

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu

Katedra rekreologie a cestovního ruchu

CESTOVNÍ RUCH UKRAJINY

Percepce cestovního ruchu v Zakarpatské Ukrajině občany
České republiky

Bakalářská práce

Autor: Jana Rizaková

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová Ph.D.

Hradec Králové

duben 2021

Prohlášení

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

V Hradci Králové, dne 29.4.2021

.....
Jana Rizaková

Poděkování:

Děkuji především vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Dagmar Hrušové Ph.D., za metodické vedení práce, za její cenné rady, připomínky a především ochotu. Zároveň děkuji i všem respondentům, kteří se podíleli na tvorbě mé bakalářské práce formou vyplnění dotazníků a poskytnutí vzácných informací o hodnocené oblasti.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá vybranou částí Ukrajiny – Zakarpatskou oblastí, popisuje specifika oblasti a charakterizuje předpoklady cestovního ruchu tohoto území. Z psychologického hlediska cestovního ruchu se specializuje na subjektivní vnímání vybrané oblasti Ukrajiny občany České republiky. Zkoumá percepci oblasti českými občany a vyhodnocuje, zda je pro ně Zakarpatí turisticky zajímavé. V teoretické části práce budou definovány základní pojmy a vysvětleny způsoby hodnocení potenciálu a předpokladů destinace. Další kapitola je poté věnována důležitým informacím a faktům o Ukrajině, které jsou podstatné k zodpovězení výzkumných otázek. V praktické části je na základě obsahové analýzy zdrojů, tzn. kvalitativní strategii výzkumu a vlastních poznatků souhrnně vylíčena charakteristika zvoleného území a popsány předpoklady rozvoje cestovního ruchu. V empirické části je pomocí přístupu kvantitativního výzkumu a výsledků dotazníkového šetření zjištěno, jakým způsobem vnímají občané České republiky Zakarpatskou oblast. Na závěr prostřednictvím komplexních posouzení je provedena SWOT analýza a jsou navrženy doporučení na zlepšení současného stavu propagace turismu a případné zvýšení návštěvnosti českými občany.

Klíčová slova: percepce, percepce cestovního ruchu, Ukrajina, Zakarpatská Ukrajina

Annotation

Title: Perception of tourism in Transcarpathian Ukraine by citizens of the Czech Republic

The bachelor thesis deals with a selected part of Ukraine – Transcarpathian region, describes the specifics of the area and characterizes the prerequisites of tourism in this area. From the psychological point of view of tourism, it specializes in the subjective perception of a selected area of Ukraine by citizens of the Czech Republic. It examines the perception of the area by Czech citizens and evaluates whether the Transcarpathian region is of tourist interest. The theoretical part of the thesis will define the basic concepts and explain the methods of evaluating the potential and prerequisites of the destination. The next chapter is devoted to important information and facts about Ukraine, which are essential to answer research questions. The practical part is based on the content analysis of resources, ie. qualitative strategy of research and the authors knowledge. It summarizes the characteristics of the selected area and describes the prerequisites of tourism development. In the empirical part, using the approach of quantitative research and the results of a questionnaire survey it is found out how the citizens of the Czech Republic perceive the Transcarpathian region. Finally, through a comprehensive assessment, a SWOT analysis is performed and recommendations are proposed to improve the current state of tourism promotion and a possible increase in attendance by Czech citizens.

Key words: perception, perception of tourism, Ukraine, Transcarpathian Ukraine

Obsah

1. Úvod	1
2. Cíl práce a metodika zpracování	3
2.1. Cíl práce	3
2.1.1. Výzkumné otázky	3
2.2. Metodika zpracování	5
2.2.2. Použité metody	5
2.2.3. Popis výzkumného souboru.....	7
3. Teoretická východiska	8
3.1. Percepce	8
3.1.1. Percepce geografického prostoru.....	8
3.1.2. Mentální mapa.....	9
3.1.3. Motivace k cestování.....	10
3.2. Potenciál a předpoklady cestovního ruchu	11
3.3. Základní informace o Ukrajině podstatné pro výzkum.....	14
3.3.1. Komparace cen Ukrajiny a České republiky	16
3.3.2. Cestování na Ukrajinu	17
3.4. Ukrajinci v Čechách.....	18
4. Praktická část	20
4.1. Vymezení a specifika území – Zakarpatská Ukrajina.....	20
4.1.1. Multietnicita	21
4.1.2. Mýty a pověry	24
4.1.3. Kulinářské bohatství.....	24
4.1.4. Víno Zakarpatí.....	26
4.2. Předpoklady cestovního ruchu Zakarpatské Ukrajiny.....	27

