

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

Podíl Klubu českých turistů na rozvoji cestovního ruchu
Bakalářská práce

Autor: **Petr Hoška**

Studijní obor: **Management cestovního ruchu**

Vedoucí práce: **Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D.**

Konzultant: **prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.**

Hradec Králové

Srpen 2018

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 16. 08. 2018

Petr Hoška

Poděkování

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu Mgr. Alexandru Gregarovi, Ph.D. za vedení této bakalářské práce, praktické rady a zkušenosti, které byly velice užitečné při zpracování. Zároveň chci poděkovat konzultantovi práce prof. RNDr. Josefu Zelenkovi, CSc. za jeho čas a velice přínosné rady. Taktéž děkuji i všem účastníkům rozhovorů za ochotu podělit se o své názory a zkušenosti z praxe, jež byly pro mou práci klíčové.

Anotace

Tato práce se zabývá aktivními formami cestovního ruchu na českém území ve venkovském prostoru. Jedná se o úvod do problematiky přínosu aktivit, jako jsou pěší a cykloturistika, nebo další aktivity v přírodě jako součást cestovního ruchu. Zkoumá se zde také zájem veřejných institucí o toto téma a spolupráce s aktéry v destinačním managementu. Tyto poznatky jsou aplikovány na příkladu Klubu českých turistů. Teoretická část uvádí obecně problematiku trendů a vývoje aktivních forem cestovního ruchu, spolkového života, zdravotních aspektů těchto aktivit, domácího a příjezdového cestovního ruchu. Praktická část se zaměřuje detailněji na Klub českých turistů a jeho aktivity pro své členy a širokou veřejnost. Vychází z rozhovorů s členy spolku, dále jsou zkoumány projekty měření návštěvnosti značených tras nebo ekonomického přínosu návštěvníků obsahovou analýzou. Posuzovány jsou také vlivy na tržby podnikatelů. Pro srovnání jsou uvedeny zahraniční zkušenosti s touto problematikou. Výsledkem práce jsou návrhy na zlepšení spolupráce KČT s dalšími aktéry cestovního ruchu.

Klíčová slova: Klub českých turistů, místní rozvoj, monitoring návštěvnosti, destinační management, aktivní formy cestovního ruchu

Annotation

Title: Impact of the Czech tourist club in the development of tourism

This bachelor thesis contains information about active forms of tourism in the Czech Republic and its countryside. This thesis is an entry to problematic as walking, cycling and other activities in nature as part of tourism. It also examines the interest of state institutions on this theme and collaboration with stakeholders in destination management. These findings are applied to the example of the Czech Tourists Club. The theoretical part shows general issues of trends and development of active forms of tourism, social life, health aspects of these activities, domestic and inbound tourism. In practical part are more details about the Czech tourist club and its activities for members and the public. The practical part is based on interviews with members of the club, as well as projects for measuring the attendance of marked trails or the economic contribution of visitors through content analysis. Business effects are also evaluated. For comparison is there a foreign experience involved. The result of the thesis is an evaluation of the state and suggestions for communication improvement in local tourism.

Keywords: Czech tourist club, local development, tourist traffic, destination management, active forms of tourism

Obsah

Obsah.....	4
1 Úvod.....	1
1.1 Důvod výběru tématu.....	1
2 Cíl práce.....	2
3 Metodický postup.....	3
3.1 Metodika.....	3
3.2 Výzkumné otázky.....	4
3.3 Literární rešerše.....	4
4 Teoretická část.....	6
4.1 Udržitelný rozvoj.....	6
4.2 Občanská společnost a spolková činnost.....	7
4.2.1 Neziskové organizace v Česku.....	9
4.2.2 Spolek podle nového občanského zákoníku.....	10
4.3 Aktivní formy cestovního ruchu.....	11
4.3.1 Historický vývoj na území českých zemí.....	11
4.3.2 Nové trendy cestovního ruchu.....	12
4.4 Domácí cestovní ruch.....	14
4.5 Druhé bydlení v Česku.....	14
4.6 Příjezdový cestovní ruch v Česku.....	15
4.7 Destinační management.....	19
4.8 Zdravotní aspekty aktivních forem cestovního ruchu.....	20
4.9 Shrnutí teoretické části.....	21
5 Praktická část.....	22
5.1 Sběr informací a průběh šetření.....	22

5.2	Charakteristika KČT	22
5.3	Struktura KČT	23
5.4	Historická východiska KČT.....	24
5.4.1	Před I. světovou válkou	25
5.4.2	Meziválečné a válečné období.....	26
5.4.3	Historie spolku po II. světové válce.....	28
5.4.4	Znovuobnovení po roce 1990.....	29
5.5	Finanční podpora KČT.....	29
5.5.1	Podpora sponzorů.....	31
5.5.2	Podpora státními institucemi	31
5.5.3	Podpora projektů veřejností.....	32
5.5.4	Podnikatelské aktivity KČT	32
5.6	Aktivity spolku v zahraničí.....	33
5.7	Vydavatelská činnost.....	35
5.7.1	Mapy KČT.....	35
5.7.2	Časopis Turista	36
5.7.3	Další publikační činnost.....	36
5.8	Spolupráce se zahraničními spolky.....	37
5.9	KČT jako tržní subjekt.....	37
5.10	Marketing KČT.....	38
5.11	Chaty v majetku Klubu českých turistů	40
5.11.1	Bezručova turistická chata na Lysé hoře.....	42
5.12	Muzeum turistiky v Bechyni vlastněné KČT.....	43
5.13	Turistické oddíly mládeže	44
5.14	Aktivity spolku pro členy	45

5.15	Služby pro veřejnost	46
5.15.1	Značené trasy	46
5.15.2	Moderní trasy v Česku	52
5.15.3	Eventy – akce KČT	52
5.16	Turistická informační centra	56
5.17	Poskytovatelé služeb cestovního ruchu	57
5.18	Návštěvnost atrakcí a atraktivit cestovního ruchu s přihlédnutím ke Klubu českých turistů	58
5.19	Finanční výdaje účastníka aktivit turistiky	59
5.19.1	Sportovní oblečení	59
5.19.2	Studie výdajů na člena KČT	59
5.20	Posouzení vlivu na tržby obchodníků a poskytovatelů služeb v regionech	60
5.20.1	Monitoring návštěvnosti a ekonomického přínosu	62
5.20.2	Polsko	76
5.20.3	Německo	76
5.20.4	Rakousko	78
6	Shrnutí výsledků	79
7	Závěry a doporučení	81
8	Zdroje	84
8.1	Citovaná literatura, internetové a další zdroje	84
8.2	Seznam obrázků	95
8.3	Seznam tabulek	95
9	Přílohy	96
9.1	Přepisy rozhovorů	96
9.1.1	Miroslav Vořechovský	96

9.1.2	Vlastimil Škvára	97
9.1.3	Jaroslav Jágr	98
9.1.4	Dana Jágrová	99
9.1.5	Mgr. Karel Markvart	100
9.1.6	Doc. Ing. Josef Kotyk, CSc	100
9.1.7	Ing. Jan Havelka	101
9.1.8	Ing. Ivan Press	102
9.1.9	Lubomír Hoška	102
9.2	Monitoring návštěvnosti v krajích	104

1 Úvod

V dnešní rychlé době je stále populárnější životní styl spojený s fyzickou aktivitou a přírodou. Lidé rádi vyrážejí do přírody. Klub českých turistů (dále též KČT) se na rozvoji cestovního ruchu na českém území také podílí a tvoří jeho nedílnou součást. Je potřeba ocenit práci velkého množství dobrovolníků v rámci spolku. Otázkou je, zda toto úsilí pomáhající cestovnímu ruchu je změřitelné a doceněné a zda KČT spolupracuje s dalšími aktéry v cestovním ruchu a jestli jsou jejich snahy správně koordinovány destinačním managementem.

Stanovy KČT [1] uvádějí, že hlavním posláním je tvorba všestranného turistického celoživotního programu realizovaného také v mezinárodním prostředí. Dále to je značení, tvorba podmínek pro pohyb v přírodě, ochrana přírody, péče o kulturní památky, vytváření podmínek i pro seniory, rodiny, děti, mládež a zdravotně postižené [1]. Stanovy [1] také nezapomínají na rozvoj tradic a propagaci turistiky.

KČT spravuje pásové značení, vlastní turistické chaty, organizuje akce pro veřejnost a pro členy, udržuje spolkovou činnost a také tvoří podmínky ochrany přírody. Klub v rámci publikační činnosti vydává vlastní časopis Turista. Členové čerpají řadu výhod členství. Cílem této práce je zhodnocení, jak se spolek podílí na cestovním ruchu v České republice.

O cestovním ruchu obecně existuje větší množství studií. Studií specializujících se na aktivity Klubu českých turistů jako jsou například pěší turistika, cykloturistika nebo další letní a zimní pohyb v přírodě je zřejmě nepoměrně méně oproti ostatním formám cestovního ruchu.

1.1 Důvod výběru tématu

Toto téma bylo zvoleno z důvodu popularity aktivních forem cestovního ruchu ve venkovském prostředí a širokých možností Klubu českých turistů jak ovlivňovat cestovní ruch v České republice. Je nezbytné zkoumat, zda je všechen potenciál venkovského cestovního ruchu a aktivních forem cestovního ruchu využit za předpokladu spolupráce všech aktérů cestovního ruchu. Aktivní a udržitelný pohyb v přírodě je svým způsobem módní záležitostí. Touto problematikou postavení KČT je třeba se dlouhodobě zabývat. Na toto téma není dostatek celoplošných odborných prací. Pokud by byl ekonomický přínos zjistitelný a potvrdil by významný přínos KČT, pomohlo by to jeho financování a větší podpoře projektů ve spolupráci například s Czechtourismem, regiony a mnoha dalšími institucemi.

2 Cíl práce

Tématem této práce je náhled do problematiky aktivních forem cestovního ruchu v Česku a Klubu českých turistů. Několika způsoby jsou zhodnocovány konkrétní dopady na domácí a příjezdový cestovní ruch. Jedná se o ekonomické aspekty místního rozvoje v regionech, kde Klub českých turistů buduje základy pro aktivní cestovní ruch. Teoretická část práce informuje obecně o aktivních možnostech a současných trendech cestovního ruchu. Důležitý je kontext udržitelného rozvoje. Dále jsou zde uvedeny domácí a příjezdový cestovní ruch nebo jsou zde uvedeny informace o spolkové činnosti a destinačním managementu. Praktická část seznamuje s činností Klubu českých turistů - jak o službách pro členy, tak především pro veřejnost. Praktickou část tvoří taktéž kvalitativní výzkum v podobě průzkumů a dotazování respondentů z řad členů KČT nebo dalších aktérů v cestovním ruchu na českém území. Práce se pokouší lépe definovat ekonomické a další přínosy aktivních forem cestovního ruchu. Jestli je ovšem takových dat dostatek, na to odpoví tato práce a případně doporučí další postup. Klub českých turistů nepůsobí samostatně, ale často své aktivity koordinuje s dalšími aktéry v cestovním ruchu. V regionech propojuje různé aktéry destinačního management. Práce se rovněž pokouší lépe definovat vazby mezi těmito aktéry.

3 Metodický postup

3.1 Metodika

Pro tuto práci byl zvolen metodický postup kvalitativního šetření. Obnáší řadu výhod v podobě přesných odpovědí a dalších komentářů. Tento postup byl zvolen, protože oslovení jsou především přední zástupci Klubu českých turistů, kteří jménem klubu jednají. Jsou to osoby z vedení KČT, členové ústředního výboru, předsedové oblastí. Dokonce byl pro položený rozhovor přizván bývalý předseda Klubu českých turistů. Kladeny byly otázky, jak se přínos KČT dá zjistit, jestli by bylo smysluplné vypracování podrobné studie, která by toto objasnila a kdo by ji měl vypracovat. Další otázky cílily například na komunikaci a podporu státní správy a samosprávy, zájem o venkovský prostor. Pro další osoby (předsedy odborů) byly připraveny otázky související přímo s jejich domovem a činností, například provozem turistické chaty, místním odborem turistických oddílů mládeže. Přesné znění všech otázek se nachází v příloze u přepisu rozhovorů. Je nutné podotknout, že odpovědi na otázky jsou osobní názory dotazovaných. Jejich názory ovšem vycházejí z praxe mnohaleté činnosti v Klubu českých turistů.

V této práci jsou také zmíněny zdravotní dopady aktivit. Jedná se často o posílení svalstva nebo prevenci kardiovaskulárních onemocnění právě aktivitami aktivních forem cestovního ruchu ve venkovském prostoru. Tyto dopady lze kvantifikovat spíše obtížně. Jedná se především o ušetřené výdaje na budoucí lékařské náklady.

Pro komplexnost bylo komunikováno se zástupci samosprávy, kteří mají v gesci cestovní ruch. Také jsou zkoumány různé projekty měření návštěvnosti značených tras nebo dokonce ekonomického přínosu těchto návštěvníků pomocí obsahové analýzy. Veškeré odpovědi a otázky, které nejsou součástí praktické části práce, jsou uvedeny v příloze. Pro specifické otázky je pracováno i se zahraničními zdroji a mimo databází odborných článků také se zahraničními studii.

Na obecný výklad teoretické části práce navazují poznatky části praktické. V teoretické části se uvádí Klub českých turistů jako modelový příklad, který doplňuje praktickou aplikací teoretické poznatky a přístupy.

Závěrečný seznam zdrojů, tabulek a obrázků je řazen číselně, tak jak byl každý zdroj využit v textu.

V práci byly použity zkušenosti z členství v Klubu českých turistů a podílení se na organizaci některých jeho akcí (např. mezinárodní akce Za posledním puchýřem v roce 2016). Bylo využito praktických zkušeností z destinačního managementu v oblasti Podkrkonoší a města Lázně Bělohrad. Zároveň bylo také čerpáno z praktických zkušeností soukromého sektoru, konkrétně příjezdového cestovního ruchu v České republice.

3.2 Výzkumné otázky

S kým KČT spolupracuje v cestovním ruchu?

Jaký má KČT přínos pro cestovní ruch?

KČT podporuje cestovní ruch mnoha činnostmi, je ovšem otázkou, zda je spolek doceněn samosprávou, případně zda má smysl materiálově podporovat KČT z veřejných peněz nebo jaký ekonomický přínos mají aktivní formy cestovního ruchu v přírodě. Aby byl rozvoj cestovního ruchu efektivní, jednotliví aktéři na místní úrovni musí spolupracovat. KČT zajišťuje část infrastruktury, především vyznačení tras a také částečně ubytovací a stravovací služby. Otázka je, zda své plány konzultuje s dalšími subjekty a zda jsou v souladu s dalšími prvky cestovního ruchu na daném místě.

3.3 Literární rešerše

Práce vychází jak z tištěných, tak online zdrojů. Nezbytným podkladem byly teoretické zdroje uvádějící do obecné problematiky cestovního ruchu a neziskového sektoru. Dále byly použity zdroje spojené s konkrétní problematikou návštěvnosti, formami cestovního ruchu, značením Klubem českých turistů a dalšími organizacemi.

Teoretická část poukazuje na neziskový sektor. Tímto se erudovaně zabývá Management neziskového sektoru Bachman [2] z Univerzity Hradec Králové nebo Povaha občanské společnosti Guasti (roz. Rakušanové) [3]. V teorii jsou dále zmíněny aktivní formy cestovního ruchu. Zde byly využity webové stránky organizací zabývajících se touto činností, například Turistika na Boso [4] nebo odborné články o nordic walking - Breyer [5] a Geocaching - Hubáčková [6], běžecká turistika – webové stránky KČT [7]. Pro problematiku druhého bydlení bylo pracováno se zdroji Fialová a Vágner [8], kteří jsou odborníky na druhé bydlení v tuzemsku. Informace o kvantifikaci příjezdového cestovního ruchu uvádí studie Stem Mark spolupracovníka Tučka [9]. Pro legislativní část teorie nemohl být opomenut Občanský zákoník [10], kde jsou také informace o pravidlech sdružování. Zdravotní aspekty aktivit jako je pěší turistika je dobře zpracovaná v odborných člancích, například Morris a Hartmann [11].

Praktická část vychází ze zdrojů z praxe. Informace o Klubu českých turistů byly čerpány také z webových stránek www.kct.cz [12]. V některých ohledech bylo pracováno i s dalšími zdroji. Například ohledně marketingu byla využita publikace Marketing cestovního ruchu Zelenka [13] nebo pro problematiku finančních zdrojů Fundraising pro neziskové organizace Boukal [14]. Pro uvedení některých konkrétních projektů aktivit KČT byly použity webové stránky přímo o těchto aktivitách, například crowdfunding vybavení chaty [15], zdroj vody pro chatu [16], značení na Ukrajině [17], [18] a [19], turistika v českých vesnicích v Banátu [20], v Brazílii [21]. Podrobně o českém značení informuje v metodice značení Pásler, Cír a Pernica [22]. Mnoho poznatků bylo čerpáno z Ekonomiky turismu, Turismus České republiky Palatková a Zichová [23]). O monitoringu návštěvnosti podávaly často informace studie, například bylo čerpáno z té na jižní Moravě [24], dále pak ze studii v Jeseníkách [25], na Labské cyklostezce [26] a další. Pro komparaci se zahraničím byly použity často elektronické zdroje, například pro Irsko National Trails Office [27]. Velice inspirativní byla pro tuto práci německá studie zaměřená úzce na pěší turistiku v Německu (Grundlagenuntersuchung Freizeitund Urlaubsmarkt Wandern kolektivu Dicks, Neumeyer, Quack, Hallerbach a Herrmann [28]). Tato práce také ukazuje některá statistická data. Ta byla čerpána z dotyčných regionálních nebo celostátních studií. Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková a Zelenka [29]) byl vhodný pro vysvětlení terminologie na několika místech práce.

4 Teoretická část

4.1 Udržitelný rozvoj

Již několik let si část celosvětové společnosti začíná uvědomovat svůj dopad na planetu, kde žije. Čím dál významnější podíl lidí souhlasí, že svůj dosavadní způsob života musí změnit. Jeden ze stěžejních momentů byla konference v Riu de Janeiro. Zde vznikl několikasetstránkový dokument Agenda 21, který rozpracovává zásady rozvoje, jak uvádí Pásková a Zelenka [29]. Tito autoři dále informují o specializované Agendě 21 pro cestovní ruch. Tento dokument v roce 1996 ukázal směr k environmentálně udržitelnému rozvoji a pomáhá k dosažení zdravého a aktivního životního stylu v harmonii s přírodou [29]. Rozvoj cestovního ruchu by měl probíhat ve spolupráci s místními obyvateli, přispět k regeneraci ekosystému, rozhodování by mělo být na místní úrovni [29]. Mendelova univerzita [30] doplňuje, že tento dokument o Agendě 21 cestovního ruchu sestavily organizace WTO, WTTC a Earth Council a připomíná důležitost příležitosti pro regeneraci ekosystému a vzájemnou propojenost cestovního ruchu, míru a ochrany přírody.

Zelenka a Pásková [31] uvádějí, že určitá masovost turismu je tu od rozvoje dopravy v 19. století a charakterizují ho vysoké koncentrace návštěvníků (například v přímořských oblastech jako Středomoří, Karibik, JV Asie, dále Alpy, Krkonoše a Himálaj). Cestovní ruch prošel kvalitativním a kvantitativním rozvojem od 50. let 20. století a od 80. let se uvažuje o udržitelnosti [31].

Venkovský prostor v České republice nabízí spoustu možností pro aktivní pohyb. Trousil, Šauer a Vystoupil [32] ho uvádějí jako jednu z šetrných forem cestovního ruchu, kdy je nutné dbát na udržitelnost a také jeho propojenost s ekoturismem, agroturismem, pěší turistikou, vinařským cestovním ruchem a také kulturním a poznávacím cestovním ruchem. Autoři dále zařazují počátek odklonu od masového turismu do 80. let 20. století kvůli rozmachu individuální motorové dopravy. Ovšem v dnešní době je ideálem využívání hromadných dopravních prostředků.

Udržitelný rozvoj se zdaleka netýká pouze ochrany přírody, ale obecně také místní komunity a kulturního dědictví.

Základními principy udržitelnosti jsou dlouhodobá prosperita, únosná kapacita, kvalita života, jak uvádí kolektiv autorů pro Ministerstvo pro místní rozvoj [33]. Velice efektivními se jeví také opatrnost a předběžná opatrnost. Dalšími prvky jsou sociální spravedlnost a demokratizační procesy.

Myšlenkami o udržitelnosti krajiny i pro příští generace se zabývá také KČT. I přes jednu ze stěžejních myšlenek, která zní dostat lidi z měst na procházky do přírody, KČT využívá jako jeden z nástrojů ochrany přírody vedení pěších tras vybranými lokalitami. K udržitelnosti turismu napomáhá také nepřekročení hranice únosnosti. Tomu napomáhá promyšlený způsob vedení pěších tras. Pěší trasy proto nevedou jen známými destinacemi, ale pokrývají celou zemi sítí značených pěších, cyklistických a dalších tras. Členská základna často při svých výletech navštěvuje méně známá místa. Proto může být zájem návštěvníků rozprostřen do více oblastí a jejich dopady se tak rozmělní. Značené trasy jsou nejvýznamnějším přirozeným usměrněním návštěvníků přírody. Lze se tak vyhnout těm nejchráněnějším částem. Česká republika na rozdíl od některých jiných států má legislativně zakotveno právo volného přístupu do lesa a u nás KČT může připomínkovat tyto zákony. Také může připomínkovat liniové stavby jako dálnice nebo železnice, aby byla zachována přirozená prostupnost krajinou, například mosty. Členové KČT také pečují o trasy. Obrázek č. 1 ukazuje členy KČT Smiřice, jak v dubnu 2018 kontrolují trasy, sbírají odpadky, prořezávají přerostlou vegetaci a uklízejí padlé kmeny na trase mezi Smiřicemi a Předměřicemi.

Obrázek 1 Úklid pěší trasy podél Labe



Foto: Jaroslav Jágr, KČT Smiřice

4.2 Občanská společnost a spolková činnost

Neziskové organizace zaplňují bílý prostor, na který stát sám nestačí. K problémům mají blízko. Jsou flexibilní. Zlevňují procesy oproti státní správě. Vykonávají služby nebo tvoří výrobky, které jsou potřebné. Na svoji činnost ale musejí získat prostředky.

Spolková činnost má motiv sdružování, podporuje lidské iniciativy, buduje vztahy k něčemu, pocit spoluodpovědnosti, posilování morálních a etických hodnot.

Nezisková organizace není založená pro dosažení zisku, ale pro poskytování služeb (někdy i k výrobě produktů) lidem, kteří je potřebují [2]. Neziskové organizace jsou velikostně od party lidí získávajících peníze pro postiženého kamaráda na pomůcky až po celosvětové organizace pomáhající při zemětřeseních [2].

Dobrovolníka lze definovat jako aktivního občana, který provádí činnosti ve prospěch společnosti ve volném čase a bez nároku na odměnu.

Podle Guasti (roz. Rakušanové) [3] je občanská participace její významnou funkcí a přispívá k integraci společnosti. Dále autorka uvádí, že občan přímo participací ovlivňuje věci veřejné kolem sebe. Občanská společnost a participace nejsou soupeři, jejich propojení představuje možné řešení redukcionistického empirického zkoumání fenoménu participace občanů ve věcech veřejných [3].

Neziskové organizace obecně hrají nezastupitelnou roli, uvádí Rakušanová [3] a dále uvádí, že lidé prostřednictvím sdružování vyjadřují své zájmy, požadavky a chtějí řešit své společné problémy. Občané se spolupodílejí na rozhodování např. obce, kraje či státu a přebírají spoluodpovědnost [3]. Spolupráce je prospěšná pro obě strany [3]. Neziskové organizace jsou mnohem více přiblíženy k realitě [3]. Neziskové organizace také zajišťují služby, které by měl zajišťovat stát nebo obec [3]. Věci dělají maximálně efektivně, veškerý zisk je využit zase na činnost a zlepšení služeb [3]. Neziskové organizace také vytvářejí názorovou pluralitu, hledají rozličná řešení různých problémů [3].

Michálková [34] uvádí, že aktivity v tvorbě regionálních sítí jsou jednoznačně pozitivní. Bohužel hůře již lze analyzovat efektivnost vynakládaných prostředků. Chybí údajová základna konkrétních projektů, především kvůli tomu, že vynakládané prostředky jsou veřejné. Toto musí vyjasňovat manažeři těchto sítí.

Na celosvětové úrovni občanskou společnost reprezentuje Ekonomická a sociální rada Organizace spojených národů (tzv. ECO-SOC), která se zabývá globálními, ekonomickými a společenskými záležitostmi, jak dále uvádí Bachmann [2]. Těmto problémům se věnují výbory sociálního rozvoje, lidských práv, narkotik, vědy, technologie, postavení žen, prevence kriminality atd. [2]. Na úrovni Evropské unie je to Evropský hospodářský a sociální výbor [2]. Provádí změny, vydává doporučení pro Evropskou komisi [2]. Jsou tu zástupci zaměstnavatelů, zaměstnanců a neziskových organizací [2]. A konečně na národní úrovni je to Rada vlády pro nestátní neziskové organizace [2]. Ta je orgánem vlády České republiky [2]. Plní úkoly: připravuje podklady pro rozhodování vlády, vyjadřuje se k právním předpisům, zabývá se postavením neziskových organizací

v Evropské unii, zveřejňuje informace o postavení neziskových organizací, podílí se na opatření ministerstev [2].

4.2.1 Neziskové organizace v Česku

Neziskové organizace mohou mít různé podoby. Na českém území jich bylo v dubnu roku 2017 podle Českého statistického úřadu [35] registrováno 129 947. Přesněji ČSÚ [35] uvádí více než 2 000 nadací a nadačních fondů, téměř 2 800 obecně prospěšných společností, 750 ústavů, přes 4 000 církevních organizací, přes 93,5 tisíc spolků, téměř 26 tisíc pobočných spolků.

Václav Havel [36] uváděl jako jeden ze tří pilířů občanské společnosti spolkový život. Členové Klubu českých turistů žijí bohatým spolkovým životem. Některé odbory se scházejí pravidelně každý týden, a to čistě bez spojitosti s akcemi. Členové pořádají společně výlety.

Dalším pilířem je samosprávná větev veřejné správy, o které mluvil Václav Havel [36]. To, co se nerozhoduje na centrální úrovni nebo hierarchicky, řeší volení zástupci na nižších úrovních. Podmínkou je tedy i decentralizace. Důležité solidární funkce, které jsou základem pro stát a jimiž jsou například péče o zdraví, vzdělávání, životní prostředí, nemusí stát přímo vykonávat.

Tím posledním pilířem je delegování úkolů, za které je zodpovědný stát, o kterém Havel [36] taktéž hovořil. Takhle kontrolovány a podporovány jsou školy, nemocnice, divadla a podobné instituce. Nejedná se o obchodní společnosti, armádu, či policii.

Bachmann [2] uvádí, že Havlův nástupce Václav Klaus se ve svých projevech vyjadřuje jen k souboru institucí a organizací vykonávajících svou činnost, které jsou zbytečné, protože vytvářejí vrstvu mezi občanem a státem. Podle něho je to oživení třetí cesty. Bachman [2] také uvádí, že kvalitní občanská společnost může existovat pouze s tímto sektorem, který brání občany jedince proti politikům a podnikatelům. Je to hlídací pes demokracie.

Tento trend podceňování a někdy podfinancování občanského neziskového sektoru pokračuje i nyní.

Bachmann [2] uvádí, že v českých podmínkách dělat něco dobrovolně a zdarma je něco nezvyklého či dokonce podezřelého. Ve všeobecné deklaraci dobrovolnictví je uváděno udržení hodnot jako služba pro druhé, jednotlivci uplatňují práva a odpovědnost jako součást komunity a propojení navzdory odlišnostem [2]. Bachmann [2] uvádí, že dobrovolník automaticky neznamená nižší kvalitu vykonané práce.

Velkou tradici má na českém území práce s mládeží. Dobrovolníci nevykonávají pouze vedoucí v Junáku. Na Klub českých turistů navazují Turistické oddíly mládeže (dále též TOM), což uvádí Bachmann [2]. Ty se často také účastní turistických akcí pro veřejnost organizovaných Klubem českých turistů. Více o této organizaci v příslušné kapitole.

Pro českou občanskou společnost jsou typické i okrašlovací spolky. Již prostým vyhledáváním prostřednictvím webových vyhledávačů lze dospět k názoru, že okrašlovací spolky fungují a plní svoji úlohu i dnes. Jejich formování na malých městech započalo již v druhé polovině 19. století jako i vztah místní komunity k historickému dědictví v návaznosti na baroko, jak uvádí Zajoncová [37]. Ta dále uvádí, že vznikaly zezdola, bez zásahu státní správy, ale později v době první republiky se dostaly i do osnov škol. Autorka také zmiňuje představu parkové úpravy v kontextu sílicí průmyslové revoluce. Autorka zmiňuje jejich náplň v podobě udržení čistého pořádku a ozelenění. Okrašlovací spolky v době Rakouska – Uherska a první republiky svoji činnost někdy slučovaly s turistickými spolky, jak dokládá například za Lomnici nad Popelkou Hůlek [38] nebo KČT Nová Paka [39]. Dnes už se jedná spíše o ojedinělou formu spolupráce v případě velice malé obce, kde místní občané jsou zároveň členy více spolků.

Český spolkový život se rozvíjel jen s malým zpožděním oproti západní Evropě, jak dokládá Sokol v Metodickém dopise o historii organizované turistiky.

Box 1 Metodický dopis: 100 let organizované turistiky ve Východočeském kraji. [132]

První turistická organizace byla založena 32 horolezci v Londýně roku 1857 s názvem The Englishmen Playground. Dále uvádí, že Britové začali cestovat do Alp a po přejmenování Alpine Club roku 1861 vznikl rakouský Alpenverein o rok později. Další rok následoval švýcarský Alpen Club a turínský Alpino italiano. Německý Alpenverein vznikl v roce 1869. Další spolky v 70. letech 19. století vznikaly v Paříži, Bostnu a Indii. Turistika se začala rozvíjet v Německu i v nižších a příměstských polohách. V českých zemích vznikaly první spolky v bývalých Sudetech, například ve Vrchlabí, Jeseníkách. První české spolky vznikaly nezávisle na Šumavě a v Beskydech.

4.2.2 Spolek podle nového občanského zákoníku

V cestovním ruchu figurují také nevládní neziskové organizace. Podle Eliáše a Svatoše [10] je definován spolek v novém občanském zákoníku v oddíle 2 a pododdíle 2 o spolcích jako samosprávný a dobrovolný svazek členů za účelem spolčování se v něm. Dále je v občanském zákoníku uvedeno, že hlavní činností má být pouze uspokojování zájmů, pro které byl spolek založen. Podnikání nebo

další výdělečná činnost to není, může se jednat ovšem o činnost vedlejší v podobě podnikání nebo další výdělečné činnosti, pokud účel podpoří její hlavní činnost [10]. Zisk z této činnosti je použit pouze pro činnost spolku [10]. Jedním ze zapsaných spolků je Klub český turistů.

4.3 Aktivní formy cestovního ruchu

Neexistuje jednotný přístup k historickým aspektům cestování. Počátky lze přiřadit k době antiky, Řecka a především Říma, kdy již fungovala mobilita, jak uvádí Palatková a Zichová [23]. Autorky dále uvádějí, že ve starověku a středověku byl účelem cestování především obchod, poutnictví, vzdělání. Turistika je tedy spojená až s dnešní dobou [23]. Dále zmiňují, že v 17. století se v anglosaských zemích organizovaly takzvané Grand Tour, nejdříve pro aristokracii. Autorky dodávají, že estetické vnímání přírody přišlo až v době romantismu a rozvoj lázeňství se odkazoval na antiku.

4.3.1 Historický vývoj na území českých zemí

Při letmém pohledu do historie je zřejmé, že v dřívějších dobách byl nemotorizovaný pohyb krajinou samozřejmostí pro úplně všechny vrstvy obyvatel. Pohyb pomocí koní byl dostupný jen některým. Železnice v českých zemích i přes hustou síť budovanou v 19. století nepokryla všechny lokality a silniční motorová doprava 20. století nebyla dostupná také všem. Individuální silniční motorová doprava mezi domovem a cílem, jak ji známe v České republice dnes, byla samozřejmostí až postupně. Před příchodem automobilismu byla poptávka po dopravě uspokojena cyklistikou nebo se chodilo pěšky. Tudíž některé formy aktivního cestovního ruchu, jak je známe dnes, bývaly v minulosti pro mnohé každodenní nutností.

Box 2 uvádí zajímavé shrnutí aktivních forem cestovního ruchu v době romantismu.

Box 2 Místa spojená s životem slavných osobností: Jejich podoba a stávající využití. [140]

Hoška ve své seminární práci odkazuje na pozdější romantismus, kdy se v českých zemích chodívalo pěšky v rámci tehdejšího cestovního ruchu. Tyto vycházky krajinou využívali umělci jako inspiraci a později vznikly i první turistické organizace a značené trasy. Hoška [140] konkrétně zmiňuje spisovatele Karla Václava Rase pocházejícího z Lázní Bělohradu, který byl z mládí zvyklý cestovat pěšky spousty kilometrů, při svých vycházkách sbíral inspiraci pro svá díla. Dále je uvedeno, že jeho oblíbené trasy a místa lze navštívit pěšky pomocí naučné stezky po jeho stopách. Významným autorem, který ze svých cest čerpal inspiraci, byl také Karel Hynek Mácha.

