klienta se psím spřežením, klienti dostanou horký nápoj, připravený na otevřeném ohni. Klienti se od průvodce dozví mnoho zajímavého o Husky farmě a životě husky. Transfery na outdoorovou aktivitu probíhají na sněžných skútrech. Nabízená aktivita trvá dvě a půl hodiny.



Obrázek č. 11 - Outdoorový program, Husky farma

Nástupní místa Lapland Safaris na outdoorové programy safari:

Klienti musí být na místě 30 minut před odjezdem. Klienti musí stát v Lapland Hotel Sky Ounasvarna, Santa Sport, chalet Hotel Rovaniemi (bývalý Ounasvaaran Pirtrit), Santa Claus Holiday Village.



Obrázek č. 12 - Ounasvarna, sjezdové lyžování

6.8. Rozhovor s marketingovým ředitelem Lapland Safaris

Vedete záznamy statistik zimních a letních sportovních aktivit klientů? Zvyšuje se účast klientů na těchto aktivitách?

Roční návštěva činí 150 000 klientů. 95% klientů přijíždí během zimy. Počet klientů se ročně zvyšuje již od roku 1982 až do roku 2008, v roce 2009 proběhla celosvětová krize s dramatickým poklesem prodeje, ale od roku 2010 již počet klientů opět roste o 4-10% ročně.

Kolik klientů se účastní těchto aktivit (např. chůze na sněžnicích, jízda na sněžných skútrech, rybaření, atd.)?

Nemám v tuto chvíli dostupné informace o počtech klientů, kteří provozují konkrétní aktivitu, ale jízda na sněžných skútrech a jízda se psím spřežením jsou nejvíce žádané.

Jaký je Váš odhad o počtech klientů, kteří se účastní těchto sportovních aktivit?

98% ze všech platících klientů jsou cizinci

Je větší zájem o zimní nebo letní aktivity?

Určitě o zimní aktivity, 98% ze všech klientů přijíždí v zimě.

Které outdoorové aktivity jsou nejpoblárnější v zimě a které v létě?

V zimě je to určitě jízda na sněžných skútrech, výlety na sobí nebo Husky farmy. V létě je hodně populární plavba po řece.

Plánujete nějakou novou aktivitu do nabídky pro rok 2016? Případně kterou?

To je stále tajemství, pro léto bude novinkou „rainmaker“!

Kolik klientů jste měli minulou zimu a případně kolik jich bylo v létě?

V zimě jsme měli kolem 150 000 klientů, kteří si průměrně koupili 2 outdoorové aktivity.

Co nového plánujete v oblasti reklamy a marketingu pro rok 2016?

Budeme nadále pokračovat v dobře nastavené práci v oblasti marketingu.

Jak rozdělujete sportovní turismus?

Prodali jsme služby pro týmy ledního hokeje za účelem rozvoje týmové spolupráce (teambuilding) a dále podporujeme několik sportovních klubů v jejich práci pro děti a mládež. Za společnost Lapland Safaris můžeme vidět zaměření na dvě hlavní sezóny – zima a léto. Zima je nejvíce atraktivní během měsíce prosince, který je skutečným vrcholem sezóny protože Santa je u nás velmi oblíben a také zimní aktivity pro celou rodinu se těší velké oblibě. Lét a podzim mají velký potenciál s půlnočním sluncem a všemi přírodními ingrediencemi, které nabízí krásnou přírodní divočinu, pitnou vodu v jezerech a řekách, bylinky, houby a vše co, klienty přitahuje do přírody. Musíme pracovat na marketingu a zvýšení zájmu o letní období a outdoorové aktivity. Je to největší výzva pro oblast Laponska.

Spolupracujete také se sportovními kluby a školami? Případně se kterými a kolika?

My jsme prodali služby pro týmy ledního hokeje za účelem rozvoje týmové spolupráce a dále podporujeme několik sportovních klubů v jejich práci pro děti a mládež.

Kdo poskytuje turistické aktivity? Kolik cestovních kanceláří máte ve Finsku?

Dobrá společnost jet DMC (společnost, která se zaměřuje na určitou destinaci, produkuje vlastní služby, ale také nabízí možnost cestovních balíčků v dané oblasti). V Laponsku není mnoho cestovních kanceláří, z těch mála, pouze asi 5, které jsou menší než Lapland Safaris. Je zde ale kolem 100 společností, které nabízejí služby jízdy se psím spřežením, výlety na lyžích, jízdu se sobím spřežením a další.

Jaké podmínky jsou ve Finsku pro aktivní turistiku? (Skupinové aktivity a sporty v přírodě) Můžete prosím popsat informace o přírodních aktivitách, největších organizacích a přípravu odborníků?

Aktivní formy cestovní rostou také zde ve Finsku, Lapland Safaris je největší z celé Skandinávie. Informace na: www.laplandsafaris.com and <http://www.visitfinland.com/wild-and-free/>

Kolik outdoorových aktivit nabízí Vaše společnost v zimě a v létě?

Máme asi 150 000 klientů ročně, kteří koupí od 300 000 služeb, ale více než 90% klientů je kupuje v zimním období.

Jaký je váš názor na aktivní turismus ve Finsku?

Existuje zde rozsáhlý výběr aktivit, v dobrých podmínkách je tady bezpečně a vysoký stupeň kvality je ve srovnání s konkurencí v Evropě a také v Kanadě.

Spolupracujete se společností Suomen Latu (outdoorová asociace ve Finsku)?

Měli jsme společnou spolupráci a vzájemně propojujeme naše prodeje.

Jak připravujete outdoorové aktivity pro skupiny?

Zde je mnoho možností, téměř stále připravujeme program každé skupině na míru. Jestliže nabízíme ubytování v chatkách – musíme je předem rezervovat.

Je někde uveden přehled jednoduchého ubytování v chatkách (v Národních parcích) a jak se používají?

Informace jsou na: <http://www.nationalparks.fi/huts>

Připravovali jste teambuilding pro CSKA Moskva, to je velmi zajímavé. Jaké aktivity pro tuto událost jste týmu připravili?

Byl připraven večerní program u jezera a méně náročné aktivity: rybaření na jezeře, jízda na kánojích, na loďkách, saunování a večere v „Bears Den“ srubu. <http://www.laplandsafaris.com/karhunpesa>

Bylo by možné zorganizovat uvedené aktivity také pro český tým?