4.2.1. Lokalizační předpoklady Zakarpatské oblasti.....	27
4.2.2. Realizační předpoklady Zakarpatské oblasti.....	36
4.3. Dotazníkové šetření.....	39
4.4. SWOT analýza Zakarpatí z pohledu cestovního ruchu.....	48
5. Shrnutí výsledků a diskuse	52
5.1. Odpovědi na výzkumné otázky.....	52
5.2. Návrhy a doporučení vyplývající z výzkumných výsledků	55
6. Závěr.....	56
7. Seznam použité literatury.....	58
8. Přílohy.....	63
8.1. Příloha I - Dotazník.....	64
8.2. Příloha II – Seznam obrázků	67
8.3. Příloha III – Seznam tabulek.....	67
8.4. Příloha IV – Seznam grafů.....	68

1. Úvod

„Ukrajinu nepochopíte, dokud si ji neosaháte. Dokud nezakousnete hlt horilky nasátý přímo z láhve sádlem a nezavršíte tenhle kulinářský zážitek cibulí. Až tehdy, když obyvatel sytého a nafoukaného pupku planety, co si říká Evropa, rty přisátými k tlustostěnné sklence s místní samohonkou, pronikne i do těch nejtemnějších zákoutí ukrajinského bytí. Až pak uvidí tuhle zemi očima laskavými tak, že se šed' a zmar změní v poetickou kulisu doplňující exkurzi do starých dobrých časů. Do dob, kdy vše bylo opravdovější. Zemitější a upřímnější. Ale také krutější a nelítostnější“, tak shrnula Ukrajinu specialistka na země bývalého Sovětského Svazu a novinářka Petra Procházková (2020) v dokumentární publikaci *Lost Europe*. Není úplně jednoduché střízlivě a bez okolků popsat zemi, která si laicky řečeno “na nic nehraje“. Území, které nestačí jen vidět, ale které musí člověk okusit se “vší parádou“. A přesně takto neomaleně vyobrazila své pocity Petra Procházková v knize *Lost Europe*, která prezentuje Ukrajinu doslova bez obalu.

Tato bakalářská práce se zabývá jihozápadní částí Ukrajiny, konkrétně Zakarpatskou oblastí. Území, které pokrývají z převážné většiny Karpaty je místem, kde se zastavil čas a netknuté přírodní bohatství této oblasti bere dech. Nicméně to souvisí také se syrovostí této oblasti a jejími zbytky starého způsobu života, ve kterém někteří vidí bídu a zaostalost, a jiní zase ryzost a čistotu. To už záleží pouze na lidském vnímání, což je těžištěm celé bakalářské práce.

Práce nejprve popisuje vybrané území a charakterizuje předpoklady cestovního ruchu Zakarpatí. Dle názoru autorky je na oblast hleděno především jako na místo s velkým přírodním potenciálem a ostatní atraktivita jsou posouvány do pozadí. Proto se práce koncentruje zejména na skryté krásy kulturně bujaré země v souvislosti se sousedstvím s dalšími 4 zeměmi. To dále může posloužit jako ucelený přehled toho, jaké kulturní dědictví země vlastní a proč by sem měli turisté směřovat. Přesto hlavním úmyslem je odhalit vztah českých občanů k tomuto území, a především prozkoumat jejich postoj a povědomí o Zakarpatské oblasti.

Důvodem výběru tématu bakalářské práce byl především původ autorky. Narození a roky strávené ve městě Mukačevo v Zakarpatské Ukrajině a neustálý kontakt s rodinnými příslušníky žijícími na Ukrajině doposud jsou ohromnou výhodou k vypracování této práce. Ukrajina je velmi bohatá a překrásná země, která sice má z čeho čerpat, ale v rozvoji cestovního ruchu je bohužel těžce opomíjena. Faktorem atraktivity Zakarpatí není jen divoká a drsná krása Karpat, ale jsou to hlavně vstřícní lidé a ojedinělá kultura této oblasti, kterou nelze přirovnat k žádné jiné. Motivací je představit tento region z jiného, vlastního pohledu. Záměrem je poté zjistit, znají-li Češi tuto oblast, zda ji již kdysi navštívili a jestli vůbec prahnou po poznání.