O možnosti pěší nebo cykloturistiky ve 20. století podrobněji informuje kapitola věnovaná historii.

Ještě v dnešní době je neorganizovaný pobyt v přírodě spojován s trampinguem. Konkrétně trampové se často pohybují v lese, kde přespávají, rozdělávají ohně a mají rádi country hudbu [40]. Tramping na českém území má stoletou tradici [40]. Největší rozmach měl tento fenomén před rokem 1989. V dnešní době již nedokáže konkurovat nabídce dalších aktivit.

Česko je vnitrozemský stát. Přesto nebo právě proto je zde populární vodáctví a nabízí se zde několik splavných řek. Vodáctví Povoda.cz [41] uvádí v českých zemích už v druhé polovině 19. století a vývoj vodáctví spojuje s KČT a trampinguem. Povoda.cz [41] taktéž uvádí dnešní pokrok v technice a využívání moderních materiálů pro zvýšení bezpečnosti a možnost využití služeb husté sítě půjčoven. Povoda.cz [42] uvádí: „*V Česku jsou nejčastěji splouvané turistické řeky Sázava, Berounka, Ohře, Lužnice, Otava a Vltava. Najdeme i mnoho krásných toků, kam pádlo vodáka - turisty tak často nezabloudí. Mezi ně patří např. obě Orlice, Jizera, Ploučnice nebo Morava*“. V dnešní době je možnost díky husté síti půjčoven si vypůjčit různé typy plavidel i s příslušenstvím. Na některých frekventovaných místech proto na tocích houstne provoz. Přitom pravé vodáctví je o tichém plutí krajinou a jejím objevování z jiného úhlu pohledu.

Zvláště poslední dobou se stává stále populárnější cykloturistika. Pro někoho i dnes primárně dopravní prostředek na krátké vzdálenosti je velice populární mezi venkovními aktivitami. Na rozdíl od pěší turistiky je podstatné vlastnění nebo zapůjčení kola, ale i tak nároky nejsou vysoké. Poslední dobou jsou populární také elektrokola. Elektrokola jsou především populární v regionech s vyšším převýšením nebo mezi staršími účastníky cestovního ruchu. V dnešní době je cykloturistika fenoménem spojeným s velkým ekonomickým obratem díky vybavení kol, oblečení a potravinám.

4.3.2 Nové trendy cestovního ruchu

I cestovní ruch prochází vývojem. Níže je uvedeno několik méně či více populárních nových forem cestovního ruchu.

4.3.2.1 Nordic walking

Nordic walking je populární forma pěší turistiky, při které se využívá speciálních hůlek sloužících při odrazu. Tato aktivita se vykonává na běžných dostatečně širokých pěších cestách. Populární je u všech generací, často u starších osob, kterým pohyb tyto hole usnadňují.

Nordic walking také pomáhá při bolesti zad, jak dokládá Skorkowska-Telichowska a kol. [43]. To dále rozvádí Morsø, Hartvigsen, Puggaard a Manniche [44]. Tito autoři uvádějí, že bolest dolních částí zad je nejčastější zdravotní problém v západní Evropě. O dalších příznivých dopadech se dále zmiňuje Breyer [5].

4.3.2.2 Bosá turistika

Dalším trendem je chození na boso neboli bosá turistika. Je často provozovaná v přírodě. V Česku funguje zapsaný spolek Bosá turistika. Další informace o problematice poskytují stránky turistiky na boso provozované panem Sloukou [4]. Ten taktéž propaguje bosou turistiku jako spolek a konkrétně upozorňuje na nezdravé obepínání nohy botou a zve na akce s touto tematikou, kterých se koná několik ročně.

Příznivci bosé turistiky se mohou někdy objevit například na akcích KČT. Tento fenomén se týká především úzké skupiny lidí, to se ale může časem změnit.

4.3.2.3 Geocaching

Geocaching se dá přirovnat ke hře. Hubáčková [6], že jde o identifikaci nových zajímavých míst, které pomáhají i v propagaci destinacím. Dále uvádí, že hlavním principem je hledat ukrytou věc, takzvaný cache. Hubáčková [6] ještě zmiňuje, že nové místo je zakládáno osobou nebo skupinou osob a je následně zaregistrováno na internetu s koordinátory a geocaching lze provozovat nejenom v Česku.

Hubáčková [6] také uvádí informace k historii, která započala zpřístupněním globálního pozičního systému (GPS) pro veřejnost v roce 2000. Geocaching vznikl už o rok později ve Spojených státech [6]. Hubáčková [6] pro demonstraci velikosti fenoménu uvádí, že celosvětově bylo v roce 2016 zapojeno 6 milionů hráčů.

4.3.2.4 Běžecká turistika

Běh je módním fenoménem, který se po západním světě postupně stává populárním i v domácím cestovním ruchu. Jeho velikost ilustruje Margaryan a Freman [45]. Ti uvádějí, že běh přes svoji jednoduchost byl změněn obchodem, módou, technologiemi, médii a dalšími prvky podnikání na průmysl v milionech dolarů. Dále tito autoři uvádějí, že dnes je běh již vzdálený jednoduché nekomerční venkovní aktivitě oproti dnešním možnostem vybavení.

Běžecká turistika je kombinací pěší turistiky a běhu. Konkrétně Vratislav Chvátal [7] jako předseda KČT uvádí, že běžná turistická náplň je realizovaná vytrvalostním během.

4.4 Domácí cestovní ruch

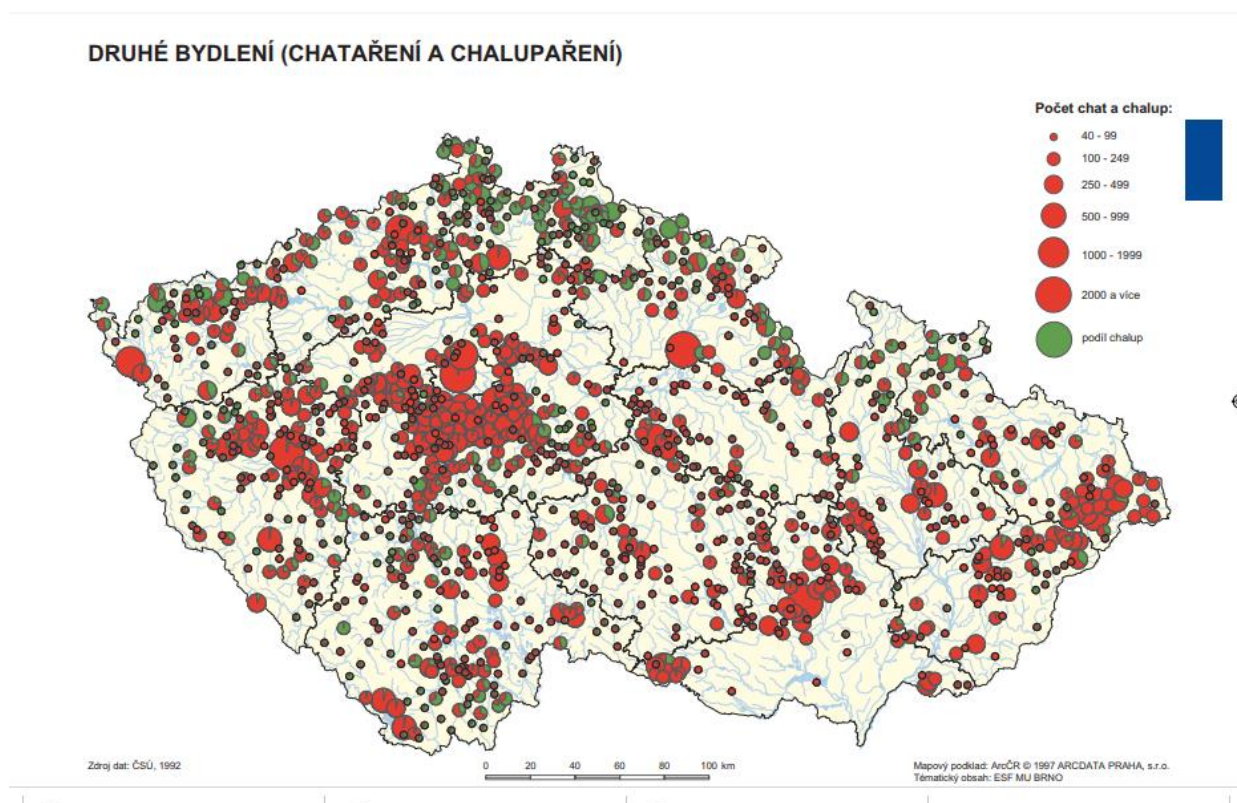
Domácí cestovní ruch je učebními texty pro pracovníky TIC [46] definován jako cestovní ruch, v rámci kterého osoby sídlící v zemi cestují uvnitř tohoto státu a nepřekračují jeho hranice. Tento fenomén se nejvíce rozvinul ve druhé polovině 20. století, kdy to byla nejběžnější forma cestovního ruchu podle cílové destinace. Stále větší popularitu domácího cestovního ruchu v dnešní době dokazují i statistiky Stem-mark tvořené pro Czechtourism [9]. Počátky domácího cestovního ruchu jsou už v 19. století. V rámci domácího cestovního ruchu se využívá často druhého bydlení.

4.5 Druhé bydlení v Česku

Druhé bydlení vcelku přesně vystihují Vágner a Fialová [8, 20]: „*Druhé bydlení chápeme jako komplex jevů a procesů, spojených s objektem (či částí objektu), který je přechodným místem pobytu vlastníka-ů, či uživatele-ů, využívajícího-ch tento objekt převážně k rekreačním účelům.*“ Vágner [47] z historie druhého bydlení uvádí dobu počátku 20. století, kdy probíhal značný nárůst populace ve městech a jejich touha trávení volného času v přírodě. Vágner [47] dále uvádí dobu mezi světovými válkami, kdy vznikaly objekty druhého bydlení i pro nižší vrstvy v těsné blízkosti měst nebo podél železničních tratí, které byly velice rozšířené. Šauer, Vystoupil a Trousil [32] kvantifikují podíl fenoménu druhého bydlení na celkovém podílu krátkodobého cestovního ruchu na 20–25 % a přisuzují 70 % soukromého vlastnictví na celkové lůžkové kapacitě.

Vzhledem k poloze objektů druhého bydlení ve venkovském prostoru lze pobyt v nich velice dobře kombinovat s aktivními formami cestovního ruchu. Níže je na obrázku 2 uvedena hustota objektů druhého bydlení.

Obrázek 2 Druhé bydlení



Zdroj: [48] dle dat ČSÚ

4.6 Příjezdový cestovní ruch v Česku

Jak uvádí Holden, světový cestovní ruch se soustředí na Evropu, severní Ameriku, jižní a severní východ Asie. Ale i v těchto regionech není cestovní ruch dostatečně rozprostřen [49].

V České republice ročně zavítá do Prahy velký počet turistů. To je nejvíce z celé České republiky. Konkrétně v roce 2016 se v Praze ubytovalo přes 7 mil. návštěvníků [50]. V roce 2017 návštěvnost již překonala 10 milionů [51].

Z celkové návštěvnosti ČR, která rok předtím v roce 2016 činila 31 mil. osob, to je čtvrtina [52]. Těch, kdo využili ubytovacích služeb, je na celém území 12,2 mil. Je zde tedy skutečně velký nepoměr. Dalšími návštěvníky jsou jednodenní návštěvníci, například v příhraničí, a tranzitní návštěvníci. Monitoringu návštěvnosti se věnuje zvláštní kapitola.

O zahraničních návštěvnících jsou dostupné studie. Bohužel nezacházejí do hloubky ohledně konkrétních motivů návštěvy.

Příjezdový a domácí cestovní ruch je pravidelně kvantitativně zkoumán agenturou Stem Mark. Níže jsou citována data za rok 2016. Zadavatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj s organizací Czechtourism. Metodikou je dotazování na hlavních, vedlejších silničních přechodech a také na vnitrozemských přechodech. Jejich měření ukázala celkově 31 080 000 zahraničních návštěvníků. Podle analýzy tvořili vícedenní turisté 39 % (12 241 tis.) a 52 % (16 241 tis.) jednodenní návštěvníci. 9 % (2 598 tis.) byli tranzitní cestující. Odhad počtu turistů, kteří přenocovali v hromadných ubytovacích zařízeních v roce 2016, byl 9 288 000 a je zde snadno pozorovatelný celkový nárůst ubytovaných osob za poslední 4 roky o 12,1 %. Pro cíle přínosu cestovního ruchu jsou velice zajímavá data ekonomického přínosu těchto zahraničních turistů. Přínos je opět nejvíce patrný ve 3. čtvrtletí (Kč 74 333 mil.). Oproti tomu bylo v tomto ohledu nejslabší 1. čtvrtletí s Kč 41 921 mil. Za celý rok 2016 to bylo Kč 228 381 mil., což je jistě nezanedbatelná položka v ekonomice. Z toho bylo Kč 201 518 mil. výdajů za vícedenní návštěvníky. Meziročně jde o růst 10,5 % příjmů. U jednodenních návštěvníků jasně dominují státy, se kterými Česká republika sousedí v čele s Německem (60%). S velkým odstupem je to Rakousko (15%), Slovensko (14%), Polsko (11 %) a ostatní země pouhé 1 %. Tito jednodenní návštěvníci ve sledovaném roce 2016 měli hlavní náplň 80 % nákupy (nejvíce v 1. a 4. kvartálu). Tento trend v posledních letech narostl. S velkým odstupem až s 13 % je motiv dovolená (nejvíce ve 3. kvartálu). Procento tohoto motivu ubývá. Několikrát ročně naši zemi navštíví 29 %, 1 x ročně 5 % jednodenních návštěvníků. Pardubický a kraj Vysočina dokonce 0,0 % jednodenních návštěvníků. Další část se věnuje návštěvnickým výdajům a jejich složení. Negativní je jejich úbytek v posledních čtyřech letech (- 2, 8%). Ze statistik dále vyplývá, že výdaje jednodenních návštěvníků poklesly o 3 % i přes ovlivnění kurzu českou národní bankou ve prospěch zahraničních návštěvníků a jejich útrat.

U vícedenních návštěvníků je poměr zemí trochu jiný. Opět dominuje Německo (16 %). S 8 % v roce 2016 je to dále Itálie, Velká Británie a Slovensko, Francie (5 %), USA a Španělsko shodně 4 %. Další země dosahují téměř poloviny všech návštěvníků (46 %). Oproti minulým čtyřem letům narostl podíl Italů, meziročně podíl Britů. Na rozdíl od jednodenních návštěvníků dominuje účel dovolená (65 %) a naopak nákupy se podílejí pouhým 1 %. Nejvíce turistů míří do ČR ve 3. kvartálu. Téměř polovina z oslovených cestuje do ČR poprvé (48 %). Dále je ve studii uváděno, že 75 % všech návštěvníků přicestovalo individuálně. Ve statistikách dále nepřekvapí, že 74,9 % osob navštívilo Prahu. Snad vysokému podílu německých návštěvníků se dá přičíst zájem o západní část republiky. Jihomoravský kraj zaujímá druhé místo s 8,6 %. Dále i přes své malé rozměry Karlovarský (6,3%), Plzeňský 4,7 %. Návštěvnost je soustředěna do několika měst ČR s velice odlišnou návštěvností oproti Praze (Brno, Český Krumlov, Karlovy Vary, Plzeň, Mikulov ...). Mezi turisty, kteří navštívili Prahu, je 14 %, kteří vyrazili mimo ni (téměř polovina z nich spala jen v Praze, třetina z nich mimo Prahu i přespala). V roce 2016 72 % zahraničních návštěvníků využilo ubytování v hotelu nebo penzionu. Jejich procento ubývá na úkor individuálních placených ubytování. Využití kempů je zanedbatelné. Průměrné výdaje zahraničních návštěvníků zůstávají stejné okolo Kč 2 779 s necelou polovinou placenou během návštěvy. Podíl výdajů na ubytování vzrostl. V části ověřování výdajů se přišlo na podhodnocení cen výdajů u návštěvníků. Z analýzy dále vyplývá, že neplacené ubytování je stejně odměňováno. V průměru Kč 73 za osobu a den, nejčastěji v podobě dárku.

Ze statistik vyplývá, že bez překvapení podle odhadů dat Czechtourismu v přepočtu na 1 osobu je útrata nejvyšší u vícedenních návštěvníků. To lze přičíst útratě za ubytovací služby a využití celého dne.

V posledních čtyřech sledovaných obdobích je znát větší nárůst zájmu o nakupování na úkor dovolené. Nejvíce znatelné jsou předvánoční nákupy. Především příhraniční destinace by proto neměly úplně zanevřít na propagaci produktů cestovního ruchu pro jednodenní návštěvníky, i přesto, že ekonomické důsledky vícedenních návštěvníků jsou neporovnatelné.

Spousta dotazovaných cestuje do ČR poprvé. Zahraniční návštěvníci často znají Prahu. Přesto je potřeba sledovat vývoj návštěvnosti v různých lokalitách s ohledem na principy udržitelného cestovního ruchu. Do regionů míří pak především jednodenní přeshraniční návštěvníci z okolních zemí. U zahraničních návštěvníků není zcela využit potenciál pro pěší turistiku, který je více využíván v

domácím cestovním ruchu. Je nezbytné umět zaujmout případné vícedenní návštěvníky pro opakovanou návštěvu země (a to přímo regionů), která může být spojená s aktivním vyžitím v přírodě. Jedinečnost České republiky spočívá především v kombinaci památek a přírodního bohatství. Jedná se o dlouhodobou vizi organizace Czechtourism.

Návštěvnost je celkem přes 31 mil. návštěvníků, jak také uvádí ČTK, která zřejmě čerpala ze stejných dat [52].

Bohužel Kutná Hora nebo Český Krumlov se v některých ohledech již dají považovat za turistická ghetta. To samé platí i v některých přírodních lokalitách. Organizace Czechtourism má každoročně ambice propagovat venkov. Je otázka, zda tyto snahy nepřišly pozdě a zda jsou účinné. To ukáží budoucí statistiky.

Statistiky bohužel nezahrnují přesněji data o návštěvnosti příjezdových návštěvníků do venkovského prostoru a aktivitách v něm.

Že turistické pásové značení lze využít zahraničními turisty ukazují mnohé subjekty cestovního ruchu. Ubytovací zařízení na venkově mohou jejich návštěvníkům nabídnout značené trasy přímo od hotelu. S pomocí značených tras mohou svůj balíček postavit také cestovní kanceláře, například individuální pěší, cyklo, běžkařské putování od hotelu k hotelu po značených cestách KČT.

Konkrétně cestovní kancelář Hoška tour [53] nabízí v regionech Český ráj a Krkonoše týdenní pěší putování. Tento etapový produkt zaměřený především na účastníky cestovního ruchu z anglicky mluvícího prostředí provází návštěvníky destinacemi na lehké pěšky. V anglicky mluvícím prostředí se taková dovolená označuje jako self-guided. Část trasy v Krkonoších zachycuje obrázek č. 3.

Obrázek 3 Turistické značení v Krkonoších



Foto: vlastní foto autora

Mnoho lokalit České republiky je dosažitelných z Prahy alespoň pro jednodenní návštěvu. Pouze krátká návštěva ovšem neumožní podpořit tolik místní ekonomiku.

4.7 Destinační management

V destinačním managementu destinační společnosti podporované z veřejných zdrojů – místní samosprávou - propojují aktéry v cestovním ruchu na daném území. Destinační management definují Pásková a Zelenka [29] jako systematickou činnost aplikující soubor technik, nástrojů a opatření v rámci koordinace komunikace marketingu a regulace cestovního ruchu. Autoři dále uvádějí jako výsledek udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společný branding (jednotný vizuální styl), provádění výzkumů, iniciace partnerství mezi aktéry a podpora vzniků profesních spolků.

Nejdl [54] uvádí původ destinačního managementu v zahraničí v 60. letech 20. století v podobě různých profesních sdružení, ovšem jejich předchůdce v podobě svazů turistiky působil například ve Švýcarsku na přelomu 19. a 20. století. V dnešní době je považován za nejdokonalejší destinační management ten v alpských zemích [54].

Úkolem destinačního managementu je obstát na globálním trhu pomocí úzké kooperace a společných produktů [54]. Budování destinačního managementu je dlouhodobý proces založený na vzájemné důvěře a komunikaci [54].

Destinační management má za úkol podporovat vznik atrakcí, stezek a dalších produktů cestovního ruchu a tyto produkty vhodně propagovat. Destinační management je přirozeným partnerem dalších aktérů, jako například KČT. Mohou spolu konzultovat vedení tras tak, aby se co nejoptimálněji navštívila nejzajímavější místa (mohou to být vyhlídky).

4.8 Zdravotní aspekty aktivních forem cestovního ruchu

Přirozená pěší chůze a jízda na kole je vůbec nejzdravější pohyb. Turistika se zpravidla provádí v přírodě, na horách, tedy mimo znečištěná města. Senioři často najdou v klubu turistů novou činnost. Mimo aktivní pohyb v rámci svého zdraví tu najdou nové kamarády. Mnoho seniorů se zapojuje do funkcionářské činnosti. Senioři tu najdou smysl života.

Podrobnější zmínku o zdravotních dopadech uvádí výzkumná práce Německého spolku turistiky [28]. Pozitivní dopady na zdraví potvrzuje více studií. Pěší turistika je doporučována německými zdravotními pojišťovnami v rámci prevence [28]. Turistika neboli fitness v přírodě odbourává mnohé civilizační nemoci [28]. Pouze zdraví je v popředí při výběru aktivity pěší turistiky pro osoby nad 65 let ve 42 %, posílení a zdraví obecně dokonce v 82 % [28]. S nižším věkem údaje klesají k 50 % posílení a zdraví a 10 % zdraví jako primární [28]. V dotazu spokojenosti s pěší turistikou dotazovaní reagují pozitivně v 93 % na přírodu, hned druhou příčku zaujímá „něco jsem udělal pro své zdraví“ s 86 % [28]. Další v pořadí jsou společenské vyžití 78 %, ticho a klid 77 % [28]. Zřejmě nepřekvapí, že motivace turistů zdraví dominuje kolem místa bydliště. Naopak vypnutí a odpočinek je motivem na dovolené [28].

Pravidelné a středně náročné procházky zabraňují kardiovaskulárním chorobám, jak dokládá svým výzkumem Morris a Hardmann [11]. Dále uvádí, že vzhledem ke specifikaci pěší turistiky pro svoji vytrvalost může velice dobře posloužit pro lidi s nadváhou. Tato aktivita dobře spaluje tuky a posílení svalstva pomáhá odlehčit vazům, šlachám, kyčelním a kolenním kloubům [11]. Posílení svalstva ve zbytku těla pomáhá předcházet zraněním, a dokonce s určitým omezením může tato aktivita být nápomocná i diabetikům [11]. Pravidelná chůze podporuje zvětšení plic a zlepšuje cirkulaci plic [11]. Starším lidem pravidelná turistika zlepšuje koordinaci, Samozřejmě se ale zvyšuje riziko pádů [11]. Dlouhotrvající chůze v důsledku změněné produkce metabolismu endogenních hormonů posílí například produkci serotoninu a dopaminu, které podněcují pocity pohody a štěstí, stejně jako snížení negativních nálad jako je smutek a hněv [11]. Chůze je také osvědčeným prostředkem proti stresu a zvyšuje také odolnost proti němu,

podobně mohou být léčeny také mírné a střední formy deprese [11]. Turistika ovlivňuje také kognitivní funkce. Kognitivní degradace neboli demence může být pravidelnou chůzí zpomalena [11]. Mnohé studie dokazují, že kontakty s přírodou stimulují mysl a mají povzbuzující účinky [11].

Ve výzkumné německé zprávě [28] je doporučena spolupráce turistických spolků s fyzioterapeuty, především u adolescentů. Pohledem do nedaleké budoucnosti je zřejmý proces stárnutí populace a podíl pracujících nad 55 let poroste. Odpovídající pohyb může umožnit vykonávat profese déle [28].

Přesně tato německá studie [28] dokáže zahrnout mnoho aspektů zahrnujících pěší turistiku. Jsou zde uvedeny všechny možné pohledy od ekonomických po zdravotní. Podobná studie by měla navázat na tuto práci, ale operovat s českými reáliemi a pokrýt širší nabídku aktivních forem venkovského cestovního ruchu, jako například aktivit Klubu českých turistů.

4.9 Shrnutí teoretické části

V posledních letech je znatelný zájem o individuální cesty. Stále více lidí prosazuje a řídí se zásadami šetrného turismu. Zájem je také o aktivní formy cestovního ruchu na českém území, a to nejenom pro mladší generace. Tyto aktivity mohou mít pozitivní dopady na zdravotní aspekty. V tuzemsku jsou tyto trendy někdy spojovány s druhým bydlením a populárními jsou také nové trendy. Zvýšený zájem o cestovní ruch v regionech může také podpořit místní ekonomiku, ale za předpokladu dostatečné míry udržitelnosti. Mezi aktéry jsou zapojeny neziskové organizace, jako například spolek Klubu českých turistů, který je dále podrobněji rozebrán v praktické části. Snažení těchto aktérů by měl organizovat destinační management.

5 Praktická část

5.1 Sběr informací a průběh šetření

Rozhovory probíhaly s několika aktéry v cestovním ruchu. S mnohými zástupci různých institucí bylo komunikováno také prostřednictvím emailu. Dále bylo pracováno s daty poskytnutými destinačním managementem, především studii o návštěvnících, pokud takové existují.

5.2 Charakteristika KČT

Pásková a Zelenka [29, 686] uvádějí definici: „*Klub českých turistů (KČT) - organizace sdružující zájemce o aktivní turistiku – vlastní turistické chaty a ubytovny pro levné ubytování na přitažlivých místech ČR (slevy na ubytování pro členy). Vydává zpravodaj Turista, kalendář akcí, mapy, poskytuje slevovou kartu EURO-BEDS (www.eurobeds.cz). KČT zajišťuje značení turistických cest – od roku 1889 pěších tras (značení pěších tras v ČR má tedy již více než 100letou tradici), od roku 1997 značení pro lyžaře a cyklisty. Síť pěších tras je svojí hustotou, kvalitou značení i vedení tras a celoplošností pokrytí hodnocena jako nejlepší v Evropě*”.

Spolek reprezentují národní barvy bílá, červená a modrá. Logo KČT je na obrázku č. 4.

Obrázek 4 Logo Klubu českých turistů



Zdroj: [55]

Hustá síť turisticky značených cest je navrhována a vytvářena dobrovolníky z řad značkařů, zpravidla členů KČT. Ti mají při ústředí svoji sedmičlennou radu, která

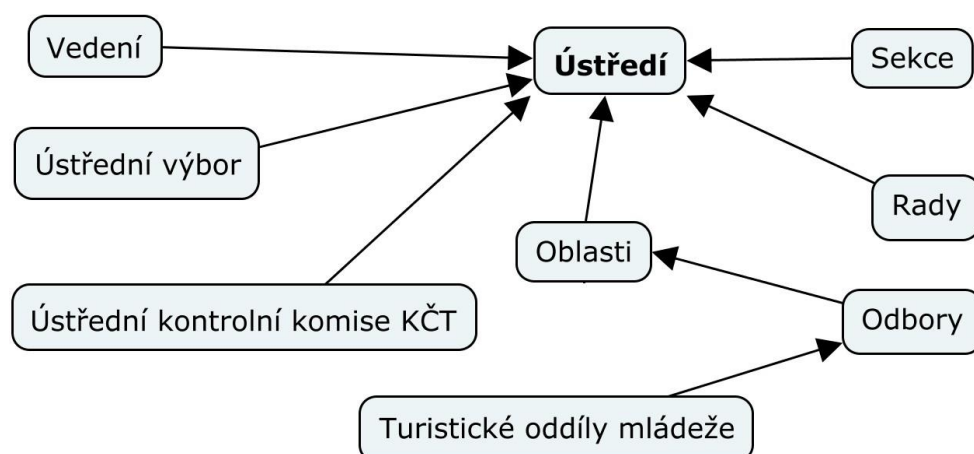
se pravidelně schází a řeší problematiku značení. Této radě vypomáhá sekce, kde jsou zástupci z jednotlivých oblastí, kterých je v rámci KČT čtrnáct. Většina odborů má vlastní aktivní značkaře. Ti svoji práci vykonávají zpravidla jen za cestovné a ošatné. Na výdaje spojené se značením se používají dotace z jednotlivých krajů. Rozpočet KČT pro rok 2018 [56] počítá s částkou 8,5 milionu Kč od krajů na značení. Tato dotace se musí příslušným krajům řádně vyúčtovat. Sloupky, tabulky a vývěsní mapy se hradí z dotace Ministerstva pro místní rozvoj. Rovněž rozpočet KČT na rok 2018 [56] očekává částku 8,5 milionu Kč.

Klub českých turistů je veden ústředím se sídlem v Praze. Další úrovní jsou oblasti (odpovídající krajům). Na lokální úrovni působí odbory, které jsou pobočnými spolky KČT. Nikdy nejsou součástí destinačního managementu. V Česku lze také narazit na místní turistické spolky, které nemají s KČT nic společného. Ve větších městech může být více odborů. Oddíly mládeže jsou samostatné pobočné spolky. Nový zájemce o členství se stává členem vybraného oddílu, případně může mít virtuální členství. Předsedové jednotlivých úrovní jsou voleni. Rozhodující moc mají delegovaní členové na oblastních nebo celostátních konferencích. KČT se dále dělí na několik rad (značení) a sekcí (pěší, cyklo). Ty mají své předsedy a členy.

5.3 Struktura KČT

Organizační strukturu znázorňují webové stránky KČT [12], kde je uvedeno, že základní a nejdůležitější jednotkou je odbor (sídlící ve městech a obcích, ale existují i virtuální a obvykle jsou pobočnými spolky využívajícími stanovy ústředí, případně samostatnými s vlastními stanovami a často s vlastním majetkem v podobě chat). Sdružují se do 14 oblastí (odpovídající krajům), které zastřešuje ústředí v Praze. KČT [12] dále v rámci ústředí v Praze má rady (programová, značení, ekonomická, technická, pro prezentaci, mapová a Rada síně slávy) a sekce (pěší turistiky, cykloturistiky, VHT, lyžařské turistiky, zdravotně postižených, ochrany přírody, IVV + IML, výkonnostní, rodinné turistiky, turistiky na koni, speleoturistiky, mezinárodní, vlastivědná nebo metodická). Na stránkách KČT [12] jsou dále rozvedeny informace k těmto sekcím a radám. KČT [12] dále uvádí, že mládež je organizovaná v Asociaci TOM. Struktura KČT je graficky znázorněna na obrázku č. 5.

Obrázek 5 Organizační schéma KČT



Zdroj: vlastní zpracování, [12]

5.4 Historická východiska KČT

Obecně lze říci, že působení Klubu českých turistů začíná již v 19. století. Během té doby byla forma měněna, ale základní hodnoty zůstávaly i při změnách režimů stejné: pomáhat lidem určitými prvky v aktivním trávení volného času v přírodě. Hned po svém založení začíná mít klub významný dopad na cestovní ruch v českých zemích.

„První trasa na českém území, avšak značená německými spolky, vznikla kolem roku 1884 v Beskydech. O pět let později dobrovolníci vyznačili první trasu Klubu českých turistů. Vedla ze Štěchovic u Prahy ke Svatojánským proudům. Původně byla dlouhá osm kilometrů, dnes je sotva poloviční. Části trasy u Štěchovic a Slap totiž zalily přehrady.“ [57]

Historii je možné rozdělit například na dobu 19. a začátek 20. století, kdy člen klubu byl vysoce ceněným postavením na společenském žebříčku té doby, a na dobu nedemokratického státního režimu, na který navazuje novodobá historie.

Podrobnosti o historii lze čerpat z oficiálních webových stránek [58]. Ty informují, že ještě před Klubem českých turistů byl v roce 1862 založen Sokol. Dále uvádějí, že oba tyto spolky byly odpovědí českých vlastenců na podobné iniciativy německého obyvatelstva. Webové stránky [58] dále informují, že Sokol nejdříve také organizoval výlety a setkání na pro Čechy významných místech. Spolu s Národní jednotou severočeskou byl vydán impuls pro osamostatnění těchto aktivit do samostatného spolku [58].

Havelka [59] ve svém slavnostním projevu v roce 2008 říká, že Klub českých turistů byl konkrétně založen dne 11. června 1888 skupinou vlastenců kolem

Vojty Náprstka. Členové se často scházeli v budově pivovaru U Halánků, která patřila rodině Náprstků [59]. Tuto iniciativu řídili Vilém Kurz st., František Čížek a architekt Vratislav Pasovský. Vojtěch Náprstek jimi byl osloven s touto idejí a neplnil pouze úlohu známé osobnosti v čele klubu, byl jejím prvním předsedou po dobu půl roku [59].

5.4.1 Před I. světovou válkou

Podrobnější informace o aktivitách spolku před I. světovou válkou jsou uvedeny níže v boxu.