Jednoduše ano, Lapland Safaris vždy připraví program podle požadavků týmu a jejich potřeb.

Jakou kvalifikaci mají Vaši instruktoři?

Všichni naši instruktoři prošli a úspěšně složili zkoušky v naší průvodcovské škole Lapland Safaris.

Máte nějakou databázi pro turistické stezky, cyklostezky a trasy pro jízdu na kánoích ve Finsku?

Zde jsou některé z mnoha odkazů:

<http://www.pyorailensuomessa.fi/fi/node/65>

<http://www.nationalparks.fi/hikingfinland>

Kolik z Vašich klientů byli v minulém roce začátečníci nebo kolik jich mělo nějaké zkušenosti s outdoorovými aktivitami?

97% všech bylo začátečníků.

Jaký je Váš názor na saunování po outdoorových aktivitách ve Finsku?

Absolutně nejlepší aktivita během zimy. Všechny hotely v Laponsku mají saunu a také většina hotelových pokojů má vlastní saunu. Proto je velmi jednoduché využít saunu po outdoorových aktivitách.

Kolik nových aktivit jste přidali v posledních třech letech do Vaší nabídky? Můžete prosím některé aktivity vyjmenovat?

Nemám přesné informac, ale řekl bych, že je to nějakých 10 aktivit. My se soustředujeme na rozvoj nových zimních aktivit a také s využitím ledu. Z nemotorových aktivit: trekking, lyžování. Pro podzim jsme připravili nové programy se sledováním polární záře a také výlety na člunech po jezeře.

V rozhovoru s Raunem Posiem jsme zaznamenali plno zajímavých informací. Lapland Safaris je velmi úspěšná společnost, která dává velký důraz na marketing a propagaci, lépe se jim daří propagovat zimu a zimní outdoorové aktivity. Každý rok 97% klientů přijíždí v tomto zimním období a provozuje outdoorové aktivity v zimě. Spolupracují také s organizací Suomen Latu. Mají asi 150 000 klientů ročně, každý klient koupí v průměru dvě outdoorové aktivity. Více než 90% klientů nakupuje aktivity v zimním období. Hlavní sezónou je pro Lapland safari zima. Lapland Safaris také spolupracuje s organizací Suomen latu, spolupracují společně a pracovali spolu už na akcích pro klienty. Lapland Safaris také spolupracuje se sportovními kluby, z těch významných pan ředitel zmínil klub ledního hokeje CSKA Moskva. Dále podporují sportovní kluby pro rozvoj dětí a mládeže. Lapland safari hodně připravuje i akce na míru, podle požadavků klienta nebo sportovního klubu. Každý rok přidávají do programu aspoň jednu outdoorovou aktivitu, pro léto 2016 to bude „rainmaker“. Většina klientů jsou začátečníci, co se týká outdoorových aktivit. Lapland Safari si všechny

vlastní instruktory školí na outdoorové aktivity a každý instruktor touto školou musí projít. Za poslední tři roky přidali do nabídky asi 10 outdoorových aktivit.

7. Diskuse

Vzhledem k analýze konkrétní nabídky produktů a sportovních aktivit ve skandinávských zemích, může být tato práce přínosem pro CK Periscope Skandinávie s.r.o., z hlediska rozšíření nabídky zájezdů podle poptávky respondentů. Může být přínosem v oblasti marketingu a propagace katalogů cestovní kanceláře.

Pro ostatní cestovní kanceláře mohou poznatky z této práce přispět k rozšíření stávající nabídky poskytovaných produktů s možností provizního prodeje nového katalogu a severských aktivit a nové nabídky u společností Lapland Safaris. Dalším přínosem je seznámení a propagace nových destinací ve Finsku s možností pořádání přednášek o cestování a outdoorových aktivitách hlavně ve Finsku a propagace na veletrzích cestovního ruchu.

Pro nové i stávající průvodce cestovních kanceláří do skandinávských zemí nabízí výsledky našeho sledování poznání nových destinací ve Finsku a nabídky sportovních a outdoorových aktivit. Dále ukazují zajímavá místa a hlavně představení finských outdoorových společností a seznámení s možností trávení zimní i letní dovolené ve Finsku.

Cestovní kancelář Periscope Skandinávie s.r.o. se zaměřuje na prodeje zájezdů do celého světa, ale hlavním cílem práce byla analýza nabídky cestovní kanceláře Periskope pro severské státy, dále porovnání s nabídkou finské cestovní kanceláře Lapland Safaris. První číslo zimního katalogu vyšlo v sezóně 2011/2012 jako speciální zimní vydání s nabídkou zimních zájezdů, balíčků a rozmanitých sportovních a volnočasových aktivit.

Vzhledem k tomu, že jsme výsledky porovnávali přímo s finskou cestovní agenturou. Bude navrženo optimální řešení, jakým se cestovní kancelář může zaměřit na další zkvalitňování služeb a rozšiřování stávající nabídky zájezdů a zimních aktivit. Dále můžeme navrhnout rozšíření nabídky pro korporátní klienty a nové klienty pro outdoorové aktivity ve Finsku.

8. Závěr

Podle výsledků dotazníku, které jsou zobrazeny v tabulkách, grafech a na základě rozhovoru s Ing. Petrem Burianem a marketingovým ředitelem Rauenm Posiem jsme mohli učinit některé důležité závěry.

Většina dotazovaných respondentů zimní nabídku cestovní kanceláře nezná, ale o nabízený produkt na základě dotazníku by měla zájem. Cestovní kancelář by se v budoucnu měla zaměřit na větší propagaci zimní nabídky např. formou cílenější distribuce katalogů. Jestli klienti nabídku CK často neznají, měl by být kladen větší důraz na marketing, který tu nabídku a aktivity zviditelní. Hlavní důraz by měl být zaměřen na zkvalitnění webových stránek a zároveň aktualizace webových stránek www.ledovehotely.cz.

Dle dotazníku je zájem o nabízené aktivity ze strany respondentů velký. Stávající i potenciální klienti dávají přednost aktivní a sportovní dovolené. Proto je pro ně nabídka určitě zajímavá. Je třeba zaujmout klienty natolik, aby měli zájem využívat nabídku zájezdů a balíčků s aktivní nebo sportovní tematikou, místo organizace vlastních individuálních aktivit.