2. Cíl práce a metodika zpracování

2.1. Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je na základě kvalitativního výzkumu a obsahové analýzy zdrojů nejprve popsat oblast Zakarpatské Ukrajiny a charakterizovat předpoklady cestovního ruchu tohoto území. Následně z psychologického hlediska cestovního ruchu práce zkoumá subjektivní vnímání Zakarpatské Ukrajiny právě občany České republiky. **Empirickým výzkumným cílem** je prostřednictvím kvantitativního přístupu a výsledků dotazníkového šetření zjistit, jaká je percepce této oblasti českými občany a vyhodnotit, zda je pro ně Zakarpatí atraktivní.

Dílním úkolem teoretické části práce je na základě syntézy odborné a dostupné literatury definovat pojmy související s tématem, a to percepce, potenciál a předpoklady cestovního ruchu. Další kapitoly obsahují důležité informace vztahující se především k cestování na území Ukrajiny a životu ukrajinských příslušníků v Čechách, což dle autorky rovněž působí na zkoumanou percepce. Přínosem práce je původ autorky, který poskytuje hlubší a bližší seznámení s touto oblastí a poukazuje na chyby a nedostatky s fungováním a využitím předpokladů cestovního ruchu. V závěru je prostřednictvím komplexních posouzení provedena SWOT analýza a jsou navrženy doporučení na zlepšení současného stavu propagace Zakarpatské oblasti a zvýšení návštěvnosti občany České republiky.

2.1.1. Výzkumné otázky

Za účelem dosažení cílů budou hledány odpovědi na následující výzkumné otázky:

- 1. Jaké jsou předpoklady rozvoje cestovního ruchu území Zakarpatské Ukrajiny?**
- 2. Jaká je percepce Zakarpatské Ukrajiny vybranými českými občany?**

K 2. výzkumné otázce se vztahují tyto podotázky:

2.1 Znájí Češi tuto oblast? Jakým způsobem a odkud se o ní dozvěděli?

2.2 Považují tuto oblast za destinaci cestovního ruchu a zdá se jim turisticky atraktivní?

2.3 Je něco, co čeští občané vnímají jako negativum této oblasti?

2.4 Navštěvují občané České republiky tuto oblast nebo mají nutkání ji navštívit?

2.5 Co bylo pro návštěvníky motivací k návštěvě či za jakým účelem do oblasti případně cestovali?

2.6 Jak hodnotí občané České republiky propagaci Ukrajiny celkově?

2.2. Metodika zpracování

V momentální době probíhající pandemie způsobené virem Covid-19 jsou zpřístupněny obsáhlé databáze odborné literatury na webových stránkách knihoven online, jako například databáze Moravské zemské knihovny v Brně. Mnoho použitých zdrojů bylo také vypůjčeno ještě v předstihu v Plzeňské městské knihovně a knihovně Studijní a vědecké Plzeňského kraje. Především díky těmto dostupným zdrojům odborné literatury bylo možné zhotovit teoretická východiska, která jsou podstatným podkladem pro část praktickou. Postup šetření bakalářské práce obsahuje kombinaci nejprve metody kvalitativního přístupu a poté strategii kvantitativního výzkumu, což bude detailněji popsáno níže.

V teoretické části v rámci kvalitativního přístupu byly prostudovány dostupné zdroje a provedena obsahová analýza textu. Teoretická východiska slouží jako podklad pro obecné vysvětlení důležitých pojmů a principů, které byly využity k výzkumu práce. Zpočátku byl vymezen pojem percepce a následně specifikován na percepci geografického prostoru. Také jsou zde vysvětleny zásadní způsoby hodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. V další kapitole jsou uvedeny důležité informace vztahující se k cestování na území Ukrajiny. Dle názoru autorky ovlivňuje percepci vybraného území taktéž pobyt ukrajinských přistěhovalců na území České republiky a podstatou kapitoly je vylíčit postoj českých občanů k nim. Obsah části teoretické byl následně aplikován v části praktické.

