

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Bakalářská práce

Služby cestovního ruchu v geoparku Český ráj

Jitka Hrdličková

© 2014 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra ekonomiky
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hrdličková Jitka

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Služby cestovního ruchu v geoparku Český Ráj

Anglický název

Tourist Services in Czech Paradise Geopark

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je, na základě provedené analýzy služeb cestovního ruchu, navrhnout doporučení a produkty pro prodloužení pobytu.

Metodika

Metodika práce vychází ze stanoveného cíle. Bude provedeno šetření stávajících služeb pomocí standardních dotazovacích technik (osobně, telefonicky). Výsledky šetření budou utříděny a analyzovány. Na základě provedené analýzy budou navrženy opatření ke zlepšení stávající situace.

Harmonogram zpracování

listopad 2012 - březen 2013: zpracování literární rešerše

duben 2013 - srpen 2013: sběr dat

září 2013 - listopad 2013: zpracování dat

prosinec 2013 - leden 2014: návrh řešení

únor 2014 - březen 2014: finální zpracování

Rozsah textové části

30 - 40 stran

Klíčová slova

geopark, geoturismus, cestovní ruch, testování statistických hypotéz

Doporučené zdroje informací

Disman, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8

MELOUN, Milan, MILITKÝ, Jiří. Kompendium statistického zpracování dat: Metody a řešené úlohy. Praha: Academia, 2006. ISBN 80-200-1396-2

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

Jakubíková, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4209-0

NĚMEC, Jan, LOŽEK, Vojen. Chráněná území ČR 1. Praha: Consult, 1996. ISBN 80-902132-0-0

CzechTourism, Výzkum zaměřený na domácí cestovní ruch: Český ráj. Vyhodnocení etapy Léto 2012

Vedoucí práce

Antoušková Michaela, Ing., Ph.D.

Termín odevzdání

březen 2014

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSC.

Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr. h. c.

Děkan fakulty

V Praze dne 28.1.2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Služby cestovního ruchu v geoparku Český ráj" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 26.11.2014

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce Ing. Michaele Antouškové, PhD., za odborné vedení a pomoc při psaní práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině za podnětné připomínky a všem respondentům za trpělivost při vyplňování dotazníků.

Služby cestovního ruchu v geoparku Český ráj

Tourist Services in Czech Paradise Geopark

Souhrn

Teoretická část bakalářské práce se zabývá cestovním ruchem, jeho vývojem v ČR a geoturismem, který je relativně novým pojmem v oboru cestovního ruchu. V teoretické části jsou dále popsány geoparky v ČR jako součást evropské sítě geoparků Unesco. Praktická část je věnována Geoparku Český ráj a popisuje provedené dotazníkové šetření mezi návštěvníky parku na zjištění jejich spokojenosti s turistickými službami. Analýza výsledků dotazníkového šetření je provedena pomocí testování hypotéz, stanovených za účelem zlepšení úrovně služeb, navýšení počtu turistů a prodloužení doby jejich pobytu v geoparku, při zachování dlouhodobé udržitelnosti cestovního ruchu v regionu.

Summary

The theoretical part of the bachelor's thesis deals with tourism, with development of tourism in Czech Republic and with geotourism, which is a relatively new term in tourism branch. Furthermore, there is a description of geoparks in Czech Republic in the theoretical part, as a part of European net of geoparks Unesco. The practical part is devoted to Geopark Český ráj and gives a description of the survey among park visitors in order to find out how they are satisfied with touristic services. The analysis of the survey is done by testing of hypotheses which were defined in order to improve the level of the services, to increase the number of tourists and to extend the duration of their stay in the geopark, supposing the sustainable development of tourism in the region

Klíčová slova: turistický ruch, geopark, dotazníkové šetření, analýza, hypotéza

Keywords: tourism, geopark, survey, analysis, hypothesis

OBSAH

1	ÚVOD.....	9
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	11
2.1	CÍL PRÁCE	11
2.2	METODIKA	13
2.2.1	Teoretická část	13
2.2.2	Praktická část	13
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	18
3.1	VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU	18
3.2	TRH CESTOVNÍHO RUCHU	18
3.2.1	Hlavní sektory průmyslu cestovního ruchu	19
3.2.2	Služby v cestovním ruchu.....	19
3.3	VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....	20
3.4	UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH.....	21
3.4.1	Dopady cestovního ruchu	22
3.5	ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR.....	22
3.5.1	Stát (NUTS 1)	22
3.5.2	Kraje (NUTS 3)	23
3.5.3	Obce a města (NUTS 5).....	24
3.5.4	Podnikatelský sektor	24
3.6	GEOTURISMUS	24
3.6.1	Geopark.....	24
3.6.2	Síť národních geoparků.....	25
3.6.3	Síť evropských geoparků UNESCO	28
4	POPIS GEOPARKU ČESKÝ RÁJ	29
4.1	GEOLOGICKÝ PŮVOD GEOPARKU	30

4.2	NEJZNÁMĚJŠÍ TURISTICKÉ ZAJÍMAVOSTI V GEOPARKU ČESKÝ RÁJ	31
4.3	ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU AGENTURY CZECHTOURISM PRO ČESKÝ RÁJ.....	33
5	VLASTNÍ ŠETŘENÍ.....	34
5.1	HODNOCENÍ RESPONDENTŮ PODLE TŘÍDĚNÍ PRVNÍHO STUPNĚ	34
5.2	TESTOVÁNÍ HYPOTÉZ	37
6	ZÁVĚR A DISKUSE	50

1 ÚVOD

Mohutný rozvoj cestovního ruchu v posledních desetiletích způsobuje v nejvytíženějších cílových destinacích podstatné změny charakteru těchto oblastí. Abnormální zatížení turismem postupně vede ke znečišťování životního prostředí, fragmentaci krajiny důsledkem výstavby infrastruktury, urbanizaci osídlení a nakonec ke ztrátě autenticity cílových oblastí. To vycítí i samotní turisté, kteří si pak zvolí jiné cíle a v extrémních případech pak vybudovaná turistická infrastruktura zůstává nevyužita, postupně chátrá a region se potýká s nezaměstnaností obyvatel původně činných v turistickém ruchu.

Tyto negativní průvodní jevy masivního cestovního ruchu upozornily na nutnost řešení jeho trvalé udržitelnosti. Trvale udržitelný cestovní ruch musí uspokojovat potřeby nejen samotných turistů, ale i místních obyvatel. Musí přispívat k dlouhodobému ekonomickému rozvoji daného regionu a současně zachovávat životní prostředí i pro budoucí generace.

Jednou z organizací, která se snaží zajistit v Českém ráji trvale udržitelný cestovní ruch, je Geopark Český ráj. Vznikl poměrně nedávno (v roce 2005) a je součástí prestižní sítě Evropských geoparků. Zahrnuje území s plochou přibližně 700 km², s bizarními skalními útvary z pískovce, biologickou rozmanitostí i s řadou unikátních historických památek. Spolu s dalšími institucemi v Českém ráji, jako je Chráněná krajinná oblast Český ráj nebo Sdružení Český ráj¹, usiluje o omezení negativních dopadů cestovního ruchu při snaze o dlouhodobou ekonomickou prosperitu regionu.

Český ráj je oblastí, která se k souladu mezi ekonomickým a environmentálním aspektem cestovního ruchu dostává poměrně obtížně. Velká část turistů sem přijíždí pouze na jednodenní výlet a za služby spojené s pobytem tedy neutratí mnoho peněz. Přitom cestovní ruch by měl být pro zdejší obce, města i velkou část místních podnikatelů a obyvatel významným zdrojem jejich příjmů.

Turisté, kteří v regionu stráví více dnů, zpravidla navštíví nejen ty nejatraktivnější cíle (Prachovské skály, Trosky, Hrubá Skála atd.), ale rozloží svůj zájem i na další, méně

¹ Sdružení Český ráj (SČR) je zájmovým sdružením měst, obcí a dalších právnických osob.

vytížená místa v regionu. Využití ubytování pak vede podstatnému zvýšení průměrné denní útraty na osobu a tím i ke zvýšení příjmů podnikatelů i obcí. Ty se pak dají reinvestovat do opatření na podporu trvale udržitelného cestovního ruchu.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 CÍL PRÁCE

Z výzkumu cestovního ruchu agentury CzechTourism² pro oblast Českého ráje z léta 2013 vyplývá, že za poslední 2 roky jezdí do Českého ráje méně turistů ze vzdálenosti nad 100 km a většina turistů tráví v Českém ráji pouze jeden den bez využití noclehu. Tento stav neumožňuje dostatečný ekonomický rozvoj regionu. Hlavním cílem práce je tedy ověření hypotéz, charakterizující úroveň spokojenosti návštěvníků geoparku se službami, které v Českém ráji využili. Zlepšení turistických služeb by mohlo vést k navýšení počtu turistů a prodloužení doby jejich pobytu v geoparku.

Hypotéza č. 1

H0: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, nemá vliv na celkovou nespokojenost

HA: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, má vliv na celkovou nespokojenost

Tato hypotéza může potvrdit, že návštěvníci ze vzdálenějších regionů (kraje Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský, Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský) musí při vícedenním pobytu využívat více turistických služeb a jsou na jejich kvalitu náročnější. Chtějí-li provozovatelé turistických služeb a místní samospráva přilákat více návštěvníků na dlouhodobější pobyty, musí tedy více dbát na kvalitu služeb.

Hypotéza č. 2

H0: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, nemá vliv na nespokojenost s dopravním značením na turistické cíle.

HA: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, má vliv na nespokojenost s dopravním značením na turistické cíle.

² Česká centrála cestovního ruchu

Hypotéza je stanovena na základě výzkumu cestovního ruchu agentury CzechTourism, kde je jako nejčastější dopravní prostředek zvoleno auto. Potvrzení hypotézy by zjistilo, že návštěvníci ze vzdálenějších regionů, kteří neznají tolik okolí jako návštěvníci z okolních regionů, považují dopravní značení na turistické cíle za neuspokojivé a navrhnout tedy lepší.

Hypotéza č. 3

H0 Mladí lidé (do 25 let) nejsou nespokojeni s nabídkou sportovního vyžití.

HA Mladí lidé (do 25 let) jsou nespokojeni s nabídkou sportovního vyžití.

Hypotéza se opět opírá o výsledky výzkumu agentury CzechTourism, ze kterých vyplývá, že se snížila atraktivita zábavy a ubylo návštěvníků přijíždějících do regionu za relaxací a zábavou. Tato hypotéza může provozovatele služeb a místní samosprávu podnítit k poskytování služeb, které jsou typické pro mladší generaci (diskotéky a jiná večerní zábava, lepší sportovní vyžití apod.)

Hypotéza č. 4

H0 Důchodci nejsou nespokojeni s cenami vstupného.

HA Důchodci jsou nespokojeni s cenami vstupného.

Tato hypotéza může provozovatele služeb a místní samosprávu podnítit k cenovému zvýhodnění vstupného pro důchodce a tím zvýšit počet návštěvníků důchodového věku.

