Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Analýza předpokladů rozvoje cestovního ruchu ve Švýcarsku – komparace turistických regionů

Bakalářská práce

Autor: Martin Pelc
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: RNDr. Mgr. Tomáš Burda, Ph.D.

Hradec Králové Srpen 2020

Prohlášení:

Prohlašuji, že mnou předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji zcela samostatně. Dále prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a nejsou porušena žádná autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Hradci Králové dne 13.8.2020 *Martin Pelc*

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce RNDr. Mgr. Tomášovi Burdovi, Ph.D. za metodické vedení práce, paní Aleně Koukalové ze Švýcarské obchodní komory za cenné rady a poskytnuté materiály a všem respondentům, kteří svými poznatky a postřehy přispěli ke kvalitním výsledkům práce.

Anotace

Cílem bakalářské práce je charakteristika a zhodnocení předpokladů cestovního ruchu ve Švýcarsku a potenciálu pro jeho další rozvoj. Dílčím cílem je popis jednotlivých turistických regionů Švýcarska a srovnání Bernského regionu a regionu Ticino, které slouží k názorné ukázce rozdílnosti, která se mezi regiony nachází. Teoretická část představuje důležité poznatky z oboru cestovního ruchu a zejména z teorie předpokladů rozvoje cestovního ruchu v destinaci a managementu destinace cestovního ruchu. Praktická část práce pak kromě informačního minima a kontextu vývoje destinace, analyzuje předpoklady cestovního ruchu konkrétní pro Švýcarsko, hodnotí na základě výpovědí odborníků současný potenciál rozvoje jeho turismu a v poslední řadě popisuje a srovnává jeho turistické regiony. Význam práce spočívá v komplexním vhledu na celkový potenciál Švýcarska jako destinace cestovního ruchu a výsledky zkoumání poslouží všem zájemcům o Švýcarsko k získání hlubších informací a souvislostí ohledně úspěšnosti této země nejen v odvětví cestovního ruchu. Dále může být práce podkladem pro zkoumání regionálních odlišností v rámci turismu a jejich předpokladů pro regionální rozvoj.

Klíčová slova: Švýcarsko, předpoklady cestovního ruchu, rozvoj cestovního ruchu, destinační management, turistické regiony, Bernský region, region Ticino

Abstract

Analysis of Tourism Resources in Switzerland

- Tourist Regions Comparison

The aim of this bachelor thesis is to characterize and evaluate tourism resources in Switzerland and the potential of its tourism development. Partially, the goal of the bachelor thesis is the description of each tourist region in Switzerland and the comparison of Bern and Ticino regions as the showcase examples of the regional disparity. The theoretical part presents the important knowledge of the tourism industry, especially the theory of tourism resources development and tourist destination management. The practical part analyzes, apart from the basic information and the research context, tourism resources of Switzerland and based

on the answers of the Swiss tourism experts evaluates the current tourism potential. The value of this bachelor thesis lies in a complex insight at the overall tourism potential of the tourist destination Switzerland and the results of the research will be beneficial to all kinds of people interested in Switzerland and will allow them to obtain deeper knowledge and context of the success of this destination, not only in the tourism industry. Also, this bachelor thesis can be used as the background for regional differentiation research in the tourism area and the prerequisites of regional development.

Keywords: Switzerland; tourism resources; tourism development; destination management; tourist regions; Bern region; Ticino region

Obsah

1 Úvod ... 1

2 Cíl práce a metodika zpracování ... 2

2.1 Cíl práce ... 2

2.2 Výzkumné otázky ... 2

2.3 Metodika zpracování ... 2

2.4 Sběr informací a průběh výzkumu ... 3

3 Teoretická východiska ... 4

3.1 Definice cestovního ruchu ... 4

3.2 Typologie a systematizace cestovního ruchu ... 5

3.3 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ... 7

3.3.1 Selektivní předpoklady ... 7

3.3.2 Lokalizační předpoklady ... 10

3.3.3 Realizační předpoklady ... 14

3.4 Destinace cestovního ruchu ... 15

3.4.1 Management destinace cestovního ruchu ... 16

3.4.2 Rajonizace v cestovním ruchu ... 17

4 Praktická část ... 18

4.1 Obecná charakteristika Švýcarska ... 18

4.1.1 Historický kontext ... 20

4.1.2 Kulturně demografický kontext ... 23

4.2 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve Švýcarsku ... 24

4.2.1 Selektivní předpoklady Švýcarska ... 24

4.2.2 Lokalizační předpoklady Švýcarska ... 26

4.2.3 Realizační předpoklady Švýcarska ... 37

4.3 Současný potenciál rozvoje cestovního ruchu Švýcarska ... 41

4.4 Turistické regiony Švýcarska....48
4.4.1 Komparace Bernského regionu a regionu Ticino....56
5 Shrnutí výsledků....64
6 Závěr a doporučení....66
7 Seznam použitých zdrojů....68

1 Úvod

Cestovní ruch je oborem, který se v poslední době velmi rychle rozvíjí, a z toho důvodu si zaslouží náležité pozornosti v oblasti výzkumu, který hraje zásadní roli v predikci vývoje a analýze potenciálu a rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých destinacích. Vedle možných negativních dopadů má cestovní ruch, zejména v prvopočátku, pozitivní vliv na rozvoj destinace např. v podobě tvorby pracovních míst pro místní obyvatele či přílivu finančních prostředků od turistů. Tímto způsobem se může díky cestovnímu ruchu z relativně chudé destinace stát destinace prosperující. Cílem je poté pomocí správného managementu zachovat destinaci dlouhodobě udržitelnou, co se kvality života místních obyvatel a služeb turistům týče.

Objektem zkoumání pro tuto práci je Švýcarská konfederace, která je jednou z ekonomicky nejvyspělejších zemí v Evropě, s dlouhou tradicí cestovní ruchu (často bývá označováno za jeho kolébku) a poslouží tak k názornému zhodnocení předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a bude příkladem pro podobná zkoumání tohoto typu u jiných destinací.

Autor práce si téma zvolil, protože má velmi kladný vztah ke zkoumané destinaci a zároveň je nejčastějším cílem jeho cest. Obliba destinace z jeho pohledu nespočívá pouze v přírodních a kulturních atraktivitách země, ale v zemi jako celku, především s přihlédnutím na její politický systém a sociokulturní prostředí.

2 Cíl práce a metodika zpracování

2.1 Cíl práce

Cílem práce je charakterizovat a zhodnotit předpoklady cestovního ruchu Švýcarska a na jejich základě vyvodit potenciál pro jeho další rozvoj. Dílčím cílem je představit jednotlivé turistické regiony Švýcarska a srovnat cestovní ruch v regionech Bern a Ticino.

2.2 Výzkumné otázky

Pro splnění těchto cílů byly zvoleny následující výzkumné otázky.

1. Jaký vliv má politicko-ekonomické prostředí Švýcarska na jeho cestovní ruch?
2. Jaký význam mají ve Švýcarsku kulturní atraktivity ve vztahu k přírodním atraktivitám?
3. V čem spočívá potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu ve Švýcarsku?
4. V čem se liší předpoklady cestovního ruchu a management cestovního ruchu v turistických regionech Bern a Ticino?

2.3 Metodika zpracování

Bakalářská práce je založena na empirickému výzkumu a využívá kvalitativní výzkumnou strategii. Jak píše Sebera (2012, s. 4), kvalitativní výzkum vychází z fenomenologie a opírá se o indukci. Jedná se podle něj o nenumerické šetření a intepretaci. Dle Jašíkové a Trousila (2009, s. 27) je indukce *„myšlenkový postup, který lze velmi jednoduše vysvětlit jako proces, kdy z jednotlivého skládáme a vytváříme závěry.“* Pro dosažení výsledků práce byly použity výzkumné metody: analýza, dotazování, komparace a SWOT analýza. Metoda analýzy byla zvolena pro rozbor předpokladů cestovního ruchu Švýcarska, jejich rozložení na jednotlivé složky a ke zkoumání vztahů mezi nimi. Dále byla analýza použita při popisu a shrnutí atraktivit cestovního ruchu v turistických regionech Švýcarska. Pro zhodnocení současného potenciálu cestovního ruchu na základě těchto předpokladů zvolil autor metodu dotazování odborníků na cestovní ruch ve Švýcarsku. Jejich

odpovědi měly za cíl přinést aktuální vhled na situaci cestovního ruchu ve Švýcarsku, především jeho silné a slabé stránky. Původně byla záměrem autora realizace osobních rozhovorů, která z důvodu koronavirové krize a zákazu cestování nebyla možná. Z toho důvodu autor přistoupil k elektronické formě standardizovaného dotazníku ve třech jazykových podobách s deseti otevřenými otázkami. Metoda komparace byla využita pro srovnání dvou vybraných turistických regionů – Bernského regionu a regionu Ticino. Jako podpůrná metoda pro tuto komparaci byla zvolena SWOT analýza. SWOT analýza je typem strategické analýzy, jež zkoumá silné a slabé stránky (anglicky *Strenghts and Weaknesses*), příležitosti a hrozby (anglicky *Opportunities and Threats*) zkoumaného souboru.

2.4 Sběr informací a průběh výzkumu

Informace v teoretické části práce, které slouží k souhrnu znalostí zkoumané problematiky byly čerpány z primárních a sekundárních zdrojů, zejména z odborných knižních publikací zabývajících se tématy cestovního ruchu. V praktické části bylo využito jak knižních zdrojů, tak zdrojů dostupných on-line. Informace z nich čerpané společně s osobními zkušenostmi a znalostmi autora byly použity k analýze předmětu zkoumání. Kapitola „*Současný potenciál rozvoje cestovního ruchu Švýcarska*“ shrnuje poznatky z dotazníků, které byly zodpovězeny odborníky na cestovní ruch ve Švýcarsku. Jak bylo zmíněno výše, dotazník byl distribuován elektronicky a obsahoval 10 otevřených otázek. Autor se uchýlil k elektronické podobě dotazníku z důvodu omezení cestování v době sepisování práce, přestože původním záměrem byla realizace řízených rozhovorů. Pro zodpovězení dotazníku byli vybráni odborníci na cestovní ruch ve Švýcarsku z řad profesorů na vysokých školách (20) a organizací řídících cestovní ruch (15) ve Švýcarsku. Celkem byl dotazník rozeslán emailem v období od 6. května do 11. května 2020 35 lidem a organizacím, návratnost činila přibližně 17 %, tj. 6 dotazníků. Důvodem pro nízkou návratnost bylo především vytížení dotázaných z důvodu koronavirové krize či nedostatku informací k dané problematice. Informace získané z 6 vyplněných dotazníků jsou dostatečně kvalitní pro učinění z nich relevantních shrnutí a závěrů. Výzkum v podobě komparace dvou regionů za použití SWOT analýzy byl realizován na základě sekundárních zdrojů, vlastních

zkušeností autora a za přispění poznatků ředitelky české pobočky Švýcarské centrály cestovního ruchu paní Aleny Koukalové.

3 Teoretická východiska

Tato část práce vymezuje jednotlivé základní pojmy ve zkoumané problematice cestovního ruchu a předpokladů pro jeho rozvoj, které jsou zásadní pro zkoumání v praktické části. Na úvod je v teoretické části definován obor cestovní ruch jako takový; jeho typy a složky. Další úsek je věnován předpokladům rozvoje cestovního ruchu v destinaci, které jsou hlavním aspektem při zhodnocování celkového potenciálu cestovního ruchu destinace. Na závěr je popsáno pojetí destinace v cestovním ruchu a jeho řízení pro účely práce.

3.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch (též turismus) lze definovat několika způsoby. Nejrozšířenější definicí je podle Goeldnera (2014, s. 7) definice Světové organizace cestovního ruchu (*UNWTO – United Nations' World Tourism Organization*), která cestovní ruch popisuje jako *„aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů"*. Zelenka a Pásková (2012, s. 83) definují cestovní ruch jako *„komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajícím v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovně či jiným účelem."* Dále jako součást definice cestovního ruchu uvádějí i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami; aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch.

Jak píše Indrová (2009, s. 7), hlavním motivem pro tyto aktivity je záměrná změna prostředí, jež umožňuje uspokojení určitých potřeb člověka, především v podobě odpočinku, pohybu, poznání, zážitků či seberealizace. Účast na cestovním ruchu se podle ní stává jedním z měřítek životní úrovně a nezaměnitelnou součástí spotřeby, jež je charakteristická pro všechny vrstvy obyvatelstva ve vyspělých státech.

3.2 Typologie a systematizace cestovního ruchu

Cestovní ruch se podle odborné literatury nejčastěji člení na formy cestovního ruchu a druhy cestovního ruchu. Hesková (2011, s. 19) píše, že o druzích cestovního ruchu lze hovořit tehdy, kdy základem posuzování cestovního ruchu je motivace jejich účastníků neboli účel, pro který cestují a pobývají přechodně mimo své přirozené prostředí. Pokud se však za základ posuzování cestovního ruchu zvolí různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší, jde podle ní o formu cestovního ruchu. Jako druhy cestovního ruchu uvádí například rekreační cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, kongresový cestovní ruch či lázeňský cestovní ruch. Formy cestovního ruchu pak dělí podle různých hledisek podle: geografického hlediska (např. domácí nebo zahraniční cestovní ruch), počtu účastníků (individuální či skupinový cestovní ruch), podle délky účasti (např. krátkodobý cestovní ruch), podle převažujícího místa pobytu (např. městský cestovní ruch) nebo podle ročního období (např. zimní či letní cestovní ruch). Vzhledem k tomu, že, jak píše Indrová (2009, s. 17), se autoři odborných publikací nezřídka rozcházejí v tom, co by se mělo považovat za formu či druh cestovního ruchu, se obvykle uplatňuje společné kritérium pro typ cestovního ruchu, jako vyjádření jeho jevové formy, podle které lze blíže charakterizovat účastníka cestovního ruchu z hlediska jeho motivace či způsobu realizace jeho cesty. Dále vymezuje typy cestovního ruchu podle následujících kritérií: převažující motivace účasti na cestovním ruchu, místo realizace, vztah k platební bilanci státu, délka pobytu, způsob zabezpečení cesty a pobytu, počet účastníků, způsob financování, věk účastníků, převažující prostředí pobytu a ostatní kritéria.

Z hlediska systematizace lze dělit cestovní ruch na subjekty a objekty cestovního ruchu. Subjekty cestovního ruchu se myslí všichni účastníci cestovního ruchu, tedy návštěvníci, kteří se dále rozlišují na turisty a výletníky podle doby pobytu v destinaci; a místní obyvatele (též rezidenty), neboli osoby, které na daném místě žijí po dobu více než jeden rok. Objekty cestovního ruchu podle Heskové (2011, s. 13) tvoří cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu, které stojí za změnou přirozeného prostředí návštěvníka.

Typy cestovního ruchu dle místa realizace

Při posuzování míry cestovního ruchu v daném státě se nejčastěji pracuje s pojmy domácí, zahraniční a mezinárodní cestovní ruch a příjezdový a výjezdový, případně vnitřní cestovní ruch a jedná se o typy cestovního ruchu dle místa realizace.

Příjezdový a výjezdový cestovní ruch

Příjezdový cestovní ruch představuje podle Vystoupila a kol. (2006, s. 22) cestovní ruch do dané země, který je realizován obyvateli jiných zemí (*incoming*). Výjezdový cestovní ruch podle nich zahrnuje cestovní ruch obyvatel dané země, kteří cestují do jiných zemí (*outcoming*). Indrová (2009, s. 23) místo toho rozlišuje pojmy zahraniční ruch aktivní (aktivní vliv na platební bilanci státu) a zahraniční ruch pasivní (pasivní vliv na platební bilanci státu).

Domácí, zahraniční a vnitřní cestovní ruch

Vystoupil a kol. (2006, s. 22) definují domácí cestovní ruch jako cestování a pobyty občanů mimo místo jejich trvalého bydliště za účelem využití volného času, obchodních či profesní záležitostí a jiných účelů, ne déle než jeden rok a realizované ve vlastním státě. Zahraniční cestovní ruch je podle nich pak takový cestovní ruch, při kterém dochází k překročení státních hranic. Dle autorů je pojem používán z pohledu daného státu a je vyjádřen jako souhrn příjezdového a výjezdového cestovního ruchu. Vnitřní cestovní ruch je podle nich v systému národní bilance souhrnem domácího a příjezdového cestovního ruchu.

Mezinárodní cestovní ruch

Jak uvádí Palatková (2011, s. 11), mezinárodní cestovní ruch označuje účast na turismu, při němž dochází k překročení hranice národního státu. Zároveň je podle ní nejvolnějším pojmem z hlediska územní realizace cestovního ruchu, zahrnující pohyb účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního vymezení. Dále definuje pojmy světový turismus, jež je podle ní souhrn veškerého příjezdového a výjezdového cestovního ruchu všech států světa, a turismus světa, jež zahrnuje všechen turismus, který je na světě realizován a jedná se tedy o souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa.

3.3 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Hlavním faktorem při vývoji či rozvoji cestovního ruchu na určitém místě, území či destinaci je jeho potenciál. Potenciálem cestovního ruchu se podle Zelenky a Páskové (2012, s. 433) rozumí *„souhrnná hodnota všech předpokladů cestovního ruchu, která je při jeho kvantitativním hodnocení oceněná na základě bodovací škály a snížená o zápornou hodnotu negativních faktorů cestovního ruchu.“* Těmito negativními faktory mohou podle nich být zejména špatný stav životního prostředí, časté živelní katastrofy, vysoká kriminalita, nestabilní politická situace či výskyt nakažlivých chorob a epidemií. Předpoklady nebo faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu, jejichž společným znakem je to, že se vždy projevují v prostorovém či územním uspořádání, se podle Hraly (2005, s. 12) dělí z ekonomického a geografického hlediska na:

1. Předpoklady, jež stimulují vznik cestovního ruchu ve funkci poptávky, známé jako selektivní nebo také stimulační předpoklady.
2. Předpoklady, jež vytvářejí možnosti pro lokalizaci cestovního ruchu s ohledem na nabídku teritoria, známé jako lokalizační předpoklady.
3. Předpoklady, jež umožňují skutečnou realizaci cestovního ruchu, známé jako realizační předpoklady.

3.3.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady, jak píše Vystoupil a kol. (2006, s. 39), jsou předpoklady, které mají vliv na objemové parametry účasti obyvatel na cestovním ruchu a v jejich řadách podmiňují kvantitativní a kvalitativní selekci. Řadí se mezi ně demografické, urbanizační, ekonomické a politické faktory. Mimo tyto faktory, které jsou označovány za objektivní, hrají svojí roli rovněž tzv. subjektivní faktory, psychologické pohnutky, které ovlivňují rozhodnutí obyvatel k účasti na cestovním ruchu například prostřednictvím propagace a reklamy.

Demografické faktory

Demografické faktory jsou takové faktory, jejímiž hybateli je lidská populace. Nejdůležitějším ukazatelem demografie pro cestovní ruch je podle Vystoupila a kol.

(2006, s. 39) demografická struktura, tedy rozložení obyvatelstva podle pohlaví a věku. Jiné preference a nároky mají například rodina s dětmi, lidé po padesátce či mladí lidé, a tak se tento ukazatel stává zvláště podstatným v marketingových studiích, například při plánování infrastruktury zařízení, ubytovacích kapacit či vybavenosti hotelu. V rámci světového turismu si lze všimnout, že státy s nejrozvinutějším cestovním ruchem jsou ty, jejichž nejsilnější složku v rámci demografické struktury tvoří lidé v produktivním věku. Jedná se zejména o státy Evropy a Severní Ameriky. Čím více lidí, kteří mohou pracovat, tím více se jich angažuje v rozvoji cestovního ruchu, a tedy destinace roste, především co do kvality nabízených služeb. Naopak některé africké státy s největší věkovou skupinou do 18 let nemají dostatek erudované pracovní síly, která by se ještě dále, kromě nezbytných pracovních zařazení, věnovala rozvoji cestovního ruchu v zemi či regionu.

Urbanizační faktory

Výrazný vliv na rekreační aktivitu obyvatelstva hraje urbanizace neboli proces, při kterém se lidé stěhují z vesnic do měst, čímž roste poptávka po víkendové relaxaci jako útěku od rychlého městského života. Jak píše Vystoupil a kol. (2006, s. 39), nároky na rekreaci, a zejména víkendovou rekreaci, má venkovské a městské obyvatelstvo značně odlišné. Podle něj se v rámci Evropy krátkodobé rekreace pravidelně účastní 40 % městského a méně než 10 % venkovského obyvatelstva. Mimo jiné tzv. druhé bydlení, jev proslulý v České republice, je doménou městského obyvatelstva. Rozdíly v účasti na cestovním ruchu lze vidět i u obyvatel různých měst. Velkou roli hraje podle Vystoupila a kol. (2006, s. 39) socioekonomická struktura města a jeho funkce. Jinak se tedy chovají ve vztahu k cestovnímu ruchu obyvatelé měst s dominantními centrálními funkcemi a vysokým podílem služeb oproti průmyslovým městům s vysokou mírou migrace.

Ekonomické faktory

Rozvoj cestovního ruchu je podle Vystoupila a kol. (2006, s. 39) závislý na životní úrovni populace a s ní spojeným fondem volného času. Zkracování pracovní doby, více dnů dovolené nebo růst mezd umožňují stále větší části populace zapojovat se

aktivně do cestovního ruchu. Ve vyspělých zemích se tak cestování stává otázkou prestiže a životního stylu. Z ekonomického hlediska je však cestovní ruch velmi rizikovým odvětvím, jelikož cestování se stává první složkou z individuálních i rodinných rozpočtů, která je škrtána. Příkladem byla ekonomická krize v letech 2008–2009. Ta podle UNWTO (2013, on-line) způsobila v rámci mezinárodního turismu 4% pokles příjezdů ze zahraničí a 6% úbytek výnosů. Též koronavirová krize na jaře 2020 měla těžký dopad na cestovní ruch, kdy nejdříve způsobila jeho úplné zastavení a později kvůli výpadkům příjmů mnoha lidí, bude ještě nějakou dobu trvat, než se vrátí zpět na místo, kde se před rokem nacházel.

Politické faktory

Politickými faktory, které mají vliv na stimulaci rozvoje cestovního ruchu, jsou podle Vystoupila a kol. (2006, s. 40) mírové uspořádání světa, tedy svět bez válečných konfliktů, vnitropolitická situace jednotlivých států a charakter jejich politického systému. Evropa platí za stabilní a bezpečnou destinaci již několik desetiletí, a proto se v rámci mezinárodního turismu drží na předních příčkách. Naopak státy jako Libye, Sýrie, Afganistán či Jemen jsou v současnosti zeměmi, kde z důvodu válečných konfliktů k rozvoji cestovního ruchu nedochází. Co se týče charakteru politického systému, zdá se, že největší negativní dopad na rozvoj cestovního ruchu má komunistický režim v Severní Koreji. V demokratických zemích se míra zapojení vlády do rozvoje cestovního ruchu liší. Konzervativní a liberální vlády, které zastávají politiku volného trhu a snaží se vytvořit prostředí ve kterém se bude cestovnímu ruchu dařit samo a neinterferují příliš do jeho řízení či regulace. Levicové strany naopak požadují, aby se vláda angažovala v cestovním ruchu poskytovala příležitosti „znevýhodněným“ tak, aby se mohli do cestovního ruchu také zapojit. Demokratické země rovněž mohou ovlivňovat zahraniční cestovní ruch tím, že sníží maximální výši zahraniční měny, kterou si mohou turisté cestující do zahraničí vzít s sebou. Svoboda cestování je často omezena povinností si před vstupem do země zařídit víza. Některé země pouští své obyvatelstvo jen do oficiálně povolených destinací, například Čína.