2.2.2. Použité metody

Jako vstupní výzkumný postup praktické části byl zvolen přístup kvalitativního výzkumu a autorka pracovala s daty dříve zveřejněnými a zpracovanými. V kapitole, která odpovídá na výzkumnou otázku č. 1 týkající se předpokladů Zakarpatské oblasti, se nejedná přímo o vlastní zhodnocení, nýbrž o shromáždění, zpracování a analýzu dat převzatých. Záměrem bylo především představit Zakarpatskou Ukrajinu a seznámit se specifiky této oblasti, nikoliv kompletně stanovit a zhodnotit její potenciál. Popsány jsou zde nejprve autorkou zvolené charakteristické aspekty této oblasti a dále stručně předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu Zakarpatí. Nástrojem pro zhodnocení

Zakarpatské Ukrajiny jako destinace cestovního ruchu byla vypracována SWOT analýza, která poté posloužila k navržení doporučení na zlepšení současného stavu propagace oblasti a případného zvýšení návštěvnosti českými občany.

Na otázku č. 2 bylo zodpovězeno na základě dotazníkového šetření prováděného v elektronické podobě prostřednictvím dotazníku, který byl respondentům distribuován pomocí sociálních médií Facebook. Anonymní dotazník viz Příloha I. byl vytvářen ve formě uzavřených a kombinovaných otázek a skládá z 15 hlavních otázek a 4 podotázek. Formován byl pro přehlednost do dvou částí, a to části týkající se vyloženě Zakarpatské Ukrajiny a části, která se zaměřuje na segmentaci účastníků dotazníkového šetření. K vytvoření dotazníku byla použita služba Survio (survio.com), která funguje jako nástroj pro velmi jednoduchou tvorbu online dotazníků. Odpovědi jsou službou ihned zpracovány do přehledných výsledných grafů a tabulek v reálném čase. Služba taktéž nabízí možnost využití větvení a logiky v dotazníku. Tato forma zpracování byla zvolena na základě pandemické situace a nemožnosti uskutečnění osobního získávání informací. Prvotním záměrem autorky bylo vytvoření vzorového dotazníku a přímé dotazování respondentů v ulicích měst. Cílem je zjistit, zda obyvatelé Čech znají Zakarpatskou oblast a jak o této oblasti smýšlejí. Zda již v minulosti zavítali na Zakarpatí nebo přemýšlejí o navštívení či nikoliv. Jestli považují tuto část Ukrajiny za destinaci cestovního ruchu a co je případně odrazuje od navštívení tohoto území. Jak hodnotí atraktivitu Zakarpatska a pokud jej navštívili, jaký byl účel cesty a co pro ně bylo motivací k zavítání. Zbylé dotazy se týkají segmentace respondentů a také jejich postoje k Ukrajině a míře její propagace v České republice.

V závěru práce je provedena syntéza vlastních a získaných informací z dotazníkového šetření. Veškeré výsledné grafy jsou okomentovány a obohaceny o doplňující otevřené odpovědi respondentů. Tyto poznatky byly porovnány a prostřednictvím SWOT analýzy zhodnoceny. Po vyhodnocení obou výzkumných přístupů byly navrženy doporučení na zlepšení současného stavu propagace Zakarpatské oblasti a případného zvýšení návštěvnosti českými občany.

2.2.3. Popis výzkumného souboru

Aby bakalářská práce dospěla k adekvátním výsledkům, bylo nutné vybrat vzorek respondentů, který je vhodný pro výzkum. Respondenti byli vybíráni v zájmových skupinách se zálibou cestování. Také se jednalo o skupiny se zaměřením na druhy turistiky, které lze praktikovat i v Zakarpatí. Jde například o pěší turistiku, vysokohorskou turistiku, cykloturistiku apod. Bylo vybráno několik zájmových skupin, kam byl dotazník nasdílen formou odkazu s žádostí o vyplnění, tudíž byl vyplňován pouze na bázi dobrovolnosti. Z tohoto důvodu nebyl brán zřetel na věk ani pohlaví respondentů. Šlo například o Facebookové skupiny jako "Cestování, Dobrodružství, Přechody hor, Tramping a Hiking v divočině" nebo "Cestování s cestovateli". K dosažení relevantních výsledků bylo nakonec nasbíráno 180 vyplněných dotazníků.