Box 5 Historie KČT [58]

Mezi členy spolku patřily významné osobnosti té doby – považovaly za čest být členy. Velice rychle začala tato organizace budovat síť ubytoven v turisticky zajímavých lokalitách. Ale především se podařilo vytvořit hustou síť turistických stezek. Už v roce 1889 spolek organizoval velkou výpravu na světovou výstavu do Paříže (363 účastníků). Tím klub zvýšil svoji popularitu a příjem. Další rok se spolek aktivně zúčastnil jubilejní výstavy v Praze v roce 1891 a vystavil zde pavilon s dioramatickým obrazem. Ten mohou nyní návštěvníci shlédnout na Petříně, kde je zrcadlové bludiště. Na tomto projektu díky vstupnému klub vydělal další peníze. Z těchto peněz se dále financovaly turistické chaty, rozhledny a značení. Výstavba rozhledny na Petříně společně s lanovou dráhou od Vltavy byla také iniciována klubem, financována podílovými listy společenstva s ručením omezeným. Od roku 1891 slouží svým účelům dodnes. V dalších letech se klub věnoval především svému poslání – turistice. Organizoval vycházky mimo města, ale také zájezdy. V roce 1892 to byl Krakov a Tatry. V roce 1897 členové navštívili Balkán, což bylo zároveň slovanskou manifestací. V tehdejších vydáních Časopisu turistů se lze dočíst také o návštěvách Islandu, Sahary, Skandinávie, střední a západní Evropy. V rané době se spolek soustředil na pěší turistiku. Brzy přibyla zimní alternativa v podobě přesunů na lyžích, které byly na konci 19. století horkou novinkou. Nejdříve v Krkonoších v roce 1894 vznikl v Jilemnici SKI-klub. V roce 1900 postavili Češi turistickou chatu ve Slovinsku. Od roku 1911 se na podkrkonošské Zvičině začaly pořádat lyžařské kurzy a závody. Mezitím se lyžování rozšířilo na další hory v českých zemích. V zimním období poskytovaly c. k. železnice pro členy klubu slevu až 40 % na zpáteční víkendové jízdenky.

Ještě před začátkem světové války došlo k zakládání místních odborů, a to především na území Čech, na Moravu pronikal klub pomaleji [58].

5.4.2 Meziválečné a válečné období

Dále uvádí boxy informace k části historie mezi světovými válkami.

Box 6 Historie KČT [58]

Po světové válce se změnila psychika lidí a také spousta dalších věcí. Počet členů po válce ubyl, mnozí padli nebo byli zraněni. Funkcionáři klubu byli ale včas připraveni na vznik samostatného státu. Bývalí vojáci začali ve volném čase více žít v přírodě. Rozšiřovaly se spolky trampů a skautů. Lidé se zajímali o vysokohorskou turistiku nebo jen o nedělní výlety. V mnohých zemích začínal být významný podíl cestovního ruchu na HDP (především alpské země Rakousko, Itálie, Francie a Švýcarsko). Přibývaly ubytovací možnosti. V meziválečném období došlo na největší dosavadní rozmach klubu. Během prvních čtyř let nové republiky se počet odborů ztrojnásobil na 170 s 30 000 členy. Za dalších pět let to už bylo 280 odborů a 60 000 členů. Přistoupením slovenských turistů v roce 1920 vznikl Klub československých turistů. Klub československých turistů (zkráceně KČST) byl největším turistickým spolkem s navíc celostátní působností v tehdejší Československu. Zakládajícím členem byl dokonce sám prezident Tomáš Garrigue Masaryk. Dalšími spolky byly také německé. Tou největší turistickou organizací byla Hauptverband deutscher Gebirge und Wandervereine s 274 odbory, 50 000 členy. Spolek vydával časopis, značil turistické trasy (jiným způsobem než KČST). Síť značení vznikala na Slovensku a Podkarpatské Rusi. Akademický odbor KČST šířil turistiku mezi studenty. KČST inicioval vznik Asociace slovanských turistických družstev, kde se sdružovaly turistické spolky západních a jižních Slovanů. Díky této iniciativě mohli českoslovenští občané překračovat státní hranice Polska bez pasu, pouze po předložení členské průkazky. V roce 1925 bylo podniknuto přes 4 000 větších výprav. Lyžařská turistika se uplatnila v Tatrách a pohraničních horách. V roce 1924 bylo v klubu registrováno 253 vodáků v celém Československu. Ve Vysokých Tatrách bylo prováděno horolezectví (dnes v rámci sekce vysokohorské turistiky). Od počátku klubu fungovaly oddíly mototurismu a kroužky jeskyňářské, nejdříve v Moravském krasu, pak ve slovenských jeskyních. V této době se také spolek komplexně zajímal o ochranu přírody a vytvářel snahy pro vznik národních parků a zřizování přírodních rezervací. V meziválečném období stále postupoval trend bezohledné industrializace.

Box 7 Historie KČT [58]

Ke konci 20. let nastala ve společnosti určitá polarizace s extrémistickými názory. Dění neprospěla ani globální ekonomická krize. Slovenská část klubu se začala projevovat protičesky, dokonce až zapálením chaty klubu. Ve 30. letech minulého století dosahoval klub naprostého vrcholu. Počet kilometrů značených tras každý rok přibýval, turistických chat bylo v majetku 110 a dokonce už v roce 1938 členská základna překročila 100 000 dospělých osob registrovaných v 390 odborech. Ve spolupráci se skauty probíhala výchova k obraně národa (kurzy traumatologie, čtení z map, orientace v přírodě, stanování). Během druhé světové války působili mnozí bývalí členové zakázaného skautského sdružení v rámci klubu.

Havelka [60] říká, že klub se již mezi světovými válkami profiloval velice široce v neziskovém sektoru. Zajišťoval více než 50 % ochrany památek.

Box 8 Historie KČT [58]

Mnichovskou dohodou spolek přišel o nejkrásnější turistické destinace a 41 chat jen na území českých zemí. Nedlouho po tom v době protektorátu přišel klub o Slovensko a Podkarpatskou Rus, kam v minulosti proudily milionové investice. Na Slovensku vznikl Klub slovenských turistov a lyžiárov (KSTL). Po celou dobu protektorátu vycházel Časopis turistů, vznikaly nové chaty, vycházely nové mapy a průvodce. Turisté začali objevovat Posázaví, Povltaví a další části nového státu. Ke konci války byla činnost omezena.

5.4.3 Historie spolku po II. světové válce

Historii spolku po skončení války dále uvádí box.

Box 9 Projev Ing. Havelky v Betlémské kapli 11. června 2008 [59]

Brzy po skončení války přišly s novou vládou velké organizační změny. V roce 1948 přichází klub o všechny turistické chaty. Klub přešel pod sjednocenou tělovýchovnou jednotu. Její činnost byla omezena. Rozvoj vlastivědné činnosti nebyl žádoucí. Někteří funkcionáři museli odejít. Nicméně po nějaké prodlevě Svaz turistiky zase začal znova značit, organizovaly se turistické akce. Bohužel se přišlo o velkou ubytovací kapacitu.

Více informací o 70. a 80. letech poskytují následující rozhovory osob, které tuto dobu zažily a uvádějí se zde jejich vzpomínky o přínosu organizované turistiky v tomto období.

První polořízený rozhovor s předsedou odboru KČT ve Smiřicích Jaroslavem Jágrem proběhl dne 20. ledna 2018 v Lázních Bělohradě během výroční schůze místního odboru KČT, kam byl pozván jako host. Otázka se čistě týkala vzpomínek na činnost do roku 1989.

Jágr [61] uvádí, že činnost spolku probíhala standardně, vycházely okresní kalendáře akcí, pěší turistika byla řazena rovnocenně mezi ostatní sporty jako fotbal, při výkonu organizace akcí dotyčné zainteresované osoby dostávaly propustky z práce. Byla aktivní mototuristika, která je dnes na ústupu a členové se zúčastňovali dálkových etapových pochodů napříč republikou či jednou za 5 let se organizovaly cílové pochody na spartakiády [61].

Polořízený rozhovor probíhal na stejném místě při té samé příležitosti také s Lubomírem Hoškou. Otázka zněla podobně na aktivní činnost v druhé polovině 20. století do roku 1989. Dotazovaný je předsedou místního odboru KČT, předsedou KČT oblasti Královéhradeckého kraje, členem ústředního výboru KČT a členem krajské komise pro cestovní ruch v Královéhradeckém kraji.

Lubomír Hoška [62] říká, že od roku 1957 se turisté sdružovali pod hlavičkou ČSTV (Československý svaz tělesné výchovy). V ČSTV se sdružovalo přibližně 10 oddílů (hokej, fotbal, atletika a další) a 2 odbory (turisti a ZRTV). Hoška [62] dále říká, že v 60. letech se začaly pořádat dálkové pochody na 50 km. Ale pořádaly se i kratší trasy a nejdelší trasy měřily 100 km [62]. Na Pardubicku byl v 60. a 70. letech každoročně pořádán noční dálkový pochod, Jarní padesátka Železnými horami aj., jak uvádí Hoška [62].

Hoška [62] taktéž říká, že činnost turistů v letech 1960–1989 byla omezena v pohraničních oblastech, především na Šumavě kvůli tzv. železné oponě. Klubu byl vyvlastněn velký majetek státem, jednalo se především o turistické chaty [62]. KČT byl v devadesátých letech vrácen pouze zlomek majetku, který původně vlastnil [62].

Pravidelně se chodilo na brigády a sbíral se odpad okolo turistických cest. Oproti dnešku byl zájem o vícedenní pochody, vzpomíná Hoška [62]. Plnily se výkonnostní třídy, rozšiřovala se síť turisticky značených cest, ve svazu turistiky se sdružoval podstatně větší počet turistů, než je dnes členská základna KČT [62].

Kromě omezených cest do zahraničí (především na západ) činnost nebyla nijak omezena, říká Hoška [62]. Kuriózní bylo spojování aktivit s politickými motivy prostřednictvím názvů. K tomu dodává Hoška [62], že turistické oddíly mládeže vykonávaly činnost, která byla v některých případech velice podobná činnosti Junáka, který byl po II. světové válce zakázán. Vždy záleželo na činnosti vedoucího. Turistické oddíly mládeže se zúčastňovaly sportovních soutěží [62].

5.4.4 Znovuobnovení po roce 1990

Po znovuobnovení klub navazuje na svoji bohatou tradici. Na znovuobnovení KČT se nejvíce podíleli současný čestný předseda Ing. Jan Havelka a Ing. Jan Stráský. Odbory začleněné pod sjednocenou tělovýchovnou jednotu se opět staly turistickými kluby pod vlastní organizací. Spolek započal opravovat turistické chaty, které mu byly vráceny nebo si je musel zakoupit zpět do vlastnictví. Těch byla celkově necelá jedna šestina z původních 110. Klub se stal členem mezinárodní organizace IVV (Internationaler Volkssportverband), IML a EWV a jeho členové se účastní jejich akcí po celém světě. Klub českých turistů je také členem Českého olympijského výboru a České unie sportu (ČUS).

5.5 Finanční podpora KČT

Boukal [14] uvádí ve svém Fundraisingu pro neziskové organizace, že sdružování za účelem veřejně prospěšného tu je po tisíciletí. Ve starém Římě fungovaly nadace pro podporu nadaných umělců. Tuto činnost vykonávali mecenáši. V českých zemích to býval mecenát císaře Rudolfa II. Ten podporoval výtvarné umění. Z něho vytvořil unikátní sbírku. Dále se zajímal a podporoval alchymii. Podporované bývaly útulky pro nemocné a chudé lidi – tzv. špitály.

Definice fundraisingu se liší podle jednotlivých autorů, obecně se jedná o získávání finančních a nefinančních zdrojů pro realizaci poslání neziskové organizace. Tato činnost se provádí průběžně a plánovitě. Spousta podniků neposkytne přímo finanční prostředky, ale věcné dary. Konkrétně Klub českých

turistů je podporován v řádu milionů českých korun. Nejvíc finančních prostředků poskytují Lesy České republiky.

Ve fundraisingu se uplatňuje také barter, což je směna zboží nebo služby opět za zboží a služby. Neziskové organizace obecně mohou poskytovat především reklamní prostor. Dále to mohou být lidské zdroje, v případě divadla volné vstupenky, nabídka volných prostor nebo poradenství. Klub českých turistů v rámci prostor prezence nebo na plakátech často uvádí loga sponzorů dané akce, případně celé organizace a podpora soukromého sektoru je viditelná v rozpočtu [56].

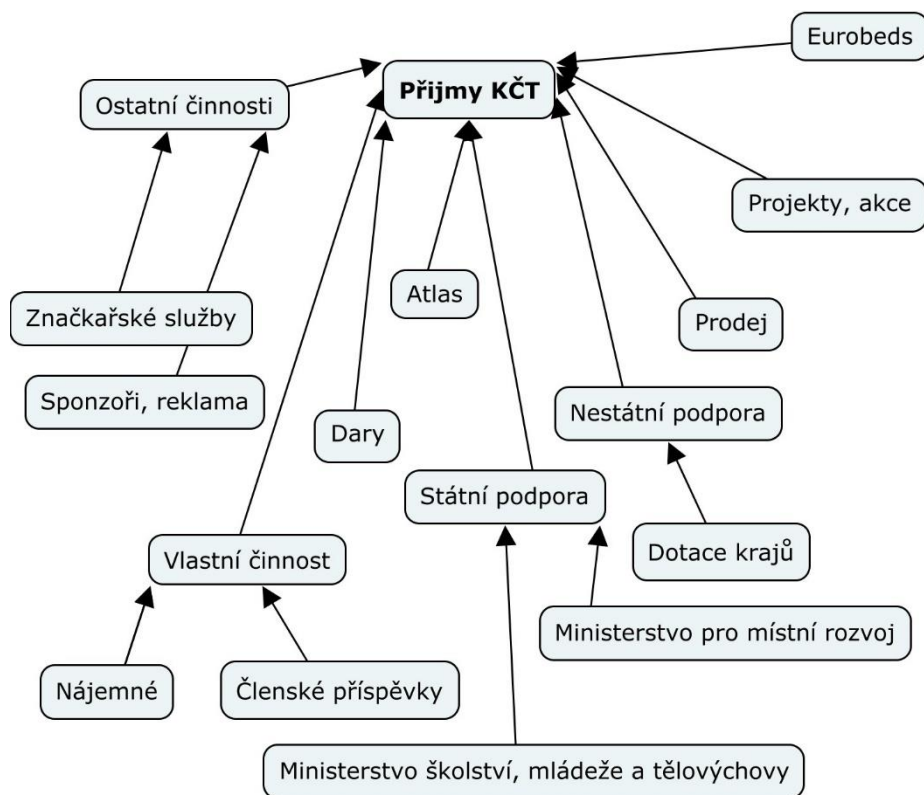
Roční rozpočet KČT [56] činí průměrně 37 milionů včetně dotací na značení. Mzdové náklady jsou minimální. Placené funkce jsou pouze administrativní (sekretáři). Veškeré volené pozice jsou bez nároku na odměnu. Motivací pro práci v neziskovém sektoru je především podle Boukala [14]: Pracovní motivaci tvoří psychické stavy a procesy, které vedou člověka k tomu, že práci přijímá jako společensky závažnou skutečnost, vyvíjí úsilí k jejímu zvládnutí a zaujímá k ní určité hodnotící stanovisko.

Pro porovnání Česká centrála cestovního ruchu – Czechtourism nemá stabilní rozpočet, jak se lze dočíst z dat Ministerstva financí [63]. V roce 2013 byla její podpora na vrcholu a obdržela skokově 1 miliardu, pak její podpora klesala a v roce 2017 již „jen“ 360 milionů. Posláním této organizace je koordinace propagace v zahraničí.

Fundraising má mít na starost obvykle fundraiser. V Klubu českých turistů tato funkce je rozdělená na 2 oblasti. Funkci komunikace se sponzory vykonává celé vedení společně s předsedou (v roce 2018 tuto funkci vykonává předseda Vratislav Chvátal) a generálním sekretářem Mojmírem Nováčkem. Dotace má na starosti osoba ve stálém pracovním poměru pan Báča.

Obrázek 6 znázorňuje rozdělení hlavních příjmů KČT.

Obrázek 6 Příjmy KČT



Zdroj: vlastní zpracování, [56]

Zdroje pokrývající rozpočet jsou dotace z Ministerstva pro místní rozvoj, Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, Ministerstva kultury, dotace z jednotlivých krajů, sponzoři. Členské příspěvky pokrývají pouze zlomek. Jednotlivé odbory jsou pak podporovány mimo jiné obcemi, kde sídlí.

5.5.1 Podpora sponzorů

Klub českých turistů dlouhodobě podporují jako hlavní partner Lesy České republiky. Dále to jsou: Oborová zdravotní pojišťovna, České dráhy, Česká spořitelna, výrobce kol Author, Hamé, Alpine Pro a další. S těmito institucemi jsou sepsané reklamní smlouvy, ve kterých se Klub českých turistů zavazuje k protiplnění. Méně často bývá spolek podpořen také darem.

5.5.2 Podpora státními institucemi

Oproti tomu dotace jednotlivých krajů na značení se pohybují v rozsahu Kč 300 až 700 tisíc za každý kraj a účelem je údržba značení a činnost [56]. Další příjmy jsou

za materiál pro značení od Ministerstva pro místní rozvoj [56]. Od Ministerstva školství mládeže a tělovýchovy spolek dostává podporu také na činnost [56].

Škvára [64] říká, že budování a údržba značených cest je financována krajem, kvůli zvýšení cestovního ruchu. Děje se to pravidelně každý rok [64]. Žádost o příspěvek doplňují informace o počtu kilometrů, značkařů, účastníků akcí [64]. Kraj rád podpoří pomocí značení i krátké výlety například rodin [64]. Královéhradecký kraj podporuje značkářskou sekci pravidelně částkou přibližně Kč 500 000, uvádí Hoška [65]. Tato částka je podobná kraji Pardubickému, ale vyšší než v Libereckém kraji [65]. Tyto peníze pokrývají ošatné a jízdné podle vyúčtování [65]. Materiál, sloupky jsou hrazeny z podpory od Ministerstva pro místní rozvoj, dodává.

5.5.3 Podpora projektů veřejnosti

Crowdfunding je velice moderní a sympatický zdroj financování malými částkami od veřejnosti. Tímto způsobem jsou financovány mnohé knihy, filmy, projekty výstavby objektů s veřejným přínosem, závody, webové projekty.

Dosavadní projekty spojené s KČT publikované na stránkách Startovač [15] nebyly úspěšné a cílové částky nedosáhly. Značení turistických tras dosáhlo zhruba poloviny cílové částky a rekonstrukce nejstarší turistické chaty v Beskydech Prašivá pomocí odboru Klubu českých turistů Beskydy získala pouze 19 % z cílové částky 200 000 Kč [15],

Vyhořelá Bezručova chata na Lysé hoře v Beskydech byla také obnovena z peněz dobrovolníků. Výstavba byla částečně financována veřejnou sbírkou a probíhala s využitím brigádnické práce členů KČT.

Pěší turistika.cz [66] uvádí, že další chata na crowdfundingovém portálu vybírala na portálu HitHit peníze na výstavbu vrtu pro zdroj vody. Podle HitHit [16] chata Kusalíno v Beskydech vybrala v roce 2017 v kampani s cílem 300 000 Kč dokonce 106 %. Zajímavé jsou také ceny, které sponzoři obdrželi. Byl to nejenom pobyt na samostatné chatě, propagační předměty, ale také výlet se značkářem turistických tras spojený s vyzkoušením jeho práce nebo exkurze po naučné stezce s bývalým předsedou Klubu českých turistů [16].

5.5.4 Podnikatelské aktivity KČT

Vedlejší činností KČT je hospodářská činnost vykonávaná za účelem podpory hlavního poslání KČT a za účelem hospodárného využití majetku KČT. K zajištění svého hlavního poslání může KČT vykonávat podnikatelskou činnost na základě oprávnění podle zákona o živnostenském podnikání. Výdělečná činnost, kterou

spolek vykonává, je v menší míře. Například když místní samospráva či destinační společnost si objedná vyznačení cesty (případně naučné stezky). Jedná se spíše o příspěvek, protože nepokryje všechny náklady. Pokryty jsou náklady na dopravu a technické pomůcky (barvy). Samotné značení je závislé na práci dobrovolníků.

5.6 Aktivity spolku v zahraničí

Se systémem českého pásového značení se lze setkat na několika místech planety spjatých s českými zeměmi a kulturou.

Je tomu tak na Ukrajině, konkrétně na Podkarpatské Rusi, jak se lze dočíst na specializovaném webu o tomto regionu spravovaném Hnutím Duha [17]. Značení je od roku 2008 soustavně budováno za podpory české vlády prostřednictvím Hnutí Duha jako součásti Člověka v tísni o. p. s. Hrazeny jsou pouze barvy a stravné, samotné značení vykonávají dobrovolníci [17]. Iniciativa vzešla z Karpatského turistického spolku, ukrajinské horské služby a internetového projektu Karpaty.net, metodika značení mimo KČT vychází také z polského turistického spolku PTTK [17]. Cílem je vyznačit 650 km v Zakarpatí [17]. Jen kolem Koločavy jich je 160 km, trasy vedou především po poloninách [17]. Předlohou je bývalá magistrála vyznačená v roce 1928 [17].

Další informace o značení na Ukrajině je níže v boxu.

Koordinátor projektu ukrajinského značení je Ivo Dokoupil z Klubu českých turistů, Značení má za cíl přilákat turisty do chudé oblasti. Tyto aktivity navázaly na podobný projekt v Rumunsku. První impuls přišel z Ministerstva zahraničních věcí. Jako první zdroj inspirací na vedení tras byly historické mapy. Bohužel terén se změnil, některé cesty byly zrušeny, les se stal neprostupným. Vyznačena byla takzvaná Jubilejní trasa po hřebenech polonin. Na ni navázaly spojnice se zázemím jako zastávky železnic, penziony nebo obchody. V regionu neexistuje zázemí turistické organizace. Místní mají jiné starosti, spousta jich pracuje v zahraničí. Horská služba je extrémně podfinancována. Místní samospráva je propojená s korupcí, snaží se získat evropské dotace a k tomuto projektu se chovají velice macešsky. V plánu je také umístění tyčí pro zimní navigaci, protože téměř každou zimu zde někdo umírá. To může do hor přilákat také běžkaře. Bohužel dřevorubci nejsou moc vstřícní a značení nijak nerespektují a pokácí celou velkou plochu. Ministerstvo zahraničních věcí přestalo projekt podporovat, zatím přichází pomoc od Pardubického kraje, ale bude potřeba najít místní zázemí, které se o to bude starat. Českému systému konkuruje místní značení, ale to je nedokonalé. Kombinace obou systémů je matoucí. S místní administrativou nelze oficiálně dohodnout povolení pro její nefunkčnost. Značí se i v Gruzii a bude také v Kyrgyzstánu.

Dalším místem realizace českého pásového značení ve východní Evropě je Krym. Značení zde bylo realizováno od roku 2011 a o dva roky později již délka přesáhla 500 kilometrů [19].

Značení v rumunském Banátu probíhalo za podpory neziskové organizace Člověk v tísni [20], která o něm informuje na specializovaném webu. Smyslem je propojit české vesničky a budovat udržitelný cestovní ruch v tomto málo vyspělém okraji Rumunska blízko srbských hranic [20]. Trasa vede mezi obcemi Svata Helena – Gerník, dále Gerník – Rovensko, trasa pokračuje Rovensko – Bígr a poslední část je z Bígru do Eibentálu [20]. Délka tras mezi jednotlivými etapami je 14–30 km. KČT vyznačil trasy v letech 2000 až 2001 a na práci klubu navázali dobrovolníci [20].

V roce 1953 založil Jan Antonín Baťa v Brazílii osadu Bataypora, uvádí Veselý [21] na webu tohoto projektu. Osada se rozrostla a dnes v původní osadě žije 10 000 obyvatel a mezi nimi žije velká česká komunita [21]. Ve městě sídlí i honorární konzulát České republiky [21]. Češi zde udržují českou kulturu, ale chybělo

turistické značení, proto se KČT rozhodl poskytnout v letech 2015 a 2016 záštitu českým značkařům. [21]

Podle Veselého [21] se do Brazílie – Bataypory vypravila skupina značkařů, kteří prozkoumali terén a rozhodli se okolo Bataypory v atraktivní zvlněné krajině vyznačit minimálně 40 km českého turistického značení. Po trasách mohou putovat jak potomci Jana Antonína Bati, tak další obyvatelé Bataypory a návštěvníci tohoto města [21]. Značení v tomto koutě světa pomůže k rozvoji cestovního ruchu. Na projekt přispělo ministerstvo zahraničních věcí částkou 80 000 korun.

Část nákladů si hradili sami čeští značkaři, podpora přišla od Českého olympijského výboru, jak uvádí startovac.cz [67] další informace. Projekt bylo možné veřejně podpořit pomocí crowdfunding (malí dárci společně finančně podpoří projekt) na Startovači, kde se vybralo necelých 30 000 Kč a odměnou pro podporovatele byly místní suvenýry, zaslání pohledu, směrovka nebo celý směrovník [67].

Podobně na Startovači provozovatele Army of darkness s. r. o. [68] byl podpořen projekt turistického značení Albánská výzva, který je poněkud komplexnějším projektem a Klub českých turistů do něj není přímo zapojen.

Tyto aktivity v zahraničí nemají jen za cíl pomoci místním komunitám, ale také podpořit prestiž českého značení na více místech světa.

5.7 Vydavatelská činnost

5.7.1 Mapy KČT

Klub českých turistů od roku 1990 prostřednictvím obchodní společnosti Trasa s. r. o. vydává vlastní edici tištěných map v měřítku 1:50 000. Mapy pokrývají celou Českou republiku. Dále byla vydána mapa rumunského Banátu (více o značení v této oblasti v kapitole Aktivity spolku v zahraničí). KČT se podílí na výrobě cykloturistických map v měřítku 1:100 000.

Tyto mapy jsou nejaktuálnější na trhu. Všechny změny v turistickém značení jsou zachyceny vždy v následujícím vydání. Mapy jsou vydávány podle nutnosti aktualizace. Atraktivní oblasti (Krkonoše, Český ráj a jiné) jsou znovu vydávány každý druhý rok. U dalších se cyklus opakuje každé 4 roky. Mapy pozitivně podporují cestovní ruch na českém území.

Mapové podklady jsou předávány podle smlouvy za finanční úplatu pro internetové stránky Mapy.cz, provozované firmou Seznam.cz, a. s. Změny ve

značení jsou na těchto stránkách aktualizovány ihned po předání informace od značkařů. Mapy s turistickým značením jsou tím pádem dostupné i v mobilní aplikaci pro chytré telefony. Především pro rychlou orientaci v terénu je toto velkým pokrokem.

Další činností Trasy s.r.o. je vydávání map na zakázku pro jednotlivé obce či regiony. Mapy slouží také jako suvenýr a mohou být součástí firemních katalogů.

Distribuci map má na starosti distribuční síť. Mapy KČT jsou k dispozici mimo klasických oborově zaměřených obchodů v místních turistických informačních centrech. Tyto mapy pro svoji přehlednost a aktuálnost patří mezi nejprodávanější v naší republice a napomáhají výraznou měrou k rozvoji cestovního ruchu.

5.7.2 Časopis Turista

Historie Klubu českých turistů je spjatá s časopisem Turista. Časopis začal vydávat klub již rok po svém založení v roce 1889. V každém vydání lze najít tipy na výlety domácího cestovního ruchu, zajímavosti z vlastivědy, pozvánky na akce, soutěže a zprávy z dění v klubu. Časopis vydává specializovaná firma, obsah je tvořen redakční radou, kde je zastoupen KČT. Dlouholetým zpracovatelem časopisu byla firma LITERA Plzeň. Od roku 2017 je smlouva o zhotovení časopisu sepsána se společností Lidé & Hory, s. r. o. Časopis je ve standardní distribuční síti. K dostání je v trafikách, je možné ho předplatit. Kupován je nejen členy Klubu českých turistů, ale díky svému obsahu také širokou veřejností.

5.7.3 Další publikační činnost

Publikační činnost nepravidelně praktikují i jednotlivé oblasti či odbory. Pravidelně bývá aktualizován Seznam turistického ubytování či Seznam turistických chat. Každoročně ústředí vydává tematický Obrazový atlas, který prezentuje zajímavé lokality v naší republice.

Klub spolupracuje s dalšími vydavateli ohledně pěších či cyklistických výletů. Materiály bývají hojně využívány domácími a zahraničními turisty.

Ústředí klubu a jednotlivé oblasti každoročně vydávají kalendář turistických akcí, který je využíván i širokou veřejností.

Materiálem, který vyšel v březnu 2018, je Sborník 2014–2017, který shrnuje činnost za uplynulé 4 roky a navazuje na Sborník 2010–2013.

5.8 Spolupráce se zahraničními spolky

Klub českých turistů úzce spolupracuje s obdobnými spolky s podobnou náplní. Jedná se především o spolky zemí V4 jako Klub slovenských turistů (KST), Klub polských turistů (PTTK), Maďarský turistický svaz. Členové těchto spolků navštěvují české vícedenní turistické akce a naopak. Tyto organizace se sdružují v Evropské asociaci turistických klubů (European Ramblers Association). Spolupráce probíhá i s alpskými spolky. Při konkrétních projektech jako může být společné budování tras v Krušných horách také s německým Wanderverband. KČT je také zapojen do IVV (Internationaler Volkssportverband), která své akce pořádá po celém světě. Členové KČT se jich účastní. Obrázek č. 7 z této události je z Brněnska.

Obrázek 7 Skupina německých vojáků na mezinárodní akci IVV Jede Kudrna okolo Brna



Foto: [69]

5.9 KČT jako tržní subjekt

Tržní subjekty se na poli cestovního ruchu dělí na domácnosti, firmy a stát [23].

Do tohoto dělení autorky Palatková a Zichová [23] nezahrnují spolky, které neuspokojují své potřeby (jako domácnosti), ani nejsou motivovány ziskem (jako firmy), dokonce ani nechtějí prostředí ovlivňovat podobně jako stát. Mezi neziskové subjekty patří mimo Klubu českých turistů také Nadace Partnerství a mnoho dalších subjektů působících i mimo cestovní ruch.

5.10 Marketing KČT

V marketingovém mixu Klubu českých turistů je nejdůležitější produkt. Tento spolek propaguje nejenom své akce, ale i základní myšlenku, aktivní pobyt v přírodě a její ochranu. Neziskové organizace směřují svůj marketing k přispěvatelům a zákazníkům [70].

„Za produkt se považuje to, co lze na trhu nabízet k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí.“ Jakubíková dále uvádí: *„Produktem může být výrobek, služba, myšlenka, osoba, organizace, kulturní výtvar, místo apod.“* [70, 188].

„Nehmotné produkty jsou takové, na něž se nemůžeme dívat, dotýkat se jich, čichat k nim, slyšet je, ochutnat je nebo je vlastnit, například služby, myšlenky, lidé a místa“ [70, 188].

„Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu“ [70, 192].

Marketingový mix je dále dělen podle Jakubíkové [70] na základní 4 P

- Product – produkt
- Price – cena
- Place – místo
- Promotion – marketingová komunikace

Z těchto částí jsou tvořeny dílčí mixy [70].

„Prvky marketingového mixu musejí být vyvážené a v souladu se zdroji, které má firma k dispozici“ [70, 183].

V cestovním ruchu dále hovoříme podle Jakubíkové [70] o rozšířených prvcích marketingu:

- People – lidé
- Packaging – tvoření balíčků
- Programming – vytvoření programů
- Partnership – partnerství
- Processes – procesy
- Political power – politická síla

PR je podle Bachmanna [2] vytváření vztahů s veřejností.

Dalším argumentem pro zvýšení zájmu o členství jsou výhody členství. Členové čerpají řadu slev. Chaty klubu mají celou dobu své existence poslání nabízet pro členy výhodnější ubytování. České dráhy poskytují slevy členské základně KČT. A to se slevou zakoupením IN – karty na jeden rok. Členský průkaz KČT je zároveň kartou Sphere. Držitelé těchto karet mají možnost čerpat slevy v řadě oborů. Slevy poskytují cestovní kanceláře, stravovací zařízení, prodejci sportovního oblečení, hotely a další firmy nijak nekorespondující s cestovním ruchem. Původní projekt zaměřený na smlouvy o poskytování slev s užším výběrem partnerů (horské chalupy v Čechách, Tatrách, německých a rakouských Alpách, památky, nákup map) se jmenoval Eurobeds. Nyní členové čerpají slevy obou slevových systémů. Jágrová [71] se domnívá, že členství v klubu přináší také mnoho benefitů. Už jenom sleva z nákupu něčeho dražšího (zájezd, obklad koupelny, sportovní oblečení, ubytování) od partnerů programu Sphere může členský příspěvek vrátit nebo dokonce ještě ušetřit další peníze [71]. Tyto výhody nejsou využívány všemi členy, doplňuje.

Klub českých turistů pro svůj marketing využívá publikační činnost. Jsou to časopis Turista, Obrazové atlasy, Kalendáře akcí (celostátní, oblastní), sborníky a další nepravidelné publikace na různých úrovních (více v kapitole o publikační činnosti). Z elektronických kanálů to jsou především oficiální webové stránky www.kct.cz.

Zelenka [13] uvádí, že sociální sítě mají zejména komunikační, poznávací, emoční, sociální a bezpečnostní potřeby.