Cestovní kancelář Periscope Skandinávie s.r.o. může využít zjištěných skutečností, výsledků a poznatků pro vznik dalšího katalogu, případně rozšířit internetovou nabídku a zkvalitnit služby pro nové, ale i stávající klienty. Vzhledem k většímu zájmu respondentů na zájezdy s průvodcem, bylo by dobré se zaměřit a nabídku aktualizovat na webových stránkách. Ze zpětné vazby (viz. teoretická část) je evidentní, že stávající klienti jsou spokojeni a proto je dobré udržet nabídku aktivní dovolené v katalogu. Je třeba klást větší důraz na korporátní klientelu, případně domluvit přímou spolupráci s místními finskými dodavateli těchto aktivit. (např. Lapland Safaris). Velkou změnou v propagaci severských aktivit jsou sociální sítě, díky nimž se mezi klienty rozšířila vědomost o kráse polární záře a atraktivitě jízdy se psím spřežením nebo na sněžných skútrech. Je důležité podchytit klientelu, která má o aktivní dovolenou zájem. Možná je i propagace ve sportovních klubech nebo školách.

Dalším přínosem je pro české cestovní kanceláře a cestovní agentury analýza a nabídka sportovních outdoorových aktivit ve Finsku, které zajišťují renomované společnosti Lapland Safaris s hlavním sídlem na polárním kruhu v Rovaniemi.

Díky bohaté nabídce a zkušenostem profesionálních průvodců outdoorových programů se nemusí české cestovní kanceláře obávat nové spolupráce s finskými

cestovními agenturami, které spolupracují s cestovními kanceláři a cestovními agenturami po celém světě. Společnost Lapland Safaris může být hrdá na ocenění: Certificate of Excellence 2014 a ocenění „The strongest in Finland“. Lapland Safaris je nejlepší organizací na finském trhu v pořádání outdoorových aktivit. Z rozhovoru s Raunem Posiem, můžeme potvrdit názor, že Finové jsou opravdu jedničkou v pořádání zimních sportovních aktivit. Hlavní sezónou je zima, kdy do Finska přijíždí nejvíce turistů z celého světa (95 % klientely). Prodej zájezdů se zvyšuje od roku 1982. Mírný pokles nastal v roce 2009 a od roku 2010 se zvyšuje prodej o 4 - 10% ročně. Oblíbenost zimních aktivit můžeme porovnat i se zájmem respondentů z České Republiky. Dle dotazníku vedou zájezdy za Polární září, Husky farmy, sobí farmy, sjezdové lyžování, běžky, sněžnice a rybaření na zamrzlém jezeře. U finských cestovních agentur je vidět, že největší důraz je kladen na marketing. Ve Finsku spolupracují také se sportovními kluby. Stále přidávají nové aktivity.

9. Použitá literatura

BIDDISCOMBE, R. (2004). *The Business of Sport Tourism*. London: Sport Business Group.

BOTTENBURG, Maarten van. (2005) *Sport participation in the EU: trends and differences*

COOPER, John, LANE, Peter. *Marketingové plánování*. Vydání 1. Praha: GradaPublishing, 1999. 232 s. ISBN 80-7169-641-2

DOHNAL, T. a HOBZA, V. (2007) *Vybrané kapitoly z komunální rekreace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

FORET, Miroslav, FORETOVÁ, Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: GradaPublishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X

GIBSON, H. (2006). *Sport tourism: concepts and theories*. New York, LondonRoutledge.

HODANĚ, B., a Dohnal. T. (2005). Marcela. *Rekreologie*. Olomouc. Hanex.

HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. První vydání. Překlad REZEK, Jiří, PETRŮ, Zdenka. Praha. GradaPublishing, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

HUMENČÁK, David, PAŽOUT, Radek. *Destinační management a vytváření produktův cestovním ruchu*. Brno: Sportig, 2007, upraveno 2008. Bez ISBN.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. První vydání. Praha: GradaPublishing, 2006. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. První vydání. Praha: GradaPublishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

KNIGHT, Peter. *Vysoce efektivní marketingový plán. 15 kroků k úspěchu v podnikání*. Praha: GradaPublishing, 2007. ISBN 978-80-247-1999-3.

KRBOVÁ, J., a Čadík, J. (2004). *Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu*. In. Sborník z mezinárodní vědecké konference Sport management. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci.

KOTLER, Patrick. *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout trh*. Překlad JUNGSMANN, Vilém. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-7261-010-4.

KOTLER, Patrick, WONG, Veronika, SAUNDERS, John, ARMSTRONG, Gary. *Moderní marketing*. 4. evropské vydání. Praha: GradaPublishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KRBOVÁ, J., a Čadík, J. (2004). *Kultura jako multiplikátor cestovního ruchu*. In. Sborník z mezinárodní vědecké konference Sport management. Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci.

MALCOLM, D. (2008). *The Sage Dictionary of Sport Studies*. London. Sage.

NEUMAN, J. et al. (2000). *Turistika a sporty v přírodě*. Praha. Portal.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Vydání první. Překlad KRUISOVÁ, Hana, MÍŠKOVÁ, Jitka. Praha Idea Servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. První vydání. Praha: GradaPublishing, 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ, Martina, ZELENKA, Josef. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha, Ministerstvo pro místní rozvoj 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PELSMACKER Patrick, Geuens, Maggie, Bergh, Joeri. *Marketingová komunikace*. Dotisk. Praha. GradaPublishing, 2007. 600 s. ISBN 80-247-0254-1.

RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal, VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3

SALOMON, Michael R., MARSHALL, Greg W., STUART, Elnora W. *Marketing očima světových marketing manažerů*. 1. Vydání. Brno: ComputerPress, 2006. ISBN 80-251-1273-X.

SEKOT, A. (2003). *Sport a společnost*. Brno. Paido.

STANDEVEN, J., a DE KNOP, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign. Human Kinetics.

SYSEL, Jiří. *Cestovní kancelář, cestovní agentura a informační střediska v cestovním ruchu*. První vydání. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2008. ISBN 978-7418-028-6

Weed, M. (Eds) (2008). *Sport tourism*. CReader. London. Routledge.

ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing*. 2. Přepřacované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 499 s. ISBN 978-80-247-7400-115-4.