3. Teoretická východiska

3.1. Percepce

Pojem percepce je obzvláště využíván v psychologii, neboť jde o smyslový děj a obecně jej lze označit jako vnímání neboli vjem. Nicméně na základě různosti vnímaných subjektů a odlišného chápání percepce se tento pojem rozšířil i do jiných vědních disciplín. Siwek (2011:70) popisuje percepci jako proces, během něhož vzniká v lidském vědomí obraz reality. Člověk kompaktně vnímá prostředí, které jej obklopuje a poznává kvality okolního světa svými smysly. Podle Kolejky (2014:29) je percepce jevem subjektivním a mění se během dne a roku z různých subjektivních příčin. Tento proces je tedy značně individuální a dva lidé, kteří vnímají stejné podněty si ve své mysli nikdy nevytvoří naprosto stejný obraz reality. V knize Výkladový slovník cestovního ruchu Zelenka a Pásková (2021:414) podotýkají, že je percepce ovlivňována nejen kvalitou smyslových orgánů a primárním zpracováním jejich výstupů nervovou soustavou, ale především předchozími zkušenostmi.

3.1.1. Percepce geografického prostoru

Siwek (2011:76) definoval percepci geografického prostoru vlastními slovy takto: *„Percepce geografického prostoru je obraz okolního světa, který si každý člověk vytváří ve svém vědomí, svým jedinečným způsobem a na základě zkušeností v podobě mentální mapy.“*

Vnímání a poznávání prostoru v celé jeho komplexnosti je celoživotní proces, který je ovlivňován v průběhu života mnohými faktory. Žádný člověk se s prostorovým vnímáním světa nenarodí. Jak vysvětluje Siwek (2011:11), každý se s prostorem postupně seznamuje, prostorově vnímá a nabývá zkušeností. Vysvětluje, že prostorové zkušenosti jsou získávány obzvláště na malých plochách, které jsou pro člověka každodenní životní rutinou a člověk si o prostoru vytváří individuální představy. V těchto představách se odráží objektivní poznatky i subjektivní charakteristiky osobnosti, rozdílné potřeby a hodnoty. Upřesňuje, že zásadním činitelem ovlivňujícím poznávání okolního prostoru může být v první řadě období lidského života, postavení člověka ve společnosti a jeho způsob života. Podobného názoru je také Hynek (1984), který ve své knize percepci

definuje takto: „*Percepce je odezvou prostředí v člověku, vztahem člověka k okolnímu světu, jeho prožíváním a působením na něj. Odpovídá na otázku: jak se díváme na svět kolem nás, co v nás zanechává, probouzí, jak nás ovlivňuje, vzbuzuje-li v nás libost či nelibost.*“

Svět vysílá miliony informačních signálů o všech svých aspektech, které však lidé nejsou schopni zcela pojmout. Golledge a Stimson (1997:189) vysvětlují, že lidé mohou skrze smysly vnímat jen malou část informací, které prostředí vysílá. Nicméně doplňují, že lidé vnímají z prostředí především takové podněty, které upoutají jejich pozornost a jsou pro ně určitým způsobem významné či nezvyklé. Siwek (2011:76) navíc doplňuje, že jednotlivec nikdy nevnímá okolní prostor bezdůvodně. Buď v prostoru něco hledá, anebo od něj něco očekává. A pokud je prostředí chudé na jakékoliv prostorové charakteristiky, člověk je nucen všimnout si sebenepatrnějších z nich, což naopak výrazně zlepšuje lidské prostorové vnímání a orientační smysl. Velké množství prostorových charakteristik viditelných najednou, jako například ve velkých městech nepřispívá prostorové orientaci a vytváří chaos, zdůrazňuje Siwek (2011:77).

Geografické pojetí percepce prostoru se od psychologického chápání percepce výrazně liší. V geografii je podstatné vnímání prostoru a objektů vyznačujících se prostorovými charakteristikami, a naopak z psychologického hlediska je percepce spíše chápána jako funkce poznávání a je poměrně důležitý přístup jednotlivce. (Siwek, 2011; Golledge a Stimson, 1997) Přece však mají různá pojetí percepce prostoru něco společného. Siwek (2011:42) ve své knize uvedl, že pro definici prostoru nejsou důležité rozměry, ale jeho provázanost s člověkem.

„Geografický prostor je prostor vztahující se k člověku.“ (Siwek, 2011:42)

3.1.2. Mentální mapa

Mentální mapa „mapuje“ lidské úvahy, řídí tok lidských myšlenek a je tvůrčím a efektivním způsobem děláním poznámek. Poskytuje celkový pohled na předmět či oblast, umožňuje člověku plánovat a v první řadě vybírat nejlepší postup, tvrdí Buzan (2007:14). Tímto způsobem lze usnadnit řešení problémů tím, že mentální mapa jedinci umožňuje objevovat nové tvůrčí cesty a zorganizovat si fakta a myšlenky.

