



Bakalářská práce

Regionální produkt cestovního ruchu jako nástroj rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci

Studijní program:

B0488A050006 Mezinárodní ekonomické vzta-
hy

Studijní obor:

Cestovní ruch

Autor práce:

Eliška Kubíčková

Vedoucí práce:

Ing. Jana Šimanová, Ph.D.
Katedra ekonomie

Liberec 2023



Zadání bakalářské práce

Regionální produkt cestovního ruchu jako nástroj rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci

<i>Jméno a příjmení:</i>	Eliška Kubíčková
<i>Osobní číslo:</i>	E20000539
<i>Studijní program:</i>	B0488A050006 Mezinárodní ekonomické vzta- hy
<i>Specializace:</i>	Cestovní ruch
<i>Zadávací katedra:</i>	Katedra ekonomie
<i>Akademický rok:</i>	2022/2023

Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Definice regionálního produktu cestovního ruchu, vymezení jeho specifik a významu pro rozvoj cestovního ruchu.
3. Případové studie typových produktů cestovního ruchu v ČR a zahraničí.
4. Návrhy opatření pro posílení významu produktu v rámci vybrané turistické destinace.
5. Formulace závěrů a zhodnocení výzkumných otázek.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování práce:

Jazyk práce:

30 normostran

tištěná/elektronická

Čeština

Seznam odborné literatury:

- HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. ISBN 978-80-210-5847-7.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PLZÁKOVÁ, Lucie a Šárka TITTELBACHOVÁ, 2022. *Proces tvorby lokálního produktu cestovního ruchu vycházející z potenciálu českého rybářství a rybníkářství*. Certifikovaná metodika. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze [online]. [cit. 2022-10-06]. Dostupné z: <https://www.obcepro.cz/invence-pro-regiony-a-obce-165.pdf>
- PRIETO, Maísa, 2020. *Design Thinking for Tourism Product Development: Application of Design Thinking Techniques to Achieve Sustainable and Memorable Tourism Experiences*. Scienia Scripts. ISBN 978-6200959621.
- VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5021-7.
- PROQUEST, 2022. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2022-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>.

Vedoucí práce:

Ing. Jana Šimanová, Ph.D.

Katedra ekonomie

Datum zadání práce:

1. listopadu 2022

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2024

L.S.

doc. Ing. Aleš Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. PhDr. Ing. Pavla Bednářová,
Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 1. listopadu 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

Regionální produkt cestovního ruchu jako nástroj rozvoje cestovního ruchu ve vybrané destinaci

Anotace

Cílem práce je zhodnotit a posoudit potenciál rozvoje Zlaté stezky Českého ráje a benchmarkového produktu v zahraničí, kterým je Stezka světového kulturního dědictví Wachau. Na základě komparativní analýzy poté navrhnout inovace produktu cestovního ruchu uskutečňovaného v ČR. Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část je zaměřena na vymezení pojmů souvisejících s řešením cíle bakalářské práce, jimiž jsou cestovní ruch, regionální produkt cestovního ruchu, jeho vlastnosti a význam pro rozvoj cestovního ruchu, jakož i faktory hodnocení s ohledem na využití potenciálu regionálních produktů. V praktické části se autorka v úvodu zabývá charakteristikou regionu Český ráj a jeho nejvýznamnějších turistických atraktivit, navazuje analytickou případovou studií dvou výše jmenovaných regionálních turistických produktů cestovního ruchu. Na základě provedené analýzy lokalizačních, realizačních a selektivních aspektů obou regionálních produktů jsou poté navržena opatření pro komerční rozvoj regionálního produktu Zlatá stezka Českého ráje.

Klíčová slova

Cestovní ruch, destinace, regionální produkt, region Český ráj, Zlatá stezka.

Regional Tourism Product as a Tool for Tourism Deelopment in a Selected Destination

Annotation

The aim of the thesis is to evaluate and assess the potential for the development of the Golden Trail of Bohemian Paradise and the benchmark product abroad, which is the Wachau World Heritage Trail. Based on the comparative analysis, propose innovations to the tourism product implemented in the Czech Republic. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part is focused on the definition of concepts related to the solution of the aim of bachelor thesis such as tourism, regional tourism product, its characteristics and importance for the development of tourism, as well as evaluation factors with regard to the use of the potential of regional products. In the practical part, the author starts with the characteristics of the Bohemian Paradise region and its most important tourist attractions, followed by an analytical case study of two of the above-mentioned regional tourism products. On the basis of the analysis of the locational, implementation and selective aspects of both regional products, measures for the commercial development of the Golden trail of Bohemian Paradise are then outlined.

Key Words

Tourism, destination, regional product, Bohemian paradise region, The Golden trail.

Obsah

Seznam zkratk	11
Seznam obrázků	12
Úvod	13
1. Cestovní ruch a jeho vymezení	14
1.1 Členění cestovního ruchu	14
1.1.1 Druhy cestovního ruchu	15
1.1.2 Formy cestovního ruchu	16
1.1.3 Typy cestovního ruchu.....	17
2. Produkt cestovního ruchu	18
2.1 Klasifikace produktů cestovního ruchu dle jejich komplexity	18
2.1.1 Dílčí produktová nabídka.....	19
2.1.2 Regionální produkt	19
2.1.3 Nadregionální produkt	20
2.2 Specifika produktu cestovního ruchu	20
2.3 Proces tvorby produktu cestovního ruchu.....	21
2.3.1 Postup tvorby produktu cestovního ruchu.....	21
3. Potenciál produktu cestovního ruchu a přístupy k jeho hodnocení.....	23
3.1 Lokalizační faktory	23
3.2 Realizační faktory	23
3.3 Selektivní faktory.....	24
4. Region Český ráj	25
4.1 Sdružení Český ráj.....	26
5. Komparace tuzemského a zahraničního produktu cestovního ruchu	27
5.1 Zlatá stezka Českého ráje	27
5.1.1 Lokalizační faktory Zlaté stezky Českého ráje	29
5.1.2 Realizační faktory Zlaté stezky Českého ráje	31
5.1.3 Selektivní faktory Zlaté stezky Českého ráje	32
5.2 Stezka světového kulturního dědictví Wachau	33
5.2.1 Lokalizační faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau	34
5.2.2 Realizační faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau	35
5.2.3 Selektivní faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau	36
5.3 Komparace produktů	36

6. Návrhy a doporučení pro Zlatou stezku Českého ráje	39
6.1 Příklad navrhovaného produktového balíčku.....	39
Závěr	41
Seznam použité literatury.....	43
Seznam příloh	46

Seznam zkratek

CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
CHKO	Chráněná krajinná oblast
KČT	Klub českých turistů
SČR	Sdružení Český ráj
TUL	Technická univerzita v Liberci
UNESCO	The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Světové dědictví
ZS	Zlatá stezka

Seznam obrázků

Obrázek 1 Kategorie produktů CR.....	19
Obrázek 2 Průběh ZS	29
Obrázek 3 Zajímavosti a turistické cíle v okolí ZS v létě 2012	30
Obrázek 4 Ubytovací a stravovací zařízení v oblasti ZS v létě 2012	31

Úvod

Bakalářská práce se věnuje problematice komerčního rozvoje typového produktu cestovního ruchu. Hlavním cílem bakalářské práce je zhodnotit potenciál komerčního rozvoje významného produktu cestovního ruchu v Českém ráji, jímž je Zlatá stezka Českého ráje, a na základě srovnání s benchmarkovým typovým produktem navrhnout možné nástroje a konkrétní opatření pro další komerční rozvoj Zlaté stezky Českého ráje. Hlavní výzkumnou otázkou je, jakými způsoby lze podpořit návštěvnost a komerční rozvoj regionálního produktu cestovního ruchu Zlatá stezka Českého ráje.

Motivací autorky pro zpracování tématu je především pracovní zkušenost v turistickém informačním centru na Malé Skále, kde získala bližší informace o zanikajícím produktu Zlatá stezka Českého ráje. Práce byla konzultována se Sdružením Český ráj, které pro potřeby práce poskytlo existující analýzy a studie.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je nejprve popsán samotný cestovní ruch a jeho formy, druhy a typy. Další kapitola se zaměřuje na definici produktů cestovního ruchu, jejich specifik a proces tvorby.

Třetí kapitola se zaměřuje na potenciál produktu cestovního ruchu a přístupům k jeho hodnocení podle lokalizačních, realizačních a stimulačních faktorů. Výstupy teoretické části jsou poté aplikovány v části praktické.

Ve čtvrté kapitole autorka charakterizuje zájmovou oblast Českého ráje a jeho atraktivit. Autorka se v kapitole věnuje již existujícím regionálním produktům cestovního ruchu, jakož i sdružení Český ráj, které regionální produkty vytváří a zabezpečuje destinační management. Klíčovou kapitolou pro řešení hlavního cíle práce je pátá kapitola, kde autorka provádí analýzu a následně komparaci podobných regionálních produktů cestovního ruchu Zlaté stezky Českého ráje a Stezky kulturního dědictví Wachau z hlediska dříve definovaných rozvojových faktorů. V šesté kapitole autorka uvádí závěry předchozí analytické části a návrhy na zlepšení komerčního využití regionálního produktu Zlaté stezky Českého ráje po vzoru Stezky světového kulturního dědictví Wachau.

1. Cestovní ruch a jeho vymezení

Cestovní ruch je obtížné jednotně definovat, jelikož se vyskytuje v různých formách. Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) je však cestovní ruch definován jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (Middleton 2009).

Cestovní ruch lze také chápat jako průmysl spojený s poskytováním veškerých služeb, které jsou spojené s cestováním a turistikou. Jedná se o propojení ubytovacích služeb, atrakcí, dopravy, zprostředkovatelů a organizací (Ryglová a kol. 2011). Cestovní ruch je také možné vnímat jako důležitou část národního hospodářství.

Nejvíce se začal cestovní ruch rozvíjet ve 20. století pod vlivem politicko-ekonomické situace. Zaměstnanci dostávali v této době každoroční dovolenou, která trvala průměrně dva až tři týdny a po druhé světové válce mohli lidé díky zlepšené finanční situaci vkládat peněžní prostředky i do cestování spojeným s odpočinkem a relaxací. K snadnějšímu a rychlejšímu cestování také velice přispěl rozvoj dopravních prostředků, a to zejména transkontinentální lety, které zpřístupňovaly turistům návštěvu i těch nejvzdálenějších míst v relativně krátkém časovém rozpětí. Největší podíl na cestovním ruchu mají víkendové pobyty, poté jsou zájezdy na šest až sedm dní a poslední část tvoří zájezdy na osm až dvanáct dní (Beránek 2013).