Hypotéza č. 5

H0 Více než 50% návštěvníků není spokojeno s informacemi o Českém ráji na internetu.

HA Více než 50% návštěvníků je spokojeno s informacemi o Českém ráji na internetu.

Z výzkumu cestovního ruchu agentury CzechTourism vyplývá, že nejčastějším zdrojem informací o regionu je internet. Potvrzení této hypotézy by mohlo pomoci ke zlepšení informací o Českém ráji na internetu (zkvalitnění internetových stránek geoparku, více informací podávaných na internetu) a tím přilákat více návštěvníků.

Hypotéza č. 6

H0: Více než 50% návštěvníků není spokojeno s nabídkami aktivit pro děti.

HA: Více než 50% návštěvníků je spokojeno s nabídkami aktivit pro děti.

Tato hypotéza je stanovena na základě výzkumu agentury CzechTourism podle které ubylo návštěvníků cestujících s malými dětmi. Pomůže tedy zjistit spokojenost s nabídkami pro děti. Aktivity pro děti by měly být nedílnou součástí nabídky služeb geoparku pro přilákání více návštěvníků.

2.2 METODIKA

2.2.1 Teoretická část

Metodika bakalářské práce se skládá v první části z analýzy dostupných informací. Ty jsou získávány především ve formě tištěných knih, turistických map, propagačních letáků, časopisů a katalogů cestovního cestovních kanceláří, internetových stránek a výzkumu agentury CzechTourism.

2.2.2 Praktická část

Sběr dat

Součástí bakalářské práce je dotazníkové šetření. Cílem dotazníkového šetření je zjištění spokojenosti návštěvníků geoparku Český ráj se službami nabízenými na jeho území.

Dotazník je konstruován formou baterií uzavřených otázek, kde respondenti hodnotí spokojenost se službami na území geoparku, na hodnotící škále 1 - 5 (1-velmi spokojen, 2–spíše spokojen, 3-nevím, nedokážu posoudit, 4–spíše nespokojen, 5–velmi nespokojen). Dále je doplněn o segmentační otázky k identifikaci respondentů. Cílovou skupinou dotazovaných byli dospělí návštěvníci ze všech krajů České republiky.

Sběr dat probíhal v období červen 2014 až září 2014 prostřednictvím papírových dotazníků. Byl prováděn na těchto místech:

1. Prachovské skály
2. zámek Hrubá Skála
3. hrad Kost - nádvoří
4. hrad Trosky - parkoviště pod hradem

Celkem bylo pro potřeby výzkumu vytištěno 300 dotazníků. Z toho 21 dotazníků nebylo možné použít vzhledem k chybějícím odpovědím.

Použití metody

Výsledky výzkumu jsou následně zpracovány pomocí programu Microsoft Excel a vyhodnoceny ve statistickém softwaru STATISTICA, verze 12 a v MS Excel 2010.

Ke statistickému vyjádření souvislosti dvou znaků je použit test o nezávislosti dvou kategoriálních znaků zvaný χ^2 , ve kterém se porovnávají v kontingenční tabulce skutečné a očekávané četnosti. (Foret, 2008)

$$\chi^2 = \sum \sum \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}}$$

kde n_{oj} jsou očekávané četnosti a n_{ij} jsou skutečné četnosti.

Pro všechny statistické testy je použita hladina významnosti $\alpha = 0,05$

Je – li $\chi^2 > \chi^{2\alpha(k-1)(m-1)}$ nulová hypotéza o nezávislosti se zamítá.

Dále je pro určení síly závislosti použit Pearsonův koeficient kontingence

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}}$$

a koeficient ϕ

$$\phi = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}}$$

Obecně platí, že čím je hodnota koeficientu kontingence bližší 1, tím je závislost silnější a naopak.

K testování jednovýběrových hypotéz je použit jednostranný test na relativní četnost. (Blatná,2008)

$$u = \frac{\frac{m}{n} - \pi_0}{\sqrt{\frac{\pi_0(1-\pi_0)}{n}}}$$

Je-li $u > u_\alpha$ H_0 se zamítá.

Některé odpovědi musely být překategorizovány vzhledem k přehlednějšímu zpracování a uchování primárních údajů.

Hypotéza č. 1

Proměnná 1: region, který návštěvník označil jako místo, odkud přijel, byl překódován na blízký (kraje Praha, Středočeský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Vysočina) a daleký (kraje Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský, Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský).

Proměnná 2: Vychází z otázky „dopravní značení na turistické cíle“. Jako nespokojení jsou označeni návštěvníci s odpovědí „spíše nespokojen“ a „velmi nespokojen“, jako spokojení jsou naopak označeni návštěvníci s odpovědí „spíše spokojen“ a „velmi spokojen“. Odpovědi „nevím“ nebyly zahrnuty do testování.

Hypotéza č. 2

Proměnná 1: region, který návštěvník označil jako místo, odkud přijel, byl překódován na blízký (kraje Praha, Středočeský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Vysočina) a daleký (kraje Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský, Jihomoravský, Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský).

Proměnná 2: Vychází z otázky „dopravní značení na turistické cíle“. Jako nespokojení jsou označeni návštěvníci s odpovědí „spíše nespokojen“ a „velmi nespokojen“, jako spokojení jsou naopak označeni návštěvníci s odpovědí „spíše spokojen“ a „velmi spokojen“. Odpovědi „nevím“ nebyly zahrnuty do testování.

Hypotéza č. 3

Proměnná 1: mladí návštěvníci do 25 let jsou označeni jako mladší a návštěvníci od 26 let výše jsou označeni jako starší.

Proměnná 2: Vychází z otázky „celková nabídka sportovního vyžití“. Jako nespokojení jsou označeni návštěvníci s odpovědí „spíše nespokojen“ a „velmi nespokojen“, jako spokojení jsou naopak označeni návštěvníci s odpovědí „spíše spokojen“ a „velmi spokojen“. Odpovědi „nevím“ nebyly zahrnuty do testování.

Hypotéza č. 4

Proměnná 1: důchodci všichni ostatní respondenti byli označeni „jiná ea“.

Proměnná 2: Vychází z otázky „ceny vstupného“. Jako nespokojení jsou označeni návštěvníci s odpovědí „spíše nespokojen“ a „velmi nespokojen“, jako spokojení jsou

naopak označeni návštěvníci s odpovědí „spíše spokojen“ a „velmi spokojen“. Odpovědi „nevím“ nebyly zahrnuty do testování.

Hypotéza č. 5

Proměnná: otázka „informace na internetu“ byla překódována, byli vybráni návštěvníci, kteří odpověděli, že jsou s informacemi o Českém ráji „velmi spokojeni“ nebo „spíše spokojeni“.

Hypotéza č. 6

Proměnná: otázka „nabídka aktivit pro děti“ byla překódována, byli vybráni návštěvníci, kteří odpověděli, že jsou s nabídkami aktivit pro děti v Českém ráji „velmi spokojeni“ nebo „spíše spokojeni“.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 VYMEZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch patří mezi jedno z nejvýznamnějších hospodářských odvětví, ovlivňující mnoho dalších odvětví, které pro něj pracují – například doprava, stavebnictví, potravinářství i zemědělství). Má tedy tzv. průřezový charakter. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Cestovním ruchem se zabývá několik vědních oborů, např. ekonomie, sociologie, geografie, pedagogika, psychologie. Má tedy interdisciplinární charakter, kde výsledky jednoho vědního oboru využívají i jiné vědní obory. Všechny zkoumají cestovní ruch, ale každý jinak. Ekonomie cestovního ruchu zkoumá ekonomické souvislosti cestovního ruchu, spojenými s produkcí a realizací služeb a zboží, které souvisí s účastí na cestovním trhu. Sociologie cestovního ruchu se zabývá zkoumáním chování společnosti, tedy návštěvníků cestovního ruchu. Geografie cestovního ruchu se zabývá studiem zákonitostí rozmístění cestovního ruchu (např. hodnocením vnějších vlivů na cestovní ruch, analýzou cestovního ruchu, vlivem cestovního ruchu na změny ve struktuře a rozmístěním hospodářství v oblasti, hodnocením regionů podle vhodnosti pro různé formy cestovního ruchu a pro makroekonomické účely apod). Psychologie cestovního ruchu se pak zaměřuje na psychiku návštěvníků cestovního ruchu. (Hesková, 2011)

3.2 TRH CESTOVNÍHO RUCHU

Trh cestovního ruchu se velmi dynamicky mění. Je to dáno působením mnoha objektivních i subjektivních faktorů: politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomická situace, demografická struktura populace, móda, množství volného času atd. Pro cestovní ruch je charakteristická sezónnost – letní a zimní sezóna, předsezóna, posezóna a mimosezóna, která souvisí hlavně s volbou vhodného období na dovolenou. Sezónností je pak výrazně ovlivněna cena produktu.

Pro cestovní ruch je typická převaha nabídky nad poptávkou. Ze strany poptávky je trh cestovního ruchu výrazně diferencován. Dělí se podle hlediska demografického (tj. věku, rodinného stavu, pohlaví apod.), podle motivace a potřeb, podle národnosti, podle rozdílné ekonomické situace atd. Poptávka po cestovním ruchu znamená ochotu účastníků cestovního ruchu zaměnit určité množství produktů cestovního ruchu za určité množství peněz. (Hesková, 2011)

3.2.1 Hlavní sektory průmyslu cestovního ruchu

Mezi hlavní sektory průmyslu cestovního ruchu patří

- Sektor ubytovací služby – do kterého se řadí poskytovatelé ubytovacích služeb, jako jsou například hotely či penziony
- Sektor atrakce – národní parky, botanické zahrady, památky apod.
- Sektor doprava – letecká, lodní, automobilová, železniční a autobusová a půjčovny vozidel
- Sektor zprostředkovatelé – do tohoto sektoru patří veškeré cestovní kanceláře a agentury
- Sektor organizace – to jsou např. národní turistické centrály, regionální centra apod.

(Jakubíková, 2012)

3.2.2 Služby v cestovním ruchu

Cestovní ruch je odvětvím, které je úzce vázáno na poskytování služeb. Služby cestovního ruchu jsou službami komplexními. Jsou poskytovány nejen v rekreačním prostoru, ale i v místě poptávky. Proto je důležitá spolupráce mezi jednotlivými subjekty. Cestovní ruch je úzce propojen s konkrétním místem (státem, regionem, městem či obcí) a jeho nabídka je tak závislá na schopnostech a kvalitě veřejné správy. (Jakubíková, 2012)

Hlavní cíle podniků v cestovním ruchu jsou stejné jako cíle podniků v jiných odvětvích, a to dosažení zisku. Avšak podnikatelé v cestovním ruchu musí brát v potaz několik skutečností jako například klimatické podmínky, rozložení času (prázdniny, svátky), vysokou míru sezónnosti v cestovním ruchu, vliv makroekonomických faktorů (například počasí, přírodní katastrofy, politická situace, terorismus, bezpečnost navštívených míst, aj.