3.3.2 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady či faktory cestovního ruchu jsou podle Mariota (1983, s. 249) takové předpoklady, které zahrnují přírodní předpoklady (reliéf, struktura a přírodní atraktivity krajiny, klima, vodstvo, flóra, fauna nebo kvalita vzduchu) a kulturně-historické předpoklady, jež tvoří atraktivity stvořené lidmi, lidové tradice, folklór či umění.

Přírodní podmínky a atraktivity

Nezpochybnitelný vliv na rozmístění cestovního ruchu mají přírodní podmínky tím, že, jak píše Hrala (2005, s. 14), jsou *„stacionární, do značné míry konstantní a uplatňují se zpravidla v plošně rozsáhlejších areálech."* Svým charakterem podle něj určují konkrétní formy cestovního ruchu a případnou rajonizaci. Atraktivitami pak nazývá přírodní zvláštnosti, které pro svou ojedinělost a exotičnost dělají destinaci přitažlivější.

Klimatické poměry

Přívětivé klimatické poměry jsou zásadním faktorem pro rozvoj cestovního ruchu. Jedná se především o kombinaci několika ukazatelů ve vztahu k biologickým potřebám člověka. Patří mezi ně teplota a vlhkost vzduchu, množství srážek nebo délka slunečního svitu. Podle Hraly (2005, s. 15) jsou v celosvětovém srovnání nejvýznamnějšími podnebné pásy mírný a subtropický. Ostatní podnebné pásy jsou svými hodnotami pro dlouhodobější pobyty nevhodné, ať už kvůli extrémně vysokým či nízkým teplotám, velkému suchu nebo přílišné vlhkosti vzduchu. Klimatické poměry rozhodují o časovém průběhu realizace cestovního ruchu neboli sezónnosti. Zejména státy, které se nacházejí v mírném podnebném pásu, rozdělují sezónu na zimní a letní a přizpůsobují pak spektrum nabízených služeb. Mancini (2010, s. 20) upozorňuje na fenomén globálního oteplování, který značně ovlivňuje turismus. Jako příklady uvádí tání ledovců, jež jsou oblíbenou turistickou atrakcí, ubývání sněhu na vrcholku nejvyšší hory Afriky Kilimandžáro či nárůst četnosti hurikánů v Karibiku. Pokud bude tání ledu a sněhu pokračovat a hladina oceánů stoupat, je pak podle něj možné, že se vytratí oblíbená pláž Waikiki na Havajských ostrovech, národní park Everglades na Floridě se promění v jedno velké jezero,

kanály v Benátkách budou každý den zaplaveny a nízko položené ostrovy jako Maledivy zmizí navždy pod mořskou hladinou.

Hydrologické poměry

Hydrologickými poměry se rozumí pohyb a rozšíření vodstva v dané oblasti. Podzemní vody vytvářejí podle Hraly (2005, s. 15) *„předpoklady pro bodovou (střediskovou) koncentraci cestovního ruchu.“* Tento fakt dokládají lázeňská střediska, jež byla založena na místech s minerálními prameny, které mají léčebné účinky a jsou považována za historicky nejstarší centra turismu. Dalším pro cestovní ruch atraktivním typem podzemních vod jsou gejzíry. Co se týče vod povrchových, ty jsou v cestovním ruchu z hlediska využitelnosti závislé od teplotních poměrů. Nejpřitažlivějšími pro dlouhodobé pobyty jsou podle Hraly (2005, s. 16) moře, a to zvláště ta moře, jež v letní sezóně dosahují vysokých teplot. Podobnou funkci plní i jezera a umělé vodní plochy, jež se stávají doménou zejména vnitrozemských států. Řeky jsou v cestovním ruchu využívány spíše v krátkodobých formách cestovního ruchu, problémem může být jejich časté znečištění. Jak píšou Boniface a Cooper (2009, s. 49), řeky, které se nacházejí v blízkosti větší měst, jsou častým cílem tzv. chatařů a nabízejí také mnoho rekreačních aktivit. Atraktivitu některých vodních toků podle Hraly (2005, s. 16) zvyšují přírodní zvláštnosti jako kaňony či vodopády. V alpinském prostoru nelze opomenout také ledovce, které jsou oblíbeným cílem mnoha návštěvníků těchto horských oblastí.

Reliéf a morfologické poměry

Atraktivnost krajiny z pohledu cestovního ruchu ovlivňuje velkou měrou reliéf neboli tvářnost zemského povrchu. Podle Vystoupila a kol. (2006, s. 40) podmiňuje výskyt a lokalizaci přírodních prvků, jakými jsou říční sítě, rozmístění sídel či vegetační kryt. Při výběru a realizaci turistických a rekreačních aktivit jsou podle něj nejvýznamnějšími formami povrchu – výšková poloha, vertikální a horizontální členitost reliéfu a expozice. Mezi atraktivity cestovního ruchu, jež jsou geologicko-morfologického charakteru se řadí skalní města a místa tvořená v pískovcových či vápencových skálách a jeskyně, které jsou příkladem krasového reliéfu. Boniface a Cooper (2009, s. 45) zmiňují důraz na geoturismus a zakládání geoparků

v posledních letech, které tyto přírodní jevy umožňují. Jako další příklady uvádí geotermální prvky, kterými jsou sopky, kráterová a kalderová jezera či lávová souvrství. Nejpozoruhodnější hory světa jsou podle nich spojeny geologicky nestabilními oblastmi, které jsou charakteristické seismickou a sopečnou činností. V Evropském prostoru jsou to především pohoří a krasové oblasti, které bývají v rámci přírodních atraktivit tohoto typu nejčastěji zahrnuty v nabídce cestovního ruchu.

Fauna a flóra

Lokalizace a realizace cestovního ruchu je typem živočišstva a rostlinstva ovlivňována menší měrou. Jak píše Hrala (2005, s. 17), *„v konkrétní situaci se některé druhy rostlinstva, resp. vegetační formace, a živočišstva mohou stát profitujícím momentem pro cestovní ruch.“* Objektem zájmu se podle něj stávají ve vyspělých zemích lesní porosty (zvláště pro letní rekreaci městského obyvatelstva) nebo chráněné rostlinné druhy a společenstva, jež se vyskytují jen vzácně. Fauna vstupuje do cestovního ruchu podle něj prostřednictvím chráněné a lovné zvěře. Typickým příkladem jsou cesty turistů za exotickou zvěří především do afrických národních parků a rezervací nebo návštěvy zoologických zahrad v rámci městské turistiky ve vyspělých zemích.

Společenské podmínky a kulturní atraktivity

Vedle přírodních podmínek tvoří druhou složku lokalizačních předpokladů podmínky společenské. Společenské podmínky a atraktivity se od těch přírodních liší tím, že vznikly činností člověka. Jak píše Vystoupil (2006, s. 43), je pro ně charakteristické bodové rozmístění oproti areálovému a liniovému rozmístění u přírodních atraktivit. Kulturní a historické památky v turisticky atraktivních oblastech podle něj plní funkci sekundárního činitele a doplňují tak atraktivitu přírodního rázu.

Kulturně historické památky

Kulturně historické památky jsou nejvýznamnějším článkem ze skupiny společenských podmínek a atraktivit. Podle Hraly (2005, s. 18) je jejich využití v cestovním ruchu dáno jejich *„zvláštností, uměleckou a historickou hodnotou.“* Mezi

nejpřitažlivější kulturně historické památky se podle něj řadí architektonická díla různých historických slohů, moderní architektury i užitkové stavby, které stojí samostatně nebo jsou soustředěny do určitých komplexů. Eminentní význam mají mezi kulturně historickými atraktivitami také objekty výtvarného umění. Příčiny masového zájmu o kulturně historické památky shledává Hrala (2005, s. 18) v odkazu romantismu, jenž vnesl do společnosti pozitivní vnímání kulturně estetického dědictví z minulosti a v modernizaci dopravy, jež umožnila snadnější dostupnost těchto památek. Kulturně historické památky, které se vyznačují svou jedinečností a je potřeba je chránit jsou zapsány na seznamu světového dědictví UNESCO. Památky, jež získají toto označení zpravidla nabývají na popularitě mezi návštěvníky, jelikož tato známka představuje důkaz kvality a dá se dobře využít při marketingu destinace. Kontroverzi podle Boniface a Cooper (2009, s. 52) vyvolává návštěva míst, která jsou spojená se smrtí, utrpením či katastrofami jako například koncentrační tábory či pohřebiště. Tento trend nazývaný jako temný turismus (anglicky *dark tourism*) podněcuje otázky ohledně motivace návštěvníků těchto míst a také jejich propagace bez přehnané komercionalizace a senzacechtivosti za každou cenu.

Kulturní zařízení a akce

Kulturní zařízení jsou atraktivitami specifického významu a funkce v cestovním ruchu. Často podle Hraly (2005, s. 19) vystupují jako doplněk jiných památek a pouze ta zařízení, jež shromažďují výjimečné exponáty nebo předvádějí nevšední akce, tvoří profilující atraktivitu oblasti. Hrala dělí kulturní zařízení na *„zařízení soustřeďující sbírky různého druhu (muzea, galerie, knihovny, skanzeny aj.) a zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní a jiné akce (divadelní představení, hudební či jiné festivaly, folklorní a další slavnosti, kongresy a sympozia, náboženské slavnosti a poutě aj.).“* Z kulturních zařízení mají jednoznačně největší význam muzea a galerie, které se stávají nejčastějším cílem účastníků tzv. kulturního cestovního ruchu. Dále do této skupiny patří také divadelní a operní představení, koncerty, hudební a jiné festivaly, které podle Hraly znásobují kulturní význam některých měst, a náboženské poutě k posvátným místům.

Sportovní zařízení a akce

Poslední ze skupiny společenských podmínek a atraktivit jsou sportovní zařízení a akce. Co se týče sportovních zařízení, jedná se o objekty rekreace, které jsou cílem účastníků sportovního ruchu neboli zájemců o tzv. aktivní dovolenou. Může se jednat například o plavecký bazén, skiareál nebo golfové hřiště. Význačným faktorem přílivu turistů do města jsou také sportovní akce. Jedná se zpravidla o akce mezinárodního rozměru a příkladem mohou být olympijské hry, jichž se jako diváci zúčastní několik miliónů lidí.

3.3.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady cestovního ruchu zahrnují podle Zelenky a Páskové (2012, s. 347) komunikační předpoklady (dostupnost území a stav a typy komunikačních sítí) a infrastrukturu cestovního ruchu, do níž se řadí ubytovací, stravovací, kulturní, zábavní, sportovní a jiná zařízení. Realizační předpoklady umožňují faktickou realizaci cestovního ruchu. Význam realizačních předpokladů spočívá, jak píše Vystoupil a kol. (2009, s. 31), *„v jejich schopnosti vytvářet spojovací článek a konkretizaci vztahů mezi oblastmi, resp. centry zájmu o cestovní ruch a rekreaci (póly nabídky) a cílovými místy, resp. oblastmi cestovního ruchu a rekreace (nabídka).“*

Materiálně-technická základna

Podle Vystoupila a kol. (2006, s. 45) jsou materiálně-technickou základnou myšlena všechna zařízení, jež svojí existencí umožňují a podporují rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Pod tento pojem zahrnuje všechna zařízení, která *„bezprostředně uspokojují a slouží turistům a rekreantům.“* Řadí mezi ně:

- ubytovací zařízení,
- stravovací zařízení,
- sportovně rekreační a zábavní zařízení,
- dopravní zařízení s výraznou rekreační funkcí.

Dopravní předpoklady

Doprava je jednou ze základních podmínek realizace cestovního ruchu a umožňuje účastníkům cestovního ruchu navštívit danou destinaci. S rostoucí poptávkou po cestovním ruchu roste význam dopravy z hlediska zapojování rozsáhlejších oblastí i nových destinací do nabídky cestovního ruchu. Díky ní také dochází k modernizaci dopravních prostředků a sítí, což podle Hraly (2005, s. 20) umožňuje *„snižovat přepravní náklady a zvyšovat kapacitu, rychlost, kvalitu a bezpečnost."*

3.4 Destinace cestovního ruchu

O předpokladech rozvoje cestovního ruchu se hovoří zejména ve spojení s destinací cestovního ruchu, a proto autor shledává důležitým tento termín v práci objasnit. Definice destinace cestovního ruchu jsou různorodé, na pojem lze nahlížet z různých hledisek. Jak píše Šauer a kol. (2015, s. 121), nejčastěji se jedná o místo určení nebo geograficky určený cíl cesty. Dále dodávají, že destinace jsou definovány na regionální, národní, místní, ale i kontinentální úrovni a dále je člení podle následujících kritérií:

- Destinace jako území, resp. region,
- Destinace jako systém,
- Destinace jako sociální prostor sdílený rezidenty a návštěvníky,
- Destinace jako síť (network).

Vystoupil a kol. (2006, s. 77) ve své práci popisují dvě možná pojetí k vymezení pojmu destinace. Prvním je pojetí z marketingového hlediska, kdy je podle nich destinace chápána jako *„produkt cestovního ruchu, tj. soubor nabídek jednotlivých poskytovatelů služeb cestovního ruchu".* Druhé pojetí je podle nich z hlediska geografického, kdy je destinace chápána jako *„území, které má svá specifika"*. Dále dodávají, že při vymezování destinace neplatí oficiální kritéria, avšak pro určování velikosti destinace v zásadě platí, že *„čím vzdálenější je cíl cesty, tím šířeji je destinace definována"*, a také *„čím úžeji je definován důvod cesty, tím menší je destinace"*.

Destinací v evropském prostoru se míní stát (např. Švýcarsko či Velká Británie), horská oblast (např. Alpy nebo Krkonoše), přímořské letovisko (např. Bibione či Slunečné pobřeží) nebo region (např. Provence nebo Toskánsko).

3.4.1 Management destinace cestovního ruchu

Jak zmiňují Vystoupil a kol. (2006, s. 78), hlavní funkcí destinace cestovního ruchu je *„vytvořit institucionální rámec pro rozvoj a systematické řízení (koordinaci) aktivit cestovního ruchu“*. K tomu slouží management neboli řízení destinace cestovního ruchu, které má za cíl správné využití předpokladů cestovního ruchu v destinaci a jejich udržitelnost. Destinační management je podle Zelenky a Páskové (2012, s. 106) souhrn technik, nástrojů a opatření, který je aplikován při koordinovaném plánování, komunikaci, organizaci, marketingu či regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Aby byla destinace úspěšná, mluví Goeldner (2012, s. 371) o dvou primárních parametrech, které musejí být naplněny. Těmi jsou podle něj konkurenceschopnost a trvalá udržitelnost. Konkurenceschopnost destinace vidí v její schopnosti efektivně a ziskově konkurovat na trhu cestovního ruchu. Udržitelností je podle něj schopnost destinace zachovat si kvalitu fyzických, kulturně-sociálních i enviromentálních zdrojů. Konkurenceschopnost je podle něj řízena pomocí obchodně-manažerských dovedností v podobě řízení lidských zdrojů, informačního managementu či marketingu. Udržitelnost je pak ovlivňována znalostmi a dovednostmi z oblasti managementu životního prostředí v podobě řízení návštěvnosti, péče o flóru a faunu, správy místní komunity či recyklace materiálů. Page (2015, s. 38) nahlíží na management destinace cestovního ruchu jako na vícevrstvý proces, ve kterém se různé organizace a klíčové osoby, které jsou zapojeny v cestovním ruchu, angažují na rozdílných úrovních v určité době. Organizace zabývající se řízením destinace cestovního ruchu jsou v evropském prostoru především národní centrály cestovního ruchu – např. v České republice *Czech Tourism* nebo *Schweiz Tourismus* ve Švýcarsku. Důležitým nástrojem pro management destinace cestovního ruchu je její marketing. Jak píše Zelenka a Pásková (2012, s. 328), marketing destinace či místa je *„marketing, jehož aktivity jsou rozvíjeny ve vztahu k určitému místu, prostoru. V cestovním ruchu je jeho cílem mimo jiné zvýšení (nebo udržení, resp. regulace) návštěvnosti místa, budování image místa.“* Marketing v cestovním ruchu obecně vykazuje několik charakteristických znaků. Jak píše Hesková (2011, s. 134), patří mezi ně nehmotný charakter (k nevýhodám patří snadná imitace a omezená životnost produktů), charakter výroby

(místní a časová vázanost), pomíjivost služeb (službu nelze skladovat), specifičnost distribučních cest, podmíněnost nákladů, vázanost služeb na jejich poskytovatele a obtížně definovatelná kvalita služby z pohledu zákazníka. Podobně jako v jiných odvětvích je trendem marketingu cestovního ruchu využívání sociálních sítí, a to především za účelem sdílení fotografií, videí a zážitků z turistických destinací, sdílení znalostí a zkušeností, cestování a komunikaci ve virtuálním světě a sdílení odkazů se zajímavými turistickými informacemi.

3.4.2 Rajonizace v cestovním ruchu

Rajonizace neboli rozdělení územních celků se v cestovním ruchu používá k efektivnímu a ucelenému řízení onoho územního celku, nejčastěji nazývaného jako turistický region. Turistický region je území, které je podle Zelenky a Páskové (2012, s. 480) vymezeno na základě organizačně ekonomických vazeb a ochotě mikroregionů v daném regionu *„spolupracovat na společném marketingu a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu, tedy v územním dosahu destinačního managementu.“* Hranice těchto regionů podle nich nejsou napevno stanovené, ale vyvíjejí se v čase. Území lze dle nich členit na regiony třemi způsoby:

a) přirozeným procesem neboli spontánním vnímáním celků na základě klíčových prvků (kulturně historický vývoj či přírodní celky),
b) podle zvolených kritérií, znaků či procesů (např. historických, sociálně geografických a fyzicko-geografických),
c) podle administrativně správního členění (kraje, okresy atd.).

Mezi turistickými regiony v jedné zemi panují často velké rozdíly, které mohou být zapříčiněny horšími předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu nebo nedostatečným destinačním managementem. Na tyto rozdíly bude poukázáno při komparaci dvou regionů v praktické části práce.

4 Praktická část

Praktická část práce se skládá z kapitoly věnující se obecným informacím o destinaci a historickým a kulturně demografickým souvislostem. Následuje kapitola, která analyzuje předpoklady cestovního ruchu ve Švýcarsku na základě kritérií popsaných v teoretické části práce. Kapitola „*Současný potenciál rozvoje cestovního ruchu Švýcarska*" je shrnutím poznatků získaných na základě dotazování odborníků na cestovní ruch ve Švýcarsku. Závěr praktické části patří popisu všech turistických regionů Švýcarska a komparaci dvou regionů z nich zvolených – regionů Bern a Ticino.

4.1 Obecná charakteristika Švýcarska

Faktografické a číselné informace obsažené v této podkapitole jsou převzaty z knih Švýcarsko (Pergler a Brummel, 2015) a Švýcarsko (Williams a kol., 2013), pokud v textu není uvedeno jinak.

Švýcarsko, oficiálním názvem Švýcarská konfederace, je státem ležícím ve střední Evropě. Jeho sousedními státy jsou Itálie na jihu, Francie na západě, Německo na severu a Rakousko s Lichtenštejnskem na východě. Nejdelší hranici 740 km má s Itálií. Rozloha Švýcarska činí 41 285 km^2, což ho řadí na 133. místo v seznamu států světa podle rozlohy. V zemi se nachází 1 484 jezer a 140 ledovců. Nejvyšším bodem země je Dufourspitze (4 634 m.n.m) v masivu Monte Rosa a nejnižším bodem je jezero Maggiore (193 m.n.m).

Státním zřízením Švýcarska je federativní stranická direktoriální republika s prvky přímé demokracie. Federativní, jelikož se skládá z více států, členů federace, které mají svá vlastní práva. Stranická, jelikož jeho parlament tvoří politické strany volené občany. Direktoriální, jelikož je země řízena kolegiem několika lidí, kteří mají podobné pravomoci jako předseda vlády či prezident. Z tohoto kolegia neboli spolkové rady je každý rok volen nový prezident. Současnou prezidentkou (k roku 2020) je Simonetta Sommaruga, která tuto funkci zastávala již v roce 2015 a pochází ze Švýcarské sociálně demokratické strany. (Der Bundesrat, 2020)

Hlavním městem Švýcarska je de facto Bern (ve švýcarské ústavě není stanoveno hlavní město federace), kde se nachází většina federálních institucí včetně sídla parlamentu a vlády. Nejvyšší federální soud sídlí ve městech Lucern a Lausanne. Švýcarská konfederace se skládá ze 26 kantonů. Jsou jimi – Curych, Bern, Lucern, Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden, Glaurus, Zug, Fribourg, Solothurn, Basilej-město, Basilej-venkov, Schaffhausen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St. Gallen, Graubünden, Aargau, Thurgau, Ticino, Vaud, Valais, Neuchâtel, Ženeva a Jura. (viz. Obr. 1) Švýcarskou měnou je švýcarský frank, jímž se kromě Švýcarska platí také v Lichtenštejnsku. Jeden frank se skládá ze 100 rappů a patří mezi nejstabilnější měnu na světě. Oficiálními jazyky ve Švýcarsku jsou němčina, francouzština, italština a rétorománština. Vlajka Švýcarské konfederace se skládá z bílého kříže na červeném poli a svým čtvercovým formátem se spolu s Vatikánem řadí mezi jediné vlajky tohoto typu na světě.