Důležité je také vymezení místa bydliště, jelikož cestovní ruch jako takový představuje odjezd lidí z místa jejich bydliště do jiné oblasti. Cesty do práce nebo školy, které jsou poblíž místa bydliště nepatří k cestovnímu ruchu (Beránek 2013).

1.1 Členění cestovního ruchu

Členění cestovního ruchu má několik různých podob. Nejzákladněji lze však klasifikovat podle země původu a cílových destinací. V této klasifikaci se tedy dělí pouze na dva typy, a to cestovní ruch mezinárodní a domácí. V případě mezinárodního (zahraničního) cestovního ruchu je cílová země a země vycestování rozdílná. Cestování v tomto případě zahrnuje překročení hranic jiného státu. Domácí cestovní ruch se naopak uskutečňuje pouze v zemi původu turistů (Dileep 2019).

Zahraniční cestovní ruch se ještě dále člení na výjezdový a příjezdový. Výjezdový cestovní ruch tvoří výjezdy občanů dané země do zahraničí. V angličtině se pro výjezdová cestovní ruch používá termín „outgoing“. Příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země jsou označeny jako tzv. příjezdová cestovní ruch, který se anglicky označuje jako „incoming“ (Beránek 2013).

Dále se rozlišují druhy cestovního ruchu, v nichž se zohledňuje především účel a motivace cest, formy, které se shodují s potřebami účastníků a v neposlední řadě také typy cestovního ruchu (Srovátková 2013).

1.1.1 Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu jsou určeny v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách. Posuzují se podle účelu, pro který účastníci cestovního ruchu cestující a pohybující se mimo své trvalé bydliště nebo podle jejich motivace na účasti v rámci cestovního ruchu (Srovátková 2013).

- Dle místa realizace ve vztahu k danému státu se dělí na vnitřní, národní a mezinárodní cestovní ruch (Ryglová a kol. 2011).
- Dle původu účastníků rozlišujeme domácí, zahraniční a přeshraniční cestovní ruch (Ryglová a kol. 2011).
- Dle vztahu k platební bilanci na aktivní straně cestovního ruchu rozlišujeme příjezdový a tranzitní cestovní ruch, a na straně pasivní jde o výjezdový cestovní ruch (Srovátková 2013).
- Dle počtu účastníků rozlišujeme individuální cestovní ruch, kdy se účastní cesty pouze jednotlivců nebo případně malá skupina lidí. Dalším druhem je kolektivní cestovní ruch, který představuje účast více osob (Srovátková 2013).
- Dle délky trvání dělíme cestovní ruch na krátkodobý a dlouhodobý (Srovátková 2013).
- Dle způsobu zabezpečení průběhu rozdělujeme cestovní ruch na organizovaný a neorganizovaný (Ryglová a kol. 2011).
- Dle způsobu financování můžeme rozlišit volný (někdy také označován jako komerční) a vázaný (někdy také označován jako sociální) cestovní ruch (Ryglová a kol. 2011).
- Dle převahy místa pobytu dělíme cestovní ruch na městský, příměstský, venkovský, vysokohorský, mořský a přímořský (Srovátková 2013).

- Rozložení cestovního ruchu dle věku má nejčastěji dvě hlavní skupiny, a to mládežnický a seniorský cestovní ruch. Mládežnický se týká osob ve věku 15-24 let, které necestují s rodiči ani s vlastní rodinou. Seniorský cestovní ruch se zaměřuje na zájmy, potřeby a možnosti osob v pokročilém věku (Syrovátková 2013).
- Dle rozložení během roku (ročního období) se rozlišuje sezónní a mimosezónní (Ryglová a kol. 2011).
- Dle geografického hlediska rozlišujeme regionální, vnitrostátní, národní, zahraniční a mezinárodní cestovní ruch (Syrovátková 2013).

1.1.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu se zaměřují na určení motivace účastníků a přesně odpovídají jejich potřebám. Obvykle se tyto formy dělí nejprve na základní a specifické formy cestovního ruchu. Mezi základní formy patří rekreační, kulturní (kulturně-poznávací), sportovně-turistický a také léčebný a lázeňský cestovní ruch (Ryglová a kol. 2011).

- Rekreační cestovní ruch – podporuje především regeneraci a reprodukci fyzického a duševního stavu člověka.
- Kulturně-poznávací cestovní ruch – je spojen s poznáváním historie, náboženství, tradic a zvyků.
- Sportovně-turistický cestovní ruch – jeho předpokladem je sportovní činnost a zájem o aktivní odpočinek
- Léčebný a lázeňský cestovní ruch – je orientovaný na léčbu, relaxaci, prevenci a podporu celkového zdraví účastníka ve specializovaných zařízeních

Specifické formy cestovního ruchu zahrnují různé specializované segmenty turismu a cílí na jejich účastníky. Nabídka specifických forem se stále rozšiřuje podle poptávky trhu. Jako specifické formy cestovního ruchu se často uvádí například gastronomický, venkovský (součástí je agroturistika a ekoagroturistika), karavanová turistika nebo cestovní ruch s náboženskými motivy (Ryglová a kol. 2011).

1.1.3 Typy cestovního ruchu

Typy cestovního ruchu lze již přímo využít k tvorbě produktu cestovního ruchu a jejich specifickánost umožňuje tvorbu nespočetně mnoha typů cestovního ruchu. S nárůstem podílu volného času populace a touhou po nevšedních zážitcích vznikají neustále nové typy.

Samotné typy cestovního ruchu mají význam zejména pro zacílení a nasměrování návštěvníků do určitých destinací. Mezi typy cestovního ruchu patří především aktivní, incentivní, poznávací, venkovská, veletržní a kongresová turistika (Syrůvková 2013).

2. Produkt cestovního ruchu

Pojem produkt cestovního ruchu není v odborné literatuře zcela jednotně stanoven. Produkt lze v širším pojetí vymezit jako přírodní a kulturně-historické prostředí destinace a její atmosféra. Zákazník tento produkt nekupuje přímo. V užším pojetí se jedná o produkty v podobě služeb cestovního ruchu, které zákazník kupuje přímo (Jarolímková 2017).

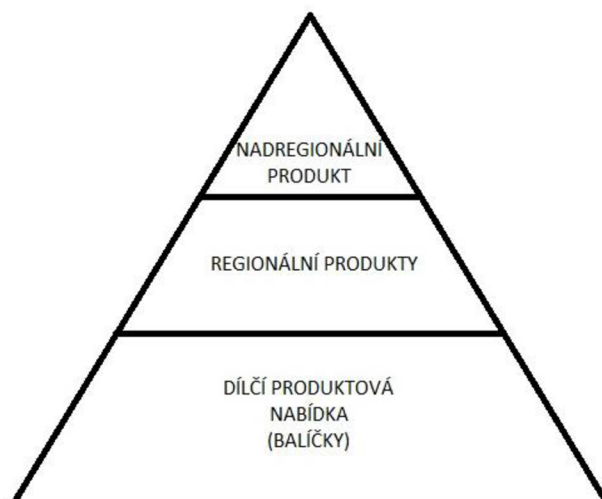
Z pohledu ekonomického se pod tímto pojmem rozumí zboží nebo služby cestovního ruchu vytvořené jako prostředek směny na trhu se schopností uspokojení potřeb spotřebitelů (Jarolímková 2017).

Pro cestovní ruch je typické velké rozpětí nabízených produktů. Produkty cestovního ruchu jsou na trhu nabízené ve formě balíčku (Package) nebo jednotlivě. Produkty vznikají za účelem zvyšování příjmů z cestovního ruchu a jsou také považovány za konkurenceschopný prvek destinací (Jarolímková 2017).

Produkt cestovního ruchu může být někdy vnímán i z hlediska celé destinace, tj. jako souhrn celkové nabídky všech atraktivit, služeb a zážitků. Také může být vnímán z hlediska návštěvníka jako komplexní zážitek, tj. zahrnuje časový interval již od opuštění domova do návratu návštěvníka (Palatková 2011). Pokud jsou produkty správně vytvořené, dokážou hosty do destinace nejen přilákat, ale i déle udržet či přimět k vyšším výdajům (Bakhtiyrovich 2020). Produkty vytváří podnikatelské subjekty (nejčastěji se jedná o zařízení služeb cestovního ruchu, cestovní kancelář nebo cestovní agenturu). Tvorbu produktů cestovního ruchu mohou z hlediska legislativy uskutečňovat pouze subjekty s náležitým podnikatelským oprávněním. Nejčastěji dochází k tvorbě produktů přímo lokálními subjekty z důvodu znalosti prostředí a snadnějšímu dohlížení na kvalitu (Jarolímková 2017).

2.1 Klasifikace produktů cestovního ruchu dle jejich komplexity

Produkty cestovního ruchu jsou v odborné literatuře (Jakubíková 2012) klasifikovány podle významu na dílčí produktovou nabídku, regionální produkt a nadregionální produkt (viz Obrázek 1).



Obrázek 1 Kategorie produktů CR

Zdroj: Vlastní zpracování podle CzechTourism 2020

2.1.1 Dílčí produktová nabídka

Do této skupiny produktů cestovního ruchu patří seskupení vybraných služeb či zážitků do jednotné produktové nabídky. Patří sem i nabídka zájezdů, která ve své minimální podobě kombinuje nejčastěji zajištění ubytování a dopravy. Součástí zájezdu mohou být zároveň i jednodenní výlety, služby průvodce nebo například upomínkové předměty. Další součástí této skupiny jsou také jednoduché produktové balíčky. Tyto balíčky nabízejí návštěvníkovi soubor služeb a zážitků za jednotnou cenu v rámci dané lokality (CzechTourism 2020).

2.1.2 Regionální produkt

Regionální produkt cestovního ruchu je balíček služeb, který zahrnuje typické rysy daného regionu. Měl by také přinášet užitek celému regionu a v souladu s udržitelným rozvojem přispívat k jeho rozvoji (Jarolímková 2017).