Mezi hlavní služby v cestovním ruchu patří služby ubytovací, které jsou využívány při delším pobytu, stravovací, které uspokojují základní potřebu výživy účastníků cestovního ruchu, dopravní služby představující hlavní podmínku realizace cestovního ruchu, turistická informační centra, které poskytují informace související s cestovním ruchem a průvodcovské služby. K dalším službám úzce spojeným s cestovním ruchem patří například sportovně rekreační služby, lázeňsko-léčebné služby, služby animační, zdravotnické, směnářské, obchodní, vzdělávací aj.

3.3 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR

Omezení svobody pohybu, které bylo důsledkem studené války, a nedostatek finančních prostředků vedly k tomu, že se cestovní ruch po roce 1948 nemohl plně rozvíjet. Domácí cestovní ruch tvořil většinu cest a převažoval krátkodobý cestovní ruch. Vycestování do zemí, které nebyly součástí tzv. socialistického bloku, bylo státem velmi striktně regulováno. Aby občan Československa mohl vycestovat, musel nejdříve získat od policie tzv. výjezdovou doložku a od banky tzv. devizový příslib. Byl také menší počet cestovních kanceláří, které nestačily pokrýt poptávku po zahraničních výjezdech. Velký podíl na formování cestovního ruchu měl Čedok, který zaujal prioritní pozici v cestovním ruchu nejen v Československé republice, ale i mezi cestovními kancelářemi ve světě.

Významnou roli ve vývoji cestovního ruchu hraje rok 1989, kdy otevření hranic, možnost podnikat a změna přístupu k devizovému trhu napomohly k rychlým změnám na dosud přísně regulovaném trhu cestovního ruchu. Výrazně tak rostla poptávka po výjezdech do zahraničí. Současně se i Česká republika stala atraktivním cílem pro turisty. K vývoji cestovního ruchu také napomohl rozvoj dopravy a nástup nových informačních technologií, například internetu. Turistické cíle se staly lépe dostupnými.

Vznikají nové formy cestovního ruchu, jako například agroturistika a ekoagroturistika. Výrazně vzrostl také počet cestovních kanceláří. Převládají krátkodobé levnější poznávací cesty do sousedních států. Od roku 1996 výrazně vzrostl počet příjezdů. Postupně začíná převažovat nabídka nad poptávkou.

V roce 1993 byla založena centrála cestovního ruchu (dnes agentura CzechTourism). Měla za cíl koordinovat rozvoj cestovního ruchu a prezentovat Českou republiku na zahraničních trzích

Po roce 2000 vznikají rozvojové strategie k cestovnímu ruchu na úrovni státu, krajů a mikroregionů. Postupně se zmenšuje počet cestovních kanceláří. Rozvíjí se nové specifické formy cestovního ruchu (např. golfová turistika, lázeňství a wellness). Klade se více důraz na rozvoj cestovního ruchu v regionech. Roste účast zahraničních společností na rozvoji cestovního ruchu. Zvyšuje se poptávka po dražších službách, roste podíl letecké přepravy, cestuje se za lyžováním do zahraničních středisek a do exotických destinací. Dále se zvyšuje útrata na osobu. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Do České republiky se jezdí nejčastěji za historií a architekturou, zejména na hrady a zámky nebo návštěvu historických měst. Velký podíl turistů tvoří také návštěvníci hledající relaxaci v lázních či pobyt na horách v přírodě. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Podle ČSÚ³ se v roce 2012 cestovní ruch podílel na HDP cca 3% a zaměstnával přes 200 tisíc osob. (czso.cz, 2014)

3.4 UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH

Udržitelný cestovní ruch je takový, který zajišťuje současné potřeby turistů a hostitelských regionů a zároveň pomáhá rozvoji území. Podle UNWTO⁴ „Má vést k řízení všech zdrojů tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní identity, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život.“ (Musil, 2010, s. 15)

³ Český statistický úřad

⁴ Světová organizace cestovního ruchu

3.4.1 Dopady cestovního ruchu

Mezi pozitivní dopady cestovního ruchu pro rozvoj území lze zařadit například vytváření nových pracovních příležitostí. Dále příjmy do státních i místních rozpočtů nebo zvyšování vzdělanosti společnosti díky poznávání přírodních a kulturních dědictví jiných národů.

Naopak za negativní dopady, které je potřeba minimalizovat, se považuje například poškozování životního prostředí vlivem mohutného nekontrolovaného rozvoje cestovního ruchu. V některých lokalitách tak může docházet k nadměrnému využívání přírodních zdrojů, zejména neobnovitelných. K negativním dopadům je možné zařadit i možnost vzniku konfliktních situací mezi turisty a domácím obyvatelstvem, například z důvodu odlišného způsobu života a návyků. (eden-czechtourism.cz, 2014)

3.5 ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ČR

Cestovní ruch se týká veřejné správy, samosprávy i podnikatelů, a to na všech úrovních: celostátní, krajské i místní. Veřejnou správu zastupuje stát, subjekty územní samosprávy, subjekty zájmové samosprávy a další (veřejné fondy, nadace). Zajišťuje plnění veřejných úkolů a služeb. Samosprávu vykonávají občané sami nebo skrze volené zástupce (kraje a obce). (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

3.5.1 Stát (NUTS 1)⁵

Ministerstvo pro místní rozvoj

Ministerstvo pro místní rozvoj pomocí legislativních nástrojů vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Spolupracuje s dalšími ministerstvy, regionálními sdruženími, místní správou a samosprávou. Navrhuje zákony, vydává vyhlášky týkající se cestovního ruchu a realizuje řadu projektů financovaných ze strukturálních fondů EU.

⁵ CZ-NUTS je klasifikování územních jednotek v ČR podle principů vytvořených v rámci EU

Odbor cestovního ruchu MMR⁶ je rozdělen do tří oddělení:

- oddělení integrace a konkurenceschopnosti cestovního ruchu
- oddělení komunikace a zahraniční spolupráce v cestovním ruchu
- oddělení intervencí v cestovním ruchu

(Hesková, 2011)

CzechTourism

K účelu propagace České republiky v zahraničí byla Ministerstvem pro místní rozvoj ČR v roce 1993 zřízena příspěvková organizace Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR) Propaguje Českou republiku například prezentací na mezinárodních veletrzích cestovního ruchu, pořádáním různých akcí zaměřeným pro zahraniční novináře či firmy organizující zájezdy. Je členem evropské komise cestovního ruchu (ETC). Spolupracuje s jednotlivými subjekty cestovního ruchu, například s domácími turistickými regiony, městy, obcemi a podnikatelskými subjekty. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Od 1. srpna 2003 se oficiálně nazývá Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism

Agentura CzechTourism se zaměřuje především na podporu propagace kulturního dědictví, zážitkové a aktivní dovolené, lázeňství a kongresové a incentivní⁷ turistiky. (eden-czechtourism.cz, 2014)

3.5.2 Kraje (NUTS 3)

Oblast cestovního ruchu také spravují jednotlivé kraje na území České republiky. Kraje řídí buď přímo nebo skrze své organizace marketing cestovního ruchu nebo i statistiku cestovního ruchu v rámci svého regionu.,,Garance rozvoje cestovního ruchu na území kraje vyplývá ze zákona a souvisí s odpovědností za územní rozvoj kraje, včetně podpory soukromého podnikání. Kraje k tomu používají také své finanční nástroje, jimiž jsou např. tzv. Regionální operační programy.“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 46)

⁶ Ministerstvo pro místní rozvoj

⁷ Vzbuzující motivaci, turistika spojená se služebními cestami.

3.5.3 Obce a města (NUTS 5)

Jedno z hlavních poslání obce je odpovědnost za jeho rozvoj. Vydává vyhlášky a shromažďuje potřebné finance pro podporu cestovního ruchu.

Velká část měst a obcí s rozšířenou působností 3. stupně provozuje turistická informační centra. Pokud jsou obce menší, spolupracují většinou s nejbližším informačním centrem v okolí. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

Podle Ryglové však pro spoustu menších obcí, které jsou turisticky zajímavé, je cestovní ruch oborem méně zajímavým a nevěnují mu takovou pozornost.

3.5.4 Podnikatelský sektor

Podnikatelský sektor je pro cestovní ruch velmi důležitý, jelikož v mnoha případech generuje pracovní místa, a to i v místech strukturálně postižených. Je tedy vhodné, aby zájmy těchto podniků byly dobře prosazovány a hájeny prostřednictvím podnikatelské samosprávy, spolků, sdružení a asociací. Hotely a restaurace jsou organizovány v Asociaci hotelů a restaurací, mezi jejichž cíle patří zejména vést členy ke zvyšování kvality poskytovaných služeb. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

3.6 GEOTURISMUS

Geoturismus byl definován podle National Geographic jako „turismus, který udržuje geografický charakter dané turistické oblasti a podporuje její životní prostředí, dědictví, estetiku, kulturu a prosperitu místních obyvatel". Aktivitami v oblasti geoturismu jsou například poznání kulturní historie krajiny, amatérské rýžování zlata nebo návštěvy nalezišť vzácných nerostů a zkamenělin. (artslexikon.cz, 2012)

3.6.1 Geopark

Geopark je jasně vymezené území, které zahrnuje konkrétní geologické dědictví. Zaměřuje se na ochranu území, prezentaci jeho hodnot, vzdělávání a šetrné využívání území

cestovním ruchem. Smyslem geoparků je podpora trvale udržitelného rozvoje regionu. Geologické lokality musí být z odborného hlediska dostatečně kvalitní a vzácné. Geoparkem mohou být všechna přírodně cenná a zajímavá území (místního, regionálního významu), a to hlavně z hlediska geologie, například skalní města, krasová území, archeologická, paleontologická naleziště, vulkanické jevy, staré doly, hutě, atd. Zájem na vytvoření geoparku by měli projevit hlavně místní obyvatelé, kteří nejlépe vědí, co se na jejich území nachází zajímavého. Důležitou součástí geoparku je definování fungující a jasné struktury řídicího subjektu, který koordinuje veškeré činnosti v rámci geoparku. Nutné je mít vypracovaný i projekt geoparku, který směřuje k vytyčeným cílům a postupně je naplňuje. Nezbytným nástrojem vedoucím k úspěchu geoparku je komunikace mezi všemi klíčovými partnery na území geoparku. Geopark a jeho partneři nesmějí nijak participovat na obchodu s geologickým materiálem (zejména minerály, zkameněliny, drahokamy.)

Území by mělo být turisticky atraktivní a přitom mít dostatečnou rozlohu, aby umožnilo udržitelný rozvoj. Je zde kladen také velký důraz na ochranu přírodního prostředí a na vzdělávací programy pro návštěvníky a obyvatelstvo. (Země světa, 2011)

3.6.2 Sít' národních geoparků

Do Sítě národních geoparků se může přihlásit jakékoliv zajímavé území v ČR spojené s geologickým dědictvím. Cílem Sítě národních geoparků je vyměňování zkušeností, pořádání návštěv, seminářů a konferencí, týkající se geologie.