159/1999 Sb. Zákon o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Internetové odkazy:

Safartica 2015 [cit. 2015-08-12] Dostupné z www: <http://safartica.com/>

Rovaniemi [online]. 2015 [cit. 2015-08-11] Dostupné z www: < <http://visitrovaniemi.fi/>

Lapland [online]. 2015 [cit. 2015-06-12] Dostupné z www: < <http://visitrovaniemi.fi/>

Lapland Safaris Seasonal Specialities [online]. 2015 [cit. 2015-01-12] Dostupné z www: <<http://laplandsafaris.com/>

Artic Incentives [online]. 2015 [cit. 2015-01-10] Dostupné z www: <<http://articincentives.fi/>>

Ledove hotely [online]. 2015 [cit. 2015-03-03] Dostupné z www: <http://ledovehotely.cz/>>

Scandinavia [online]. 2015 [cit. 2015-06-12] Dostupné z www: < <http://visitfinland.com/wild-and-free/>>

Finland [online]. 2015 [cit. 2015-01-11] Dostupné z www: < <http://visitfinland.com/about-us/tourism-finland/>>

Finland [online]. 2015 [cit. 2015-04-04] Dostupné z www: < <http://outdoors.fi/> /

Finland tourism[online]. 2015 [cit. 2015-08-05] Dostupné z www: [http://finland-tourism.com /](http://finland-tourism.com/)>

Outdoors Finland [online]. 2015 [cit. 2015-08-12] Dostupné z www: < <http://outdoors.fi/>>

Finland tourist information [online]. 2015 [cit. 2015-03-03] Dostupné z www: <[http://luonton.fi /](http://luonton.fi/)>

Nationalparks.fi [online]. 2015 [cit. 2015-06-06] Dostupné z www: < <http://www.nationalparks.fi/hikingfinland>>

Nationalparks.fi [online]. 2015 [cit. 2015-01-07] Dostupné z www: < <http://www.nationalparks.fi/huts>>

Laplandsafaris.com [online]. 2015 [cit. 2015-05-02] Dostupné z www: < <http://www.laplandsafaris.com/karhunpesa>>

Humak.fi [online]. 2015 [cit. 2015-04-05] Dostupné z www: < <http://www.humak.fi>>

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1 – Nejpopulárnější sportovní aktivita seniorů (66-79 let) ve Finsku v letech 2008-2010

Tabulka č. 2 – Nejpopulárnější sportovní aktivita u obyvatel ve Finsku ve věku 3-18

Tabulka č. 3 – Nejpopulárnější sportovní aktivita u obyvatel ve Finsku ve věku 19-66

Tabulka č. 4 - Prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 – 2012

Tabulka č. 5 – Prodeje zájezdů do Skandinávie a Islandu v letech 2013 – 2016

Tabulka č. 6 – Počty výtisků katalogu Zima

Tabulka č. 7 – Počty výtisků katalogu Podzim – Zima – Jaro

Seznam grafů.

Graf č. 1 – Sportovní populace 15let a starší

Graf č. 2 – Necvičící populace

Graf č. 3 – Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2008 - 2012

Graf č. 4 - Srovnání prodeje zájezdů do Skandinávie v letech 2013 – 2016

Graf č. 5 – Prodej zájezdů do Finska v letech 2008 – 2016

Graf č. 6 – Prodej zájezdů do Norska v letech 2008 – 2016

Graf č. 7 – Prodej zájezdů do Švédska v letech 2008 – 2016

Graf č. 8 – Počet kusů katalogu Zima v 1. a 2. vydání

Graf č. 9 – Počet kusů katalogu Podzim – Zima – Jaro

Graf č. 10 – Věková struktura s ohledem na koupi zájezdů

Graf č. 11 – Odpovědi respondentů na koupi zájezdů

Graf č. 12 – Odpovědi respondentů k preferenci zájezdu

Graf č. 13 – Odpovědi respondentů ke složení zájezdu

Graf č. 14 – Odpovědi respondentů k organizaci zájezdu

Graf č. 15 – Odpovědi respondentů k preferenci země

Graf č. 16 – Outdoorové aktivity klientů

Graf č. 17 - Znalost zimní nabídky CK

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Národní parky

Obrázek č. 2 – Laavu, Finland

Obrázek č. 3 – Laavu, Urho Kekkonen

Obrázek č. 4 – Cesta v Národním parku

Obrázek č. 5 – Polární záře v Laponsku

Obrázek č. 6 – Mapa města Rovaniemi

Obrázek č. 7 – Cesta do místa Kilopää

Obrázek č. 8 – Suomen Latu Kilopää

Obrázek č. 9 – Umístění centra Kiilopää

Obrázek č. 10 – Outdoorový program, chůze na sněžnicích

Obrázek č. 11 – Outdoorový program, Husky farma

Obrázek č. 12 – Ounasvarna, sjezdové lyžování

10. Závěr

Podle výsledků dotazníku, které jsou zobrazeny v tabulkách, grafech a na základě rozhovoru s Ing. Petrem Burianem a marketingovým ředitelem Rauenm Posiem jsme mohli učinit některé důležité závěry.

Většina dotazovaných respondentů zimní nabídku cestovní kanceláře nezná, ale o nabízený produkt na základě dotazníku by měla zájem. Cestovní kancelář by se v budoucnu měla zaměřit na větší propagaci zimní nabídky např. formou cílenější distribuce katalogů. Jestli klienti nabídku CK často neznají, měl by být kladen větší důraz na marketing, který tu nabídku a aktivity zviditelní. Hlavní důraz by měl být zaměřen na zkvalitnění webových stránek a zároveň aktualizace webových stránek www.ledovehotely.cz.

Dle dotazníku je zájem o nabízené aktivity ze strany respondentů velký. Stávající i potenciální klienti dávají přednost aktivní a sportovní dovolené. Proto je pro ně nabídka určitě zajímavá. Je třeba zaujmout klienty natolik, aby měli zájem využívat nabídku zájezdů a balíčků s aktivní nebo sportovní tematikou, místo organizace vlastních individuálních aktivit.