Může se jednat o významné kulturní nebo přírodní památky, specifické tradice, typický místní způsob života nebo jiné silné jednotné téma reprezentující daný region. Regionální produkt je tvořen většinou krajskou nebo oblastní organizací destinačního managementu a podílí se na něm vyšší počet subjektů (CzechTourism 2020).

2.1.3 Nadregionální produkt

Tato kategorie produktů není vázána na určitou lokalitu. Jedná se o širokou nabídku služeb a zážitků spojovaných silným nadregionálním tématem. Nadregionální produkt spojuje dílčí regionální produkty ČR. Jedním z příkladů může být nadregionální produkt České Baroko, který sdružuje jednotlivé regionální produkty zaměřené na místní barokní památky. Tímto propojením pak vzniká tematicky homogenní celek, který je pro cestovní ruch dané země natolik významný, že je propagován na národní úrovni. Tyto produkty splňují nejvyšší stupeň komplexnosti nabídky služeb a zážitků a jsou z největší části řízeny národními organizacemi destinačního managementu (CzechTourism 2020).

2.2 Specifika produktu cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu se zcela odlišuje od klasických spotřebitelských produktů. Do jeho ceny jsou započítány i atraktivity, které nejsou vytvářeny samotnými subjekty (například klimatické podmínky, okolní krajina nebo kulturní dědictví).

Většina produktů cestovního ruchu se nabízí v podobě nehmotných služeb. Produkt cestovního ruchu se tvoří vzájemnou interakcí návštěvníka a zdroji destinace v určitém čase. Produkt se musí rozvíjet v čase, rozsahu a struktuře s ohledem na poptávku návštěvníků, konkurenční nabídku a životní cyklus produktu (Jakubíková 2012).

Produkt cestovního ruchu je vždy zaměřený na určitou cílovou skupinu. Nabídka produktů musí zvládnout čelit konkurenci na všech úrovních od dílčích produktových nabídek přes regionální produkty až po nadregionální produkty. Další vlastností produktů cestovního ruchu je jejich komplexnost. Jedná se totiž o ucelený soubor služeb a zážitků na kterém se podílí větší množství subjektů. V rámci produktu cestovního ruchu je generována útrata u subjektů podílejících se na jeho utváření. Často se jedná se o kombinaci různých typů služeb a zážitků. Produkt tedy bývá vícevrstvý (CzechTourism 2020).

2.3 Proces tvorby produktu cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu z hlediska tvorby rozlišujeme na tři úrovně: všeobecný produkt, očekávaný produkt a širší produkt. Prvním krokem při tvorbě produktu cestovního ruchu je poznat jádro potřeb zákazníka, poté navrhnout očekávaný produkt a dále najít způsoby pro jeho další rozšíření za přijatelnou cenu pro zákazníky (Hesková a kol. 2006).

- Všeobecný produkt (jádro) – je to jádro produktu tvořené nabídkou specializovaných služeb, které jsou pro návštěvníky klíčové. Jedná se například o služby ubytovací, dopravní nebo stravovací. Součástí všeobecného produktu je také primární nabídka cílové destinace, která je zásadní pro rozvoj sekundární nabídky místa.
- Očekávaný produkt (obal) – je produkt, který se skutečně dostane k zákazníkovi. Svou formou se odlišuje od konkurence (atmosféra, kvalita, značka apod.). Očekávaný produkt představuje skutečný produkt vyplývající z očekávání zákazníka.
- Širší produkt (rozšířený produkt) – jde o dodatečný zážitek pro zákazníka. Přispívá k celkové spokojenosti a představuje něco pozitivního, co zákazník neočekával. Může se jednat o poskytnutí slevy, služby nad rámec objednávky nebo dar pro stálé zákazníky.

(Hesková a kol. 2006)

2.3.1 Postup tvorby produktu cestovního ruchu

Tvorba produktu cestovního ruchu se dělí na několik fází. Nejprve je nutné produkt vytvořit, což vychází z potenciálu daného místa/destinace. Poté je důležité produkt průběžně vylepšovat, rozvíjet a také o něj v průběhu systematicky pečovat. Při dodržení následujících kroků může vzniknout stabilní a dlouhodobě úspěšný produkt cestovního ruchu.

Vytváření produktu se provádí v jednotlivých krocích. Prvním krokem je detailní analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu a také preferencí potenciálních zákazníků. Dále je potřeba vymezit vznikající produkt. Vytvoření logického celku spojující určité téma nebo geografickou oblast. Dalším podstatným krokem je navazování spoluprací se soukromými a veřejnými subjekty. Tyto subjekty utvářejí nabídku cestovního ruchu a společně plánují další kroky, které vedou k vytvoření finálního produktu. Velmi důležitou roli hrají ve fázi vytváření produktu organizace destinačního managementu. Zajišťují koordinaci subjektů a dohlížejí na efektivní realizaci všech kroků.

V rámci péče o produkt probíhá ve spolupráci subjektů implementace produktu cestovního ruchu. Je kladen důraz na jednotnou propagaci produktu kvůli efektivnímu oslovení cílových skupin. V této fázi je důležité udržování kvality produktu a v případě vzniklých nedostatků následné operativní řešení.

Rozvoje produktu cestovního ruchu se účastní participující subjekty, které společně doplňují a rozšiřují nabídku služeb a zážitků. Nabídka produktu cestovního ruchu by měla být stále inovována podle preferencí návštěvníků. Je důležité doplňování o další služby, aby si produkt zachoval vysokou atraktivitu i v případě opakovaného navštívení.

(CzechTourism 2020)

3. Potenciál produktu cestovního ruchu a přístupy k jeho hodnocení

Návštěvnost a rozvoj destinace v rámci cestovního ruchu závisí z velké části na potenciálu CR vybraného území. Přístupy k hodnocení potenciálu se však liší. Nejpodrobněji toto téma popsal a rozdělil do kategorií Peter Mariot (1983). Tento autor rozděluje předpoklady CR na lokalizační, selektivní a realizační.

Dalším autorem, který se touto tematikou zabýval je Bína (2002), který rozděluje předpoklady rozvoje CR pouze na lokalizační a realizační. Rozhodujícím faktorem k návštěvě určitého regionu je i vybavenost služeb a zařízení (Bína 2010).

3.1 Lokalizační faktory

Vymezení lokalizačních faktorů se u různých autorů liší. Podle tradičního členění P. Mariota se dělí na dvě skupiny, a to přírodní a kulturně správní předpoklady cestovního ruchu. Hodnotí je pak na základě přirozeného potenciálu krajiny z hlediska CR. K přírodním předpokladům řadí povrch (reliéf), typ podnebí, rozšíření povrchové i podzemní vody i zastoupení rostlin a živočichů. Mezi kulturně správní řadí dopady tvůrčí činnosti člověka. Do této kategorie patří stavební památky, lidová kultura a ostatní kulturně historické předpoklady (Mariot 1992).

Na rozdíl od Mariota chápe Bína lokalizační faktory cestovního ruchu tak, že jsou vyjádřeny atraktivitou místní přírody a krajiny nebo místními kulturními hodnotami. Nejvýhodnější pro rozvoj CR jsou oba sektory současně.

3.2 Realizační faktory

Realizační faktory umožňují uskutečňování cestovního ruchu a splnění nároků jednotlivých účastníků. Tyto faktory se rozdělují do dvou skupin – komunikační předpoklady CR a materiálně technická základna CR. Komunikační předpoklady zajišťují průběh dopravy za pomoci silničních, vodních nebo železničních komunikací. Materiálně technickou základnu CR tvoří veškerá ubytovací, stravovací, zábavná a dopravní zařízení (Mariot 1992).

3.3 Selektivní faktory

Selektivní faktory dle Mariota (1992) ukazují způsobilost společnosti zúčastnit se CR. Tyto faktory se dělí na objektivní a subjektivní. Za objektivní považujeme ty faktory, které odráží širší historické události a obecný stav společnosti. Mezi ně patří vnitropolitická situace, ekonomické předpoklady, demografické předpoklady nebo kvalita životního prostředí. Do subjektivních předpokladů patří řada psychologických aspektů, které ovlivňují rozhodování jednotlivce nebo skupiny účastníků CR. Z velké části je člověk ovlivňován tradicemi a zvyky, výchovou v domácnosti a osobní preferencí, ale velkou roli hraje také vhodná propagace, reklama, zkušenost a současné trendy ve společnosti (Hamarnehová 2012).

4. Region Český ráj

Samotný pojem „Český ráj“ vznikl ve druhé polovině 19. století, kdy mu tak začali říkat turisté, návštěvníci a zejména také umělci. V této době se začala stávat turistika obecným evropským trendem. Zdejší území se postupně stalo jedním z nejvyhledávanějších lokalit v České republice (Kolářek 2015).

Český ráj byl v roce 1955 vyhlášen jako první chráněná krajinná oblast v tehdejší republice. Tento region se nachází na středním toku řeky Jizery a leží mezi Mnichovým Hradištěm, Turnovem, Železným Brodem, Semilami, Jičínem a Libaním. Zasahuje do území Libereckého, Královéhradeckého a Středočeského kraje. Český ráj je zatím jediným geoparkem patřícím pod organizaci UNESCO v České republice. Tento geopark zahrnuje širokou škálu geologických a geomorfologických fenoménů, archeologických i mineralogických lokalit a podává představu o vývoji Země (Geoparkceskyraj.cz 2023). Mezi nejatraktivnější místa patří skalní města. K nejznámějším patří Prachovské skály, Hruboskalsko, Besedické skály nebo Příhrazské skály se zbytky skalního hradu nazývané Drábské světničky. Symbolem Českého ráje je zřícenina hradu Trosky, která se nachází u Rovenska pod Troskami. Nejvyšším bodem celé oblasti je Kozákov s výškou 744 metrů. Český ráj nabízí také mnoho kulturních památek jako hrad Kost, zámky Sychrov, Humprecht nebo Hrubý Rohozec.

Region je také známý řemeslnou výrobou. V Železném brodě je dlouhá historie sklářských výrobků a šperků z vinutých perel. Dále jsou pro region významné mnichovohradištské ošatky či turnovské granátové šperky a broušené drahokamy.

V Českém ráji je k dispozici hustá síť pěších a cyklistických tras a stále oblíbenější jsou výlety na koloběžkách. Na řece Jizeře je možnost splutí na kánoji, raftu či paddleboardu. Vyhledávanou atrakcí jsou také lety balónem nebo paragliding. Je to oblíbený region pro rodiny s dětmi, a právě pro nejmenší návštěvníky jsou připravené různé naučné stezky nebo zábavná hra Za pověst-mi Českého ráje (Cesky-raj.info 2023).

