

**Univerzita Karlova**  
**Přírodovědecká fakulta**

Studijní program: Geografie  
Studijní obor: Geografie a kartografie



**Petr Nekola**

Proměny turistické nabídky v krajích Česka v letech 2009-2018

Changes in tourist offer in regions of the Czechia in the years 2009-2018

Bakalářská práce

Vedoucí práce

RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Praha, 2018

### **Prohlášení**

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

V Praze, 30. 07. 2018

Petr Nekola

### **Poděkování**

Rád bych na tomto místě poděkoval vedoucí své práce RNDr. Daně Fialové, Ph.D. za vstřícný přístup, věnovaný čas a cenné rady. Poděkování dále patří všem zaměstnancům knihoven, kteří mi ochotně půjčovali časopis COT. Zároveň bych chtěl poděkovat za podporu a cenné rady své rodině, zejména svému otci Pavlu Nekolovi, který mi pomáhal s jazykovou korekturou.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá proměnami turistické nabídky v krajích Česka v letech 2009-2018. V úvodu práce je stručně nastíněno téma práce, cíle práce, důležitost cestovního ruchu, problematika tzv. overtourismu a pracovní otázky. V teoretické části jsou diskutovány definice cestovního ruchu a jeho trendy, konkrétně se jedná o definice cestovního ruchu, geografie cestovního ruchu, forem cestovního ruchu, druhů cestovního ruchu, typů cestovního ruchu, udržitelného cestovního ruchu, konceptu trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu, udržitelného rozvoje, udržitelného rozvoje regionu, udržitelného rozvoje turistického regionu, turistické nabídky a turistické poptávky. Dále je v teoretické části řešena problematika potenciálu cestovního ruchu, rizikové faktory pro cestovní ruch a trendy v cestovním ruchu. V empirické části je provedena analýza nabídky na základě časopisu COT, nastíněna podrobnější typologie a forma cestovního ruchu a rozdělena regionální diferenciací formy cestovního ruchu podle krajů Česka. V závěru jsou shrnuty výsledky práce a zodpovězeny pracovní otázky. Vše je završeno literaturou k tématu – seznamem všech publikací a zdroji dat.

Klíčová slova – cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch, turistická nabídka, turistická poptávka.

## **Abstract**

Bachelor thesis deals with changes in tourist offer in regions of the Czechia in the years 2009-2018. At the beginning of the thesis is briefly outlined the topic of work, the aims of the work, the importance of tourism, the issue of so-called overtourism and the working questions. In the theoretical part, the definitions of tourism and its trends are discussed, namely the definition of tourism, geography of tourism, forms of tourism, types of tourism, types of tourism, sustainable tourism, concept of sustainable development of tourism, sustainable development, sustainable development of the region, sustainable development of the tourist region, tourist offer and tourist demand. The theoretical part also deals with the potential of tourism, risk factors for tourism and trends in tourism. In the empirical part, an analysis of the offer is based on the COT magazine, more detailed typology and form of tourism are outlined and the regional differentiation of the form of tourism is divided by regions of the Czechia. In conclusion, the results are summarized, and the working questions answered. Everything is completed with literature on the subject – a list of all publications and data sources.

Key words – tourism, sustainable tourism, tourist offer, tourist demand.

## Obsah

Seznam tabulek .....	6
Seznam grafů .....	6
Seznam obrázků .....	6
Seznam zkratk .....	6
1. Úvod .....	7
2. Definice cestovního ruchu a jeho trendy .....	10
2.1 Problematika potenciálu cestovního ruchu .....	17
2.2 Rizikové faktory pro cestovní ruch .....	20
2.3 Trendy v cestovním ruchu .....	22
3. Metodika .....	34
3.1 Analýza nabídky .....	34
4. Nabídka cestovního ruchu v krajích Česka .....	38
4.1 Podrobnější typologie a forma cestovního ruchu .....	38
4.2 Regionální diferenciací formy cestovního ruchu .....	39
5. Závěr .....	48
6. Literatura k tématu – seznam všech publikací .....	50
6.1 Zdroje dat .....	55

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Pojmy a původ definic .....	16
Tabulka 2: Potenciály cestovního ruchu .....	18
Tabulka 3: Lokalizační předpoklady cestovního ruchu .....	19
Tabulka 4: Rizikové faktory cestovního ruchu a jejich příklady .....	21
Tabulka 5: Zisky a ztráty způsobené cestovním ruchem .....	21
Tabulka 6: Nové formy a trendy v cestovním ruchu s atributy a odkazy na literaturu .....	31
Tabulka 7: Číselné kódy a jednotlivé formy turistické nabídky v krajích Česka.....	35
Tabulka 8: Výsledky analýzy forem cestovního ruchu v krajích Česka v letech 2009-2018 podle časopisů COT .....	37
Tabulka 9: Formy cestovního ruchu a příklad destinace v jednotlivých krajích Česka v letech 2009-2018.....	44

## Seznam grafů

Graf 1: Počet zahraničních turistů v Česku a v Praze v letech 2000-2017 .....	25
Graf 2: Počet zahraničních turistů v krajích Česka bez Prahy v letech 2000-2017 .....	26
Graf 3: Počet zahraničních turistů vztážený na počet obyvatel v Praze a v Karlovarském kraji v letech 2000-2017 .....	27
Graf 4: Počet zahraničních turistů vztážený na počet obyvatel v Česku a v krajích Česka bez Prahy a Karlovarského kraje v letech 2000-2017 .....	28

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Příjmy z cestovního ruchu v jednotlivých světových makroregionech cestovního ruchu v letech 1995-2012 .....	24
Obrázek 2: Metoda word clouds aplikovaná na slova z původní statistiky .....	47

## Seznam zkratk

ATIC	Asociace turistických informačních center
CR	cestovní ruch
COT	Celý o turismu
ČSÚ	Český statistický úřad
ČR	Česká republika
OSN	Organizace spojených národů
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization = Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation = Světová organizace cestovního ruchu

# 1. Úvod

Tématem předložené bakalářské práce jsou proměny turistické nabídky v krajích Česka v letech 2009-2018. Důvodem výběru tématu je, že se jedná o aktuální a zajímavé geografické téma, pomocí něhož se pokusím zjistit změny nabídky a poptávky v cestovním ruchu v Česku v reakci na celospolečenské dění a nové trendy v cestovním ruchu. Cestovní ruch je aktivitou, která v posledních letech získává z celosvětového hlediska na významu. Děje se to jak z hlediska ekonomického, tak environmentálního a sociokulturního. Do cestovního ruchu se zapojuje stále širší spektrum populace ekonomicky vyspělého světa, a to jak z hlediska geografického (rozvíjejí se nové trhy, a to především asijské, a přibývá turistů, např. z Číny), tak demografického (stárnutí populace a s tím související aktivita mnoha generací od dětí až po seniory, kteří hrají významnou roli). Na nárůst poptávky reagují destinace rozšiřováním nabídky tak, aby byla zajištěna spokojenost příjíždějících turistů. Vzhledem k velké konkurenci musí nabídka reagovat jak na změny ve společnosti samotné, tak na změny technologické a také na módu, které cestovní ruch v posledních letech značně podléhá. Téma proměn turistické nabídky se dá zařadit do obecné problematiky cestovního ruchu, protože turismus s cestovním ruchem velmi úzce souvisí. Kraje určují umělé dělení Česka na 14 základních jednotek. Cestovní ruch představuje v krajích formu rozvoje, která se děje pomocí přerozdělování prostředků. V Česku je úroveň krajů i z hlediska cestovního ruchu základní jednotkou, ač velmi diskutabilní a rozporuplnou. Proto budou kraje považovány za jednotky, na jejichž úrovni bude probíhat sledování změny nabídky v cestovním ruchu vůči světovým trendům. Problematikou je zde dále dělení území, kdy turistu nezajímá, v jakém kraji se právě nachází, když se například nachází na území, které je na pomezí dvou krajů (typickým příkladem je pohoří, národní park a chráněná krajinná oblast Šumava, která svým územím zasahuje do Plzeňského i Jihočeského kraje). Snažím se tedy o diskusi v rámci krajů, které jsou příjemci peněz ze státního rozpočtu, ale zvažuji také nabídku turistických regionů, jež existují i mezi více kraji, například chráněná krajinná oblast Český ráj, která se nachází ve Středočeském, Libereckém i Královéhradeckém kraji.

Cílem práce je zjistit proměny nabídky turistických produktů za posledních 10 let v krajích Česka a jejich reflexi v cestovním ruchu. Cílem je dále sledovat reakce krajů na světové trendy a jak se v nich projevují změny v turistické nabídce a porovnat kraje navzájem mezi sebou. Společenská relevance spočívá v tom, že cestovní ruch prodělává v současné době velký rozvoj, má významnou roli v životním stylu společnosti a je významný pro některé podnikatele, pro něž generuje ekonomické prostředky.

V následujících tvrzeních autoři vyjadřují důležitost cestovního ruchu. „Cestovní ruch patří v posledním půlstoletí, díky svému významu a dopadům ekonomickým, ekologickým a sociálním, bezesporu k nejdynamičtěji se rozvíjející oblasti světového hospodářství“ (Vágner 2011, s. 4). Vágner dále tvrdí, že „podíl hrubého domácího produktu z aktivit cestovního ruchu na celkovém globálním ekonomickém výkonu zhruba odpovídá podílu petrochemického, automobilového či leteckého průmyslu a společně s finančnictvím ho můžeme řadit mezi nejproduktivnější odvětví terciéru a jedná se o obor s dlouhodobým nárůstem pracovních příležitostí“. „Cestovní ruch v zemích s vysokým počtem přijíždějících turistů pozitivně ovlivňuje platební bilanci státu, tvoří příjmy státního rozpočtu, na lokální úrovni vylepšuje rozpočty místní, podporuje investiční aktivity v regionech“ (Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, cit. v Vágner 2011, s. 4). „Cestovní ruch se stal globálním fenoménem dnešní doby. Týká se téměř všech lidí – ať už vystupují v roli účastníků cestovního ruchu či v roli místního obyvatelstva v střediscích cestovního ruchu nebo v roli zaměstnanců služeb v oblasti cestovního ruchu“ (Kotíková 2013, s. 11). „Cestovní ruch je souhrnem cest obyvatel této planety a služeb průmyslu, který zabezpečuje jejich hladký průběh. Cestovní ruch má značný potenciál obohatit návštěvníky (duševně) i místní komunity (spíše ekonomicky), ale může na druhou stranu ochudit návštěvníky i místní obyvatele posílením jejich konzumního přístupu k životu, oslabením místních ekonomik (díky vlivu nadnárodních subjektů), narušením místního životního stylu a tradic a posílením regionální i sociální nerovnosti“ (Pásková 2009, s. 12).

Nyní se nově diskutuje o problematice tzv. overtourismu, který se dá do češtiny přeložit jako nadměrný cestovní ruch. S nadměrným cestovním ruchem souvisí také únosná kapacita v cestovním ruchu (Zelenka 2012) a koncept únosné kapacity území (Pásková 2009). „Únosná kapacita je zvažovaným konceptem v souvislosti s udržitelností cestovního ruchu“ (Zelenka 2012, s. 114). „V obecném pojetí lze únosnou kapacitu popsat jako vyjádření maximální míry zatížení daného území antropogenními vlivy“ (Pásková 2009, s. 133). Nadměrný cestovní ruch lze definovat tak, že k určitému cíli je vázáno příliš mnoho návštěvníků. Znamená též, že ceny nájemného vytlačují místní nájemníky, aby uvolnili místo pro turisty. O overtourismu se dá mluvit i v případě tzv. dopravní kongesce (dopravní zácpy), což znamená, že úzké cesty jsou neprůjezdné kvůli zvýšenému množství turistických vozidel (Francis 2017). K problematice tzv. overtourismu se vyjadřuje také studie „Overtourism and tourismphobia: Global trends and local contexts“ (Milano 2017). Tato studie se nejdříve zabývá úvodním přehledem, mezinárodními případy, zkoumá podrobněji město Barcelona, snaží se porozumět fenoménu overtourismu a dává k dispozici odkazy na další literaturu. Dále tvrdí, že termíny nadměrného



cestovního ruchu a fobie z turismu se vyvíjely a přímo souvisejí s postupem rostoucího vývoje neudržitelného masového cestovního ruchu (Milano 2017). V nedávné době docházelo k overturismu i v Česku v Adršpachu, když Adršpašské skály o Svátku práce 1. května 2018 skončily v obležení turistů z Polska, doprava na hranicích s Polskem zkolabovala, musel být uzavřen hraniční přechod a všechny vjezdy do Adršpachu a Teplic nad Metují (iROZHLAS 2018).

Výzkumná relevance je definována těmito pracovními otázkami: Jak se mění turistická nabídka v krajích Česka? Reflektuje nabídka jednotlivých krajů obecné trendy v cestovním ruchu? Dochází k regionální diferenciaci v čase rozptýlení cestovního ruchu, aby nabídka nebyla striktní? Stoupá regionální nabídka a atraktivita jednotlivých regionů? Na jakou klientelu se tyto regiony zaměřují? Na tyto otázky se snažím najít ve své bakalářské práci odpovědi.

## 2. Definice cestovního ruchu a jeho trendy

Využitý teoretický komplex vychází z geografie cestovního ruchu. V teoretickém zarámování je úvodní část věnována diskusi definic cestovního ruchu a dalších termínů, rozlišeny jsou druhy, typy, podoby a formy cestovního ruchu. Je zde vysvětlen pojem turistické nabídky, vyskytující se v názvu bakalářské práce, a definován koncept trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Práce vychází z velkého potenciálu cestovního ruchu v Česku a v její empirické části je vytvořena regionalizace a typologizace cestovního ruchu v krajích Česka podle různých kritérií. Dále jsou v práci zkoumány různé trendy v cestovním ruchu, především udržitelný, pomalý (slow), městský a nízkorozpočtový (low cost). Z teoretického zarámování vyplývají i otázky, zda a jak kraje reagují na změny cestovního ruchu.

Nejdříve je pomocí definic vymezen pojem cestovní ruch a následně je definice zhodnocena. Problematice cestovního ruchu se věnují polští autoři v článku „Tourism space versus tourism destination: methodological considerations and empirical testing of their development“ (Butowski, Makowska-Iskierka, Pokojski 2018). Tvrdí, že turistický prostor nebo cíl, který byl většinou považován za geografickou oblast, by měl být také studován jako soubor podobných faktorů (Butowski, Makowska-Iskierka, Pokojski 2018). „Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu 1998, cit. v Kotíková 2013, s. 16). Jedná se o obecnou definici z encyklopedie, která v jedné větě srozumitelně popisuje cestovní ruch. Definice WTO totiž nechápe cestovní ruch pouze jako volnočasovou činnost, ale vymezuje ho jako činnost lidí spojenou s cestováním a výslovně uvádí jako možný účel cestování kromě využití volného času i obchod a jiné záležitosti. Tato definice vymezuje cestovní ruch hlavně pro upřesnění a sjednocení mezinárodních statistik v cestovním ruchu, proto omezuje věc na činnost lidí a nerozvíjí jeho další vztahy (Kotíková 2013). „Cestovní ruch je dále definován také jako komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu a souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 45 cit. v Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, s. 303). Tato definice chápe cestovní ruch jako celkový jev, který se týká jak účastníků cestovního ruchu, tak cílového místa cestovního ruchu a stejně tak i poskytovatelů služeb, tedy nabídky cestovního ruchu (Kotíková 2013).

Pásková (2009, s. 20-22) tvrdí, že „ekonomicky lze cestovní ruch vymezit jako specifickou formu spotřeby, přičemž výdaje s ní spojené jsou realizovány mimo místo daňové příslušnosti cestující osoby, geograficky lze cestovní ruch vymezit jako pohyb a pobyt lidí mimo jejich obvyklé prostředí, sociologicky lze cestovní ruch vymezit jako specifickou formu uspokojování lidských potřeb, ekologicky lze cestovní ruch vymezit jako jev, který se vyznačuje ve zdrojových oblastech dočasným opuštěním habitatu člověka a v cílových destinacích periodickou návštěvností habitatů jiných lidí a dalších druhů“. Tyto definice jsou navzájem velice odlišné, snaží se o ekonomický, geografický, sociologický a ekologický výklad pojmu cestovní ruch. „Cestovní ruch nebo také turismus je z ekonomického hlediska hospodářské odvětví patřící do služeb, z geografického hlediska jde o pobyt a pohyb osob mimo jejich obvyklé prostředí, ze společenského hlediska se jedná o uspokojování lidských potřeb za účelem poznání nebo odpočinku, z ekologického hlediska můžeme pak cestovní ruch definovat jako jev, který má dopady na území a všechny jeho složky“ (Fialová 2012, s. 7). Uvedené definice nazírají na cestovní ruch z pohledů různých disciplín, kterými jsou ekonomie, geografie, sociologie a ekologie. Všechny definice považují za pravdivé a vzájemně se nevyklučující, jako geograf bych se nejvíce přiklonil ke geografickému pohledu na cestovní ruch. Za nejznámější považuji pohled ekonomický, podstatné je však i společenské a ekologické hledisko cestovního ruchu. Důležité je však mít na mysli všechny tři složky cestovního ruchu, kterými jsou ekonomický, environmentální a socio-kulturní pilíř.