Systém pro dělení teritoriálních jednotek (NUTS) je dělením, které se používá pro srovnávání zemí a regionů. Na základě tohoto dělení je Švýcarsko rozčleněno na 7 makroregionů. (v závorce zahrnuté kantony) 1. Oblast Ženevského jezera (Vaud, Valais, Ženeva), 2. Espace Mittelland (Bern, Freiburg, Solothurn, Neuchâtel, Jura), 3. Severozápadní Švýcarsko (Basilej-město, Basel-venkov, Aargau), 4. Curych (Curych), 5. Východní Švýcarsko (Glarus, Schaffhausen, Appenzell Inner- a Ausserrhoden, St. Gallen, Graubünden, Thurgau), 6. Centrální Švýcarsko (Lucern, Uri, Schwyz, Obwalden, Nidwalden, Zug), 7. Ticino (Ticino). (Bundesamt für Statistik, 2020)

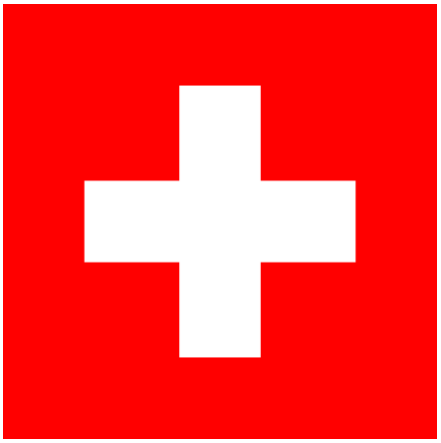
Obr. 1 Mapa Švýcarska a jeho 26 kantonů.
(zdroj: Wikipedia, 2012)

4.1.1 Historický kontext

Švýcarská konfederace jako stát v dnešní podobě vzniká teprve v roce 1815. Přesto se však v minulosti na jeho území odehrávaly důležité události, které měly vliv na formování tohoto kulturně rozmanitého státu. Prvními známými obyvateli na švýcarském území byly keltské kmeny Helvetů (odtud také helvétský kříž, jenž je součástí švýcarské vlajky) a Rétů. Keltské kmeny byly později podrobeny Římany, kteří zde založili provincii zvanou Helvetia. Dále zmiňují, že kolem roku 400 n.l. byly Římané vyhnáni germánským kmenem Alemanů, který se usadil na východě země. Na západě se o několik let později usazuje germánský kmen Burgundů, jenž však přijímá latinský jazyk a křesťanství. V této době se již začíná rýsovat kulturní rozdělení Švýcarska na frankofonní a germanofonní oblasti. (Meyer a Kreis, 2019)

V 9. století se celé území stává součástí Franské říše a v 11. století jeho nástupce Svaté říše římské. V tu dobu již začíná mít velký vliv domácí šlechta, jež se snaží spravovat svá panství nezávisle na Svaté říši. Nejvlivnějšími rody v tomto období jsou Zähringerové a Savojové, které zakládají města (např. Bern či Fribourg) a staví hrady (např. Thun nebo Chillon). Na konci 13. století se k moci ve Svaté říši dostávají Habsburkové, kteří s vývojem a pokusy o nezávislost švýcarských kantonů

nejsou spokojeni. V roce 1291 umírá největší nepřítel švýcarských šlechticů římský král Rudolf Habsburský a jeho smrt se stává impulsem ke spolupráci kantonů a vyhlášení nezávislosti. V témže roce se na louce Rütli spojí představitelé kantonů Uri, Schwyz a Unterwalden a smlouvou stvrdí, že nebudou uznávat žádného jiného vládce či soudce. Tento akt lze pokládat za základní kámen současné Švýcarské konfederace. Po bitvě u Morgartenu v roce 1315, kdy Švýcaři porážejí početnější vojsko římského krále Albrechta, se v následujících 200 letech ke svazku připojují další kantony (Encyclopædia Britannica, 2020).



Obr. 2 Vlajka Švýcarska s helvétským křížem.

(Zdroj: Stam, 2006)

Konečně v roce 1499 po vítězství v bitvě u Dornachu získává Konfederace od císaře Maxmiliána I. nezávislost na Svaté říši římské. V roce 1515 do té doby téměř neporazitelná švýcarská vojska utrpí zdrcující porážku v bitvě u Milána a končí se snahami o rozšiřování svého území a začíná razit politiku neutrality. Poté Švýcaři svého bojovného ducha uplatňují pouze coby nájemní žoldnéři či jako osobní gardy na evropských panovnických dvorech. Dodnes zůstala zachována Švýcarská garda papeže, která funguje jako armáda papežského státu Vatikán. V 15. a 16. století, kdy v Evropě dochází k reformaci církve, vznikají v městech Curychu a Ženevě nové protestantské směry, jejímiž zakladateli jsou Jan Kalvín a Ulrich Zwingli. Ve třicetileté válce, jejímž hlavním motivem je střet katolíků s protestanty, zůstává Švýcarsko neutrální. Důvodem je také náboženská roztříštěnost, jelikož v okolí velkých měst se prosazuje protestantismus, zatímco v oblasti centrálního Švýcarska

a rurálních oblastech zůstávají lidé věrni katolicismu. (Wiliams a kol., 2013)

V roce 1798 Konfederaci obsazuje Napoleon a zakládá zde Helvétskou republiku, která popírá tradiční kantonální rozdělení a má být řízena centrálně. Tento státní útvar však vydrží pouhých pět let. Konečně po porážce Napoleona v bitvě u Waterloo se na Vídeňském kongresu v roce 1815 rozhodne o definitivní nezávislosti Švýcarska a jeho neutralitě, a navíc jsou k němu připojeny poslední zbývající kantony (Ženeva, Valais a Neuchâtel). Vlivem revoluce v Paříži roku 1830 vzniká ve Švýcarsku liberální hnutí a začíná období tzv. obrození. Tato hnutí požadují úplná demokratická práva a rovnoprávnost lidí z měst a lidí z venkova. Tím započala cesta ke švýcarské ústavě. V roce 1847 dochází k občanské válce s konzervativci (katolíky) z kantonů Lucern, Uri, Schwyz nebo Valais (tzv. Sonderbund spolek) na jedné a liberály (protestanty) z větších měst jako Curych nebo Bern na druhé straně. Po porážce Sonderbundu se liberálové ujímají příležitosti a upevňují svou moc v zemi. V roce 1848 pak prosazují novou federální ústavu, která znamenala první centrální vládu pro Švýcarsko. Většina pravomocí však zůstává v rukách jednotlivých kantonů. V roce 1874 dochází ke schválení referenda jako nástroje pro rozhodování otázek na celostátní, kantonální i místní úrovni. I díky stabilnímu hospodářskému růstu a rozvoji cestovního ruchu a průmyslu dochází k usmíření rozdílných skupin obyvatel a vzniká pojem švýcarské národní identity. (Meyer a Kreis, 2019)

Během první a druhé světové války v první polovině 20. století si Švýcarsko zachovává svou neutralitu, a přestože má dostatečné množství vycvičených vojáků, bojů se aktivně neúčastní. Díky tomu je Švýcarsko po druhé světové válce centrem míru v Evropě a jsou zde zakládána sídla mezinárodních organizací jako Organizace spojených národů (k níž se však sami připojují až v roce 2002) či Světová zdravotnická organizace (WHO). (Pergler a Brummel, 2015)

Přes všechna demokratická a liberální opatření se Švýcarsko stává poslední zemí v Evropě, která uzná volební právo pro ženy ve všech kantonech (až v roce 1990). Z důvodu své neutrality nevstoupí do Evropské unie a zachová si svoji měnu – Švýcarský frank. Stává se však součástí Schengenského prostoru a s Evropskou unií sjednává další bilaterální dohody. Zároveň je spolu s Norskem, Islandem a Lichtenštejnskem členem Evropského sdružení volného obchodu (EFTA).

4.1.2 Kulturně demografický kontext

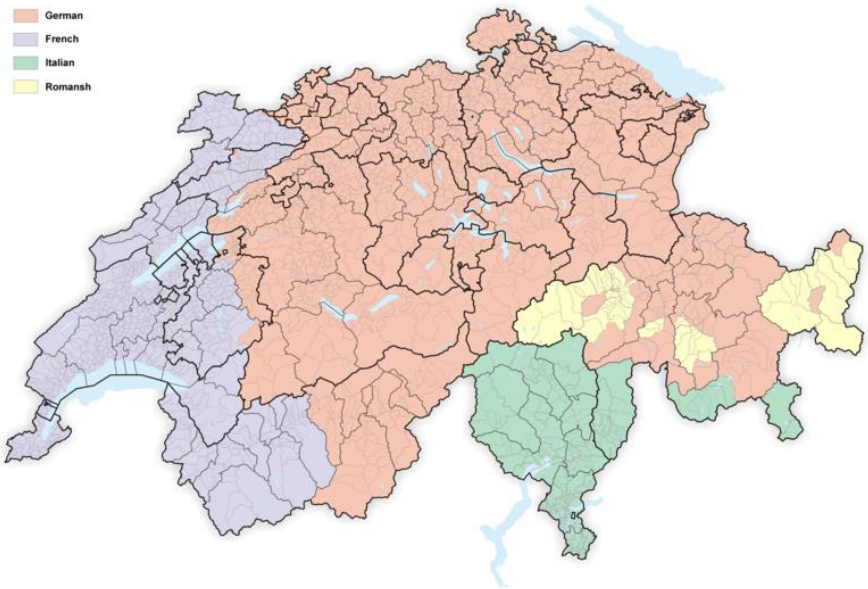
Dnešní populace Švýcarska čítá přes 8,5 miliónů lidí. Populace velmi rychle vzrostla v průběhu posledních 200 let, kdy se čtyřnásobila. Největší nárůst zažila v období po druhé světové válce a na začátku 21. století. Více než 75 % obyvatel žije v tzv. Švýcarské plošině, tedy v oblasti na sever od Alp a od Ženevy na jihozápadě po Bodamské jezero na severovýchodě. Podle údajů z roku 2019 cizinci zaujímají 25 % celkové populace (Bundesamt für Statistik, 2019).

Úhrnná plodnost neboli průměrný počet dětí na jednu ženu je aktuálně 1,5. Očekávaná délka života 86 let pro ženy a 82,4 pro muže, což Švýcarsko řadí na 4. příčku mezi zeměmi celého světa. Míra urbanizace se v posledních 50 letech příliš neměnila a poměr mezi městkou a vesnickou populací je v současnosti 74 % ku 26 %. Nejvyšší počet obyvatel má město Curych, a sice 341 000 (Worldometer, 2020). Vezme-li se v potaz národnostního složení Švýcarska, Švýcarsko již není homogenním státem, jakým bývalo. Ve státě žije několik menšin, z nichž nejpočetnějšími jsou skupiny lidí ze států Evropské unie (Itálie, Německo, Portugalsko, Francie a Španělsko), ze států bývalé Jugoslávie (Kosovo, Severní Makedonie, Srbsko, Chorvatsko) a Turecka (Bundesamt für Statistik, 2018).

Ve Švýcarsku není žádné státní náboženství, nicméně většina kantonů (kromě Ženevy a Neuchâtelu) uznává jako oficiální církev tzv. Landeskirchen, pod níž spadají římsko-katolická a švýcarská reformovaná církev. Podle údajů z roku 2016 žije na území Švýcarska 36,5 % římských katolíků, 24,5 % protestantů a 5,2 % muslimů (Bundesamt für Statistik, 2016).

Jak již bylo zmíněno výše, Švýcarsko má čtyři oficiální jazyky. Jazyková rozmanitost je zapříčiněna izolovaností jednotlivých částí Švýcarska v historii a vlivem různým kulturních skupin, viz. podkapitola *Historický kontext*. Podle údajů z roku 2017 je nejpočetnější skupinou lidí hovořících primárně jedním z oficiálních jazyků skupina obyvatel hovořících německy (62,2 %), následovaná skupinou obyvatel hovořících francouzsky (22,9 %), dále italsky (8 %) a nejmenší skupinou je skupina obyvatel hovořících rétorománsky (0,5 %). Z neoficiálních jazyků vede angličtina, následovaná portugalštinou, albánštinou, srbochorvatštinou a španělštinou (Bundesamt für Statistik, 2, 2018). Každý kanton má svůj vlastní

oficiální jazyk podle nejpočetnější skupiny hovořících, některé kantony jsou bilingvální (Bern, Fribourg a Valais – němčina a francouzština) až trilingvální (Graubünden – němčina, rétorománština a italština). Švýcarská němčina (Schwyzerdütsch) je alemanským dialektem němčiny, který se používá zejména v neformální mluvě. V televizních zprávách či novinách je upřednostňováno a někdy i nařízeno používání spisovné němčiny.



Obr. 3 Rozšíření jazyků ve Švýcarsku.
(červená – němčina, fialová – francouzština, zelená – italština a žlutá – rétorománština)
(Zdroj: Wikipedia, 2, 2010)

4.2 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve Švýcarsku

4.2.1 Selektivní předpoklady Švýcarska

Švýcarsko je zemí se stabilní ekonomickou i politickou situací. Tento fakt přispívá k tomu, že se cestovní ruch v zemi rozvíjí. Vysoká kvalita života a vysoká očekávaná délka života jeho obyvatel dává Švýcarům možnost pro seberealizaci a volný čas, který rádi vyplňují právě cestováním. Podle serveru The Heritage Foundation (2020, on-line) se Švýcarsko řadí na první místo z hlediska ekonomické svobody mezi státy Evropy. Dále má druhý nejvyšší hrubý domácí produkt na jednoho obyvatele na světě. Přesto v poslední době došlo k poklesu kvůli obchodní válce USA s Čínou, vzrůstající hodnotě Švýcarského franku a výraznému ekonomickému poklesu

v sousedním Německu. Práva na osobní vlastnictví a autorská práva jsou uznávána a prosazována. Soudnický systém je nezávislý, kompetentní a spravedlivý. Obchodní a protikorupční zákony jsou efektivně uplatňovány. Vzhledem ke kantonálnímu rozdělení jsou daně vyšší na kantonální než na federální úrovni. Asi 74 % švýcarského HDP je tvořeno terciárním sektorem (službami), 25 % přispívá průmysl a necelým 1 % zemědělství (CIA World Factbook, 2017).

V oblasti obchodu spolupracuje Švýcarsko úzce s Evropskou unií, přestože není jejím členem. Okolo 78 % importu zboží přichází ze zemí Evropské unie, zatímco export švýcarských produktů do Evropské unie tvoří 43 %. Nejčastějšími vývozními artikly jsou zlato, chemické a farmaceutické zboží, stroje a elektronika a švýcarská doména hodinky (OEC, 2018).

Politický systém se vyznačuje přímou demokracií, kdy se každý občan starší 18 let může sám podílet na prosazování zákonů účastí v referendech. Stranami v parlamentu (dohromady 200 křesel) s největší podporou obyvatel jsou nacionální Švýcarská lidová strana (53 křesel), Socialistická strana (39 křesel), liberální Svobodná demokratická strana (29 křesel), Zelení (28 křesel), Křesťanská lidově-demokratická strana (25 křesel) a Zelená liberální strana (16 křesel). (Bundesamt für Statistik, 2, 2019) Trendem v posledních letech je vzrůstající popularita proti-imigrační Švýcarské lidové strany a zelených stran. Díky členství v Schengenu (od roku 2008) se zjednodušily podmínky pro vstup do země pro cestující z většiny Evropských států.

Již zmíněná neutralita a stabilita byly důvodem pro zvolení Švýcarska centrem několika mezinárodních institucí. I proto tvoří značnou část příjezdového cestovního ruchu ve Švýcarsku pracovní cesty. Cestovní ruch celkově přispívá cca 3 % do HDP země a zajišťuje práci přibližně 145 000 lidí (Bundesamt für Statistik, 3, 2018).

Důležitým faktorem udržitelnosti cestovního ruchu ve Švýcarsku je ochrana životního v prostředí. Švýcaři o svoji krajinu usilovně pečují a zavádějí mnohá opatření proti jejímu znečišťování. Švýcarsko patří mezi nejvíce recyklující země na světě a vysoce pokutuje ty, kteří neplatí za vyvážení odpadu. Dále se snaží využívat půdu v okolí měst, aby zabránilo jejich dalšímu růstu nebo zdokonaluje čističky odpadních vod.

4.2.2 Lokalizační předpoklady Švýcarska

Přírodní podmínky a atraktivity

Klima

Švýcarsko leží v mírném podnebném pásu, což znamená, že jeho klima je mírné bez extrémního horka, chladu či vlhkosti. Stejně jako v jiných státech v mírném podnebném pásu se i ve Švýcarsku jasně rozlišují čtyři roční období. Na podzim (od září do listopadu) dozrává ovoce a listy stromů mění svou barvu. Zimy bývaly vždy velmi chladné, ale v dnešní době, zvláště v nížinách, tomu tak již není. Na jaře (od března do května) rozkvétají stromy a louky se začínají zelenat. Občas se na krátkou dobu vrátí zimní teploty nebo přijdou teploty letní už na přelomu dubna a května. Nejteplejším obdobím je léto, a především měsíce červenec a srpen, kdy se denní teplota vzduchu v průměru pohybuje mezi 18 a 28 stupni Celsia. Podle Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie (2020, on-line) dosáhla nejvyšší naměřená teplota na území Švýcarska 41.5 °C v roce 2003. Přestože lze hovořit o Švýcarsku jako celoroční destinaci, nejvíce turistů přijíždí jednoznačně během zimní sezóny (od prosince do března) za lyžováním a během letní sezóny (červenec a srpen) za pěší a městkou turistikou.

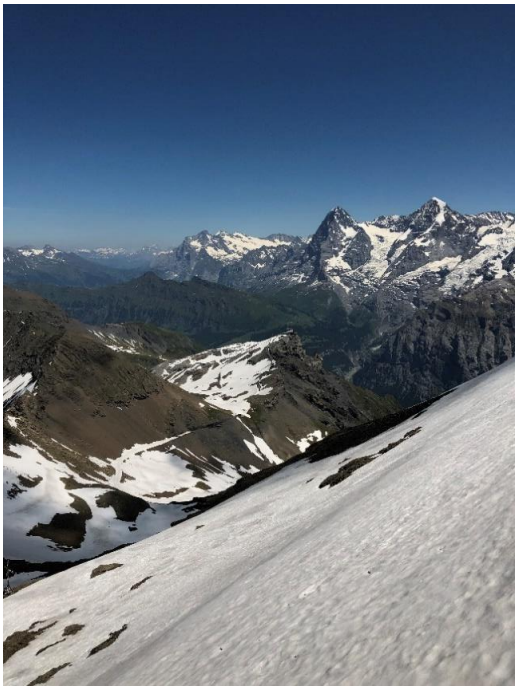
Povrch

Švýcarsko je členitou zemí a skládá se ze 3 hlavních geografických oblastí: Alp (zaujímajících téměř 60 %), Švýcarské plošiny (30 %) a pohoří Jura (10 %). Švýcarské Alpy, které zaujímají 20 % rozlohy celého Alpského pohoří, jsou oblíbenou turistickou destinací a také jedním z nevýznamnějších symbolů Švýcarska. Nachází se zde 48 vrcholů, které jsou vyšší než 4000 metrů. Nejvyšším vrcholem je Dufourspitze (4 634 m), který však leží na hranicích s Itálií, a tak je často Švýcary uváděn za nejvyšší vrchol Dom (4 545 m), který leží zcela na území Švýcarska. Asi nejznámějším vrcholem je Matterhorn (4 478 m), charakteristický svou ledovcem vybroušenou špicí. Matterhorn leží nedaleko horského střediska Zermatt a je častým motivem na výrobcích reprezentujících Švýcarsko. Je také nejčastěji fotografovanou horou ve Švýcarsku. (Pergler a Brummel, 2015)

Ještě do poloviny 19. století byly Švýcarské Alpy téměř zcela neprobádanou oblastí. Až s rozvojem turismu a zájmu o vysokohorskou turistiku a zimní sporty se pomalu začaly zpřístupňovat světu. Dnes se mohou pyšnit velmi dobrou dopravní dostupností i kvalitou nabízených služeb. Významnou atraktivitou Švýcarských Alp jsou ledovce, kterých se zde nachází přes 1 800.

Pohoří Jura je vápencovým pohořím a rozprostírá se na území při severní hranici s Francií od Ženevského jezera po Basilej. Vrcholy, které se nacházejí v pohoří Jura dosahují mnohem menší výšky než vrcholy alpské (jen něco přes 1 600 metrů). Pohoří se však proslavilo jako naleziště zkamenělin z doby druhohor, kde byly vůbec poprvé v 18. století zkoumány. Název Jura pak podle tohoto pohoří převzalo celé geologické období (13–195 miliónů let př.n.l.). (Czupryn a kol., 2010)

Mezi těmito pohořími se nachází Švýcarská plošina (Mittelland). Průměrná nadmořská výška plošiny je 580 metrů, a přestože tvoří kotlinu, neznamená to, že celý její povrch je plochý. Leží zde mnoho kopců, jezer a řek, včetně největšího jezera čistě na švýcarském území – jezera Neuchâtel. (Pergler a Brummel, 2015)



Obr. 4 Švýcarské Alpy.

(Foto: Martin Pelc)

Vodstvo

Alpy jsou považovány za jedno největších evropských rozvodí, jelikož v nich pramení hned několik důležitých vodních toků. Největší část země je odvodňována řekou Rýn, která ústí do Severního moře. Jeho významným přítokem je řeka Aara, která protéká i hlavním městem Bern. Jihovýchodem země protéká řeka Rhôna, jež dále pokračuje do Francie, kde se v Marseille vlévá do Středozemního moře. Italským kantonem Ticino, protéká stejnojmenná řeka, která pokračuje do Itálie, kde se vlévá do její nejdelší řeky Pád. Řeky jsou ve Švýcarsku oblíbené pro svoji čistotu, která se vyznačuje azurovou barvou a jsou využívány k nejrůznějším vodním aktivitám, především k raftingu.

Ve Švýcarsku se nachází až 2000 jezer, nejčastěji ledovcového původu. Jsou využívána též k vodním sportům a projížďkám na vyhlídkových lodí. Voda v nich je většinou velmi studená, ale v letním měsících je možné se v některých z nich (např. v Curyšském či Lucernském jezero) koupat. Největším jezerem čistě na území Švýcarska je již zmíněné Neuchâtelské jezero. Největším jezerem, o které se Švýcarsko dělí s Francií je Ženevské jezero (Lac Léman), které je zároveň druhým největším ve střední Evropě. Dalšími významnými jezery pro cestovní ruch jsou Curyšské jezero, Lucernské jezero (Vierwaldstätteresee), Bodamské jezero, jezera Thun a Brienz ležící mezi oblíbeným turistickým místem Interlaken a na jihu země jezera Lugano a Maggiore.

Obr. 5 Výletní loď na Ženevském jezeře.

(Foto: Martin Pelc)

Fauna a flora

Švýcarsko obývají různé druhy divokých zvířat a nachází se zde spousta různých biotopů. V dávných dobách Švýcarské Alpy obývali jeskynní medvědi, jeskynní lvi a panteři. Ještě před pár staletími byla podle něj alpská údolí plná rysů, divokých koček a vlků. Největší množství divokých zvířat lze pozorovat ve Švýcarském národním parku. Typickými obyvateli z řádu savců jsou jelen lesní, srnec obecný, veverka obecná či kamzík horský. Po celých Alpách lze slyšet proslulý křik svišťů horských, jímž varují ostatní členy smečky. Vysoko v horách žijí kozorožci horští, kteří byli spatřeni i ve výškách nad 4000 metrů. Z řádů ptáků lze narazit na vzácného tetřeva hlušce, jeřábka lesního, bělokura horského, sluku lesní či sýce rousného. Horskými specialisty, kteří si staví hnízda i nad 3000 metrů nadmořské výšky, jsou pěvuška podhorní, skalník zpěvný nebo kavče žlutozubé. Predátorem, jenž rád loví zmíněné sviště, zajíce či tetřívky, je orel skalní. (Teller, 2011)

Druh rostlinstva se odvíjí od regionu a záleží na podnebí, nadmořské výšce a půdě. V nižších polohách kvetou dřípatky, petrklíče, krokusy a sasanky. Dalšími hojně zastoupenými rostlinami jsou koniklec alpský a hořec žlutý. Ve vyšších

nadmořských výškách lze spatřit zástupce z čeledi vřesovitých, silenku lodyžnatou či protěž alpskou. (Teller, 2011)

Švýcarský národní park

Významnou přírodní atraktivitou je jediný národní park na území Švýcarska Švýcarský národní park ležící v kantonu Graubünden. Založen byl v roce 1914 a jeho cílem je zachovat přírodu nedotčenou, nechat ji se vyvíjet bez zásahu člověka. Všechny živočišné i rostlinné druhy jsou zde chráněné. Pro turisty je v parku vyznačeno na 80 kilometrů turistických tras (Parc Naziunal Svizzer, 2020).