Cestovní kancelář Periscope Skandinávie s.r.o. může využít zjištěných skutečností, výsledků a poznatků pro vznik dalšího katalogu, případně rozšířit internetovou nabídku a zkvalitnit služby pro nové, ale i stávající klienty. Vzhledem k většímu zájmu respondentů na zájezdy s průvodcem, bylo by dobré se zaměřit a nabídku aktualizovat na webových stránkách. Ze zpětné vazby (viz. teoretická část) je evidentní, že stávající klienti jsou spokojeni a proto je dobré udržet nabídku aktivní dovolené v katalogu. Je třeba klást větší důraz na korporátní klientelu, případně domluvit přímou spolupráci s místními finskými dodavateli těchto aktivit. (např. Lapland Safaris). Velkou změnou v propagaci severských aktivit jsou sociální sítě, díky nimž se mezi klienty rozšířila vědomost o kráse polární záře a atraktivitě jízdy se psím spřežením nebo na sněžných skútrech. Je důležité podchytit klientelu, která má o aktivní dovolenou zájem. Možná je i propagace ve sportovních klubech nebo školách.

Dalším přínosem je pro české cestovní kanceláře a cestovní agentury analýza a nabídka sportovních outdoorových aktivit ve Finsku, které zajišťují renomované společnosti Lapland Safaris s hlavním sídlem na polárním kruhu v Rovaniemi.

Díky bohaté nabídce a zkušenostem profesionálních průvodců outdoorových programů se nemusí české cestovní kanceláře obávat nové spolupráce s finskými

cestovními agenturami, které spolupracují s cestovními kanceláři a cestovními agenturami po celém světě. Společnost Lapland Safaris může být hrdá na ocenění: Certificate of Excellence 2014 a ocenění „The strongest in Finland“. Lapland Safaris je nejlepší organizací na finském trhu v pořádání outdoorových aktivit. Z rozhovoru s Raunem Posiem, můžeme potvrdit názor, že Finové jsou opravdu jedničkou v pořádání zimních sportovních aktivit. Hlavní sezónou je zima, kdy do Finska přijíždí nejvíce turistů z celého světa (95 % klientely). Prodej zájezdů se zvyšuje od roku 1982. Mírný pokles nastal v roce 2009 a od roku 2010 se zvyšuje prodej o 4 - 10% ročně. Oblíbenost zimních aktivit můžeme porovnat i se zájmem respondentů z České Republiky. Dle dotazníku vedou zájezdy za Polární září, Husky farmy, sobí farmy, sjezdové lyžování, běžky, sněžnice a rybaření na zamrzlém jezeře. U finských cestovních agentur je vidět, že největší důraz je kladen na marketing. Ve Finsku spolupracují také se sportovními kluby. Stále přidávají nové aktivity.

11. Přílohy

11.1. Příloha 1 - Dotazník

Turistický dotazník - Průzkum poptávky po zimních zájezdech do Skandinávie:

Vážení,

Prosím Vás o vyplnění tohoto dotazníku, který slouží jako průzkum poptávky po zimních zájezdech do Skandinávie, požadovaných aktivit a jejich organizaci. Výsledek dotazníku bude použit v mojí diplomové práci pro srovnání poptávky s aktuální nabídkou cestovních kanceláří a výsledkem bude doporučení pro rozšíření nabídky cestovní kanceláře Periscope Skandinávie.

Předem Vám děkuji,

Bc. Klára Hrbková

1. otázka

Vaše věková skupina?

Do 30 let.

30 až 50 let.

50 let a více.

2. otázka

Trávíte zimní dovolenou ve Skandinávských zemích?

Ano.

Ne, ale měl(a) bych o to zájem.

Ne.

3. otázka

Jaký druh zájezdu (dovolené) preferujete?

Aktivní (sportovní) dovolená.

Poznávací zájezdy.

Pobytové zájezdy.

4.otázka

V jakém složení nejčastěji jezdíte na dovolenou?

Rodina.

Parta přátel.

Dobrodruzi (samostatně).

5.otázka

Jakou formu organizace dovolené preferujete?

S CK vlastní dopravou.

S CK organizovanou dopravou.

Individuálně bez CK.

6. otázka (lze vybrat více možností)

Které skandinávské země byste chtěli navštívit?

Norsko.

Švédsko.

Finsko.

7.otázka(lze vybrat více možností)

O které aktivity byste měli ve Skandinávii zájem?

Poznávání přírody.

Sledování polární záře.

Jízda se psím spřežením.

Jízda se sobím spřežením.

Jízda na sněžných skútrech.

Rybaření na zamrzlém jezeře (na dírkách).

Rybaření na moři.

Lyžování.

Běžky.

Bruslení na jezerech.

Chůze na sněžnicích.

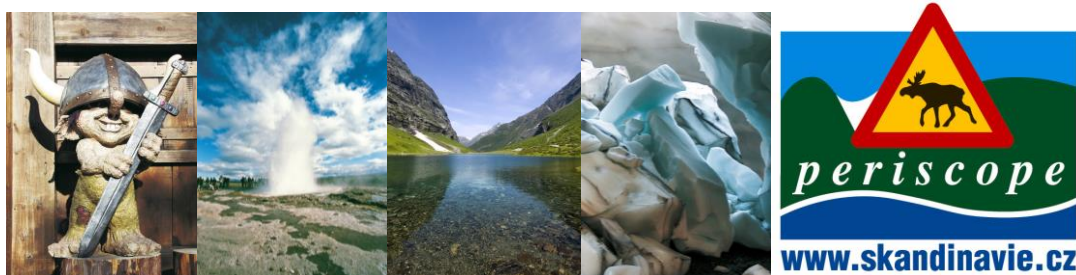
8.otázka

Znáte zimní nabídku cestovní kanceláře Periscope Skandinávie?

Ano.

Ne.

11.2. Příloha 2 – Tisková zpráva pro nabídku zimního katalogu 2013



Tisková zpráva

Brno 21. června 2012

CK Periscope Skandinávie vydává katalog zájezdů na zimní dovolenou 2013

- **Ledové hotely, běžecké i sjezdové lyžování, celodenní vyjížďky na sněžném skútru nebo se psím spřežením, firemní akce, wellness pobyty**
- **Novinkou je ArcticLaplandRally: řidičský trénink za volantem závodního auta na sněhu a na ledu**

Zima na severu Evropy má svou neopakovatelnou atmosféru. Stále více Čechů vyráží v zimě do Skandinávie, aby si užili nekonečných běžeckých stop, přespali v ledovém hotelu, navštívili sobí farmu, vyrazili na celodenní výlet na sněžném skútru nebo se psím spřežením.