Na sociálních sítích je klub aktivní na facebooku pod názvem Klub českých turistů – oficiální (<https://www.facebook.com/kct.cz>). Facebook pro propagaci svých akcí využívají mnohé odbory. Na Youtubu dosud chybí oficiální kanál klubu jako celku. Je zde například kanál pražské oblasti, odbor v Šumperku nebo v Kralupech nad Vltavou. Podobně i na Twitteru je aktivní pražská oblast stejně jako má účet na Pinterestu. Zde bohužel ani tato pražská oblast potenciál nevyužívá. Je zde publikována pouze jediná starší infografika. Pinterest lze využít pro sdílení fotografií z akcí.

Klub českých turistů se pravidelně zúčastňuje lednového veletrhu cestovního ruchu Regiontour v Brně. Jednotlivé oblasti se pak zúčastňují regionálních veletrhů jako například Královéhradecká oblast Infotour a cykloturistika v Hradci Králové, Olomoucká oblast Tourism Expo v Olomouci a Západočeská oblast veletrhu ITEP v Plzni.

Klub pro komunikaci s veřejností využívá také vlastního Infocentra KČT, které je možné navštívit v Praze.

5.11 Chaty v majetku Klubu českých turistů

KČT provozuje turistické chaty určené k využití členskou základnou i širokou veřejností. Turistické chaty v majetku klubu jsou rozprostřeny po celé zemi. Členům klubu poskytují slevy na svoje služby jako je třeba ubytování. Smysl byl vždy nabízení levného ubytování na atraktivním místě.

Turistické chaty ležící na území naší republiky jsou v majetku ústředí nebo v majetku jednotlivých odborů a více informací o nich poskytují webové stránky KČT [72]. Chat v majetku ústředí je celkem 19 a většina jich je umístěna v oblasti Krkonoš a Beskyd.

V regionu Královéhradeckého kraje chaty v majetku ústředí jsou: Turistická chata v Prachovských skalách, chatový tábor v Jinolicích, Raisova chata na Zvičině, v Krkonoších to jsou chaty Výrovka, Brádlerská bouda, chata Pod Studničkou, Vosecká bouda a chata Čihák v Orlických horách.

Další chaty jsou v majetku jednotlivých odborů, např. chata Pod Šikmou věží v Prachovských skalách patří odboru Jičín, chata v Jestřebích horách patří odboru v Úpici, chata Dobrošov patří z části náchodskému odboru a z části ústředí, Masarykova chata na Šerlichu patří hradeckému odboru a chata na Kozákově patří semilskému odboru.

Provoz na jednotlivých chatách zpravidla zajišťují nájemci, kteří uspěli ve výběrovém řízení, na základě nájemní smlouvy, která bývá pětiletá s možností opce. Bohužel jejich provoz přináší starosti s jejich údržbou. Nájem je využíván na rekonstrukce a finanční efekt nepřináší. Často se proto nepočítá se ziskem. Chaty jsou často v lokalitách, které jsou mimo sezonu nebo za špatného počasí málo navštěvovány.

Do budoucna hrozí další náklady s úpravou jejich komfortu při přestavbě na pokoje s menším počtem lůžek a příslušenstvím. Přesto jsou odkazem na meziválečné období a největší slávu klubu. A svým způsobem mohou klub reprezentovat navenek. Jedna z nich leží na Zvičině (obrázek č. 8).

Obrázek 8 Raisova turistická chata na Zvičině



Foto: vlastní foto autora

KČT již dnes zpravidla nespravuje rozhledny. Ty spravují a vstupné na ně vybírají obce, v některých případech soukromníci. V některých případech mají jednotlivé odbory KČT vyhlídkové plošiny v pronájmu, např. Hořický chlum (Hořice), Kozákov (Semily).

Turistických chat v současném majetku KČT je pouze zlomek z těch, které byly na počátku našeho století členskou základnou vybudovány (většinou formou darů a různých veřejných sbírek). Mnoho chat bylo po roce 1948 Klubu československých turistů znárodněno a dosud nebylo vráceno. Například chata na Kozákově, která byla v třicátých letech klubem vybudována, po válce byla využívána a posléze zdevastována (posledním majitelem byl RaJ), musela být do svého majetku v devadesátých letech místním semilským odborem KČT odkoupena.

Slabou stránkou většiny chat je jednoduchý standard ubytování (vícelůžkové pokoje se sociálním zařízením na poschodí). Proto náročnou klientelou (například také ze zahraničí) nemohou být využívány. Chaty KČT většinou využívá pro přenocování členská základna a turistické oddíly mládeže.

O problematice chat v majetku KČT se dále zamýšlejí členové klubu. Docent Kotyk [73] uvádí, že vlastnictví přináší více problémů než užitku a zmiňuje náklady na údržbu. Kotyk [73] dále uvádí, že standardy ubytování jsou nižší a motiv vlastnictví je spíše z nostalgie. Pan Škvára [64] zmiňuje jen malé množství chat KČT v poměru k dalším soukromým chatám. Z polořízeného rozhovoru s Mirkem Vořechovským [74] vyplývá, že v rámci provozování jejich chaty v Jestřebích horách pro pěší turisty mohou ročně obsloužit okolo 10 000 návštěvníků. Podle odhadů Vořechovského se na nedalekou rozhlednu může vypravit polovina návštěvníků restaurace. Bohužel sčítač na volně přístupné rozhledně chybí.

5.11.1 Bezručova turistická chata na Lysé hoře

Jako případová studie byla vybrána Bezručova turistická chata na Lysé Hoře. Ta byla znovuvybudována teprve v roce 2015. Zajímavá je podoba financování takové stavby v dnešní době.

Bezručova chata (v klubu nazývána Bezručka) má bohatou minulost, jak uvádí Sklenář na webu chaty [75]. Lysá hora s nadmořskou výškou 1323 m je nejvyšším vrcholem Moravskoslezských Beskyd s nádherným výhledem. Za pěkného počasí jsou vidět slovenské hory včetně Tater. Na vrchol Lysé hory putují turisté z celé republiky, především pak pro svoji blízkost z ostravské aglomerace. Je vyobrazena na obrázku č. 9.

Obrázek 9 Bezručova chata vybudovaná KČT



Foto: [139]

Sklenář [75] dále uvádí, že v roce 1880 byla na vrcholu Němci postavena útulna Albrechta Habsburského. Podbeskydská župa Klubu českých turistů postavila na

místě dnešní Bezručovy chaty svoji chatu až ve 30. letech minulého století. Do provozu byla dána v roce 1935 [75]. Na většinu nákladů se skládali turisté ze širokého okolí [75]. Chata vyhořela do základů v roce 1978 [75].

O výstavbu obnovené Bezručovy chaty usilovalo ústředí KČT již od začátku obnovení své činnosti po roce 1990, informuje Sklenář [75]. Klub narážel na mnoho problémů. Vrchol Lysé hory se nachází v CHKO Beskydy a na okraji přírodní rezervace Mazák a Lysá hora a tak se začalo stavět až v roce 2012 [75]. Rozpočet činil 36 mil. Kč, ale celkové náklady Klubu českých turistů se výrazně podařily snížit díky finančním příspěvkům okolních obcí (starostové okolních obcí na chatu přispívali z rozpočtů obcí a měst za účelem zvýšení cestovního ruchu), sponzorů a sbírek členské základny KČT [75]. To lze přirovnat vzdáleně k tradované pověsti o sbírce na Národní divadlo. Jednotliví dárci, odbory, oblasti mohli darovat alespoň jednu cihlu nebo celou jejich paletu. Byla možnost zasílat dárcovské DMS. Sbírkou provázela také kampaň. Chata byla předána do zkušebního provozu 25.11.2015 a následující rok do řádného provozu [73].

Obnovená chata je replikou vyhořelé Bezručovy chaty, avšak interiér je vybaven ekologickým zdrojem vytápění s rekuperací, s použitím solárního a fotovoltaického zařízení, píše Sklenář [75], moderním řešením odpadních vod a vodním hospodářstvím. Chata je řešena jako nízkoenergetický dům. V chatě je možnost ubytování [75].

Podle Sklenáře [75] chata dnes zajišťuje především občerstvení a ve špičkových termínech má problém stíhat odbavovat zákazníky. Například o víkendech se tu denně prodá několik set polévek, jak dále Sklenář [75] uvádí. Chata je navštěvována nejen domácími návštěvníky, ale i hosty ze zahraničí, doplňuje Sklenář [75].

Pěší trasu z Ostravice na Lysou horu ročně navštíví cca 250.000 turistů podle jediného měření v Moravskoslezském kraji [75].

5.12 Muzeum turistiky v Bechyni vlastněné KČT

Muzeum (na obrázku č. 10) si stanovilo cíl popis vzniku turistiky v ČR a v Evropě, uvádí *Obrazový atlas KČT* [76]. Je zde popsán vývoj Klubu českých turistů. Jsou zde ukázky různých předmětů – odznaků, ukázka vydavatelské činnosti [76]. Návštěvníci zde také uvidí expozici českého značení [76]. Stálá výstava turistiky je zde od roku 2008, kdy klub oslavil přesně 120 let od svého založení [76]. Jedná se o zcela nevyužitý potenciál. Jeho náplň není zcela využita pro propagaci spolku.

Obrázek 10 Muzeum turistiky v Bechyni



Foto: [77]

Podle rozhovoru se zástupkyní města Tábor a Bechyně [78] na veletrhu cestovního ruchu Holidayworld v Praze 2018 ji překvapuje povědomí o muzeu mezi vlastní veřejností. Názor na muzeum a jeho sbírky nemá, protože ho nenavštívila.

5.13 Turistické oddíly mládeže

Klub českých turistů je spojován také s mládeží. Dnes máme dvě mládežnické organizace, a to Asociace turistických oddílů mládeže ČR (zkráceně Asociace TOM nebo jen A-TOM) a Turistické oddíly mládeže (TOM), celostátní občanské sdružení pro děti a mládež.

A – TOM je organizací oficiálně registrovanou Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy pro oblast práce s dětmi a mládeží, jak uvádějí na svém webu [79]. Tomíci jsou pevně spojeni s Klubem českých turistů, historickou organizací, která se podílí na všestranném rozvoji turistiky v českých zemích více než jedno století [79]. Spolek funguje v novodobé podobě od roku 1991 [79].

TOM – jedná se o součást Klubu českých turistů, kde se sdružují mladí zájemci o turistiku, uvádějí jejich webové stránky [79]. Zaměřují se především na pěší turistiku. Označení pro členy je „tomík“ [79]. Je jich přes 9 000 a potkávají se na oddílových schůzkách, podnikají řadu tuzemských i zahraničních výprav [79].

V létě oddíly pořádají pro své členy tábory, lezou po horách, sjíždějí řeky a také organizují akce pro veřejnost [79].

Asociace aktivně přijímá myšlenky občanské společnosti a podporuje vlastenectví, aktivní občanství a také úctu k demokratickým tradicím státu, jak uvádí na svém webu [79]. Dalším bodem je Úmluva o právech dítěte a Listina práv a svobod. Asociace spolupracuje s dalšími občanskými aktivitami, zejména s organizacemi dětí a mládeže v České republice a v zahraničí [79]. Členové využívají celkem 16 vybavených chalup. Je vydáván časopis Tomík [79]. Vymyšleny jsou táborové hry. Organizují se turistické závody, letní táborové školy a školení [79].

Důležitá činnost turistických oddílů mládeže je odpoutat jejich členy alespoň částečně od moderních technologií, ukázat jim přírodu a jak ji chránit. Výsledkem je také prevence sociálně-patologických jevů ve společnosti.

Vořechovský [74] říká, že silnou stránkou místního klubu v Úpici je i přes malou zalidněnost oblasti velký počet registrovaných Tomíků – členů turistické organizace mládeže. Dále odůvodňuje, že jejich počet je vysoký především díky jejich činnosti. Nábory na školách nejsou efektivní, přiznává Vořechovský [74]. Díky členství má mládež možnost se dostat na letní tábory, účastní se víkendových akcí [74]. Pro takové účely je využívána také vlastní Jestřebí bouda, kde víkendový pobyt vychází na 50 Kč a dokonce se děti hlásí sami bez vlivu rodičů, říká [74]. Jejich počet překračuje 50, vyčísluje. Na víkendové výlety mohou jet i rodiče, kteří se časem stanou standardními členy Klubu českých turistů [74]. Spousta mládežnických členů je z okolních vesnic, dokonce 6 členů je až z Hradce Králové, říká Vořechovský [74]. Přímou konkurenci ve městě je jako skaut, fotbal, hasiči a další, přiznává Vořechovský [74]. Činnost je štědře podporovaná městem, protože vedení města nerozlišuje mezi různými sporty, doplňuje Vořechovský [74].

Z rozhovorů s členy KČT plyne, že v rámci „Tomíků“ dochází k činnosti podobné například skautu. Výchova vede k respektu k přírodě, rozvíjení měkkých technik v sociální komunikaci a podobně. Zohledněny jsou také aktuální trendy ve vedení značených cest.

5.14 Aktivity spolku pro členy

Výlety pro členy KČT mohou být někdy organizovány za účelem účasti na některé z veřejných akcí. Taktéž se může jednat o akce domácího cestovního ruchu nebo outgoingu. Obvyklá náplň reflektuje témata Klubu českých turistů, nejčastěji pěší turistiku. Může být doplněná o kulturně-naučnou a vzdělávací složku. Nejde jen o to se dostat do přírody, ale také se z ní umět poučit. Opomíjen není také gastronomický cestovní ruch, například v podobě ochutnávek lokálních piv nebo

potravin obecně. Doprava může být hromadnými dopravními prostředky jako vlak nebo autobus. Taktéž může být využit při naplnění dostatečné kapacity vlastní pronajatý autobus. Tento způsob dopravy lze považovat za velmi ekologický. Z těchto akcí, vycházek mohou některé oddíly tvořit kroniku. Účastníci jak veřejných, tak klubových akcí jsou úrazově pojištěni jako členové Českého olympijského výboru a České unie sportu. Informace o akcích jsou členům předávány prostřednictvím veřejných vývěsních skříněk, sociálních sítí, emailovou komunikací, při setkávání. Některé oddíly mají vlastní klubovny či jiné prostory pro pravidelné scházení. Někteří využívají restauračních zařízení.

5.15 Služby pro veřejnost

5.15.1 Značené trasy

Klub českých turistů vytváří značení pěších tras, cyklotras, lyžařských tras, jezdeckých tras (hipotras) a vozičkářské trasy pro hendikepované.

Turek [80] uvádí, že v Čechách se nachází největší a nejkvalitnější síť značených cest v Evropě. Dále uvádí, že se jedná o jednu z nejvýraznějších součástí činnosti KČT, kterou je kladně působeno na cestovní ruch. Červená, modrá, zelená a žlutá značka ukazují důležitost značené trasy, říká Turek [80]. Trasy vedou údolími hor či lesů nížin na dech beroucí vyhlídky. Čechy a Morava jsou ideálním místem pro pěší turisty, říká Turek [80]. Nachází se zde možnosti jednoduchých polodenních túr či vícedenních přechodů hor, doplňuje Turek [80].

5.15.1.1 Turistické značení v Česku

Pásler, Cír a Pernica [22] definují značení: „*Turistické značené trasy (TZT) musí turistu vést spolehlivě a bezpečně terénem tak, aby nebyl nucen cestu hledat, ale mohl se plně věnovat svým turistickým zájmům. Rozvoj individuální turistiky, podporovaný motorismem, umožňuje převážné části obyvatelstva využívat značených tras ve všech oblastech naší vlasti. Proto je nezbytné důsledně dodržovat jednotné zásady značení všemi značkaři a nepřipouštět individuální názory na řešení různých situací. Jen tak je možné zajistit jednotné značení v rámci celého Klubu českých turistů jako organizace, zabývající se celostátně značením turistických tras v ČR.*“

Značené trasy mají schopnost usměrnit lidi v terénu, a tak se vyhnout soukromým pozemkům a chráněným oblastem. Celková vzdálenost více než 42 000 km značených tras se stále rozrůstá, jak uvádí Jan Havelka, bývalý předseda KČT [60]. S ním byl proveden polořízený rozhovor.

KČT značí od roku 1997 také cyklotrasy a lyžařské trasy, což zmiňuje odbor Queer [81] v Praze. Značení turistických tras je pod dohledem orgánu KČT Rady značení.

KČT značí pouze pomocí vyškolených členů tzv. turistů značkařů. Dotyčný zájemce musí vykonat zkoušky v podobě vyznačení 10 km. Pak ovšem nemůže značit sám, ale ve dvojici. Proto je nezbytné vykonat příští rok další dvouvíkendové zkoušky. Ukázka pěšího a cykloznačení na jednom objektu je na obrázku č. 11.

Obrázek 11 Ukázka pěšího a cykloturistického značení



Foto: vlastní foto autora

Dnes již není cílem síť pěších značených tras dále rozšiřovat. Převážná práce značkařů se zakládá na pravidelné obnově značených cest. Každá značená pěší trasa se každé tři roky obnovuje. K přeznačení dochází, pokud je cesta vedena neschůdným terénem nebo naopak po silnici. V některých případech se musí cesta přeznačit nebo dokonce zrušit, když majitel nesouhlasí s jejím vyznačením po jeho soukromém pozemku. Zrušeny jsou některé cesty, které jsou málo využívané. Naopak nově bývají vyznačeny cesty k nově opraveným památkám, nově vzniklým muzeím nebo rozhlednám. Nově se vyznačují trasy za úplatu na přání místní samosprávy či destinačního managementu. Zde nastává otázka následné správy. Na to všechno navazuje tvorba aktualizovaných map.

Nové vyznačení turisticky značených cest schvaluje Rada značení KČT. Ty schvaluje zpravidla na základě podnětu od místních značkařů. Při schvalování se ovšem musí přihlídnout také k rozpočtu. Následně se na každý km nové cesty musí udělat kalkulace. V současné době je nezbytný písemný souhlas vlastníka pozemku. Nejčastějším vlastníkem pozemků bývají Lesy České republiky, obce a soukromníci.

KČT vydal příručku Základní pravidla značení turistických tras, postup ohledně značení je také uveden a oprávnění osob ošetřeno ve vnitřních směrnících KČT.

Značení turistických cest je velice sofistikovaný systém s pevně stanovenými pravidly, uvádí Pásler, Cír a Pernica [22] ve své základní metodice značení. Značky jsou čtvercového tvaru s rozměry 100 x 100 mm (pěší trasy, lyžařské trasy a jezdecké trasy) [22]. Cykloznačení v terénu má velikost 140 x 140 mm [22]. Rozcestník dokládá obrázek č. 12.

Obrázek 12 Rozcestník turistického pěšího značení



Foto: vlastní foto autora

Jednoduchá pěší pásová značka se skládá ze 3 pásů o výšce 30 mm, dále doplňuje Pásler, Cír a Pernica [22]. Prostřední pás je tvořen vedoucí barvou (červenou, modrou, zelenou nebo žlutou) [22]. Krajní pásy jsou pak upozorňovací v barvě bílé [22]. Její pásy musí být vodorovné [22]. Pokud je podklad světlejší, a tudíž málo kontrastní okraj, značka je ještě obtažena hnědou barvou [22].

V místě úseku několika různých vedoucích barev (= souběh) jsou značky umístěny na společný objekt, píše Pásler, Cír a Pernica [22]. Dále autoři doplňují, že pořadí barev v tomto případě je červená, modrá, zelená a žlutá [22]. Výjimečně lze také značky umístit vodorovně zleva doprava [22].

Pásler, Cír a Pernica [22] dále uvádějí, že tvarové značky jsou místní, naučných stezek, významové (odbočky) a pro ukončení trasy (koncové). Základem je stejná velikost značky 100 x 100 mm, u některých je připojen trojúhelník (hrot) [22].

Místní značení je čtvercové ze dvou trojúhelníků, přičemž horní je barva naváděcí a dolní upozorňovací [22].

Naučné stezky jsou vedeny trasou pásového značení, uvádějí Pásler, Cír a Pernica [22]. Jejich trasa je ovšem doplněna informačními panely. Ty dodává a spravuje zřizovatel naučné stezky [22]. Upozornění na souběh naučné stezky je textem a piktogramy [22]. Značka naučné stezky je tvořena zeleným šikmým pruhem vedeným úhlopříčně z pravého dolního do levého horního rohu [22]. Číslo zastavení je označeno oranžovou číslicí [22]. Ukázka naučné cesty je na obrázku č. 13. Nově také vznikají naučné stezky, které často budují města bez porady s KČT [74].

Obrázek 13 Zastávka naučné stezky cestou na Zvičinu



Foto: vlastní foto autora

Odbočky do 1 km jsou značeny vlastními významovými značkami, uvádí dále Pásler, Cír a Pernica [22]. Uprostřed je symbol příslušného významu [22]. Piktogramy označují buď vyhlídku, zříceninu hradu, studánku nebo jiné zajímavé místo [22]. Tato významová odbočka je ukončena speciální čtvercovou značkou [22].

Značka je vždy umístěna, aby byla již z dálky viditelná, Pásler, Cír a Pernica [22]. Nejpoužívanějšími objekty jsou stromy (kůra se musí odškrábat), betonové sloupky, kovové předměty (okapy, stožáry), trvale usazené kameny, ale vždy se jedná o trvalé objekty [22]. Ohled se bere i na možnost růstu okolních dřevin [22]. Nevhodné jsou například stěny, ploty, břízy, pomníky, kostely, kaple, kříže, dopravní značky a přímo zakázané objekty jsou hraniční kameny, železniční zařízení, pohyblivé předměty, složený materiál [22]. Při umístění značky je nutný souhlas majitele objektu [22].

Pokud z nějakého důvodu nelze umístit malovanou značku, používá se plechová nebo samolepící [22].

Pásler, Cír a Pernica [22] dále upozorňují, že oba značené směry mají samostatné umístění, ideálně na ten samý objekt. V případě zatáčky jsou přednostně využívané vnější prostory zatáčky. V případě silnice bez chodníku se využívá levý kraj [22].

Cyklotrasy vedené po silnicích (většinou málo frekventovaných), dobrých místních nebo účelových komunikacích mají značení podobné silničnímu značení [22]. Cykloturistika na veřejné komunikaci je na obrázku č. 14, značení je pěší. Používají se dvě základní značky – jedná se o návěst před křižovatkou a směrovou tabuli [22]. Na všech se najde symbol kola, číslo dané trasy a na směrových tabulích i 14 - ti kilometrové vzdálenosti k dalším cílům na trase. Zpravidla se umísťují jako klasické dopravní značky před křižovatkou nebo odbočkou cyklotrasy [22].

Obrázek 14 Cykloturistika v okolí městyse Pecka



Foto: vlastní foto autora

Klub českých turistů by měl svůj precizně vypracovaný systém turistického značení více propagovat v zahraničí, například vícejazyčnými informacemi na internetu nebo tiskovinami. Samozřejmostí je v dnešním světě angličtina. Zaměření by ovšem mělo být primárně ve spřátelených klubech (Polsko, Rakousko, Německo, Slovinsko), případně v dalších zemích.

Jágrová [71] říká, že nové turistické trasy by měly vznikat i nadále. Bohužel dochází občas ke konfliktům s majiteli pozemků, kteří využití neumožní [71]. S tím můžou pomoci obce, některé jsou dokonce tak aktivní, že si sami vyznačí například naučný okruh, který už nadále neobnovují a zůstane to na „bedrech“ KČT [71]. Přínos značení pro obce je tedy pozitivní a pomůže s podporou cestovního ruchu v daném místě [71]. Návštěvníci dokonce mohou dané místo dále doporučovat svým známým [71]. České značení je světový unikát. Má evropskou ochranu a je považováno za nejdokonalejší ve světě, říká Press [82]. Hoška [65] říká, že turistické značení novým terénem je komplexnější záležitost. Nejdříve musí být schváleno Radou značení a musí být zajištěno financování [65]. Další komplikací je samotná realizace v terénu a komunikace s vlastníky pozemku. Zatímco s Lesy České republiky a obcemi nebývají problémy, u soukromníků to je zcela jiné [65]. Mnoho soukromých vlastníků vyznačení turistické cesty bere příliš vážně jako zásah do jejich majetku nebo soukromí a souhlas nevydá [65]. V tomto případě se daný pozemek musí obejít a trasa vede méně zajímavou krajinou apod. [65]. Zahraniční turisté po prvotním nejistém prozkoumání jsou naším turistickým značením nadšeni, dodává Hoška [65] ze své vlastní zkušenosti ze soukromého sektoru. Na turistické mapě zahraniční turista nepozná, jak precizně máme vypracovanou síť turistického značení, což dokládají zkušenosti vlastní cestovní kanceláře [65]. Czechtourism propaguje v zahraničí naše památky, ale již méně propaguje turisticky značené cesty a poznávání naší přírody s využitím právě turistického značení [65]. Kdyby se turistické značení propagovalo v zahraničí (krásy naší republiky mimo frekventované oblasti), tak by se určitě zvýšila návštěvnost naší republiky zahraničními turisty [65].

Aktivita KČT ohledně turistického značení není zahraničními turisty plně využita a jsou zde rezervy hlavně v propagaci pěšího i cyklistického značení, říká Hoška [65].

5.15.1.2 Značení v zahraničí

Pro komparaci je nezbytné uvést jako výhodu českého turistického značení jeho jednotnost na území celého státního celku. Dále je to přehlednost díky širokému spektru barev. V neposlední řadě to je také pravidelná péče a obnova značení.

5.15.1.2.1 Značení v rakouských Alpách

V Rakousku značení provádí Rakouský alpský spolek [83]. Rozcestníky neudávají kilometry, ale čas kvůli horskému terénu [84]. Barvy představují obtížnost. [84]. Modrá je jednoduchá, červená vede horským terénem a černá je náročná [84].

5.15.1.2.2 Značení v Karpatech

Zde metodika vychází z českého a polského vzoru [85]. Hlavní je červeně značená trasa „Transkarpatská magistrála“, další barvy (žlutá, modrá) jsou stejné jako v

ČR [85]. Podle Panenkové [125] je v těchto zemích mimo pásového značení také tvarové. Autorka dále doplňuje, že v rumunských horách jsou značky méně spolehlivé a vedou spíše po hřebenech a jsou velice málo udržované.

5.15.1.2.3 Terénní značení v Irsku

V Irsku se využívá také černožlutá symbolická postava a šipky [27]. Značení stezek má na starosti The National Trails Office zřízená v roce 2007 organizací Irish Sports Council [27]. Ta udržuje a rozšiřuje Národní registr stezek [27].

5.15.2 Moderní trasy v Česku

Dne 24. 2. 2018 proběhl rozhovor s předsedou KČT, oblasti Pardubického kraje panem Vlastimilem Škvárou, který je také členem ústředního výboru. Rozhovor proběhl během výroční oblastní konference v Holohlavech. Tato část rozhovoru o značení nebyla řízena.

Škvára [64] říká, že v současné době se jedná o projektu vyznačení modré hřebenovky převážně po státních hranicích naší republiky z Aše až na Praděd. Vyznačení modré hřebenovky má za cíl do oblasti Libereckého, Královéhradeckého, Pardubického a Olomouckého kraje přilákat více návštěvníků [64]. Vyznačení modré hřebenovky budou hradit v poměrné výši jednotlivé kraje. V Krušných horách je modrá hřebenovka již vyznačena [64].

5.15.3 Eventy – akce KČT

Jednotlivé odbory (případně oblasti) pořádají mnoho turistických akcí po celé ČR. Většinou to jsou jednodenní, často i vícedenní akce. Některých jednodenních akcí se pravidelně zúčastňuje i několik tisíc účastníků z řad členů i široké veřejnosti. Akce mohou být také vícedenní a také mohou dosahovat návštěvnosti stovek účastníků. Některé akce jsou i mezinárodní. Jedná se o turistické akce pořádané v přírodě na zdravém čerstvém vzduchu, často se společenským programem. Řada našich spoluobčanů díky KČT aktivně tráví volný čas. Často se poznávají i málo známá místa.

Akce jsou financovány z účastnických poplatků, které nepokryjí veškeré náklady. Finanční podporu poskytují často obecní, městské úřady, případně magistráty. Akce mohou často podporovat soukromé subjekty, někdy finančně, někdy materiálně (např. drobné cukrovinky pro účastníky).

KČT jde s dobou a nabízí různé nové specializované sekce, jako je běžecká turistika (na obrázku č. 15), turistika s kočárky, speleoturistika, rodinná turistika, VHT, mototuristika, hipoturistika, speciální program mají i zdravotně postižení. Práci s mládeží se věnuje TOM. Této organizaci se věnuje samostatná kapitola.

Obrázek 15 Běžecká turistika při Posledním puchýři



Foto: vlastní foto autora

Obrázek 16 Rodinná turistika na Náchodsku



Foto: vlastní foto autora

Každým rokem odbory po celé České republice organizují více než 1000 akcí s různou náplní, konkrétně webové stránky KČT [86] uvádějí ve vyhledávači celkem 1160 v roce 2018.

Nejznámější je zřejmě pochod Praha – Prčice, který každoročně absolvuje okolo 20 000 návštěvníků [87]. V poněkud komornější atmosféře probíhají další akce po celé České republice, kdy jejich návštěvnost může být pouze v desítkách, někdy stovkách osob. Náplní není jen pěší turistika. Odbory Klubu českých turistů v rámci těchto akcí nabízejí běžeckou turistiku, cykloturistiku, hipoturistiku, trasy vhodné pro kočárky, lyžařskou turistiku, mototuristiku. Často se jedná o jejich kombinace, například pěší a cykloturistika. Motívem je vždy nabídnout široké veřejnosti možnost aktivního vyžití mimo centra měst. Press [82] říká, že pořádáním akcí i značením turistických tras přivádíme lidi do regionů, které tak mohou získávat na popularitě. “Lidé se tam pak vracejí a “utrácejí”, čímž vlastně přispívají i na rozvoj regionu a dále toto uvádí na příkladu obce Sopotnice během turistické akce Přes tři hrady [82].

Turistické akce s vysokou popularitou, dlouhou tradicí a návštěvností v tisících účastníků jsou po celé republice. V Královéhradeckém kraji je nejpopulárnější Pochod za Rumcajsem v Jičíně, který se koná na začátek sezony. Jeho prezenze je zdokumentována na obrázku č. 17.

Obrázek 17 Prezenze účastníků akce Pochod za Rumcajsem v roce 2018



Foto: vlastní foto autora

Velice významnou akcí je ta s názvem Za posledním puchýřem, která se koná na ukončení turistické sezony na začátku druhé poloviny listopadu každý rok na různých místech ČR. V roce 2016 se tato akce konala v Lázních Běláhradě. Střídá se Morava se Slezskem a Čechy. Prodloužené víkendové akce se účastní přibližně 800 lidí na více dní. Ještě jednou tolik se akce zúčastní pouze na jeden den. V roce 2016 to bylo 1960 registrovaných návštěvníků, což byla jedna z nejvyšších účastí vůbec. Vzhledem k termínu se akcí dá zčásti omezit sezónnost. Vlastnímu

průzkumu využití mimosezónních kapacit se věnuje kapitola v této práci. V minulých letech došlo ke změně požadavků návštěvníků, kteří upřednostňují ubytování na lůžku. Taktéž ubývá zájemců o delší trasy. Doložitelnost tohoto tvrzení je problematická, protože výběr trasy ovlivňuje také počasí. Během akce se mohou účastníci přihlásit na autobusové zájezdy do okolí, účastnit se různých besed, promítání, prohlídek přímo v centru dění. Základem akce je samozřejmě pěší turistika, která je někdy doplněná o cykloturistiku. V posledních ročnících je také měřená trasa pro moderní způsob pohybu v přírodě – běžeckou turistiku. Akce není čistě výkonnostní. V hlavní den v sobotu je kulturní akce - „Puchýřovská zábava“, večer spojený s hudbou, kulturními vložkami a předáváním symbolické štafety organizátorům dalšího ročníku. Toto předávání zachycuje obrázek č. 18.

Obrázek 18 Předávání štafety pro další ročník Posledního puchýře



Foto: Jan Hoška

Oproti tomu mezinárodní turistické srazy se organizují dvakrát ročně. Dělí se na letní a zimní. Opět se jedná o několikadenní akci spojenou s pěší a cykloturistikou. Nechybí také kultura, jsou otevřené památky, možnost gastronomického cestovního ruchu. Při zimním turistickém srazu se preferuje běžecká turistika.

Pich [88] na webu regionálního Deníku uvádí, že obliba akcí Klubu českých turistů neklesá ani v době počítačů, protože lákadlem akcí KČT může být například gastronomický cestovní ruch. Právě neotřelé zážitky můžou lidi zvednout od počítačů. Typickým příkladem je Pochod Krkonošské pivní stezky [88]. Lidé zde ochutnávají speciálně navařené pivní speciály, gurmánské speciality a vychutnají si různá zastavení [88]. Start je ve Vrchlabí a akce je spojená s hudbou a pivními

soutěžemi [88]. Ve Dvoře Králové se naopak zájemci mohli zúčastnit turistické hry. Lidé sbírali například na Kuksu nebo v zoologické zahradě známky a získali za ně drobné odměny nebo byli zařazeni do soutěže o hodnotnější ceny [88]. Na gastronomický cestovní ruch se také zaměřil turistický pochod Havlovka [88]. Osmikilometrová trasa s názvem Havlovka vedla na hranicích bývalých okresů Náchod a Trutnov [88]. Účastníci mohli ochutnávat regionální potraviny, piva a další delikatesy [88]. Na zastávkách se soutěžilo, obsluhu stánků měly na starost místní spolky [88]. Jágrová [71] potvrzuje, že návštěvníci mají spoustu míst spojenou i s gastronomickým cestovním ruchem, jedná se o místní speciality. Dále uvádí, že KČT Rohoznice proslavila svoji akci Rohoznický darmošlap domácími koláčky a že na tu se turisté vrací každoročně.