Mezi produkty cestovního ruchu, které vznikly v regionu Český ráj patří například Český ráj bez bariér, Za pohádkou do Českého ráje, Technické památky a rozhledová místa v Českém ráji anebo Zlatá stezka Českého ráje.

4.1 Sdružení Český ráj

Sdružení Český ráj (SČR) je oficiální oblastní organizace destinačního managementu s certifikací od České centrály cestovního ruchu CzechTourism. Cílem spolku je spolupráce obcí, měst a dalších subjektů na udržitelném rozvoji cestovního ruchu v regionu. Hlavní činností spolku je marketing a prezentace destinace. Mezi klíčové činnosti patří webová prezentace regionu, tvorba a rozvoj produktů cestovního ruchu, distribuce propagačních materiálů, certifikace regionálních produktů, prezentace na akcích a veletrzích a množství dalších aktivit přispívajících k rozvoji regionu (Cesky-raj.info 2023).

5. Komparace tuzemského a zahraničního produktu cestovního ruchu

V následující kapitole jsou charakterizovány a z hlediska dříve uvedených rozvojových faktorů analyzovány dva regionální produkty cestovního ruchu. Prvním produktem je Zlatá stezka Českého ráje, která zastupuje tuzemský regionální produkt cestovního ruchu a druhým produktem je rakouská stezka světového kulturního dědictví Wachau zastupující zahraniční regionální produkt cestovního ruchu. Srovnávací analýza je založena na lokalizačních, realizačních a selektivních faktorů.

5.1 Zlatá stezka Českého ráje

Zlatá stezka je nedílnou součástí Českého ráje od konce třicátých let minulého století. Poprvé se název Zlatá stezka objevil v roce 1937. Tento regionální produkt cestovního ruchu vznikl propojením již fungujících stezek a jejich jednotným označením červenou turistickou značkou. Cílem stezky bylo propojení nejzajímavějších lokalit a atraktivit spolu s ubytovacími a stravovacími službami, které Český ráj nabízí. I když pozdější doba rozvoji Zlaté stezky jako turistického produktu moc nepřispěla, trasa propojovala a dodnes propojuje nejpřitažlivější místa zdejší krajiny (Zlatastezkaceskehoraje.cz 2013).

Stezka je dlouhá 119 km a vede od Mladé Boleslavi přes Mnichovo Hradiště, Turnov a Lomnicko až do Jičína. Vede mezi skalními městy Hruboskalskem a Maloskalskem, Drábskými světničkami, v dosahu jsou také Prachovské skály a část Pojizeří. Na stezce leží také spousta středověkých hradů (Valečov, Kost, Trosky, Hrubá skála, Valdštejn, Frýdštejn) a její součástí jsou i rozhledny a kopce (Mužský, Kopanina, Kozákov, Tábor) a také skvosty tehdejší architektury (Tůma, Kňap 2007).

Hlavní zásluhu na vzniku stezky měl Klub českých turistů (KČT), který se zasloužil o její zpřístupnění a značení tras. Zlatá stezka nebyla tvořena jako dlouhodobý projekt, ale její koncept i dnes odpovídá současným trendům cestovního ruchu. Dálkové pěší trasy vedoucí atraktivním regionem jsou stále velice vyhledávané a turisty navštěvované.

První úsek stezky začíná na Valdštejnově náměstí v Jičíně a cesta vede přes vrch Tábor pod vrch Kozákov. Z Jičína se návštěvník vydá směrem na Valdice a Železnici a odtud pokračuje na první z mnoha zřícenin a hradů, na zřícenině Bradlec a poté trasa směřuje k vrchu Tábor. Na Tábor vedou

dvě cesty, z nichž jedna je čistě pěší a druhá je vhodná i pro cyklisty. Po cestě návštěvník potká Tichánkovu rozhlednu z roku 1911 a restauraci. Na Táboře také končí křížová cesta a stojí zde kostel Proměnění Páně. Dále pokračuje cesta přes místní obce až na Kozákov.

Druhý úsek vede od Kozákova i městskou zástavbou přes Semily do Železného Brodu. Je zde možnost projít stezku přes Masarykovu vyhlídku do Spálova lesem nebo po Riegrově stezce kolem řeky Jizery do Spálova a poté do Železného Brodu. Trasa dále pokračuje na Malou Skálu, která je vstupním místem do Besedických a Suchých skal.

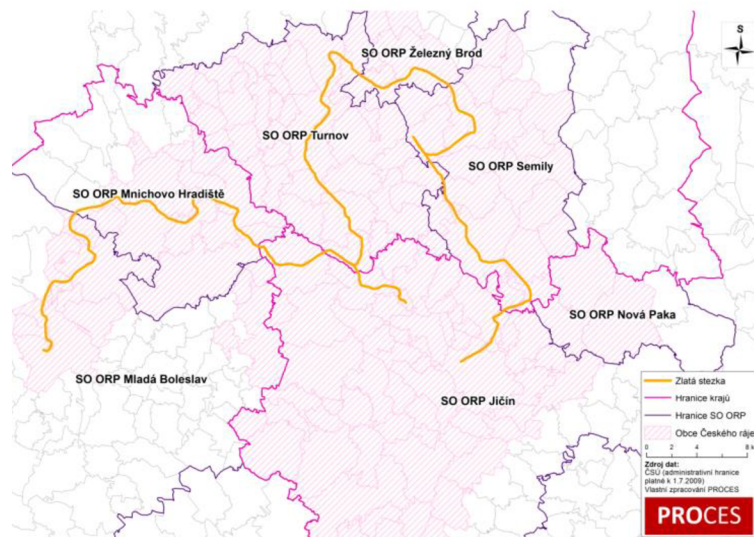
Na Malé Skále začíná třetí úsek stezky, který pokračuje kolem Pantheonu na hrad Frýdštejn a poté směrem na Turnov. Tato cesta vede skrz skály nad údolím Jizery s odbočkou na zbytky skalního hradu Drábovna. Za městem Turnov vede cesta přes rozhlednu Hlavatice a od rozhledny po upravené cestě, jenž je vhodná i pro cyklisty k hradu Valdštejn a Hruboskalskému skalnímu městu po červeně značené stezce.

Čtvrtá část cesty vede na zříceninu hradu Trosky přes Podtrosecké údolí a dále lze pokračovat dvěma možnými způsoby. První možnost je přes rybník Nebákov na Libošovice a poté přes Prokopské údolí na hrad Kost a druhá vede přes Mladějov do Prachovských skal a úsek lze zakončit také na hradu Kost.

Pátý úsek vede od hradu Kost na Příhrazské skály a dále k Drábským světničkám. Poté kolem Klamorny, což je bývalé hradiště a hrad k zřícenině skalního hradu Valečov. Z Valečova cesta dále pokračuje několik kilometrů do Mnichova Hradiště.

Poslední úsek z Mnichova Hradiště do Mladé Boleslavi vede přes Klášter Hradiště nad Jizerou a odtud se cesta napojuje na Klokočský les. Dále následuje město Bakov nad Jizerou. Cesta odtud vede podél řeky Jizery do Josefova dolu, který se nachází těsně u Mladé Boleslavi, kde stezka končí.

(Studie produktů cestovního ruchu – Zlatá stezka Českého ráje 2012)



Obrázek 2 Průběh ZS

Zdroj: PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů 2012

Termín Zlatá stezka je sice stále používán v mapách a na rozcestnících, ale zájem o absolvování celé trasy postupně opadl a tento regionální produkt cestovního ruchu nebyl dále rozvíjen. V letech 2011 až 2012 byly pro Sdružení Český ráj vypracovány dvě studie produktů cestovního ruchu v této lokalitě a jedním ze zkoumaných produktů byla i Zlatá stezka Českého ráje. Studie byla zaměřena na zatraktivnění tohoto produktu, doplnění databáze ubytovacích a stravovacích zařízení i zajímavostí a cílů stezky a identifikování nedostatků či nových příležitostí produktu (rozvoj-obce 2011). Na základě studie bylo zlokalizováno 686 ubytovacích a stravovacích zařízení a 637 zajímavostí a cílů. V rámci terénního šetření a sběru informací byly vypracovány dvě databáze, které obsahují ubytovací a stravovací zařízení a zajímavosti a cíle a ty jsou využity na webových stránkách Zlaté stezky (Studie produktů cestovního ruchu – Zlatá stezka Českého ráje 2012).

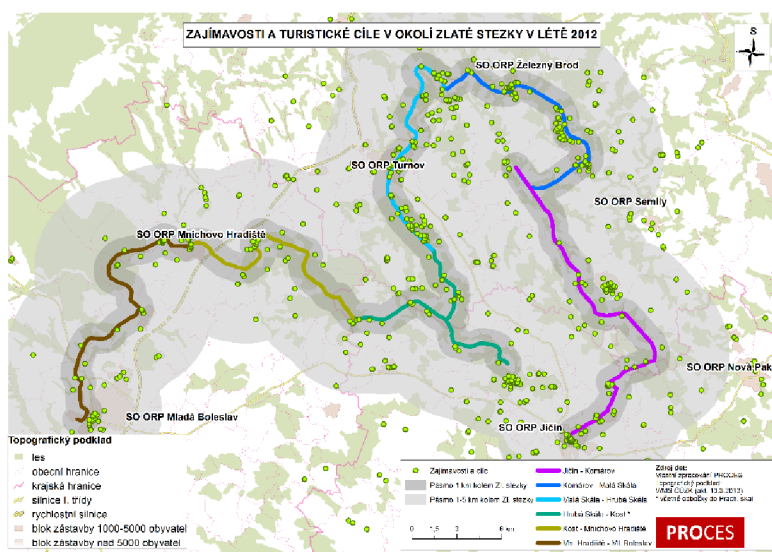
5.1.1 Lokalizační faktory Zlaté stezky Českého ráje

Zlatá stezka se nachází v turistické oblasti Český ráj, který nabízí výjimečnou koncentraci atraktivit. Jedná se o atraktivity přírodní i kulturní, přičemž z nich má řada nadnárodní potenciál.