CK Periscope Skandinávie právě vydává svůj nový katalog zájezdů na zimní dovolenou 2013.

Většina zájezdů z nového katalogu míří do Finska, v nabídce se však objevují také zajímavá místa a aktivity v Norsku a ve Švédsku.

Úplnou novinkou je polární dobrodružství, které si klienti mohou užít za volanty závodně laděných aut při jízdách na sněhu a na ledu ve finském Laponsku.

„Snad nejkrásnějším způsobem cestování zimní Skandinávií je však jízda se psím spřežením. A podle našich zkušeností na ni klienti ještě dlouho po návratu domů vzpomínají. Nejen muži si zase odnášejí velké zážitky z celého dne za říditky sněžného skútru,“ říká Petr Burian, majitel a manažer CK Periscope Skandinávie.

Jaké zájezdy na příští zimu brněnská cestovní kancelář například přichystala?

Expedice se psím spřežením v Norsku (5denní letecký zájezd) za 45 900 Kč

Klienti se vydají až na samotnou výspu Norska k ruské hranici a naučím se musherským dovednostem. Na výpravě do divočiny si úžasně psychicky odpočinou, všedním starostem ujedou s překvapivou rychlostí a za nadšeného štěkání svého nového „pracovního týmu“.

Pohádková zima na polárním kruhu ve Finsku (5denní letecký zájezd) za 29 900 Kč

Zájezd do srdce finské divočiny. Klienti zažijí všechny tamní zimní aktivity: sněžnice, sněžné skútry, psí spřežení i nocleh ve sněhovém hotelu.

Zimní týden v Lesním hotelu ve Švédsku

Lesní hotel je správným místem pro ty, kteří věří, že ticho léčí. Zájemci se mohou těšit na jedinečný hotel, jehož interiér se nepodobá žádnému jinému na světě – pokroucené kmeny prastarých borovic zdobí každý kout, z restaurace můžete od krbu sledovat polární záři. Nechybí sauna vytápěná dřevem, venkovní vyhřívané jacuzzi, relaxační zóna...

Zájezdy z nového zimního katalogu jsou v nejednom případě vhodné pro celou rodinu. Firemním zákazníkům připraví CK Periscope Skandinávie pobyt ve Skandinávii na míru.

Katalog Periscope Skandinávie zimní dovolená 2012 vychází v nákladu 15 tisíc kusů.

CK Periscope Skandinávie (nejdříve CK Periscope) působí na českém trhu od 19. ledna 1993 a letos slaví 19 let od svého založení. Specializuje se na poznávací zájezdy na sever Evropy, do Pobaltí a Irska. *„Společnost Periscope Skandinávie klade velký důraz na spokojenost klientů, kterým se snaží poskytovat širokou škálu fundovaných informací o nabízených destinacích. Díky tomu patří na českém trhu mezi největší odborníky na zájezdy mířící do Skandinávie,“* říká Petr Burian, majitel a manažer CK Periscope Skandinávie. Sídlo společnosti je v Brně, značkové prodejny má v Praze a Bratislavě.

Důležitým milníkem v historii CK Periscope Skandinávie byl rok 1994, kdy cestovní kancelář působila jako "OfficialTicket Agent" neboli výhradní prodejce vstupenek a zájezdů na zimní olympijské hry v norském Lillehammeru. Vlastními silami zajišťovala organizaci zájezdů, prodej vstupenek, letenek a VIP Servis pro Český olympijský výbor.

Sídlo společnosti CK Periscope Skandinávie s.r.o. se nachází v Brně, v Panské 6. Pražská prodejna sídlí na adrese Jungmannova ul. 23, Praha 1. Webové stránky cestovní kanceláře jsou k nalezení na www.skandinavie.cz.

Kontakt pro média:

Petr Burian, tel. 774 151 916, e-mail: skandinavie@seznam.cz

Petr Buček, tel. 775 373 799, e-mail: petr.bucek@onpage.cz

Norsko – Švédsko – Island – Pobaltí – Petrohrad – Irsko

11.3. Příloha 3 –Rozhovor Mr. Rauno Posio

Do you note the statistics of winter and summer sport activities? Does the participation on these activities increase?

Yearly we have some 150 000 guest in our safari. 95% this amount comes during snowy time. Nr. Og guests increase yearly from 1982 – 2008, because of global recession in 2009 there was dramatic drop in 2009 and 2010 but since then increase has been 4-10% yearly.

How many people did participace on these activities? (f.e. snowshoes, snowmobiles, fishing, etc.)

I have not at the moment accessibility to nr of guests in each aktivty but definetely snowmobiling and huskies are most wanted ones.

What is your estimation about the number of people who participace in these sport activities?

This is most accurate estimation I have in my use at the moment.

What is your estimation about the number of tourist who participace in these sport activities?

98% of all our payable clients are foreigners.

Is the interest higher in winter or summer activities?

Definitely yes, 98% of all our guests comes in snowy time.

Which activities are more popular in the summer and in the winter?

In winter snowmobile safari to reindeer farm, snowmobile safari to huskyfarm.
In summer time riverboat cruises.

Do you plan to place some new activities to your offer in the year 2016? And which ones?

Well this is still secret, there is coming new „rainmaker“ for summer!

How many participants did you have last winter? And how many did you have this summer by June?

In winter some 150 000 guest who bought on the average each two service events.

What news do you plan for the year 2016 in the advertising and marketing of sports activities?

We continue in our good tried road in marketing!

How do you divide sport tourism?

We have sold the services for some ice hockey teams for teambuilding purpose (e.g. Moscow zska) Then we support several sports clubs in their work for children and teenagers. From Lapland point of view we have two main seasons, winter and summer – Winter is high season including December which is really peak season because attractions like Santa, winter activities for whole family in nature. Summer and Autumn has great potential with midnight sun and all pure natural ingredients which oves wellness for people like peaceful safe wilderness, drinkable water in lakes and rivers, herbs, berries, mushrooms etc. Anyway summer is everywhere and we have not succeed to break interest of worldwide audience in marketing. There we have biggest challenge as an area of Lapland.

Do you cooperate with also with sports schools and sports clubs? And which ones? And with how many?

We have sold the services for some ice hockey teams for teambuilding purpose (e.g. Moscow zska) Then we support several sports clubs in their work for children and teenagers.