Přírodní památky UNESCO

Ve Švýcarsku se nachází 3 přírodními památky, které jsou zapsány na seznam světového dědictví UNESCO (Organizace spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu). První přírodní památkou, zapsanou v roce 2001 jsou Švýcarské Alpy Jungfrau-Aletsch. Jedná se oblast zahrnující trojici hor Eiger, Mönch a Jungfrau a ledovec Aletsch, jež je největší souvislou zaledněnou oblastí eurasijského kontinentu. Další památka se nachází v italském regionu Ticino – hora Monte San Giorgio, která byla na seznam zapsána pro zde objevené nejvýznamnější naleziště fosilií z období triasu. V roce 2008 byla na seznam přidána zatím poslední přírodní památka – Švýcarská tektonická oblast Sardona. Tato oblast nacházející se v Glarnských Alpách zahrnuje sedm vrcholů dosahujících 3000 metrů. Na stěnách těchto vrcholů se odkrývají tektonické vrstvy, které přispívají k pochopení procesu tváření zemské kůry (UNESCO World Heritage Centre, 2020).

Společenské podmínky a atraktivity

Švýcarsko je zemí kulturně velmi rozmanitou zemí. Na relativně malém území se střetávají čtyři kulturní skupiny: německá, frankofonní, italská a rétorománská. Každá z nich s sebou přináší tradiční zvyky a tradice. Právě folklor má jedinečné zastoupení ve švýcarské kultuře. Je stále držen naživu různými skupinami napříč celou zemí. Přítomný je v hudbě, tanci, poezii, řezbářství a vyšívání. Jódlování navzdory tomu, že se jedná o švýcarský stereotyp, lze slyšet pouze v několika pár horských oblastech. To samé platí pro akordeon, hudební nástroj, který často

doprovází jódlery při jejich vystoupení. Dalším tradičním symbolem švýcarské hudby je alpský roh. Alpinská kultura je též charakteristická expresivními tanci, které lze zahlédnout v horských oblastech francouzsky mluvící části Švýcarska. Z řezbářství se nejčastěji používá technika vyřezávání pro dekoraci předmětů každodenní potřeby venkovského obyvatelstva jako stolička na dojení, obojek na zvonek pro krávy nebo dřevěné lžíce. V oblasti Berner Oberland je řezbářství využíváno také pro dekoraci domů. Výšivky jsou součástí dámských krojů, často zdobí části oděvu jako jsou rukávy, šátky a čepice (Encyclopedia Britannica, 2, 2020).

Švýcarské umění

Švýcarsko je známé tím, že v minulosti často poskytovalo azyl různým umělcům. V 18. a 19. století přijížděli umělci do Švýcarska za čerpáním inspirace z jeho přírody a historie. Mnoho z nich zde strávilo exil během obou světových válek. V dnešní době je jejich motivací zejména příjemné prostředí a umírněná daňová politika. Svoji stopu ve Švýcarsku zanechali například francouzští filosofové Voltaire a Jean-Jacques Rousseau, německý prozaik a básník Johann Wolfgang Goethe, anglický básník George Gordon Byron nebo Charlie Chaplin. Často jsou někteří švýcarští umělci mylně označováni za Francouze či Němce. Například světově proslulý malíř Paul Klee se narodil ve Švýcarsku, přestože měl německé státní občanství, nebo architekt Le Corbusier, jenž se narodil ve frankofonní části Švýcarska a francouzské občanství získal až v pozdějších letech. V sochařství vyniká především rodák z Graubündenu Albert Giacometti, který kromě známých soch podlouhlých postav vyzdobil spoustu církevních staveb. Architekt a sochař Max Bill přichází v 50. letech 20. století s konkrétním uměním, které se na rozdíl od toho abstraktního má lišit racionalitou a decentním využitím materiálu. Umělecký směr dadaismus vzniká ve Švýcarsku v reakci na absurditu první světové války. Příběh o Heidi, děvčátku z hor je známý po celém světě a jeho autorkou je Švýcarka Johanna Spyri. Ve 20. století se švýcarská literatura proslavila také díky dílům Maxe Frische a Friedricha Dürrenmatta. (Pergler a Brummel, 2015)

Architektura

Ve Švýcarsku se nachází stavby, které byly ovlivněny celou řadou uměleckých slohů. Pozůstatky staveb z doby římské říše lze spatřit na severu a západě země, například v Basileji, Avenches či Nyonu. Románský sloh reprezentují katedrály v Basileji a Constance, klášter v Schaffhausenu či středověký hrad Thun. Gotika, která přicházela do dalších zemích v Evropě z Francie, se rychle uchytila ve francouzské části Švýcarska a je stylem, ve kterém je vybudována katedrála v Lausanne a Ženevě. Odtud se dostávala dále na východ. Mnoho gotických staveb je k vidění v hlavním městě Bern nebo ve městě Fribourg. Renesance nejvýrazněji zasáhla italský region Ticino. Kostely v renesančním stylu se nachází v Luganu či Bellinzoně. Baroko, které bylo protireformačním slohem, se ujalo v katolických oblastech Švýcarska. Mezi jeho představitele patří kostel v Arlesheimu a Lucernu či klášter v Sankt Gallenu. (Czupryn a kol., 2010)

Na přelomu 18. a 19. století vzniká neoklasicismus, který se stává ve Švýcarsku oblíbeným, čehož důkazem jsou Palais Eynard v Ženevě, katedrála v Solothurnu nebo ve skále vytesaný Lví památník v Lucernu. Ve stejnou dobu vzniká takzvaný švýcarský chalet styl, který je inspirován chalet, dřevěnými chatami v Alpách se silnou šikmou střechou. Tento styl se stává symbolem jednoduchého života založeného na demokracii, svobodě a spojení s přírodou. Ve 20. století přichází švýcarský malíř Charles l'Eplattenier s novým stylem „Sapin style“, který se stává švýcarskou obdobou Art Nouveau. Častým motivem tohoto stylu je borovice, jelikož je podle l'Eplattenier nejvhodnějším vzorem jak pro malířství, tak pro architekturu ve švýcarském prostředí. Ve šlépějích tohoto umělce pokračuje jeho žák, kterým byl již zmíněný Le Corbusier. Právě Le Corbusier je významným představitelem moderní architektury. Jeho stavby jsou k vidění hlavně v okolí Ženevského jezera. Zajímavou stavbou v moderním stylu je i kostel sv. Antoniuse v Basileji. (Schweiz Tourismus, 2020)

Obr. 6 Středověký hrad Chillon.

(Foto: Martin Pelc)

Gastronomie

Gastronomie neboli kulinářské umění Švýcarska hraje významnou doplňující roli švýcarského turismu. Švýcarské pokrmy a potraviny jsou známé po celém světě a nezřídka je tak turisté chtějí ochutnat v místě svého vzniku. Sýrové fondue, pocházející z francouzské části Švýcarska, patří k těm nejoblíbenějším. Široký mělký rendlík se naplní sýry, které se začnou tavit pomocí hořáku pod ním. Poté se dlouhou vidličkou napíchne kus pečiva, který se následně vymáčí ve vzniklé sýrové omáčce. Další sýrovou pochoutkou je *raclette*, grilovaný sýr z regionu Valais, který se na rozdíl od fondue jí jako hlavní chod s bramborami, nakládanými cibulkami či uzeninou jako přílohou. Světoznámým sýrem původem ze Švýcarska je ementál. Z německé části Švýcarska pochází národní pokrm *Rösti*, opečená bramborová placka s cibulkou nebo sýrem a slaninou na povrchu. Ke Švýcarsku neodmyslitelně patří také čokoláda. Svoji reputaci si získala během 19. století, kdy vznikaly první továrny na její výrobu a vymýšlely se nové techniky její produkce (např. přidání mléka či tzv. končování). Mezi nejznámější značky původem ze Švýcarska patří Lindt, Nestlé nebo Favarger. (Pergler a Brummel, 2015)

Kulturní památky UNESCO

Švýcarsko má devět kulturních památek, které jsou zapsány na seznamu světového dědictví UNESCO. První trojice z nich byla na seznam zapsána v roce 1983. Jedná se o opatství v Sankt Gallenu založené v 8. století, s knihovnou a archivy s cennými sbírkami, klášter svatého Jana v Müstairu, příklad karolinské renesance se zachovalou výzdobou, a historické centrum hlavního města Bernu se stavbami z 12. století. V roce 2000 bylo na seznam přidáno město Bellinzona, respektive jeho tři hrady (Castelgrande, Montebello a Sasso Corbaro), obranné zdi a opevnění. Další památkou UNESCO jsou terasy pro pěstování vína ve vinařské oblasti Lavaux, jež se rozkládá kolem Ženevského jezera od Lausanne až k hradu Chillon. V roce 2008 je na seznam přidána Rhétská dráha v oblasti Albula a Bernina s několika mosty a viadukty. Rok poté jsou na seznam zapsána města La Chaux-de-Fonds a Le Locle, která byla v 18. století centry hodinářského průmyslu. Prehistorická kůlová obydlí v Alpách se stala další památkou UNESCO Švýcarska a dalších pěti alpských zemí. Jedná o soubor 111 lokalit, kde byly nalezeny pozůstatky dřevěných domů postavených na vysokých kůlech kvůli ochraně před povodněmi. Zatím poslední švýcarskou kulturní památkou na seznamu UNESCO jsou stavby navržené švýcarsko-francouzským architektem Le Corbusierem. Na území Švýcarska se jedná o bytové domy Clarte v Ženevě a dům jeho rodičů v Corseaux na břehu Ženevského jezera (UNESCO World Heritage Centre, 2020).

Obr. 7 Hrad Castelgrande v Bellinzoně.

(Foto: Martin Pelc)

Kulturní zařízení a akce

Ve Švýcarsku se nachází stovky muzeí různého zaměření. Hlavními kulturními centry jsou Curych, Ženeva a Basilej. Mezi nejnavštěvovanější muzea s uměleckými sbírkami patří Muzeum umění a Muzeum Rietberg v Curychu, Kunstmuseum, Fondation Beyeler a Muzeum Jeana Tinguelyho v Basileji a Muzeum umění a historie a MAMCO (Muzem moderního a současného umění) v Ženevě. Významnou galerií je Zentrum Paul Klee, která obsahuje jedinečné sbírky tohoto umělce. Z muzeí zaměřených na historii jsou to Landesmuseum v Curychu a Bernské historické muzeum. Ze speciálně zaměřených muzeí jsou hojně vyhledávána Olympijské muzeum v Lausanne či Švýcarské muzeum dopravy v Lucernu. (Williams a kol., 2013)

Během roku se ve Švýcarsku koná pravidelně několik již tradičních akcí. Katolickými kantony se během karnevalu (Fasnacht) procházejí v průvodech za doprovodu hudby lidé v maskách. Co se týče hudby, největším svátkem je Montreux Jazz Festival, který se koná každý rok v červenci. Asi milion posluchačů techna

přiláká každoročně srpnový průvod v Curychu. Během března, srpna a listopadu probíhají akce spojené s festivalem klasické hudby v Lucernu. V Locarnu, v městě na italském jihu, se koná Locarno International Film Festival, který patří mezi nejlepší v Evropě. 1. srpna, kdy si Švýcaři připomínají vznik svého státu, jsou po celé zemi k vidění ohňostroje, folklórní vystoupení, průvody a mnoho dalšího. (Teller, 2011)

Sportovní zařízení a akce

Švýcarsko je rájem pro aktivní či sportovní cestovní ruch. Mnoho turistů volí tuto destinaci právě za účelem sportovního vyžití. Asi nejrozšířenější aktivitou je pěší turistika, pro kterou Švýcarsko nabízí jedny z nejlepších podmínek v Evropě. Turistické stezky jsou dobře udržované a označené žlutými rozcestníky, které obsahují název destinace a často také čas, který je třeba k dosažení onoho cíle. Existují zde tři hlavní druhy cest. Tzv. *Wanderweg* se drží zvláště v nižších polohách a je značena žlutými kosočtverci či směrovkami. Dalším typem je tzv. *Bergweg*, horská stezka ve vyšší nadmořské výšce a se strmějším profilem. Na trase je vyznačena červenobílými pruhy. Vysokohorské, alpské stezky jsou značeny modře a měly by být absolvovány pouze s horským průvodcem či speciální výstrojí. (Teller, 2011)

Další oblíbenou sportovní aktivitou ve Švýcarsku je cyklistika a horská cyklistika. Švýcarsko nabízí velké množství cyklotras, které jsou zahrnuty v projektu Švýcarská mobilita, který spojuje všechny trasy nemotorizované dopravy. Na své si tak přijdou i zájemci o in-line bruslení či sjíždění řek.

Ke Švýcarsku neodmyslitelně patří zimní sporty. Lyžovaní se stalo tradičním sportem v zemi a mnoho turistů sem jezdí obdivovat krásné výhledy z alpských sjezdovek. Mezi klasická lyžařská střediska patří Davos, Klosters, Saas-Fee, Zermatt, Sv. Mořic, Gstaad, Grindelwald či Engelberg. Své místo si v nich našel také snowboarding a další méně známé zimní sporty jako skijöring, sněžná cyklistika či sáňkování. Některá střediska s přístupem na ledovec a ve výšce více než 3000 metrů nabízejí možnost lyžování po celý rok.

Ze sportovních akcí, které se konají každým rokem, patří mezi nejoblíbenější Cartierův světový pohár v pólu na sněhu, Engadinský lyžařský maraton, Světový pohár ve sjezdovém lyžování v Lauberhornu, mezinárodní lehkoatletický mítink

„Weltklasse Zürich“, cyklistický závod Tour de Suisse, Spenglerův pohár v ledním hokeji či tenisové turnaje v Gstaadu a Basileji. (Williams a kol., 2013)

4.2.3 Realizační předpoklady Švýcarska

Doprava

Švýcarsko má hustou sít silniční i železniční dopravy. V domácím cestovním ruchu převažuje automobilová doprava, v zahraničním pak doprava letecká. Kvůli hornatému povrchu velké části země jsou dopravní sítě hodně klikaté a jejich budování vyžaduje mimořádné výkony od stavebních inženýrů. Příkladem může být 15kilometrový Gotthardský tunel pod průsmykem svatého Gottharda v Alpách nebo silnice, které vedou skrz tyto alpské průsmyky. Některé cesty ve vysokých Alpách bývají pokryté sněhem od listopadu do června a blokují tak silniční dopravu, čehož následkem se plní rekreační střediska v okolí hlavních cest a dochází k výraznému znečišťování životního prostředí. V roce 2016 byl otevřen druhý Gotthardský tunel, který napomáhá řešit tento problém (EDA, 2020).

Železniční dopravě dominuje státní železniční společnost Švýcarské spolkové dráhy (*Schweizerische Bundesbahnen, SBB*), které zajišťují provoz většiny spojů mezi velkými městy a regiony. Na rozdíl od jiných státních železnic, které investují například do vysokorychlostních tratí, investovaly SBB do kvality a přesnosti svých služeb. I díky tomu patří SBB mezi nejpřesnější dopravní systém na světě a již několik let za sebou se jim daří v 96 % případů dosáhnout cíle v předem stanoveném čase. Další významnou železniční společností, tentokrát soukromou, je Rhétská dráha (*Rhätische Bahn, RhB*), která zajišťuje železniční dopravu v kantonu Graubünden. Část tratí Rhétské drahy je součástí světového dědictví UNESCO. (Teller, 2011)

Mimo železniční dopravu jsou důležitými dopravními prostředky využívanými v rámci hromadné dopravy autobusy, lodě a lanovky. Autobusy slouží jako podpora železniční dopravy v místech, kam se vlaky nedostanou, jako jsou vysoké hory či níže položená místa. Nejznámějším autobusovým dopravcem je PostBus, jejímž vlastníkem je národní podnik Švýcarská pošta. Jeho typické žluté autobusy s poštovní trubkou ve znaku se staly ikonou švýcarského dopravního

systému. Téměř každé větší švýcarské jezero se neobejde bez trajektů, které, přestože představují pomalejší způsob dopravy než například vlaky, jsou velmi oblíbené zvlášť u turistů.

Turistům, kteří zvolí automobilovou dopravu, se naskytne největší svoboda při poznávání země. Silniční síť je dostatečně hustá, i když jsou cesty často prodloužené kvůli horskému terénu. Švýcarská politika se však snaží prosazovat hlavně využívání hromadné dopravy, a proto zde platí přísná pravidla a parkovací omezení. (Teller, 2011).

K přístupnosti horských vrcholů pro turisty jsou v provozu lanovky a horské vlaky. Nejvýše položenou stanicí je ta na hoře Jungfraujoch v nadmořské výšce 3 454 metrů. V zemi se nachází čtyři mezinárodní letiště – v Curychu, Ženevě, Basileji a Bernu. Národní dopravce Swissair zkrachoval v roce 2002 následkem propadu letecké dopravy po teroristického útoku na World Trade Center v New Yorku 11. září 2001. Nahradil ho Swiss, který je v současnosti vlastněný německou leteckou společností Lufthansa. (Williams a kol., 2013)

Ubytovací a stravovací zařízení

Nabídka ubytovacích zařízení Švýcarsku je nesmírně široká. Turisté přijíždějící do Švýcarska si mohou vybrat ze všech druhů cenových kategoriích, kvality a kvantity poskytovaných služeb a ubytování podle nejnovějších trendů v cestovním ruchu. Rozvoj v oblasti ubytovacích služeb od 70. let 20. století vedl podle Boniface a Coopera (2009, s. 252) k přebytku nabídky nad poptávkou. Tento fakt potvrzuje Tab. 1, kde si lze všimnout, že v letech 2013-2018 bylo využíváno mezi 41.6 a 44.6 % ubytovacích kapacit.

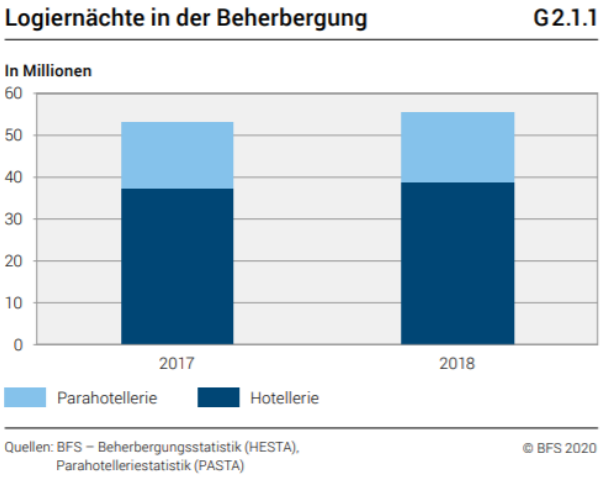
DEMAND IN HOTELS AND HEALTH ESTABLISHMENTS

Year	Arrivals	Overnight stays	Average duration of stay	Net occupancy rate in % (rooms)[2]	Net occupancy rate in % (beds)[3]
2018	19 353 083	38 806 777	2.0	54.5	44.6
2017	18 562 061	37 392 740	2.0	52.9	43.0
2016	17 477 932	35 532 576	2.0	51.3	41.6
2015	17 429 421	35 628 476	2.0	51.5	41.7
2014	17 162 053	35 933 512	2.1	52.0	42.2
2013	16 831 177	35 623 883	2.1	51.6	41.9

Tab. 1 Poptávka po hotelových zařízeních a sanatoriích v letech 2013-2018.
(Zdroj: Federal Statistical Office, 2020)

Asi třetina ubytovacích kapacit je dostupná pouze během zimní sezóny, zejména v lyžařských resortech jako Svatý Mořic nebo Arosa. Většina hotelů je menší velikosti, větší hotely se nacházejí ve městech Curych, Ženeva nebo Basilej. Mnoho hotelů spadá pod mezinárodní a národní řetězce. Mezi největší hotelové řetězce ve Švýcarsku se řadí Best Western, který vlastní přes 60 tří- až čtyřhvězdičkových hotelů, TOP International, spravující přes 70 tří- až pětihvězdičkových hotelů a Swiss Budget Hotels se 160 hotely, jedno- až tříhvězdičkových, nacházejících se mimo hlavní turistická místa, díky čemuž se pobyt v nich stává cenově příznivějším. (Czupryn a kol., 2010)

Švýcarské hotely a penziony jsou podle Boniface a Coopera (2009, s. 252) závislé na pracovní síle ze zahraničí. Doplňkové ubytování zahrnuje ubytování v apartmánech, prázdninových domech nebo kempech a je levnější alternativou pro zahraniční turisty. Ubytování v hotelových zařízení a sanatoriích představovalo 70 % registrovaných pobytů v roce 2018 ku 30 % pobytů v doplňkovém ubytování. (viz. Tab. 2)



Tab. 2 Počet přenocování v hotelových zařízeních a sanatoriích ve srovnání s doplňkovým ubytováním.

(Zdroj: Federal Statistical Office, 2020)

Součástí doplňkového ubytování jsou oblíbené hostely pro mládež (německy *Jugendherberge*) či ubytování na farmě, které je součástí agroturismu a těší se vzrůstající popularitě v posledních letech. Dalšími běžnými typy ubytování ve Švýcarsku jsou tzv. *bed & breakfast*, nabízející jednoduché ubytování se snídaní

a horské chaty (*Berghausen* či *auberges de montagne*), které ocení hlavně provozovatelé vysokohorské turistiky. Organizace, která spravuje informace o většině ubytovacích zařízení ve Švýcarsku se nazývá Švýcarská hotelová asociace (*Hotelleriesuisse*). Ta má na starosti hodnocení kvality na základě mezinárodních standardů na škále od jedné po pět hvězdiček. (Czupryn a kol., 2010)

Ve Švýcarsku existuje rozsáhlá nabídka restauračních zařízení, odvíjející se od kulturní a regionální rozmanitosti. Zatímco ve velkých městech jako jsou Curych a Ženeva sídlí luxusní restaurace podávající pokrmy mezinárodní kuchyně, většina švýcarských restaurací jsou relativně malé, rodinné podniky. Ty nabízejí zdravá a plnohodnotná jídla, které reflektují tamní tradice a jsou připravovány z lokálních farmářských surovin. V německé části Švýcarska se nachází menší a neformálnější zařízení zvaná *Stübli*, zaměřující se typicky na jeden typ jídla jako *Rösti*, *fondue* nebo *raclette*. Ve francouzské části se nachází podniky zvané *rôtisserie*, specializující se na grilovaná jídla, a *brasserie*, fungující formou bufetu. V kantonu Ticino se lze stravovat i v tradičních pizzeriích či podnicích *trattoria*, servírující typickou italskou kuchyni, či *osteria*, připomínající krčmy. V Ticinu se nachází i velká spousta zmrzlináren známých pod názvy *gelateria* či *cremeria*. Cenově dostupnější stravování dobré kvality nabízejí samoobslužné bufety supermarketových řetězců jako Migros, Coop či Manor. Tyto bufety jsou plné čerstvě připravených salátů, těstovinových či vegetariánských pokrmů a jsou otevřeny po celý den. (Czupryn a kol., 2010)

Organizace cestovního ruchu

Ve Švýcarsku působí hned několik organizací, které mají na starosti řízení cestovního ruchu v zemi. Jednou z nich je *Schweiz Tourismus*, která je pro marketingové účely často prezentována pod značkou *MySwitzerland*. Organizace *Schweiz Tourismus* je veřejnoprávní organizací Švýcarské konfederace, která je zodpovědná za propagaci poptávky po Švýcarsku jako destinace pro dovolenou, cestování a kongresy jak ve Švýcarsku, tak i v zahraničí. Soustředí se především na rozvoj a implementaci marketingových programů, které reagují na současnou poptávku a vyprofilování Švýcarska jako tradiční a zároveň moderní destinace cestovního ruchu. *Schweiz Tourismus* úzce spolupracuje s odvětvím cestovního

ruchu, které přispívá do asi poloviny rozpočtu. Druhá polovina sestává s z příspěvků z vládních fondů. Ústředí organizace se nachází v Curychu a mimo něj je organizace přítomna na 22 trzích po celém světě a čítá 240 zaměstnanců (Schweiz Tourismus, 2, 2020).