- Přírodní atraktivity – Na území byla vyhlášena první česká CHKO a Český ráj zařazený do Sítě evropských a světových geoparků UNESCO. Velký význam zde mají nejen hluboké lesy, ale i systém rybníků na vodních tocích a mokřadní ekosystémy z hlediska různorodosti krajiny a výskytu chráněných biologických druhů. Reliéf má jedinečnou členitost i z důvodu vyvrhelých hornin, jež tvoří krajinné dominanty. Jsou zde naleziště achátů, ametystů, jaspisů, chalcedonů i jiných drahých kamenů. Do nabídky přírodních atraktivit, které se po stezce

objevují patří skalní města, hřebeny a útvary (Hruboskalské skalní město, Prachovské skály, Maloskalsko a další). Skalní města jsou pro turisty velmi atraktivní i díky propracované síti značených turistických cest a vyhlídek. Další výraznou atraktivitou na stezce jsou místa dalekých rozhledů (Kozákov, Trosky a další). Také údolí vodních toků jsou atraktivními místy pro pěší turistiku. Na stezce se nachází množství rybníků, studánek i mokřadů (Údolí Plakánek a další). Stezka vede krajinou s rozmanitými biotopy. Na území CHKO bylo zjištěno 940 druhů vyšších rostlin a je zde vyhlášeno 689 památných stromů. Sídli zde také 20 až 30 tisíc druhů živočichů a z toho 143 zvláště chráněných.

- Kulturní atraktivita – Stezka vede přes velkou řadu atraktivit kulturního nebo historického rázu. Region byl osídlen již před 12 tisíci lety a nejvýraznější stopy na podobě konkrétních památek zanechaly šlechtické rody Valdštejnů, Vartnberků, pánů z Michalovic a Lemberků. Mezi nejznámější kulturní památky, které se na stezce nachází patří Valdštejn, Hrubá Skála, Kost a mnoho dalších. Po cestě se vyskytuje také množství muzeí a galerií. Mezi nejnavštěvovanější patří Muzeum Českého ráje v Turnově nebo Regionální muzeum a galerie Jičín – Muzeum hry. Region je atraktivní i díky své lidové architektuře. Po cestě jsou k vidění roubené chaloupky, hospodářské usedlosti a stavení. V Lomnici nad Popelkou je dochovaná památková rezervace Karlov. Nabídku cestovního ruchu také doplňují kulturní, sportovní nebo jiné společenské akce probíhající na území po celý rok. Jedná se například o staročeské řemeslné trhy v Turnově, Jičín – město pohádky, Sedmihorské léto nebo unikátní sportovní událost Kozákov Challenge (závod sjezdu na skateboardech a longboardech) (Strategický plán SČR na období 2020 až 2030).



Obrázek 3 Zajímavosti a turistické cíle v okolí ZS v létě 2012

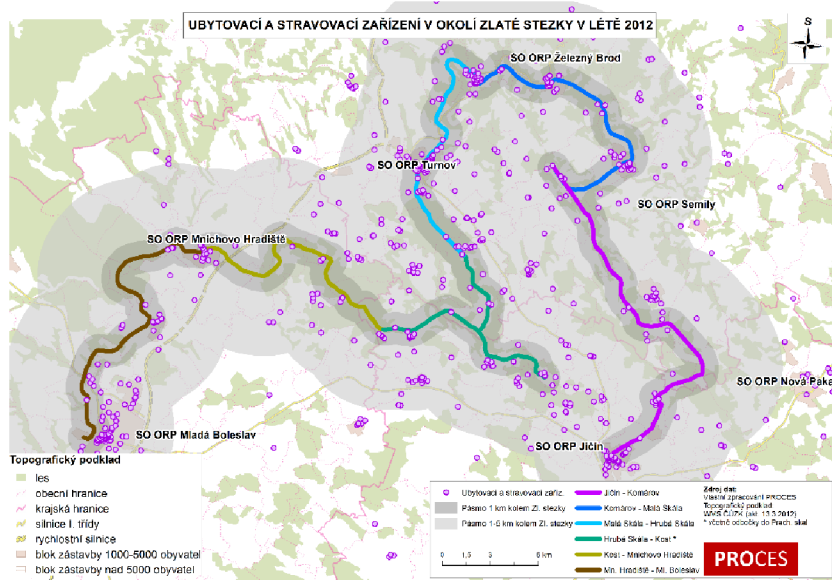
Zdroj: PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů 2012

5.1.2 Realizační faktory Zlaté stezky Českého ráje

Celkový počet zařízení dle ČSÚ se v Českém ráji od roku 2012 snížil o 13 % z původních 220 na současných 191. Počty hotelů jsou konstantní dlouhodobě, ale například penzionů, a především jinde neuvedených zařízení výrazně ubylo. V posledních letech naopak přibývá kempů a chatových osad.

Největší podíl na počtu lůžek mají hotely s 26 %, dále kempy s 19 % (kempy lůžkovou kapacitu každoročně zvyšují), penziony tvoří pouze 16 % lůžkové kapacity a podobnou kapacitu obsahují také chatové osady. Území regionu postrádá hotely nejvyšší kategorie a je zde v provozu pouze několik velkokapacitních ubytovacích zařízení. Nabídka je tedy pro větší skupiny a movitější klienty omezená. Novým trendem je sdílené ubytování, ale zhodnocení tohoto vlivu není možný z důvodu chybějících relevantních dat.

Stravovací zařízení jsou z většiny provozována soukromými subjekty. Jejich statistiky tedy nejsou dostupné. Na turistických trasách převažují stravovací zařízení typu rychlého občerstvení. Tyto formy stravovacích zařízení s sebou však nesou riziko kvality. Kvalita stravovacích služeb celkově stagnuje. V nabídce převažuje běžná česká kuchyně (Strategický plán SČR na období 2020 až 2030).



Obrázek 4 Ubytovací a stravovací zařízení v oblasti ZS v léte 2012

Zdroj: PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů 2012

Celé území turistického regionu je velmi dobře dostupné pro silniční i železniční dopravu. Má dobré napojení na komunikační trasy. Z hlavního města Prahy do centra regionu, tedy Turnova, lze po dálnici dojet autem za 45 minut. V dojezdové vzdálenosti 30 minut autem jsou i státní hranice s Polskem a Německem.

Hromadná autobusová doprava je orientovaná spíše na pokrytí základních potřeb místních obyvatel. Problematická je nekoordinovanost navazování spojů do velkých měst a nedostatečné množství spojů na menších obcích (zvláště v odpoledních a večerních hodinách a o víkendech). Jízdní řády nevyhovují potřebám turistů. Vlaková doprava je naopak turisty využívána častěji. Především na Semilsku a Turnovsku. Z hlediska cestovního ruchu má význam nabídka historických jízd například v parních lokomotivách. Automobilová doprava je nadále převažující. Naráží však na problémy nedostatečné kapacity parkovišť, nedostatečnou doprovodnou infrastrukturou (WC, umývárny) a také návazností na hromadnou dopravu (Strategický plán SČR na období 2020 až 2030).

5.1.3 Selektivní faktory Zlaté stezky Českého ráje

Cílovou skupinou stezky jsou pěší turisté. Produkt je zaměřen na podporu pěší turistiky v oblasti Českého ráje. Stezka vede jádrovým územím, ale zasahuje také do okrajových lokalit. Má potenciál ovlivnit tok návštěvníků a jejich zavedení na méně známá místa. Jednou z hrozeb pro rozvoj cestovního ruchu v regionu je právě zvýšení podílu jednodenních návštěv, které jsou cílené pouze na nejnavštěvovanější a nejznámější atraktivity. Zlatá stezka by mohla pomoci k prodloužení pobytu turistů i jejich rozprostření po celé oblasti.

Zlatou stezku je poměrně časově náročné projít celou a lze předpokládat největší koncentraci turistů přes letní měsíce. Právě z důvodu časové i fyzické náročnosti je stezka vhodná pro vysokoškolské studenty. Je ale potřeba tento produkt přizpůsobit jejich potřebám.

Zlatá stezka má své webové stránky, kde jsou uvedeny aktuality, popsána historie stezky, památky a turistické cíle a také seznam veškerých ubytovacích a stravovacích zařízení na stezce. Byly také vytvořeny propagační materiály ve formě letáčků, které jsou k dostání v informačních centrech napříč Českým rájem a jsou v nich zaznamenány všechny úseky stezky, mapa, základní informace o stezce a 6 zásad ohleduplného návštěvníka přírody. Chybí však propagace na sociálních sítích, která by zaujala i mladší generaci turistů.

Produkt Zlatá stezka Českého ráje postrádá propojení zainteresovaných subjektů ze soukromého i veřejného sektoru. Jedná se hlavně o jednotnou propagaci produktu a nabídku komplexně propracovaného produktu určeného konkrétním cílovým skupinám.

(Studie produktů cestovního ruchu – Zlatá stezka Českého ráje 2012)

5.2 Stezka světového kulturního dědictví Wachau

Stezka světového dědictví Wachau se nachází v Dolním Rakousku u údolí Dunaje v oblasti vinic Wachau. Celá stezka, podobně jako Zlatá stezka Českého ráje, má délku 180 km a nabízí velké množství turistických tras. Dalším společným aspektem je ocenění UNESCO. Tato cesta totiž propojuje 13 historických obcí světového dědictví UNESCO a vede krajinou podél říčního toku. Stezka světového kulturního dědictví Wachau je rozdělena do 14 etap a dá se projít v obou směrech. Etapy jsou rozděleny podle délky, převýšení a časové náročnosti. U každé etapy je také určena náročnost s ohledem na kondici turistů. Na trase je možné využití lodního převozu a tím se rozšíří možnost pro další plánování dovolené v této oblasti. Stejně jako na Zlaté stezce, je po celé trase Wachau velké množství historických zajímavostí. Jedná se o 20 hradů, zřícenin a zámků, ale stezka vede i přes nejvyšší horu na Dunaji vysokou 960 m a rozlehlé vinice.

Pro návštěvníky vytvořil destinační management Dunaj Dolní Rakousko balíčky služeb, které si mohou turisté zakoupit a zajistit si tak pohodlnější putování po stezce. Balíčky jsou především tvořeny kombinací ubytovacích a stravovacích služeb, ale také přepravou zavazadel po stezce a jinými přídatnými službami. Na oficiálních webových stránkách nabízí společnost s ručením omezeným Donau Niederösterreich Tourismus šest různých balíčků, které si mohou návštěvníci zakoupit.