„Specifickou formou mechanického pohybu obyvatelstva, jejíž rozsah a intenzita roste, je cestovní ruch. V zásadě se člení na domácí cestovní ruch, který se statisticky obtížně vyhodnocuje, a mezinárodní cestovní ruch, který je celosvětově relativně přesně evidovaný“ (Hrala 2005, s. 6). V těchto definicích autor jednoduše vymezil cestovní ruch jako mechanický pohyb obyvatelstva a provede jeho členění na domácí a mezinárodní cestovní ruch. „Cestovní ruch jako obecně pojatý objekt představuje reálný socioekonomický volný systém, jehož základními stavebními prvky jsou subsystém nabídky, subsystém poptávky, subsystém realizační a vazby mezi nimi představují toky turistů, služeb, informací a finančních prostředků“ (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001, s. 14). Tato složitá definice pojímá cestovní ruch objektivně jako socioekonomický volný systém.

Problematice vývoje geografie cestovního ruchu se věnuje anglický článek „Geography of Tourism“ (Hall 2014). Konstatuje, že to bylo od konce 80. let 20. století, kdy studie geografie cestovního ruchu začala vstupovat do rychlé fáze vývoje, ve které je stále zapojena (Hall 2014). „Geografie cestovního ruchu je definována jako obor zabývající se studiem zákonitostí

prostorových aspektů interakce mezi cestovním ruchem a rekreací na straně jedné a krajinou na straně druhé, zákonitostí a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech různé hierarchie, studiem činitelů rozvoje cestovního ruchu“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 95). „Geografie cestovního ruchu se zabývá zákonitostmi prostorových aspektů vztahu mezi cestovním ruchem na straně jedné a krajinou na straně druhé, studuje zákonitosti a faktické rozmístění cestovního ruchu v oblastech různé hierarchie, studuje činitele rozvoje cestovního ruchu obecně a v konkrétních regionech a lokalitách, analyzuje vliv cestovního ruchu na změny ve struktuře a rozmístění hospodářství v oblastech jeho realizace, vyhodnocuje oblasti a lokality z hlediska možných a vhodných forem cestovního ruchu s ohledem na přírodní, kulturní a společenské podmínky, ochranu životního prostředí a hospodářský rozvoj“ (Fialová 2012, s. 12). „Geografie cestovního ruchu se zabývá studiem zákonitostí a činitelů a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v oblastech rozličné velikosti a ekonomické váhy. Sama pak je vědou společenskou, neboť realizace a rozmístění cestovního ruchu jsou v rozhodující míře formovány společensko-ekonomickými skutečnostmi; kulturně-historické atraktivity a přírodní podmínky vytvářejí pouze možnosti pro jeho realizaci, a tedy i faktické rozmístění této ekonomické aktivity. Geografie cestovního ruchu poskytuje základní orientaci o rozmístění cestovního ruchu v globálním i regionálním měřítku nutnou pro pochopení cestovního ruchu v územních souvislostech“ (Hrala 2005, s. 8-9). Jedná se o syntézy definic geografie a cestovního ruchu, které určují disciplínu geografie cestovního ruchu.

Problematice forem cestovního ruchu se věnuje v konkrétní podobě např. anglický článek „Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism“ (Rolfes 2010). Autor dospívá k názoru, že v polovině devadesátých let 20. století vznikla jeho nová forma – cestovní ruch chudoby, který byl založen v několika metropolích rozvojových nebo rozvíjejících se zemí (Rolfes 2010). „Forma cestovního ruchu je definována jako typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi, odtud pocházejí i základní formy cestovního ruchu jako je rekreační, poznávací, socio-profesní a společenský cestovní ruch“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 89). „Druh cestovního ruchu je definován jako typ cestovního ruchu, pro jehož určení je zásadním kritériem jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho uskutečnění v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, ale i jeho účinky. Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů vlivů cestovního ruchu, kterými jsou místo realizace cestovního ruchu, vztah k platební bilanci státu, doba trvání pobytu, kde kritériem je hranice tří

přenocování, způsob zabezpečení cesty a ubytování, počet účastníků, způsob financování, věk účastníků, převažující prostředí pobytu, vliv na místní společnost a životní prostředí a ostatních kritérií“ (Pásková, Zelenka 2002). Výše uvedené definice se zabývají formami a druhy cestovního ruchu a je z nich zřejmý rozdíl mezi těmito dvěma pojmy.

Vymezení typu a formy cestovního ruchu bývá u různých autorů jiné. O definici těchto dvou pojmů diskutují např. i britští autoři v článku „Backpacking experiences a type and form analysis“ (Uriely, Yonai, Simchai 2002). Autoři tvrdí, že jejich zjištění naznačují, že trampování by mělo být považováno spíše za formu než za typ cestovního ruchu (Uriely, Yonai, Simchai 2002). „Typy cestovního ruchu lze rozdělit na jeho formy a druhy. Formy jsou definovány podle motivace účastníků, cestovní ruch může být rekreační, poznávací, tematický, kulturní, kongresový, etnický, sportovní, religiózní, krajanský, léčebný a turistika. Druhy cestovního ruchu lze třídit podle různých kritérií: podle délky trvání na krátkodobý a dlouhodobý, podle rozložení během roku na celoroční a sezónní, podle teritoriálního rozmístění na domácí, zahraniční a příhraniční, podle vlivu na životní prostředí na měkký a tvrdý, podle využívání zdrojů na masově konzumní a alternativní, podle organizovanosti návštěvníků na neorganizovaný a organizovaný, podle hromadnosti na individuální a hromadný“ (Fialová 2012, s. 8). „Další členění cestovního ruchu je členění podle motivu účasti na cestovním ruchu. Z tohoto hlediska můžeme cestovní ruch rozdělit na dvě velké skupiny: cestovní ruch uskutečňovaný v rámci volného času a cestovní ruch zahrnující obchodní a služební cesty“ (Kotíková 2013, s. 22). „Podle Světové organizace cestovního ruchu rozlišujeme následující motivy cestování: využití volného času, rekreace a dovolená, návštěvy příbuzných a přátel, obchodní a pracovní cesty, léčení, náboženské účely a ostatní“ (Čech 1998, cit. v Kotíková 2013, s. 23). Z uvedeného vyplývá, že klasifikace cestovního ruchu je složitá.

Další část této kapitoly je věnována pojmu udržitelný cestovní ruch. Tento pojem je v současné době často zmiňován v cizí i domácí odborné literatuře, kde je mu v rámci procesu zpomalování negativních aspektů cestovního ruchu věnována velká pozornost. Problematice udržitelného cestovního ruchu se věnuje např. článek autora působícího na univerzitě v Aberdeenu ve Spojeném království „Sustainable tourism as an adaptive paradigm“ (Hunter 1997) nebo diplomová práce „Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu“ (Kraus 2006). Autor z univerzity v Brightonu ve Spojeném království si ve svém textu klade za cíl prozkoumat trajektorie sociálních a environmentálních zájmů prostřednictvím podpory výslovně etického produktu, jakým je udržitelný cestovní ruch (Hanna 2013). S nárůstem výslovně etických produktů a

vznikem udržitelného cestovního ruchu by jednotlivci mohli ztělesňovat „etickou“ nebo „udržitelnou“ identitu prostřednictvím produktů, které konzumují (Hanna 2013).

„Koncept trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu zachovává současným i budoucím generacím možnost uspokojovat jejich základní potřeby a současně nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů. CR se opírá o tři základní pilíře – ekonomický, environmentální a sociokulturní“ (Fialová 2012, s. 13). „Ekonomický pilíř definuje, že cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví, existují státy a regiony, které jsou na cestovním ruchu ekonomicky naprosto závislé a cestovní ruch v nich má multiplikační efekt, který znamená, že CR v daném místě přináší nejen příjem od návštěvníků, ale podněcuje rozvoj i dalších služeb bezprostředně spjatých s uspokojením potřeb návštěvníků, ale i aktivity s CR přímo nesouvisející“ (Fialová 2012, s. 15-16). „Environmentální pilíř se snaží o zachování a případně zkvalitnění životního prostředí, upozorňuje na rizika přeplnění turistických cílů návštěvníky a vliv na ekosystém může mít zavlečení cizorodých rostlin při budování turistických resortů, významné navýšení spotřeby energií, vody a tvorby odpadů a ohrožení fauny a flóry v jejich přírodním prostředí“ (Fialová 2012, s. 26). „V sociokulturní pilíři se jedná o vzájemné ovlivňování rezidentů a turistů. Turisté přijíždí za poznáním nového, za odpočinkem nebo za vzděláním, ale přivázejí s sebou své kulturní návyky a mají jisté představy, které se nemusí shodovat s návyky domácího obyvatelstva. Mezi turisty a rezidenty často bývají velké rozdíly jak ekonomické, tak kulturní a navzájem se obě skupiny ovlivňují jak pozitivně, tak negativně“ (Fialová 2012, s. 32). Tyto definice poskytují řadu informací o konceptu trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Teorii jádro – periferie a významu tohoto vybraného konceptu geografie cestovního ruchu pro studium cestovního ruchu se v knize Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu věnuje Martina Pásková. Konstatuje, že „postupná změna vztahů mezi jádrem a periferií v destinačním systému představuje jednu ze základních podmínek dlouhodobě udržitelného rozvoje cestovního ruchu“ (Pásková 2009, s. 124).

Následující definice jdou od obecného vymezení udržitelného rozvoje přes vymezení udržitelného cestovního ruchu ke konkrétnímu vymezení udržitelného rozvoje regionu a udržitelného rozvoje turistického regionu. „Udržitelný rozvoj je definován jako takový rozvoj, který současným i budoucím generacím lidí zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a současně nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 202). „Udržitelný cestovní ruch je definován jako cestovní ruch, který dlouhodobě neporušuje přírodní, kulturní a společenské prostředí“

(Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, s. 305). „Udržitelný rozvoj regionu je definován jako takový rozvoj regionu, který vzniká synergickým působením externích fyzikálních a chemických toků, vlivem způsobu společenského vývoje, vlivem návštěvníků regionu a harmonickým rozvojem místní komunity s minimalizací všech nežádoucích vlivů na biosféru včetně snížení spotřeby neobnovitelných zdrojů, vytváření vnějších regionálních, národních a mezinárodních podmínek a podpory regulačních a samočisticích vlastností ekosystému se vznikem sítě ekologické stability v krajině“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 202). „Udržitelný rozvoj turistického regionu je definován jako rozvoj turistického regionu, který je založen na takovém řízení všech zdrojů a aktivit cestovního ruchu, které vede k uspokojování současných i budoucích ekonomických, sociálních a zážitkových potřeb návštěvníků a rezidentů se zachováním kulturní integrity, biodiverzity, procesů a vazeb v ekosystémech a rozvíjení systému životních hodnot návštěvníků i obyvatel regionu“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 202).

Na závěr jsou definovány pojmy turistická nabídka a turistická poptávka. „Nabídka v cestovním ruchu je definována jako maximální množství produktu cestovního ruchu na trhu cestovního ruchu, který má určitý subjekt v úmyslu prodat za danou cenu. Funkce nabídky za jinak stejných podmínek vyjadřuje poměr mezi maximálním množstvím produktu cestovního ruchu, které subjekt cestovního ruchu hodlá prodat, a jeho cenou. Objem nabídky závisí, kromě ceny nabízeného produktu, také na cílech subjektu cestovního ruchu, technologické úrovni, cenové hladině v zemi, na politice prostorově či tematicky blízké konkurence a na ceně výrobních faktorů“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 187, cit. v Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, s. 303). Opakem turistické nabídky je turistická poptávka. „Výkladový slovník cestovního ruchu a v upravené podobě i učebnice Ekonomická a sociální geografie definují poptávku v cestovním ruchu jako množství dané služby nebo zboží, které kupující zájímající se o dané služby nebo zboží cestovního ruchu, chce koupit za danou cenu na daném trhu a v daném čase. Poptávka cestovního ruchu je veličinou měřenou po určitý časový úsek, zpravidla měsíc. Během hlavní sezóny poptávka po službách cestovního ruchu a zpravidla i jejich cena výrazně roste. Funkce poptávky vyjadřuje za jinak stejných podmínek vztah mezi množstvím poptávaných produktů cestovního ruchu a jejich cenou. Křivka funkce poptávky vyjadřuje nepřímou úměru závislosti poptávaného množství produktu cestovního ruchu na ceně, za níž je tento produkt nabízen, kde změna polohy křivky je dána necenovými faktory“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 202, cit. v Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, s. 304). Tyto definice vyjadřují rozdíl mezi turistickou nabídkou a poptávkou a pracují také hodně s ekonomickými pojmy. Je pro ně typická

komplikovanost, která byla zjednodušena do stručné definice s příkladem a doplněním odkazu na příslušnou literaturu.

V následujícím odstavci jsou uvedeny různé pohledy na turistickou nabídku od zahraničních autorů. V prvním z uvedených článků zkoumají autoři diverzifikaci turistické nabídky jako alternativy pro minimalizaci sezónnosti na případu události v Santa Catarině v Brazílii (de Lamare Leite 2017). Diverzifikace turistické nabídky je jedním z řešení, které minimalizuje sezónnost, podporuje návštěvnost lidí v destinaci během většiny roku a rozvíjí doplňkové turistické produkty (de Lamare Leite 2017). Výzkum, zveřejněný v článku „Tourists’ attitudes on tourism offer in north-western part of Montenegro“ (Srdanović, Pavić 2015), hodnotí přístupy turistů v turistické nabídce v severozápadní části Černé Hory, které mohou být primárně vysvětleny mimořádně přirozenými hodnotami tamního životního prostředí. Další článek se zaměřuje na změny a inovace jako faktor konkurenceschopnosti turistické nabídky na případu Ohridu (Simonceska 2012). Navzdory významné turistické hodnotě není obsah turistické nabídky města Ohrid stanoven jako faktor pro dosažení konkurenceschopnosti na mezinárodním trhu turistických destinací (Simonceska 2012). Další článek si klade za cíl přehodnocení systému kvality služeb v rámci rumunského hotelového průmyslu jako předpoklad pro zvýšení konkurenceschopnosti turistické nabídky (Cristea 2009). Materiálová složka ovlivňuje kvalitu služeb cestovního ruchu prostřednictvím požadavku na komfort, funkčnost, estetiku i ergonomické vlastnosti vybavení některých zařízení (Cristea 2009). Všechny definice z této kapitoly shrnuje Tabulka 1, která přehledně ukazuje pojmy a původ definic ve zkrácené podobě.

**Tabulka 1: Pojmy a původ definic**

Pojem	Původ definic
cestovní ruch	Butowski, Makowska-Iskierka, Pokojski 2018, Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu 1998, Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, Pásková 2009, Fialová 2012, Hrala 2005, Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001
geografie cestovního ruchu	Hall 2014, Pásková, Zelenka 2002, Fialová 2012, Hrala 2005
formy, druhy a typy cestovního ruchu	Rolfes 2010, Pásková, Zelenka 2002, Uriely, Yonai, Simchai 2002, Fialová 2012, Kotíková 2013, Čech 1998



Pojem	Původ definic
udržitelný cestovní ruch, koncept trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu, udržitelný rozvoj, udržitelný rozvoj regionu, udržitelný rozvoj turistického regionu	Hunter 1997, Kraus 2006, Hanna 2013, Fialová 2012, Pásková 2009, Pásková, Zelenka 2002, Toušek, Kunc, Vystoupil 2008
turistická nabídka a turistická poptávka	de Lamare Leite 2017, Srdanović, Pavić 2015, Simonceska 2012, Cristea 2009, Pásková, Zelenka 2002, Toušek, Kunc, Vystoupil 2008

**Zdroj:** vlastní tvorba podle definic a jejich citací

## 2.1 Problematika potenciálu cestovního ruchu

Tato kapitola pojednává o definicích potenciálu cestovního ruchu. Potenciál bude využit v empirické části práce v kapitole 4.2. Ze zahraničních autorů se problematice potenciálu cestovního ruchu věnují např. Arturo Melián-Gonzáles a Juan Manuel García-Falcón, kteří se v anglicky psaném článku zabývají soutěžním potenciálem cestovního ruchu v destinacích (Melián-Gonzáles, García-Falcón 2003). V současné době je uznáván potenciál cestovního ruchu a probíhají snahy o jeho zohlednění v rozvojových politikách a programech (Howlander 2013). „Potenciál cestovního ruchu je definován jako souhrnná nabídka nebo hodnota všech předpokladů cestovního ruchu, oceněných na základě bodovací škály, snížená o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu – zejména o špatný stav složek životního prostředí a konfliktní land-use daného území“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 221, cit. v Toušek, Kunc, Vystoupil 2008, s. 304). Definice jsou prakticky stejné, protože jejich základ pochází z Výkladového slovníku cestovního ruchu, v učebnici Ekonomická a sociální geografie je pouze jeho úprava.