Organizátoři všech akcí se ale shodují, že skutečný počet účastníků neodpovídá těm zaregistrovaným. Mnozí účastníci se řádně nepřihlásí a neuhradí startovné. Například Vořechovský [74] uvádí, že startovné často uhradí pouze rodiče za své děti.

5.16 Turistická informační centra

Tyto instituce tvoří základní pilíř cestovního ruchu v daném místě. Poskytují široké spektrum služeb, především poradenské. Zaměstnanci jsou obvykle místní obyvatelé a mají široký, a především aktuální přehled o místních zajímavostech. Dokáží také doporučit nejvhodnější pěší, cyklo, běžkařské nebo jiné stezky v okolí.

Měření návštěvnosti je prováděno také pravidelně v turistických informačních centrech v rámci projektů. Menší centra tato data o počtu, národnosti a požadavku zadávají ručně pomocí počítačového programu. Vybavenějším pomáhají automatické sčítače u vstupů.

V roce 2018 mají certifikovaná turistická informační centra možnost jeden sčítač pořídit za Kč 9 900 bez DPH, jak uvádí email od zástupce ATIC Matouše [89]. Členové ATIC (Asociace turistických informačních center) zaplatí Kč 6 900 bez DPH za jeden kus.

Rozhovor proběhl dne 23. dubna 2018 v Turistickém informačním centru Lázně Bělohrad. Skupinový položený rozhovor proběhl se stálými zaměstnankyněmi Hanou Mádlovou a Hanou Večerníkovou. Otázky se týkaly témat: spolupráce s KČT, spokojenost se značením, spolupráce při akcích KČT, podíl počtu pěších a cykloturistů oproti ostatním, jejich útraty, zda je podél cest dost služeb (jak soukromý sektor participuje na jejich rozvoji). Odpovědi obou osob byly totožné. Rozhovor je citován níže v boxu.

Návštěvníci většinou požadují informace o městě a okolí. Chtějí materiály, které jsou zadarmo – plán města a mapu okolí. Takže se zajímají o kombinaci města a okolí. Klienti lázní se sníženou mobilitou někdy alespoň jednou zajdou po značené trase na Byšičky. Protože známe okolí, nemáme problém jim doporučit značené cesty a jejich cíle. Organizovaní turisté mají zpravidla konkrétnější dotazy na značené cesty v okolí L. Bělohradu. Podíl pěších turistů a cykloturistů jsme nezkoumaly. Často se návštěvníci ptají na možnosti stravování, případně na možnosti dalšího občerstvení (restaurace, cukrárny). Bohužel, tato nabídka je mimo samotné město omezená. Obchody a restaurace na vesnicích se postupně zavírají. Lidí procházejících nebo projíždějících okolo není dostatek, je to velice ovlivněno sezonností. Návštěvníci jsou často zklamáni, že na hrad Pecka se nedostanou hromadnými dopravními prostředky. Často se stává, že návštěvník by rád absolvoval jedenáctikilometrovou naučnou stezku na Zvičinu. Ale dál ho čeká komplikovaná cesta zpět. S místním odborem KČT je spolupráce řádná. Pokud se například rozhodne uspořádat svoji veřejnou akci (event), prezence je možná v TIC.

Z rozhovoru plyne, že návštěvníci daného města často přirozeně kombinují poznání města a okolí. Pro lázeňské hosty se sníženou mobilitou je škoda absence bezbariérové značené trasy, kterou KČT také umí vytvořit. Co je ovšem problém, je špatné provázání s dalšími službami cestovního ruchu. Například 11-ti kilometrový výstup na nejvyšší vrchol Zvičinu po naučné stezce komplikuje otázka zpáteční cesty do L. Bělohradu. Možné řešení může spočívat ve zřízení letního víkendového přímého autobusového spojení do Lázní Bělohradu. To by ale znamenalo spolupráci celého regionu Podkrkonoší, kdy by tato sezonní linka obsluhovala více míst tohoto regionu a napojila se na cyklobus spojující Hradec Králové, Dvůr Králové nad Labem a Krkonoše.

5.17 Poskytovatelé služeb cestovního ruchu

V rámci turistické akce Za posledním puchýřem 2016 a 2017 bylo provedeno výzkumné šetření s cílem porovnat využití ubytovací kapacity v hotelech a penzionech s ohledem na tuto akci. Vždy byl porovnán rok pořádání akce a ten druhý. Prostřednictvím emailu byly osloveny všechny objekty, které se podílely na akci prostřednictvím nabídky ubytování v tomto termínu. Oslovení proběhlo v listopadu 2017 a základní dotaz zněl, zda kapacita ubytování byla naplněna také v roce, ve kterém se podobná akce nekonala.

Konkrétně Karel Němeček [90] za hotel Roubal na Pecce uvádí, že taková akce jim prodloužila sezonu, protože v listopadu již mají zavřeno. To potvrzuje i Jaroslav Hudec [91] z Koupaliště a autokempu Pecka. Ubytovaných osob u nich bylo 37 a zvýšila se jim tržba v restauraci. Takové akce jsou pro ně v jarních a podzimních měsících pozitivní. Jan Král [92] z penzionu Javorský mlýn si posteskl, že je umístěn daleko od centra dění, tudíž v restauraci tržby nebyly výrazně ovlivněny. Z následujícího ročníku v roce 2017 v Bučovicích uvádí Jan Ohnoutka [93], že v tomto období se u něho ubytovávají pouze montéři. Také za hotel Arkáda uvádí Lara Petrášová [94], že obsazenost byla skutečně zvýšená. Sváteční termín to nijak neovlivňuje. Tereza Helferová [95] z penzionu Machynka v nedalekém Slavkově uvádí, že zájemce museli odmítat. Potvrzuje i Jana Chládková [96] z penzionu Zlatá Hora. Naopak Kateřina Libenská [97] uvádí, že se jejich resort orientuje na business klientelu, která využívá ubytování především ve všední dny. Trochu jinak odpovídá zástupce penzionu Olga [98], který uvádí, že se jejich kapacita zcela nenaplnila. Účastníci Posledního puchýře dávali přednost přímo městu konání – Bučovicím.

Milým překvapením byl vysoký počet odpovědí. Jednoznačně se ukázalo, jak je důležitý termín konání akce o víkendu okolo 17. listopadu. V této době ubytovací zařízení jsou jen málo obsazena, jak dokazují odpovědi. Takže došlo k potlačení sezonnosti. Uspořádání akce mimo hlavní sezonu si poskytovatelé stravovacích a ubytovacích služeb velmi chválili. Tržby v jednotlivých zařízeních za víkendovou akci se pohybovaly ve výši měsíční tržby. Ubytovací kapacita byla úplně naplněna a účastníci akce se museli ubytovat také v okolí.

Vyzkoumalo se, že tvorba eventů mimo hlavní sezonu s rizikem horších meteorologických stavů kladně působí na základní infrastrukturu, která má v tomto období volnou kapacitu.

5.18 Návštěvnost atrakcí a atraktivit cestovního ruchu s přihlédnutím ke Klubu českých turistů

Česká republika je unikátní svojí koncentrací památek po celém území státu. Domácí a zahraniční návštěvníci mají možnost navštívit mimo přírodních krás také bohaté kulturní dědictví a nově zbudované atrakce. Hustá síť památek, především hradů, zámků, tvrzí a klášterů, ovlivňuje pozitivně návštěvnost regionů. U zámků to jsou nejčastěji města. Naopak hrady a zříceniny jsou často umístěny více odlehle, někdy přístupné pouze po značených pěších, případně cyklotrasách. Jejich dosažitelnost je tedy úzce ovlivněna přesným turistickým značením od počátečního místa (parkoviště, stanoviště hromadných dopravních prostředků, obec, město) až ke vstupu do památky.

Moderním trendem jsou takzvané „stezky v korunách stromů“ nebo „stezky v oblacích“. Ty jsou umístěny v přírodě blízko rekreačních středisek. Tyto atrakce sice nejsou přímo ovlivněny Klubem českých turistů, ale jejich značení je vedeno v úzké polohové návaznosti.

5.19 Finanční výdaje účastníka aktivit turistiky

Finanční přínos není jen v místě. Výdaje se dělí i na ty před cestou. Tou je třeba nákup oblečení nebo elektroniky. Dále je nezbytná doprava. Teprve v místě dochází k útratám u místních obchodníků. Tím může být stravování, vstupy do různých atraktivit, atrakcí nebo nákup suvenýrů.

5.19.1 Sportovní oblečení

Bylo osloveno celkem 33 významných prodejců oblečení pro volný čas. Z odpovědí firem jako Sportisimo, Altisport, Alpine Pro, Hervis Sport, Lidl, Esprit plyne, že informace jako průměrná cena prodaného volnočasového kusu konkrétního oblečení (boty pro pěší turistiku, sportovní kalhoty, funkční mikina, letní flísová bunda) je obchodním tajemstvím dané firmy. Z celkové nabídky nelze jednoznačně zjistit nejprodávanější výrobky. Co se týká délky životnosti, tak je ovlivněna materiálem, způsobem údržby, způsobem a frekvencí použití. Obchodníci se proto odkazují na záruční dobu výrobku 2 roky. Adam Novák z D-Sportu [99] uvádí, že jejich outdoorová obuv stojí v průměru Kč 2 300. Jan Bláha [100] z Decathlonu uvádí, že trekové oblečení je obecně odolné, ale vše záleží na konkrétním výrobku podle jeho materiálu. A dále doplňuje, že obecně 5 let boty, 3–5 let trekové kalhoty, 5–8 let sportovní bundy při dodržení maximální údržby.

5.19.2 Studie výdajů na člena KČT

Dne 17. dubna 2018 proběhl v Lázních Bělohradě v budově hotelu Lázeňský dům na náměstí v prostorách restaurace v rámci pravidelné schůze místního odboru KČT [101] experiment, zda člen KČT je schopný vyčíslit svoje výdaje spojené například s pěší turistikou. Zvoleno bylo 7 členů, kteří jsou častými účastníky bohaté nabídky aktivit. S jejich pomocí byla vypracována následující tabulka č. 1.

Tabulka 1 Návrh možné roční útraty typického turisty

Kolik utratí aktivní organizovaný turista v České republice za služby spojené s jeho aktivitou				
Výstroj a výzbroj		použitelnost	Výdaje	Výdaje za kalendářní rok v Kč
Výstroj	obuv	1 rok	2 000,-	2 000,-
	další oblečení	2 roky	5 000,-	2 500,-
Výzbroj	batoh	2 roky	2 000,-	1 000,-
	drobná výzbroj	2 roky	2 000,-	1 000,-
				6 500,-
		počet aktivních dnů	Výdaje za 1 den	
Jízdné	1 den	50	200,-	10 000,-
Ubytování	15 nocí		500,-	7 500,-
Stravování	1 den	50	400,-	20 000,-
Vstupné		50	120,-	6 000,-
				43 500,-
Celkové výdaje za 1 rok				50 000,-
Aktivní pěší turista utratí za 1 rok za služby v České republice 50 000,- Kč.				
* sportovní láhev, krokometr, navigace				

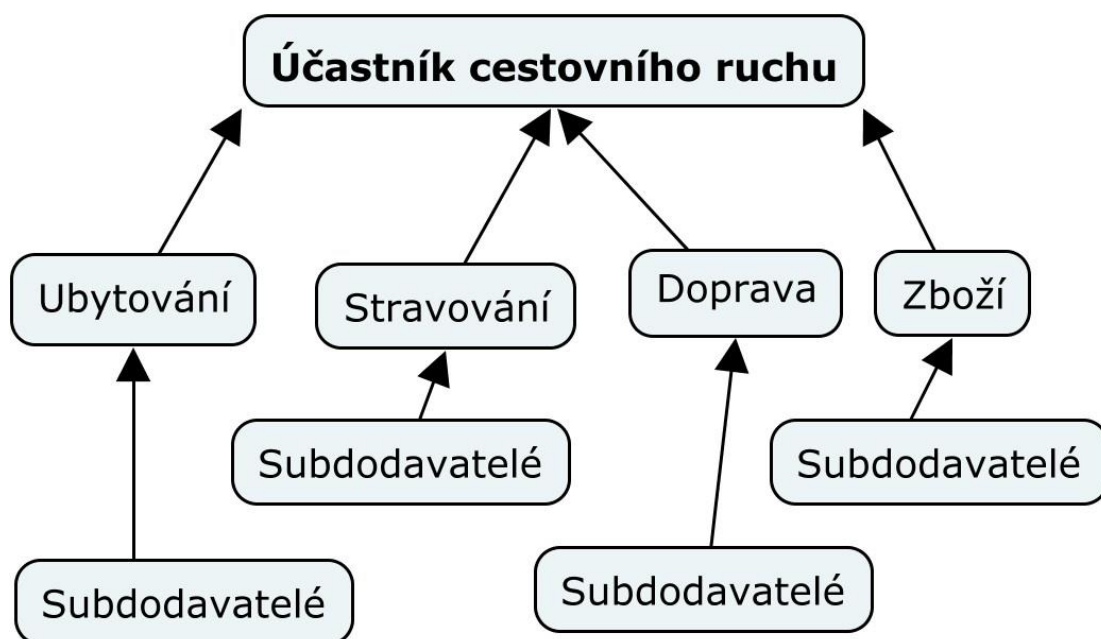
Zdroj: vlastní zpracování autora dle názorů členů KČT [101]

Z tabulky vyplývá, že roční průměrná útrata jak před cestou, tak během cesty se pohybuje v řádu desítek tisíc. Nezbytné je podotknout, že tato data poskytli členové KČT, kteří i díky tomu, že už jsou senioři, mají dostatek času účastnit se spousty odborových akcí pro členy a příznivce. V průměru 1 výlet za týden. Taktéž tato data nepochází z širokého šetření, ale z názorů několika členů KČT ochotných tyto údaje poskytnout.

5.20 Posouzení vlivu na tržby obchodníků a poskytovatelů služeb v regionech

Význam cestovního ruchu jako celku je nezanedbatelný, hned po ropném a automobilovém průmyslu je nejvýznamnějším ekonomickým oborem. Cestovní ruch se také podstatně podílí na příjmech do našeho státního rozpočtu i prostřednictvím multiplikačního efektu, jak uvádí A. T. I. C. ve svých učebních textech pro pracovníky TIC [46]. Multiplikační efekt cestovního ruchu je znázorněn v obrázku číslo 19.

Obrázek 19 Multiplikační efekt cestovního ruchu - teorie



Zdroj: vlastní zpracování [102]

Turisté v regionech mohou ve větší míře využívat služeb drobných rodinných podnikatelů, jako jsou například penziony, restaurační zařízení nebo lokální producenti potravin. Vyznačují se zpravidla vysokou kvalitou. Vodítkem pro správný výběr místního výrobce jsou takzvané „Regionální produkty“. Mimo produktů si lze vybrat certifikovanou službu (ubytování nebo stravování) a také certifikovaný zážitek (exkurze, návštěvy slavností, soutěže, košty, projití naučné stezky).

Vořechovský [74] říká, že pro přínos pro místní ekonomiku je nezbytné značené trasy vést místy s vyšší koncentrací možností stravování a nákupu regionálních produktů. Účastníci pěší turistiky by tuto možnost uvítali [74]. V prvopočátku byly trasy vedeny dle kilometráže, momentálně se trasy upravují s ohledem na kulturně-historické památky, připojuje Vořechovský [74].

Pro přínos místní ekonomice je nezbytné, aby turisté měli vůbec možnost využít místních služeb a obchodů, říká Jágr [103]. Obzvláště v regionech je problém mimo sezonu využít služeb restaurace nebo nákupu místních suvenýrů [103]. V místech s vyšší koncentrací turistů (například na Labské cyklostezce) je k dispozici občerstvení spíše v podobě stánků [103]. Jsou zde omezené možnosti občerstvení v restauraci, která se změnila na kavárnu [103]. V nabídce má například pivo Pilsner Urquell místo krajového [103]. Toto je ovšem otázkou soukromého sektoru [103]. Těžké říct, zda by se měly budovat nejdříve trasy nebo služby po trasách, přemýšlí Jágrová [71]. Pěší trasy by měly obecně potkávat místní muzea a pamětihodnosti, což se děje [71]. Ta kombinace s přírodou a

lákavými místy je ovšem nezbytná [71]. Na správci objektu je, aby otevírací doba co nejlépe uspokojila okolo procházející nebo projíždějící návštěvníky [71].

Hoška [65] dále uvádí ohledně ekonomického přínosu, že když už zahraniční turisté přijedou do naší republiky, tak přijedou se svojí výzbrojí a výstrojí [65]. Zahraniční turisté mají však někdy vyšší požadavky na ubytování [65]. Někteří vyhledávají čtyřhvězdičkové hotely s doplňkovými službami a kvalitním zázemím včetně restaurací s vyšší cenovou skupinou [65]. Díky aktivitám KČT (především s ohledem na turistické značení) v uvedených službách nechávají zahraniční turisti finanční prostředky, které se formou daní vrací do státního rozpočtu. Hodnota vynaložených finančních prostředků je však těžko zjistitelná [65]. Myslím si však, že na tomto poli máme značné rezervy, dodává.

5.20.1 Monitoring návštěvnosti a ekonomického přínosu

Klub českých turistů nabízí na celém území Česka velice hustou síť značení. Trasy jsou pravidelně udržovány a využívány mohou být jak v rámci domácího, tak příjezdového cestovního ruchu. Značení je věnována vlastní kapitola. Aby se dal kvalifikovaně posuzovat přínos (a to i ekonomický) infrastruktury podporující aktivní formy cestovního ruchu, je potřeba pracovat alespoň s nějakou kvantifikací, například měřením návštěvnosti na některých stezkách pro pěší a cykloturisty.

Bohužel neexistuje širší jednotná metodika měření využití značených pěších nebo cyklistických tras. Ta by poskytovala alespoň kvantitativní údaje. Evidence návštěvnosti je vedena turistickými informačními centry. Těmito údaji disponují také atrakce cestovního ruchu, které vybírají vstupné.

Předseda rady značení KČT Karel Markvart [104] uvádí, že KČT se nezabývá měřením návštěvnosti. Dále upozorňuje na měření v chráněných krajinných oblastech, která jsou zmiňována v této práci [104]. Podle KČT bylo zjištěno, že turista utratí průměrně za jednodenní výlet přibližně 300 Kč, za vícedenní dovolenou cca 600 Kč/den na výdajích za dopravu, stravu, vstupy, ubytování [104]. Další výdaje pak připadají na pořízení oblečení, obutí, kola apod [104]. Hrubý odhad tedy je, že do státní, krajských a obecních pokladen a pro desetitisíce lidí podnikajících v cestovním ruchu (dále též CR) přináší pohyb turistů po značených trasách KČT více než 5 miliard korun ročně [104]. Pan Markvart také dochází k názoru, že zhodnocení nákladů podnikatelů v cestovním ruchu vložených do turistického značení na základě jeho dat je 300 násobné [104].

Na vybraných místech území České republiky jsou sčítače osob, které zde umístila Nadace Partnerství. Jako koordinátor projektu Cyklisté vítání jsou její primární cíl trasy pro cyklisty na dálkových trasách. Pěší trasy mají také zahrnuty. V Královéhradeckém kraji se jedná o cyklotrasu z Hradce Králové do Kuksu, kde

jsou sčítače 3. Ve Smiřicích, nedaleko Hradce (Věkoše) a u Kuksu. Dalšími místy jsou EuroVelo (9, 13, 7, 4), cyklistická stezka z Brna do Vídně. Další byly umístěny v Ústeckém kraji a na Vysočině.

Projekt vznikl za podpory Ministerstva pro místní rozvoj a Agentury ochrany přírody a krajiny České republiky.

Masovému rozšíření brání zřejmě pořizovací náklady na sčítače, jejich provoz a riziko odcizení.

V současnosti provádí na českém území měření návštěvnosti na liniových trasách dvě organizace, soukromá společnost Monitoring návštěvnosti s. r. o. a Nadace Partnerství o. p. s. Oba subjekty už mají zkušenosti s předchozími výzkumy. O monitoringu návštěvnosti Nadací Partnerství se dále zmiňuje box.

Box 12 Chráněná území, Nadace Partnerství [134]

Nadace Partnerství uvádí, že moderní měření je nezbytné pro šetrnou turistiku. Automatický sběr dat je velice jednoduchý. Zařízení funguje i při nejnáročnějších podmínkách. Sčítače změří přesně pěší, cyklisty, in-line bruslaře, vodáky, lyžaře nebo vozidla. Důvody pro zavedení monitoringu návštěvnosti jsou především porozumět zvyklostem a chování návštěvníků, zjistit, kolik turistů se pohybuje po stezkách, porozumět nejvyšší návštěvnosti podle času nebo tomu, jak návštěvnost ovlivní počasí. Dále se dají vyhodnotit vývoje návštěvnosti pro efektivnost tras, vyhodnotit nejoblíbenější stezky, ukázat efektivnost nové infrastruktury. Pro ochranu přírody jsou nezbytná data o vlivu cestovního ruchu na flóru a faunu a předcházení erozím krajiny. Výsledky mohou obsahovat vyčíslení ekonomických přínosů šetrné turistiky pro podporu nových investic. S daty mohou pracovat zainteresované instituce, správci stezek pro plánování aktivit a vyhodnocení jejich účinnosti.

Pro měření návštěvnosti lze využít také alternativní způsoby. Mimo ručního sčítání lze využít moderní data z mobilních telefonů. Daný návštěvník musí mít v jeho chytrém zařízení nainstalovanou aplikaci, která kromě důvodu stažení pro návštěvníka (například poučného obsahu a zajímavostí regionu) požádá uživatele chytrého zařízení o možnost přístupu k jeho poloze. Tato data mohou být anonymně kumulována a vytvořit "heat mapy" (forma mapy-barevně odstupňovaná místa podle koncentrace pohybu). Ta dokáží na mapě podle zabarvení zjistit nejvytíženější úseky. Bohužel procento návštěvníků, kteří projdou všechny technické kroky a jejichž zařízení bude sbírat a automaticky odesílat data o jejich poloze, nebude vysoké. Otázkou je i přes anonymizaci dat ochrana soukromí. Přesnější mohou být ovšem data o poloze podle připojení sim karty k síti. Tato data jsou využívána například při měření návštěvností akcí nebo

v dopravě. CE-Traffic, a.s. [105] dokáže také rozlišit počet cizinců. Bohužel ani tato metoda není přesná, protože data poskytuje v České republice pouze jediný operátor, a to T-mobile [105]. Nicméně vzhledem k rovnoměrnému obsazení trhu třemi operátory nemusejí mít data takovou odchylku. Další informace

Box 13 Monitoring návštěvnosti, Novobilský [136]

Přímo CEO Jiří Novobilský uvádí, že tento monitoring se hodí spíše pro měření oblastí, například celých pohoří nebo jejich části. Změřit lze z jakého okresu nebo země návštěvníci dorazili a jak dlouho se zdrželi. Pod rozlišovacími schopnostmi systému jsou úzce definované lokality, například okolí rybníka nebo konkrétní hora. Problém způsobuje také měření návštěvnosti v blízkosti vysílače (třeba hora). Problematické je také měření návštěvnosti "po liniích" - po turistických trasách nebo cyklotrasách. Pro tento typ měření se více hodí měření pomocí profilových detektorů podél trasy.

z komunikace s touto firmou jsou uvedeny níže v boxu.

Nepřímo lze také měřit návštěvnost pěších tras, pokud jsou data sbírána za jiným účelem. Například Prachovské skály a značené turistické trasy v nich jsou na soukromém pozemku a do areálu se vybírá vstupné. Tato specifická data jsou ovšem součástí obchodního tajemství a je jen na vůli provozovatele, zda tato data uvolní. Další data mohou být čerpána z rekreačních poplatků za ubytování, návštěvnosti turistických informačních center, vybírání poplatků za parkovné. Tato data jsou ovšem neúplná a zpravidla nepokryjí všechny zájemce o pohyb na trasách v dané lokalitě.

5.20.1.1 Czechtourism

Jan Otava [105], manažer oddělení marketingového průzkumu uvádí, že činnost KČT především v oblasti udržování značených turistických tras má pro rozvoj cestovního ruchu v ČR velký význam [105]. S KČT na denní bázi Czechtourism nespolupracuje [105]. Pěší turistika je vnímána jako významný motivační faktor a jako preferovaná aktivita byla zahrnuta v předchozích výzkumech domácího cestovního ruchu [105]. Stejnou otázku jsme zařadili i do stávajícího trackingu domácího a příjezdového cestovního ruchu, takže data budou dostupná příští rok (v roce 2019 za rok 2018) i za segment zahraničních turistů [105].

S Czechtourismem přichází do kontaktu pouze vedení klubu. Spolupráce není výrazná a navenek zřetelná.

5.20.1.2 Český statistický úřad

Ani ČSÚ prostřednictvím Radka Valenty [106] ve svých rozsáhlých průzkumech napříč spotřebitelským chováním, chováním trhu a spoustou dalších oblastí nesleduje podobně jako Czechtourism konkrétní chování zájemců o pěší, cyklo, lyžařskou ani jinou turistiku. Radek Valenta [106] z oddělení informačních služeb dále uvádí, že tato specifická data nesleduje nikdo.

5.20.1.3 Pohled krajských centrál cestovního ruchu

Pro tuto kapitolu byli osloveni zástupci všech odborů cestovního ruchu na krajských úřadech v České republice. Otázky byly nejprve pokládány zástupcům stánků na několika českých veletrzích cestovního ruchu (Hradec Králové, Jablonec nad Nisou, Praha). Vzhledem k nekompetenci a slabé informovanosti se tento průzkum stal pilotním a další dotazy byly cíleny pomocí emailů zodpovědným osobám. Otázka směřovala na soustavné sledování návštěvnosti pěších a cyklotras. A také na měření ekonomického přínosu v dané lokalitě. Byla očekávána také odpověď na spolupráci s Klubem českých turistů a jeho další přínos. S kraji spolupracují odbory nebo ještě častěji oblasti, tedy krajské organizační složky. Výše spolupráce se různí. Níže jsou uvedeny pouze dvě případové studie v Jihomoravském a Královéhradeckém kraji. Citované odpovědi nebo další zdroje jsou uvedeny v příloze této práce.

Zástupci krajských samospráv se často shodují, že s jinými daty než o ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních poskytnutých Czechtourismu nedisponují nebo jen na určitých místech (někdy jen na omezený čas). Ekonomický přínos je měřený ještě výjimečněji. Naopak zástupci často oceňují aktivity KČT nejenom v přípravě akcí, ale také ve značení nebo tvorbě map. Krajské samosprávy vždy na nějaké bázi s odbory KČT spolupracují a jejich činnost podporují i finančně.

5.20.1.4 Královéhradecký kraj

Jan Špelda [107] z úseku cestovního ruchu odboru regionálního rozvoje, grantů a dotací Královéhradeckého kraje připomíná, že Labská cyklostezka z Hradce Králové do Kuksu je osazena sčítači, které měří pěší, bruslaře a cykloturisty. Na to navazuje průzkum spokojenosti a detailnější analýza, která zjišťovala, jak se návštěvníci o cyklostezce dozvěděli, dále dodává Špelda [107].

Od roku 2012 vzniká každoročně studie monitoringu návštěvnosti Labské cyklostezky na úseku mezi Kuksem a Hradcem Králové pomocí Nadace Partnerství. V roce 2017 se šetření rozšířilo i o dotazníky.

Toto šetření potvrdilo potenciál stezky a následně i skutečnost, že stezku v Královéhradeckém kraji využívají zatím spíše jednodenní návštěvníci. Do budoucna bude nezbytné tuto skutečnost změnit a přilákat více dálkových cykloturistů, ať už z tuzemska, tak i ze zahraničí. Respondentů dotazníků bylo více než 350, primárně u stravovacích zařízení po trase cyklostezky. Pro zahraniční návštěvníky byly dotazníky přeloženy do angličtiny. Rovných 80 % respondentů uvedlo, že jsou z Královéhradeckého kraje, Pardubický s velkým odstupem obdržel 7 %. V celém vzorku byl celý jeden cyklista ze zahraničí z Německa. Vzorek reprezentuje spíše muže, lidi v mladším nebo středním věku a minimálně s maturitou. Důvodem návštěvy je v jedné třetině výlet a o něco méně relax. Více než pětina respondentů takhle trénuje. Dvě třetiny využívají Labskou cyklostezku několikrát měsíčně nebo ročně. Přes 20 % je dočasnými návštěvníky. Průměrná vzdálenost ve 42 % je 30–50 km. Z průzkumu také vyplynulo, že 40 % cyklistů jede samostatně. Více než ¾ návštěv jsou na 1 den, protože je spousta respondentů místních. Na 2-3 dny jezdí do kraje pouhých 15 % respondentů. Na otázku, jaký zdroj informací použili, uvedlo doporučení známých 55 % respondentů. Přes 20 % respondentů uvedlo tištěné zdroje a sociální síť. Přes 20 % uvedlo, že zdroje nepotřebují. Portál Labské stezky využilo 15 % dotázaných. Přes 90 % využilo stravování, přes 62 % z nich utratilo do Kč 300, přes 25 % do Kč 500. Druhé nejčastější vydání bylo vstupné (25 %). Ubytování využilo 20 % v nejčastější ceně Kč 300–1000. Regionální produkty a suvenýry nakoupilo pouhých 7 % návštěvníků a 75 % z nich za ně zaplatilo do 300 Kč. Dotazovaní byli spokojeni s občerstvením, povrchem, značením. Dobrá byla i dostupnost informací. Ohledně ubytování většina nedokázala odpovědět. Špatně byla hodnocena dostupnost služeb pro cyklisty. Téměř všichni cyklostezku znovu navštíví podobně jako doporučí svým známým. U téměř poloviny byla hlavním motivem pro návštěvu kraje právě Labská stezka.

Výsledky šetření dokazují, že nejtypičtějším uživatelem cyklostezky jsou lidé z blízkého okolí při sobotním výletu. Cyklostezku si oblíbilo mnoho místních. Jen pouhou metodou pozorování dojdeme k závěru, že cyklotrasa je skutečně frekventovaná. Ale až díky zmiňovanému šetření lze dojít k závěru o absenci dálkových cyklistů, kteří se vyskytují jinde po evropských cyklostezkách, třeba na německé části Labské cyklostezky. Toto lze dále řešit marketingem, či kontrolou služeb na trase. Tento výzkum měl smysl, protože bez něho by se tato informace nezjistila.

Jágr [103] uvádí, že o exponovaných víkendech je kapacita Labské cyklostezky překročena vzhledem ke kombinaci cyklistů, maminek s kočárky, kolečkových bruslařů, osob venčících psy na dlouhém obojku, seniorů vykonávajících pěší turistiku. Pro komparaci v německé části Labské cyklostezky je větší klid, ohleduplnost, menší přeplněnost [103].

Sčítání návštěvníků probíhá také v Krkonoších, které jsou velice navštěvovány [108].

V roce 2014 provedla firma KPMG v Královéhradeckém kraji výzkum Kvantifikace přínosů pro veřejné rozpočty plynoucích z cestovního ruchu. Výsledky jsou uvedeny níže v boxech.

Box 15 Kvantifikace přínosů pro veřejné rozpočty plynoucích z cestovního ruchu realizovaného v Královéhradeckém kraji, KPMG [102]

Studie KPMG se zabývá analýzou všech regionů kraje, kde jsou popisovány a uvedeny statistické ukazatele (počet lůžek, doba pobytu, ...). Regiony jsou porovnávány podle domácího a zahraničního cestovního ruchu, struktury jednodenních návštěvníků, služebních cest a tranzitu. Další část ukazuje případové studie konkrétních míst nebo akcí. Výstupem případových studií je kvantifikace celkové spotřeby a přínosy veřejnému sektoru. Celkové přínosy z cestovního ruchu tvořily v roce 2014 necelých Kč 5 mld. Nejvíce příjmů ze služebních cest je na Hradecku (Kč 80 mil). Jednodenní zahraniční návštěvníci navštěvují Krkonoše a Podkrkonoší a příjem činní Kč 130 mil z Kč 370 mil. V 90 % případů je primární složkou zboží. Domácí jednodenní návštěvníci tvoří Kč 637 mil. Na Hradecku a v Kladském pomezí je nejvíce přenocování. Přínos z domácího cestovního ruchu je Kč 1,47 mld., zahraničního cestovního ruchu dokonce Kč 1,82 mld. Regiony Krkonoše a Podkrkonoší (Kč 2,5 mld.) a Kladské pomezí (Kč 900 mil.) mají největší podíl na přínosech. Domácí cestovní ruch přináší Kč 2,35 mld., zahraniční Kč 2,59 mld. V roce 2014 plynuly příjmy z rozpočtového určení daní nejvíce na Hradecko a nejméně do Českého ráje. V následujících letech mohlo dojít ke změně. Dále jsou ve studii uvedeny spotřeby a příjmy státního rozpočtu v letech 2013 a 2014 z akcí Jičín – město pohádky, festival Rock for People a míst Jánských Lázní a ZOO Dvůr Králové.