První balíček se nazývá „Cesta za vínem po Dunaji“ a v jeho ceně je komfortní dvoulůžkový pokoj u místních vinařů na dvě noci, ochutnávka domácích vín, piknik s vinařskou svačinou ve vinohradě, plavba lodí (jednosměrná jízda), cesta zpět na půjčeném kole a vstup na prohlídku kláštera Göttweig (prohlídka může být v němčině, angličtině, češtině, slovenštině a na vyžádání také v italštině a francouzštině). Cena tohoto balíčku je 169 EUR na osobu.

Druhý balíček obsahuje přenocování včetně snídaně ve vybraných zařízeních po stezce na šest nocí, svačinu na každý den s regionálními produkty od hostitele, každodenní převoz zavazadel do

ubytovacího zařízení (maximálně 1 zavazadlo), ochutnávku tří druhů vín, plavbu lodí z Melku do Kremže a turistickou mapu, popis trasy a informace o světovém kulturním dědictví Wachau. Cena tohoto balíčku je od 705 EUR na osobu (cena závisí na kategorii pokojů, které jsou k dispozici).

Třetí balíček, který si mohou turisté zakoupit se nazývá „E-bike trasa vína a meruněk“ a v ceně jsou zahrnuty dvě noci ve vinařství Weinhof Aufreiter se snídaní formou švédských stolů, pochoutkářské menu z Wachau v rámci polopenze, ochutnávka meruněk a vína v domácím obchůdku, půjčení elektrokola na dva dny a vstup na komentovanou prohlídku v klášteře Göttweig. Cena tohoto balíčku je 239 EUR na osobu.

Čtvrtý balíček nabízí čtyři noci se snídaní v zařízení bett and bike Wachau, zapůjčení kola na tři dny, vstup včetně skupinové prohlídky s průvodcem v klášteře Melk, plavbu lodí z Melku do Spitz, ochutnávku výrobků z meruněk v Mühldorfu ve Wachau u místních pěstitelů a cyklomapsu Dolního Rakouska. Cena tohoto balíčku je od 469 EUR ve dvoulůžkovém pokoji (příplatek za jednolůžkový pokoj na vyžádání).

Pátý balíček obsahuje dvě noci včetně snídaně ve vybraném zařízení, svačinu s regionálními produkty, přepravu zavazadel na místo přenocování (maximálně jedno zavazadlo) a cestovní balík s mapou, popisem trasy a informací o kulturním dědictví Wachau. Cena tohoto balíčku je 209 EUR na osobu.

Šestý balíček je orientovaný na podzimní období. Návštěvníci mají v ceně dvě noci včetně snídaně ve vybraném vinařství, nápoj na přivítanou, pomoc při vinobraní, ochutnávku vína, půjčení kola na jeden den a plavbu lodí z Kremže do Spitz. Cena tohoto balíčku je 142 EUR na osobu.

(Donau.com 2023)

5.2.1 Lokalizační faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau

Stezka světového kulturního dědictví Wachau je stejně jako Zlatá stezka Českého ráje tvořena množstvím kulturních i přírodních atraktivit. Jádrem celého regionu tvoří řeka Dunaj a celá oblast patří mezi jednu z turisticky nejnavštěvovanějších míst v Rakousku.

- Přírodní atraktivita – Oblast Wachau je známou vinařskou oblastí rozkládající se mezi městy Melk a Kremže. Na příkrých terasovitých svazích je pěstován především Veltlín zelený

a Ryzlink rýnský. Velmi navštěvovanou atraktivitou je také hora Jauerling s výškou 960 metrů. Na horu vede okružní turistická trasa kolem přírodního parku Jauerling – Wachau. Stezka také vede přes chráněnou přírodní oblast Steinige Riess s nedotknutým dubovým a bukovým lesem.

- Kulturní atraktivity – Součástí stezky Wachau jsou také kulturní památky. Stezka nabízí množství zámků, hradů nebo klášterů. Mezi nejznámější kláštery patří Göttweig a Melk. Velkou atraktivitou je také staré město Dürnstein s charakteristickou modrou věží kláštera augustiniánských kanovníků. Další dominantou jsou i zříceniny hradů. Jedná se o zříceninu hradu Dürnstein, Senftenberg anebo ruinu hradu Aggstein z 12. století. Na stezce se objevují pozůstatky z Římské říše v podobě římské obranné věže v Bacharnsdorfu nebo římské pevnosti v Mauternu. Tyto památky připomínají dobu, kdy Dunaj tvořil hranici Římské říše na severu.

(Donau.com 2023)

5.2.2 Realizační faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau

Na stezce Wachau je velké množství různých ubytovacích zařízení. Návštěvník si zde může vybrat od pětihvězdičkových hotelů, rodinných podniků, selských usedlostí, ubytování u vinařů až po kempy. Rakouské hotely a ubytovací zařízení jsou rozděleny do pěti kategorií. Ubytovací zařízení jsou na stezce přizpůsobeny cykloturistům, a proto nabízejí přenocování pro hosty s kolem i na jednu noc. Tyto podniky mají označení „Bett und Bike“ a nabízejí bezpečná místa pro uschování kol, možnost vysušení oblečení a cyklistické výstroje a také bohatou snídani. Při technických problémech s kolem pomohou domácí s opravou nebo zprostředkují kontakt na nejbližší opravnu kol. Na stezce je také mezi turisty velice oblíbené ubytování přímo u vinařů, kde mají možnost zažít autentický pobyt na selském dvoře a práci na vinici.

Stravovací zařízení jsou v oblasti Wachau na vysoké úrovni. Hostitelé nabízejí kvalitní, ale hlavně regionální speciality. Snaží se dodávat produkty od místních výrobců a vytváří tak pro návštěvníky příjemný zážitek. Jedná se především o meruňky z regionu Wachau, které jsou místní specialitou s uznávanou a chráněnou značkou v Evropské unii. Typickým regionálním produktem je také pečivo Laberl, šafrán z Wachau nebo čerstvé ryby přímo z Dunaje.

Od roku 2012 existují podniky s certifikátem kvality „Best of Wachau“. Jedná se ubytovací i stravovací zařízení s vysokou kvalitou a typickými rysy regionu. Svou nabídku stále rozvíjejí a inovují za účelem dosažení vyšší kvality a komfortu pro hosty.

Stezka Wachau je dobře napojena na síť veřejné dopravy. Mezi Kremží a Melkem jezdí pravidelné autobusové linky. Od dubna do října je také možnost přepravy pomocí trajektů mezi oběma břehy Dunaje. S celodenní jízdenkou lze využívat 3 dunajské přivozy a autobusy na linkách Wachau. Jízdenky je možné zakoupit přímo na trajektech, v autobusech nebo v informačních centrech.

(Donau.com 2023)

5.2.3 Selektivní faktory Stezky světového kulturního dědictví Wachau

Cílovou skupinou stezky Wachau jsou také pěší turisté. Stezka vede po dobrých turistických stezkách a zpevněných viničních stezkách a je tedy vhodná pro všechny se základní zdatností. Balíčky služeb stezky jsou tvořeny na míru různým cílovým skupinám. Jedná se například o rodiny s dětmi, horolezce, cyklisty anebo gastroturisty. Nejvhodnější doba pro návštěvu stezky je od března do října.

Stezka je propagována na webových stránkách regionu Dolní Rakousko. Na stránkách jsou popsány informace o stezce a balíčky služeb přímo k zakoupení. Region má také vytvořený profil na Facebooku a Instagramu, kde má dohromady přes sto tisíc sledujících. Pro region byla vytvořena aplikace s názvem Niederösterreich Guide, která má nyní přes padesát tisíc stažení. Aplikace slouží jako turistický průvodce po oblasti. Všechny trasy v aplikaci obsahují podrobné informace o délce trvání, obtížnosti nebo nadmořské výšce včetně obrázků míst.

(Donau.com 2023)

5.3 Komparace produktů

Zlatá stezka Českého ráje je produktem cestovního ruchu, jehož popularita postupem času klesá. Na základě srovnání s rakouskou prosperující stezkou navrhuji několik opatření pro rozvoj Zlaté

stezky. Obě stezky se hodnotily na základě jejich lokalizačních, realizačních a selektivních faktorů. Stezky mají velice podobné lokalizační faktory. V rámci lokalizačních faktorů nabízí obě stezky svým návštěvníkům velké množství kulturních i přírodních památek. Obě oblasti se vyskytují na místech, kde je velká koncentrace hradů, zámků a rozhleden. Stezka světového kulturního dědictví Wachau má navíc výhodu rozsáhlých vinic a s nimi spojeného vinařského cestovního ruchu. Zlatá stezka vede přes Geopark Český ráj, který patří do Globální sítě geoparků UNESCO a je pro turisty velice atraktivní. Stezka světového kulturního dědictví Wachau propojuje historické obce, které jsou také součástí světového dědictví UNESCO.

Realizační faktory už se na stezkách poněkud liší. V kvalitě ubytovacích a stravovacích služeb Zlatá stezka zaostává. Na stezce je poměrně malé množství kvalitních ubytovacích zařízení a turisté nemají dostatečný výběr. Je zde také nedostatek velkokapacitních zařízení a hotelových zařízení vyšších kategorií. Rakouská stezka Wachau naopak nabízí velké množství různých druhů ubytování od kempů po pětihvězdičkové hotely. Kvalita stravovacích zařízení je také velice odlišná. Na stezce Wachau jsou provozovatelé zaměřeni především na kvalitu a využívání především regionálních produktů. Stravovací podniky na Zlaté stezce jsou převážně ve formě rychlého občerstvení a kvalitní nabídka regionální kuchyně zde stále chybí.

Dopravní síť je na obou stezkách poměrně hustá. Turisté mohou využít železniční i autobusovou hromadnou dopravu po oblastech. Stezka Wachau je rozšířena ještě o vodní dopravu přes řeku Dunaj. Na Zlaté stezce je přetrvávající problém s množstvím parkovacích míst a absence záchytných parkovišť. Obě stezky nabízí kvalitní a udržované pěší turistické trasy.