„Potenciál cestovního ruchu v sobě zahrnuje i rekreační potenciál daného území. Otázka širšího pojetí segmentů potenciálu cestovního ruchu má souvislost s tím, zda některé danosti a aktivity související s cestovním ruchem se mají uvažovat ještě jako součásti potenciálu cestovního ruchu, nebo již jako atributy využití potenciálu cestovního ruchu. Segmenty potenciálu cestovního ruchu lze seskupit do dvou dílčích potenciálů, jimiž jsou: a) potenciál atraktivit cestovního ruchu, b) potenciál ploch a linií ovlivňujících cestovní ruch“ (viz Tabulka 2) (Bína 2010, s. 2-3). Jedná se zde o pojetí Bíny, který hodnotí potenciál v prezentaci dostupné v elektronické formě na stránkách Ústavu územního rozvoje v Brně, kde prováděl studii. Bína dále v článku hodnotí i potenciál cestovního ruchu v obcích Česka (Bína 2002). Jeho článek se

zabývá vyhodnocením lokalizačních podmínek cestovního ruchu podle území jednotlivých obcí Česka a autor vysvětluje, že „vzhledem k tomu, že lokalizační podmínky cestovního ruchu jsou v systému cestovního ruchu ČR primární, byl jejich komplex označen jako potenciál cestovního ruchu“ (Bína 2002, s. 2).

**Tabulka 2: Potenciály cestovního ruchu**

<b>Dílčí potenciály</b>	<b>Příklady</b>
potenciál atraktivit cestovního ruchu	přírodní pozoruhodnosti, historické městské soubory, historické vesnické soubory, zámky, hrady, tvrze, zříceniny, křesťanské sakrální památky, židovské památky, vojenské památky, pietní památky, technické památky, archeologické památky, historická podzemí, muzea, galerie, muzea v přírodě, skanzeny, lázeňská místa, zoologické zahrady, zooparky, botanické zahrady, arboreta, aquaparky, plavecké bazény, golfové hřiště, farmy pro hipoturistiku, vinařský věhlas, pivovarnický věhlas, jiné atraktivity cestovního ruchu, turistická informační centra a památky UNESCO
potenciál ploch a linií ovlivňujících cestovní ruch	rekreační a turistická krajina, urbanizovaný prostor, průmyslový a těžební prostor, areál dálniční dostupnosti, délka břehů vodních ploch, délka řek vhodných pro splouvání, délka silnic I. třídy, délka železnic, národní park a chráněná krajinná oblast

**Zdroj:** Bína 2010, s. 4-9

„Přístupy k hodnocení potenciálu cestovního ruchu lze rozdělit do dvou základních problémových okruhů. První z nich akcentuje hodnocení potenciálu z hlediska celkových přírodních podmínek. Potenciální rekreační plochy v podstatě syntetickým a přehledným způsobem generalizují vliv celkových přírodních podmínek na současný stav a intenzitu funkčně-prostorového využití území a podávají pohled na souhrnný potenciál území pro jeho rekreační využití“ (Vystoupil 2006, s. 10). „Každé geografické prostředí disponuje dvěma základními skupinami potenciálů cestovního ruchu. První skupinu tvoří potenciály, které ovlivňují návštěvnost místa a mají absorpční charakter. Druhou skupinu naopak tvoří potenciály charakteru difúzního, které motivují člověka dočasně opouštět své bydliště a účastnit se cestovního ruchu“ (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001, s. 14-15). Uvedené definice doplňují další zajímavé informace k problematice potenciálu cestovního ruchu, které jsem získal z učebnice a atlasu cestovního ruchu. Je z nich patrné členění na potenciály cestovního ruchu.

Dále jsou v této části zmíněny také lokalizační předpoklady cestovního ruchu. Lokalizační předpoklady cestovního ruchu zahrnují přírodní potenciál a předpoklady cestovního ruchu a

kulturně-historický potenciál a předpoklady cestovního ruchu (viz Tabulka 3). „Přírodní podmínky, respektive přírodní potenciál, jsou rozhodujícími lokalizačními faktory většiny aktivit cestovního ruchu a rekreace, zejména jeho pobytových forem“ (Vystoupil, Šauer 2011, s. 35). „Potenciál krajiny pro cestovní ruch tvoří veškeré využitelné zdroje, ať již přírodní, či antropogenní, tedy kulturně-historické, které jsou stěžejním prvkem rozmístění aktivit cestovního ruchu v území, respektive určují směr funkčního využití daného území“ (Vystoupil, Šauer 2011, s. 56). Z definic je zřejmé rozlišení přírodního potenciálu i kulturně-historického potenciálu a jejich další dělení.

**Tabulka 3: Lokalizační předpoklady cestovního ruchu**

<b>Lokalizační předpoklady cestovního ruchu</b>	<b>Příklady</b>
přírodní potenciál a předpoklady cestovního ruchu	potenciální rekreační plochy a přírodní potenciál v chráněných územích
kulturně-historický potenciál a předpoklady cestovního ruchu	kulturně-historické památky, architektonické památky, přírodní památky, soubory materiálních a duchovních projevů člověka, kulturní zařízení a společenské akce

**Zdroj:** Vystoupil, Šauer 2011, s. 35-69

Důležitou roli v potenciálu cestovního ruchu hraje také destinační management, který má přínosy pro rozvoj potenciálu. „Destinační management lze chápat jako dlouhodobý nástroj pro spolupráci a komunikaci se zástupci veřejného sektoru, se soukromým a neziskovým oborem, rozvoj destinace, tzn. regionu, obcí, území, zvyšování zaměstnanosti v destinaci, omezení emigrace, zlepšování kvality života obyvatel v destinaci, rozvoj potenciálu a infrastruktury cestovního ruchu, rozvoj návazné infrastruktury a zvyšování prestiže destinace. S destinačním managementem souvisí také produkty cestovního ruchu. Produkt cestovního ruchu je komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu“ (Špaček 2017, s. 2-4). Tyto definice pocházejí z prezentace Vybrané aspekty cestovního ruchu. Zahraniční literatura se zabývá řízením nabídky turistických destinací na základě dynamiky a prognózy turismu (Kozicka, Szopa 2016). Stupeň přizpůsobení nabídky a poptávky, podobně jako v ostatních odvětvích ekonomiky, rozhoduje o úspěchu či neúspěchu činnosti cestovního ruchu (Kozicka, Szopa 2016). Další článek se věnuje typologii rekreačních a turistických zdrojů jako důležitých prvků turistické nabídky (Gjorgievski, Kozuharov, Nakovski 2013). Rekreační a

turistické zdroje jako nedílná součást nebo integrální prvek turistické destinace hrají roli při výběru destinace turisty (Gjorgievski, Kozuharov, Nakovski 2013).

## 2.2 Rizikové faktory pro cestovní ruch

Na cestovní ruch působí různé rizikové faktory, které mohou ovlivnit jeho fungování a rozvoj. V této kapitole jsou proto definovány rizika cestovního ruchu a rozhodující faktory účasti na cestovním ruchu. Ze zahraničních autorů se problematice rizikových faktorů pro cestovní ruch věnují např. Andrew Lepp a Heather Gibson v článku „Tourist roles, perceived risk and international tourism“ (Lepp, Gibson 2003). Jejich studie zkoumala hypotézu, že více turistů dává přednost znalosti úrovně rizika spojeného s mezinárodním cestovním ruchem než vyhledávání novinek (Lepp, Gibson 2003). „Rizika cestovního ruchu jsou definována jako ovlivnitelné nebo neovlivnitelné faktory cestovního ruchu, které mohou ohrozit realizaci cestovního ruchu, zdraví, životy nebo majetek návštěvníků. Mezi tyto faktory patří zejména faktory fyzicko-geografické, politické, ekonomické a sociální, technologické a selhání lidského faktoru, nedostatečná aklimatizace a vlivy cestování“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 253). „Rozhodující faktory účasti na cestovním ruchu jsou definovány jako faktory, které určují intenzitu a způsoby účasti jednotlivců a skupin na cestovním ruchu. Hlavními faktory individuálního cestovního ruchu jsou ekonomické a sociální vlivy vyjádřené mimo jiné disponibilním příjmem, životním standardem, životním stylem, časovými možnostmi a vzorci společenského chování a charakteristika služeb cestovního ruchu, jako je jejich kvalita, cena, dostupnost nebo způsob propagace. Celkové množství návštěvníků vysílaných ze země je ovlivněno zejména velikostí země, její ekonomickou úrovní, geografickou polohou, relativní cenou domácí a zahraniční rekreace, úrovní infrastruktury cestovního ruchu, kulturními zvyklostmi, dopravní infrastrukturou v napojení na okolní země“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 255). V definicích z Výkladového slovníku cestovního ruchu se dají zjistit informace o rizicích cestovního ruchu i rozhodujících faktorech účasti na cestovním ruchu.

„Faktory, které mohou ohrozit cestovní ruch, ať už jsou ovlivnitelné, nebo neovlivnitelné, je možné rozdělit do čtyř skupin, na faktory fyzickogeografické; politické, ekonomické a sociální; zdravotní a faktory technologické spolu se selháním lidského faktoru“ (viz Tabulka 4) (Nováková 2009, cit. v Fialová, Nováková 2011, s. 28). „Skupina fyzickogeografických faktorů se vyznačuje hlavně tím, že je člověk může jen velmi málo ovlivnit. Objevují se bez předchozího varování a ohrozí nejen místní obyvatele, ale i turisty a turistickou infrastrukturu v daném regionu. Politická a ekonomická stabilita regionu je pro většinu turistů

při výběru destinace jedním ze základních kritérií. Faktory zdravotní jsou rozhodovacím faktorem. Dlouhodobě nepříznivě je vnímána většina zemí afrického kontinentu, a to z důvodu často neschopnosti přístupu k pitné vodě a kvalitním potravinám, ale i ve spojitosti s nemocí AIDS. Vliv faktoru technologického a selhání lidského faktoru na cestovní ruch je nepopíratelný. Délka působení dopadů se v této kategorii značně liší. U nehod dopravních prostředků jsou následky spíše krátkodobé, zatímco havárie ropných tankerů ovlivní oblast dlouhodobě. Existuje tedy celá řada rizik pro cestovní ruch. Dopady na cestovní ruch se projevují snížením počtu turistů, souvisejícím poklesem příjmů z cestovního ruchu a následným snižováním počtu pracovních míst v odvětví“ (Fialová, Nováková 2011, s. 28-29). Tento text pocházející z Geografických rozhledů dále rozšiřuje informace o rizikových faktorech pro cestovní ruch.

**Tabulka 4: Rizikové faktory cestovního ruchu a jejich příklady**

<b>Faktory</b>	<b>Příklady</b>
fyzickogeografické faktory	záplavy, zemětřesení, sopečná činnost, hurikány
politické, ekonomické a sociální faktory	válečné konflikty, teroristické útoky, politické převraty, ekonomická krize
zdravotní faktory	zdravotní a hygienická situace v destinaci
technologické faktory a selhání lidského faktoru	nehody dopravních prostředků, havárie ropných tankerů

**Zdroj:** Fialová, Nováková 2011, s. 28-29

Cestovní ruch přináší vedle zisků také ztráty (viz Tabulka 5). V této tabulce jsou řešeny zisky a ztráty, které představují rizika pro cestovní ruch (Fialová 2012).

**Tabulka 5: Zisky a ztráty způsobené cestovním ruchem**

<b>Zisky/ztráty</b>	<b>Příklady</b>
ekonomické přínosy	zvýšení zaměstnanosti, tržby od turistů a návštěvníků, daň z nemovitosti, daň z příjmu právnických a fyzických osob a jejich lokace do lokality, kde se cestovní ruch uskutečňuje
ekonomické ztráty	sezónní zaměstnanost/nezaměstnanost, nevyužitá kapacita zařízení, turisté realizují cestovní ruch mimo sledované území, s cestovním ruchem je spojena tzv. šedá ekonomika
přínosy cestovního ruchu životnímu prostředí	rekultivace nevyužitých ploch, finanční prostředky získané cestovním ruchem bývají využity na obnovu památek, ochranu přírody a výchova místních obyvatel k ochraně přírody

Zisky/ztráty	Příklady
ztráty způsobené cestovním ruchem životního prostředí	nadměrná spotřeba vody na golfových hřištích, při zavlažování a využívání bazénů v turistických resortech, rušení fauny v době hnízdění a páření, zvyšování eroze – horolezectví na pískovcích, cyklistika a pohyb mimo vyznačené trasy, lov a sběr ohrožených druhů a znečištění dopravními prostředky

Zdroj: Fialová 2012, s. 24-28

## 2.3 Trendy v cestovním ruchu

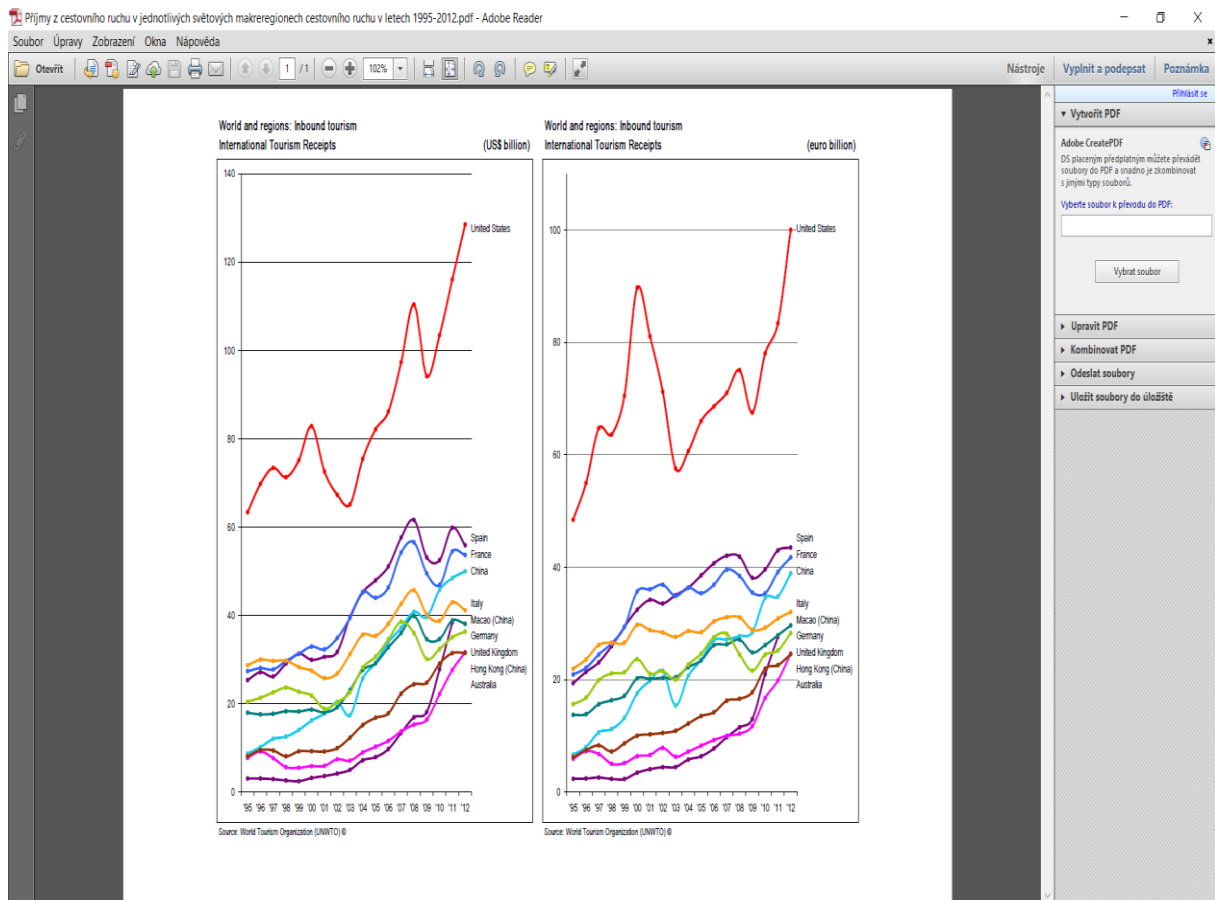
Trendy v cestovním ruchu můžeme popsat kvantitativními a kvalitativními ukazateli. Počet turistů můžeme z kvantitativního hlediska zachytit pomocí grafů znázorňujících počty účastníků cestovního ruchu, především mezinárodního, nebo jejich výdajů a dalších ukazatelů. V úvodu této kapitoly tedy jsou vytvořeny grafy „Příjmy z cestovního ruchu v jednotlivých světových makroregionech cestovního ruchu v letech 1995-2012“, „Počet zahraničních turistů v Česku a v Praze v letech 2000-2017“, „Počet zahraničních turistů v krajích Česka bez Prahy v letech 2000-2017“, „Počet zahraničních turistů vztažený na počet obyvatel v Praze a v Karlovarském kraji v letech 2000-2017“ a „Počet zahraničních turistů vztažený na počet obyvatel v Česku a v krajích Česka bez Prahy a Karlovarského kraje v letech 2000-2017“ (viz Obrázek 1, Graf 1, Graf 2, Graf 3 a Graf 4), pomocí kterých se dají trendy v cestovním ruchu sledovat a vysvětlit.