Box 16 Kvantifikace přínosů pro veřejné rozpočty plynoucích z cestovního ruchu realizovaného v Královéhradeckém kraji, KPMG [102]

Tato studie se také zabývá ADRŠPAŠSKO-TEPLICKÝMI SKÁLAMI, kde jejich návštěvníci utratili v roce 2013 Kč 333 mil. Pro veřejné rozpočty to přineslo Kč 140 mil. v souvislosti s pěší turistikou. Tato oblast je velice populární pro pěší turistiku a pro ni nezbytné značení. Pravidelně se zde koná například turistická akce „*Teplicko-adršpašská 33'*“. Nejvyššími položkami spotřeby byla doprava (Kč 161 mil.) a ubytování (Kč 89 mil.), dále stravování (Kč 56 mil.), vstupné (Kč 14 mil.) a zboží a dárky (Kč 10 mil.). 70,6 % spotřeby bylo vyvoláno domácími návštěvníky. Vzhledem k růstu domácího cestovního ruchu mohlo v dalších letech dojít ke zvyšování těchto přínosů. Ze statistik plyne, že je místo hodně navštěvováno jednodenními návštěvníky.

Box 167 Kvantifikace přínosů pro veřejné rozpočty plynoucích z cestovního ruchu realizovaného v Královéhradeckém kraji, KPMG [102]

Vzhledem k rozmanitosti krajiny jsou v Královéhradeckém kraji vyhledávány zimní sporty, cyklistika i vycházková pěší turistika. Všechny tyto aktivity může zastřešovat také KČT, ať v podobě akcí, značením nebo dalším servisem jako jsou mapy. Dále je vysvětlen multiplikační efekt, kdy cestovní ruch má díky své propojenosti vliv na další obory. CR má přímý dopad na daňové výnosy, ale dále také pro podnikatelské subjekty, marketingové, vědecké, technologické, kulturní a sociální přínosy, vliv na infrastrukturu a zaměstnanost. Z rozpočtového určení daní mají obce největší příjem. Ten ovlivňují také příjmy z cestovního ruchu.

5.20.1.4.1 Jihomoravský kraj

V tomto regionu proběhlo měření ekonomického přínosu návštěvníků v roce 2014. Tento výzkum se zaměřil čistě na cykloturisty. Inspirací pro tento průzkum byl podobný projekt v rakouském regionu Weinviertel. Byl ovšem upraven pro české podmínky. Výsledky tohoto projektu jsou uvedeny níže v boxech.

Box 20 Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu [141]

Rakouským partnerem při tvorbě tohoto výzkumu byl Weinviertel Tourismus GmbH. Cykloturistika má na jižní Moravě vysoký ekonomický dopad. Metodiky jsou používány také v Německu a dobře aplikovatelné pro všechny kraje ČR. Rakouský Weinviertel byl propojen s jižní Moravou trasami EuroVelo. To může mít přínos v podobě většího zájmu. Výstupy mohou využít obce, regiony, komerční sektor a odborná veřejnost. Tyto subjekty posílí spolupráci. Výstupy projektu jsou vypracované metodiky, zpracování dat ověřené metodiky ve vybraných místech a výsledkem je studie výpočtu ekonomického přínosu stezek pro cyklisty. Celkové způsobilé výdaje projektu: 22 683 EUR a byly hrazeny z velké části z projektu Evropská územní spolupráce.

Box 19 Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu [24]

Automatické sčítače byly rozmístěny na osmi lokalitách cyklostezek EuroVelo v Jihomoravském kraji. Měření probíhalo 37 dnů. Získaná data byla ověřena doplňkovým fyzickým sčítáním. Spolupracovníci projektového týmu počítali projíždějící cyklisty na daných místech. Z důvodu termínu dokončení studie data ještě doplnily další údaje z existujících stálých automatických sčítačů.

Box 17 Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu [24]

Metodika, která byla ověřena, může být použita pro zjištění ekonomického přínosu cykloturistiky po celé České republice. Spolupráce probíhala s odborníky Masarykovy univerzity v Brně. Dílčími úkoly v projektu bylo s rakouskými odborníky posoudit současnou metodiku a upravit ji pro použití v českých podmínkách, získat kvantitativní data pomocí automatických sčítačů na vybraných profilech cyklostezek EuroVelo v letním období 2014, doplnit je o další již existující data, dotazníkovým šetřením oslovit široký vzorek respondentů cykloturistů. Od nich byly získány informace ohledně délky pobytu, druhu pobytu, útraty za služby a také další charakteristiky pro následnou aplikaci metodiky. Dále byl proveden z těchto dat výpočet ekonomického přínosu cykloturistiky na daných lokalitách cyklostezek EuroVelo v Jihomoravském kraji. Nakonec byly projednány závěry studie na semináři za účasti českých i rakouských odborníků a následně navrženy další postupy při vyhodnocování ekonomického přínosu cykloturistiky v České republice.

Box 231 Ekonomický přínos cykloturistiky na Jižní Moravě a ve Weinviertelu [24]

Během 5 týdnů letního období automatického sčítání bylo na všech osmi monitorovaných profilech cyklotras naměřeno téměř 150 000 osob, je prezentováno ve studii [24]. Cyklisté tvořili přibližně 80 %. Podle monitoringem získaných dat a podle sezónní návštěvnosti na vybraných lokalitách byla pro všechny cílové lokality dopočítána návštěvnost za 12 měsíců. Na zvolených úsecích dálkových cyklistických tras lze během jednoho roku předpokládat přibližně 276 tisíc cyklistů s potenciálem ekonomického přínosu.

Box 222 Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu [24]

Respondenti odpověděli ve více než 80 %, že byli na vícedenní cestě (nejvíce byl uváděn týdenní pobyt, $\frac{3}{4}$ po celou dobu na stejném místě, nejčastěji v penzionu), říká studie [24]. Necelých 65 % respondentů trávilo cykloturistikou svou dovolenou. U jedné třetiny byla cykloturistika zásadní aktivitou (další aktivity byly návštěvy kulturních památek a ochutnávka vína, v obou případech více než 60 % respondentů).

Box 213 Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu [24]

Přes 80 % veškerých nákladů utratí cykloturisté v destinaci, v relativním vyjádření (nákladů na osobu) utratí cykloturisté, kteří v místě přenocují, téměř 1250 Kč/den, je napsáno Monitoringem návštěvnosti s. r. o. [142]. Celkové závěry pilotního testování metodiky dokládají, že se v daných lokalitách v návaznosti na cykloturistiku vytvoří necelých Kč 100 mil. hodnot ročně (náhrady zaměstnanců, zisky, odpisy, čisté daně atd.). Velikost nepřímých výdajů dosahuje dokonce téměř podobné vysoké hodnoty. Finální přínosy cykloturistiky, generované výdaji návštěvníků v osmi sledovaných lokalitách, lze odhadnout na přibližně 190 mil. Kč ročně. V této studii se autoři dokonce pokusili vyčíslit podle ujeté vzdálenosti i průměrný ekonomický přínos na 1 km.

Autoři studie na závěr dodávají, že celkový odhad ekonomických přínosů cykloturistiky na celém území České republiky by byl zajímavý. Výsledky projektu budou moci být využity v dalších krajích a pak i pro celé území České republiky.

Tato studie je jednoznačně přelomová. I přes nedostatky v podobě úzkého zaměření pouze na cyklisty a měření na pouhých 8 místech v celém kraji dostáváme zkušenosti z výzkumu, který mimo dat o návštěvnosti dokáže určit nejčastější profily návštěvníka, a především jeho denní útraty, které rostou s počtem přenocování. Pro uplatnění v dalších lokalitách bude nezbytné další kvantitativní řešení, protože návyky návštěvníků a cenová hladina se může v jiných krajích a časem měnit. I přesto nám tato studie ukazuje už konkrétní čísla. Výsledky dalších krajů mohou být podrobeny benchmarkingu.

Při srovnání s konkrétním úsekem Labské cyklostezky lze dojít k závěru, že na jižní Moravě disponují výhodou v podobě udržení návštěvníka cyklisty na celý týden na rozdíl od jednodenních výletů mezi Kuksem a Hradcem Králové, který je často realizován lidmi z regionu.

Celkově lze říci za všechny kraje, že mají zájem podporovat Klub českých turistů, propagují jejich akce. Co se týká měření návštěvnosti, tak shodně je uváděno, že takovými daty často nedisponují, není to v jejich pracovní náplni a data o útratách také nesledují, někdy s odkazem na Czechtourism. Návštěvnost se sleduje pouze ve vybraných lokalitách přírodních památek nebo exponovaných cyklostezkách.

5.20.1.5 Pohled regionů

5.20.1.5.1 Český ráj

Jan Mertlík [109] ze Sdružení Český ráj uvádí, že veškerou správu tras má na starost Klub českých turistů. Ten rozhoduje o rozšíření nebo zrušení cest [109]. To rozhoduje podle svého cítění, nikoliv předchozím zkoumáním, nakonec dodává Mertlík [109].

Nicméně minimálně jedno měření v prostoru Českého ráje probíhalo, jak uvádí firma Monitoring návštěvnosti s. r. o. [110] na svých stránkách v mapě realizovaných projektů. „*Na objednávku Centra pro otázky životního prostředí Univerzity Karlovy v Praze byl v roce 2015 monitorován počet uživatelů stezek na lokalitách Drábské světničky a Jižní sedlo (CHKO Český ráj) za účelem srovnávacího ověření metod monitoringu návštěvnosti v řešeném území*“ [110].

5.20.1.5.2 Jeseníky

Informace o projektu monitoringu návštěvnosti v Jeseníkách jsou citovány níže v boxu.

Box 244 Zpracování průzkumu návštěvnosti na vybraných lokalitách CHKO Jeseníky [25]

V oblasti Jeseníků o měření návštěvnosti nepečuje pravidelně Sdružení cestovního ruchu, ale správa CHKO. Poslední výroční zpráva byla za rok 2016 vypracována firmou Monitoring návštěvnosti s. r. o., která se sčítáním osob zabývá. Sledování a vyhodnocení návštěvnosti probíhalo ve vybraných lokalitách. Výsledek slouží jako podklad pro vyhotovení plánu péče nebo souhrnu doporučených opatření. Monitoring návštěvnosti byl realizován automatickým sčítáním pyroelektrickými senzory, ale také v kombinaci s kontrolním fyzickým sčítáním návštěvníků na každé lokalitě. Senzory fungují technologicky na prudké změny teplot v prostředí. Jejich výhodou je neviditelnost v prostoru. Sčítání probíhalo celkem na 11 lokalitách turisticky značených cest a jeden snímač zaznamenával pohyb vozidel. Zaznamenán byl jeden případ vandalismu za celý rok. Další problém zaznamenal sčítač umístěný na strženém mostě. Po fyzické kalibraci se došlo k závěru, že jednotlivá měřící stanoviště fungovala s přesností 75–95 %. Nejvyšší návštěvnost byla naměřena na Pradědu (modře značená trasa mezi rozc. Praděd a Praděd – vrchol), a to celkově 170 048 osob s průměrnou denní návštěvností 464,6 sečtených turistů. Toto místo mělo přesnost měření 75 %. Další místa mají návštěvnost nižší. Následuje Bílá Opava s 90 233 průchozími. Na opačném konci žebříčku je Velká Kotlina (chodník naučné stezky) s 12 380 sčítanými osobami. Ve statistikách se lze dále dočíst maximální počet osob v jednom dni, rozlišení na pracovní a víkendové dny. V této studii jsou dále porovnávána data s minulými lety. Data jsou také přehledně seřazena podle měsíců. U detailů jednotlivých sčítacích středisek se lze dočíst o procentuálním zastoupení běžkařů, cykloturistů, směru chůze (dle schopností daného sčítače a určení cesty). V souhrnu je uvedeno, že počet návštěvníků na vybraných lokalitách klesl. Nepřekvapujícím zjištěním je největší koncentrace turistů v období letních prázdnin nebo o víkendech. Kralický Sněžník je dostupný po více trasách a také sestup je možný tou samou cestou nebo někudy jinudy. Odhad návštěvníků tohoto místa je nemalých 107 964. Pozorován byl také při fyzickém sčítání pohyb lidí mimo oficiální chodník, a tedy automatické sčítání nepokrylo všechny průchozí.

5.20.1.5.3 Šumava

Na Šumavě je návštěvnost sledována již několik let. Především v informačních centrech, naučných stezkách a v dalších vybraných lokalitách, jak píše v emailu za

národní park Kučeravá [111]. Toto měření je prováděno ručně pracovníky a to zvyšuje mzdové náklady, dodává Kučeravá [111].

Kučeravá [111] také informuje o prvním roce měření automatickými sčítači, jejichž data dosud nejsou k dispozici.

Koordinátorka socioekonomického monitoringu správy NP Šumava doktorka Barbora Matt Kučeravá [111] doplňuje, že všech 34 sčítačů je na jeden rok od 24. 11. 2017 umístěno pouze na pěších značených trasách. Osm z nich změří i cyklisty. Pak budou data vyhodnocena. Ponechají se sčítače, které nejlépe korespondují s výslednými daty (zřejmě do počtu 15 ks). Ty by zde měly zůstat dlouhodobě. Čidla byla koupena na základě právě probíhajícího projektu, dále uvádí. Koordinátorka tohoto projektu dodává, že sčítače vyjdou určitě levněji než platy osob nárazově ručně sčítajících a navíc sčítají nepřetržitě. Další informace o projektu měření návštěvnosti publikovaném ve specializovaném časopise o Šumavě se nachází níže v boxu.

Box 255 Šumava: Zajímavosti z přírody, ze života obyvatel, z historie [133]

Projekt probíhá ve spolupráci se sousedním německým Národním parkem Bavorský les. Za cíl má sestavit profil návštěvníka a další využití. Se zaváděním měření pomáhají zkušenosti s měřením ve více zahraničních chráněných územích skrze zemědělskou univerzitu ve Vídni. Ta je i odborným metodikem. Sčítače byly umístěny u vstupů do národního parku a často u parkovišť na okrajích parku. Sčítače fungují na principu tepelného snímače. Čidlo je zabudované v dřevěném sloupku a je vysunovatelné při sněhové pokrývce. Projekt doplňuje velké dotazníkové šetření, aby se vytvořil profil návštěvníka. V rámci přeshraniční spolupráce budou kladeny výzkumné otázky, zda do parku na české straně jezdí spíše Češi nebo zahraniční návštěvníci a proč Češi jezdí do německé části parku. Projekt monitoringu je financován z Programu přeshraniční spolupráce. Na české straně se náklady předpokládají na 282 025 Euro s očekávanou dotací ve výši 85 %.

5.20.1.5.4 Agentura ochrany přírody ČR

V chráněných krajinných oblastech je také sledována návštěvnost, jak uvádí doktor Ondřej Vítek [112]. Dále uvádí, že monitoring metodou automatických sčítačů se osvědčil, data jsou s vědomím jejich omezení využitelná pro ochranu přírody, zejména pro management návštěvnosti, který je však v českých podmínkách zatím nepříliš rozvinutý. Další informace o metodice měření Agentury ochrany přírody je níže v boxu.

Zde je uváděna důležitost tohoto měření pro udržitelný turismus a využití území návštěvníky. Ti získávají na daném území poznatky o životním prostředí. Musejí být ovšem usměrněni. Vhodný management může být pro návštěvníky pozitivní. Pro tyto potřeby dobrého managementu jsou nezbytná data o množství, charakteristikách, chování, názorech a prostředích. Data poslouží pro stanovení únosné kapacity. V této práci je dále uváděno, jak postupovat. Zadavatel nejprve určí rozsah monitoringu a specifikace zadání. Vybraná firma vyhotoví sběr dat a ta předá. Zadavatel monitoring vyhodnotí. Účel monitoringu se musí stanovit dopředu. Typická data jsou motivy návštěvy, místo bydliště, struktura skupiny, velikost skupiny, prostorová distribuce osob, směr pohybu, časová distribuce, frekvence návštěv, trvání návštěvy, typ pohybu, počet unikátních návštěvníků, celkové zatížení. Personální monitoring je určený spíše pro krátkodobé měření. Tato data jsou přesná, bohužel personálně a finančně náročná. Další možnosti jsou foto či video monitoring. Ty mohou přesně monitorovat a přesně rozlišovat návštěvníky. Dále jsou na trhu mechanické a automatické sčítače, které měří nonstop a jsou nejvyužívanější v ČR. Pokročilejší sčítače zvládají také posílat data v reálném čase. Měření může probíhat i několik let. Nutná je ale vyškolená osoba pro začátek měření a kalibraci. Sčítače se mohou ovšem znečistit, mohou sčítat zvěř, mohou být cílem vandalizmu. Návštěvníkový profil může být zjišťován kvalitativně osobním rozhovorem nebo kvantitativně například papírovým nebo elektronickým dotazníkem. Rozhovor má výhodu získání specifických informací, ale výběrový vzor může být zkreslen. Dotazníková šetření jsou finančně efektivnější, ale otázky musí být zjednodušené. U podobných výzkumů je vždy riziko, že ochotu odpovídat na dotazy mohou mít nějaké skupiny vyšší než jiné. Monitoring může probíhat i pomocí dat mobilních operátorů. Metody toku návštěvníků mohou být komplexní sčítání na všech vstupních bodech, výběrové šetření prostorové distribuce pomocí dotazníků, sledování toků návštěvníků podle dat GPS skrz aplikaci v mobilu.

Tato publikace [113] velice dobře uvádí do problematiky monitoringu návštěvnosti. Dále se v ní uvádí, že sledování návštěvnosti nemusí probíhat jen kvůli zachování přírodního dědictví, ale i pro potřeby místních samospráv. Ty data mohou dále využívat k marketingu, lepšímu uspokojení potřeb nebo usměrnění pohybu [113]. Klub českých turistů nabízí své aktivity po celém území a po celý rok (dokonce i v zimě) [113]. To může mít kladný vliv na přírodu díky rozmělnění návštěvníků, nakonec přiznává publikace.

5.20.1.6 Konkrétní lokality

5.20.1.6.1 Lázně Bělohrad

Města mají největší přínos z rozpočtového určení daní. Část z nich může pramenit z cestovního ruchu. Podkrkonošské městečko Lázně Bělohrad mimo zaměření na lázeňství, kulturu se soustředí na aktivní dovolenou. Kolem města jsou vyznačeny cyklostezky a pěší trasy, například dvě varianty Naučné stezky K. V. Raise (na obrázku č. 20). Kratší tvoří okruh k nedalekému kostelíčku a delší vede až na Zvičinu, nejvyšší vrchol regionu. Naučná stezka je vedena místy, kudy skutečně spisovatel Rais chodil na procházky a vyznačena KČT. Tabule financovalo město. V roce 2012 tvořil příjem z cestovního ruchu přes Kč 5 milionů [102] z celkového rozpočtu necelých Kč 45 milionů [114].

Obrázek 20 Naučná stezka K. V. Raise na Zvičinu



Foto: vlastní foto autora

5.20.1.6.2 Železná Ruda

V okolí tohoto šumavského rekreačního střediska, pro svoji polohu ideálního pro pěší, lyžařskou nebo cykloturistiku, byl umístěn sčítač návštěvnosti na cestě k Černému jezeru [115]. Bohužel dotčené instituce nemohou vzájemně potvrdit autora monitoringu, i když o monitoringu vědí a schvalovali jeho umístění [116].

Informace o monitoringu návštěvnosti na celé Šumavě jsou v předchozí části zaměřené na regiony.

5.20.2 Polsko

Na rozdíl od Česka pokrývají Polsko převážně roviny a má mořské pobřeží. Aktivní formy cestovního ruchu jsou provozovány často v jižní části v horách v příhraničí, tedy na relativně malém prostoru vůči velikosti země. Podle Panenkové [117] je značení v Polsku velice podobné, ale používaná je ještě černá barva.

Řízený rozhovor proběhl částečně v polském jazyce se zástupcem stánku polské strany Jizerských hor při veletrhu Euroregiontour v Jablonci nad Nisou v sobotu 17. 3. 2018.

Podle reprezentanta oblasti [118] v Polsku existuje velice podobný spolek turistů s názvem PTTK. Ten propaguje turismus jako celek, stará se o pěší značení a stavbu nových cest, provozuje levnější ubytování a podle současných požadavků také ubytování vyšší kvality. V Polsku je rozvoj turistických tras financován městy a regiony. Efektivita aktivit místního PTTK je na nich. Je zde velký vliv místních klubů.

5.20.3 Německo

Podle Kamily Stojanové [119], koordinátorky marketingu českého zastoupení Německé centrály pro ČR vyplývá, že pěší turistiku a péči o značené trasy v Německu ve smyslu koordinace a certifikace kvality zastřešuje obdobná organizace jako KČT - jedná se o „Deutscher Wanderverband“. Členy tohoto spolku jsou regionální a lokální kluby turistů. Jejich zájmy pak Deutscher Wanderverband zastupuje na spolkové úrovni jako člen dalších národních organizací, jako je Deutscher Tourismusverband apod [119]. Není příjemcem žádné trvalé státní podpory, pouze v rámci jednotlivých projektů, financování tak zajišťují hlavně členské příspěvky, dary veřejnosti a vlastní vydavatelská a vzdělávací činnost [119].

Prakticky budování a značení pěších tras spadá do kompetence regionálních organizací a místních samospráv [119]. Tyto pak získávají finanční prostředky na rozvojové projekty ze státních či evropských dotací, případně turistických tax, pokud je mají na svém území zavedeny. Studie o ekonomickém přínosu pro místní ekonomiku existují. V roce 2010 byla jedna dokonce zaměřena čistě na pěší turistiku [119].

Další informace o pěší turistice na území Německa předkládá studie vypracovaná Deutscher Wanderverband.

Německé snahy o podporu domácího cestovního ruchu jsou viditelné i ve statistikách. Například pěší turistiku provozuje 66 % a cykloturistiku dokonce 76 % německých respondentů, jak uvádí mimo jiné Dicks, Neumeyer, Quack, Hasllerbach a Herrmann [28]. Studie německého pěšího spolku od těchto autorů dále uvádí také ekonomické výdaje účastníků pěšího cestovního ruchu. Statistiky z roku 2010 uvádějí, že přes 58 % výdajů připadá na restaurační zařízení, potraviny a nápoje necelých 18 %, denní ubytování přes 14 %, dopravu necelých 6 %, vstupné pouze přes 1 %. Ve studii je dále uváděno stanovisko k útratám v regionech, informace k infrastruktuře cest, vývoji softwaru pro digitální trasy, spokojenost s trasami, statistiky se složením bydlení, kde dominují hotely, následované objekty prázdninového bydlení jako chaty a chalupy. Dále se studie zabývá certifikáty kvality a sdílením dobrých zkušeností neboli „Best - practise“. Ve zdrojích informací před cestou vyhrává už v roce 2010 internet, následovaný osobní zkušeností a letáky informačních center. Zajímavé je, že 0,5 % německých turistů se orientuje pomocí tištěných map a necelá polovina podle ničeho. Převažuje také využití vlastních dopravních prostředků do destinace. Dále se třeba v této práci dočteme o odpovědi na otázku, co přitahuje lidi do přírody. V další části výzkumu najdeme ze spontánních odpovědí jako pomyslného vítěze přírodní zajímavosti (45 %) následované čerstvým vzduchem (21 %) a pohybem (20 %). Přes 10 % ještě tvoří samotný pohyb, regenerace a sociální kontakt. Tyto odpovědi jsou dále popsány podle věku. Největší rozpory jsou například u nabrání nových sil, stresu a zdravotních aspektů. V německém prostředí je spousta nádherných scenérií umístěných v okrajových oblastech, kde je slabá ekonomická síla a turismus může podpořit soukromé podnikání. Specifikací cestovního ruchu jsou nízké vstupní bariéry a velký trh i u jednodenních návštěvníků. Výdaje nejsou realizovány pouze v cílové destinaci, ale také před cestou. Ve studii jsou dále zmíněny části oblečení a předměty, které turisté vlastní. Německý turista utratí v průměru 92€ za konkrétní vybavení. Celkem je to 216 € v průměru na jednoho turistu. Ve statistice jsou zahrnuti také turisté, kteří nic neutratí. Celkem to činí 3,7 miliard pouze pro pěší turistiku. Dále jsou uvedeny náklady utracené při jednotlivých denních výletech nebo delších dovolených. Vzhledem k vyšším německým platům, které mají vliv na ceny služeb, jsou tato data s ČR neporovnatelná. Dále jsou uvedeny výdaje podle ujitých kilometrů, které nezahrnují ubytování. Nejvíce představují útraty v restauracích a kavárnách, které jsou nejvyšší u vícedenních cest a u 10–15 a ještě více u 15–20 kilometrů. Porovnány jsou i výdaje účastníků pěších a cyklo aktivit.

5.20.4 Rakousko

Podobně jako máme Klub českých turistů v Čechách, v Rakousku funguje již od roku 1867 Rakouský alpský spolek, což uvádí Brunner a Welsch [83]. I on se stará o síť pásového značení a tvorbu map [83]. Mapy jsou tvořeny 115 let, a to především v měřítku 1:25 000, přitom průběžně jsou aktualizovány [83]. Speciální mapy jsou pro pěší a cykloturisty a dostupné jsou i on-line na počítačích i mobilních zařízeních, dodávají autoři.

Rakouský alpský spolek provozuje zhruba 500 chat, které ve vysokohorském prostředí Alp nabízejí ubytování a stravování, a dále pečuje o 40 000 km značených tras, z toho o 26 000 přímo [120]. Velký důraz spolek klade na ochranu přírody, spolupracuje s národními parky a má vlastní projekty [121]. Pracuje s mládeží, seniory, pořádá tábory a programy pro zdravotně postižené [121]. Zaměřený je také na kulturu, spolek dokonce provozuje i vlastní muzeum [121].

Práce je tvořena převážně dobrovolníky [122]. Celkový počet členů je 545 000, z toho 141 400 je mládež [122]. Alpský spolek sídlí v Innsbrucku, kde je jeho ústředí [122]. V ústředí je předseda a šest místopředsedů [122]. Spolek řídí ústředí společně s dalšími 20 osobami na federálním výboru. Spolek se dále dělí na oddíly umístěné v jednotlivých městech organizovaných podle spolkových zemí. Těchto poboček je 197 v Rakousku, Belgii a Británii [122].

Členové spolku čerpají řadu výhod jako například využití publikační činnosti, pojištění platné po celém světě, slevu na ubytování na horských chatách alespoň 10€ a přednostní umístění, využití školících programů, meteorologickou službu, využití aplikací plánujících trasy, program pro děti a mládež, slevy u partnerů po celém Rakousku a další výhody pro horolezce [123].

Lze říci, že jak český, tak rakouský největší turistický klub toho mají společného více, než by se zdálo. Rozdíl je patrný v zaměření na aktivity, které se liší na českém území a ve vysokohorském terénu. Zajímavý je fakt o počtu členů, který je velice rozdílný a také chat vlastní rakouský spolek výrazně více.

6 Shrnutí výsledků

Tato práce má za cíl lépe, komplexněji a konkrétněji definovat přínos spolku Klubu českých turistů. Dále se zabývá spoluprací s dalšími aktéry cestovního ruchu.

Práce obsahuje nové poznatky skrz řízené rozhovory se zástupci Klubu českých turistů na různých úrovních. Dále jsou v této práci analyzovány již vypracované studie metodou deskripce. Je nezbytné připomenout, že veškeré dosavadní studie ekonomického přínosu nepracují s exaktními čísly, ale spíše s odhady určitého vzorku lidí na daném území. Výsledek těchto výzkumů proto nemusí být přesný. Prostor je zde věnován mnoha úrovním státní správy, samosprávy a státních organizací spojených s cestovním ruchem nebo ochranou přírody. Jsou zde také naznačeny výdaje osob spojených s KČT nebo využívajících jeho služeb. Pro ilustraci kontextu středu Evropy jsou zde komparovány přístupy států Polska, Rakouska a Spolkové republiky Německo. Pro doplnění komplexnosti problematiky, kterou nelze omezit pouze na ekonomiku, je spolkový život a aktivní pohyb venku pozitivně ovlivněn zdravotními aspekty, které jsou uvedeny ve zvláštní kapitole.

Především ekonomicky je možné dosáhnout reálných odhadů. Nezbytné je pracovat s výdaji před cestou a v cílovém místě. Nutný je ovšem velký počet respondentů pro dosažení reálnějších čísel. Část sčítání návštěvníků může být problematická. Významné je také počítat s multiplikačním efektem pro region. Je nezbytná koordinace více regionálních projektů na toto téma, aby poskytly svá data.

Přínosy mimo cestovní ruch jako zdravotní aspekty nebo práce s mládeží, a tím předcházení sociálně-patologickým jevům, se dá hůře odvodit kvůli dalším vlivům. Dále se špatně pozorují jednodenní návštěvníci a uživatelé druhého bydlení, při kterém je venkovský prostor pro rekreaci využíván.

Klub českých turistů se významně podílí na cestovním ruchu České republiky, což ovšem nelze podložit konkrétním exaktním výzkumem. Nejviditelnějším prvkem je celoplošné pásové značení, které Češi považují již za samozřejmost. KČT buduje základ aktivní dovolené v regionech a jedinečný nejsofistikovanější produkt na světě v této kategorii.

Czechtourism disponuje pouze daty o všech návštěvnících České republiky a jejich konkrétní aktivity nesleduje tak podrobně.

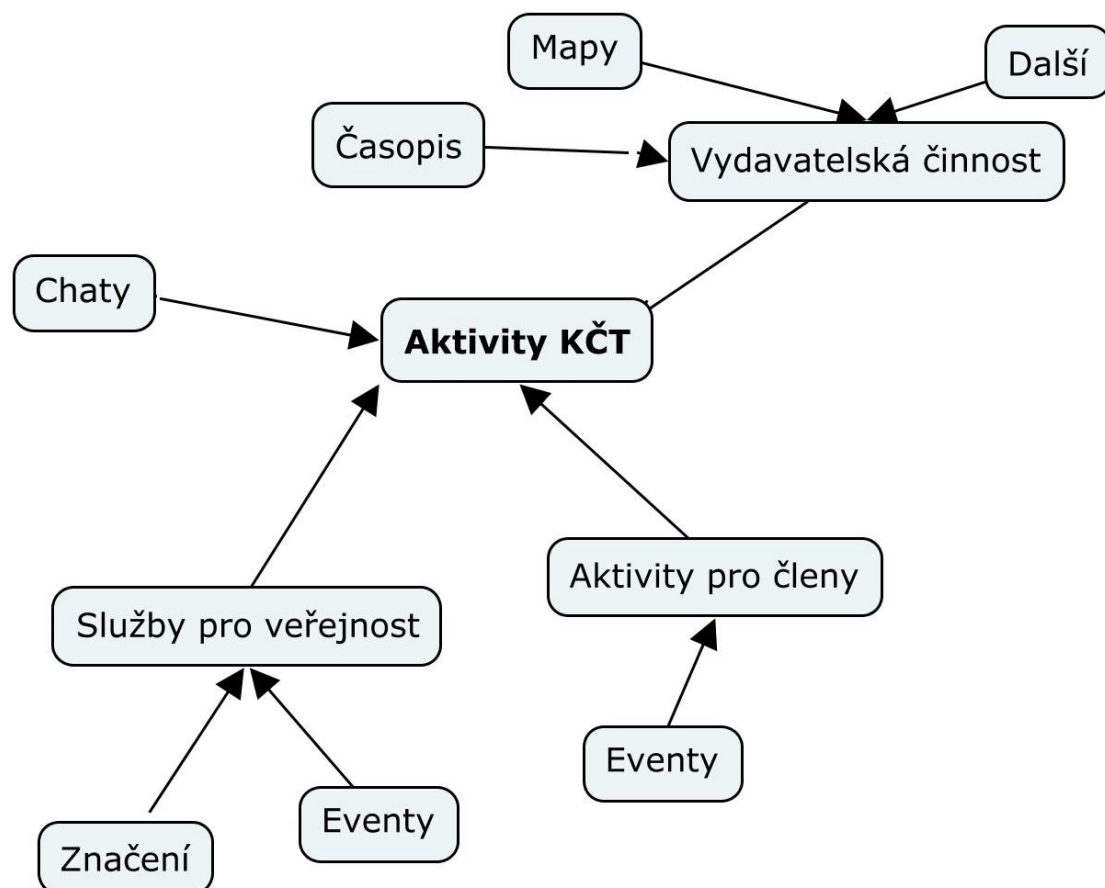
KČT je v kontaktu s dalšími subjekty v cestovním ruchu a spolupráce s některými probíhá. Značení je podporováno Ministerstvem pro místní rozvoj a kraji. Kraj nebo města a obce podporují konkrétní eventy. Destinační společnosti nebo

turistická informační centra je propagují. Ve spolupráci také vznikají naučné stezky. Bohužel, instituce jako Czechtourism nebo Ministerstvo pro místní rozvoj nerealizují spolupráci tak výrazně. Taktéž se soukromým sektorem není výrazně spolupracováno při plánování značených cest, což ovšem neplatí při organizaci eventů.

Bohužel, ani všechny kraje si neuvědomují dopad cestovního ruchu jako celku a aktivní součást tohoto odvětví málo sledují. Nebo vůbec tato data nemají. Zástupci krajů uvádějí, že role KČT je nezastupitelná.