Hlavním koordinačním orgánem národní sítě geoparků je Rada národních geoparků ČR. Jejími členy jsou zástupci významných geologických a památkových institucí, univerzit a odborníci na cestovní ruch a regionální rozvoj. Rada rozhoduje o splnění podmínek k získání certifikátu národní geopark. Certifikát uděluje ministr životního prostředí. Jeho platnost je čtyři roky. Poté mu musí být platnost znovu obnovena.

Rada národních geoparků má jednání dvakrát ročně. Část jednání je přístupná veřejnosti v podobě konference či semináře a část je pouze interní. (mzp.cz, 2014)

V roce 2010 se prvními členy sítě staly Národní geopark Český ráj a Národní geopark Egeria. Dále pak v roce 2012 Národní geopark Železné hory a Národní geopark GeoLocí. V roce 2014 byl slavnostně předán certifikát národní geopark Kraji Blanických rytířů a Podbeskydí. V současné době jsou evidována také 4 kandidátská území - Vysočina, geopark Joachima Barranda, Jeseníky a geopark Ralsko, a dále několik dalších zájemců – Broumovsko a Krkonoše. (geology.cz, 2014)

Geoparky jsou v České republice relativně novou institucí, první geoparky vznikaly až po roce 2000. Proces vzniku národních geoparků je upraven směrnicí Ministerstva životního prostředí ČR č. 6/2007. Proto i povědomí veřejnosti o geoparcích je stále nízké. Obdobná situace je však po této stránce i v okolních zemích, jak ukazuje výsledek průzkumu v Polsku. (Wójtowicz, Strachowska, Strzyz, 2011)

Národní geoparky v České republice

Geopark Český ráj

Tématu geopark Český ráj je věnována kapitola 4.

Geopark Egeria

Geopark Egeria se rozkládá se rozkládá na bavorském území v okresech Bayreuth, Neustadt - Waldnaab, Tirschenreuth, Wunsiedel a na české straně v Karlovarském a Plzeňském kraji na ploše okolo 2500 km². Národním geoparkem byl vyhlášen 4. června 2010 spolu s geoparkem Český ráj. V geoparku Egeria je mnoho míst chráněno jako přírodní a technické památky. Největší plochu zabírá chráněná krajinná oblast Slavkovský les. Mezi nejzajímavější lokality patří například Důl Družba, Národní přírodní rezervace Soos nebo Svatošské skály. Název geoparku Egeria je odvozen od německého názvu řeky Ohře – Eger. (geopark.cz, 2014)

Geopark GeoLocí

Geopark GeoLocí je Národním geoparkem od 24.dubna 2014. Rozkládá se na území Plánska, Stříbrska, Konstantinolázeňska a severní části Českého lesa. Vyskytují se zde geologicky zajímavé oblasti a hornické památky. Mezi zajímavé lokality patří například Michalovy Hory, Sedmihoří či Stříbro – hornický skanzen se štolou Prokop. (geopark.cz, 2014)

Geopark Železné hory

Národním geoparkem byl vyhlášen 24.dubna 2012 a rozkládá se na ploše 777,5 km². Leží převážně v Pardubickém kraji a v oblasti kolem Ždírcce nad Doubravou a Chotěboře, zasahuje do kraje Vysočina. Území je turisticky atraktivní pro cykloturistiku a pěší turistiku. Geologická pestrost je zahrnuta do loga geoparku - pět šestiúhelníků představuje nejvýznamnější geologické celky (starohory, prvohory, hlubinné vyvřeliny, druhohory a hydrogeologie). Mezi zajímavé lokality v geoparku Železné hory patří například Skuteč - muzeum obuvi a kamene, Berlova Vápenka – muzeum vápenictví či Údolí Doubravy – kaňonovité údolí s řadou geomorfologických fenoménů. (geoparkzh.cz, 2014)

Geopark Kraj Blanických rytířů

Kraji Blanických rytířů byl předán prestižní titul národního geoparku k příležitosti Světového dne životního prostředí v červnu roku 2014. Kraj Blanických rytířů je pojmenován podle dvojvrší Velkého a Malého Blaníku. Geopark Kraj Blanických rytířů je geologicky zajímavý především pro moldanubikum, které je nejstarším stavebním kamenem Českého masívu. (blanicti-rytiri.cz, 2014)

Geopark Podbeskydí

Geopark Podbeskydí se stal jedním ze šesti Národních geoparků teprve v červnu roku 2014. Rozkládá se na území 530 km² v předhůří Beskyd. Území je geologicky zajímavé především pro trosky druhohorních korálových útesů. Mezi nejzajímavější lokality patří například Národní přírodní památka Šipka, kde jsou vysoce čisté a částečně zkrasovělé

druhohorní vápence, které jsou jedním z nejbohatších nalezišť zkamenělin. (geoparkpodbeskydi.cz, 2014)

3.6.3 Síť evropských geoparků UNESCO

Ve světě existují tři geografické sítě geoparků:

- globální
- evropská
- národní

Síť evropských geoparků (EGN)⁸ existuje od roku 2000. Hlavním cílem geoparků je podle Charty evropských geoparků ochrana geologických lokalit, výzkum, vzdělávání, rozvoj specificky orientované turistiky a udržitelný rozvoj území. Velmi důležitou činností všech evropských geoparků je také popularizace geologie. Do globální sítě geoparků UNESCO pak patří navíc čínské geoparky, brazilský, iránský, malajský a australský geopark. V současné době síť zahrnuje 59 geoparků z 21 evropských zemí. Na 1. Mezinárodní konferenci o geoparcích, která se konala v Pekingu v roce 2004 vznikla Pekingská deklarace o ochraně geologického dědictví, na jejímž základě vznikla pod patronací UNESCO Světová síť geoparků. V roce 2004 byla také sepsána Madonská deklarace, podle které se každý evropský geopark stává i Geoparkem UNESCO. V České republice se prvním geoparkem, který je členem Sítě Evropských geoparků a zároveň i geoparkem UNESCO stal v říjnu roku 2005 geopark Český ráj. (europeangeoparks.org, 2014)

⁸ European Geoparks Network

4 POPIS GEOPARKU ČESKÝ RÁJ

Český ráj

Český ráj se dělí na 10 turistických regionů:

- Jičín a okolí
- Lomnice a okolí
- Mladá Boleslav a okolí
- Mnichovo Hradiště a okolí
- Nová Paka a okolí
- Rovensko pod Troskami a okolí
- Semily a okolí
- Sobotka
- Dolní Bousov a okolí
- Turnov a okolí a
- Železný Brod a okolí

Turistický region Český ráj je nejstarší chráněnou krajinnou oblastí v České republice, která byla vyhlášena už v roce 1955. Úkolem chráněné oblasti je ochrana geomorfologických hodnot a zachování původního vzhledu krajiny i biologické rozmanitosti. Ve znaku CHKO⁹ Český ráj je zobrazena silueta hradu Trosky.

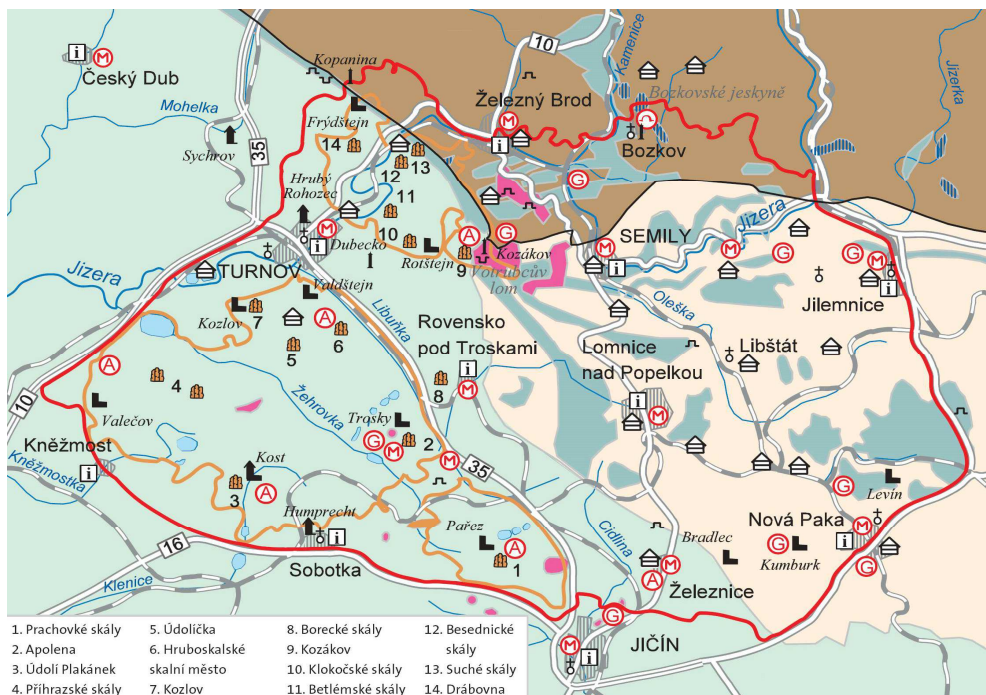
Český ráj leží na území kraje Středočeského, Královéhradeckého a Libereckého převážně v oblasti NUTS II Severovýchod a okrajově i v NUTS II Střední Čechy. V říjnu roku 2005 se stal Český ráj členem prestižní Sítě evropských a světových geoparků UNESCO¹⁰.

Geopark Český ráj se rozkládá na ploše kolem 700 km² a jeho nejhodnotnější část se nachází na území Chráněné krajinné oblasti Český ráj.

⁹ Chráněná krajinná oblast

¹⁰ *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu)*

Obrázek č. 1: Oblast geoparku Český ráj



Zdroj: *Geopark Český ráj* [online]. Turnov, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://geopark-ceskyraj.cz/admin/mods/Mapa_geopark/mapa_geopark.jpg

4.1 GEOLOGICKÝ PŮVOD GEOPARKU

Geologický původ oblasti Českého ráje sahá do období druhohor, kdy se na dně křídového moře usazovaly písky a šterky. Vulkanická činnost ve třetihorách způsobila rozlámání pískovcových desek a ztuhnutí rozžhavených hornin do kup a kuželů. Následné přírodní síly jako voda, vítr, slunce a mráz vytvarovaly krajinu do divokých skal. Voda pod zemským povrchem vytvořila unikátní Bozkovské jeskyně se zajímavými krasovými jevy. V oblasti se navíc díky těmto geologickým procesům nacházejí ložiska rud železa, rtuti, mědi a drahých kamenů. Vyskytují se zde i ložiska stavebního kamene, pokrývačské břidlice a hrnčířských cihlářských hlín. Zdejší zpracování a sběr drahých kamenů patří k nejstarším v Evropě.