Obrázek 1 ukazuje mezinárodní příjmy v cestovním ruchu v miliardách dolarů a v miliardách eur v letech 1995-2012, kdy se jedná o příjezdový cestovní ruch ve světě a v regionech. Největších příjmů dosahují Spojené státy americké, za kterými následuje Španělsko, Francie a Čína. Velké příjmy mají rovněž Itálie, Německo, Spojené království a Austrálie. Trendem je zde stálý růst s výjimkou vlivu specifických událostí, jako jsou ekonomické krize nebo přírodní události, které se projevují poklesem. V Obrázku 1 se pokles projevil hlavně u Spojených států, a to jednak v období po roce 2002 v důsledku teroristického útoku na Světové obchodní centrum 11. září 2001 a následného zvýšení bezpečnostních opatření, která mohla odradit řadu cestovatelů, a jednak v období po roce 2008, kdy se naplno rozběhla ekonomická krize, jež začala v roce 2007.

Grafy 1 a 2 vyjadřují absolutní hodnoty počtu zahraničních turistů v Česku v letech 2000-2017. Graf 1 porovnává počty zahraničních turistů v Praze a ve všech ostatních krajích Česka dohromady, Graf 2 ukazuje rozdíly v počtech zahraničních turistů mezi jednotlivými kraji s výjimkou Prahy. Z obou grafů vyplývá jasná dominance Prahy, kde zahraniční návštěvnost

překračuje každoročně milionové hodnoty (v průběhu zkoumaného období cca od 2 do 6), zatímco návštěvnost v žádném z ostatních krajů nikdy nepřekročila 700 tisíc a u některých se pohybuje do 100 tisíc. Data byla čerpána z Českého statistického úřadu, ze sloupce nerezidentů, který tvoří společně se sloupcem rezidentů sloupec hosté celkem. Graf 3 a Graf 4 vyjadřují relativní hodnoty poměru počtu zahraničních turistů k počtu obyvatel získanému z Veřejné databáze Českého statistického úřadu v letech 2000-2017. Nejvyšších hodnot dosahuje v Grafu 3 hlavní město Praha, kde vysoký počet zahraničních turistů výrazně převyšuje domácí obyvatelstvo, a Karlovarský kraj, kde je také relativně velký počet nerezidentů a malý počet stálých obyvatel. V ostatních krajích, které byly z důvodu nižších hodnot dány do Grafu 4, domácí obyvatelstvo naopak zahraniční návštěvníky převyšuje, a stejně je tomu zatím i v Česku jako celku. Sledované hodnoty mají až na výjimky ve všech čtyřech grafech stoupající trend. Poklesy nastaly u roku 2002, kdy Česko zasáhly povodně, a u roku 2009, kdy se projevila ekonomická krize a s ní související změny v lázeňství, kvůli nimž přestaly být některým pojištěncům propláceny pobyty v lázních a došlo tak k poklesu jejich návštěvnosti. O metodice získávání statistických dat v cestovním ruchu se dále zmiňuje článek v Geografických rozhledech „Řečí čísel cestovního ruchu“ (Fialová, Nekolný 2017) a diplomová práce „Problémy metodiky a interpretace dat návštěvnosti turistických cílů“ (Nekolný 2016), kdy v roce 2012 byla změněna metodika a u krajů jsou počty lůžek a přenocování sledovány po čtvrtletích.

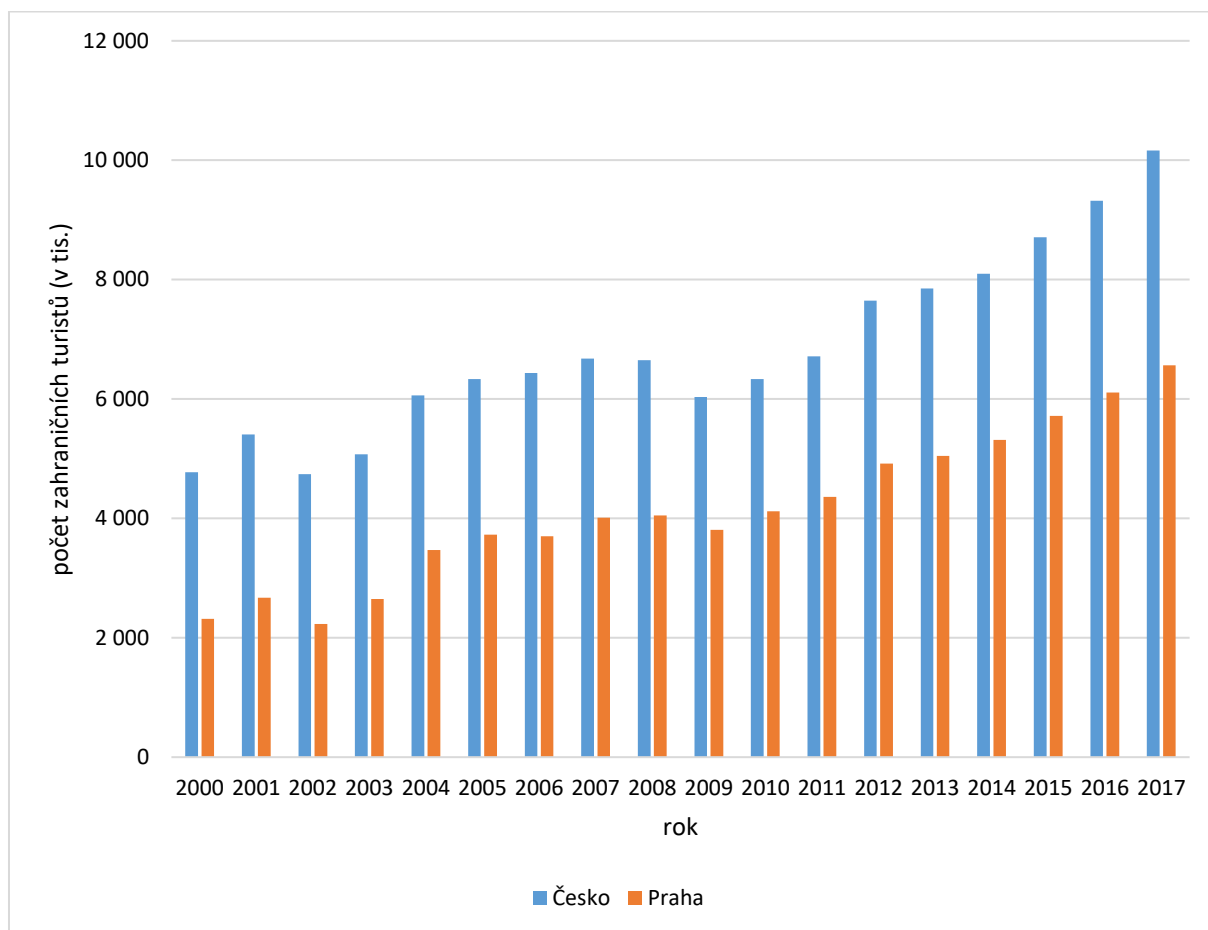
# Obrázek 1: Příjmy z cestovního ruchu v jednotlivých světových makroregionech cestovního ruchu v letech 1995-2012



**Zdroj:** World Tourism Organization (UNWTO)

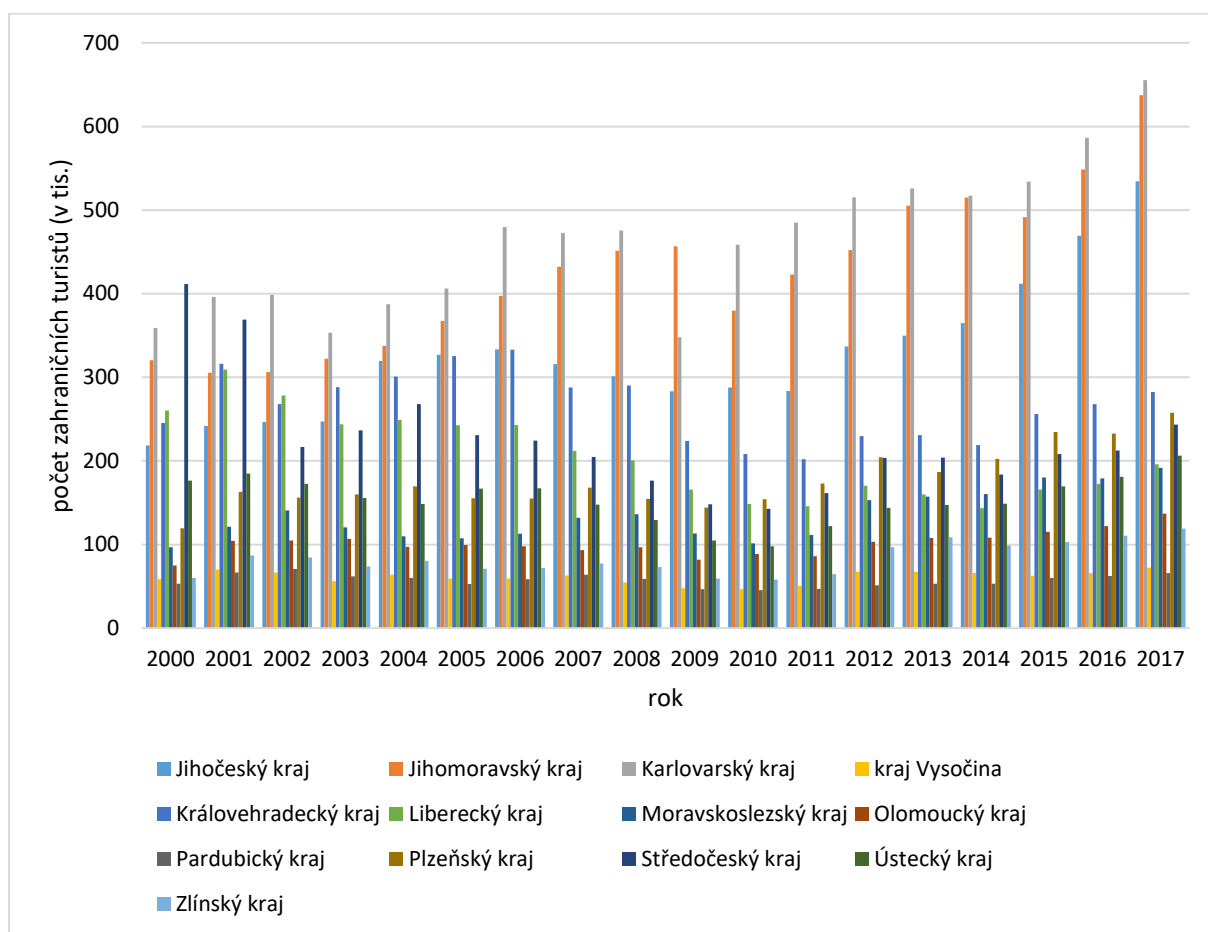


**Graf 1: Počet zahraničních turistů v Česku a v Praze v letech 2000-2017**



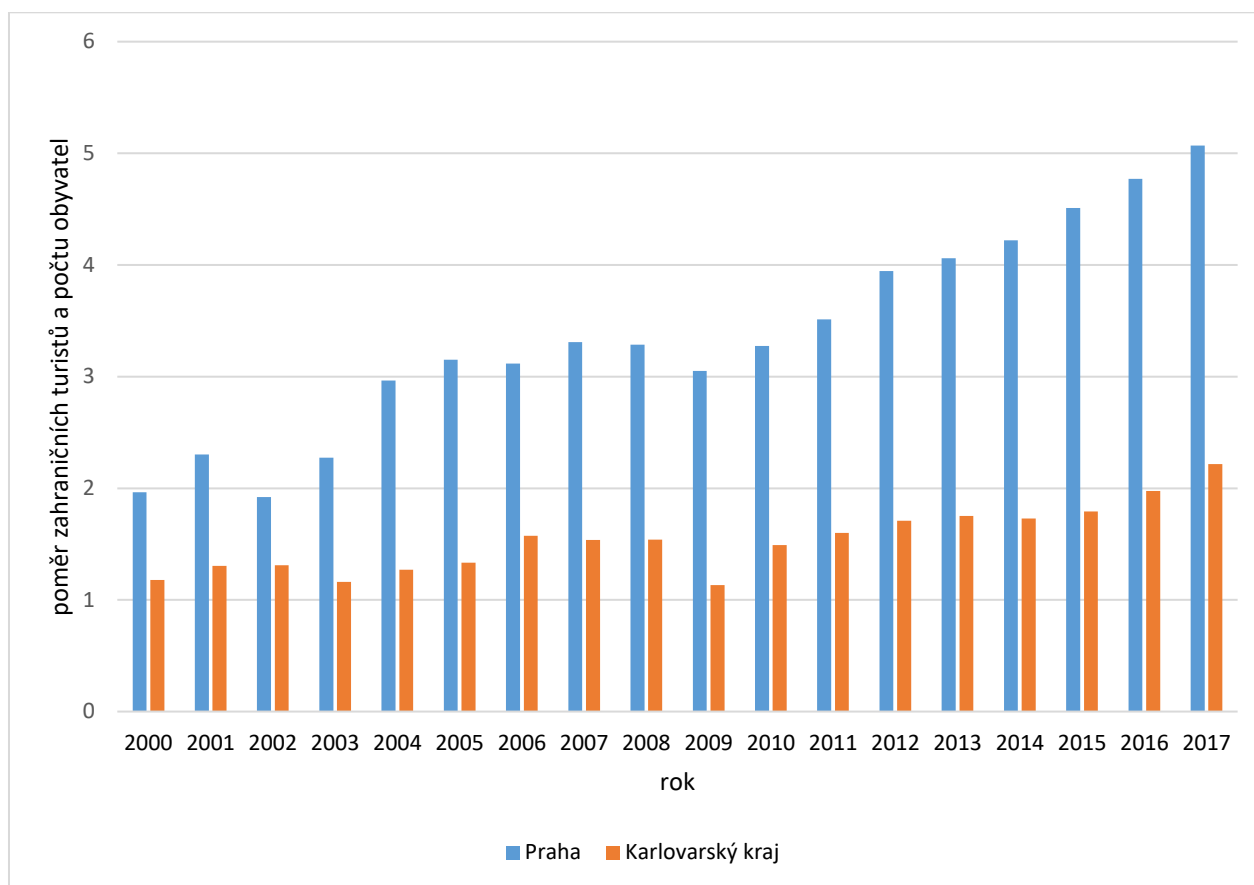
**Zdroj:** Veřejná databáze ČSÚ (2018)