Klub českých turistů v regionech obvykle spolupracuje se subjekty destinačního managementu. Spolupráce ovšem nemusí být vždy komplexní a zahrnovat všechny aktéry. Nutné je ovšem podotknout, že zástupci KČT nejsou na rozdíl od dalších partnerů za svoji činnost finančně motivováni. Aktivity KČT jsou níže shrnuty v mentální mapě.

Obrázek 21 Aktivity KČT



Zdroj: vlastní zpracování, [56]

7 Závěry a doporučení

Klub českých turistů na českém území realizuje celou řadu aktivit. Strategií Czechtourismu je zaměření na poznávání regionů. Pro to může Česká republika nabídnout velice dobré podmínky kvůli dopravní dostupnosti a velké koncentraci památek. Celosvětovým trendem je aktivní dovolená. Klub českých turistů může nabídnout velice přesné pěší a cykloznačení pro tyto aktivity. Lze tvořit různé produkty cestovního ruchu spojeně s pěší nebo cykloturistikou. Ty, spojené s českým značením, už dneska mohou nabídnout některé cestovní kanceláře. Bohužel, celostátně neexistuje jednotný přístup k měření uživatelů těchto cest nebo dokonce finanční návratnosti.

Měření je nejčastěji realizováno na několika frekventovaných místech, často cyklostezkách. Dále je měření návštěvnosti prováděno v chráněných lokalitách. Příklady jako Jihomoravský kraj ukazují, že tato data lze získat. Bohužel, velkým nedostatkem jsou relativně vysoké ceny projektů. Jak uvádí sám Jihomoravský kraj, bylo by dobré se o poznatky podělit s dalšími kraji nebo vytvořit metodiku prováděnou Czechtourismem. Tato data mohou poskytnout lepší obraz při rozhodování o finanční podpoře sekce značkařů Klubu českých turistů. Nemluvě o tom, že český spolkový život trpí podfinancováním obecně. Tato šetření také mohou podat lepší informace o návštěvnících a tato data dále zohledňovat při plánování a marketingu. V dnešní době se nelze omezovat na ruční sčítání. Měřit návštěvnost průchozích míst lze celoročně. Pro informace o větší oblasti (národní park, pohoří, chráněná krajinná lokalita) lze použít data mobilních operátorů. Tyto informace by měly být doplněny o další šetření mezi návštěvníky. Prospěšná může být přeshraniční spolupráce přirozených regionů, rozdělených státní hranicemi, na těchto projektech. Výsledkem takové studie by mělo být zjištění, jaká část území je více navštěvovaná a v druhé části by mělo být odůvodnění tohoto stavu. Například horší kvalita značených tras nebo nedostatečné zázemí pro návštěvníky. Bohužel je nezbytné počítat s vysokou finanční náročností při podobných výzkumech.

Společenské aktivity sdružování nebo zaměření na mládež jsou už jen nástavbou mimo cestovní ruch.

Důležitá je především synergie mezi zástupci neziskového sektoru, ziskového sektoru a státní správy, samosprávy a zlepšení jejich komunikace. Vybudování stezky může mít maximální efekt v případě další nabídky návštěvníkům, například v podobě stravovacích zařízení podél značených cest a v ideálním případě také možností nákupu nebo ochutnávky místních produktů. Bohužel pro efektivitu podnikatelského plánu je nezbytná vyšší návštěvnost daného místa. To by mohla vyřešit větší propagace konkrétních cest (do budoucna například takzvaných „moderních cest“), například ze strany destinačních společností. Zde

je ovšem nezbytné počítat s maximální únosnou kapacitou dané oblasti. Naštěstí už v některých turistických informačních centrech lze lokální produkty nakoupit.

Otázek, se kterými se klub musí vypořádat do budoucna, je několik. Zajisté se jedná o financování činnosti a nedostatek značkařů pro cykloturistické a pěší značení.

Nezbytné je najít způsoby získání prostředků pro financování chodu organizace. Dalším krokem je otázka zvýšení prestiže značkařů. Jejich průměrný věk roste a časem to může mít negativní dopady v některých oblastech na kapacitu pravidelné obnovy značení. Měli by být vhodně osloveni členové Klubu českých turistů, kteří by se chtěli stát novými značkaři a následovat jejich kompletní výškolení. Stárne také členská základna. To ale nemá vliv na chod organizace.

Cílem bakalářské práce bylo zhodnocení zjistitelnosti role a fungování Klubu českých turistů v cestovním ruchu a komunikace tohoto spolku s dalšími aktéry. Jedná se o široké spektrum činností, které klub vykonává. Od zadání se text neodchýlil a přinesl nové poznatky.

Základem obsahu je několik řízených rozhovorů s klíčovými regionálními i celostátními osobnostmi, které jsou odborníky ve svém oboru. Tyto diskuze kvalitativního výzkumu se uskutečnily a nahrály na záznamové zařízení bez velkých problémů nebo byl pro komunikaci použit email či telefon. Rozhovory jsou základem práce a dávají jasné podněty této problematice. Kvantitativní výzkum pomocí hromadného dotazníkového šetření se nerealizoval. Osoby strategických rozhovorů otevřely nové otázky a podaly rozšiřující pohled na problematiku, a to s nadhledem. Zúčastněným osobám patří poděkování za jejich vstřícný přístup, čas a pochopení pro důležitost této práce. Na závěr se všechna data interpretují.

Klub českých turistů v České republice má na rozdíl od jiných zemí velkou konkurenční výhodu v podobě jednotnosti značení po celém území, a to i přes rozdílnost podpory jednotlivých krajů. Historicky značené cesty měly vždy logiku, například v návaznosti značení na hromadnou dopravu (vlak, autobus). Je velice důležité, že stále širší skupina uživatelů chytrých zařízení má dostupné mapy v mobilních telefonech.

Přesto může být stále aktuálnější vizí sledování nádherného prostředí před sebou, orientace podle značení v úrovni očí a zanechání svého mobilního telefonu v kapse.

Bakalářskou práci by bylo dobré vhodně doplnit o rozsáhlé celoplošné socio-ekonomické šetření o přínosu aktivit, jako je například pěší nebo cykloturistika, pro cestovní ruch a příjmy z něj.

Výsledky budou předány zodpovědným osobám z vedení KČT, kterým poznatky z bakalářské práce poslouží přímo k uplatnění v praxi.

8 Zdroje

8.1 Citovaná literatura, internetové a další zdroje

1. Stanovy Klubu českých turistů [online]. 2017 [cit. 2017-11-2]. Dostupné z: <https://www.kct.cz/cms/sites/default/files/users/user1/dokumenty/kct/stanovykct2017.pdf>.
2. BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-80-7435-130-3.
3. GUASTI, Petra. *Povaha občanské společnosti v České republice v kontextu střední Evropy*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007. Sociologické disertace. ISBN 978-80-7330-122-4.
4. SLOUKA, Igor. *Turistika Naboso & bosý životní styl: Barefoot Walking & lifestyle, Barfuß Touristik & lebensstil* [online]. 2014 [cit. 2018-06-10]. Dostupné z: <https://www.turistikanaboso.cz/>.
5. BREYER, Marie-Kathrin. *Nordic Walking improves daily physical activities in COPD: a randomised controlled trial*. (2010). DOI: 10.1186/1465-9921-11-112.
6. HUBÁČKOVÁ, Šárka. Geocaching as a Motivation to Foreign Language Teaching. In: . Antalya, 2016. DOI: 10.1016/j.sbspro.2016.10.029.
7. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *Aktuality sekce běžecké turistiky. : Běžecká turistika* [online]. Praha, 2018 [cit. 2018-06-15]. Dostupné z: <https://www.kct.cz/cms/aktuality-sekce-bezecke-turistiky>.
8. VÁGNER, Jiří a Dana FIALOVÁ. *Regionální diferenciacce druhého bydlení v Česku*. Praha: Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze, 2004. ISBN 80-86561-15-1. : autor neznámý.
9. TUČEK, Jan. *Příjezdový cestovní ruch 2016: Prezentace výsledků výzkumu*. Ministerstvo pro místní rozvoj [online]. Stem mark, 2017, březen 2017 [cit. 2018-02-02]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/a6642423-c42d-4a37-ae0f-73859e978247/2016-cely-rok-prez>.
10. ELIÁŠ, Karel a Marek SVATOŠ. *Nový občanský zákoník 2014: rejstřík: redakční uzávěrka 26.3.2012*. Ostrava: Sagit, 2012. ÚZ. ISBN 978-80-7208-920-8.
11. MORRIS, Jerry a Adrienne HARDMAN. *Walking to health: Sports Med*. 1997.

12. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *O organizaci Klubu českých turistů. : KČT* [online]. [cit. 2018-06-17]. Dostupné z: <https://www.kct.cz/cms/o-organizaci-klubu-ceskych-turistu>. [Online]
13. ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. ISBN 978-80-7041-070-7.
14. BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4487-2.
15. ARMY OF DARKNESS, S.R.O. *NOVINKY - CHATA PRAŠIVÁ EKOLOGICKY* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/chata-prasiva-ekologicky/novinky/>.
16. HITHIT, S.R.O. *Pitná voda pro Kusalíno* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/project/4085/pitna-voda-pro-kusalino>.
17. SPOLEČNOST ČLOVĚK V TÍSNĚ, HNUTÍ DUHA JESENÍKY. *Turistické značení* [online]. 2012 [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: http://www.podkarpatskarus.net/turisticke_znaceni.htm.
18. BRUNER, Štěpán. Ivo Dokoupil: *České značky učí Ukrajince chodit do hor* [online]. 29. dubna 2016 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/zahranicni/ekonomika/ivo-dokoupil-ceske-znacky-uci-ukrajince-chodit-do-hor-1291581>.
19. VELVYSLANECTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY V KYJEVĚ. *Turistické značení v Karpatech a na Krymu* [online]. [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/kyjev/cz/vzajemne_vztahy/ceska_podpora_ukrajine/rozvoj_ova_spoluprace/turisticke_znaceni/index.html.
20. SPOLEČNOST ČLOVĚK V TÍSNĚ O.P.S.,. *Možnosti turistiky v okolí v českých vesnicích* [online]. [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: <http://www.banat.cz/turistika.htm>.
21. VESELÝ, Ondřej. *VYZNAČME BATAYPORŮ* [online]. [cit. 2018-01-13]. Dostupné z: <https://www.vyznacmebataypora.cz/>.
22. PÁSLER, Jan, Ivo CÍR a Milan PERNICA. *ZÁKLADNÍ PRAVIDLA ZNAČENÍ TURISTICKÝCH TRAS: Stručný výtah ze závazné metodiky značení turistických tras* [online]. 3. doplněné vydání. Praha: Rada značení ÚV KČT, 2013 [cit. 2017-06-13]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/>. [Online]
23. PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

24. EKONOMICKÝ PŘÍNOS CYKLOTURISTIKY NA JIŽNÍ MORAVĚ A VE WEINVIERTELU [online]. , 1-4 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: http://www.cyklo-jizni-morava.cz/file/32320/Z%C3%A1v.%20zpr%C3%A1va%20-%20Ekon.%20p%C5%99%C3%ADnosy%20cyklo.-priloha_12.pdf.
25. HALFAR, Jan, Marek BANAŠ a David ZAHRADNÍK. *Zpracování průzkumu návštěvnosti na vybraných lokalitách CHKO Jeseníky: Výroční zpráva za rok 2016*. Dolany, 2017.
26. Partnerství, o.p.s.,. *CYKLOTURISTIKA NA LABSKÉ STEZCE V KRÁLOVEHRADECKÉM KRAJI: ZPRÁVA O VÝSLEDČÍCH DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ ZA ROK 2017*.
27. National Trails Office. <http://www.irishtrails.ie> [online] [cit. dne 2018-06-09] Dostupné z http://www.irishtrails.ie/National_Trails_Office.
28. DICKS, Ute, Erik NEUMEYER, Heinz-Dieter QUACK, Bert HALLERBACH a Peter HERRMANN. *Grundlagenuntersuchung Freizeitund Urlaubsmarkt Wandern: Forschungsbericht Nr. 591* [online]. Kassel: werbeagentur aufwind GmbH, Bahlingen, 2010 [cit. 2018-04-04]. Dostupné z:.
29. 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.
30. *Základní pojmy* [online]. Mendelova univerzita Brno [cit. 2018-07-23]. Dostupné z: <http://www.utok.cz/node/217>.
31. ZELENKA, Josef, Martina PÁSKOVÁ a Martina HUSÁKOVÁ. *Aplikace umělé inteligence, kognitivní vědy a informačních a komunikačních technologií v udržitelném cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-536-3.
32. VYSTOUPIL, Jiří, Martin ŠAUER a Michal TROUSIL. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7. : autor neznámý.
33. Kolektiv Konsorcia SPROR Plus. *CESTOVNÍ RUCH A UDRŽITELNÝ ROZVOJ*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007.
34. MICHÁLKOVÁ, Anna. *Faktory úspěšnosti regionálních sítí v cestovním ruchu*. Praha: Oeconomica, 2010. ISBN 978-80-245-1735-3.
35. Český statistický úřad. *Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2014 – 2017* [online]. [cit. 2018-06-16]. Dostupné z: <http://www.neziskovsky.cz/data/Statistika%20po%C4%8Dtu%20nest%C3%A1>

tn%C3%ADch%20neziskov%C3%BDch%20organizac%C3%AD%202014_2016_
d : autor neznámý.

36. *Projev prezidenta republiky Václava Havla na sympóziu Myšlenky Václava Havla a koncept občanské společnosti Macalester College, Minneapolis/St. Paul, USA, 26. dubna 1999.*

37. ZAJONCOVÁ, Dana. *Kulturně historické dědictví v péči místních komunit* [online]. [cit. 2018-06-17]. Dostupné z: <http://elearning.historickededitvi.com/zobraz/materialy/odborne-texty/humanitni-environmentalistika>.

38. HŮLEK, Jan. *Klub českých turistů v Lomnici nad Popelkou. KČT Lomnice nad Popelkou* [online]. [cit. 2018-07-06]. Dostupné z: <http://www.kctlomnicenp.wz.cz/historie.htm> : autor neznámý.

39. KČT NOVÁ PAKA. *Historie klubu* [online]. [cit. 2018-07-06]. Dostupné z: <http://kctnovapaka.wz.cz/historie-klubu/> : autor neznámý.

40. MITROVSKÝ, Harry. KAWI. *Co je tramping: ZAMYŠLENÍ NAD TÍM, CO JE TRAMPING* [online]. [cit. 2018-07-03]. Dostupné z: <https://kawi.cz/tramping/> : autor neznámý.

41. POVODA.CZ. *Krátká historie vodáctví v Čechách* [online]. [cit. 2018-07-04]. Dostupné z: <http://www.povoda.cz/clanky/1354326586/kratka-historie-vodactvi-v-cechach.html> : autor neznámý.

42. POVODA.CZ. *O vodáctví, vodácích a hezkých věcech kolem vodáckého sportu...* [online]. [cit. 2018-07-04]. Dostupné z: <http://www.povoda.cz/clanky/2152097385/o-vodactvi.html> : autor neznámý.

43. SKORKOWSKA-TElichOWSKA, Katarzyna, Katarzyna KROPIELNICKA, Katarzyna BULINSKA, Urszula PILCH, Marek WOZNIEWSKI, Andrzej SZUBA a Ryszard JASINSKI. *Nordic walking in the second half of life*. Switzerland: Springer International Publishing, 2016. DOI: 10.1007.

44. MORSØ, Lars, Jan HARTVIGSEN, Lis PUGGAARD a Claus MANNICHE. *Nordic Walking and chronic low back pain: design of a randomized clinical trial* Lars Morsø1,2,. BioMed Central, 2006. DOI: 10.1186/1471-2474-7-77.

45. MARGARYANA, Lusine a Peter FREDMAN. *Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers*. Elsevier, 2017.

46. VŠH a A.T.I.C., *Učební texty pro pracovníky turistických informačních center*. Praha: MMR ČR, 2006.

47. VÁGNER, J. (2001). *Vývoj druhého bydlení v Česku. In: Bičík, I. a kol. (2001). Druhé bydlení.*
48. VYSTOUPIL, Jiří. *Atlas cestovního ruchu České republiky.* Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.
49. HOLDEN, Andrew. *Tourism, poverty and development.* New York: Routledge, c2013. ISBN 9780415566278.
50. PRAGUE CITY TOURISM. *Praha opět překonala rekord v počtu návštěvníků, přijelo jich přes 7 milionů. Prague city tourism* [online]. Praha, 9. 2. 2017 [cit. 2018-01-27]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/media/tisk/praha-opet-prekonala-rekord-v-p>.
51. ATOZ MARKETING SERVICES, SPOL. S R.O. *Prague City Tourism Přínos CzechTourism byl téměř 20 miliard korun. Horeka* [online]. Praha, 12. ledna 2018 [cit. 2018-01-26]. Dostupné z: <http://www.horekaweb.cz/2018/01/12/prinos-czechtourism-temer-20-miliard-korun/>.
52. ČTK. *Do Česka loni přijelo rekordních 31 milionů turistů, polovina jen na den* [online]. 12. dubna 2017 [cit. 2018-01-27]. Dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/cesko-pocet-turistu-2016-0br-/ekonomika.aspx?c=A170412_141127_ekonomika_pas).
53. CK HOŠKA TOUR, 2017. *RAMBLING THROUGH THE BOHEMIAN PARADISE* [online]. Lázně Bělohrad: Czechwalks [cit. 2017-10-17]. Dostupné z: <http://czechwalks.com/packages/bohemian-paradise/>.
54. NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu.* Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8. : autor neznámý.
55. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *Ke stažení - LOGA: Loga v tiskové kvalitě* [online]. In: . [cit. 2018-04-19]. Dostupné z: <https://www.kct.cz/cms/ke-stazeni-loga>.
56. KČT. *Interní dokument rozpočtu KČT 2018.*
57. ČT24. *České turistické trasy jsou světový unikát, chránit by je mohl samostatný zákon* [online]. Česká televize, 8. 12. 2016 [cit. 2018-01-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1976920-ceske-turisticke-trasy-jsou-svetovy-unikat-chranit-j>. [Online]
58. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *Historie KČT* [online]. [cit. 2017-11-23]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>. [Online]

59. HAVELKA, Jan. *Projev Ing. Havelky v Betlémské kapli 11. června 2008* [online]. [cit. 2017-1-10]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/projev-ing-havelky-v-betlemske-kapli-11-cervna-2008>. [Online]
60. HAVELKA, J. Telefonický rozhovor. 18. 4. 2018.
61. JÁGR, J. Ústní sdělení. Lázně Bělohrad, 20. 1. 2018.
62. HOŠKA, L. Ústní sdělení. Lázně Bělohrad, 20. 1. 2018.
63. MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. *Česká centrála cestovního ruchu: MEZIROČNÍ VÝVOJ VÝNOSŮ A NÁKLADŮ* [online]. [cit. 2018-01-30]. Dostupné z: <http://monitor.statnipokladna.cz/2017/prispevkove-organizace/detail/49277600>.
64. ŠKVÁRA, V. Ústní sdělení. Holohlavy, 24. 2. 2018.
65. HOŠKA, L. Ústní sdělení. Lázně Bělohrad, 9. 4. 2018.
66. HOŠKA, Jan. *Valašská chata KČT Kusalíno bude s vodou soběstačná* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z: <http://pesituristika.cz/chata-kct-kusalino-bude-vodou-sobestacna/>.
67. ARMY OF DARKNESS, S.R.O. *VYZNAČME BATAYPORÁ* [online]. [cit. 2018-01-13]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/vyznacme-bataypora/>.
68. ARMY OF DARKNESS, S.R.O. *ALBÁNSKÁ VÝZVA: TURISTICKÉ ZNAČENÍ* [online]. [cit. 2018-01-13]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/projekty/albanskavyzva/>.
69. M., STANOVSKÝ. *Kolomazník Kudrna láká do Brna turisty z celého světa. KČT.* [Online] 25. 09 2016. [Citace: 19. 04 2018.] <https://www.kct.cz/cms/kudrna-jel-okolo-brna-23-az-25-zari-2016-ivv-impl>.
70. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.
71. JÁGROVÁ, D. Ústní sdělení. Hradec Králové, 9. 3. 2018.
72. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *Chaty Klubu českých turistů* [online]. [cit. 2018-01-13]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/chaty-klubu-ceskych-turistu>.
73. KOTYK, J. <josef.kotyk@seznam.cz>. 2018-04-17. KČT - BP. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
74. VOŘECHOVSKÝ, M. Ústní sdělení. Holohlavy, 24. 2. 2018.

75. SKLENÁŘ, Ivo. *Bezručova chata na Lysé hoře* [online]. [cit. 2018-01-13]. Dostupné z: <http://www.bezrucova-chata.cz/kontakty/>.
76. KČT. *Obrazový atlas regionů a národních kulturních památek v ČR: Picture atlas of regions and national cultural heritage in the Czech Republic*. Praha: Klub českých turistů, 2010. ISBN 978-80-270-1850-5.
77. KČT. *Muzeum turistiky v Bechyni*. [Online] [Citace: 19. 04 2018.] <https://www.kct.cz/cms/muzeum-turistiky-v-bechyni>.
78. Zástupkyně veletržního stánku. Ústní sdělení. Praha, 16. 2. 2018.
79. ASOCIACE TOM. *Co je Asociace TOM?* [online]. [cit. 2018-01-23]. Dostupné z: <http://www.a-tom.cz/asociace-tom/co-je-asociace-tom>. [Online]
80. TUREK, Ondřej. *Outdoor holidays: In the Czech republic*. Presco Group, 2008.
81. Turistické značení, queer.kct.cz. [online]. 2012-[cit. 2018-04-13] Dostupné z: <http://queer.kct.cz/turisticke-znacení>.
82. PRESS, I. <Ivan.press@cmail.cz>. 2018-04-19. KČT - BP. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
83. BRUNNER, Kurt a Walter WELSCH. *High-mountain cartography of the German and the Austrian Alpine Clubs* [online]. Munich, 2002 [cit. 2017-06-14]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0924271602001089>.
84. *Rakousko - průvodce*. <http://www.rakousko.orbion.cz> [online] 9.6.201 1 [cit. 2018-05-9] Dostupné z: <http://rakousko.orbion.cz/stat/pruvodce/pesi-turistika-a-hory-1336>.
85. *Turistické značení v Karpatech a na Krymu*. Mzv.cz [online] [cit. 2018-05-09] Dostupné z: http://www.mzv.cz/kiev/cz/vzajemne_vztahy/ceska_podpora_ukrajine/rozvojova_spoluprace/turisticke_znaceni/index.html.
86. Klub českých turistů & Michael Stanovský. *Kalendář turistických akcí KČT* [online]. [cit. 2018-01-3]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/kalendar-turisticky-akci>.
87. KČT PRAHA - PRČICE. *POCHOD PRAHA - PRČICE* [online]. [cit. 2018-01-26]. Dostupné z: <http://praha-prcice.cz/historie>.
88. PICH, Jaroslav. *Obliba organizované turistiky neklesá ani v době počítačů* [online]. VLTAVA LABE MEDIA a.s., 18.5.2016 [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: https://krkonosky.denik.cz/zpravy_region/obliba-organizovane-turistiky-neklesa-ani-v-dobe-pocitacu-201605.

89. MATOUŠ, J. <office@aticcr.cz>. 2018-04-05. ATIC - sčítače návštěvnosti do informačních center. [Email adresovaný členům ATIC. <hoska-tour@hoska-tour.cz>].
90. NĚMEČEK, K. <info@hotelroubal.cz>. 2017-11-28. RE: Dotaz na ubytování - Puchyr. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
91. HUDEC, J. <kempecka@seznam.cz>. 2017-11-27. Dotaz na ubytování - Puchyr. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
92. KRÁL, J. <1javorskymlyn@seznam.cz>. 2017-11-24. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
93. OHNOUTKA, J. <jan.ohnoutka@seznam.cz>. 2017-11-22. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
94. PETRÁŠOVÁ, L. <bastlova@hotel-arkada.cz>. 2017-11-23. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
95. HELFEROVÁ, T. <miroslav@machynka.cz>. 2017-11-22. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
96. CHLÁDKOVÁ, J. <penzion@zlahora.cz>. 2017-11-22. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
97. LIBENSKÁ, K. <info@hotelausterlitz.cz>. 2017-11-22. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
98. Penzion Olga. <p.olga@volny.cz>. 2017-11-22. Dotaz na ubytování. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
99. NOVÁK, A. <adam@d-sport.cz> 2018-03-28. Info k bakalářské práci. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
100. BLÁHA, J. <jan.blaha@decathlon.com> 2018-04-09. dotaz na životnost výrobků. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
101. Členové KČT. Ústní sdělení. Lázně Bělohrad, 17. 4. 2018.
102. KPMG Česká republika, s.r.o. *Kvantifikace přínosů pro veřejné rozpočty plynoucích z cestovního ruchu realizovaného v Královéhradeckém kraji*. 2014.
103. JÁGR, J. Ústní sdělení. Hradec Králové, 9. 3. 2018.
104. MARKVART, K. <kct.markvart@volny.cz>. 2018-03-26. Přínos KČT. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].

105. OTAVA, J. <Otava@czechtourism.cz>. 2018-04-13. Statistiky Czechtourismu. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
106. VALENTA, R. <radek.valenta@czso.cz>. 2018-04-10. Statistiky pěších turistů. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
107. ŠPELDA, J. <jspelda@kr-kralovehradecky.cz> 2018-03-26. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
108. DRAHNÝ, R. <rdrachny@krnap.cz> 2018-04-09. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
109. MERTLÍK, J. <mertlik@cesky-raj.info> 2018-03-05. Návštěvnost Českého ráje. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
110. Monitoring návštěvnosti s.r.o., *Monitoring návštěvnosti - mapa referencí* [online]. [cit. 2018-04-10]. Dostupné z: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=10m1shpAxsTDmn81AeeZBITBKmZM&ll=50.48394435394893%2C15.30326842636714&z=11>.
111. KUČERAVÁ, B. <barbora.kucerava.matt@npsumava.cz> 2018-04-06. Monitoring návštěvnosti. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
112. VÍTEK, O. <ondrej.vitek@nature.cz> 2018-03-27. Monitoring návštěvnosti. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
113. BRAUN KOHLOVÁ, Markéta, Jan MELICHAR a Kateřina KAPROVÁ. *Metodika monitoringu návštěvnosti v chráněných územích: metodika AOPK ČR*. Praha: Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky, 2017. ISBN 978-80-88076-60-5.
114. ŠPICAROVÁ, Vladimíra. *Rozpočet města Lázně Bělohrad pro rok 2012* [online]. Lázně Bělohrad, 2011 [cit. 2018-04-17]. Dostupné z: <http://www.lazne-belohrad.cz/soubory/download/20120418161851.pdf>.
115. VILIŠOVÁ, I. <itcruda@sumava.net> 2018-04-09. Návštěvnost Železné Rudy a okolí. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
116. NAJMAN, P. <petr.najman@lesycr.cz> 2018-04-17. Návštěvnost Železné Rudy a okolí. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
117. PANENKOVÁ, Lucie. *Turistické stezky*. WIKI CR: informační databáze [online]. 2014, 01 Listopad 2014 [cit. 2018-07-11]. Dostupné z: <http://fim2.uhk.cz/wikicr/web/index.php/home/2-technika/112-turisticke-stezky> : autor neznámý.

118. Zástupce stánku polských Jizerských hor. Ústní sdělení. Jablonec nad Nisou, 17. 3. 2018.
119. STOJANOVÁ, K. <Kamila.Stojanovova@germany.travel> 2018-10-04. Turistika v Německu. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
120. *HÜTTEN & WEGE* [online]. Innsbruck [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: <http://www.alpenverein.at/portal/huetten-wege/index.php>.
121. *Wofür wir stehen* [online]. Innsbruck [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: <http://www.alpenverein.at/portal/der-verein/ueber-uns/wofuer-wir-stehen/index.php> : autor neznámý.
122. *Wer wir sind* [online]. Innsbruck [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: <http://www.alpenverein.at/portal/der-verein/ueber-uns/wer-wir-sind/index.php> : autor neznámý.
123. *Vorteile einer Alpenvereinsmitgliedschaft Österreichischer Alpenverein* [online]. Innsbruck [cit. 2018-07-29]. Dostupné z: <http://www.alpenverein.at/portal/service/mitgliedschaft/index.php>.
124. URBANOVSKÝ, Z. <Zdenek.Urbanovsky@vychodni-morava.cz>. 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
125. ČIHÁK, T. <tomas.cihak@vysocinatourism.cz>. 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras na Vysočině. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
126. PAŠKOVÁ, J. <info@sccr.cz>. 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
127. ŽIDLICKÝ, P. <zidlicky@zivykraj.cz> 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
128. RYCHTER, J. <j.rychter@vychodnicechy.info> 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
129. MOC, P. <info1@mstourism.cz> 2018-03-23. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
130. HORNOVÁ, E. <eva.hornova@kraj-lbc.cz> 2018-04-03. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].

131. *Prague city tourism* [online]. Praha, 9. 2. 2017 [cit. 2018-01-27]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/media/tisk/praha-opet-prekonala-rekord-v-poctu-navstevniku-prijelo-jich-pres-7-milionu-13436>.
132. SOKOL, Karel. *Metodický dopis: 100 let organizované turistiky ve Východočeském kraji*. Hradec Králové: Metodické oddělení Vč KV ČSTV, 1988.
133. *Šumava: Zajímavosti z přírody, ze života obyvatel, z historie*. Vimperk: Správa Národního parku Šumava, 2017, 44(4). ISSN 0862-5166.
134. PARTNERSTVÍ, O. P. S., *Sčítače.cz: Chráněná území* [online]. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <http://www.scitace.cz/Nabidka-scitacu-a-sluzeb/Chranena-uzemi.aspx>.
135. HILTAVSKÝ, M. <martin.hiltavsky@msk.cz> 2018-03-28. Návštěvnost turistických tras. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
136. NOVOBILSKÝ, J. <jiri.novobilsky@ce-traffic.com>. 2018-04-20. Monitoring návštěvnosti. [Email adresovaný Petru Hoškovi. <petr.hoska@hoska-tour.cz>].
137. CK HOŠKA TOUR, 2017 *HIKING THROUGHT GIANT MOUNTAINS* [online]. Lázně Bělohrad: Czechwalks [cit. 2017-10-17]. Dostupné z: <http://czechwalks.com/packages/giant-mountains-hiking/>.
138. Regionální produkty. *ARZ - Regionální značky*. [Online] Asociace regionálních značek. [Citace: 19. 4 2018.] <http://www.regionalni-znacky.cz/>.
139. SKLENÁŘ, Ivo. *Bezručova chata na Lysé hoře*. [Online] [Citace: 19. 04 2018.] <http://www.bezrucova-chata.cz/fotky/>.
140. HOŠKA, Petr. *Místa spojená s životem slavných osobností: Jejich podoba a stávající využití*. Hradec Králové, 2016. Seminární práce. Univerzita Hradec Králové. Vedoucí práce Mgr. Michal Trousil, Ph.D.
141. JIHMORAVSKÝ KRAJ. *Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <http://www.cyklo-jizni-morava.cz/ekonomicky-prinos-cykloturistiky-na-jizni-morave-a-ve-weinviertelu>.
142. Monitoring návštěvnosti s.r.o. *Ekonomický přínos cykloturistiky na jižní Moravě a ve Weinviertelu* [online]. 22. 01. 2015 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <http://www.monitoringnavstevnosti.cz/ekonomicky-prinos-cykloturistiky-na-jizni-morave-a-ve-weinviertelu>.
143. MÁDLOVÁ H., VEČERNÍKOVÁ H., Ústní sdělení. Lázně Bělohrad, 23. 4. 2018.

8.2 Seznam obrázků

<i>Obrázek 1 Úklid pěší trasy podél Labe.....</i>	<i>7</i>
<i>Obrázek 2 Druhé bydlení</i>	<i>15</i>
<i>Obrázek 3 Turistické značení v Krkonoších.....</i>	<i>19</i>
<i>Obrázek 4 Logo Klubu českých turistů.....</i>	<i>22</i>
<i>Obrázek 5 Organizační schéma KČT.....</i>	<i>24</i>
<i>Obrázek 6 Příjmy KČT.....</i>	<i>31</i>
<i>Obrázek 7 Skupina německých vojáků na mezinárodní akci IVV Jede Kudrna okolo Brna</i>	<i>37</i>
<i>Obrázek 8 Raisova turistická chata na Zvičině.....</i>	<i>41</i>
<i>Obrázek 9 Bezručova chata vybudovaná KČT.....</i>	<i>42</i>
<i>Obrázek 10 Muzeum turistiky v Bechyni</i>	<i>44</i>
<i>Obrázek 11 Ukázka pěšího a cykloturistického značení.....</i>	<i>47</i>
<i>Obrázek 12 Rozcestník turistického pěšího značení.....</i>	<i>48</i>
<i>Obrázek 13 Zastávka naučné stezky cestou na Zvičinu.....</i>	<i>49</i>
<i>Obrázek 14 Cykloturistika v okolí městysu Pecka</i>	<i>50</i>
<i>Obrázek 15 Běžecká turistika při Posledním puchýři.....</i>	<i>53</i>
<i>Obrázek 16 Rodinná turistika na Náchodsku.....</i>	<i>53</i>
<i>Obrázek 17 Prezence účastníků akce Pochod za Rumcajsem v roce 2018</i>	<i>54</i>
<i>Obrázek 18 Předávání štafety pro další ročník Posledního puchýře</i>	<i>55</i>
<i>Obrázek 19 Multiplikační efekt cestovního ruchu - teorie.....</i>	<i>61</i>
<i>Obrázek 20 Naučná stezka K. V. Raise na Zvičinu</i>	<i>75</i>
<i>Obrázek 21 Aktivity KČT.....</i>	<i>80</i>

8.3 Seznam tabulek

<i>Tabulka 1 Návrh možné roční útraty průměrného turisty</i>	<i>61</i>
--	-----------

9 Přílohy

9.1 Přepisy rozhovorů

Tato část je stěžejní pro tuto práci. Pro rozhovory nebyli vybráni pouze funkcionáři oddílů, ale především ti se zkušenostmi s řízením oblastí nebo členové vedení Klubu českých turistů. Jejich podněty a nápady byly velice inspirativní. Dotyčným patří poděkování za jejich čas.