And who provides the active tourism? How many travel agencies do you have in Finland?

Well, DMC:s (destination management company, who produce own services but also collect the travel packals in area which contain suppliers service salso) like Lapland Safaris there is not many – only some 5 although much smaller than Lapland Safaris. Then there is about 100 activity companies who provide own services like husky rides, skiing trips, rendefeer rides etc.

Which conditions are in Finland for aktive tourism? (Group of activities and sports in the nature) please can you describe information about nature activities, the biggest organization and preparation of experts)

Experiential travelling is growing globally also here in Finland, Lapland Safari is the biggest in whole Scandinavia. Please see www.laplandsafaris.com and <http://www.visitfinland.com/wild-and-free/>

How many sports activities did you in your company during summer and during the winter?

Yearly we have some 150 000 guest who buys from us some 300 000 service events, more than 90% in snowytime.

What is your opinion for the aktive tourism in Finland?

There is wide selection of activities, safety is in good condition, also level of quality is in good shape in comparison with competitors in Europe and also in Canada.

Do you note the statistics of winter and summer sport activities? Does the participation on these activities increase?

Yearly we have some 150 000 guest in our safari. 95% this amount comes during snowy time. Nr. Og guests increase yearly from 1982 – 2008, because of global recession in 2009 there was dramatic drop in 2009 and 2010 but since then increase has been 4-10% yearly.

Do you cooperate with Suomen latu (outdoor association in Finland?)

We have had some operational coop and cross selling coop.

How are you doing active tourism event, when a group moves independently only with an instructor and sleep in chalet and tents?

Well there is many ways, almost always for group program is tailor made. If the accommodation is in huts – huts have to book in advance.

Is it somewhere an overview of simple chalets (in the national parks) and how they can be used?

<http://www.nationalparks.fi/huts>

You prepared the team building for CSK Moskva, it is very interesting. What activities for them did you prepare for this event (teambuilding)?

Evening program by the lake with some soft activities e.g. fishing at lake, canoeing and rowboat at the lake, sauna and dinner at Bears Den loghouse
<http://www.laplandsafaris.com/karhunpesa>

It would be also organize for the Czech team as well?

Easily and again Lapland Safaris will tailor make the program according team need and priorities.

What qualifications have your instructors?

All of them has went thru the Lapland Safaris own guide school.

Does prepare some Finnish universities these study programmes?

In safety RaD and education we have coop with Uni and local authorities.

Do you have database for walking, cycling and canoeing routes in Finland?

These are not only ones but some:

<http://www.pyoraillensuomessa.fi/fi/node/65>,

<http://www.nationalparks.fi/hikingfinland>

Do you plan to place some new activities to your offer in the year 2016? And which ones in the winter and which ones in the summer?

Always comes something new – now more weight in developing for summer and autumn time.

How many participants did you have last year were beginner or did have many experiences with the outdoor activities?

97% of all were beginners

What is your opinion for using sauna after outdoor activities in Finland?

Definetely great especially during winter. In Lapland all hotels has saunas and even in many hotelrooms has own sauna so i tis easy to have sauna after outdoor activities.

How many new activities did you add in last three years? And which ones?

I have no accurate information on this but I would say some 10 new activities. We have concentrate to develop new snow and ice construction elements, non-motorized activities like trekking , skiing. Also for autumn new northern lights programs like northern light cruising with river boats.



11.4. Příloha - Nabídka katalogu CK Periskope

 **Finsko • poznávací zájezd**

LYŽOVÁNÍ ZA POLÁRNÍM KRUHEM

 **INDIVIDUÁLNÍ AKCE BEZ PRŮVODCE**

Vydejte se s námi do netradiční lyžařské destinace. Během pár dní si vychutnáte Laponsko všemi smysly – výborný hotel, dobré jídlo a řada místních specialit. Lyžování na pečlivě upravených svazích s **garancí dostatku přírodního sněhu**, v nejlepším finském lyžařském středisku. Můžete si vyzkoušet **jízdu se psím spřežením, rychlé sněžné skútry** i **sane tažené soby**. Splní se vám sen spatřit polární zář?

Daleko za polárním kruhem se finská plošina mění v pohorí, které nabízí kvalitní vyžití vyznavačům zimních sportů. Netradiční lyžovačku v Laponsku si můžete zpestřit jízdu na sněžném skútru nebo se psím spřežením.

Ylläs je největším finským lyžařským střediskem s 62 svahy a 30 vleky. Celková délka upravených sjezdových tratí je 52 km, 30 tratí je osvětlených. Pro běžkaře je Ylläs rájem na zemi – 300 km upravených tratí nemá konkurenci. Ubytování v příjemném rodinném Tunturihotelu v sousedství běžeckých tras. Doprava ke sjezdovkám skibusem od hotelu. Za příplatek Saaga hotel: ubytování v hotelových pokojích/apartmánech u sjezdovek, v ceně

vstup do wellness a fitness zóny. Možnost volby způsobu stravování při ubytování v apartmánech – za příplatek hotelová polopenze, nebo si můžete vařit sami ve vybavených kuchyňkách.



Termín:	Kód zájezdu:	Celková cena:
10. 1. – 17. 1. 2016	32Z116.1001	22 900 Kč
7. 2. – 14. 2. 2016	32Z116.0702	22 900 Kč
6. 3. – 13. 3. 2016	32Z116.0603	22 900 Kč
20. 3. – 27. 3. 2016	32Z116.2003	22 900 Kč
3. 4. – 10. 4. 2016	32Z116.0304	22 900 Kč



foto: Riika Pihlanto, VisitFinland.com

Cena obsahuje: letenku Praha – Helsinky – Kitiä a zpět vč. let. tax ve výši 9 000 Kč, 7x ubytování ve dvoulůžkových pokojích ve 3*hotelu Tunturi s **polopenzí** formou švédských stolů, cestovní pojištění UNIQA K7C a pojištění CK.