**Graf 2: Počet zahraničních turistů v krajích Česka bez Prahy v letech 2000-2017**



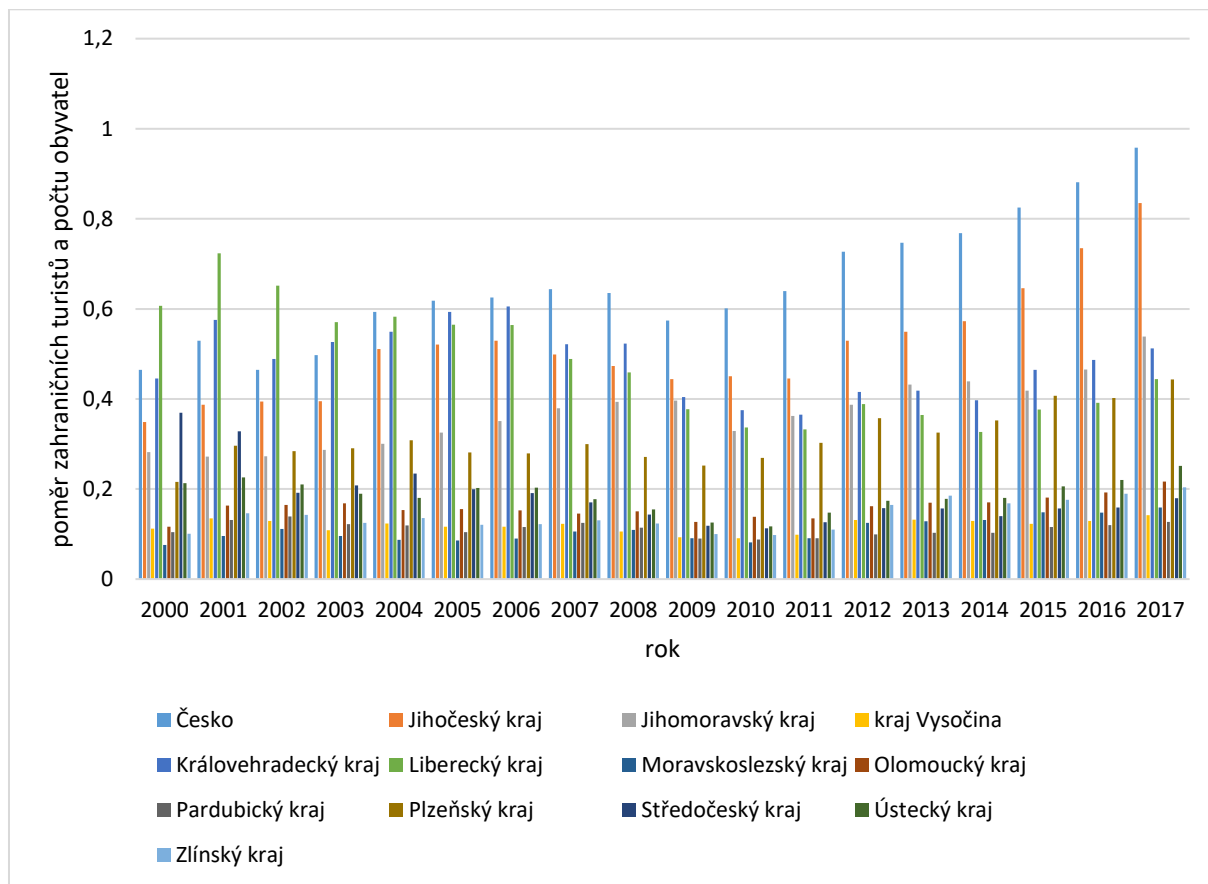
**Zdroj:** Veřejná databáze ČSÚ (2018)

**Graf 3: Počet zahraničních turistů vztažený na počet obyvatel v Praze a v Karlovarském kraji v letech 2000-2017**



**Zdroj:** Veřejná databáze ČSÚ (2018)

**Graf 4: Počet zahraničních turistů vztahovaný na počet obyvatel v Česku a v krajích Česka bez Prahy a Karlovarského kraje v letech 2000-2017**



**Zdroj:** Veřejná databáze ČSÚ (2018)

Trendy mohou být zachyceny i z hlediska kvalitativního, kdy se jedná o proměnu forem a typů. Trendy v cestovním ruchu jsou popsány v zahraniční literatuře. Příkladem je kniha „Strategic management in Tourism“, kde je v části 1 o životním prostředí cestovního ruchu věnována kapitola trendům v cestovním ruchu (Moutinho 2000). Z českých publikací je v kvalitativním výzkumu nejlepší Kotíková 2013, která tvrdí, že „cestovní ruch prochází v posledních desetiletích velkými změnami. Některé trendy ve vývoji cestovního ruchu se projevují dlouhodobě – například demografické trendy, využití moderních komunikačních a informačních technologií. Některé budoucí trendy nejsme zatím schopni predikovat. Zájem o cestovní ruch však neustále stoupá, a to jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Můžeme odhadovat, že další směry vývoje se budou projevovat ve čtyřech oblastech – v nabídce nových produktů cestovního ruchu, v hledání nových cílových skupin účastníků cestovního ruchu, v nabídce nových služeb a v nových přístupech v marketingu cestovního ruchu“ (Kotíková 2013, s. 25-27). Za pět let od vydání knihy *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* let, kde je třeba rozlišovat trendy ve společnosti ovlivňující cestovní ruch a trendy v samotném cestovním ruchu, došlo ke změnám jak ve společnosti, tak v cestovním ruchu. V současné době jsou trendy v cestovním ruchu ovlivněny lobbismem, na který není možné zapomínat, nebo třeba dotační politikou, která představuje významný faktor přerozdělování prostředků a orientací na různé zahraniční trhy podle orientace politických zájmů. Nyní je v médiích často zmiňována orientace na Čínu, která se projevuje nejen díky rostoucím čínským investicím, například společnosti CEFC, ale také díky rostoucímu počtu příjezdů návštěvníků z Číny, jejichž příjezd je snazší díky přímému leteckému spojení Česka s Čínou.

Důležité je také rozlišovat masový a alternativní cestovní ruch nebo individuální cestovní ruch. Kotíková tvrdí, že „tendence rozvíjet nejrůznější alternativní formy cestovního ruchu se projevuje jako protiklad k masovému cestovnímu ruchu. Masový cestovní ruch přináší účastníkům pohodlí nejen během pobytu, ale zároveň velmi usnadňuje proces volby a nákupu dovolené a nabízí cenově dostupné produkty pro široké skupiny potenciálních zákazníků. Negativní stránku rozvoje masového cestovního ruchu představují nepříznivé dopady v oblasti životního prostředí. Masový cestovní ruch se uvádí také jako protiklad k udržitelnému, šetrnému cestovnímu ruchu. Alternativní formy cestovního ruchu se snaží odlišit od masového cestovního ruchu a vrátit do cestovního ruchu základní motiv – poznávání. Alternativní cestovní ruch akcentuje přitom udržitelnost a autenticitu produktů. Autenticitu vnímáme jako pravost, původnost, reálnost či opravdovost“ (Kotíková 2013, s. 27-30). Z definic je patrný rozdíl mezi masovým a alternativním cestovním ruchem.

Další definice se nacházejí ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu. „Masový cestovní ruch je definován jako obecný termín označující cestování velkých skupin návštěvníků, využívání hromadných ubytovacích zařízení a stravovacích zařízení a dopravních prostředků. Termín se používá jako protiklad individuálního cestovního ruchu. Pro masový cestovní ruch je typická vysoká koncentrace návštěvníků v některých cílových oblastech“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 171). „Alternativní cestovní ruch je definován jako obecné označení pro cestovní ruch alternativní k masovému cestovnímu ruchu s jeho negativními vlivy na společenské a kulturní prostředí a na životní prostředí obecně. Zpravidla je to cestovní ruch v malých skupinách, který uznává potřeby a obvyčeje místní komunity a její životní prostředí“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 17). „Individuální cestovní ruch je druh cestovního ruchu, jde o cesty jednotlivců nebo rodin cestujících samostatně, nikoli v rámci organizované skupiny. Tyto zájezdy a jejich jednotlivé služby buď nejsou zajištěné některým ze subjektů cestovního ruchu, nebo mohou být tímto subjektem zcela nebo částečně zajištěny. Typický individuální cestovní ruch je provozován v objektech individuální rekreace, kdy se jedná o individuální cestovní ruch mimo veřejné formy cestovního ruchu“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 117-118). Tyto definice dále rozlišují masový cestovní ruch a jeho protiklady, kterými jsou alternativní cestovní ruch a individuální cestovní ruch.

Mezi nové produkty z hlediska motivace účastníků patří gastronomický (kulinářský) cestovní ruch (food tourism), zdravotní (léčebný) cestovní ruch (medical tourism), dobrodružný cestovní ruch (adventure tourism), temný cestovní ruch (dark tourism), event turismus – akční cestovní ruch (event tourism), dobrovolnický cestovní ruch (volunteer tourism), svatební cestovní ruch (wedding tourism, honeymoon tourism), filmový turismus a vesmírný cestovní ruch. Nové produkty z hlediska potřeb cílových skupin zahrnují cestovní ruch seniorů a osob se zdravotním postižením, cestovní ruch zaměřený na segment LOHAS, cestovní ruch sexuálních menšin – LGBT tourism a cestovní ruch „košer“ (Kosher tourism) a „halal“ (Halal tourism) (Kotíková 2013). Dalšími trendy v cestovním ruchu jsou udržitelný, slow (pomalý) a městský cestovní ruch, se kterým souvisí i low cost (nízkonákladový nebo nízkorozpočtový) a kulturní cestovní ruch. Uvedené produkty, formy a trendy v cestovním ruchu jsou přehledně ukázány v Tabulce 6 s názvem „Nové formy a trendy v cestovním ruchu s atributy a odkazy na literaturu“. Z termínů uvedených v této tabulce vychází empirická část této bakalářské práce (kapitoly 4.1 a 4.2) a také Tabulka 7 a Tabulka 9, kde se řada termínů shoduje a dochází tak k oboustranné provázanosti textů i tabulek teoretické a empirické části bakalářské práce.

**Tabulka 6: Nové formy a trendy v cestovním ruchu s atributy a odkazy na literaturu**

<b>Nová forma a trend cestovního ruchu</b>	<b>Hlavní atributy a motivy</b>	<b>Odkazy na literaturu</b>
gastronomický, gurmánský a kulinářský cestovní ruch	gastronomie a kulinářské zážitky, účast na gastronomických akcích, zážitky spojené s jídlem, seznámení se s gastronomickými tradicemi	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Fialová 2017, Everett, Aitchison 2008, Vonička 2016
zdravotní cestovní ruch	provedení plánovaného léčebného zákroku nebo léčebné péče v lázních nebo v rekreačních centrech	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Horowitz, Rosenweig 2007, Ibragimova 2016
dobrodružný cestovní ruch	riziko, dovednost a emoce – horolezectví, vysokohorská turistika, survival, safari v Africe, zájezdy a pobyty s prvky extrémních a adrenalinových sportů	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Beedie, Hudson 2003, Málková 2011
temný cestovní ruch jako součást tematického cestovního ruchu	návštěvy míst, atraktivit a aktivit spojených se smrtí, utrpením, neštěstím, strachem nebo smutkem	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Fialová 2016, Kusková 2017, Strange, Kempa 2003
event turismus, event marketing – marketingové aktivity, akční cestovní ruch	image atraktivit a destinací – návštěva určité události – olympijské hry, závody Formule 1, motocyklové závody	Getz 2007, Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Getz 2008, Kotíková, Schwartzhoffová 2008, Kolář 2015
dobrovolnický cestovní ruch, pomoc při zlepšování životního prostředí	poskytnutí dobrovolné pomoci nebo zmírnění materiálních nedostatků určitých společenských skupin dobrovolníky	Wearing, McGehee 2013, Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Sin 2009, Draxlerová 2009
svatební cestovní ruch, novomanželská dovolená	účast na svatebním obřadu, svatební cesta, symbolické uzavření sňatku, zasnoubení, výroční svatby	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Rogerson 2015, Křížová 2008

<b>Nová forma a trend cestovního ruchu</b>	<b>Hlavní atributy a motivy</b>	<b>Odkazy na literaturu</b>
filmový turismus	návštěva míst, atraktivit, filmových festivalů nebo událostí spjatých s určitým filmem, seriálem či jiným audiovizuálním dílem	Kotíková 2013, Hudson, Ritchie 2005, Kvítková 2014, Hučínová 2017
vesmírný cestovní ruch	organizované cestování do vesmíru zajištěné vysoce specializovanou organizací disponující špičkovou technikou pro tuto činnost	Kotíková 2013, Hobe 2007, Ciba 2010
cestovní ruch seniorů a osob se zdravotním postižením, seniorský cestovní ruch	ekonomická zajištěnost a zdravější, vzdělanější a samostatnější senioři, různé překonávání bariér pro různé druhy postižení	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Alén, Losada 2012, Basistaya 2015
cestovní ruch zaměřený na segment LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability – Životní styl zdraví a udržitelnosti)	prioritou zdraví a udržitelnost – udržitelný cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch a ekologický cestovní ruch	Kotíková 2013, Urh 2015, Marečková 2014
LGBT turismus, sexuální cestovní ruch, homosexuální cestovní ruch, gay cestovní ruch, lesbický cestovní ruch	aktivity v rámci cestovního ruchu pro trh LGBT (lesby, gaje, bisexuály a transgender osoby)	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Martinez, Dodge 2010, Rudolf 2015
cestovní ruch košer, košer turismus, košer, halal turismus, náboženský cestovní ruch	služby odpovídající judaismu – cílení na židovskou populaci, zajištění muslimům možnosti praktikovat jejich víru – obrovský potenciál	Kotíková 2013, Pásková, Zelenka 2002, Battour, Ismail, Battor 2010, Fialová 2015
slow cestování, slow turismus, pomalý cestovní ruch	cestování do destinací pomaleji a po souši, zůstávání déle a méně cestování v destinaci	Dickinson, Lumsdon, 2010, Pajmová 2013, Kenny, 2007, Oh, Assaf, Baloglu 2014



<b>Nová forma a trend cestovního ruchu</b>	<b>Hlavní atributy a motivy</b>	<b>Odkazy na literaturu</b>
městský cestovní ruch	poznávání kulturních a historických památek, nákupy a obchodní aktivity	Pospíšilová 2013, Pásková, Zelenka 2002, Ashworth, Page 2011, Martins, Cavacio 2018, Koutenková 2012
levný cestovní ruch (low cost)	snížení nákladů na minimum s cílem poznat maximum, dosažení co nejnižších nákladů na cestu (realizovaný především mladší generací)	Samek 2017, Pásková, Zelenka 2002, Rey, Myro, Galera 2010
historický vývoj a rozvoj cestovního ruchu v Česku	růst podílu zahraniční návštěvnosti v našich městech	Vystoupil, Šauer 2011
kulturní cestovní ruch	aktivita duchovních potřeb lidí v kulturně historických objektech, kulturních a osvětových zařízeních, společenských a zábavních centrech	Arts lexikon 2018, Figini, Vici 2011, Tichá 2006

**Zdroj:** vlastní tvorba podle definic a jejich citací

### 3. Metodika

Metodika empirické části práce spočívá v analýze příslušné literatury a v rešerších článků z časopisů COT. Časopis COT je „uznáván jako nejlepší odborný časopis v cestovním ruchu na základě průzkumu STEM/MARK z prosince 2017 a nositel změn v cestovním ruchu s tradicí od roku 1997“ (Cotmedia 2018). Vybral jsem si ho, protože přináší praktické a aktuální využití cestovního ruchu a „zabývá se všemi aspekty příjezdového, výjezdového i domácího turismu“ (Cotmedia 2018). V kvantitativní části mého výzkumu jsou analyzována statistická data pomocí jednoduché deskriptivní (popisné) statistiky. V kvalitativní části této práce je použita analýza dokumentů v časopisech. Pomocí rešerší článků z časopisů jsou zjištěny proměny turistické nabídky za posledních deset let. Dále jsou zachyceny trendy cestovního ruchu za kraje. Vlastní práce spočívá v analýze na základě článků v časopisech COT v letech 2009-2018, protože jsem chtěl analyzovat turistickou nabídku za poslední desetiletí. Vyzkoušena je dále metoda word cloud aplikovaná na slova z původní statistiky. Vše je shrnuto v závěru, kde je provedeno i hodnocení.

#### 3.1 Analýza nabídky

Při analýze nabídky příslušné literatury spočívající v rešerších článků z časopisu COT jsem vytvářel základní tabulku. Do jednotlivých řádků této tabulky jsem si vypisoval kraje a regiony Česka, jimž byla věnována jednotlivá vydání časopisu. (Časopis vychází 11krát ročně, tj. každý měsíc, pouze o letních prázdninách je dvojnásobek.) Do sloupců jsem si pak poznamenal příslušné turistické nabídky pro ten který kraj či region, a to podle obsahu a zaměření jednotlivých článků. Tuto základní tabulku jsem vytvořil pouze jako podklad pro účely dalšího zpracování a do vlastní práce jsem ji nezařadil.