Další organizací je Svaz švýcarského cestovního ruchu (*Schweizer Tourismus-Verband)*, který zastupuje turistické zájmy a cíle na všech politických úrovních. Současné Švýcarsko (*Präsenz Schweiz)* je organizační složkou generálního sekretariátu Federálního ministerstva zahraničních věcí a zabývá se otázkami veřejné diplomacie a brandingu. Je zodpovědná za vzhled Švýcarska v zahraničí v těchto oblastech. Její zákonem definovanou stálou úlohou je podpora zviditelnění Švýcarska v zahraničí. V poslední době se podílela například na tvorbě Švýcarských pavilonů na světových výstavách Expo či Švýcarského domu na Olympijských hrách (EDA, 2, 2020).

Rovněž na kantonální úrovni dochází k řízení politiky cestovního ruchu. Například kanton Bern se zavázal na léta 2020 až 2023 podporou marketingové organizaci *BE! Tourismus* ve výši 2,5 milionů franků (HotellerieSuisse, 2019).

Obr. 8 Marketingové logo organizace Schweiz Tourismus.
(Zdroj: Marken Landschaft, 2020)

4.3 Současný potenciál rozvoje cestovního ruchu Švýcarska

Tento výzkum měl za úkol zjistit, v jakém stavu se nachází rozvoj cestovního ruchu ve Švýcarsku na základě jednotlivých předpokladů, kde jsou jeho silné a slabé stránky. Původním záměrem autora byla realizace osobních rozhovorů na základě předem připravených otázek, tedy strukturovaný rozhovor, s odborníky na cestovní ruch ve Švýcarsku. Z důvodu omezení cestování a rizik souvisejících s koronavirovou krizí v první třetině roku 2020, kdy mělo dojít k realizaci rozhovorů, se autor práce rozhodl k dosažení výsledků pomocí sestaveného

dotazníku, který byl cíleně distribuován předem vytipovaným osobám a subjektům pohybujících se v oblasti cestovního ruchu Švýcarska. Přestože většina respondentů uvedla své jméno, v práci jsou po domluvě ze všemi použity pouze jejich pracovní pozice a organizace.

Odpovědi na dotazník byly získány od 6 osob (viz. Sběr informací a průběh výzkumu), kterými jsou:

- Profesor z *IST-Hochschule für Management Düsseldorf,*
- Profesorka z *Hochschule Luzern,*
- Profesor z *Fachhochschule Graubünden,*
- Výzkumná pracovnice z *Fachhochschule Graubünden,*
- Výzkumná pracovnice z *Università della Svizzera italiana Lugano,*
- Tým z České centrály švýcarského turismu (*Schweiz Tourismus*).

Plná znění odpovědí všech respondentů v původním jazyce jsou k nahlédnutí v přílohách č. 2 až 7. Dotazník v českém jazyce se všemi otázkami je k nahlédnutí v příloze č. 1.

Postavení Švýcarska v rámci evropského turismu

První otázka v dotazníku byla směřována na aktuální postavení cestovního ruchu Švýcarska v evropském prostředí. Většina respondentů se shodla na tom, že je Švýcarsko drahou ale unikátní zemí v rámci Evropy. Profesor z *IST-Hochschule für Management Düsseldorfu* zmiňuje důležitost začlenění Švýcarska v schengenském prostoru a vysokou návštěvnost turistů z asijského kontinentu jako důsledek zrušení limitace směnového kurzu. Česká centrála švýcarského turismu v Praze uvádí, že se jedná *„o prémiovou destinaci s celoroční nabídkou nejrůznějších aktivit“.* Profesorka z *Hochschule Luzern* dodává, že Švýcarsko jako destinace cestovního ruchu si drží svou pověst především díky své udržitelnosti, bezpečnosti a kvalitě života. Výzkumná pracovnice z *Università della Svizzera italiana Lugano* shledává jedinečnost cestovního ruchu ve Švýcarsku v téměř 50 % podílu domácího turismu.

Konkurenční výhody švýcarského turismu

Druhá otázka cílí na výhody švýcarského turismu oproti jeho evropské i světové konkurenci neboli se ptá, z jakého důvodu by měli turisté dát přednost Švýcarsku před jinou destinací. V odpovědích respondentů se nejčastěji vyskytují slova jako bezpečnost, kvalita, přírodní krajina či životní prostředí. Polovina respondentů vidí konkurenční výhodu cestovního ruchu Švýcarska v jeho tradici. Švýcarsko je totiž průkopníkem v oblasti cestovního ruchu a začalo se mu pečlivě věnovat již v 18. století. Dalšími výhodami jsou podle profesorů *Hochschule Luzern* a *Fachhochschule Graubünden* švýcarská historie a kultura, především jazyková rozmanitost. V neposlední řadě je podle České centrály švýcarského turismu v Praze a profesorky z *Hochschule Luzern* silným motivátorem, a tedy i výhodou, švýcarský systém veřejné dopravy. Díky jeho rozvinutosti mají turisté možnost objevovat jinde nedostupná vysokohorská místa či obdivovat krásy švýcarské krajiny z pohodlí panoramatických a zážitkových vlaků.

Bariéry k návštěvě Švýcarska

Záměrem třetí otázky bylo zjistit důvody, které odrazují turisty od návštěvy Švýcarska. Všichni respondenti se shodli, že největší nevýhodou Švýcarska a nejčastějším důvodem, proč tuto destinaci turisté nenavštíví jsou vysoké ceny a zažitá představa o Švýcarsku jako o drahé destinaci. Profesor z *IST-Hochschule für Management Düsseldorf* ještě přidává další důvod, kterým je podle něj zastaralá infrastruktura s poznámkou, že hotely by měly být renovovány. Žádné další bariéry k návštěvě Švýcarska respondenti nenašli.

Stav stravovacích a ubytovacích zařízení ve Švýcarsku

Čtvrtá otázka byla zaměřena na kvalitu, kvantitu a dostupnost ubytovacích a stravovacích služeb ve Švýcarsku jako součásti realizačních podmínek rozvoje cestovního ruchu. Většina respondentů v odpovědích na tuto otázku zmiňuje rozmanitou nabídku jak v oblasti ubytování, tak stravovaní. Podle mnohých se však velmi liší kvalita jednotlivých zařízení a jsou toho názoru, že by některá ubytovací zařízení měla být renovována. Výzkumná pracovnice z *Fachhochschule Graubünden* poukazuje na vliv sezónnosti na finanční výsledky části zařízení, která bude mít

tento rok za následek společně v souvislosti s koronavirovou krizí jejich uzavření. Přesto si myslí, že by tato situace ve výsledku měla znamenat možnost pro zlepšení, jelikož by se podle jejího názoru mělo Švýcarsko zaměřovat zejména na kvalitu než kvantitu ubytovacích a stravovacích zařízení. Česká centrála švýcarského turismu v Praze opět zmiňuje cenu, jež je často právě s ubytovacími a stravovacími zařízeními spojována. Podle jejich názoru je navzdory obecnému přesvědčení pozitivní fakt, že Švýcarsko nabízí možnosti stravovaní i ubytovaní různých cenových kategorií. V oblasti stravovaní od jídelen v síti prodejen Coop po luxusní restaurace honosící se světovými oceněními. V oblasti ubytování od hostelů, penzionů či kempů, které jsou podle nich cenově srovnatelné s jinými zeměmi, po přepychové pětihvězdičkové hotely.

Dopravní dostupnost Švýcarska a vnitrostátní doprava

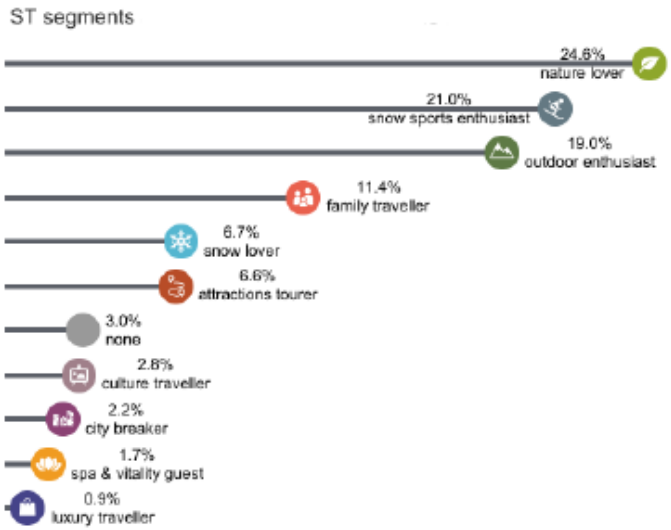
Tato otázka má za cíl posoudit v jakém stavu se nachází vnitrostátní doprava a dostupnost Švýcarska pro turisty ze zahraničí. Co se týče dopravní dostupnosti ze zahraniční, všichni respondenti se shodují, že je pro turisty přijíždějící ze zahraničí dostačující, stejně jako počet mezinárodních letišť. Profesor z *IST-Hochschule für Management Düsseldorf* vyzdvihuje především mezinárodní letiště v Curychu, které je podle něj velmi dobré. Ohledně vnitrostátní dopravy se všichni respondenti shodují na tom, že je na vynikající úrovni. Profesor z *Fachhochschule Graubünden* podotýká, že hustota železničních tratí je opravdu velká, avšak cestování vlakem je spíše drahé. Dále oceňuje přístupnost všech regionů prostředky veřejné dopravy. Podobný názor má i výzkumná pracovnice z *Fachhochschule Graubünden*, která navíc dodává, že je Švýcarsko vhodné i pro cestování autem, jelikož i silniční síť je velmi rozsáhlá z důvodu decentralizovaného osídlení. Nevýhody nalézá kromě cen veřejné dopravy v drahých dálničních poplatcích. Profesorka z *Hochschule Luzern* ještě dodává, že další výhodou jsou návštěvnické karty (zvláště *Swiss Travel Pass*), díky kterým lze cestovat prostředky veřejné dopravy za výhodnější cenu. Česká centrála švýcarského turismu v Praze vidí konkurenční výhodu v přesnosti a návaznosti dopravních spojů po celé zemi.

Největší přírodní bohatství Švýcarska

Šestá otázka cílí na nejvýznamnější přírodní atraktivity ve Švýcarsku jako součásti lokalizačních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Všichni respondenti se shodují, že na prvním místě jsou hory – Alpy. Dva respondenti uvedli konkrétně horu Matterhorn, která je považována za symbol švýcarských Alp. Dále se mezi odpověďmi objevovala jezera a řeky, ledovce, kaňony a celkově švýcarská krajina. Profesorka z *Hochschule Luzern* ještě zmiňuje čistotu jezer a dostupnost pitné vody.

Motivace turistů k návštěvě Švýcarska

Otázka číslo 7 se zabývá vnitřní motivací neboli důvody, které volí turisté k návštěvě Švýcarska. V tomto případě se jedná konkrétně o srovnání významu kulturně poznávacího cestovního ruchu a rekreačně sportovního cestovního ruchu, respektive zdali se lze řadit poznávání kulturních a historických památek vedle rekreace a sportovního vyžití jako nejčastější motiv turistů k návštěvě Švýcarska. V odpovědi na tuto otázku se respondenti rozchází, polovina spíše souhlasí a druhá polovina spíše nesouhlasí. Profesor z *IST-Hochschule für Management Düsseldorf,* souhlasí a jako příklad uvádí německé turisty, kteří stále jezdí do hotelu Belvedere ve Spiezu, kde byl ubytován německý fotbalový tým, který i díky pobytu zde v roce 1954 posléze vyhrál Mistroství světa ve fotbale ve Švýcarsku. Česká centrála švýcarského turismu v Praze odůvodňuje svůj souhlas množstvím zájezdů, které jsou právě na poznávání kulturních a historických památek zaměřené. Někteří z respondentů pak věří v provázanost těchto typů cestovního ruchu, kdy primárním motivem je rekreace či sportovní aktivita, vedle kterých se turisté věnují i poznávání okolí z hlediska kulturního. Podle profesora z *Fachhochschule Graubünden* nelze řadit kulturní turismus na stejnou úroveň jako rekreačně sportovní turismus, jelikož oslovuje pouze úzce vymezenou cílovou skupinu. Výzkumná pracovnice z *Fachhochschule Graubünden* také spíše nesouhlasí, ale vidí potenciál právě v kulturní rozmanitosti jako objektu pro propagaci kulturního turismu. V oficiální statistice (viz. Tab. 3) lze vidět, že nejčastější motivací pro turisty je švýcarská příroda a sportovní aktivity. Zájemci o švýcarskou kulturu se řadí až na 8. místo.



Tab. 3 Četnost turistů dle jednotlivých charakteristik.
(Zdroj: Schweiz Tourismus, 2020)

Vliv politicko-ekonomického prostředí Švýcarska na jeho cestovní ruch

Osmá otázka se zaměřuje na vliv politického a ekonomického prostředí na cestovní ruch, které jsou subjekty při posuzování selektivních předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Většina respondentů je toho názoru, že vliv politicko-ekonomického prostředí Švýcarska na jeho cestovní ruch je pozitivní. Svoje přesvědčení odůvodňují jeho stabilitou, neutralitou a bezpečností. Česká centrála švýcarského turismu v Praze jako další pozitivní faktor uvádí podporu cestovního ruchu jak ze strany státu, tak ze strany kantonů, které si lze všimnout i v době koronavirové krize. Ji a měnovou krizi v roce 2015, během které vzrostla hodnota švýcarského franku neudržitelně vysoko, shledává profesorka z *Hochschule Luzern* událostmi, které měly největší negativní dopad na cestovní ruch ve Švýcarsku. Přesto nalézá pozitiva těchto událostí v růstu domácího turismu. Pro výzkumnou pracovnici z *Fachhochschule Graubünden* je, mimo silného švýcarského franku vůči euru, negativem fakt, že Švýcarsko není členem Evropské unie. Z těchto důvodů se podle ní mnoho turistů rozhodne namísto Švýcarska například pro Rakousko jako svou cílovou destinaci. Podle profesora z *Fachhochschule Graubünden* turisté ze zahraničí politicko-ekonomickou situaci příliš v potaz neberou. Podle profesora z *IST-Hochschule für Management Düsseldorf,* ovlivňuje politicko-ekonomické prostředí pozitivně především z hlediska pracovních cest, pro soukromé cesty pak

znamená spíše překážku kvůli vysokým cenám, ovlivněných silou švýcarského franku.

Potenciál pro cestovní ruch ve Švýcarsku v následujících letech

Otázka číslo 9 cílí na potenciál, souhrn předností a možností pro zlepšení, které má Švýcarsko v oblasti cestovního ruchu v následujících letech. Odpovědi na tuto otázku jsou ovlivněny dobou zadání dotazníku, ve které probíhala koronavirová krize, jak sami někteří respondenti zmiňují. Nejčastěji zmiňují kvalitu služeb (včetně zajištění bezpečných hygienických podmínek), ve které je Švýcarsko oproti ostatním zemím bezkonkurenční. Dalším často skloňovaným tématem je udržitelnost a udržitelný cestovní ruch, který podle České centrály švýcarského turismu není příliš propagován, jelikož ho Švýcaři považují za samozřejmost, například ve spolupráci regionů s místními komunitami a ubytovacími zařízeními, které jsou vzájemně provázány. Dva respondenti vidí potenciál v zaměření se na domácí cestovní ruch (i v souvislosti s pandemií Covid-19), případě na turisty přicházející z okolních zemí, evropského prostoru. Podle výzkumné pracovnice z *Fachhochschule Graubünden* tito turisté tráví ve Švýcarsku mnohem déle času než například návštěvníci z Číny, kteří ve Švýcarsku stráví v průměru jednu noc. Dále dodává, že je důležité chránit a posilovat přírodní a kulturní potenciál Švýcarska, které jsou podle ní tzv. USP (ang. Unique Selling Propostion), tedy jedinečnými prodejními argumenty.

Návštěvnost turistických regionů

Ve Švýcarsku se nachází 13 turistických regionů, avšak ne všechny jsou z hlediska návštěvnosti tak populární, přestože potenciál pro rozvoj cestovního ruchu tyto oblasti mají značný. Desátá otázka se zaměřuje právě na ty regiony, které jsou v současnosti turisty většinou přehlíženy. Třikrát se v odpovědích objevuje turistický region Východní Švýcarsko, zejména St. Gallen a okolí včetně hory Säntis, kanton Thurgau a Appenzell. Druhým nejčastějším regionem objevujícím se v odpovědích je turistický region Jura a oblast tří jezer, kde Česká centrála švýcarského turismu vidí nevyužitý potenciál navzdory množství *„turistických možností pro všechny věkové kategorie a typy turistů.“* Výzkumná pracovnice

z *Università della Svizzera italiana Lugano* nalézá nevyužitý potenciál ve švýcarských městech (tedy ve městském cestovním ruchu) kromě Lucernu, který je podle jejího názoru vysoce navštěvován. Pro profesorku z *Hochschule Luzern* se nachází prostor pro rozvoj cestovního ruchu ve všech místech, které neleží na hlavní turistické trase. Kromě již zmíněné Jury a Východního Švýcarska uvádí ještě Basilejský region. S odlišným názorem přichází výzkumná pracovnice z *Fachhochschule Graubünden*, která je toho názoru, že všechny turistické regiony jsou navštěvovány specifickými cílovými skupinami a že všechny mají prostor pro další rozvoj. Důležité je však podle ní při tom myslet na udržitelnost, tak aby nebyly překročeny hranice ekologické a sociální únosné kapacity území.

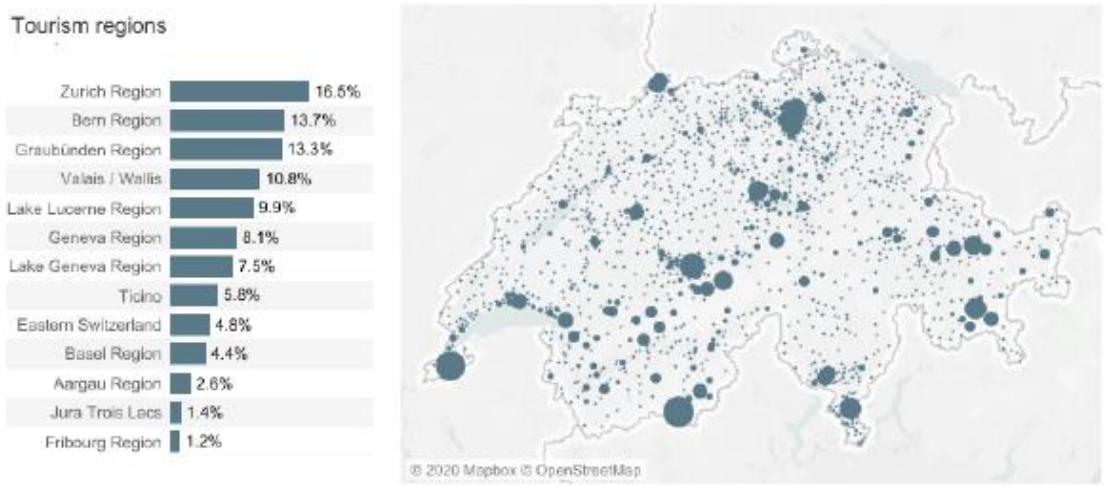
4.4 Turistické regiony Švýcarska

Rajonizace švýcarského turismu je stanovena organizací Schweiz Tourismus v podobě 13 turistických regionů. (viz. Obr. 10) Turistické regiony jsou vymezeny podle polohy (např. Východní Švýcarsko), kulturní oblasti (Ženevské jezero, Jura a oblast tří jezer – predominance francouzské kultury) či hranic kantonu (např. Ticino, Graubünden či Valais). Je zajímavé, že přestože kantony přistupují k řízení cestovního ruchu samostatně, jsou na federální úrovni předurčeny k vzájemné spolupráci. Každý turistický region má své vlastní webové stránky, účty na sociálních sítích a používá i další marketingové nástroje jako jsou návštěvnické karty, které poskytují turistům zvýhodněné ceny či vstupy na různé atrakce zdarma, či reklamní prospekty. Turistické regiony nabízejí specifické produkty a atraktivity cestovního ruchu. Přestože každý region má co nabídnout, návštěvnost jednotlivých regionů se výrazně liší. (viz. Tab. 4) Mezi nejnavštěvovanější regiony patří regiony Curyšský, Bernský a Graubünden, zatímco mezi nejméně navštěvované patří regiony Fribourgský, Jura a oblast tří jezer a Aargau. Následující část vystihuje to nejvýznamnější z každého regionu kromě Bernského regionu a regionu Ticino, které jsou detailněji rozebrány v následující podkapitole a použity pro komparaci na základě SWOT analýzy.

Obr. 9 13 turistických regionů Švýcarska.

(1 Graubünden, 2 Východní Švýcarsko, 3 Curyšský region, 4 Lucern a Lucernské jezero, 5 Basilejský region, 6 Bernský region, 8 Jura a oblast tří jezer, 9 Ženevské jezero, 10 Ženeva, 11 Valais, 12 Ticino, 13 Fribourgský region, 14 Aargau)

(Zdroj: Bundesamt für Statistik, 2017)



Tab. 4 Návštěvnost jednotlivých turistických regionů za rok 2019 v procentech.

(Zdroj: Schweiz Tourismus, 2020)

Dominantou **Curyšského regionu** je město Curych, které je největším a zároveň nejlidnatějším městem ve Švýcarsku. Curych je městem, které ročně navštíví nejvíce turistů i proto, že se v něm nachází největší letiště v zemi. Je nejdůležitějším střediskem průmyslu a sídlem velkých bank. Spektrum atraktivit cestovního ruchu v tomto městě je velmi rozsáhlé. Nejčastějším cílem turistů je Curyšské jezero, které si je možné prohlédnout i z paluby lodí během okružní plavby. Tuto možnost mají turisté i na řece Limmat, která protéká středem města. Zájemci o kulturně-historický cestovní ruch navštěvují středověké Staré město, které se honosí svou gotickou architekturou a typickými dlážděnými ulicemi. Dalšími významnými atraktivitami jsou kostely *Grossmünster* a *Fraumünster* či galerie *Kunsthaus*. Město Curych je centrem nočního života a místem konání několika světových festivalů a sportovních událostí. Dalším z významných míst ležících v Curyšském regionu je Winterhur, kde se nachází 17 muzeí a také jediný bar v celém Švýcarsku, který je otevřen 24 hodin denně. Rapperswil je město na březích Curyšského jezera a je významnou destinací pro rodiny, které zde mohou navštívit zámek, staré město či dětskou zoo. (Williams a kol., 2013)

Obr. 10 Centrum Curychu.