Cena neobsahuje: dopravu z letiště do hotelu cca 15 EUR/1 směr, skípäss

a další výše neuvedené služby. **Příplatky:** jednolůžkový pokoj: 6 000 Kč, jízda se psím spřežením: 3 000 Kč, výlet na sobi farmu: 3 250 Kč, výlet do Sněžové vesnice na sněžných skútrech: 3 000 Kč, ubytování v hotelu Saaga: 4 700 Kč. Cena za ubytování v apartmánu na vyžádání. **Minimální počet účastníků: 1**

FINSKO S POLÁRNÍ ZÁŘÍ NAD HLAVOU

 **ZAJEZD S ČESKÝM PRŮVODCEM**

Ospělý zájezd s českým průvodcem, kvalitní ubytování v horském hotelu nebo tradičních finských srubech, **piná penze** s laponskými specialitami, **výlet se psím spřežením**, na sněžných skútrech, rybaření na zamrzlém jezere, sobi farma a arktická zoo. Čeká Vás nabídnutý program a hromada nezapomenutelných zážitků.

1. den: Odlet z Prahy do Oulu. Přesun do NP Syöte. Cestou úžasně výhledy do krajiny. Vítáte ve sněhobílém království Jižního Laponska! Ubytování v hotelových pokojích nebo srubech. Večeře v panoramatické restauraci hotelu.

2. den: Snídaně formou bohatého švédského stolu. Celodenní výlet na **sněžných skútrech** přes lesy, po kopcích i zamrzlých jezerech a fe-

kách. Oběd v laponském stanu „kota“, odpočinek u ohně. Odpoledne výlet **se psím spřežením**. Návrat na skútrech k vrcholu Iso-Syöte na večer. Vyhřátá sauna, hotelový bazén.

3. den: Výlet do **arktické Ranua zoo**, setkáni se zvířecími obyvateli polárních oblastí, včetně polárních lišek, medvědů, vlků, rosomáků, losů, sobů, plížeňů a mnoha druhů ptáků. Oběd v zoo. Odpočinek a **vyprava na běžkách** do stmívajících se krajiny. Spatříme magická světla tancící po obloze?

4. den: **Rybaření na dírkách** na zamrzlém jezere. Úlovky si opečeme na ohni k obědu. Setkáni se Sámem,

který chová soby. Nahlédnutí do pradávnej kultury Laponska. Po návratu večeře ve srubové restauraci Ro-

mekievari (fondue ze sobiho masa).

5. den: Odjezd na letiště a návrat do ČR.

Termín:	Kód zájezdu:	Celková cena:
3. 2. – 7. 2. 2016	21Z116.0302	39 900 Kč
9. 3. – 13. 3. 2016	21Z116.0903	39 900 Kč
14. 12. – 18. 12. 2016	21Z116.1412	39 900 Kč

Cena obsahuje: letenku Praha – Helsinky – Oulu a zpět vč. let. tax ve výši 10 000 Kč, dopravu autobusem z letiště do Iso-Syöte a zpět, dopravu v rámci uvedeného programu, 4x ubytování v 3* hotelu (dvoulůžkové pokoje s WC a sprchou), **4x snídaně, 3x oběd a 4x večeře**, český průvodce, **aktivity uvedené v programu**, řízení skútru 2 osobami, průvodce, ces-

ovní pojištění UNIQA K7C a pojištění CK. **Cena neobsahuje:** další výše neuvedené služby.

Příplatky: 1lůžkový pokoj: 3 000 Kč, srub Kelo (vlastní sauna, krb) pro 2 osoby: 2 000 Kč/os, srub Kelo pro 4 osoby: 1 000 Kč/os, srub Kelo pro 3 osoby: 500 Kč/os, řízení skútru 1 osobou 1 000 Kč. **Minimální počet účastníků: 8**

ZIMNÍ POBYT V MEDVĚDÍM BRLOHU

 **INDIVIDUÁLNÍ AKCE BEZ PRŮVODCE**

Na polárním kruhu je pohádková zima, sněžový hotel a rozhodně tu není nuda! Výlet do finské divočiny s **nabídnutým programem**. Hotel v přírodě, místní průvodce, **piná penze**, obléčení do zimy a aktivity v ceně. **Vhodné i pro rodiny s dětmi a seniory**. Pobyt zajistíme i v jiném termínu.

1. den: Odlet s přestupem do finského Rovaniemi na polárním kruhu, přesun do 30 km vzdáleného hotelu uprostřed borového lesa.

2. den: Instruktáž k **řízení skútrů**. Z dospělí na 1 skútr, děti jedou v saních tažených za skútre. Dojedeme k jezírku v divočině, kde si každý vyvrtá díru do ledu a může zkusit své štěstí při rybaření.



3. den: Na **sněžnicích** se vydáme za sněžným lesem k husky farmě. Výlet **se psím spřežením**.

4. den: Návštěva **sobi farmy** a **vesnice Santa Clause**. Budete řídit sobi spřežení a dostanete „fidičský průkaz na soby“. Můžete poslat domů pohlednici z „hlavní pošty Santa Clause“ a samotného Santu osobně pozdravit. Celodenní program, oběd v restauraci Forest Manor. Večeře v hotelu, kde budou servírovány laponské speciality.

5. den: Volný den. V místě nabídka na různé výlety (skútry, delší jízda se psím spřežením apod.)

6. den: Na sněžných skútrech dnes

pojede na prohlídku **Sněžového hotelu**. Za příplatek zde lze zajistit přenocování.

7. den: Výlet na **běžkách**, 3-6 km. Čl-

Termín:	Kód zájezdu:	Celková cena:
14. 1. – 21. 1. 2016	11Z116.1401	43 500 Kč
11. 2. – 18. 2. 2016	11Z116.1102	43 500 Kč
3. 3. – 10. 3. 2016	11Z116.0303	43 500 Kč

Cena obsahuje: letenku vč. let. tax z Prahy nebo Vídně do Rovaniemi a zpět ve výši 8 000 Kč, všechny transfery v rámci programu, uvítací koktejl, ubytování s **pinou penzí** ve 2lůžkových pokojích hotelu (vlastní WC, sprcha, TV s plochou obrazovkou, rádio, rychlovarná konvice a výběr z horčičných nápojů k vlastní přípravě na pokoji), vybavení

proti chladu (teplá kombinéza, boty, rukavice, kukla, vlněné ponožky, helma na jízdu skútre), **uvedené výlety dle programu**, místního průvodce, pojištění CK. **Cena neobsahuje:** další výše neuvedené služby. **Příplatky:** 1lůžkový pokoj: 6 800 Kč, nocleh ve Sněžovém hotelu: 3 600 Kč. **Minimální počet účastníků: 1**