Následně jsem provedl obsahovou analýzu jednotlivých článků, a to tak, že jsem jednotlivé turistické nabídky sloučil pod určité formy, které jsem pak opatřil vlastním číselným kódem, abych data mohl lépe analyzovat. Jednotlivé formy byly určeny pomocí klíčových slov, která se v základní tabulce opakovala. Tím jsem vytvořil seznam podrobnější typologie a formy cestovního ruchu, který je uveden v Tabulce 7. Ze základní tabulky jsem dále vytvořil pomocnou tabulku, v níž jsem turistické nabídky podle jejich zařazení k jednotlivým formám nahradil číselnými kódy. V každém řádku jsem pak určil počty jednotlivých číselných kódů a tím jsem vytvořil Tabulku 8, kde jsem posléze pomocí počítačového programu Excel spočítal tzv. jednoduchou popisnou statistiku, tj. součet, průměr, maximum, minimum, medián, modus, rozptyl a směrodatnou odchylku pro jednotlivé sloupce a součet pro jednotlivé řádky. Součet

vznikl sečtením všech čísel v řádku nebo ve sloupci. Průměr se vypočítal dělením součtu počtem řádků. Maximum znamená nejvyšší hodnotu, naopak minimum je nejnižší hodnota. Medián značí střední hodnotu, která vznikne seřazením čísel podle jejich velikosti, modus znamená nejčastější hodnotu v daném sloupci. Rozptyl vyjadřuje variabilitu rozdělení veličiny kolem střední hodnoty, směrodatná odchylka je pak odmocnina z rozptylu.

**Tabulka 7: Číselné kódy a jednotlivé formy turistické nabídky v krajích Česka**

<b>Číselné kódy</b>	<b>Jednotlivé formy turistické nabídky v krajích Česka</b>
1	kongresová a konferenční turistika, MICE a incentivní programy
2	bezbariérová turistika pro handicapované a seniorská turistika
3	projekt cestovního ruchu, soutěž, program, pořad, soutěžní přehlídka a rozhovor s osobností kraje
4	cyklistická turistika, cyklistika, vodní a zimní turistika a sporty, kola, skiareály (lyžařské areály a střediska), hřebenové magistrály a hřebenovky, běžky a sjezdovky, běžkařská oblast, pěší turistika, túra po kopcích a horská túra
5	lázeňská turistika, léčebná turistika a léčba, spa, wellness, rekreace, relaxace, relax, balneologie, vodoléčba, aquaparky, termály, termální parky, bazény, koupaliště, plovárny a plavecké areály
6	zábavný, kulturní, společenský, dobrodružný a akční cestovní ruch (atrakce, aktivity, cíle a produkty) a turismus
7	turistika pro rodiny a děti, rodinná dovolená, dovolená pro rodiny s malými dětmi a cestujeme s kočárkem
8	průvodcovská a organizovaná turistika, procházky a návštěvy, poznávací turistika, exkurze, prohlídky, procházky, putování, průvody a toulky
9	destinační management a marketingové řízení destinace a cestovního ruchu
10	on-line putování a prezentace, turistické propagační materiály, turistický informační a webový portál a stránky turistických informačních center, asociace ATIC ČR, mobilní aplikace, informační technologie, internet a šifrovací hra
11	golfová turistika a golf
12	aktivní dovolená, aktivní pohyb a aktivity, návštěva barokních památek, muzeí, turistických zajímavostí a technických památek, výstav a expozic, kulturní, kulturně-historické a přírodní dědictví, naučné stezky a trasy, hrady a zámky
13	gastronomický a gurmánský cestovní ruch a turistika, vinařský cestovní ruch, vinařská turistika, vinohrady, vinobraní a víno, ochutnávky, degustace a catering, pivní turistika, pivovary a pivo, jídlo, zážitková turistika a zážitky
14	city tourism, městský cestovní ruch, města a metropole

<b>Číselné kódy</b>	<b>Jednotlivé formy turistické nabídky v krajích Česka</b>
15	příjezdový a mezinárodní cestovní ruch, incoming, zahraniční návštěvníci, cizinci a press tripy zahraničních novinářů
16	partnerská, přeshraniční a příhraniční spolupráce
17	nákupní cestovní ruch a turistika, shopping, design, módní trendy a klenoty
18	filmový, divadelní a hudební cestovní ruch a turistika, hudební a operní festivaly a koncerty
19	náboženský, církevní a duchovní cestovní ruch a turistika, religiozita, sakrální stavby, kostely, chrámy, katedrály, kláštery, baziliky, kaple, konvent církve, poutě, poutníci, poutní stezky, místa a turistika
20	temný cestovní ruch a turistika a tipy na výlety
21	domácí, tuzemský, regionální a místní cestovní ruch, domácí turismus a turisté a rezidenti
22	statistiky, charakteristiky, výsledky, údaje, data a informace Českého statistického úřadu, kvalitativní výzkum a průzkum
23	hotelové nemovitosti a ubytovací zařízení, hotely, penziony, resorty ubytování, přenocování a pobyt
24	kraťasy – krátké zprávy, krátce z regionu, novinky a aktuálně
25	potenciál, podpora a koncepce cestovního ruchu
26	nové trendy, směry a formy cestovního ruchu – zahradní turismus, venkovský turismus, vzájemný cestovní ruch, rozhlednová turistika, ekoturismus, geoturismus, montánní cestovní ruch, agroturistika a fenomén cestovního ruchu
27	prodloužený víkend, dovolená a prázdniny
28	veletrh cestovního ruchu a semináře cestovního ruchu
29	vox populi – podnikatelé na podporu cestovního ruchu
30	putování za tradicemi, profil kraje a návštěvníků
31	udržitelnost cestovního ruchu, udržitelný rozvoj cestovního ruchu a udržitelný cestovní ruch
32	turistická karta, regionální karta a centrály cestovního ruchu
33	advent, Vánoce, Velikonoce, betlém, slavnost, oslava a oslavy
34	organizace cestovního ruchu, turistický region, tuzemský region, turistická oblast a mikroregion
35	TOP 10 a 7 divů

**Zdroj:** vlastní tvorba podle Tabulky 6 a časopisů COT z let 2009-2018



## 4. Nabídka cestovního ruchu v krajích Česka v letech 2009-2018

### 4.1 Podrobnější typologie a forma cestovního ruchu

Při analýze podrobnější typologie a formy cestovního ruchu v nabídce cestovního ruchu v krajích Česka byly spočítány jednoduché popisné statistiky, jako je součet, průměr, maximum, minimum, medián, modus, rozptyl a směrodatná odchylka. Vypočítané hodnoty se mění v čase, což odpovídá teoretickým předpokladům, protože každé číslo časopisu mělo různý obsah a témata. Jednotlivé termíny proměn turistické nabídky uvedené v Tabulce 7 v empirické části práce vycházejí z častých témat v časopisech a zčásti odpovídají i novým formám a trendům v cestovním ruchu uvedeným v Tabulce 6 v teoretické části práce.

Nejčastěji se v tabulce vyskytují termíny městský cestovní ruch, aktivní dovolená související s návštěvou památek a projekty cestovního ruchu, kde součet čísel přesahuje hodnotu 1000 a průměr přesahuje hodnotu 10. Nejméně se v časopisech věnují udržitelnému cestovnímu ruchu, názorům podnikatelů na podporu cestovního ruchu (*vox populi*) nebo golfové turistice, kde čísla nedosahují součtu ani hodnoty 20 a průměr je pod hodnotou 0,2. Vysvětlení spočívá v tom, že městský cestovní ruch, aktivní dovolená a projekty cestovního ruchu jsou frekventovaná témata, naproti tomu udržitelný cestovní ruch, názory podnikatelů na podporu cestovního ruchu a golfová turistika jsou témata okrajová, kterým není věnována příliš velká pozornost.

Maxima dosahuje lázeňská turistika, která v červnu roku 2011 měla v Karlovarském kraji hodnotu 65, dále projekty cestovního ruchu, jež v červnu roku 2009 dosáhly v Karlovarském kraji hodnoty 51, a aktivní dovolená, která v květnu roku 2009 získala v Jihočeském a Plzeňském kraji hodnotu 40. V maximálních hodnotách se opět objevují témata, která byla na špici i v předchozím odstavci. Minimum je v každém řádku 0, což znamená, že žádný z termínů se nevyskytuje ve všech zkoumaných časopisech.

Medián má největší hodnotu 12,5 u městského cestovního ruchu, 10,5 u aktivní dovolené s návštěvou památek a 8,5 u projektů cestovního ruchu. U většiny termínů je však medián 0, což značí, že se tyto termíny vyskytují jen v malé části zkoumaných časopisů. Modus dosahuje největší hodnoty 18, a to u městského cestovního ruchu, a dále hodnoty 4 u organizací cestovního ruchu, u aktivní dovolené s návštěvou památek a u turistických informačních center. Většina termínů má však modus nulový, protože se ve většině časopisů nevyskytují ani jednou. Vysoké hodnoty mediánu a modu se vyskytují u již zmíněných témat, k nimž přibyly

organizace cestovního ruchu a turistická informační centra, která díky tomu, že se v článcích opakovaně objevují, mají větší hodnoty modu.

Rozptyl a směrodatná odchylka jsou největší u projektu cestovního ruchu, kde dosahují hodnoty přes 100 a 10, a vysoké hodnoty pod 90 a nad 9 jsou i u městského cestovního ruchu a aktivní dovolené s návštěvou památek. Nejnižší hodnoty (obě pod 0,7) jsou u udržitelného cestovního ruchu, vox populi s názory podnikatelů na problematiku cestovního ruchu, golfové turistiky, bezbariérové turistiky pro handicapované a seniorské turistiky. Z toho je vidět, že už uvedené populární termíny dosahují vysokých i nízkých hodnot četnosti, což svědčí o značné variabilitě tematického zaměření článků ve zkoumaných časopisech. Na druhé straně termíny opomíjené, k nimž přibyla bezbariérová turistika pro handicapované a seniorská turistika, jež se v časopise objevily až v posledním roce, mají hodnoty rozptylu a směrodatné odchylky logicky nejnižší.

V průběhu měsíců a let se také měnil součet v jednotlivých řádcích Tabulky 8. Nejčetnější výskyt vybraných termínů byl zaznamenán ve vydáních časopisu COT z června roku 2011 (hodnota 228), z června roku 2009 (hodnota 227) a z června roku 2010 (hodnota 210), která byla věnována Karlovarskému kraji. Naopak nejméně „vydatné“ byly výtisky tohoto periodika z listopadu roku 2017 (hodnota 5), jež bylo věnováno Moravskoslezskému kraji, z ledna roku 2018 (hodnota 8) zasvěcenému Ústeckému kraji a z února roku 2018 (hodnota 9), které se týkalo Plzeňského kraje. Z uvedeného vyplývá, že časopis se postupně stává více stručnějším a přehlednějším a že určitá část článků byla po roce 2013 přesunuta na webové stránky [www.icot.cz](http://www.icot.cz), takže tištěné verze časopisu vydané v určitém měsíci již všechny články neobsahují. Moje analýza se týkala pouze tištěné verze časopisu, jeho internetovou verzi jsem do ní tedy nezahrnul.

## **4.2 Regionální diference formy cestovního ruchu**

Z Tabulky 8 se dále dá zjistit i regionální diference forem cestovního ruchu. Ta může být buď unikátní, pokud se zaměřuje na česká specifika, nebo přizpůsobená globalizaci, pokud podléhá celosvětovým trendům. Tabulka 8 nám tak může odpovědět na otázky, co je pro který kraj typické, jestli se to, co je typické, nějak mění v čase, zda to odpovídá geografické realitě, nebo jde pouze o nějaký nový produkt, a jestli se objevuje něco nového.

V Karlovarském kraji je pozornost směřována na lázeňskou turistiku ve městech Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně a léčebné lázně Jáchymov, na aktivní dovolenou spojenou s pěší turistikou, cyklistikou a lyžováním v Krušných horách, na návštěvu hornické kulturní krajiny a památek v Krušnohoří, měst Sokolov a Cheb, vyhlídkové věže Diana s lanovkou,

sklářny Moser a muzea Becher v Karlových Varech, hradu Loket či zámku Bečov nad Teplou s unikátním relikviářem sv. Maura. Karlovarský kraj tedy převážně těží z lázeňství, tj. místního potenciálu cestovního ruchu, o němž je zmínka v kapitole 2.1 v teoretické části bakalářské práce.

V Praze je dominantní městský cestovní ruch spojený s návštěvou historických památek, jimiž jsou například Pražský hrad, zámek Ctěnice, Veletržní palác, chrám sv. Víta, Galerie hlavního města Prahy, Rothmayerova vila, pražská zoologická zahrada, experimentální vilové sídliště Baba či muzeum voskových figurín Grévin. Objevují se tu tedy jak typické, klasické produkty (Pražský hrad, zoo), tak reakce na nějakou novinku (znovuotevření opravené Rothmayerovy vily).

V Libereckém kraji jsou častým tématem centrum regionu město Liberec se zoologickou zahradou, města Harrachov, Jilemnice, Železný Brod, Turnov, Jablonec nad Nisou, Tanvald, Frýdlant v Čechách se zámkem a hradem, Mimoň, Doksy, Česká Lípa a Nový Bor, termální lázně Chrastava a Lázně Libverda, zámek Sychrov nebo aktivní dovolená spojená v létě s pěší turistikou a cykloturistikou v Českém ráji a na Českolipsku a v zimě s lyžováním, pro něž jsou vytvořeny podmínky ve skiareálech v Krkonoších, v Jizerských a Žitavských horách a na Ještědu.

V Královéhradeckém kraji se často hovoří o jádrovém městě Hradec Králové, městech Rychnov nad Kněžnou, Jaroměř, Náchod, Dvůr Králové nad Labem se zoologickou zahradou, Trutnov, Broumov, Jičín a Nový Bydžov, v Janských Lázních a Lázních Bělouves, skalním městě Adršpach a Adršpašsko-teplických skálách nebo o aktivní dovolené spojené v létě s pěší turistikou a cykloturistikou v Českém ráji a v zimě s lyžováním ve skiareálech v Krkonoších nebo Orlických horách.

V Plzeňském kraji je významný pivní cestovní ruch spojený s prohlídkou pivovaru Plzeňský Prazdroj, dále návštěva historických měst Plzeň se zoologickou zahradou, Techmaní Science Center a rozhlednou Krkavec, Rokycany, Spálené Poříčí, Radnice, Stříbro, Konstantinovy Lázně, Tachov, Dobřany, Domažlice a Klatovy s katakombami, lékárnou U Bílého jednorožce a Pavilonem skla, zámku Zbiroh, vodního hradu Švihov, hradu Velhartice, zříceniny hradu Rabí, klášterů Plasy a Kladruby nebo šumavských muzeí a aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním v Českém lese nebo na Šumavě.

V Jihočeském kraji je častým tématem aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním v okolí Lipna nad Vltavou a Loučovic na Šumavě u vodní nádrže



Lipno a na Zlaté stezce, návštěva metropole České Budějovice, historického centra města Český Krumlov se zámek zapsaným na seznamu UNESCO, města Jindřichův Hradec s hradem a zámek, Muzeem Jindřichohradecka s Krýzovými jesličkami a rybníkem Vajgar, Třeboně s jejími slatinnými lázněmi a okolními rybníky, historických měst Tábor, Mladá Vožice, Veselí nad Lužnicí, Dačice, Slavonice, Písek, Protivín, Vodňany, Strakonice, Čkyně, Vimperk a Prachatic, hradu Rožmberk, zámku Hluboká nad Vltavou nebo Kratochvíle a kláštera Vyšší Brod.

V Ústeckém kraji je významným tématem projekt Brána do Čech, který láká pěší turisty, cyklisty a lyžaře prožít dovolenou ve čtyřech turistických oblastech – v Krušných horách, v Českém Švýcarsku, v Českém středohoří a v Dolním Poohří, návštěva lázní Teplice se zámek, lázní Mšené a lázní Evženie v Klášterci nad Ohří, významných měst Ústí nad Labem, Česká Kamenice, Krásná Lípa, Děčín, Litvínov, Most, Roudnice nad Labem, Litoměřice, Lovosice, Louny, Žatec, Chomutov s Podkrušnohorským zooparkem a Kadaň či zámku Nový hrad u Jimlína, Ploskovice a Velké Březno, tahákem je i Labská stezka podél řeky Labe.

Ve Středočeském kraji nabízejí především vodní turistiku a přírodní koupání v řekách v Posázaví a Povltaví, cykloturistiku v turistické destinaci Toulava, lyžování ve středočeských skiareálech, památky, k nimž náleží historické hrady Karlštejn a Kokořín, zámky Konopiště, Jemniště, Liblice a Kačina nebo tvrz Malešov, muzea a skanzeny jako je například Hornické muzeum v Příbrami, památník Lidice, pivovar Velké Popovice, horu Blaník nebo města Kutná Hora, jež je na seznamu UNESCO, Čáslav, Sázava, Vlašim, Benešov, Sedlčany, Dobříš, Příbram, Beroun, Rakovník, Kladno, Slaný, Mladá Boleslav s leteckým muzeem Metoděje Vlacha, Stará Boleslav, Lysá nad Labem, Mělník, Milovice, Nymburk, lázně Poděbrady a Kolín.