(Foto: Martin Pelc)

Turistický region a největší kanton Švýcarska **Graubünden** nabízí jedinečnou příležitost se setkat se třemi kulturami najednou – německou, italskou a rétorománskou a objevovat jednu z nejkrásnějších částí Alpského pohoří. Mezi nejoblíbenější turistické atrakce patří Rhétská dráha, místní železniční společnost s rozsáhlou sítí tratí s jedinečnými výhledy a skvostnými architektonickými prvky. Nachází se zde nejvýznamnější lyžařská střediska v Evropě jako Svatý Mořic, Davos či Klosters. Častým cílem turistů jsou malebná údolí Horní a Dolní Engadine. Na jihovýchodě regionu leží jediný švýcarský národní park – Parc Naziunal Svizzer – se spletí turistických tras. (Teller, 2011)

Hornatý turistický region a kanton **Valais** (německy *Wallis*), ve kterém se nachází téměř všechny čtyřtisícové vrcholy Švýcarska, se rozkládá na jihozápadě země. Přestože 20 % území je pokryto ledovci, je zdejší podnebí nejsušší v zemi. Nejvýznamnějšími turistickými cíli jsou slavná horská střediska jako Zermatt (s ikonickou horou Matterhorn), Verbier a Crans-Montana. Horská vesnice Saas-Fee je centrem aktivní dovolené, především pěší turistiky v létě a lyžování v zimě. Osobité hlavní město kantonu Sion se pyšní starou čtvrtí a dvojicí hradů. Region Valais platí za cíl turistů se zájmem o gastronomii, jelikož odtud pochází proslulá švýcarská pochoutka Raclette a různé druhy vín. (Pergler a Brummel, 2015)

Region **Lucern a Lucernské jezero** (Vierwaldstättersee), někdy popisován jako Centrální Švýcarsko, leží uprostřed země a jeho střediskem je historické město Lucern. Lucern patří mezi nejnavštěvovanější města ve Švýcarsku díky svému historickému centru se symbolickým mostem ze 14. století Kapellbrücke a největšímu karnevalu ve Švýcarsku – Luzerner Fasnacht. Oblíbenou zastávkou pro turisty ve městě je rovněž Lví památník či Verkehrshaus – muzeum dopravních prostředků. Břehy Lucernu omývá Lucernské jezero (v němčině Vierwaldstättersee, neboli Jezero čtyř lesních kantonů), po němž se turisté mohou projet historickými parníky. Nad Lucernem se tyčí hora Pilatus, na kterou vede nejstrmější zubačka na světě se stoupáním až 48 %. Kromě Pilatu patří mezi populární horské aktivity výstup na hory Titlis a Rigi. Celý region je spojen s osobou Viléma Tella, který v minulosti podle legendy sestřelil jablko kuší z hlavy svého syna, čímž jemu i sobě zachránil život. (Teller, 2011)

Obr. 11 Kapellbrücke v Lucernu.

(Foto: Martin Pelc)

Centrem regionu **Ženevské jezero** je město Lausanne, které je zároveň kulturním centrem francouzského Švýcarska. K jeho atraktivitám patří gotická katedrála Notre-Dame nebo Olympijské muzeum (Lausanne se přezdívá olympijská metropole, jelikož zde sídlí Mezinárodní olympijský výbor). Jižně od Lausanne se na březích Ženevského jezera nachází malebná městečka Vevey a Montreux, kde mohou návštěvníci zažít atmosféru, která připomíná Středomoří. Do Montreux též jezdí obdivovatelé světově proslulého zpěváka Freddieho Mercuryho, který zde nějaký čas pobýval a po jeho smrti mu zde byla vztyčena socha. Vevey zase nabízí turistům se zájmem o gastronomii možnost návštěvy Muzea potravin. Nedaleko Montreux se nad břehem jezera tyčí středověký hrad Chillon. Od Lausanne až po hrad Chillon se táhnou terasy pro pěstování vína Lavaux, zapsané na seznamu kulturního dědictví UNESCO. (Williams a kol., 2013)

Obr. 12 Promenáda podél Ženevského jezera v Montreux.
(Foto: Martin Pelc)

Nejstarší univerzitní město ve Švýcarsku je centrem **Basilejského regionu**. Město se může pochlubit nejvyšší hustotou muzeí v zemi (např. galerie Fondation Beyeler, muzeum mechanických soch oblíbeného švýcarského umělce Tinguely nebo muzem tiskařského umění a výroby papíru Basler Papiermühle). Rovněž nejnavštěvovanější turistická atrakce v zemi Zoo Basel (1,9 milionů návštěvníků v roce 2013) se nachází v tomto městě. Každý rok ve městě probíhají tři velké kulturní akce – umělecký veletrh Art Basel, festival výroby švýcarských hodinek a šperků BaselWorld a maškarní karneval Fasnacht. Poblíž Basileje leží Augusta Raurica, římská provinční metropole, která tvoří nejrozlehlejší areál římských rozvalin v zemi. Hlavní město kantonu Basilej-venkov Liestal nabízí pohled do tradiční kultury tohoto regionu. (Pergler a Brummel, 2015)

Hrady a zámky v regionu **Aargau** jsou důkazem jeho velkolepé minulosti. Svůj původ zde má dynastie Habsburků, kteří zde založili dodnes dochovaný hrad Habsburg, původním názvem Habichtsburg. Region je znám svými výrobky ze slámy, jejichž muzeum se nachází ve městě Wohlen. Regionální přírodní park národního významu Jurský park Aargau je zajímavou přírodní atraktivitou

v regionu. Významným lázeňským střediskem je město Baden s 18 termálními prameny, jejichž teplota dosahuje až 47 stupňů Celsia. (Pergler a Brummel, 2015)

Region **Východní Švýcarsko** patří k méně navštěvovaným turistickým regionům. Přesto oplývá širokým spektrem možností pro turisty. Střediskem tohoto regionu je město Sankt Gallen se zachovalým středověkým centrem a barokní katedrálou s knihovnou, která se řadí mezi památky UNESCO. V nejsevernější části Švýcarska leží město Schaffhausen, které je branou k Rýnským vodopádům, největším (co se vodnatosti týče) v Evropě. Nejen pro nadšence vodních sportů je oblíbeným cílem Bodamské jezero, které hraničí kromě Švýcarska i s Německem a Rakouskem. Vesnice Appenzell s tradiční atmosférou je startovním bodem většiny turistů mířících na Säntis, nejvyšší horu tohoto regionu. (Williams a kol., 2013)

Obr. 13 Rýnské vodopády.

(Foto: Martin Pelc)

Pohoří Jura a tři jezera (Lac de Neuchâtel, Murtensee a Bieler See) jsou hlavní dominantou turistického regionu **Jura a oblast tří jezer**. Kromě větších měst Neuchâtel a Biel/Bienne, podle kterých jsou jezera pojmenována, je region téměř nedotčen turisty. V regionu se rovněž nachází centrum výroby švýcarských hodinek La Chaux-de-Fonds (spolu s Le Locle), které je zapsáno seznamu kulturního dědictví

UNESCO. Z tohoto města pocházel slavný architekt Le Corbusier. Na břehu Neuchâtelského jezera leží impozantní hrad Château de Grandson. Oblíbenými cíli nadšenců pro horskou turistiku jsou skalní útes Creux du Van a údolí Val-de-Travers v pohoří Jura. (Czupryn a kol., 2010)

Jediným městem, jehož metropolitní oblast tvoří celý turistický region, je **Ženeva**. Ženeva je centrem mnoha mezinárodních organizací (např. Organizace spojených národů či Červený kříž), a proto pro ni platí, že velká část návštěv tohoto města je realizována za pracovními účely. Symbolem Ženevy je Jet d'Eau, obří vodotrysk vysoký 140 metrů na Ženevském jezeře. Ve městě se nachází mnoho významných muzeí například Fondation Baur se znamenitými sbírkami čínského a japonského umění a keramiky. Ikonou města je reformátor Jan Kalvín, který dal za vznik protestantskému směru – kalvinismu a jehož připomínku lze nalézt napříč celým městem – např. v Muzeu reformace, Katedrále sv. Petra či na Zdi reformátorů. (Teller, 2011)

Obr. 14 Ženevské jezero a Jet d'Eau v Ženevě.
(Foto: Martin Pelc)

Střediskem **Fribourgského regionu** je dvojjazyčné město Fribourg/Freiburg. Město je známé pro svou dlouholetou tradici přípravy švýcarské pochoutky fondue či jedinečné staré město. Sýrařský ráj a středověký hrad mohou turisté obdivovat ve vesnici Gruyères. Další turistickou atrakcí je továrna na čokoládu firmy Nestlé-Caillers ve městě Broc. I v tomto regionu se nacházejí pozůstatky z římského osídlení, konkrétně poblíž vesnice Avenches, mezi nimi i amfiteátr s hledištěm pro šest tisíc osob. (Czupryn a kol., 2010)

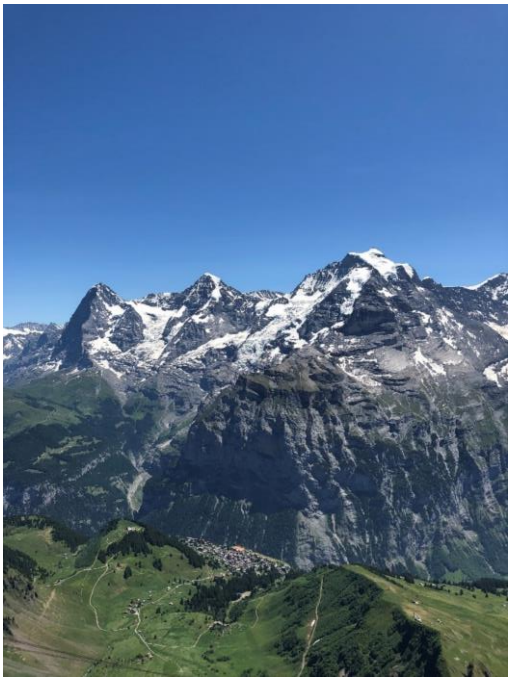
4.4.1 Komparace Bernského regionu a regionu Ticino

Informace o regionech Bern a Ticino byly čerpány z tištěné publikace Švýcarsko (Pergler a Brummel, 2015), materiálů poskytnutých paní Alenou Koukalovou ze Švýcarské obchodní komory a z vlastních zkušeností a poznatků.

Bernský region

Turistický region Bern tvoří převážná většina kantonu Bern, který je druhý největší v zemi. Turistický region se dále dělí na oblasti *Berner Mittelland* a *Berner Oberland*. *Berner Mittelland* je oblast ve Švýcarské plošině v okolí hlavního města Bern, která je tvořena převážně nížinami s úrodnou půdou. *Berner Oberland* je vysokohorská oblast soustředěná v jižní části regionu a tvořená Alpami. Právě díky velké rozmanitosti se tento turistický region řadí mezi ty nejoblíbenější mezi turisty. Bern, hlavní město Švýcarska, je kulturní a politické centrum tohoto regionu. Historické centrum se spletí středověkých ulic, lemovaných arkádami a plné nejrůznějších kašen a ikonickou hodinovou věží Zytglogge bylo zapsáno na seznam UNESCO v roce 1983. Město získalo svůj název po medvědovi (německy *Bär*), což bylo první zvíře, které podle legendy ulovil vévoda Berchtold ze Zähringenu před jeho založením. Medvěd je symbolem města dodnes, kromě jeho vyobrazení ve znaku a vlajce, se návštěvníci mohou setkat se živými medvědy v tzv. Bärengraben (v překladu medvědí jámy), kteří jsou zde chováni již od 16. století. Ve městě se nachází katedrála Münster s nejvyšší věží ve Švýcarsku, galerie Zentrum Paul Klee s největšími sbírkami tohoto malíře na světě nebo Rosengarten (Růžová zahrada) s panoramatickým výhledem na středověké centrum. Městem protéká řeka Aara, která nabízí možnosti pro letní rekreaci, pro kterou ji mnoho místních i turistů

využívá. Na východ od Bernu leží kraj Emmental plný zemědělských sídel, mlékáren, vlnitých kopců a malých vesnic, jenž je pojmenován podle údolí (tal), které tvoří řeka Emme. Emmental je místem vzniku stejnojmenného sýra, který se prodává po celém světě a je typický svými velkými dírami. Berner Oberland se skládá ze čtyř podoblastí: Interlaken; Jungfrau; Adelboden, Lenk a Kandersteg; a Gstaad. Město Interlaken, které se nachází mezi dvěma jezerami (Thunersee a Brienzersee), je dopravním uzlem regionu a výchozím bodem pro výlety po okolí. Díky dvěma jezerům a poloze v horách je též centrem pro outdoorové aktivity jako např. kanoistika, paragliding, hang-gliding nebo skydiving. Jezera brázdí výletní lodě provozující okružní plavby se zastávkami v městech jako Spiez či Thun se středověkými hrady. Oblast Jungrau je tvořena trojicí majestátních čtyřtisícových hor – Jungfrau, Mönch a Eiger. Spolu s ledovcem Aletsch, který je největší zaledněnou oblastí na eurasijském kontinentu, jsou součástí přírodního dědictví UNESCO. Startovními pozicemi k výstupu na tyto hory jsou vesnice Grindelwald, Wengen, Lauterbrunnen a Mürren, odkud k nim vedou železnice a lanovky. Lauterbrunnen leží v ledovcovém údolí se 72 vodopády. Tím nejznámějším a nejvyšším ve Švýcarsku je Staubbachfall. Z Mürrenu vede lanovka na horu Schilthorn známou díky filmu ze série James Bond Ve službách jejího Veličenstva, který byl zde z velké části natáčen. V současnosti se zde nachází jeho muzeum. Oblast Adelboden-Lenk-Kandersteg je ideální oblastí pro aktivní dovolenou – pro pěší turistiku v létě a lyžování v zimě. Zvláště pro perfektní lyžařské podmínky je označována za špičkovou destinaci a stává se tak místem světových pohárů různých zimních sportů. Gstaad je luxusní destinací oblíbenou mezi celebritami a členy královských rodin, ale i přesto si zachovává svůj vesnický ráz. Gstaad nabízí spoustu příležitostí k pěší turistice po okolním kraji zvaném Saanenland.



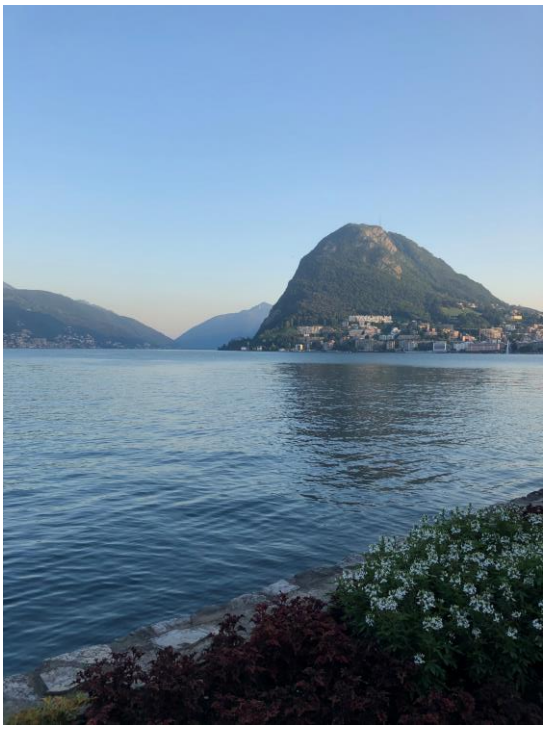
Obr. 15 Pohled na Bernské Alpy.

(Foto: Martin Pelc)

Region Ticino

Turistický region Ticino (německy *Tessin*) je jediným čistě italsky hovořícím regionem a přesně kopíruje hranice kantonu Ticino. Nachází se na jihu země v předhůří Alp a z obou stran je obklopen Itálií. Region se dále dělí na dvě části – severní *Sopraceneri* a jižní *Sottoceneri*, rozdělené horou Monte Ceneri. Hlavními turistickým centrem severní části je starobylé město Bellinzona se Starým městem s renesančními budovami a barokními freskami a hlavně 3 hrady (Castelgrande, Montebello a Sasso Corbaro), které jsou součástí kulturního dědictví UNESCO. Na sever od Bellinzony leží oblast Alto Ticino, která je považována za nejméně dotčenou oblast v regionu a je ideálním místem pro pěší turistiku. Významným švýcarským letoviskem je Locarno, které leží na březích jezera Maggiore. Na začátku srpna se v Locarnu tradičně koná filmový festival (Locarno International Film Festival), který se řadí mezi 5 nejlepších na světě. Sousedním městem Locarna je Ascona, umělecky založené město s přírodními krásami a subtropickým klimatem. I proto si zde mnoho Švýcarů ze severu zakládá tzv. druhé domovy. Na druhé straně od Locarna se rozkládá podél smaragdové řeky Verzasca divoké údolí Val Verzasca. Politickým i kulturním centrem regionu a zároveň hlavním městem kantonu je město Lugano.

Lugano leží na březích Luganského jezera a díky promenádám lemovaných stromovými alejemi z něj vyřazuje středomořská atmosféra. K hlavním atraktivitám města patří náměstí Piazza della Riforma plné kaváren a nedaleká klasicistní budova radnice Palazzo Civico. Na východ od centra jezdí pozemní lanovka na vrchol Monte Bré, odkud se naskytují velkolepé výhledy na luganský záliv s horou San Salvatore a masív Monte Rosa pokrytý sněhem. Jezera v Ticinu nabízejí mnoho příležitostí pro sportovní vyžití včetně windsurfingu, wakeboardingu, paddleboardingu či jachtingu. Na sever od Lugana se tyčí hora Monte Tamaro s impozantním kostelem Santa Maria degli Angeli, který byl celý postaven z vyvřelé horniny porfyru. U jižního ramene Luganského jezera leží hora ve tvaru pyramidy Monte San Giorgio. Je zde nejznámější archeologické naleziště fosilií z období Trias v druhohorách. Vykopávky na začátku 20. století odhalily hojné množství zkamenělin ryb, korýšů, plazů i rostlin z pobřeží. Hora byla v roce 2003 přidána na seznam přírodního dědictví UNESCO.



Obr. 16 Pohled na Luganské jezero.

(Foto: Martin Pelc)

SWOT analýza Bernského regionu:

Silné stránky:

- Alpy jako jedinečná přírodní atraktivita
- Tradice cestovního ruchu v regionu, Alpská oblast v tomto regionu byla průkopníkem turismu v rámci celého světa
- Hlavní město Švýcarska Bern jako součást itineráře velkého počtu turistů, UNESCO památka
- Skvělá dopravní dostupnost z celé země a infrastruktura (lanovky, horské vlaky)
- Možnosti pro trávení aktivní dovolené a sportovního vyžití
- Jazyková vybavenost místní obyvatel
- Poloha regionu ve středu země

Slabé stránky:

- Vysoké ceny produktů a služeb (např. lanovky, ubytování)

Příležitosti:

- Propojení aktivní dovolené s poznáváním kulturně historických památek
- Důraz na tvorbu produktu pro domácí turisty
- Propagace oblasti Emmental – přírodní krajina, sýrařská oblast

Hrozby:

- Overtourism, místa přehlc ená turisty, zvláště z asijského kontinentu
- Globální oteplování – tání sněhu a ledovce

SWOT analýza regionu Ticino:

Silné stránky:

- Ojedinělá forma poznávání italské kultury mimo Itálii
- Četnost přírodních i kulturních atraktivit
- Středomořské klima, příznivé teploty po celý rok

- Gastronomické zážitky – středomořská kuchyně

Slabé stránky:

- Jazyková vybavenost a dostupnost (mnoho památek má informační tabule pouze v německém a italském jazyce)
- Větší vzdálenost od příjezdových míst ve Švýcarsku (Curych, Ženeva, Bern, Basilej)

Příležitosti:

- Důraz na tvorbu produktu pro návštěvníky z Itálie
- Krátká vzdálenost od města Milána a jeho letiště
- Propagace památek UNESCO – hrady v Bellinzoně a archeologické naleziště na hoře Monte San Giorgio
- Rozvoj turistické infrastruktury a marketingu
- Tvorba inovativních produktů cestovního ruchu

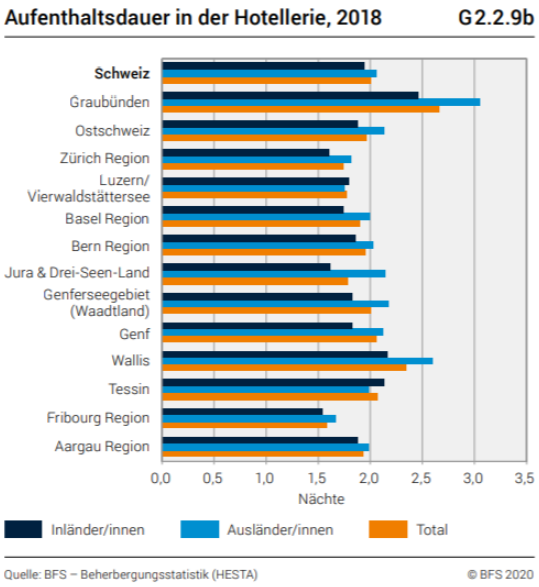
Hrozby:

- Úpadek lyžařské tradice, kvůli globálnímu oteplování zbývá pár lyžařských center v regionu
- „One-time“ destinace, zahraniční turisté příliš neopakují její návštěvu

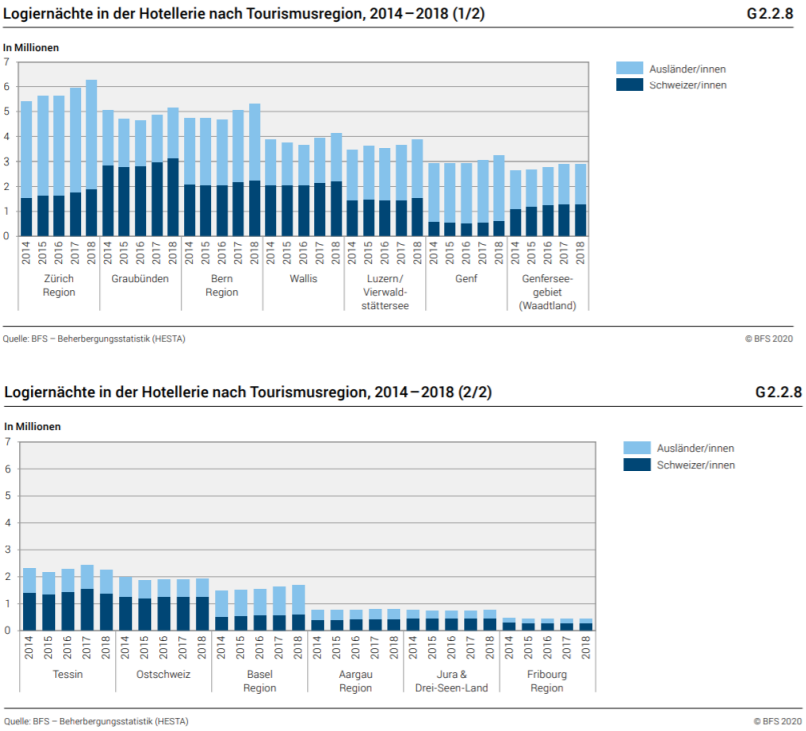
Srovnání

Zatímco Bernský region platí za tradiční destinaci cestovního ruchu ve Švýcarsku, neboť právě na jeho území se začal rozvíjet alpinský turismus v 19. století, italsky hovořící region Ticino stále ještě není turisty příliš probádán. Tomu odpovídá i turistická infrastruktura, která je v Bernském regionu značně více rozvinuta, co se dopravní dostupnosti všech turistických míst, ubytovacích kapacit či turistického informačního systému týče. Zejména nedostupnost jazykové verze v angličtině na mnoha turistických cílech v regionu Ticino je zarážející. Z hlediska přírodních atraktivit mají oba regiony hodně co nabídnout. Bernskému regionu vévodí Alpská střediska, která jsou oblíbená u turistů z celého světa. Ticino nabízí jedinečnou

podhorskou krajinu se středomořskou atmosférou a klimatem. V obou regionech se nachází velká jezera, která jsou využívána jak pro vodní sporty, tak pro okružní plavby. Oba regiony mají 2 památky UNESCO, jednu kulturní a jednu přírodní, které region Ticino na rozdíl od Bernského regionu tolik nepropaguje a zůstávají tak mimo hlavní turistické trasy. Ticino se může pyšnit jedinečnou italskou kulturou, kterou jinde ve Švýcarsku turisté nezažijí. Bernský region představuje klasické pojetí Švýcarska, díky čemuž je tak hojně navštěvován. Turistů především z asijského kontinentu v posledních letech přibylo opravdu hodně, čímž destinace značně trpí a některé cestovní kanceláře se rozhodli vynechat nejnavštěvovanější místa, aby mohli jejich klientům nabídnout krásy Švýcarska tak, jak si je představují. Co se délky pobytu týče, podle dat z roku 2018 se zahraniční turisté zdrželi v hotelových zařízeních v průměru 2 noci jak v regionu Bern, tak v Ticinu. Zajímavostí je, že se Ticino společně s region Lucern řadí mezi jediné dva regiony, ve které převažuje délka pobytu domácích turistů. (viz. Tab. 5) Ve srovnání počtu přenocování vychází jasně lépe Bernský region, jehož návštěvnost v posledních letech roste. Počet přenocování v regionu Ticino z roku 2017 na rok 2018 naopak klesl. (viz. Tab. 6) I z tohoto grafu lze vyvodit, že region Ticino je oblíbený mezi domácími turisty, zejména díky jeho kulturní unikátnosti a klimatu. Zatímco v rámci celkové návštěvnosti se Ticino nachází na 8. místě, v rámci domácího turismu se řadí na 5.-6. místo.