4.2 NEJZNÁMĚJŠÍ TURISTICKÉ ZAJÍMAVOSTI V GEOPARKU ČESKÝ RÁJ

Český ráj je jedním z nejvíce navštěvovaných turistických oblastí v České republice. Geopark Český ráj je velmi oblíbenou oblastí pro pěší turistiku, cykloturistiku ale i pro horolezectví. Geopark nabízí průvodcovské služby od speciálně proškolených průvodců, kteří vlastní certifikát průvodce geoparku. Nachází se v něm 35 cyklistických tras. V letních měsících bývají na území Českého ráje pořádány různé kulturní akce – historické jarmarky a poutě, koncerty, divadelní představení či dobové trhy. Naopak v zimní sezóně jsou pro lyžaře k dispozici vleky na Kozákově nebo běžecké stopy u Turnova. (cesky-raj.info, 2014)

Skalní města

Nejatraktivnější části geoparku jsou skalní města. „Představují zdejší vůdčí geologický a především geomorfologický fenomén, který navíc vykazuje při srovnání s ostatními oblastmi českých pískovcových měst největší rozmanitost forem reliéfu všech velikostních úrovní.“ (Země světa, 2014, s.11)

Prachovské skály

Prachovské skály patří k jedněm z nejnavštěvovanějších oblastí především díky husté síti značených turistických cest s vyhlídkami. K nejvyhledávanějším místům patří Císařská chodba, Americká sluj a Vyhlídka Českého ráje s pohledem na skalní věže Prachovskou jehlu a Prachovskou čapku

Hruboskalsko

Dalším turisticky velmi atraktivním skalním městem je Hruboskalské skalní město. Na rozdíl od Prachovských skal se zde však neplatí vstupné. K nejzajímavějším místům zde patří Mariánská vyhlídka, zámek Hrubá skála a zřícenina hradu Valdštejn.

Mezi další významná skalní města patří ještě Příhrazské skály, Klokočské skály a Besedické skály.

Hrady a zámky

Na přelomu 13. a 14. století na skalních masivech vznikly první hrady a tvrze. Jedním z nejznámějších je hrad Trosky, který je jedním ze symbolů Českého ráje. Tvoří ho dvě věže nazývané Baba a Pana. Další turisticky velmi vyhledávanou památkou je například hrad Kost, který je jedním z největších a nejzachovalejších hradů v Čechách. Ze zámků pak Sychrov nebo zámek Hrubá Skála.

Galerie a muzea

Mezi známé galerie v Českém ráji patří například galerie Granát v Turnově, která patří k největším výrobcům šperků v Evropě. V Turnově se také nachází muzeum Českého ráje, které je jedno z nejstarších regionálních muzeí v České republice.

Rozhledny

V Českém ráji je okolo 15 rozhleden a vyhlídek, které jsou zpřístupněny. Například rozhledna Kozákov, U Borovice nebo rozhledna Milohládka – Čeřovka v Jičíně.

Metamorfované horniny

Kozinec u Železného brodu, který se nachází v Záskalí v Železném Brodě nebo Riegrova stezka severně od Semil.

Vulkanity

Hvězda je opuštěný lom, který je situován na Staropacké hoře, 2 km od Staré paky. Je známým nalezištěm drahých kamenů, jako jsou například křišťál či ametyst.

Kozákov je nejvyšším vrcholem Českého ráje a je součástí Ještědsko-kozákovského hřbetu. Vznikl vyzdvižením podél lužické poruchy před 5 miliony lety.

Kras

Jeskyně Bartošova pec se nachází na dně 40 m hlubokého údolí Vazovského potoka. Jeskyně Bartošova pec a Ondříkovické propadání jsou od roku 1996 chráněnou přírodní památkou. Znamé jsou taky například Bozkovské dolomitové jeskyně. (geopark-ceskyraj.cz, 2014)

4.3 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU AGENTURY CZECHTOURISM PRO ČESKÝ RÁJ

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism ve spolupráci s firmou Ipsos, s.r.o. realizují od roku 2010 výzkum zaměřený na cestovní ruch geoparku Český ráj. Projekt je realizován vždy ve dvou fázích ročně (letní a zimní) prostřednictvím osobního dotazování. Zaměřuje se především na zjištění skladby návštěvníků, jejich spokojenost s kvalitou poskytovaných služeb a zájem region opět navštívit.

Projekt je financován z fondu Evropské unie Integrovaného operačního programu.

Tato analýza může napomoci institucím na území Českého ráje při činnosti a rozhodování o budoucích projektech, zaměřených na rozvoj trvale udržitelného cestovního ruchu.

Protože tato analýza je prováděna pravidelně již od roku 2010, umožňuje vzít v úvahu nejen výsledky posledního průzkumu, ale i vývojové tendence. (czechtourism.cz, 2013)

5 VLASTNÍ ŠETŘENÍ

5.1 HODNOCENÍ RESPONDENTŮ PODLE TŘÍDĚNÍ PRVNÍHO STUPNĚ

Tabulka č. 1: četnosti dle krajů

Kategorie	Tabulka četností:q38 (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
Olomoucký	14	14	5,01792	5,0179
Královehradecký	25	39	8,96057	13,9785
Praha	59	98	21,14695	35,1254
Středočeský	52	150	18,63799	53,7634
Pardubický	29	179	10,39427	64,1577
Jihomoravský	11	190	3,94265	68,1004
Zlínský	4	194	1,43369	69,5341
Vysočina	11	205	3,94265	73,4767
Liberecký	33	238	11,82796	85,3047
Plzeňský	7	245	2,50896	87,8136
Karlovarský	4	249	1,43369	89,2473
Jihočeský	14	263	5,01792	94,2652
Ústecký	12	275	4,30108	98,5663
Moravskoslezský	4	279	1,43369	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z tabulky četností vyplývá, že nejvíce respondentů přijelo z Prahy ze Středočeského kraje (dohromady 111 dotazovaných, t.j. 39,8 %). Dále pak z Libereckého kraje (11,9%) a kraje Pardubického (10,4%).

Naopak nejméně návštěvníků přijelo z kraje Moravskoslezského, Karlovarského a Zlínského. Každý v zastoupení pouze 4 návštěvníků, což je dohromady 4,29% respondentů

Tabulka č. 2: četnosti mužů a žen

Kategorie	Tabulka četností:q39 (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
ž	140	140	50,17921	50,1792
m	139	279	49,82079	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z tabulky četností vyplývá, že dotazovaných žen bylo přibližně stejně jako dotazovaných mužů. Tedy 140 žen a 139 mužů.

Tabulka č. 3: četnosti dle vzdělání

Kategorie	Tabulka četností:q40 (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
maturita	134	134	48,02867	48,0287
vyšší odborné	21	155	7,52688	55,5556
vysokoškolské	67	222	24,01434	79,5699
vyučený	43	265	15,41219	94,9821
základní	14	279	5,01792	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z tabulky je zřejmé, že podle vzdělání je nejvíce početná skupina respondentů s maturitou v zastoupení 134 návštěvníků což je 48% všech dotazovaných. Druhá nejpočetnější skupina je vysokoškolsky vzdělaných v zastoupení 24% respondentů. 5% dotazovaných tvoří návštěvníci se základním vzděláním.

Tabulka č. 4: četnosti dle ekonomické aktivity

Kategorie	Tabulka četností:q41 (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
zaměstnaný	134	134	48,02867	48,0287
důchodce	48	182	17,20430	65,2330
podnikatel	39	221	13,97849	79,2115
student	38	259	13,62007	92,8315
v domácnosti	12	271	4,30108	97,1326
nezaměstnaný	8	279	2,86738	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Podle ekonomické aktivity je téměř polovina dotazovaných zaměstnaných (134 respondentů). Další skupinu tvoří důchodci v zastoupení 17,2 % (48 respondentů). Podnikatelé a studenti jsou zastoupeni podobně a to každý 14%.

Tabulka č. 5: četnosti dle věku

Kategorie	Tabulka četností:q42 (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
35-49	78	78	27,95699	27,9570
26-34	65	143	23,29749	51,2545
60 a více	55	198	19,71326	70,9677
50-59	33	231	11,82796	82,7957
do 25	48	279	17,20430	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Tabulka četností podle věku ukazuje relativně vyrovnané rozložení respondentů. Nejpočetnější skupinou je kategorie respondentů ve věku 35 - 49 let (28%). A naopak nejméně respondentů je ve věku 50 – 59 let (11,9%)

5.2 TESTOVÁNÍ HYPOTÉZ

Hypotéza č. 1

H0: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, nemá vliv na celkovou nespokojenost

HA: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, má vliv na celkovou nespokojenost

Výsledky z programu STATISTICA:

Tabulka č. 6: Kontingenční tabulka vzdálenost regionu versus celková spokojenost

Kontingenční tabulka (Kopie - vstup_Statistica3)			
Tab. :			
q38_kod	celkova_spokojenost spokojen	celkova_spokojenost nespokojen	Řádk. součty
daleký	51	7	58
blízký	204	17	221
Vš.skup.	255	24	279

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z tabulky četností vyplývá, že převažuje skupina spokojených respondentů z blízkých krajů a to v zastoupení 204 návštěvníků tj. 72,8%

Tabulka č. 7: Přehled výsledků statistických testů k ověření hypotézy č. 1

Statist.	Statist. : q38_kod(2) x celkova_spokojenost(2) (na pokusy v vstup_Statistica2)		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	1,119330	df=1	p=,29006
M-V chí-kvadr.	1,037047	df=1	p=,30851
Yatesův chí-kv.	,6318699	df=1	p=,42667
Fisherův přesný, 1-str.			p=,20869
Fisherův přesný, 2-str.			p=,29668
McNemarův chí-kv. (A/D)	16,01471	df=1	p=,00006
McNemarův chí-kv. (B/C)	182,0663	df=1	p=0,0000
Fí pro tabulky 2 x 2	-,063340		
Tetrachorická korelace	-,148129		
Kontingenční koeficient	,0632132		
Kendall. tau b & c	b=-,063340	c=,028828	
Somers. D(X Y), D(Y X)	X Y=,0916	Y X=,0437	
Gama	-,244444		
Spearmanovo poř. R	-,063340	t=-1,056	p=,29175
Koeficient nejistoty	X=,0036360	Y=,0063379	X Y=,00462

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Výsledky ukazují, že testová statistika χ^2 má hodnotu 1,119, což je vůči kritické hodnotě testu $\chi_1^2(0,95) = 3,841$ nižší, a tedy nelze na zvolené hladině významnosti $\alpha = 0,05$ zamítnout nulovou hypotézu.

Koeficient ϕ má hodnotu 0,06334, což značí velmi slabou závislost. Pearsonův kontingenční koeficient má hodnotu 0,06321.

To znamená, že pracovní hypotézu č. 1, že návštěvníci ze vzdálenějších regionů jsou více nespokojeni, nelze potvrdit.