Obě stezky cílí na podobné skupiny. Jedná se v obou případech o pěší turisty, kteří vyhledávají dálkovou turistiku. Stezka světového kulturního dědictví Wachau je díky vinařským oblastem zaměřena i na turisty vyhledávající pobyty s touto tematikou. Obě stezky mají i webové stránky, kde je popsána historie stezky a důležité informace. Stránky Zlaté stezky jsou k dispozici nejen v češtině, ale i v angličtině a němčině. Na stránkách rakouské stezky je možnost zobrazení navíc i ve slovenštině a maďarštině. Stránky jsou v obou případech poměrně přehledné. Ani jedna ze stezek nemá samostatný profil na sociálních sítích (Instagram, Facebook), ale jsou prezentovány v rámci vytvořených profilů jednotlivých regionů. Obě stezky mají vytvořené přehledně zpracované propagační materiály ve formě letáčků, které jsou k dostání v informačních centrech. Jsou v nich rozepsané všechny etapy stezek, mapy, doporučení pro turisty i základní informace o stezkách.

Stezka Wachau nabízí turistům již zmiňované balíčky služeb, které jsou velkou výhodou. Na webových stránkách stezky jsou všechny balíčky vypsané a pro turistu je pobyt na stezce jednodušší a lákavější. Balíček si může turista vybrat a zakoupit přímo na stránkách. Tyto balíčky jsou velice různorodé a cenově dostupné. Je to většinou kombinace ubytovacích a jiných doplňkových služeb. Zlatá stezka takovéto balíčky pro své návštěvníky zatím nenabízí.

6. Návrhy a doporučení pro Zlatou stezku Českého ráje

V následující kapitole budou shrnuty návrhy a doporučení pro Zlatou stezku Českého ráje podle vzoru fungující a prosperující rakouské stezky světového kulturního dědictví Wachau. Zlatou stezku je nutné dostat znovu do povědomí turistů. K tomu napomáhají propagační materiály, které jsou již k dostání v informačních centrech v regionu Český ráj. Dalším nápomocným krokem ke zviditelnění stezky by mohla být propagace na sociálních sítích prostřednictvím vlastního profilu na Facebooku, ale především na Instagramu. Potenciálními návštěvníky Zlaté stezky by mohli být studenti vysokých škol, kteří tuto sociální síť využívají.

Na Zlaté stezce by bylo vhodné vytvořit vlastní certifikaci kvality ubytovacích a stravovacích zařízení. Certifikát kvality by mohl provozovatele na stezce motivovat k rozvíjení a inovacím s cílem dosažení vyšší kvality a zpřehlednění nabídky pro hosty. Značka kvality „Best of Zlatá stezka“ by mohla do budoucna pomoci vytvářet produktové balíčky propojením takto certifikovaných provozoven.

Nejdůležitějším návrhem na zlepšení je nabídka balíčků služeb. Tyto balíčky tvořené například přenocováním včetně snídaně, slevou na vstupném a hromadné dopravě nebo převozem zavazadel by turistovi usnadnily pobyt na stezce. Také by podpořily vícedenní návštěvy turistů, které jsou pro destinaci Český ráj důležité. Dalším benefitem by byla regulace návštěvníků v jádrových oblastech. Balíčky by byly tvořené tak, aby pomáhaly propagovat i místa mimo TOP lokality. Tyto balíčky by byly nabízené k zakoupení přímo na webových stránkách Zlaté stezky Českého ráje a generovaly by zisk pro destinaci. Balíčky služeb by také svou komplexností napomáhaly cílit na zahraniční trhy (především Německo a Polsko, které jsou v dojezdové blízkosti). Pro zahraniční turisty může být obtížné vybrat vhodná místa pro návštěvu a připravený balíček by jim usnadnil pobyt. Balíčky služeb by přispěly ke spolupráci mezi subjekty z veřejného i soukromého sektoru, protože by byly výhodné pro obě strany.

6.1 Příklad navrhovaného produktového balíčku

- Základní balíček Zlatá stezka Českého ráje – nabízí možnost přechodu celé stezky v pěti dnech. Cílovou skupinou balíčku jsou především zkušení turisté, kteří chtějí navštívit nejatraktivnější místa v celém Českém ráji. Balíček nabízí přenocování včetně snídaně ve vybraných ubytovacích zařízeních, převoz zavazadel a slevy na vstupném do vybraných subjektů na stezce. Prvním místem pro přenocování je chata Kozákov, dále penzion

Zrcadlová Koza, chata Nebákov a nakonec farma Ptýrov v Mnichově Hradišti. Slevy na vstupném lze uplatnit na zřícenině hradu Valečov, hradu Kost, hradu Trosky, zámku Hrubá Skála a na zřícenině hradu Frýdštejn. Alternativou k pěší trase může být i cyklobalíček modifikovaný dle potřeb cyklistů. Orientační cena balíčku je 3 200,- Kč za osobu.

- Zlatá stezka pro rodiny s dětmi – nabízí možnost přechodu části Zlaté stezky i pro nejmenší turisty. Cílovou skupinou balíčku jsou rodiny s dětmi preferující aktivní dovolenou. Balíček obsahuje přenocování včetně snídaně na Zrcadlové Koze, zapůjčení koloběžek a slevy na vstupném do vybraných subjektů na stezce. Ubytování na Zrcadlové Koze nabízí dětské hřiště a Zoo koutek. Slevy na vstupném lze uplatnit na zřícenině hradu Frýdštejn, zámku Hrubý Rohozec a v Muzeu Českého ráje v Turnově. Orientační cena balíčku je 1 040,- Kč za osobu.

Závěr

Hlavním cílem práce bylo zhodnocení potenciálu pro rozvoj vybraného produktu cestovního ruchu v České republice – tedy Zlaté stezky Českého ráje. Produkt byl posuzován na základě komparativní analýzy benchmarkového zahraničního produktu. Jako benchmarkový produkt byla zvolena Stezka světového kulturního dědictví Wachau z Rakouska. Tato stezka byla zvolena na základě klíčových podobností s tuzemskou stezkou. Vybrané stezky mají podobný délkový rozsah, nabízejí velké množství přírodních i kulturních atraktivit, vedou přes oblasti spadající pod světovou organizaci UNESCO a zaměřují se na podobné cílové skupiny. Dalším cílem práce bylo navržení vhodných opatření a doporučení pro rozvoj Zlaté stezky a tím i cestovního ruchu v destinaci.

Teoretická část práce byla zaměřena na vymezení pojmu cestovní ruch a také popis jeho druhů, forem a typů. Dále na obecnou charakteristiku produktu cestovního ruchu, jeho specifika a proces tvorby. V této kapitole byly produkty cestovního ruchu klasifikovány dle významu na dílčí produktovou nabídku, regionální produkt a nadregionální produkt. V další části práce byla vybrána metodika pro hodnocení potenciálu produktu cestovního ruchu na základě vybraných prací několika autorů. Zvolená metodika pro porovnání dvou produktů cestovního ruchu hodnotila jejich lokalizační, realizační a selektivní faktory.

V praktické části byl nejprve charakterizován region Český ráj a také jeho destinační organizace Sdružení Český ráj, která má na starost koordinaci členů měst a obcí, ale také neziskového a veřejného sektoru. Zabývá se převážně marketingovými aktivitami v destinaci. Následně byla obecně charakterizována Zlatá stezka Českého ráje. Byla zde popsána její historie, nejdůležitější místa na trase a její potenciál. Na Zlaté stezce je pro návštěvníky poměrně značná nabídka aktivit jako například vypůjčení lodí, koloběžek nebo kol. Tyto poskytované služby ale nejsou propojeny a návštěvník si musí vytvořit doprovodný program z dílčích nabídek sám. V další části byla charakterizována Stezka světového kulturního dědictví Wachau, která zastupovala benchmarkový zahraniční produkt cestovního ruchu. Tato stezka nabízí mnoho možností pro návštěvníky a jsou zde také vytvořeny balíčky služeb, které si může turista zakoupit a poté využít. O propagaci a údržbu stezky se stará organizace Donau Niederösterreich Tourismus, která velice dobře vymýšlí nabídku balíčků tak, aby si každý návštěvník vybral produkt na míru. Dále byly oba produkty popsány na základě lokalizačních, realizačních a selektivních faktorů. V rámci lokalizačních faktorů bylo zjištěno, že se na stezkách nachází velké množství kulturních i přírodních atraktivit. Obě stezky navíc vedou přes oblasti patřící pod organizaci UNESCO. Realizační faktory zhodnotily kvalitu a rozsah

ubytovacích a stravovacích zařízení a také dopravní infrastrukturu. Zlatá stezka nenabízí velké množství kvalitních zařízení v oblasti stravovacích a ubytovacích služeb. Naopak provozovatelé stravovacích a ubytovacích zařízení na Stezce světového kulturního dědictví Wachau jsou orientováni především na kvalitu. Nejlepší podniky na této stezce nesou označení „Best of Wachau“, které napomáhá k motivaci a neustálému vylepšování nabízených služeb. Dopravní infrastruktura je na obou stezkách poměrně pestrá. Turisté mohou využívat autobusovou i železniční hromadnou dopravu. Na Zlaté stezce je však dlouhodobý problém s nedostatečnou doprovodnou infrastrukturou. Obě stezky nabízí kvalitní pěší turistické trasy. V rámci selektivních faktorů byly hodnoceny formy propagace produktů a cílové skupiny. Stezky cílí na velice podobné skupiny, a to pěší turisty vyhledávající dálkovou turistiku. Destinační organizace obou stezek využívají k propagaci webové stránky, kde jsou přehledně popsány důležité informace, turistické cíle a historie. Obě stezky mají vytvořené propagační materiály ve formě letáčků, kde jsou rozepsané jednotlivé etapy stezek, mapy a důležité informace pro turisty. Na Stezce světového kulturního dědictví jsou navíc návštěvníkům k zakoupení nabízeny produktové balíčky propojující dostupné služby.