Tab. 5 Délka trvání pobytu v hotelových zařízeních v roce 2018.



Tab. 6 Počet přenocování v hotelových zařízení v turistických regionech, 2014-2018.
(Zdroj: Federal Statistical Office, 2020)

5 Shrnutí výsledků

Z praktické části práce lze stanovit následující výstupy. Švýcarsko jako destinace cestovního ruchu má ideální předpoklady pro svůj rozvoj. První výzkumná otázka měla za cíl zjistit vliv politicko-ekonomického prostředí Švýcarska na jeho cestovní ruch. Bylo zjištěno, že Švýcarsko platí za ekonomicky i politicky stabilní destinaci, která zaručuje řádné podmínky pro cestování v rámci vnitřního cestovního ruchu. Politicko-ekonomické prostředí má dobrý vliv na cestovní ruch v zemi. Rozvoj cestovního ruchu je v Švýcarsku podporován jak na federální, tak na kantonální úrovni. Organizace v zemi, které mají řízení cestovního ruchu na starosti, fungují správně, mají dobré marketingové kampaně a spolupracují mezi sebou a kantonální správou. Důležité je zdůraznit propagaci udržitelného cestovního ruchu, která je dlouhodobou strategií všech zúčastněných subjektů. Díky zapojení se do Schengenského prostoru se výrazně zjednodušily podmínky vstupu do země pro turisty z velkého počtu států světa, a zvláště pro turisty cestující z Evropské unie, kteří představují stále největší procento návštěvníků v zemi. Nevýhodou je síla švýcarské měny franku vůči ostatním měnám (zejména euru), kvůli níž se země stává jedna z nejdražších destinací na světě. Hladina cen služeb a zboží tak nadále zůstává největší překážkou pro turisty před návštěvou Švýcarska.

Z hlediska lokalizačních předpokladů lze usuzovat, že nabídka přírodních a kulturních atraktivit je opravdu široká a pestrá. Druhou výzkumnou otázkou bylo zkoumáno, zdali mají kulturní atraktivity stejný význam jako ty přírodní ve vztahu k motivaci turistů k návštěvě Švýcarska. Ze zjištěných poznatků vychází, že význam kulturních atraktivit oproti těm přírodním je ve Švýcarsku výrazně menší, a že většina turistů jezdí do země obdivovat v první řadě její přírodní krásy. Toto zjištění bylo pro autora překvapením, jelikož přikládal kulturnímu dědictví Švýcarska téměř totožný význam.

Co se realizačních předpokladů týče, lze označit Švýcarsko za jednu z nejlepších destinací v této kategorii na světě. Kvalita a hustota dopravního systému patří k opravdové špičce. Právě díky hustotě dopravní sítě a provázanosti jednotlivých spojů se turisté mohou dostat do v jiných zemích nepřístupných oblastí, a to vše v komfortu a časové přesnosti. Potenciál pro další rozvoj, a tedy

odpověď na třetí výzkumnou otázku, vidí autor v ubytovacích službách, kde by se Švýcaři namísto budování dalších ubytovacích zařízení měli zaměřit na rekonstrukce a zdokonalování těch stávajících, zvláště vezme-li se v potaz obsazenost hotelových zařízeních, která v průběhu celého roku nedosahuje ani tří čtvrtin všech ubytovacích jednotek. Další možnost pro rozvoj nachází autor v propagaci městského a kulturního turismu, který je protiváhou aktivního turismu v horských oblastech a umožnil by tak rozmístění turistů po vícero místech. Kulturní potenciál je zde obrovský a podle názoru autora není naplno využitý. Jazyková a kulturní rozmanitost je něčím, co by mohlo přilákat hodně turistů, a přesto z většiny není součástí primární nabídky. Také rozdíly v návštěvnosti jednotlivých regionů by měly být podnětem pro budoucí rozvoj cestovního ruchu v zemi. Tyto rozdíly jsou v některých případech až příliš velké a často ani nekorelují s velikostí území a jeho celkovou atraktivností. Regiony Aargau, Jura a oblast tří jezer a Fribourgský region by podle autora měly být součástí marketingových kampaní v následujících letech.

Čtvrtá a poslední výzkumná otázka měla za cíl zjistit rozdíly mezi regiony Bern a Ticino. Bylo zjištěno, že role, kterou každý z těchto regionů zastává v rámci národního turismu, se liší. Zatímco Bernský region patří mezi ty nejnavštěvovanější regiony ve Švýcarsku a pyšní se dlouholetou tradicí cestovního ruchu, region Ticino má stále ještě prostor pro zlepšování kvality služeb cestovního ruchu a také své vlastní propagace. Přesto se v posledních letech obliba Bernského regionu u některých turistů začíná propadat, a to především z důvodu neúnosného množství turistů v hlavních turistických místech a s ním spojenou turistifikací. Region Ticino se může dál zaměřovat zvlášť na svůj kulturní potenciál, který mnohými turisty zůstává nadále neprozkoumán.

6 Závěr a doporučení

Bakalářská práce měla za primární cíl charakterizovat a zhodnotit předpoklady cestovního ruchu Švýcarska a na jejich bázi stanovit potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu v této zemi. Tento cíl práce byl naplněn, byly představeny a analyzovány všechny typy předpokladů rozvoje cestovního ruchu a zároveň byl zhodnocen současný i budoucí potenciál cestovního ruchu ve Švýcarsku na základě odpovědí respondentů z řad odborníků na cestovní ruch ve Švýcarsku. Švýcarsko v globálním měřítku je zemí, ke které spousta jiných zemí vzhlíží, a to především díky jejímu stabilnímu ekonomickému a politickému prostředí a kvalitě produktů i služeb. To samé platí pro cestovní ruch, za jehož průkopníka se lze považovat a v jehož řízení a udržitelnosti si vede velmi dobře. Může se tak stát vzorem pro jiné státy, kde cestovní ruch není zdaleka tak rozvinutý.

Dílčím cílem bylo představení turistických regionů Švýcarska a komparace dvou z nich vybraných. Tento cíl byl taktéž naplněn, došlo ke srovnání regionů Bern a Ticino a byly znázorněny jejich silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Účelem této komparace bylo též poukázat na rozdíly v rozvoji cestovního ruchu v jednotlivých regionech nejen ve Švýcarsku, ale také jinde na světě. Srovnání těchto regionů by mohlo být zpracováno podrobněji, avšak v rozsahu bakalářské práce jako vedlejšího tématu tohoto nebylo možno docílit.

Přínos bakalářské práce vidí autor v uceleném souboru informací o cestovním ruchu ve Švýcarsku, který může sloužit jako podklad pro další zkoumání, např. pro zadání diplomové práce. Dále může být práce použita jako vzor pro analýzu předpokladů cestovního ruchu v jiných státech. Práce také předkládá názory odborníků ve většině případů přímo ze Švýcarska a nabízí tak unikátní vhled na situaci cestovního ruchu z místa dění.

Na úplný závěr je třeba zmínit, že situace cestovního ruchu nejen ve Švýcarsku bude a je ovlivňována následky opatření souvisejících s globální pandemií viru COVID-19. Švýcarská vláda již zahájila tzv. *Recovery plan*, který poskytl štědré dotace organizaci *Schweiz Tourismus* a zařízením cestovního ruchu. *Schweiz Tourismus* v roce 2020 zahájilo dvě marketingové kampaně. První s názvem *„Ich brauche Schweiz“* (česky „Potřebuji Švýcarsko“), má za cíl představit důvody,

proč by turisté měli tuto destinaci navštívit. Další kampaň *„Clean & Safe“* byla zahájena přímo v reakci na koronavirovou krizi a má za úkol zajistit bezpečnost turistických míst pro všechny jejich návštěvníky. Zařízení cestovního ruchu jako ubytovací a stravovací zařízení, wellness a lázeňská zařízení, prostředky hromadné dopravy a jiní poskytovatelé služeb cestovního ruchu mohou získat označení *„Clean & Safe“*, které ujišťuje jejich uživatele o bezpečnosti těchto zařízení a následování všech bezpečnostních opatření dle vládních nařízení.

7 Seznam použitých zdrojů

1. BONIFACE, Brian G., Chris COOPER a Robyn COOPER, (2009): *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*. 5th ed. New York: Routledge. ISBN 978-0-7506-8947-2.
2. BONIFACE, Brian G., Chris COOPER a Robyn COOPER, (2016): *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*. 7th edition. New York, NY: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-1-138-90181-0.
3. Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie, (2020): *Swiss records – MeteoSwiss*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.meteoswiss.admin.ch/home/climate/the-climate-of-switzerland/rekorde-schweiz.html
4. Bundesamt für Statistik, (2016): *Ständige Wohnbevölkerung ab 15 Jahren nach Religions- und Konfessionszugehörigkeit 2016*, [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/sprachen-religionen/religionen.assetdetail.4242783.html
5. Bundesamt für Statistik, (2017): *13 Tourismusregionen der Schweiz – Stand 1.1.2017*. [obrázek] In: BfS [online], 2017. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/karten.assetdetail.3382021.html
6. Bundesamt für Statistik, (2018): *Ständige ausländische Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit 1980-2017*, [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/migration-integration/auslaendische-bevoelkerung.assetdetail.5866926.html
7. Bundesamt für Statistik, (2019): *Bevölkerungsbestand am Ende des 2. Quartals 2019,* [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung.gnpdetail.2019-0447.html
8. Bundesamt für Statistik, (2020): *Grossregionen* [online], [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/beherbergung/hotellerie/grossregionen.html

9. Bundesamt für Statistik, 2, (2018): *Hauptsprachen in der Schweiz 2018*, [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/sprachen-religionen/sprachen.assetdetail.11607348.html
10. Bundesamt für Statistik, 2, (2019): *Nationalratswahlen*. [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/politik/wahlen/nationalratswahlen.html
11. Bundesamt für Statistik, 3, (2019): *Anteil des Tourismus an Wertschöpfung und Beschäftigung 2001-2018*, [online]. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/monetaere-aspekte/jaehrliche-indikatoren.assetdetail.10667447.html
12. CIA World Factbook, (2020): *Europe: Switzerland*, [online], cit. [12.08.2020]. Dostupné z: https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sz.html
13. CZUPRYN, Adriana a kol., (2010): *Eyewittness Travel Switzerland*. 3rd. USA: DK Publishing. ISBN 978-0-7566-6145-8.
14. Der Bundesrat, (2020): *Bundespräsidium* [online], [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://www.admin.ch/gov/de/start/bundespraesidium.html
15. EDA - Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten, (2020): *Verkehr – Fakten und Zahlen*. [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/de/home/wirtschaft/verkehr/verkehr---fakten-und-zahlen.html
16. EDA - Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten, 2, (2020): *Präsenz Schweiz*. [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.eda.admin.ch/eda/de/home/das-eda/organisation-deseda/generalsekretariat/praesenz_schweiz.html
17. Encyclopedia Britannica, (2020): *Switzerland - History* [online], [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://www.britannica.com/place/Switzerland/History
18. Encyclopedia Britannica, 2, (2020): *Switzerland – The arts and sciences*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.britannica.com/place/Switzerland/The-arts-and-sciences

19. Federal Statistical Office, (2020): *Swiss tourism statistics 2018* [online]. Neuchâtel, 2020 [cit. 2020-08-12]. ISBN 978-3-303-10471-2. Dostupné z: https://www.bfs.admin.ch/bfs/en/home/statistics/tourism.assetdetail.11507548.html
20. GOELDNER, Charles R., (2014): *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-251-2595-3.
21. HESKOVÁ, Marie, (2011): *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.
22. HotellerieSuisse, (2019): *Berner Regierungsrat bewilligt Rahmenkredite für Tourismus*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.htr.ch/story/berner-regierungsrat-bewilligt-rahmenkredite-fuer-tourismus-24744.html
23. HRALA, Václav, (2005): *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 3. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0858-3.
24. INDROVÁ, Jarmila, (2009): *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1569-4.
25. JAŠÍKOVÁ, Veronika a Michal TROUSIL, (2009): *Úvod do tvorby empirických prací pro cestovní ruch*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-020-7.
26. MANCINI, Marc, (2008): *Selling destinations: geography for the travel professional*. 5th ed. Clifton Park, NY: Delmar Learning. ISBN 978-1-4283-2142-7.
27. MARIOT, Peter, (1983): *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda.
28. Marken Landschaft, (2020): *Schweiz Tourismus*. [obrázek] In: *Marken Landschaft* [online]. 2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: http://markenlandschaft.ch/markenlexikon/schweiz-tourismus
29. MEYER, Werner a Georg KREIS, (2019): *Dějiny Švýcarska*. Praha: NLN. Dějiny států. ISBN 978-80-7422-304-4.
30. OEC - The Observatory of Economic Complexity, (2020): *Switzerland (CHE) Exports, Imports, and Trade Partners*, [online]. Dostupné z: https://oec.world/en/profile/country/che#trade-products

31. PAGE, Stephen, (2015): *Tourism management*. Fifth edition. New York: Routledge. ISBN 978-1-138-78457-4.
32. PALATKOVÁ, Monika, (2011): *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada. ISBN 978-80-2473750-8.
33. Parc Naziunal Svizzer, (2020): *1904-1914 - Swiss National Parc*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.nationalpark.ch/en/about/about-us/foundation-and-development/1904-1914/
34. PERGLER, Jan a Martin BRUMMEL, (2015): *Švýcarsko*. 3. vydání. Praha: Freytag & Berndt. Průvodce na cesty (Freytag & Berndt). ISBN 978-80-7316-207-8.
35. SEBERA, Martin, (2012): *Vybrané kapitoly z metodologie*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5962-7.
36. Schweiz Tourismus, (2020): *Schweizer Architektur*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/ueber-die-schweiz/kunst-und-kulturszene-schweiz/schweizer-architektur/
37. Schweiz Tourismus, 2, (2020): *Facts & Figures – Stnet*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: https://www.stnet.ch/de/portrait/facts-figures/
38. STAM, Tijmen, (2006): *Švýcarská vlajka Poměr stran: 1:1*. [obrázek] In: Wikipedia [online]. 11.06.2006 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0v%C3%BDcarsk%C3%A1_vlajka#/media/Soubor:Flag_of_Switzerland.svg
39. ŠAUER, Martin a kol., (2015): *Cestovní ruch*. Učební text. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. 477 s.
40. TELLER, Matthew, (2011): *Švýcarsko*. Brno: Jota. Průvodce (Jota). ISBN 978-80-7217-896-4.
41. The Heritage Foundation, (2020): *Index of Economic Freedom: Promoting Economic Opportunity and Prosperity by Country*, [online], cit. [12.08.2020]. Dostupné z: https://www.heritage.org/index/

42. UNESCO World Heritage Centre, (2020): *Switzerland - UNESCO World Heritage Centre*, [online], [cit. 12.08.2020]. Dostupné z: http://whc.unesco.org/en/statesparties/ch
43. VYSTOUPIL, Jiří, (2006): *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-4167-6.
44. Wikipedia, (2012): *Switzerland, administrative divisions*. [obrázek] In: *Wikipedia* [online]. 02.04.2012 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Switzerland,_administrative_divisions_-_de_-_colored.svg
45. Wikipedia, 2, (2010): *Linguistic map of Switzerland in 2010*. [obrázek] In: Wikipedia [online]. 29.07.2010 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Languages_of_Switzerland#/media/File:Switzerland_Linguistic_EN.png
46. WILLIAMS, Nicola a kol., (2013): *Švýcarsko*. Praha: Svojtka & Co. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0847-0.
47. World Tourism Organization and International Labour Organization, (2013): *Economic Crisis, InternationalTourism Decline and its Impact on the Poor*, [online], UNWTO, Madrid.
48. ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, (2012): *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

Seznam obrázků

Obr. 1 Mapa Švýcarska a jeho 26 kantonů. 20
Obr. 2 Vlajka Švýcarska s helvétským křížem. 21
Obr. 3 Rozšíření jazyků ve Švýcarsku. 24
Obr. 4 Švýcarské Alpy. 27
Obr. 5 Výletní loď na Ženevském jezeře. 29
Obr. 6 Středověký hrad Chillon. 33
Obr. 7 Hrad Castelgrande v Bellinzoně. 35
Obr. 9 Marketingové logo organizace Schweiz Tourismus. 41
Obr. 10 13 turistických regionů Švýcarska. 49
Obr. 11 Centrum Curychu. 50
Obr. 12 Kapellbrücke v Lucernu. 52
Obr. 13 Promenáda podél Ženevského jezera v Montreux. 53
Obr. 14 Rýnské vodopády. 54
Obr. 15 Ženevské jezero a Jet d'Eau v Ženevě. 55
Obr. 16 Pohled na Bernské Alpy. 58
Obr. 17 Pohled na Luganské jezero. 59

Seznam tabulek

Tab. 1 Poptávka po hotelových zařízeních a sanatoriích v letech 2013-2018. 38
Tab. 2 Počet přenocování v hotelových zařízeních a sanatoriích ve srovnání s doplňkovým ubytováním. 39
Tab. 3 Četnost turistů dle jednotlivých charakteristik. 46
Tab. 4 Návštěvnost jednotlivých turistických regionů za rok 2019 v procentech. ..49
Tab. 5 Délka trvání pobytu v hotelových zařízeních v roce 2018. 62
Tab. 6 Počet přenocování v hotelových zařízení v turistických regionech, 2014-2018. 63

Přílohy

Příloha č. 1

Dotazník – Potenciál CR ve Švýcarsku

1. Jaké postavení má podle Vás Švýcarsko v rámci turismu v Evropě?

2. Jaké jsou konkurenční výhody švýcarského turismu?

3. Co může zahraničního turistu odradit od návštěvy Švýcarska?

4. Na jaké úrovni (z hlediska kvality, kvantity i dostupnosti) jsou podle Vás stravovací a ubytovací zařízení ve Švýcarsku?

5. Myslíte si, dopravní dostupnost Švýcarska pro turisty ze zahraničí je dostačující? A jak je na tom doprava vnitrostátní (pozitiva, negativa)?

6. Co je podle Vás největším přírodním bohatstvím Švýcarska?

7. Myslíte, že poznávání kultury a historických památek může být řazeno vedle rekreace a aktivní dovolené mezi nejčastější motivace k návštěvě Švýcarska?