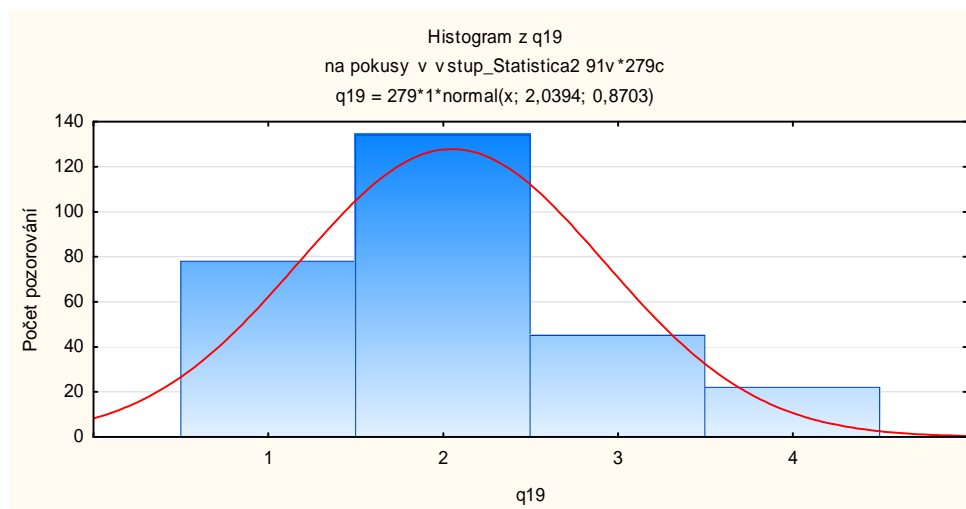
Hypotéza č. 2

H0: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, nemá vliv na nespokojenost s dopravním značením na turistické cíle.

HA: Vzdálenost regionu, ze kterého návštěvníci pocházejí, má vliv na nespokojenost s dopravním značením na turistické cíle.

Výsledky z programu STATISTICA:

Graf č. 1: : Histogram četností odpovědí na otázku spokojenost s dopravním značením na turistické cíle



Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Respondenti nejčastěji vybírali odpověď 2 - „spíše spokojen“, z 279 dotazníků byla u této otázky zvolena 134 krát. Spolu s odpovědí „velmi spokojen“ tvoří 212 respondentů, což je 76,0 % ze všech získaných odpovědí. 22 návštěvníků vyjádřilo nespokojenost a zbylých 45 lidí odpovědělo, že neví nebo nejsou schopni odpovědět.

Tabulka č. 8: Kontingenční tabulka vzdálenost regionu versus spokojenost s dopravním značením na turistické cíle

Kontingenční tabulka (Kopie - vstup_Statistica3)			
Tab. :			
q38_kod	q19_kod spokojen	q19_kod nespokojen	Řádk. součty
daleký	36	14	50
blízký	176	8	184
Vš.skup.	212	22	234

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

50 návštěvníků přijelo ze vzdálenějších regionů, a z nich je 36 spokojených s dopravním značením na turistické cíle (t.j. 72,0 %), 14 jich je nespokojeno (28,0 %). Většinu však tvoří lidé z bližších regionů, těch bylo 184, a z nich vyjádřilo svou spokojenost 176 osob, což činí 95,7 %.

Tabulka č. 9: Očekávané četnosti pro kontingenční tabulku vzdálenost regionu versus spokojenost s dopravním značením na turistické cíle

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (Kopie - vstup_Statistica3)			
Pearsonův chí-kv. : 25,8218, sv=1, p=,000000			
q38_kod	q19_kod spokojen	q19_kod nespokojen	Řádk. součty
daleký	45,2991	4,70085	50,0000
blízký	166,7009	17,29915	184,0000
Vš.skup.	212,0000	22,00000	234,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Tabulka č. 10: Přehled výsledků statistických testů k ověření hypotézy č. 2

Statist.	Statist. : q38_kod(2) x q19_kod(2) (na pokusy v vstup_Statist)		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	25,82184	df=1	p=,00000
M-V chí-kvadr.	20,78157	df=1	p=,00001
Yatesův chí-kv.	23,11970	df=1	p=,00000
Fisherův přesný, 1-str.			p=,00001
Fisherův přesný, 2-str.			p=,00001
McNemarův chí-kv. (A/D)	16,56818	df=1	p=,00005
McNemarův chí-kv. (B/C)	136,4263	df=1	p=0,0000
Fí pro tabulky 2 x 2	-,332189		
Tetrachorická korelace	-,609458		
Kontingenční koeficient	,3152505		
Kendall. tau b & c	b=-,332189	c=-,158960	
Somers. D(X Y), D(Y X)	X Y=,4665	Y X=,2365	
Gama	-,790698		
Spearmanovo poř. R	-,332189	t=-5,364	p=,00000
Koeficient nejistoty	X=,0855943	Y=,1424451	X Y=,10693

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Výsledky udávají testovou statistiku $\chi^2 = 25,822$, což jednoznačně překračuje kritickou hodnotu $\chi_1^2(0,95) = 3,841$, a tedy na zvolené hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se zamítá nulová hypotéza H_0 a přijímá se alternativní hypotéza H_A .

Porovnáním skutečných a očekávaných četností se skutečně prokazuje, že návštěvníci ze vzdálenějších regionů jsou více nespokojeni s dopravním značením na turistické cíle.

Koeficient ϕ dosahuje hodnoty 0,3322, čímž se dostává těsně do rozmezí střední závislosti. Pearsonův kontingenční koeficient má hodnotu 0,3153 a to je také nižší číslo, ovšem ne příliš nízké, tedy zhruba střední úroveň závislosti.

To znamená, že pracovní hypotéza č. 2 se potvrdila, tj. návštěvníci ze vzdálenějších regionů jsou více nespokojeni s dopravním značením na turistické cíle.

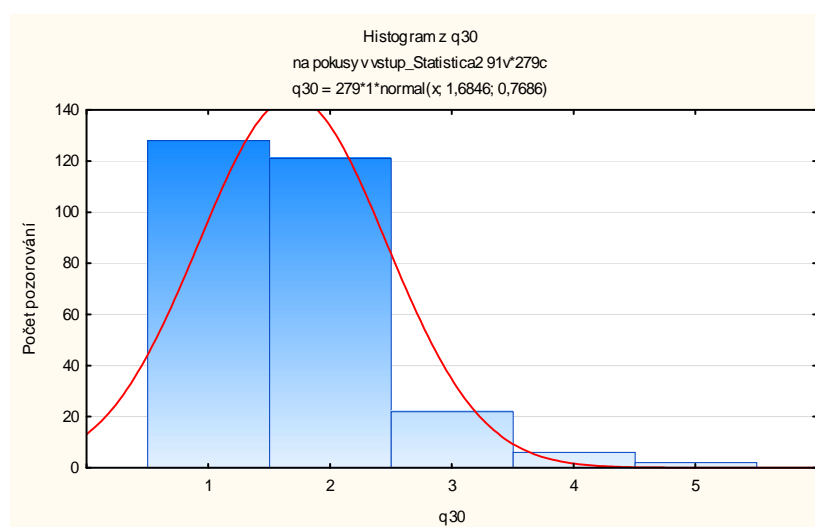
Hypotéza č. 3

H0 Mladí lidé (do 25 let) nejsou nespokojeni s nabídkou sportovního vyžití.

HA Mladí lidé (do 25 let) jsou nespokojeni s nabídkou sportovního vyžití.

Výsledky z programu STATISTICA:

Graf č. 2: : Histogram četností odpovědí na otázku spokojenost s nabídkou sportovního vyžití



Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z grafu je zřejmé, že většina respondentů je s nabídkou sportovního vyžití spokojená a nejčastější odpovědi jsou tudíž 1 – „velmi spokojen“ a 2 – „spíše spokojen“. Častou odpovědí bylo i 3 – „nevím, nedokážu posoudit“, tato odpověď, však nebyla zahrnuta dále do testování.

Tabulka č. 11: Kontingenční tabulka věk versus spokojenost s nabídkou sportovního vyžití

Kontingenční tabulka (Kopie - vstup_Statistica3)			
Tab. :			
q42_kod	q30_kod spokojen	q30_kod nespokojen	Řádk. součty
starší	204	7	211
mladší	45	1	46
Vš.skup.	249	8	257

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Vzhledem k nízkému počtu návštěvníků v buňce mladší-nespokojen, kde absolutní četnost nedosahuje minimální hodnoty 5 respondentů, nelze statisticky test provádět.

Je vidět, že naprostá většina návštěvníků je spokojena s celkovou nabídkou sportovního vyžití, ze 46 mladších osob (do 25 let) je to 97,8 % osob.

Tedy nelze potvrdit, že by mladí lidé do 25 let byli více nespokojeni s nabídkou sportovních aktivit.

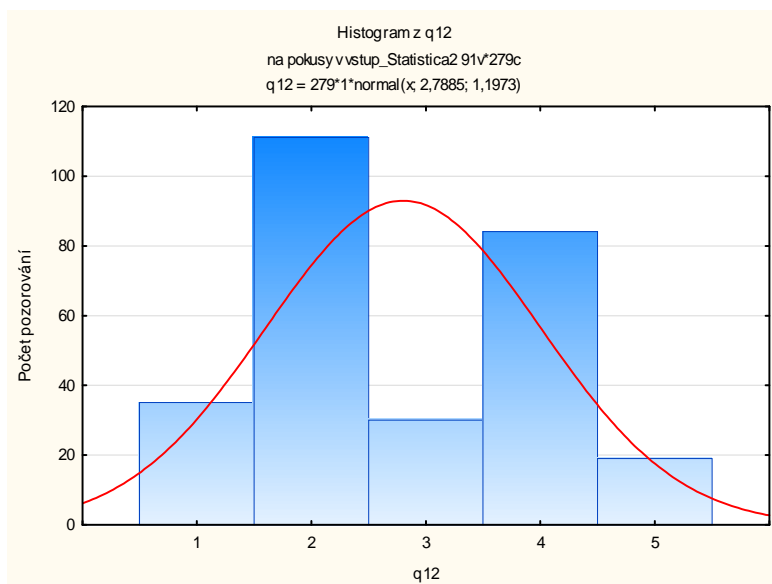
Hypotéza č. 4

H₀ Důchodci nejsou nespokojeni s cenami vstupného.

H_A Důchodci jsou nespokojeni s cenami vstupného.

Výsledky z programu STATISTICA:

Graf č. 3: Histogram četností odpovědí na otázku spokojenost s cenami vstupného



Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Z grafu odpovědí na otázku „ceny vstupného“ vyplývá, že nejčastější odpověď je č. 2 „spíše spokojen“ kterou zakroužkovalo 111 respondentů. Častá byla ale i odpověď č. 4 „spíše nespokojen“, kterou zvolilo 84 respondentů.