Na základě komparativní analýzy produktů byly v další části navrženy možnosti a doporučení pro destinační management oblasti, tedy Sdružení Český ráj k možnému rozvoji Zlaté stezky Českého ráje. Mezi návrhy na zlepšení patřila efektivnější propagace na sociálních sítích přizpůsobená cílovým skupinám stezky. Dalším navrhovaným opatřením bylo vytvoření vlastní značky kvality „Best of Zlatá stezka“ pro ubytovací a stravovací zařízení nacházející se na stezce. Nejdůležitějším návrhem však bylo vytvoření balíčků služeb pro návštěvníky. Prvním příkladem navrhovaného balíčku byl „Základní balíček Zlatá stezka Českého ráje“, který je určen pro zkušené turisty. Tento balíček nabízí možnost přechodu celé stezky v pěti dnech. Balíček obsahuje přenocování včetně snídaně ve vybraných subjektech, převoz zavazadel a také slevy na vstupném. Orientační cena tohoto balíčku je 3 200,- Kč za osobu. Druhým příkladem byl balíček „Zlatá stezka pro rodiny s dětmi“, který je určen pro aktivní rodiny turistů. Balíček obsahuje přenocování ve vybraném subjektu včetně snídaně, zapůjčení koloběžek a také slevy na vstupném. Orientační cena tohoto balíčku je 1 040,- Kč za osobu. Balíčky služeb mohou mimo jiné napomoci ke komercializaci stezky, propojení všech participujících sektorů a rovnoměrnému rozmístění návštěvníků po celém regionu.

Seznam použité literatury

- BAKHTIYROVICH, Dilmonov Kudrat, 2020. *General features of the tourism products in the service*. Достижения науки и образования, 7 (61): 14-16. ISSN 2413-2071.
- BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BÍNA, Jan, 2002. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky. Urbanismus a územní rozvoj*. 5 (1), s. 2-12.
- Bína, Jan, 2010. Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice [online]. Brno: Ústav územního rozvoje [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://www.uur.cz/media/x2sh5z55/01-2010-vyuziti-potencialu-cr-zprava.pdf>
- Cesky-raj.info, 2018. *Informace o regionu* [online]. Český ráj [cit. 2023-04-01]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/cs/o-regionu/informace-o-regionu.html>
- CzechTourism, 2020. *Manuál tvorby produktu cestovního ruchu 2020* [online]. Praha [cit. 2022-01-03]. Dostupné z: [Manuál tvorby produktu cestovního ruchu \(ois.cz\)](https://www.ois.cz/manual-tvorby-produktu-cestovniho-ruchu-2020).
- Donau.com, 2023. *Welterbesteig Wachau* [online]. Donau.com [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.donau.com/de/wachau-nibelungengau-kremstal/ausflug-bewegen/bewegung/welterbesteig-wachau/>.
- Donau.com, 2023. *Alle Nächtigungsbetriebe* [online]. Donau.com [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.donau.com/de/wachau-nibelungengau-kremstal/schlafen-buchen/naechtigungsbetriebe/alle-naechtigungsbetriebe/>.
- Donau.com, 2023. *Restaurants finden* [online]. Donau.com [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: <https://www.donau.com/de/wachau-nibelungengau-kremstal/essen-trinken/reich-gedeckte-tische/restaurants-finden/>.
- Donau.com, 2023. *Wachau-Nibelungengau-Kremstal* [online]. Donau.com [cit. 2023-04-10]. Dostupné z: <https://www.donau.com/cs/wachau-nibelungengau-kremstal/informovat-se-servis/prijezd-prichod-k-nam/>.
- DILEEP, M. R., 2019. *Tourism, transport and travel management*. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-1-138-55744-4.

Geoparkceskyraj.cz, 2023. *Globální Geopark UNESCO Český ráj* [online]. Geoparkceskyraj.cz [cit. 2023-04-06]. Dostupné z: <http://www.geoparkceskyraj.cz/cs/geopark-1/>.

HAMARNEHOVÁ, Iveta, 2012. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4430-8.

HESKOVÁ, Marie, Jaromír BERÁNEK, Vladimír DVOŘÁK, Ľudmila NOVACKÁ a Ján ORIEŠKA, 2006. *Cestovní ruch: pro vyšší odborní školy a vysoké školy*. Praha: Nakladatelství Fortuna. ISBN 80-7168-948-3.

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

JAROLÍMKOVÁ, Liběna, 2017. *Atraktivita a produkty cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická. ISBN 978-80-906926-2-6.

KOLÁČEK, Luboš, 2015. *Tajemné stezky – Český ráj – kde bory šumí po skalinách*. Regia. ISBN 978-80-87866-17-7.

MARIOT, Peter, 1992. *Zeměpis cestovního ruchu: učeb.podle dosavadních učeb.osnov pro stř.hotelové školy a pomaturitní stud. : Obor Cestovní ruch*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. Učebnice pro střední školy. ISBN 80-04-25965-0.

MIDDLETON, Victor T. C., Alan FYALL a Michael MORGAN, 2009. *Marketing in travel and tourism*. 4th ed. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. ISBN 978-0-7506-8693-8.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2. vyd.* Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Marketingový management destinací*. Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-3749-2

PROCES – Centrum pro rozvoj obcí a regionů, 2012. *Studie produktů cestovního ruchu – Zlatá stezka Českého ráje* [online]. Dostupné z: poskytnuto Sdružením Český ráj

Rozvoj-obce.cz, 2012. *Studie produktů cestovního ruchu 2012* [online]. Český ráj [cit. 2022-02-12]. Dostupné z: <http://rozvoj-obce.cz/cesky-raj/>.

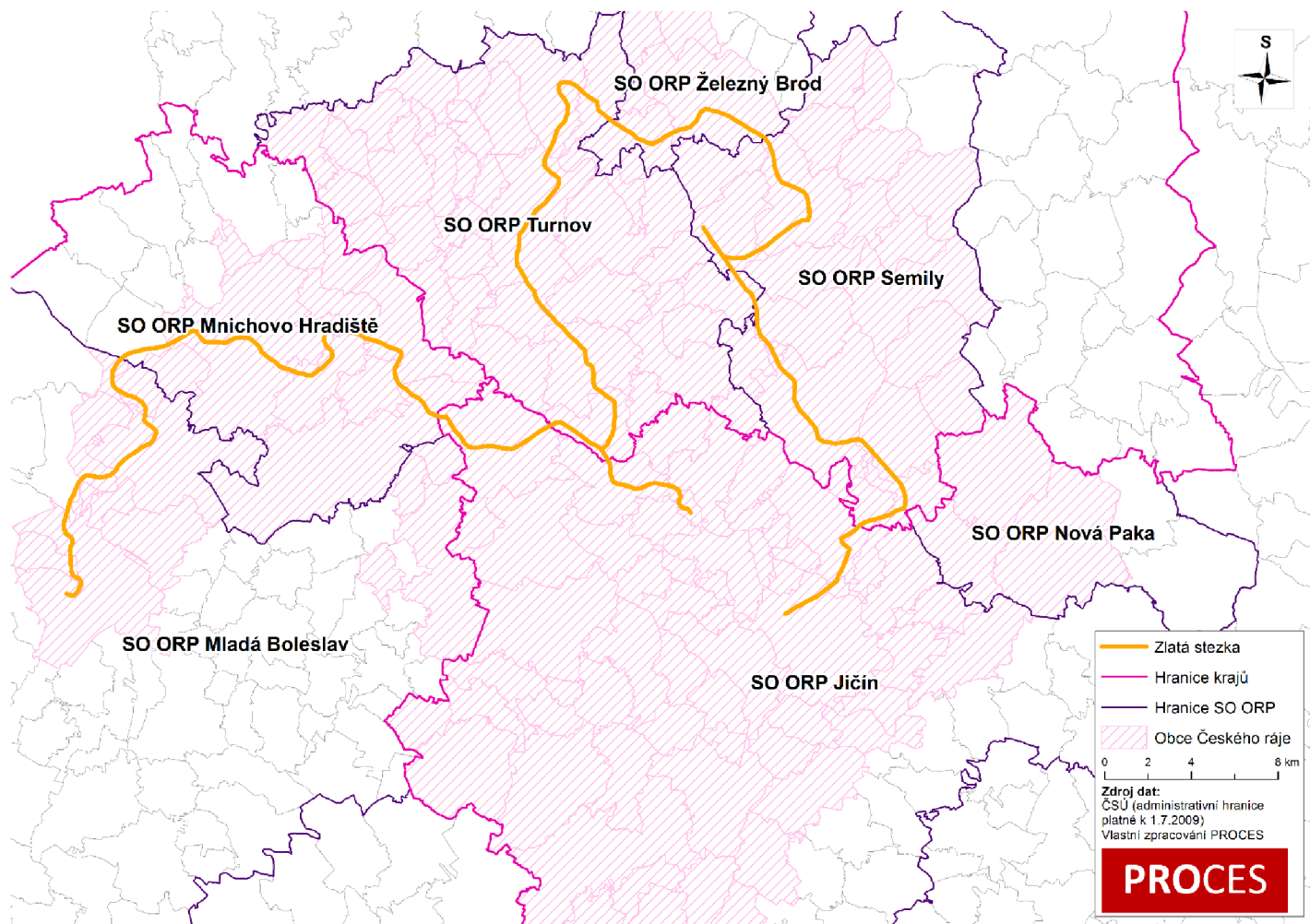
RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

- Strategický plán SČR, 2020. *Strategický plán sdružení Český ráj na období 2020–2030* [online]. Český ráj [cit. 2023-04-04]. Dostupné z: file:///C:/Users/kubin/Downloads/3_strategicky_plan_scr_na_obdobi_2020_2030.pdf
- Tourismusstrategie Niederösterreich, 2020. *Strategischer plan für Niederösterreich* [online]. Niederösterreich [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.niederoesterreich.at/>
- Tourismusstrategie Donau Niederösterreich, 2021. *Donau Niederösterreich 2025* [online]. Niederösterreich [cit. 2023-03-22]. Dostupné z: <https://www.donau.com>
- TŮMA, Jan a Jaroslav KŇAP, 2007. *Zlatá stezka Českého ráje: putování po přírodních krásách a historických zajímavostech*. Praha: Karpana. Na cestě (Karpana). ISBN 978-80-903952-0-6.
- VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5021-7.
- ZELENKA, Josef, 2015. *Cestovní ruch – marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, , 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1.
- Zlatastezkaceskehoraie.cz, 2013. *Historie a současnost Zlaté stezky* [online]. Český ráj [cit. 2022-12-27]. Dostupné z: <http://www.zlatastezkaceskehoraie.cz/cs/system-neautorizovat/zlata-stezka.html>

Seznam příloh

Příloha A	Mapa Zlaté stezky Českého ráje	47
Příloha B	Mapa Stezky světového kulturního dědictví Wachau	48

Příloha A Mapa Zlaté stezky Českého ráje



Příloha B Mapa Stezky světového kulturního dědictví Wachau