V této kapitole jsou přepisy rozhovorů se zástupci KČT. Všichni zúčastnění byli nejprve seznámeni s účelem rozhovoru. Rozhovory by se daly rozdělit do dvou částí. První zpovídání (Miroslav Vořechovský, Vlastimil Škvára, Jaroslav Jágr, Dana Jágrová, Mgr. Karel Markvart) měli za úkol odpovídat na otázky související s jejich zaměřením na území a na aktivity. Jejich otázky jsou u každého přepisu. Další osoby vystupující za KČT navenek a spolupracující se státní správou (Doc. Ing. Josef Kotyk, CSc, Ing. Jan Havelka, Ing. Ivan Press, Lubomír Hoška) dostali otázky společné. Zde jsou uvedeny:

Domníváte se, že přínos Klubu českých turistů je pro tuzemský cestovní ruch zjištělný? Co si myslíte o myšlence vyhotovení české studie o pěší turistice podobné této německého turistického spolku, která zahrnuje ekonomický přínos, infrastrukturu pěších tras, zdravotní aspekty jako i pohled do budoucnosti: http://www.wanderverband.de/conpresso/_data/Forschungsbericht_web.pdf

Domníváte se, že by taková studie měla smysl a pomohla by při financování klubu jako argumentace při získávání finančních prostředků? Pokud ano, kdo by takovou studii měl vyhotovit? Myslíte si, že české turistické značení je dobře srozumitelné pro cizince a může pomoci dostat zahraniční turisty do regionů? Zajímalo by mě, jak se měří efektivita pěších nebo cyklotras (kdo a proč rozhodne o zrušení nebo novém vyznačení), dále jak se obhájí příspěvek na značení od krajů. Další otázka je, jaká komunikace a spolupráce je se samosprávou obecně (se všemi úrovněmi). Jaká je výhoda chaty vlastněné KČT oproti zcela soukromé? Dokážete odhadnout roční útratu průměrného účastníka CR, který se věnuje například pěší turistice? Oceněny jsou i další vaše komentáře k tématu.

9.1.1 Miroslav Vořechovský

Polořízený rozhovor proběhl s předsedou KČT v Úpici, místopředsedou KČT, oblasti Královéhradeckého kraje dne 24. 2. 2018 během výroční oblastní konference v Holohlavech. Zde působil jako místopředseda oblasti. Úpice je zajímavá mimo jiné pro svoji úspěšnou práci s mládeží.

Otázky: Existují odhady počtu návštěv Jestřebí boudy a útrat hostů? Jak je to s návštěvností nedaleké rozhledny? Jak se evidují účastníci akcí KČT? Proč je

v Úpici takový zájem o aktivity Tomíků? Proč město podporuje aktivity místního odboru KČT více než je tomu v jiných městech a obcích? Jak mohou návštěvníci pozitivně ovlivňovat místní ekonomiku?

Vořechovský [74] v úvodu sděluje, že provozují chatu KČT – Jestřebí boudu v Jestřebích horách. Její návštěvníci jsou pouze pěší turisté, jelikož zde není jiný možný legální přístup než po pěších trasách. Podle počtu vydaných účtenek lze průměrem 2 hostů na jednu účtenku dojít k číslu 10 000 návštěvníků ročně. Útraty se liší. Návštěvníci jsou ve velké převaze Češi. Z cizinců to jsou pouze Poláci, kteří dle zkušeností obsluhy mají velmi malé útraty nebo mají zájem jen o razítka. Tento počet osob mohou pravděpodobně z jedné poloviny tvořit návštěvníci nedaleké rozhledny, která je volně přístupná. Přesný sčítač osob bohužel chybí. U podobných staveb by sčítač byl jednoduše umístitelný a měřil by velice přesně počet návštěvníků. To by velice pomohlo s určením efektivity těchto staveb. Návštěvníci turistických akcí jsou vždy řádně evidováni organizátory, bohužel dle vlastních zkušeností tato data neodpovídají mnohdy realitě. V některých případech může být registrovaná jen pouhá polovina návštěvníků. Někdy například rodiny uhradí startovací poplatek jen za děti.

V další části Vořechovský [74] říká, že silnou stránkou místního klubu je i přes malou zalidněnost oblasti velký počet registrovaných Tomíků – členů turistické organizace mládeže. Jejich počet je vysoký především díky jejich činnosti. Náborů na školách nejsou efektivní. Hlásí se stále noví členové. Díky členství má mládež možnost se dostat na letní tábory, účastní se víkendových akcí. Pro takové účely je využívána také vlastní Jestřebí bouda, kde víkendový pobyt vychází na 50 Kč. Děti se hlásí sami bez vlivu rodičů. Jejich počet překračuje 50. Na víkendové výlety mohou jet i rodiče, kteří se časem stanou standardními členy Klubu českých turistů. Propagační činnost není potřeba. Spousta mládežnických členů je z okolních vesnic, dokonce 6 členů je až z Hradce Králové. Přímo ve městě je velká konkurence jako skaut, fotbal, hasiči a další. Činnost je štedře podporovaná městem. Vedení města nerozlišuje mezi různými sporty. Bohužel je málo podporována mládež ze strany jednotlivých krajů a ministerstev.

Nakonec Vořechovský [74] dodává, že pro přínos pro místní ekonomiku je nezbytné značené trasy vést místy s vyšší koncentrací možností stravování a nákupu regionálních produktů. Účastníci pěší turistiky by tuto možnost uvítali. V prvopočátku byly trasy vedeny dle kilometráže, momentálně se trasy upravují s ohledem na kulturně-historické památky. Nově také vznikají naučné stezky, které často budují města bez porady s KČT.

9.1.2 Vlastimil Škvára

Položený rozhovor proběhl dne 24. 2. 2018 s předsedou KČT, oblasti Pardubického kraje panem Vlastimilem Škvárou, který je také členem ústředního

výboru. Rozhovor proběhl během výroční oblastní konference v Holohlavech, kam byl pozván jako host.

Otázky: Probíhá v Pardubickém kraji jakýkoliv monitoring návštěvnosti značených tras nebo dokonce samotného ekonomického přínosu? Proč kraj podporuje značení? Co je argumentací při žádostech o příspěvek? Mají zájem o vyznačené trasy také návštěvníci ze zahraničí? Má smysl i v dnešní době vlastnit chaty?

V Pardubickém kraji žádný výzkum využití značených tras nebo dokonce ekonomického přínosu osob, které využijí něco z nabídky KČT, není a realizovatelný by byl jen těžko, tvrdí Škvára [64]. Podobně těžko by se daly změřit útraty před samotnou aktivitou, například prodej sportovního zboží zúžený jen na oblečení pro pěší turistiku. V České republice toto měření probíhalo na jižní Moravě, kde došli k celkem relativně velkým číslům. Budování a údržba značených cest je financována krajem, kvůli zvýšení cestovního ruchu. Děje se to pravidelně každý rok. Žádost o příspěvek doplňují informace o počtu kilometrů, značkařů, účastníků akcí. Kraj rád podpoří pomocí značení i krátké výlety například rodin. Příjezdový cestovní ruch značení může posílit, ale záleží na zájmech těchto konkrétních osob. Podle představitelů kraje je návštěvnost Pardubického kraje v komparaci s ostatními kraji České republiky žalostně malá a situace se stále nemění. Tato data vycházejí pouze ze statistik ubytovaných osob, a tudíž vítězí lokality s velkými kapacitami a týdenními pobyty. Jsou to například Krkonoše. Chaty KČT jsou v poměru ke všem soukromým chatám v České republice celkem zanedbatelné svým množstvím.

Z rozhovoru vyplývá, že Pardubický kraj má problém s malou návštěvností. Nicméně i v tomto kraji lze provozovat pěší, cykloturistiku nebo jiné aktivní způsoby trávení dovolené. Jako jeden z mála regionů České republiky může nabídnout pravidelné přímé letecké spojení s Londýnem.

9.1.3 Jaroslav Jágr

Řízený rozhovor s předsedou odboru KČT ve Smiřicích Jaroslavem Jágre proběhl dne 9. března 2018 v Hradci Králové během veletrhu cestovního ruchu Infotour a cykloturistika v Aldisu. Dotyčný obsluhoval stánek místní oblasti KČT. Otázky byly kladeny na přínos KČT pro cestovní ruch a možnost útrat podél značených tras se zaměřením na domovské Smiřice.

Otázky: Jak podporují návštěvníci místní ekonomiku? Jaké jsou možnosti v okolí Smiřic na Labské cyklostezce?

V rozhovoru bylo uvedeno, že pro přínos místní ekonomice je nezbytné, aby turisté měli vůbec možnost využít místních služeb a obchodů, říká Jágr [103].

Obzvláště v regionech je problém mimo sezonu využít služeb restaurace nebo nákupu místních suvenýrů. V místech s vyšší koncentrací turistů (například na Labské cyklostezce) je k dispozici občerstvení spíše v podobě stánků. V exponovaných víkendech je kapacita překročena vzhledem ke kombinaci cyklistů, maminek s kočárky, kolečkových bruslařů, osob venčících psy na dlouhém obojku, seniorů vykonávajících pěší turistiku. Pro komparaci v německé části Labské cyklostezky je větší pohoda, ohleduplnost, menší přeplněnost. Ve Smiřicích není velká možnost, kde strávit čas. Mimo Labské cyklostezky již zde není nic nadmíru atraktivního. Jsou zde omezené možnosti občerstvení v restauraci, která se změnila na kavárnu. V nabídce má například pivo Pilsner Urquell místo krajového. Toto je ovšem otázkou soukromého sektoru.

Pan Jágr správně poukazuje na omezenou dostupnost služeb pohostinství a nákupu suvenýrů, případně jejich globalizaci. Především mimo sezonu se toto stává problémem.

9.1.4 Dana Jágrová

Řízený rozhovor se sekretářkou oblasti Královéhradeckého kraje KČT proběhl dne 9. března 2018 v Hradci Králové během veletrhu cestovního ruchu Infotour a cykloturistika v Aldisu. Dotyčná obsluhovala stánek místní oblasti KČT. Otázky byly kladeny na přínos KČT pro cestovní ruch a možnost útrat podél značených tras se zaměřením na domovské Smiřice. Paní Jágrová má bohaté zkušenosti s každodenní správou kraje.

Otázky: Jak nabídnout návštěvníkům možnost útraty u místních obchodníků? Vznikají nové trasy? Jak mohou návštěvníci podpořit místní ekonomiku? Jaké jsou výhody členství a má smysl být členem spolku?

Těžké říct, zda by se měly budovat nejdříve trasy nebo služby po trasách, přemýšlí Jágrová [71]. Pěší trasy by měly obecně potkávat místní muzea a pamětihodnosti, což se děje. Ta kombinace s přírodou a lákavými místy je ovšem nezbytná. Na správci objektu je, aby otevírací doba co nejlépe uspokojila okolo procházející nebo projíždějící návštěvníky. Nové turistické trasy by měly vznikat i nadále. Bohužel dochází občas ke konfliktům s majiteli pozemků, kteří využití neumožní. S tím mohou pomoci obce. Některé jsou dokonce tak aktivní, že si sami vyznačí například naučný okruh, který už nadále neobnovují a zůstane to na „bedrech“ KČT. Přínos značení pro obce je tedy pozitivní a pomůže s podporou cestovního ruchu v daném místě. Dokonce návštěvníci mohou dané místo dále doporučovat svým známým. Návštěvníci mají spoustu míst spojenou i s gastronomickým cestovním ruchem. Jedná se o místní speciality. KČT Rohoznice proslavila svoji akci Rohoznický darmošlap domácími koláčky, na tu se turisté vracejí každoročně. Členství v klubu přináší také mnoho benefitů. Už jenom sleva z nákupu něčeho dražšího (zájezd, obklad koupelny, sportovní oblečení, ubytování) od partnerů

programu Sphere může členský příspěvek vrátit nebo dokonce ještě ušetřit další peníze. Tyto výhody nejsou využívány všemi členy.

9.1.5 Mgr. Karel Markvart

Tato práce se zaměřuje také na velký přínos klubu pro společnost, kterým je značení. Nelze oslovit na tuto problematiku nikoho povolanějšího než Karla Markvarta.

Otázky: Je prováděno měření návštěvnosti na značených stezkách? Jaké jsou útraty uživatelů značených tras a jaká je jejich struktura, je-li to známo?

Předseda rady značení KČT Karel Markvart [104] uvádí, že tento spolek se nezabývá měřením návštěvnosti. Dále upozorňuje na měření v chráněných krajinných oblastech, která jsou zmiňována v této práci. Podle KČT bylo zjištěno, že turista utratí průměrně za jednodenní výlet přibližně 300 Kč, za vícedenní dovolenou cca 600 Kč/den na výdajích za dopravu, stravu, vstupy, ubytování. Další výdaje pak připadají na pořízení oblečení, obutí, kola apod. Hrubý odhad tedy je, že do státní, krajských a obecních pokladen a pro desetitisíce lidí podnikajících v CR přináší pohyb turistů po značených trasách KČT více než 5 miliard korun ročně. Pan Markvart také dochází k názoru, že zhodnocení nákladů podnikatelů v cestovním ruchu vložených do turistického značení na základě jeho dat je 300 násobné.

Bohužel tento odhad není podložen konkrétními čísly. Ovšem tento odhad lze porovnat s výzkumem v Jihomoravském kraji.

9.1.6 Doc. Ing. Josef Kotyk, CSc

Další řízený rozhovor proběhl s členem ústředního výboru KČT a členem KČT Slovan Pardubice. Probíhal formou emailu dne 17. dubna 2018.

Ve většině oblastí pořádá KČT každoročně zahájení jarní turistické sezóny, jako první zmiňuje docent Kotyk [73]. Organizací pověřuje některý z aktivních odborů, který ve spolupráci s dalšími místními organizacemi a podnikateli připraví bohatý program nejen pro členy KČT, ale i pro nejširší veřejnost. Tím KČT zviditelňuje svou činnost před orgány samosprávy, resp. rovněž státní správy, přispívá k rozvoji cestovního ruchu v daném místě a může v budoucnu očekávat další podporu své činnosti. Konkrétní data o přínosu turistiky pro cestovní ruch v oblasti KČT Pardubický kraj nebyla sledována.

„1. Přínos činnosti KČT pro rozvoj cestovního ruchu je nezpochybnitelný. Kvantitativně se dá nyní vyhodnotit pouze na základě odhadů, jak to provedl Mgr. Karel Markvart.

2. *Podrobná studie má smysl a může posloužit KČT při žádostech o finanční prostředky.*
3. *Takovou studii dělá vždy ten, kdo z ní může mít užitek. V tomto případě by to měl být KČT (nebo si na to někoho najmout – určitě se to vrátí).*
4. *České turistické značení je všeobecně srozumitelné a oceňované i zahraničními turisty.*
5. *Většinu zahraničních turistů vozí do ČR cestovní kanceláře. Do regionů je proto nedostane turistické značení, ale program cestovních kanceláří.*
6. *Efektivita turistických tras se u nás prozatím nesleduje.*
7. *O zrušení tras rozhodují překážky (rozorané cesty, nové obory pro zvěř ap.). Za zrušenou trasu se obvykle vytýčí náhradní. Nové trasy se vyznačují pouze ve zdůvodněných případech, dosavadní síť je už dostatečně hustá.*
8. *Úroveň komunikace odborů a oblastí KČT s místní samosprávou a státní správou je na různých místech různá a závisí na lidech. V oblasti KČT Pardubický kraj je dobrá a není problém se získáváním finančních příspěvků na značení tras ani s příspěvky na každoroční Zahájení jarní turistické sezóny.*
9. *Vlastnictví chat KČT podle soukromého názoru dotazovaného přináší klubu více problémů než užitku. Náklady na údržbu jsou vyšší než chaty stačí vydělat. Standardy ubytování v nich většinou už neodpovídají současným požadavkům turistů. Ve vlastnictví KČT zůstávají pouze z nostalgie jako tzv. „rodinné stříbro“ vybudované našimi předky.*
10. *Roční útratu turisty nedovedu odhadnout, věkem už nepatřím mezi průměrné turisty.“ [73]*

9.1.7 Ing. Jan Havelka

Další polořízený rozhovor proběhl s čestným členem a bývalým předsedou KČT dne 18. 04. 2018 pomocí telefonu.

Zahranční návštěvníci se velice přirozeně orientují podle českého značení a tvrdí, že podle zkušeností je toto nejlepší systém, říká Havelka [60]. Klub se již mezi světovými válkami profiloval velice široce v neziskovém sektoru. Zajišťoval více než 50 % ochrany památek. Například spravoval 47 hradních zřícenin, které opravoval. Státní orgány dnes vybraly jen určité památky, o které se starají. Další jsou v majetcích Lesů nebo měst, která realizují opravy často prostřednictvím dobrovolníků. V Česku je podporovaná především práce s dětmi, nicméně je to méně než například v Německu. Komunikace se státní správou je více o lidech a zda je nabídka produktů Klubu českých turistů oslovila. V minulosti jsou případy, kdy si orientační systém město objednalo u soukromé firmy, která následně pro

samotnou realizaci najmula KČT. České značení je vzhledem k velikosti státu jednotné po celém území. V Německu je jedna organizace Deutcher Wanderverband, která zastřešuje veškeré německé spolky. Turistika je zde hodně podporovaná. Dokonce byla vypracovaná metodika pro tvorbu moderních cest. Bohužel v Česku žádná taková nesplňuje kritéria. Tímto způsobem byla plánovaná modrá hřebenovka. V Německu už jich je 100 a naše konkurenceschopnost klesá. Potenciální návštěvník může Německo upřednostňovat. Česká samospráva o tuto myšlenku nejeví zájem. Taková trasa musí být zajímavá, nemůže být vedena po silnicích. Toto se dá dobře reflektovat v marketingu a frekvence návštěvnosti na nich roste. Metodika těchto tras v českém prostoru čeká na své využití. Komfort českých pěších tras omezují třeba cyklisté. Soukromý sektor nezvládne konkurovat tradici a metodice klubu. Například jeden hotel nezvládne vybudovat 20 km sofistikovaných značených cest. Na našem území to historicky zajišťoval Klub českých turistů ve všech jeho historických proměnách. Proto už s tím má bohaté zkušenosti a jelikož se značkaři sami podle značených tras řídí, dokáží nejlépe posoudit jejich vedení. Dlouhodobé vize musí být podporovány samosprávou. Návštěvnost a ekonomický přínos by mohl být sledován některou institucí státu. Ne Klubem českých turistů, protože z toho nemá přínos.

9.1.8 Ing. Ivan Press

Dalším osloveným byl místopředseda KČT, který je zároveň předsedou oblasti Praha. Komunikace probíhala prostřednictvím emailu dne 19. dubna 2018.

Rozhodně má KČT přínos pro cestovní ruch, jako první říká Press [82]. Pořádáním akcí i značením turistických tras přivádíme lidi do regionů, které tak mohou získávat na popularitě. "Lidé se tam pak vrací a utrácejí", čímž vlastně přispívají i na rozvoj regionu (např. obec Sopotnice při pořádání své akce Přes tři hrady přiláká do obce a okolí více než dvojnásobek počtu obyvatel). Těžko říci, zda a jak je to měřitelné. Nějaká studie by jistě pomohla, ale kdo a jak by ji měl provést? Smysl by taková studie měla. Jak pro rozvoj regionů, tak pro Klub jako podpůrný prostředek pro argumentaci při žádostech o podporu.

České značení je světový unikát. Má evropskou ochranu a je považováno za nejdokonalejší ve světě, říká Press [82].

9.1.9 Lubomír Hoška

Posledním dotazovaným je předseda Klubu českých turistů, oblasti Královéhradeckého kraje, člen komise pro cestovní ruch Královéhradeckého kraje, zastupitel a člen komise lázeňské a cestovního ruchu Lázní Běláhoř, který má také bohaté zkušenosti ze soukromého sektoru od roku 1991. Taktéž je předsedou KČT Lázně Běláhoř. Rozhovor probíhal v sídle jeho podnikání v Lázních Běláhoř 9. 4. 2018.

První otázka se zabývala finanční podporou turistického značení v kontextu ekonomického přínosu (v Královéhradeckém kraji například studie z Adršpašsko-teplických skal), další jako obvykle poukazovaly na incoming v kontextu aktivní dovolené s produkty KČT (jako například značení). Další otázky následovaly stejně jako u předchozích osob.

Hoška [65] říká, že turistické značení novým terénem je komplexnější záležitost. Nejdříve musí být schváleno Radou značení a musí být zajištěno financování. Další komplikací je samotná realizace v terénu a komunikace s vlastníky pozemku. Zatímco s Lesy České republiky a obcemi nebývají problémy, u soukromníků to je zcela jiné. Mnoho soukromých vlastníků vyznačení turistické cesty bere příliš vážně jako zásah do jejich majetku nebo soukromí a souhlas nevydá. V tomto případě se daný pozemek musí obejít a trasa vede méně zajímavou krajinou apod. V některých případech se vyznačení turistické cesty úplně zablokuje. Ve značkařském okrsku Nová Paka je několik problematických úseků. Například v úseku Dolní Javoří – Lázně Bělohrad nemůže být vyznačena turistická cesta, protože majitel pozemku nedal souhlas k vyznačení pěšiny na úseku dlouhém cca 300 m. Jako důvod uvádí, že by lidi cestu používali k přesunu z výletní restaurace do města. Další problémy jsou na trase Lázně Bělohrad – Zvičina.

Královéhradecký kraj podporuje značkařskou sekci pravidelně částkou přibližně Kč 500 000, uvádí Hoška [65]. Tato částka je podobná kraji Pardubickému, ale vyšší než v Libereckém kraji. Tyto peníze pokrývají ošatné a jízdné podle vyúčtování. Materiál, sloupky jsou hrazeny z podpory od Ministerstva pro místní rozvoj.

Zahraniční turisté po prvotním nejistém prozkoumání jsou našim turistickým značením nadšeni, dodává Hoška [65] ze své vlastní zkušenosti ze soukromého sektoru. Na turistické mapě zahraniční turista nepozná, jak precizně máme vypracovanou síť turistického značení. To dokládají zkušenosti vlastní cestovní kanceláře. Czechtourism propaguje v zahraničí naše památky, ale již méně propaguje turisticky značené cesty a poznávání naší přírody s využitím právě turistického značení. Kdyby se turistické značení propagovalo v zahraničí (krásy naší republiky mimo frekventované oblasti), tak by se určitě zvýšila návštěvnost naší republiky zahraničními turisty.

KČT propaguje značení především v tuzemsku (k dispozici je pouze leták vytištěný v češtině), dále uvádí Hoška [65]. Naše turistické značení v rámci možností propaguje KČT v zahraničí, ale určitě jsou zde rezervy. Pořádá několik mezinárodních turistických akcí, zve turistické přátele, ale to je žalostně málo.

Hoška [65] dále uvádí ohledně ekonomického přínosu, že když už zahraniční turisté přijedou do naší republiky, tak přijedou se svojí výzbrojí a výstrojí. Takže tyto věci zde nekupují nebo jenom sporadicky. Zahraniční turisté mají však často vyšší požadavky na ubytování. Někteří vyhledávají čtyřhvězdičkové hotely s

doplňkovými službami a kvalitním zázemím včetně restaurací s vyšší cenovou skupinou. Díky aktivitám KČT (především s ohledem na turistické značení) v uvedených službách nechávají zahraniční turisté finanční prostředky, které se formou daní vrací do státního rozpočtu. Hodnota vynaložených finančních prostředků je však těžko zjištělná. Myslím si však, že na tomto poli máme značné rezervy.

Aktivita KČT ohledně turistického značení není zahraničními turisty plně využita. Jsou zde rezervy hlavně v propagaci pěšího i cyklistického značení [65].

Myslím si, že větší aktivitu ohledně značení turistických cest by měl vyvinout Czechtourism a rezervy jsou i u cestovních kanceláří [65].

Při KČT pracuje Rada značení, říká Hoška [65]. V této Radě jsou zástupci jednotlivých oblastí. Značené cesty, které nejsou využívány nebo jsou využívány málo, se ruší. Rada rozhodne o zrušení špatně průchodných cest nebo když vlastník pozemku nedá souhlas. Rada značení rovněž rozhoduje o vyznačení nové turistické značky (například k nové turistické atraktivitě).

Efektivita turistických cest se zpravidla pozná fyzickým sledováním, říká Hoška [65]. V současné době je tendence spíše sít' pěších turistických cest nerozšiřovat. V posledních letech je však skutečnost opačná.

Spolupráce s místní samosprávou je zpravidla dobrá, dodává Hoška [65]. Občas musí dojít ke kompromisu. Značení cest má určitá pravidla (například barva značené cesty) a nelze vyhovět všem požadavkům místní samosprávy.

9.2 Monitoring návštěvnosti v krajích

Za Zlínský kraj uvádí Zdeněk Urbanský [124], že plošný dohled nad pěšími a cyklotrasami není v jejich kompetenci. Dále uvádí, že sčítače jsou umístěny na cyklostezce podél řeky Bečvy, na cyklostezce kolem řeky Moravy a Bařova kanálu. Jednorázově probíhalo sčítání na cyklostezce Bečva ve spolupráci s některými obcemi (Valašské Meziříčí), což je v celkovém počtu 7,5 tis. km značených tras zanedbatelné, jak sám dále připouští.

Tomáš Čihák [125] z Vysočina Tourism potvrzuje, že data stejně jako v jiných krajích nejsou a ekonomický přínos také není znám.

Jitka Pašková [126], vedoucí turistického informačního centra Středočeské centrály cestovního ruchu uvádí, že taková data nemají. Oceňuje pěkné mapy od KČT a rádi občas pozvou na některou akci. Výlety bez jejich značení si nelze představit, dodává Pašková [126].

Předseda spolku Petr Židlický [127] z destinační agentury pro Karlovarský kraj odpovídá, že v minulosti se objevilo několik sčítačů převážně na cyklotrasách.

Josef Rychter [128] z destinační společnosti Východní Čechy opakuje, že také v Pardubickém kraji nedochází k měření návštěvnosti v terénu nebo ekonomického přínosu těchto osob. Za KČT, oblast Pardubického kraje to dokládá i Škvára [64]. Říká, že žádný výzkum využití značených tras nebo dokonce ekonomického přínosu osob, kteří využijí něco z nabídky KČT, není a realizovatelný by byl jen těžko. Podobně těžko by se daly změřit útraty před samotnou aktivitou, například prodej sportovního zboží zúžený jen na oblečení pro pěší turistiku [64]. Škvára [64] dále upozorňuje na měření na jižní Moravě. Budování a údržba značených cest je financována krajem, kvůli zvýšení cestovního ruchu, děje se to pravidelně každý rok. Žádost o příspěvek doplňují informace o počtu kilometrů, značkařů, účastníků akcí [64]. Kraj rád podpoří pomocí značení i krátké výlety například rodin, pokračuje Škvára [64]. Příjezdový cestovní ruch značení může posílit, ale záleží na zájmech těchto konkrétních osob [64]. Škvára [64] zmiňuje i názor představitelů krajů, že návštěvnost Pardubického kraje v komparaci s ostatními kraji České republiky je žalostně malá a situace se stále nemění. Kotyk [73] potvrzuje, že konkrétní data o přínosu turistiky pro cestovní ruch v oblasti KČT Pardubický kraj nebyla sledována. A dále uvádí, že komunikace mezi KČT (oblasti Pardubického kraje) a krajským úřadem je dobrá a není problém se získáváním finančních příspěvků na značení tras ani s příspěvků na každoroční Zahájení jarní turistické sezóny.

Petr Moc [129] z Moravian-Silesian Tourism, s.r.o., obchodní společnosti Moravskoslezského kraje, také odpovídá, že taková data neexistují.

Box 28 Návštěvnost turistických tras, Hiltavský [135]

Referent pro cestovní ruch Ing. Martin Hiltavský z Moravskoslezského kraje ovšem uvádí, že data o celkové návštěvnosti, ubytování a útratách existují. Čistě pro spojitost s KČT nejsou data uspořádaná. Data pocházejí od Českého statistického úřadu a obsahují počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. Ekonomický přínos je počítán vynásobením počtu dní pobytu (podle přenocování v hromadných a individuálních ubytovacích zařízeních) a průměrné denní útraty. Ta je uváděna podle Hiltavského Kč 1 132 u zahraničních návštěvníků a Kč 680 u rezidentů. Výpočet průměrné útraty pochází z roku 2015 a dnes je již částka vyšší. Útrata u business návštěvníků a účastníků konferencí je vyšší. Rozdíly jsou také u národností. Dále je uváděno, že v roce 2017 Moravskoslezský kraj navštívily 4 miliony návštěvníků, kteří utratili Kč 5,6 mld. Příjem do veřejných rozpočtů je Kč 2,3 mld.

Podle Hornové [130] je jediné sčítání návštěvníků v Libereckém kraji realizováno pouze na cyklostezce Greenway Jizera. Ekonomický přínos není v tomto kraji nikterak sledován, doplňuje Hornová [130].

Obrázek 22 Zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2017/2018

Studijní program: Ekonomika a management

Forma: Prezenční

Obor/komb.: Management cestovního ruchu - německý jazyk
(mcr-p-n)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Hoška Petr	Zámecká 499, Lázně Bělohrad	I1500622

TÉMA ČESKY:

Podíl Klubu českých turistů na rozvoji cestovního ruchu

TÉMA ANGLICKY:

The influence of the Czech tourist club on tourism development

VEDOUcí PRÁCE:

Mgr. Alexandr Gregar, Ph.D. - KRCC

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Dodržení metodických pokynů pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos UHK č.1/2000 v platném znění), Stanovení cíle a pracovních hypotéz, Zpracování problematiky včetně závěrů.

Osnova:

1. ÚVOD
2. METODICKÝ POSTUP
 - 2.1. Cíl seminární práce
 - 2.2. Metodický postup práce
 - 2.2.1. Výzkumné otázky
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA
 - Charakteristika organizace
 - Historická východiska
 - Aktivita spolku pro veřejnost
 - Financování spolku
 - Aktivita spolku v zahraničí
 - Vydavatelská činnost
4. PRŮBĚH A VÝSLEDKY ŠETŘENÍ
 - 4.1. Sběr informací a průběh šetření
 - Řízené rozhovory pracovníků TIC, poskytovatelů služeb
 - 4.2. Zpracování výsledků šetření
 - Incoming z pohledu KČT
 - Využívání turisticky značených cest
 - Návštěvnost atrakcí a atraktivit CR s přihlednutím ke KČT
 - Studie finančních výdajů účastníka aktivit turistiky
 - Posouzení vlivu na tržby obchodníků a poskytovatelů služeb CR
 - Využití chat v majetku spolku
 - Návštěvnost muzea turistiky v Bechyni vlastněné KČT
 - 4.3. Shrnutí a diskuse výsledků
5. NÁVRHY A DOPORUČENÍ
6. ZÁVĚR

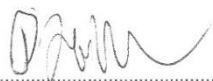
SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Kotíková, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu, Grada 2013
Jakubíková, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu, Grada 2012
Palatková, Monika. Marketingový management destinace, Grada 2011
Kolektiv. Marketing XXL, DonauMedia 2010
odborná a další literatura k tématu a prostředí

Obrázek 23 Zadání práce

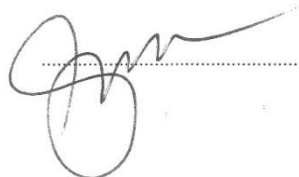
Bachman, Pavel. Management neziskové organizace. Gaudeamus, 2011
Boukal, Petr. Nestátní neziskové organizace. Oeconomia Praha VŠE, 2009
Boukal, Petr a kol. Fundraising pro neziskové organizace. Grada 2013
Rakušanová, Petra. Povaha občanské společnosti v kontextu střední Evropy Sociologický ústav ČR, Praha 2007
Občanský zákoník (Zák. č. 89/2012 Sb., § 118 - 131, § 159 a § 210 - 418)
Holden, Andrew. Tourism, poverty and development, New York: Routledge, c2013. ISBN 9780415566278.
Šimková, Eva. Aktuální témata rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-624-7.
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.
Zelenka, Josef. Cestovní ruch - marketing. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-543-1.
MICHÁLKOVÁ, Anna. Faktory úspěšnosti regionálních sítí v cestovním ruchu. Praha: Oeconomia, 2010. ISBN 978-80-245-1735-3.

Podpis studenta:



Datum: 18.10.2017

Podpis vedoucího práce:



Datum: 18.10.2017