Tabulka č. 12: Kontingenční tabulka ekonomické aktivity versus spokojenost s cenou vstupního

Kontingenční tabulka (Kopie - vstup_Statistica3)			
Tab. :			
q41_kod	q12_kod spokojen	q12_kod nespokojen	Řádk. součty
jiná ea	129	80	209
důchodce	17	23	40
Vš.skup.	146	103	249

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Kontingenční tabulka skutečných četností ukazuje, že 17 důchodců je spokojeno s cenami vstupního a 23 pak nespokojeno. Celkový počet respondentů důchodců zahrnutých do testování je 40.

Tabulka č. 13: Očekávané četnosti pro kontingenční tabulku ekonomické aktivity versus spokojenost s cenou vstupního

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (Kopie - vstup_Statistica3)			
Pearsonův chí-kv. : 5,11487, sv=1, p=,023722			
q41_kod	q12_kod spokojen	q12_kod nespokojen	Řádk. součty
jiná ea	122,5462	86,4538	209,0000
důchodce	23,4538	16,5462	40,0000
Vš.skup.	146,0000	103,0000	249,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Tabulka č. 14: Přehled výsledků statistických testů k ověření hypotézy č. 4

Statist.	Statist. : q41_kod(2) x q12_kod(2) (na pokusy v vstu		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	5,114872	df=1	p=,02372
M-V chí-kvadr.	5,036013	df=1	p=,02483
Yatesův chí-kv.	4,353037	df=1	p=,03694
Fisherův přesný, 1-str.			p=,01904
Fisherův přesný, 2-str.			p=,03455
McNemarův chí-kv. (A/D)	72,53290	df=1	p=0,0000
McNemarův chí-kv. (B/C)	39,62886	df=1	p=,00000
Fí pro tabulky 2 x 2	,1433236		
Tetrachorická korelace	,2648835		
Kontingenční koeficient	,1418738		
Kendall. tau b & c	b=,1433236	c=,1036757	
Somers. D(X Y), D(Y X)	X Y=,10686	Y X=,19222	
Gama	,3713889		
Spearmanovo poř. R	,1433236	t=2,2760	p=,02370
Koeficient nejistoty	X=,022944€	Y=,0149116	X Y=,01808

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Výsledky ukazují testovou statistiku $\chi^2 = 5,115$, což při srovnání s kritickou hodnotou $\chi_1^2(0,95) = 3,841$ je vyšší, a tedy na zvolené hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se zamítá nulová hypotéza H_0 a přijímá se alternativní hypotéza H_A .

Porovnáním skutečných a očekávaných četností se potvrzuje, že důchodci jsou více nespokojeni s cenami vstupného.

Koeficient ϕ dosahuje výše 0,1433, což značí slabou závislost. Obdobně Pearsonův kontingenční koeficient má hodnotu 0,1419 a to znamená také slabou míru závislosti.

To znamená, že pracovní hypotéza č. 4 se potvrzuje a že důchodci jsou skutečně více nespokojeni s cenami vstupného.

Hypotéza č. 5

H0 Více než 50% návštěvníků není spokojeno s informacemi o Českém ráji na internetu.

HA Více než 50% návštěvníků je spokojeno s informacemi o Českém ráji na internetu.

Tabulka četností z programu STATISTICA:

Tabulka č. 15: Tabulka četností spokojenost s informacemi o Českém ráji na internetu

Kategorie	Tabulka četností:q24_kod (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
spokojen	207	207	74,19355	74,1935
nevím	50	257	17,92115	92,1147
nespokojen	22	279	7,88530	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Kontingenční tabulka skutečných četností odpovědí na otázku „informace o Českém ráji na internetu“ ukazuje, že nejvíce je spokojených návštěvníků a to 74,2 %. Nespokojeno bylo pouze 22 návštěvníků (7,9%)

Výpočet v MS Excel 2010:

relativní četnost (spokojených): $\pi = 0,742$ (207 návštěvníků z 279)

referenční hodnota: $p = 0,5$

počet respondentů: $n = 279$

testová statistika: **$u = 8,082$**

kritická hodnota: $u(0,95) = 1,645$

Protože testová statistika $u = 8,082$ je větší než kritická hodnota testu pocházející z normovaného normálního rozdělení $u(0,95) = 1,645$, zamítá se nulová hypotézy H_0 a přijímá se alternativní hypotéza H_A .

To znamená, že statisticky se potvrzuje, že více než 50% návštěvníků je spokojeno s informacemi o Českém ráji na internetu.

Hypotéza č. 6

H0: Více než 50% návštěvníků není spokojeno s nabídkami aktivit pro děti.

HA: Více než 50% návštěvníků je spokojeno s nabídkami aktivit pro děti.

Tabulka četností z programu STATISTICA:

Tabulka č. 16: Tabulka četností spokojenost s nabídkami aktivit pro děti

Kategorie	Tabulka četností:q28_kod (na pokusy v vstup_Statistica2)			
	Četnost	Kumulativní četnost	Rel.četnost	Kumulativní rel.četnost
nespokojen	34	34	12,18638	12,1864
nevím	117	151	41,93548	54,1219
spokojen	128	279	45,87814	100,0000
ChD	0	279	0,00000	100,0000

Zdroj: vlastní zpracování, program STATISTICA

Dle tabulky četností je zřejmé, že převažuje počet respondentů, kteří jsou spokojeni a nabídkami aktivit pro děti, je jich 128 (45,9%). Častá byla však i odpověď „nevím, nedokážu posoudit“, kterou vyplnilo 42% dotazovaných.

Výpočet z MS Excel :

relativní četnost (spokojených): $\pi = 0,459$ (128 návštěvníků z 279)

referenční hodnota: $p = 0,5$

počet respondentů: $n = 279$

testová statistika: **u -1,377**

kritická hodnota: $u(0,95) = 1,645$

Protože testová statistika $u = -1,377$ je menší než kritická hodnota testu pocházející z normovaného normálního rozdělení $u(0,95) = 1,645$, nulovou hypotézu nelze zamítnout.

To znamená, že statisticky významně nelze potvrdit, že více než 50% návštěvníků je spokojeno s nabídkou aktivit pro děti.

6 ZÁVĚR A DISKUSE

Hlavním cílem práce bylo ověření hypotéz, charakterizujících úroveň spokojenosti návštěvníků geoparku Český ráj s turistickými službami.

Praktická část začíná popisem Geoparku Český ráj, následně jsou pak vyhodnoceny hypotézy. Ukázalo se, že vzdálenost regionů, ze kterého návštěvníci přijeli, nemá vliv na jejich celkovou spokojenost. Tedy nelze potvrdit názor, že návštěvníci ze vzdálenějších regionů musí při vícedenním pobytu využívat více turistických služeb a jsou na jejich kvalitu náročnější, a že by byli více nespokojeni. Z uvedeného testu a jeho výsledků tedy vyplývá, že zvyšování kvality služeb by nemělo vliv na přilákání více návštěvníků ze vzdálenějších krajů.

Návštěvníci ze vzdálenějších regionů jsou však nespokojeni s dopravním značením na turistické cíle a toto značení by tedy mělo být zlepšeno. Návštěvníci ze vzdálenějších regionů zřejmě neznají tolik okolí jako návštěvníci z okolních regionů, mohou mít problémy s navigací a mohou tedy považovat dopravní značení na turistické cíle za neuspokojivé. Toto je podnět pro místní samosprávy a provozovatele geoparku pro zlepšení dopravního značení v okolí geoparku.

Dále se nepotvrdilo se, že by mladí lidé do 25 let byli nespokojeni s nabídkou sportovních aktivit a v tomto směru tedy není potřeba, aby provozovatelé služeb a místní samospráva musela uvažovat o rozšiřování služeb typických pro mladé lidi (pro mladší generaci), protože se nezjistilo, že by to vyžadovali. Je vidět, že naprostá většina návštěvníků je spokojena s celkovou nabídkou sportovního vyžití, ze 46 mladších osob (do 25 let) je to 97,8 % osob.

V další hypotéze se potvrdilo, že důchodci jsou více nespokojeni s cenami vstupného, což by mělo vést místní samosprávu a provozovatele služeb k diskusi o zavedení cenově zvýhodněného vstupného, případně - pokud již cenové zvýhodnění existuje - o jeho rozšíření.

Co se týká informací o Českém ráji na internetu, většina návštěvníků je s nimi spokojena a tento způsob propagace tedy lze považovat v současné době za dostatečný.

Podle testování poslední hypotézy je nutné pracovat na rozšíření aktivit pro děti, protože se neprokázalo, že by návštěvníci byli spokojeni s nabídkou aktivit pro děti.

Lze tedy konstatovat, že cíl bakalářské práce byl splněn a podle výsledků hypotéz mohou být nasměrovány případné aktivity pro vylepšení turistických služeb.

Při hodnocení výsledků hypotéz by bylo vhodné vzít v úvahu i porovnání analýzy CzechTourism s výsledky průzkumů v geoparcích v jiných zemích. Příkladem mohou být články "Economic Effects of Geotourism in Geopark TERRA.vita, Northern Germany" anebo "The perspectives of the development of tourism in the areas of geoparks in Poland" Analýza agentury CzechTourism uvádí jako zdaleka nejčastější výši denní útraty jednoho návštěvníka 201 až 500 Kč (54% návštěvníků), zatímco průzkum v geoparku Terra Vita v severním Německu dospěl k průměrné denní útratě návštěvníků 36,10 € (= cca 1.010,-Kč). Podíl jednodenních návštěvníků (bez ubytování) vůči celkovému počtu návštěvníků je přitom v obou geoparcích zhruba stejný, a sice něco přes 40%. Rozdíl je samozřejmě dán jinou cenovou úrovní služeb v Německu a ČR, jakož i rozdílnou kupní silou obyvatel. Znepokojující je ale fakt, že podíl jednodenních návštěvníků v Českém ráji stoupá, což nedává předpoklad pro výrazné zvýšení denních útrat v budoucnu.

Zmíněný průzkum v geoparku Terra Vita uvádí i výpočet počtu pracovních příležitostí, které v regionu tohoto parku existují díky turistickým službám. Jedná se o 900 pracovních míst na plný pracovní úvazek. Obdobný výpočet či odhad počtu pracovních příležitostí pro Český ráj není v analýze CzechTourism ani v jiných dostupných zdrojích pro Český ráj uváděn.

Cílem této práce nebyla podrobnější komparace výsledků průzkumů v jiných geoparcích, ať již v České republice, nebo v jiných zemích. Nicméně z těchto dvou odborných článků z Německa a Polska, zabývajících se obdobným tématem, je vidět, že porovnání by mohlo přinést pracovníkům v oboru cestovního ruchu, ať již v soukromém sektoru či ve státní nebo komunální sféře, zajímavé poznatky při rozhodování o nových aktivitách. Provedení tohoto srovnání mezi geoparkem Český ráj i jinými geoparky tedy lze doporučit pro některou další práci.

Seznam použitých zdrojů:

Literatura:

BLATNÁ, Dagmar. *Metody statistické analýzy*. Vyd. 3. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2008, 92 s. ISBN 978-80-7265-129-0.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8.

FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

MELOUN, Milan, Jiří MILITKÝ a Martin HILL. *Počítačová analýza vícerozměrných dat v příkladech*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2005, 449 s. ISBN 80-200-1335-0.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu: (metody, postupy, přístupy, teoretické aspekty) : sborník příspěvků z kulatého stolu. vyd. 1. Editor Martin Musil. Praha: Oeconomica, 2010, 47 s. ISBN 978-80-245-1689-9.

Země světa zeměpisný a cestopisný měsíčník: Český ráj 2. Praha: GeoBohemia, 2011, roč. 2011, č. 12. ISSN 1213-8193.

Internetové zdroje:

Český statistický úřad [online]. Praha, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné

z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_estovniho_ruchu_v_cr

CzechTourism [online]. Praha, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

HODONSKÁ, Tereza. Geoturismus. In: *Arts Lexikon* [online]. 2012 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://artslexikon.cz/index.php/Geoturismus>

Ministerstvo životního prostředí [online]. Praha, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://www.mzp.cz/cz/narodni_geoparky

Česká geologická služba [online]. Praha, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://geology.cz/narodnigeoparky>

Národní geopark [online]. 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.geopark.cz/geopark>

Geopark Železné hory [online]. 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.geoparkzh.cz/cs/geopark/geopark-zelezne-hory/>

Geopark Kraj blanických rytířů. [online]. Vlašim, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.blanicti-rytiri.cz/cs/pribeh-geoparku>

Geopark Podbeskydí. [online]. Kopřivnice, 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://geoparkpodbeskydi.cz/informacni_materialy.php

Evropská síť geoparků. [online]. 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.europeangeoparks.org/>

Geopark Český ráj [online]. Turnov: 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://geopark-ceskyraj.cz/?D=51>

Český ráj [online]. Turnov: 2014 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.cesky-raj.info/cs/region-cesky-raj/cesky-raj-v-zime>

WÓJTOWICZ, Bożena, Renata STRACHOWKA a Małgorzata STRZYŻ. The perspectives of the development of tourism in the areas of geoparks in Poland: Lecture Notes from the 2nd ERCOFTAC Summerschool held in Stockholm, 10-16 June, 1998. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* [online]. 2011, vol. 19, s. 150-157 [cit. 2014-11-19]. DOI: 10.1016/j.sbspro.2011.05.118. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S187704281101233X>

CZECHTOURISM. Souhrnná etapová zpráva: léto 2013 [online]. Praha, 2013 [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/zpravy13.html>

W. HARTLING, Joachim a Irene MEIER. Economic Effects of Geotourism in Geopark TERRA.vita, Northern Germany. [online]. 2010 [cit. 2014-11-20]. Dostupné z: <http://www.georgewright.org/271hartling.pdf>

Propagační materiály:

MĚSTO TURNOV. Hrady a zámky: Český ráj. Turnov, 2012.

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. Národní geoparky v České republice. Praha, 2013

SDRUŽENÍ ČESKÝ RÁJ. Český ráj: Dovolená v Českém ráji. Turnov, 2013.

SEZNAM GRAFŮ

GRAF Č. 1: : HISTOGRAM ČETNOSTÍ ODPOVĚDÍ NA OTÁZKU SPOKOJENOST S DOPRAVNÍM ZNAČENÍM NA TURISTICKÉ CÍLE	39
GRAF Č. 2: : HISTOGRAM ČETNOSTÍ ODPOVĚDÍ NA OTÁZKU SPOKOJENOST S NABÍDKOU SPORTOVNÍHO VYŽITÍ.....	42
GRAF Č. 3: HISTOGRAM ČETNOSTÍ ODPOVĚDÍ NA OTÁZKU SPOKOJENOST S CENAMI VSTUPNÉHO.....	44

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBRÁZEK Č. 1: OBLAST GEOPARKU ČESKÝ RÁJ	30
---	----

SEZNAM TABULEK

TABULKA Č. 1: ČETNOSTI DLE KRAJŮ	34
TABULKA Č. 2: ČETNOSTI MUŽŮ A ŽEN	35
TABULKA Č. 3: ČETNOSTI DLE VZDĚLÁNÍ	35
TABULKA Č. 4: ČETNOSTI DLE EKONOMICKÉ AKTIVITY	36
TABULKA Č. 5: ČETNOSTI DLE VĚKU.....	36
TABULKA Č. 6: KONTINGENČNÍ TABULKA VZDÁLENOST REGIONU VERSUS CELKOVÁ SPOKOJENOST.....	37
TABULKA Č. 7: PŘEHLED VÝSLEDKŮ STATISTICKÝCH TESTŮ K OVĚŘENÍ HYPOTÉZY Č. 1	37
TABULKA Č. 8: KONTINGENČNÍ TABULKA VZDÁLENOST REGIONU VERSUS SPOKOJENOST S DOPRAVNÍM ZNAČENÍM NA TURISTICKÉ CÍLE.....	40
TABULKA Č. 9: OČEKÁVANÉ ČETNOSTI PRO KONTINGENČNÍ TABULKU VZDÁLENOST REGIONU VERSUS SPOKOJENOST S DOPRAVNÍM ZNAČENÍM NA TURISTICKÉ CÍLE.....	40
TABULKA Č. 10: PŘEHLED VÝSLEDKŮ STATISTICKÝCH TESTŮ K OVĚŘENÍ HYPOTÉZY Č. 2 ...	41
TABULKA Č. 11: KONTINGENČNÍ TABULKA VĚK VERSUS SPOKOJENOST S NABÍDKOU SPORTOVNÍHO VYŽITÍ.....	43
TABULKA Č. 12: KONTINGENČNÍ TABULKA EKONOMICKÉ AKTIVITA VERSUS SPOKOJENOST S CENOU VSTUPNÉHO	45

TABULKA Č. 13: OČEKÁVANÉ ČETNOSTI PRO KONTINGENČNÍ TABULKU EKONOMICKÉ AKTIVITA VERSUS SPOKOJENOST S CENOU VSTUPNÉHO.....	45
TABULKA Č. 14: PŘEHLED VÝSLEDKŮ STATISTICKÝCH TESTŮ K OVĚŘENÍ HYPOTÉZY Č. 4 ...	46
TABULKA Č. 15: TABULKA ČETNOSTÍ SPOKOJENOST S INFORMACEMI O ČESKÉM RÁJI NA INTERNETU.....	47
TABULKA Č. 16: TABULKA ČETNOSTÍ SPOKOJENOST S NABÍDKAMI AKTIVIT PRO DĚTI	49

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA Č. 1 : Vzor dotazníku.....	56
------------------------------------	----

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku, který se týká analýzy cestovního ruchu v geoparku Český Ráj. Vyhodnocení tohoto průzkumu bude součástí mé bakalářské práce na České zemědělské univerzitě v Praze. Dotazník je anonymní, proto se nemusíte nikam podepisovat.

Pokud máte zájem o zaslání vyhodnocení průzkumu, kontaktujte mě na emailové adrese hrdlickovajita@seznam.cz

Jak hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?
Ohodnoťte podle následující stupnice

- 1 – velmi spokojen
- 2 – spíše spokojen
- 3 – nevím/nedokážu posoudit/nevyžil/a jsem
- 4 – spíše nespokojen
- 5 - velmi nespokojen

Restaurační zařízení, stravování

Nabídka jídel (pestrost nabídky)	1	2	3	4	5
Poměr ceny a kvality	1	2	3	4	5
Péče o čistotu a pořádek	1	2	3	4	5
Ochota zaměstnanců	1	2	3	4	5
Otevírací doba	1	2	3	4	5
Četnost (počet restaurací)	1	2	3	4	5

Ubytovací zařízení

Propagace	1	2	3	4	5
Dostupnost, vzdálenost	1	2	3	4	5
Poměr ceny a kvality	1	2	3	4	5
Péče o čistotu a pořádek	1	2	3	4	5

Turistické cíle (přírodní atraktivity, památky)

Nabídka (četnost, rozmanitost)	1	2	3	4	5
Ceny vstupného	1	2	3	4	5
Turistické informace	1	2	3	4	5

Ochota průvodců	1	2	3	4	5
-----------------	---	---	---	---	---

Značení turistických cest	1	2	3	4	5
---------------------------	---	---	---	---	---

Doprava

Parkoviště - cena	1	2	3	4	5
-------------------	---	---	---	---	---

Parkoviště – dostupnost	1	2	3	4	5
-------------------------	---	---	---	---	---

Parkoviště – množství	1	2	3	4	5
-----------------------	---	---	---	---	---

Dopravní značení na turistické cíle	1	2	3	4	5
-------------------------------------	---	---	---	---	---

Dopravní dostupnost turistických cílů	1	2	3	4	5
---------------------------------------	---	---	---	---	---

Místní hromadná doprava	1	2	3	4	5
-------------------------	---	---	---	---	---

Informace o Českém ráji

Turistická informační centra	1	2	3	4	5
------------------------------	---	---	---	---	---

Média (tisk, rádio, televize)	1	2	3	4	5
-------------------------------	---	---	---	---	---

Informace na internetu	1	2	3	4	5
------------------------	---	---	---	---	---

Cestovní kanceláře	1	2	3	4	5
--------------------	---	---	---	---	---

Propagační materiály, průvodce	1	2	3	4	5
--------------------------------	---	---	---	---	---

Informace od personálu ve službách	1	2	3	4	5
------------------------------------	---	---	---	---	---

Aktivity pro děti

Nabídka	1	2	3	4	5
---------	---	---	---	---	---

Péče o čistotu a pořádek	1	2	3	4	5
--------------------------	---	---	---	---	---

Sportovní vyžití

Celková Nabídka	1	2	3	4	5
-----------------	---	---	---	---	---

Cyklostezky	1	2	3	4	5
-------------	---	---	---	---	---

Pěší turistika	1	2	3	4	5
----------------	---	---	---	---	---

Horolezectví	1	2	3	4	5
--------------	---	---	---	---	---

Možnost koupání	1	2	3	4	5
-----------------	---	---	---	---	---

Drobný prodej (občerstvení, suvenýry, stánky)

Sortiment	1	2	3	4	5
Cena	1	2	3	4	5
Četnost (počet)	1	2	3	4	5

Z jakého kraje jste přijel/a?

- Praha
 Středočeský
 Jihočeský
 Plzeňský
 Karlovarský
 Ústecký
 Liberecký
 Královéhradecký
 Pardubický
 Vysočina
 Jihomoravský
 Olomoucký
 Zlínský
 Moravskoslezský

Jaké je Vaše pohlaví?

- žena
 muž

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
 vyučený/á
 maturita
 vyšší odborné
 vysokoškolské

Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

- zaměstnaný
 student
 v domácnosti
 důchodce
 nezaměstnaný
 podnikatel
 jiné

Jaký je Váš věk?

- do 25 let
 26 - 34 let
 35 - 49 let
 50 – 59 let
 60 let a více

Děkuji za Váš čas.