8. Jaký má podle Vás vliv politicko-ekonomické prostředí Švýcarska na jeho domácí cestovní ruch?

9. Kde vidíte největší potenciál pro cestovní ruch ve Švýcarsku v následujících několika letech?

10. Který z turistických regionů je podle Vás v současnosti přehlížený, přestože toho má hodně co nabídnout?

Příloha č. 2

Dotazník č.1 - Profesorka z Hochschule Luzern

1. Wie ist die Position der Schweiz im europäischen Tourismus? *Die Schweiz steht in allen Rankings weit oben (vgl. Competitivness Report der UNWTO, Brand Future Report etc). Sie geniesst ein hohes Ansehen v.a. bzgl. Nachhaltigkeit, Sicherheit, Lebensqualität, etc.*

2. Was sind die Wettbewerbsvorteile des Schweizer Tourismus? *Natur, Berge, Vielfalt auf engstem Raum, 4 Kulturen und Sprachen, ÖV System (diese Punkte sind auch Motivationsfaktoren Nr. 1, warum ein Gast die Schweiz besucht)*

3. Was sind die Hindernisse für manche Touristen, die die Schweiz besuchen wollen? *Ganz klar der Preis. Hier haben wir einen Wettbewerbsnachteil.*

4. Auf welchem Niveau (Qualität, Quantität, Verfügbarkeit) befinden sich die Verpflegungs- und Beherbergungseinrichtungen in der Schweiz? *Auf einem sehr hohen Standard. Es gibt eine grosse Auswahl an Hotellerie und Parahotelletrie Angebote, welche in versch. Preislagen und mit unterschiedlichem Komfort auf dem Markt sind. Die Qualität wird durch das Ster,ne-System von hotelleriesuisse gewährleistet. Zudem verfügt die Schweiz über viele Berghütten mit hohem Komfort (siehe SAC Hütten)*

5. Sind Sie der Meinung, dass die Verkehrsanbindung der Schweiz für ausländische Touristen ausreichend ist? Und wie steht es mit dem Inlandsverkehr (Vor- und Nachteile)? *Die Schweiz verfügt über einen weit ausgebauten Flugplan und hat eines der dichtesten ÖV- sowie Bergbahn-Netz. Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit sind hier top. Zudem gibt es ein Ticket, mit welchem der Gast sehr preiswert die ganze Schweiz entdecken kann (Swiss Travel Pass)*

6. Was ist der grösste Naturschatz der Schweiz? *Die Natur, Berge und Landschaft sowie die sauberen Seen und das Trinkwasser. Ebenfalls die 4 Kulturen und Sprachen.*

7. Glauben Sie, dass die Erkundung von Kultur- und Geschichtsdenkmälern neben Erholung und Aktivurlaub als die häufigste Motivation für einen Besuch der Schweiz angesehen werden kann? *Das ist schwierig so zu sagen. Ich denke, für den «normalen» Leisuretourist sind nach wie vor die Berge und Natur Grund Nummer 1, um die Schweiz zu besuchen. Wenn jemand dann in der Schweiz ist, wird er sich die Denkmäler und Kulturschätze anschauen. Dazu gehört auch die Tradition der Kulturen.*

8. Wie wirkt sich nach Ihrer Meinung das politisch-wirtschaftliche Umfeld in der Schweiz auf den Tourismus aus? *Die Währunsgkrise im 2015 (starker Franken) sowie die momentane Corona-Krise wirken sich extrem negativ auf den Tourismus aus – v.a. auf die Gäste aus dem Ausland. Für den Binnenmarkttourismus kann dies eine Chance sein. Ebenso für die lokale Wirtschaft und die lokalen Produkte.*

9. Welche der Tourismusregionen wird nach Ihrer Meinung trotz ihres reichhaltigen Angebots von den Touristen ein bisschen übersehen? *Alle Regionen der Schweiz, welche nicht an den «touristischen Hauptrouten» liegen. Zum Beispiel: das Appenzell, der Jura, Baselland,...*

10. Wo sehen Sie das grösste Potenzial für den Schweizer Tourismus in den kommenden Jahren? *Aufgrund der wirtschaftlichen Situation, ausgelöst durch die Pandemie, sehe ich ein grosses Potential im Binnentourismus inkl. angrenzendes Ausland sowie in allen Produkten, welche im Zusammenhang mit Natur, Berge, Outdoor, Erlebnisqualität, Erholung, Nachhaltigkeit etc. stehen*

Příloha č. 3

Dotazník č. 2 - Výzkumná pracovnice z Fachhochschule Graubünden

1. Wie ist die Position der Schweiz im europäischen Tourismus?

Eigentlich gut. Wir haben in der Schweiz viele Gäste aus dem europäischen Raum (v.a. Deutschland, Österreich, aber auch Italien, Niederlande, etc.) Die Schweiz ist allerdings im Vergleich zu den Nachbarländern hochpreisiger (dies v.a. aufgrund des starken Frankens, aber auch den hohen Lebenshaltungskosten).

2. Was sind die Wettbewerbsvorteile des Schweizer Tourismus?

- Qualität
- Natur, Landschaft, saubere Luft
- Familienfreundlichkeit
- Tradition & Moderne

3. Was sind die Hindernisse für manche Touristen, die die Schweiz besuchen wollen?

- Preis

4. Auf welchem Niveau (Qualität, Quantität, Verfügbarkeit) befinden sich die Verpflegungs- und Beherbergungseinrichtungen in der Schweiz?

Dies ist sehr unterschiedlich. Es gibt einige Hotels und Gastronomiebetriebe, welche eine hohe Qualität anbieten (d.h. Qualität der Dienstleistung, aber auch Qualität der Gebäude in Bezug auf Ausbaustandard). Diese sind auch sehr gut ausgelastet (mehrheitlich sogar ganzjährig und nicht nur saisonal). Allerdings gibt es auch einen grossen Teil an Betrieben, welche schlecht ausgelastet sind und dementsprechend keine finanziellen Mittel aufweisen für Investitionen/Renovationen. Dies wirkt sich dann wiederum negativ auf die Qualität aus. Einige Betriebe weisen schlechte Finanzhaushalte auf und es ist damit zu rechnen, dass viele davon die aktuelle Corona-Krise nicht überleben werden. Dies ist natürlich tragisch für jedes persönliche Schicksal das dahinter steht. Für den Schweizer Tourismus würde ich eine solche Entwicklung mittelfristig aber sogar als Chance sehen. Meiner Meinung nach sollte die Schweiz (als Hochpreisinsel) lieber auf Qualität statt Quantität setzen. Daher wäre das Verschwinden von wenig attraktiven Betrieben eventuell sogar eine positive Entwicklung.

5. Sind Sie der Meinung, dass die Verkehrsanbindung der Schweiz für ausländische Touristen ausreichend ist? Und wie steht es mit dem Inlandsverkehr (Vor- und Nachteile)?

Ja. Die Fluganbindungen über die Flughäfen Zürich, Basel, Genf sind ausreichend. Auch ist es unproblematisch mit dem Privatauto oder den öffentlichen Verkehrsmitteln in die Schweiz zu reisen. Aufgrund der dezentralen Besiedlung und flächendeckender Versorgung in der Schweiz sind das Strassennetz und die öffentlichen Verkehrsmittel bis in den hintersten Winkel gewährleistet.

Allerdings sind die öffentlichen Verkehrsmittel im europäischen Vergleich eher teuer. Auch «beklagen» sich viele Gäste, welche mit dem Privatauto anreisen über teure Autobahngebühren (Vignette).

6. Was ist der grösste Naturschatz der Schweiz?

- Die Alpen
- Die vielen Seen
- Schluchten
- Wildtiere

7. Glauben Sie, dass die Erkundung von Kultur- und Geschichtsdenkmälern neben Erholung und Aktivurlaub als die häufigste Motivation für einen Besuch der Schweiz angesehen werden kann?

Ich denke, dass nicht viele Gäste aufgrund der Kultur- und Geschichtsdenkmälern in die Schweiz reisen. Allerdings lassen sich diese Angebote sehr gut mit aktiven Inhalten wie bspw. Wandern/Mountainbiking oder Städtetrips verbinden. Diese kulturellen Angebote sind es denn auch, welche ein Ort einzigartig und unverwechselbar machen. Dies gilt nicht nur für die Schweiz, sondern auch für alle anderen Länder/Landesteile mit ihren jeweiligen Kulturen und Traditionen.

Die Schweiz mit ihren vier Landesteilen und Landessprachen (Deutschschweiz, französische Schweiz, italienische Schweiz und romanische Schweiz) vereint viele verschiedene Kulturen auf kleinem Raum. Dies ist im europäischen Vergleich sicherlich speziell und könnte meiner Meinung nach noch verstärkt vermarktet/in Wert gesetzt werden.

8. Wie wirkt sich nach Ihrer Meinung das politisch-wirtschaftliche Umfeld in der Schweiz auf den Tourismus aus?

Die Schweiz ist bekannt für ihre Neutralität, politische Stabilität und Sicherheit. Dies wirkt sich sicherlich positiv auf den Tourismus aus. Auch ist die Schweiz bekannt für ihre Qualität, welche ursprünglich aus der Uhrenindustrie stammt. Diese Qualität bietet sie heute vielleicht noch in der Medizinaltechnik, ansonsten glaube ich, dass viele andere Länder mittlerweile eine ähnliche Qualität aufweisen. Der «Mythos» bleibt jedoch bis jetzt bestehen – was für den Tourismus positiv ist.

Allerdings ist die Schweiz nicht in der Europäischen Union. Dies wirkt sich teilweise negativ auf den Tourismus aus, da der Schweizer Franken im Vergleich zum Euro sehr stark ist und sich dadurch die Angebote für europäische Gäste verteuern. So ist die Schweiz bei vielen europäischen Bürgern als sehr teuer abgestempelt. Diese verreisen dann lieber ins benachbarte Österreich, da sie dort viele Angebote wie bspw. Skifahren zu einem günstigeren Preis erhalten.

Auch kann es sein, dass die Schweiz in der Wahrnehmung der europäischen Bürger an Sympathie verloren hat, da sie bei Verhandlungen mit der EU immer Sonderrechte fordert.

9. Welche der Tourismusregionen wird nach Ihrer Meinung trotz ihres reichhaltigen Angebots von den Touristen ein bisschen übersehen?

Das kann ich schwer beantworten. Die verschiedenen Tourismusregionen bieten unterschiedliche Angebote in Bezug auf Natur, Kultur, Geschichte, Sprache, Tradition etc. und werden von verschiedenen Gästesegmenten besucht. Insgesamt glaube ich, dass alle Landesteile auf ihre Kosten kommen.

Ich beschäftige mich in meiner Forschung v.a. mit Tourismusentwicklung in peripheren Räumen. Meiner Meinung nach haben ländliche Gebiete (in allen Landesteilen) noch Potenziale für eine Tourismusentwicklung. Solche Angebote sollen aber nicht massentauglich sein und ein Nischenprodukt bleiben, damit die ökologischen und sozialen Kapazitätsgrenzen nicht überstiegen werden.

10. Wo sehen Sie das grösste Potenzial für den Schweizer Tourismus in den kommenden Jahren?

Entgegen der landläufigen Meinung sehe ich die Potenziale im Binnentourismus und Europäischen Markt. Der Tourismus ist sehr krisenanfällig (das sehen wir gerade jetzt in der Corona-Krise sehr deutlich). Vor allem der internationale Tourismus ist stark abhängig von Wechselkursen, Ölpreisen, politischer Stabilität, etc. Meiner Meinung nach ist eine Fokussierung auf inländische Gäste und Gäste aus dem benachbarten Ausland wünschenswert. Diese Gäste verweilen auch tendenziell länger in der Schweiz, wohingegen z.B. chinesische Gäste durchschnittlich 1 Nacht in der Schweiz bleiben.

Weiter gilt es die natürlichen und kulturellen Potenziale der Schweiz zu schützen und zu stärken. Dies sind aus meiner Sicht die USP's der Schweiz.

Příloha č. 4

Dotazník č. 3 - Profesor z Fachhochschule Graubünden

1. Wie ist die Position der Schweiz im europäischen Tourismus?
- Preislich eher hoch im Vergleich zu anderen EU-Ländern
- Landschaftlich einzigartig d.h. unverwechselbar
- Qualität

2. Was sind die Wettbewerbsvorteile des Schweizer Tourismus?
- Landschaft
- Geschichte

3. Was sind die Hindernisse für manche Touristen, die die Schweiz besuchen wollen?
- Preis

4. Auf welchem Niveau (Qualität, Quantität, Verfügbarkeit) befinden sich die Verpflegungs- und Beherbergungseinrichtungen in der Schweiz?
- Teils Grosser Investitionsstau in der Hotellerie und Parahotellerie
- Starke Saisonalität für zu Überkapazitäten im Bereich Beherbergung während Nebensaisons
- Ca. 25% gut differenzierte und positionierte Hotels/Gastrobetrieb

5. Sind Sie der Meinung, dass die Verkehrsanbindung der Schweiz für ausländische Touristen ausreichend ist? Und wie steht es mit dem Inlandsverkehr (Vor- und Nachteile)?
- Sehr guter Anschluss aus Nord/Süd, als auch West/Ost-Achse
- Innerhalb der Schweiz breites Bahnangebot, jedoch eher teuer
- Zugänglichkeit in alle Regionen durch öffentliche Verkehrsmittel möglich

6. Was ist der grösste Naturschatz der Schweiz?
- Matterhorn, Creux du Van, Emmental, div. Gletscher, …
- Bauten im Zusammenhang mit Geschichte (Klöster, Brücken)

7. Glauben Sie, dass die Erkundung von Kultur- und Geschichtsdenkmälern neben Erholung und Aktivurlaub als die häufigste Motivation für einen Besuch der Schweiz angesehen werden kann?
- Nein -> spricht nur eine sehr begrenzte Zielgruppe an

8. Wie wirkt sich nach Ihrer Meinung das politisch-wirtschaftliche Umfeld in der Schweiz auf den Tourismus aus?
- Wenig, Gäste bekommen innenpolitische Angelegenheiten weniger wahr

9. Welche der Tourismusregionen wird nach Ihrer Meinung trotz ihres reichhaltigen Angebots von den Touristen ein bisschen übersehen?
- Jura, Ostschweiz (St.Gallen/Thurgau)

10. Wo sehen Sie das grösste Potenzial für den Schweizer Tourismus in den kommenden Jahren?
- Convenience in sämtlichen Bereichen
- Aussergewöhnliche Dienstleistungen, um sich von Konkurrenz abzuheben

Příloha č. 5

Dotazník č. 4 - Profesor z IST-Hochschule für Management Düsseldorf

1. Wie ist die Position der Schweiz im europäischen Tourismus?

   Die Schweiz hat einen Sonderstatus. Aber Schengenvisa gelten, was für internationalen Tourismus wichtig ist. Die Schweiz ist sehr teuer, da der Franken nicht mehr gedeckelt ist. Daher kommen zu den Hotspots sehr viele asiatische Touristen.

2. Was sind die Wettbewerbsvorteile des Schweizer Tourismus?

   Sichertheit, Qualität, einzigartige Bergwelt

3. Was sind die Hindernisse für manche Touristen, die die Schweiz besuchen wollen?

   Teuer, veraltete Infrastruktur (Hotels müssen renoviert werden)

4. Auf welchem Niveau (Qualität, Quantität, Verfügbarkeit) befinden sich die Verpflegungs- und Beherbergungseinrichtungen in der Schweiz?

   Alles sehr alt, Renovierungsbedarf außerhalb der Top-Spots

5. Sind Sie der Meinung, dass die Verkehrsanbindung der Schweiz für ausländische Touristen ausreichend ist? Und wie steht es mit dem Inlandsverkehr (Vor- und Nachteile)?

   Sehr gut, Zürich ist ein sehr guter Flughafen.

6. Was ist der grösste Naturschatz der Schweiz?

   Das Matterhorn

7. Glauben Sie, dass die Erkundung von Kultur- und Geschichtsdenkmälern neben Erholung und Aktivurlaub als die häufigste Motivation für einen Besuch der Schweiz angesehen werden kann?

   Ja, das kann gut sein. Auch heute reisen noch viele deutsche Touristen zum Hotel der Fußballnationalmannschaft (Weltmeistere 1954) https://belvedere-spiez.ch/de/Kontakt/Geschichte . Das Fussballstadion in Bern (Wankdorfstadion) wurde leider vor einigen Jahren abgerissen. https://de.wikipedia.org/wiki/Stadion_Wankdorf

8. Wie wirkt sich nach Ihrer Meinung das politisch-wirtschaftliche Umfeld in der Schweiz auf den Tourismus aus?
   Auf Geschäftsreisen positiv, für Privattouristen ist die Schweiz sehr teuer.

9. Welche der Tourismusregionen wird nach Ihrer Meinung trotz ihres reichhaltigen Angebots von den Touristen ein bisschen übersehen?
   St Gallen und Umgebung mit Säntis

10. Wo sehen Sie das grösste Potenzial für den Schweizer Tourismus in den kommenden Jahren?
    Sommerurlauber aus der DACH könnten ein zusätzliches Potenzial darstellen.

Příloha č. 6

Dotazník č. 5 - Výzkumná pracovnice z Università della Svizzera italiana Lugano

1. What is the position of Switzerland within European tourism?

One of the top destinations with a high share of domestic tourism (around 50%) in spite of being small, and attracting international tourists from all over the world in spite of the high price, because of the quality.

2. What are the competitive advantages of Swiss tourism?

- **Landscape**
- **Environment**
- **Safety**
- **Tradition**

3. What are the obstacles for some tourist to visit Switzerland?

- **Price**
- **Visa**

4. On which level (quality-, quantity-, availability-wise) are catering and accommodation facilities in Switzerland?

High price, high quality.

Please read the WEF TTCI (The Travel & Tourism Competitiveness Report) report for details.

5. Do you think that the transport accessibility of Switzerland for foreign tourist is sufficient? And what about the domestic transport (pros and cons)?

Foreign tourists → yes! → air connections

Domestic tourists → yes! → public transport

6. What is Switzerland's greatest natural treasure?

The Alps

7. Do you think that the exploration of cultural and historical monuments can be regarded as the most frequent motivation for a visit to Switzerland, alongside recreation and active holidays?

No.

8. How do you think that the Swiss political-economic environment affects the tourism?

The stable political-economic environment in Switzerland affects tourism positively.

9. Which one of the tourist regions do you think is a bit overlooked by tourists despite its rich offerings?

The Swiss cities (apart from Luzern, which is highly visited).

10. Where do you see the biggest potential for Swiss tourism in upcoming years?

In offering high safety in all areas (e.g. hygiene) thanks to the high quality offered in Switzerland.

Příloha č. 7

Dotazník č. 6 - Tým z České centrály švýcarského turismu (Schweiz Tourismus)

1. Jaké postavení má podle Vás Švýcarsko v rámci turismu v Evropě?

Švýcarsko si udržuje stabilně vysokou pozici v rámci evropského turismu. Jedná se o prémiovou destinaci s celoroční nabídkou nejrůznějších aktivit.

2. Jaké jsou konkurenční výhody švýcarského turismu?

Neoddiskutovatelnou konkurenční výhodou Švýcarska je jeho nabídka přírodního bohatství. Alpy ve Švýcarsku jsou výše položené než například v Rakousku, Itálii či Francii a jsou lehce dostupné i veřejnou dopravou, díky které mohou nabídnout odlišnou úroveň cestovatelských požitků. Mezi další výhody lze zařadit světově proslulou veřejnou dopravou (zejména železniční zahrnující také zážitkové a panoramatické vlaky), jezera, města, ale i málo očekávaný přístup samotných Švýcarů k turistům.

3. Co může zahraničního turistu odradit od návštěvy Švýcarska?

Švýcarsko může odradit některé zahraniční turisty, kteří mají zažitou představu o Švýcarsku jako o velice drahé a nedostupné zemi.

4. Na jaké úrovni (z hlediska kvality, kvantity i dostupnosti) jsou podle Vás stravovací a ubytovací zařízení ve Švýcarsku?

Z hlediska kvantity, kvality i dostupnosti je Švýcarsko na velmi vysoké úrovni. Téměř každý turista si vybere přesně to, co od gurmánského zážitku očekává – v nabídce jsou restaurace s mezinárodní a lokální kuchyní různých cenových kategorií. Od jídelen v síti prodejen Coop (vhodné například pro rodiny s dětmi) až po špičkové a luxusní restaurace pyšnící se různými oceněními.

Švýcarsko je bohužel stále považováno za zemi, která turistům poskytuje drahé ubytování. Samozřejmě zde nalezneme luxusní hotely, ale na druhou stranu také hostely, apartmány, penziony a kempy, které jsou cenově srovnatelné s cenou ubytování v řadě jiných evropských zemí. Síť kempů je navíc tak rozšířená, že není nutné si i v hlavní letní sezoně zařizovat ubytování předem – vždy je možné najít místo k ubytování za rozumné ceny s dobrou kvalitou všech nabízených služeb.

5. Myslíte si, dopravní dostupnost Švýcarska pro turisty ze zahraničí je dostačující? A jak je na tom doprava vnitrostátní (pozitiva, negativa)?

Ano, dopravní dostupnost pro turisty z celého světa je na vysoké úrovní. Švýcarsko disponuje velkými mezinárodními letišti v Curychu a Ženevě a dalšími v Basileji, Bernu a Luganu. Letiště v Curychu a Ženevě jsou navíc přímo napojeny na vlakovou dopravu a díky jízdenkám Swiss Travel Pass je možné využívat veškerou veřejnou dopravu po celém Švýcarsku s jednou jízdenkou planou na několik dní. Vnitrostátní doprava ve Švýcarsku je na absolutní špičkové úrovni, jak z hlediska služeb pro cestující, tak i provázanosti – tam kam jede vlak, nejede autobus, velká část vlakových nádražích je umístěna hned u autobusových, funguje zde taktový jízdní řád atd.). Negativem veřejné dopravy ve Švýcarsku zůstává pro zahraniční turisty její cena v případě jednotlivých jízd – řada regionů a dopravců ovšem nabízí různě zvýhodněné časové a regionální jízdné, které cestovaní výrazně zlevní. Dobrým

příkladem je již zmíněná jízdenka Swiss Travel Pass nebo také regionální jízdenka Tell Pass platná veřejnou dopravu v celé centrální části Švýcarska.

6. Co je podle Vás největším přírodním bohatstvím Švýcarska?

Bezesporu to jsou Alpy a ledovce, které jsou lehce přístupné široké veřejnosti. Velice atraktivní jsou také jezera a řeky.

7. Myslíte, že poznávání kultury a historických památek může být řazeno vedle rekreace a aktivní dovolené mezi nejčastější motivace k návštěvě Švýcarska?

Ano, řada zájezdů je zaměřena pouze na tento typ rekreace, vč. těch do Švýcarska.

8. Jaký má podle Vás vliv politicko-ekonomické prostředí Švýcarska na jeho domácí cestovní ruch?

Velice pozitivní díky stabilní politické a ekonomické podpoře jak ze strany státu, tak ze strany kantonů (partnerů). Tato podpora byla zachována i během současné globální epidemiologické krize způsobené šířením nákazy covid-19.

9. Kde vidíte největší potenciál pro cestovní ruch ve Švýcarsku v následujících několika letech?

Největší turistický potenciál Švýcarska v nadcházejících letech je téma udržitelného turismu, který není ve Švýcarsku příliš propagován, ale dalo by se říci, že pro Švýcary samotné je vlastně samozřejmostí – řada regionů je silně provázána s místními komunitami a ubytovacími zařízeními, které jsou navzájem propojeny a spolupracují mezi sebou.

10. Který z turistických regionů je podle Vás v současnosti přehlížený, přestože toho má hodně co nabídnout?

Z českého trhu vidíme nevyužitý potenciál západní a severozápadní části Švýcarska, především kantonu Jura. Tato část nabízí nespočet turistických možností pro všechny věkové kategorie a typy turistů.

Oskenované zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu

Zadání bakalářské práce

Autor: **Martin Pelc**

Studium: I1700190

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Název bakalářské práce: **Analýza předpokladů rozvoje cestovního ruchu ve Švýcarsku - komparace turistických regionů**

Název bakalářské práce AJ: Analysis of Tourism Resources in Switzerland - Tourist Regions Comparison

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Osnova:

1. Úvod 2. Cíl práce 3. Metodika zpracování 4. Teoretické vymezení (definice CR, potenciálu CR, destinace CR) 5. Předpoklady rozvoje CR (selektivní, lokalizační a realizační faktory) 6. Obecná charakteristika Švýcarska 7. Předpoklady rozvoje CR ve Švýcarsku 8. Turistické regiony Švýcarska 9. SWOT analýza vybraných turistických regionů Švýcarska 10. Shrnutí výsledků a závěr

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

VYSTOUPIL, Jiří; ŠAUER, Martin: Základy cestovního ruchu. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4205-2

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor, ed. Geografie cestovního ruchu. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.

TELLER, Matthew. Švýcarsko. Brno: Jota, 2011. Průvodce (Jota). ISBN 978-80-7217-896-4.

FRANKE, Antonín. Statistiky cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-717-9.

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-2473750-8.

BONIFACE, Brian G. a Chris COOPER. Worldwide destinations casebook: the geography of travel and tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, c2005. ISBN 07-506-6440-1.

VEAL, Anthony Jame. Research methods for leisure and tourism : a practical guide. 3rd ed. Harlow: Prentice Hall, 2006. ISBN 0-273-68200-8.

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu, Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: RNDr. Mgr. Tomáš Burda, Ph.D.

Oponent: Mgr. David Chaloupský, Ph.D.