V Pardubickém kraji stojí za zhlédnutí jádro regionu město Pardubice se zámek a letištem, města Svitavy, Ústí nad Orlicí, Jablonné nad Orlicí, Vysoké Mýto, Polička, Chrudim, Seč, Hlinsko, Česká Třebová, Moravská Třebová a Skuteč, obec Opatovice nad Labem, Lázně Bohdaneč, Kunětická hora, památka UNESCO, jíž je zámek a zámecký areál v Litomyšli, nesoucí přídomek „lázně ducha“, nebo zažití aktivní dovolené spojené s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním v Králickém Sněžníku a v Orlických horách, které patří k méně navštěvovaným pohořím.

V kraji Vysočina jsou významné jádro regionu Jihlava se zoologickou zahradou, města Nové Město na Moravě, Velké Meziříčí, Humpolec, Pelhřimov, Třešť a Polná, zámek Světlá

nad Sázavou, památky UNESCO, mezi něž patří poutní kostel sv. Jana Nepomuckého ve Žďáru nad Sázavou na Zelené hoře, zámek, židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa v Třebíči a historické centrum v Telči se zámek, nebo prožití aktivní dovolené spojené s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním v Železných horách, Žďárských vrších a na Českomoravské vrchovině, které nabízejí pro tyto sporty vhodné terény i podmínky.

V Olomouckém kraji patří k významným cílům centrum regionu Olomouc s Muzeem umění v Arcidiecézním muzeu či s památkou UNESCO, jíž je sloup Nejsvětější Trojice, města Zlaté hory, Prostějov, Lipník nad Bečvou, Šumperk, Šternberk, Králíky, Zábřeh a Uničov, lázně Jeseník s fenoménem Priessnitz, lázně s termálním parkem a ruční papírnu Velké Losiny a zámek Plumlov, zajímavé zážitky pak nabízí aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním v pohořích Jeseníky, Králický Sněžník nebo Rychlebské hory.

V Jihomoravském kraji je významným tématem vinařský cestovní ruch spojený s návštěvou vinných sklípků, degustací vína a cykloturistikou, návštěva Moravského krasu, národního parku Podyjí, chráněné krajinné oblasti Pálava, velkomoravského hradiště Valy u Mikulčic, zámků Lednice s lázněmi, Valtice, Slavkov u Brna, Lysice nebo Vranov nad Dyjí a lázni Pasohlávky či městský cestovní ruch v moravské metropoli Brno s hradem Špilberk, vilou Tugendhat na seznamu UNESCO a kostnicí pod kostelem sv. Jakuba nebo ve městech Blansko, Velké Opatovice, Oslavany s černouhelným dolem Kukla, Vyškov, Kyjov, Hodonín s lázněmi, Veselí nad Moravou, Strážnice, Břeclav, Mikulov se zámek a kapličkami na Svatém kopečku, Moravský Krumlov se zámek a Znojmo s rotundou svaté Kateřiny, podzemím a Louckým klášteřem.

Ve Zlínském kraji jsou významné jádro města Zlín s možností navštívit místa obuvnického průmyslu spojená se jménem Baťa, lázně Luhačovice, zámky Lešná u města Valašské Meziříčí a Napajedla, hrad Buchlov, zlínská zoologická zahrada, poutní místa svatý Hostýn a Velehrad, mechanický betlém v Horní Lidči, expozice Živá voda v obci Modrá, akce Jízda králů na Slovácku, Baťův kanál, města Rožnov pod Radhoštěm, Valašské Klobouky, Vsetín, Vizovice, Holešov, Kroměříž s Arcibiskupským zámek, historickými zahradami na seznamu UNESCO a technickými památkami, Otrokovice, Kunovice, Uherský Brod, Staré Město nebo Uherské Hradiště, možné je též prožít aktivní dovolenou spojenou s pěší turistikou a cykloturistikou v létě a běžeckým a sjezdovým lyžováním v zimě v pohořích Moravskoslezské Beskydy a Bílé Karpaty na Východní Moravě.

V Moravskoslezském kraji stojí za zhlédnutí významné jádro města Ostrava s rozvinutým strojírenským průmyslem a možností navštívit technické památky bývalých hutí ve Vítkovicích, lázně Karlova Studánka a města Krnov, Hlučín, Opava, Frýdek-Místek, Kopřivnice s muzeem automobilky Tatra, Frýdlant nad Ostravicí, Nový Jičín, Příbor a Frenštát pod Radhoštěm, k dispozici jsou i hřebenové magistrály s možností aktivní dovolené zahrnující pěší turistiku a cykloturistiku v létě a běžecké a sjezdové lyžování v zimě ve významných pohořích Moravskoslezské Beskydy a Jeseníky.

Celkové shrnutí výše uvedeného udává Tabulka 9, která v přehledné formě vystihuje předchozí text, ukazuje typickou nabídku pro jednotlivé kraje a odpovídá na otázky položené v úvodu této kapitoly.

Pro Karlovarský kraj je typická lázeňská turistika (trendy v rozvoji zdravotního cestovního ruchu se zabývá např. Ibragimova 2016), protože tato oblast je proslulá prameny minerálních vod. V Praze byl zvolen městský cestovní ruch (o městském cestovním ruchu pojednává Pospíšilová 2013), protože se primárně jedná o aglomeraci metropole Česka s významnými turistickými cíli. Pro Liberecký a Královéhradecký kraj je charakteristická aktivní dovolená spojená s pěší turistikou a cykloturistikou v létě a lyžováním v zimě, což umožňují významná pohoří a další přírodní zajímavosti, např. skalní města. V Plzeňském kraji je specialitou pivní cestovní ruch, protože velkým lákadlem je návštěva pivovaru Plzeňský prazdroj v západočeské metropoli Plzeň. V Jihočeském kraji pověstným mnoha vodními plochami byla zvolena aktivní dovolená spojená s koupáním a dalšími vodními sporty, s pěší turistikou a cykloturistikou v létě a lyžováním či bruslením v zimě. V Ústeckém kraji je často zmiňován projekt Brána do Čech, který láká pěší turisty, cyklisty i lyžaře. Středočeský kraj je těžko uchopitelný, protože zde nelze jednoduše stanovit typickou turistickou nabídku, proto byla vybrána vodní turistika a přírodní koupání v řekách, cykloturistika a lyžování. Následují tři méně turisticky navštěvované kraje, Pardubický, Olomoucký a Vysočina, kde by se dala vypíchnout aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním s využitím zdejších pohoří. Pro Jihomoravský kraj je příznačný vinařský cestovní ruch spojený s návštěvou vinných sklípků, degustací vína a cykloturistikou. Ve Zlínském kraji bylo vybráno město Zlín spojené s obuvnickým průmyslem, neboť tento region se proslavil výrobou bot značky Baťa. Moravskoslezský kraj je svým způsobem ojedinělý díky tamnímu hornictví, hutnictví a rozvinutému strojírenství a nabízí možnost navštívit řadu technických památek.

Je zřejmé, že pro většinu krajů je jejich „výkladní skříní“ městský cestovní ruch ve významných městech, aktivní dovolená ve významných pohořích, návštěvy významných památek nebo

lázeňský cestovní ruch. Většina témat turismu se v jednotlivých letech nemění a odpovídá konkrétní geografické realitě. Občas se ovšem v cestovním ruchu vyskytnou nové produkty nebo inovace (viz zmínka v kapitole 2), které přispívají ke zvýšení konkurenceschopnosti dané turistické destinace, například temný cestovní ruch nebo seniorská turistika. Hlavní témata turismu se promítala do všech krajů, turistická informační centra se na ně soustředí zejména z hlediska zájmu turistů. Podle mého názoru se podobná témata vyskytují i ve světě. Nabídka se dá porovnat i s reálnými čísly z Tabulky 8. Kraje mají i některé specializace, například lázeňství v Karlovarském kraji, pivní cestovní ruch v Plzeňském kraji, vinařský cestovní ruch v Jihomoravském kraji, které se rovněž proměňují v čase v závislosti na poptávce turistů. Všechny kraje se také snaží reagovat na trendy v cestovním ruchu (viz kapitola 2.3), pokud na to mají potenciál (viz kapitola 2.1).

**Tabulka 9: Formy cestovního ruchu a příklad destinace v jednotlivých krajích Česka v letech 2009-2018**

Kraj	Formy cestovního ruchu	Příklad destinace
Karlovarský kraj	lázeňská turistika	Karlovy Vary, Františkovy Lázně, Mariánské Lázně a Jáchymov
Praha – hlavní město a metropole	městský cestovní ruch	Pražský hrad, Veletržní palác, chrám sv. Víta, Galerie hlavního města Prahy a zoo
Liberecký kraj	aktivní dovolená spojená s pěší turistikou a cykloturistikou v létě a lyžováním v zimě	Český ráj, Českolipsko, Krkonoše, Jizerské a Žitavské hory a Ještěd
Královéhradecký kraj	aktivní dovolená spojená s pěší turistikou a cykloturistikou v létě a lyžováním v zimě	Adršpach a Adršpašsko-teplické skály, Český ráj, Krkonoše a Orlické hory
Plzeňský kraj	pivní cestovní ruch spojený s návštěvou pivovaru	Plzeňský prazdroj v Plzni
Jihočeský kraj	aktivní dovolená spojená s vodními sporty, pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním a bruslením	Lipno nad Vltavou, Loučovice, Šumava, Lipno a Zlatá stezka
Ústecký kraj	projekt Brána do Čech lákající pěší turisty, cyklisty a lyžaře	Krušné hory, České Švýcarsko, České středohoří a Dolní Poohří
Středočeský kraj	vodní turistika a přírodní koupání v řekách, cykloturistika a lyžování	Posázaví, Povltaví a Toulava

<b>Kraj</b>	<b>Formy cestovního ruchu</b>	<b>Příklad destinace</b>
Pardubický kraj	aktivní dovolené spojené s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním	Králický Sněžník a Orlické hory
Kraj Vysočina	aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním	Železné hory, Žďárské vrchy a Českomoravská vrchovina
Olomoucký kraj	aktivní dovolená spojená s pěší turistikou, cykloturistikou a lyžováním	Jeseníky, Králický Sněžník nebo Rychlebské hory
Jihomoravský kraj	vinařský cestovní ruch spojený s návštěvou vinných sklípků, degustací vína a cykloturistikou	Moravský kras, Podyjí a Pálava
Zlínský kraj	významné jádro města s obuvnickým průmyslem	Zlín spojeným se jménem Baťa
Moravskoslezský kraj	významné jádro města s rozvinutým strojírenským průmyslem	Ostrava a Vítkovice s možností navštívit technické památky bývalých hutí

**Zdroj:** vlastní tvorba podle časopisů COT

Turistická nabídka se měnila i v jednotlivých letech. V roce 2009 byla ukázána zajímavá místa v rámci cyklu „Toulky a putování“ jednotlivými kraji Česka, tipy na výlety po zajímavých místech v krajích nebo byli představeni hejtmani krajů v rozhovorech. Jednalo se o rok po propuknutí ekonomické krize, kdy byla typická roztržitost nabídek a snaha přesvědčit domácí turisty k cestování po Česku. V roce 2010 byly uvedeny projekty „Profil“ představující kraje a „Klenoty“ zabývající se módou a šaty v jednotlivých krajích. I tady se projevuje trend domácího turismu, tedy snaha přilákat návštěvníky do tuzemských regionů. V roce 2011 byla ústředním tématem „Aktualizace potenciálu cestovního ruchu“ v kraji na územích obcí s rozšířenou působností, začaly projekty „Gastronomické toulky“ jednotlivými kraji a „TOP 10“ ukazující nejvýznamnější lokality krajů a byl dokončen projekt „Klenoty“. V tomto roce se zkoumala převážně aktualizace potenciálu cestovního ruchu (o této problematice viz kapitola 2.1). V roce 2012 byly zkoumány organizace cestovního ruchu v jednotlivých krajích a turistických regionech Česka, začal projekt „Putování za tradicemi“ jednotlivých krajů a byly dokončeny projekty „Gastronomické toulky“ a „TOP 10“. Časopis řešil zvláště organizace cestovního ruchu, které mají za cíl přilákat turisty do jednotlivých regionů. V roce 2013 opět převažovaly statistiky domácího cestovního ruchu v rubrice „Profil domácího návštěvníka“

u jednotlivých krajů Česka a turistických regionů nebo názory podnikatelů, profesionálů v cestovním ruchu v rubrice „Vox populi“, dokončen byl projekt „Putování za tradicemi“. Hlavním cílem roku 2013 bylo charakterizovat domácího návštěvníka, tak aby bylo možné zvýšit návštěvnost Česka. Také projekt „Cestujeme s kočárkem“ pro rodiny s malými dětmi se v časopise objevoval od roku 2011 do roku 2013 a měl za cíl představit příhodná místa pro tuto významnou skupinu turistů. V roce 2014 to byl znovu domácí cestovní ruch v rámci bloku „Jak se do kraje volá, tak se z kraje ozývá“ v jednotlivých krajích a turistických regionech Česka a začal projekt „Aktivní dovolená“ pro rodiny s dětmi v jednotlivých krajích, který navázal na projekt „Prodloužený víkend“ v jednotlivých krajích probíhající v letech 2013 až 2014. Projekt „Aktivní dovolená“ i „Prodloužený víkend“ měl za cíl představit zajímavé turistické cíle pro jednotlivé kraje. V roce 2015 byly zveřejněny statistiky domácího cestovního ruchu v rámci bloku „Domácí turismus pod drobnohledem“ v krajích Česka a turistických regionech a skončil projekt „Aktivní dovolená“. Znovu byly uváděny zajímavé informace o domácím cestovním ruchu. V roce 2016 byly zkoumány přeshraniční a příhraniční spolupráce, příjezdový cestovní ruch a zahraniční návštěvníci v jednotlivých krajích Česka i statistiky týkající se domácích turistů. Zde se kromě domácích turistů více zaměřily i na zahraniční návštěvníky. V roce 2017 byly ústředním tématem barokní období a památky, nabídka turistických propagačních materiálů, on-line prezentace turistických informačních center a jednotlivých centrál cestovního ruchu, statistiky cestovního ruchu a hotelové nemovitosti jednotlivých krajů. „Od ledna 2017 vychází časopis v nové podobě – s novými rubrikami, inovovaným obsahem a modernizovanou grafikou“ (Cotmedia 2018), což se projevilo moderním znázorněním statistik pomocí tabulek, grafů a map. V roce 2018 je hlavním tématem kongresová turistika, turistika pro handicapované, seniorská turistika a statistiky jednotlivých krajů. Nastupují moderní trendy v cestovním ruchu, který se více zaměřuje i na seniory, což může souviset se stárnutím populace. Ve všech letech s výjimkou posledních dvou roků 2017 a 2018 byly do jednotlivých čísel zařazeny také zprávy z Asociací turistických informačních center (ATIC) České republiky (ČR) a „kraťasy“ neboli krátké zprávy z jednotlivých krajů. Tyto rubriky nabízely aktuální informace z regionů. Někdy se v časopisech objevily i údaje o návštěvnosti jednotlivých památek v krajích Česka. Typické to bylo pro Středočeský kraj, který vyniká památkami v okolí hlavního města Prahy a nabízí možnost jednodenních výletů i pro zahraniční turisty. Zajímavostí je, že ve starších ročnících je obtížné hledat ústřední téma jednotlivých vydání časopisu – přestože jsou obsáhlejší, skládají se z velkého množství krátkých zpráv, které se mění, a netvoří tudíž jediné ústřední téma, jež by bylo určující pro celé číslo. Jedním z hlavních

přínosů časopisu COT je, že podává nové, zajímavé a aktuální informace o cestovním ruchu a tím reaguje i na jeho potřeby.

Dále byla vyzkoušena metoda vizualizace word clouds (mrak slov), která byla aplikována prostřednictvím webové stránky [www.wordclouds.com](http://www.wordclouds.com) jak pro jednotlivé kraje, tak pro jednotlivé roky z celé základní tabulky. Tato metoda ovšem pouze ukázala četnost použitých slov (viz Obrázek 2).

**Obrázek 2: Metoda word clouds aplikovaná na slova z původní statistiky**



**Zdroj:** vlastní tvorba na webové stránce [www.wordclouds.com](http://www.wordclouds.com) podle slov v časopisech COT

## 5. Závěr

V závěru mé bakalářské práce bych chtěl zhodnotit, zda se povedlo naplnit její cíle, zodpovědět otázky, které jsem si v jejím úvodu položil, a ukázat, jak by bylo možné pokračovat dále či něco dělat jinak.

Cíl práce, jímž bylo zjistit proměny nabídky turistických produktů za posledních 10 let v krajích Česka a jejich reflexi v cestovním ruchu, byl prezentován v kapitolách 4.1 (kvantitativní výzkum) a 4.2 (kvalitativní výzkum). Pro analýzu uvedenou v kapitole 4.1 byly využity jednoduché popisné statistiky, do kapitoly 4.2 bylo sumarizováno porovnání jednotlivých krajů z hlediska jejich turistické nabídky. V menší míře byly sledovány i reakce krajů na světové trendy, které vycházely z kapitoly 2.3, a projevy změn v turistické nabídce, jež byla teoreticky popsána v kapitole 2.

Rešerše článků z časopisu COT ukázaly, že v průběhu posledních deseti let došlo ke značné proměně turistické nabídky. I sám časopis se časem měnil, když přecházel od obsáhlé podoby k podobě stručnější a kratší, postupně se zlepšovala i jeho grafická kvalita. Byl potvrzen nástup nových trendů v cestovním ruchu, k nimž patří například temná turistika, která se objevuje v Litoměřicích v dole Richard nebo v památníku v nedalekém koncentračním táboře Terezín. Novým a zajímavým trendem je, že podnikatelé v cestovním ruchu si na slušné peníze mohou přijít prostřednictvím kongresové a konferenční turistiky, která se stala v posledních letech fenoménem. Pozadu nezůstává ani Klub českých turistů, který v rámci projektů „Turistika pro všechny“ a „Hipoturistika“ buduje turistické stezky pro vozíčkáře i jezdce na koních.

Nabídka jednotlivých krajů reflektuje obecné trendy v cestovním ruchu, jimiž jsou například turistika pro rodiny s dětmi, pro handicapované turisty a obecně pro všechny domácí a především zahraniční návštěvníky, o něž je stále větší zájem. Podle mého názoru dochází k regionální diferenciaci v čase rozptýlení cestovního ruchu, aby nabídka nebyla striktní a pevná. Jednotlivé kraje mají totiž různou turistickou nabídku podle svých fyzickogeografických podmínek, jako jsou například povrch (tedy hory nebo nížiny), nebo kulturně-historických atraktivit, jimiž jsou třeba památky (zámky a hrady), případně kombinaci obojího. Stoupá regionální nabídka a přitažlivost jednotlivých regionů, protože se kraje zaměřují na nové turistické atraktivitu. Mezi takové náleží například stezky korunami stromů, aquaparky (často jsou zmiňovány Aquacentrum Pardubice a Aquapalace Praha) nebo další outdoorové aktivity, třeba cyklistické nebo bike dráhy, které jsou v letním období využívány na stejných místech



jako sjezdovky v zimě. Tyto regiony se zaměřují na klientelu domácích i zahraničních turistů počínaje rodinami s malými dětmi a konče seniory, kteří cestují více individuálně a mají jiné potřeby, a snaží se zohlednit věkový rozdíl a různé zájmy daných skupin.

V předložené práci by se dalo pokračovat například tak, že by se rozšířila o rešerše dalších čísel časopisů COT z ročníků 1999 až 2008 a že by se využila pokročilejší statistická metoda, například shluková analýza.

Závěrem lze konstatovat, že turistická nabídka v krajích Česka se v čase mění, ale některé termíny se naopak stále opakují a zůstávají stejné, jako například městský cestovní ruch, aktivní dovolená související s návštěvou památek, projekty cestovního ruchu či lázeňská turistika.

## 6. Literatura k tématu – seznam všech publikací

ALÉN, E., LOSADA, N. (2012): New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. Visions for Global Tourism Industry – Creating and Sustaining Competitive Strategies, 65, 6, 139-166.

ARTS LEXIKON (2018): Turismus kulturní

[http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Turismus\\_kulturn%C3%AD](http://www.artsllexikon.cz//index.php?title=Turismus_kulturn%C3%AD) (cit. 20. 4. 2018)

ASHWORTH, G., PAGE, S. J. (2011): Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. Tourism Management, 32, 1, 1-15.

BASISTAYA, S. (2015): Seniorský cestovní ruch v 21. století. Bakalářská práce. Vysoká škola obchodní a hotelová.

BATTOUR, M. M., ISMAIL, M. N., BATTOR, M. (2010): Toward a halal tourism market. Tourism Analysis, 15, 1, 1-10.

BEEDIE, P., HUDSON, P. (2003): Emergence of mountain-based adventure tourism. Annals of Tourism Research, 30, 3, 625-643.

BÍNA, J. (2002): Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky.

Urbanismus a územní rozvoj, 5. ročník, 1. číslo, 2-11.

BÍNA, J. (2010): Aktualizace potenciálu cestovního ruchu České republiky.

<https://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovni ruch/potencialCR/PotencialCR-text.pdf> (cit. 9. 3. 2018).

BUTOWSKI, L., MAKOWSKA-ISKIERKA, M., POKOJSKI, W. (2018): Tourism space versus tourism destination: methodological considerations and empirical testing of their development. Geografie, 123, 1, 85-106.

CIBA, T. (2010): Vesmírná turistika. Diplomová práce. Fakulta mezinárodních vztahů Vysoká škola ekonomická v Praze.

COTMEDIA (2018): COT – Celý o turismu <http://www.cotmedia.cz/cot-oturismu/> (cit. 25. 7. 2018)

CRISTEA, A. A. (2009): The reassessment of the service quality system within the Romanian hotel industry – a premise for increasing the competition of the tourist offer. Amfiteatru Economic, 11, 26, 451-461.

ČECH, J. (1998): Malá encyklopedie cestovního ruchu. 1. vydání. Idea Servis, Praha.

DE LAMARE LEITE, F. C. (2017): The diversification of touristic offer as an alternative to minimize seasonality: the case of the events at (Santa Catarina, Brazil). Cuadernos de Turismo, 39, 1, 615-618.

- DICKINSON, J., LUMSDON, L. (2010): *Slow travel and tourism*. 1. vydání. Earthscan, Washington, DC.
- DRAXLEROVÁ, K. (2016): *Dobrovolnický cestovní ruch v Jižní Americe*. Bakalářská práce. Katedra cestovního ruchu Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- EVERETT, S., AITCHISON, C. (2008): The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 2, 150-167.
- FIALOVÁ, D. (2012): *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty*. 1. vydání. Nakladatelství P3K s. r. o., Praha.
- FIALOVÁ, D. (2016): Místa konfliktů jako turistická atraktivita? *Geografické rozhledy*, 25. ročník, 3. číslo, 30-31.
- FIALOVÁ, D. (2017): Poznat svět znamená poznat i jeho chutě. *Geografické rozhledy*, 26. ročník, 5. číslo, 26-27.
- FIALOVÁ, D., NEKOLNÝ, L. (2017): Řečí čísel cestovního ruchu. *Geografické rozhledy*, 26. ročník, 3. číslo, 22-23.
- FIALOVÁ, D., NOVÁKOVÁ, A. (2011): Rizikové faktory pro cestovní ruch. *Geografické rozhledy*, 21. ročník, 2. číslo, 28-29.
- FIALOVÁ, T. (2015): *Zhodnocení využití nových trendů v nabídce cestovního ruchu v kraji Vysočina*. Katedra rekreologie a cestovního ruchu Fakulta informatiky a managementu Univerzita Hradec Králové.
- FIGINI, P., VICI, L. (2011): Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini. *Tourism Management*, 33, 1, 825-839.
- FRANCIS, J. (2017): Overtourism – What is it, and how can we avoid it? *Responsible travel* <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism> (cit. 13. 4. 2018)
- GETZ, D. (2007): *Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events*. 1. vydání. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- GETZ, D. (2008): Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 1, 403-428.
- GJORGIEVSKI, M., KOZUHAROV, S., NAKOVSKI, D. (2013): Typology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer. *UTMS Journal of Economics*, 4, 1, 53-60.
- HALL, C. M. (2014): *Geography of tourism*. *Geography*, 2, 1, 1-7.

- HANNA, P. (2013): A break from 'reality': An investigation into the 'experiments with subjectivity' on offer within the promotion of sustainable tourism in the UK. *Journal of Consumer Culture*, 13, 1, 366-386.
- HOBE, S. (2007): Legal Aspects of Space Tourism. *Nebraska Law Review*, 86, 2, 439-458.
- HOROWITZ, M. D., ROSENWEIG, J. A. (2007): Medical Tourism – Health Care in the Global Economy. *The Physician Executive*, 11, 12, 24-30.
- HOWLADER, Z. H. (2013): The great potential of tourism  
<https://www.thedailystar.net/news/the-great-potential-of-tourism> (cit. 14. 4. 2018)
- HRALA, V. (2005): Geografie cestovního ruchu. *Oeconomica*, Praha.
- HUČÍNOVÁ, M. (2017): Filmový cestovní ruch: po stopách Aloise Nebela. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.
- HUDSON, S., RITCHIE, J. R. B. (2005): Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12, 3, 256-268.
- HUNTER, C. (1997): Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24, 4, 850-867.
- IBRAGIMOVA, S. (2016): Trendy v rozvoji zdravotního cestovního ruchu v České republice. Bakalářská práce. Katedra cestovního ruchu Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.
- IROZHLAS (2018): Adršpašské skály v obležení turistů. Doprava na hranicích s Polskem zkolabovala [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/adrspach-kolaps-dopravy-polsti-turiste\\_1805011602\\_jak](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/adrspach-kolaps-dopravy-polsti-turiste_1805011602_jak) (cit. 4. 6. 2018)
- KENNY, P. (2007): What does Slow Travel mean? Slow travel  
<http://www.slowtrav.com/blog/pauline/archives/001353.html> (cit. 25. 3. 2018).
- KOLÁŘ, D. (2015): Noc kostelů jako event v cestovním ruchu. Diplomová práce. Katedra rekreologie Fakulta tělesné výchovy Univerzita Palackého v Olomouci.
- KOTÍKOVÁ, H. (2013): Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vydání. Grada Publishing, a. s., Praha.
- KOTÍKOVÁ, H., SCHWARTZHOFFOVÁ, E. (2008): Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha.
- KOUTENKOVÁ, Z. (2012): Městský cestovní ruch v regionálním centru na příkladu města Plzně. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.

- KOZICKA, K., SZOPA, R. (2016): Managing of the tourist destinations offer based on the dynamics and the forecast of tourist movement. *Polish journal of management studies*, 14, 2, 127-136.
- KRAUS, D. (2006): Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Katedra regionální ekonomie a správy Ekonomicko-správní fakulta Masarykova univerzita.
- KŘÍŽOVÁ, K. (2008): Svatební turistika jako specifická forma cestovního ruchu. Diplomová práce. Fakulta mezinárodních vztahů Vysoká škola ekonomická v Praze.
- KUSKOVÁ, V. (2017): Temný cestovní ruch ve vybraných atraktivitách Česka – Kostnice Sedlec a Památník Terežín. Bakalářská práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.
- KVÍTKOVÁ, M. (2014): Filmový cestovní ruch. Diplomová práce. Přírodovědecká fakulta Masarykova univerzita Brno.
- LEPP, A., GIBSON, H. (2003): Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30, 3, 606-624.
- MÁLKOVÁ, M. (2011): Dobrodružná turistika. Bakalářská práce. Katedra cestovního ruchu Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- MAREČKOVÁ, E. (2014): Spotřebitelský segment LOHAS v rámci udržitelného cestovního ruchu. Diplomová práce. Katedra rekreologie Fakulta tělesné výchovy Univerzita Palackého v Olomouci.
- MARTINEZ, O., DODGE, B. (2010): el barrio de La Chueca of Madrid, Spain: An Emerging Epicenter of the Global LGBT Civil Rights Movement. *Journal of Homosexuality*, 57, 3, 226-248.
- MARTINS, C. S., CAVACO, C. S. (2018): Portuguese West Coast tourism resorts: an unfinished landscape of territorial liabilities. *European Planning Studies*, 26, 1, 94-114.
- MELIÁN-GONZÁLES, A., GARCÍA-FALCÓN, J. M. (2003): Competitive potential of tourism in destinations. *Annals of Tourism Research*, 30, 3, 720-740.
- MILANO, C. (2017) *Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts*. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality.
- MOUTINHO, L. (2000): *Strategic Management in Tourism*. 1. vydání. CABI Publishing, London.
- NEKOLNÝ, L. (2016): Problémy metodiky a interpretace dat návštěvnosti turistických cílů. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.

- NOVÁKOVÁ, A. (2009): Cestovní ruch a terorismus. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.
- OH, H., ASSAF, A. G., BALOGLU, S. (2014): Motivations and Goals of Slow Tourism. *Journal of Travel Research*, 24, 1, 1-15.
- PAJMOVÁ, K. (2013): Slow tourism jako nová forma cestovního ruchu. Diplomová práce. Fakulta mezinárodních vztahů Vysoká škola ekonomická v Praze.
- PÁSKOVÁ, M. (2009): Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 2. vydání. Gaudeamus, Hradec Králové.
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Výkladový slovník cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha.
- POSPÍŠILOVÁ, P. (2013): Městský cestovní ruch. Bakalářská práce. Fakulta tělesné výchovy Univerzita Palackého v Olomouci.
- REY, B., MYRO, R. L., GALERA, A. (2010): Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model. *Journal of Air Transport Management*, 10, 1, 1-5.
- ROGERSON, J. M. (2015): Wedding tourism in South Africa: an exploratory analysis. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4, 2, 1-13.
- ROLFES, M. (2010): Poverty tourism: theoretical reflections and empirical findings regarding an extraordinary form of tourism. *GeoJournal*, 75, 1, 421-444.
- RUDOLF, J. (2015): Analýza cestovního ruchu se zaměřením na LGBT. Diplomová práce. Katedra cestovního ruchu Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r. o.
- SAMEK, M. (2017): Nízkonákladové cestování a jeho význam v cestovním ruchu se zaměřením na leteckou dopravu. Bakalářská práce. Katedra rekreologie a cestovního ruchu Fakulta informatiky a managementu Univerzita Hradec Králové.
- SIMONCESKA, L. (2012): The changes and innovation as a factor of competitiveness of the tourist offer (the case of Ohrid). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 1, 32-43.
- SIN, H. L. (2009): Volunteer tourism – „involve me and I will learn“? *Annals of Tourism Research*, 36, 3, 480-501.
- SRDANOVIĆ, M., PAVIĆ, D. (2015): Tourists' attitudes on tourism offer in north-western part of Montenegro. *J. Geogr. Inst. Cvijic.*, 65, 2, 201-214.
- STRANGE, C., KEMPA, M. (2003): Shades of dark tourism Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research*, 30, 2, 386-405.
- ŠPAČEK, O. (2017): Vybrané aspekty cestovního ruchu. CE-Traffic, a. s.
- ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): Geografie cestovního ruchu. Karolinum, Praha.

TICHÁ, T. (2006): Kultura a cestovní ruch, hlavní konkurenční výhody České republiky. Fakulta mezinárodních vztahů Vysoká škola ekonomická v Praze.

TOUŠEK, V., KUNC, J., VYSTOUPIL J. a kol. (2008): Ekonomická a sociální geografie. 1. vydání. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., Plzeň.

URH, B. (2015): Lifestyle of health and sustainability – the importance of health consciousness impact on LOHAS market growth in ecotourism. *Quaestus multidisciplinary research journal*, 14, 3, 167-177.

URIELY, N., YONAY, Y., SIMCHAI, D. (2002): Backpacking experiences a type and form analysis. *Annals of Tourism Research*, 29, 2, 520-538.

VÁGNER, J. (2011): Vývoj cestovního ruchu. *Geografické rozhledy*, 21. ročník, 1. číslo, 4-5.

VONIČKA, M. (2016): Pivní cestovní ruch v Libereckém kraji. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecká fakulta Univerzita Karlova v Praze.

VYSTOUPIL, J. a kol. (2006): Atlas cestovního ruchu České republiky. 1. vydání. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. a kol. (2011): Geografie cestovního ruchu České republiky. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., Plzeň.

WEARING, S., MCGEHEE, N. (2013): Volunteer tourism: A review. *Tourism Management*, 38, 2, 360-371.

ZELENKA, J. (2012): Únosná kapacita v cestovním ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 1. ročník, 2. číslo, 114-134.

## 6.1 Zdroje dat

ČSÚ (2018): Veřejná databáze. Český statistický úřad, Praha [www.czso.cz](http://www.czso.cz) (cit. 21. 4. 2018).

ICOT (2018): COT Odborný portál pro cestovní ruch [www.icot.cz](http://www.icot.cz) (cit. 25. 7. 2018).

UNWTO (2018): World and regions: Inbound tourism International Tourism Receipts. World Tourism Organization [www2.unwto.org/](http://www2.unwto.org/) (cit. 21. 4. 2018).

WORDCLOUD (2018): WordCloud.com <https://www.wordclouds.com/> (cit. 25. 7. 2018).