Siwek (2011:88) doplňuje, že obsahem mentální mapy je pouze subjektivní mínění, nikoliv objektivní skutečnost. Jedná se o obraz, který se vždy více či méně různí od reality. Tvrdí, že se každý člověk rozhoduje na základě mentální mapy a podle svých subjektivních znalostí a obrazů, které nosí v hlavě. Buzan (2007:15) navíc uvádí, že díky mentální mapě je jedinec lépe koncentrovaný a zlepšuje svou organizační schopnost. Mentální mapa také pomáhá efektivněji se učit, více si pamatovat a být tvořivějším. Dle Buzana (2007:15) mentální mapa vyžaduje plné soustředění na předmět našeho zájmu a dané informace si člověk dlouhodoběji pamatuje.

Pro cestovní ruch má mentální mapa podstatný význam, a to pro výběr destinace a orientaci v terénu, jak popisují Zelenka a Pásková (2012:335). Na základě uloženého obrazu destinace je ovlivňován způsob komunikace návštěvníka o destinaci, a to například doporučení destinace apod. Siwek (2011:121) vysvětluje, že tyto mapy existují pouze v lidském vědomí a zvěčněné je můžeme vidět jenom jako výsledek výzkumu.

3.1.3. Motivace k cestování

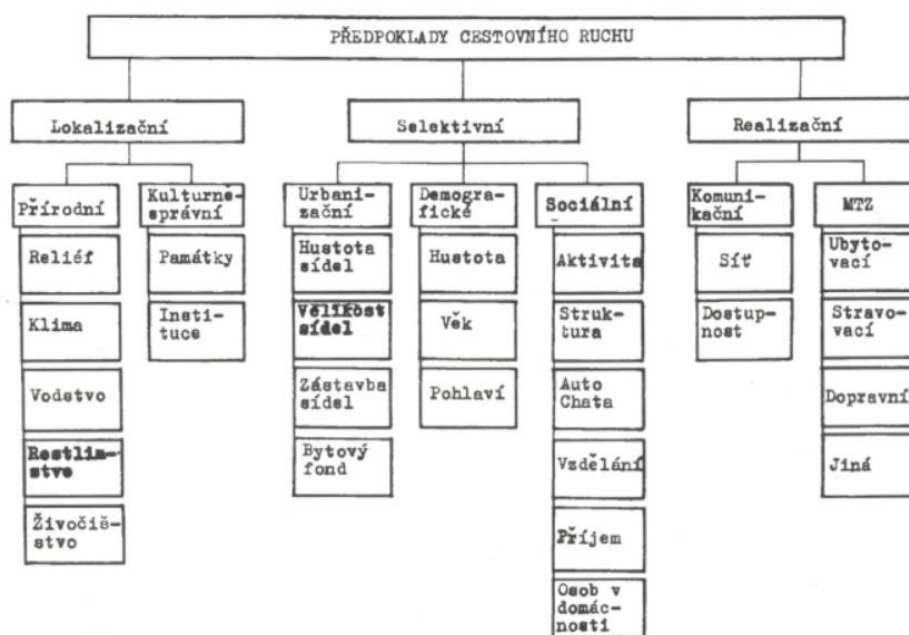
Každý člověk má podle Siwka (2011:64) jiné předpoklady pro poznání prostoru, obecně určené vnitřní a vnější podmínky. Jako ty vnitřní označuje například schopnost smyslů jedince, kapacitu mozku a především zvědavost, typickou lidskou vlastnost. Podle něj právě zvědavost člověka žene do neznáma. Vnější podmínky popisuje Siwek (2011:64,65) jako technickou vyspělost lidstva, což je kupříkladu vývoj dopravních prostředků, technické prostředky pro sběr a přenášení informací a kulturní aspekty.

Zelenka a Pásková (2012:356) charakterizují motivaci jako kombinaci vnitřních podnětů a vnější stimulace, které vedou k realizaci určité osobní aktivity. Tvrdí, že v cestovním ruchu tato kombinace vede k realizaci cestování u každého, avšak je nutné na základě kritérií vymezit různé formy cestovního ruchu pro spokojenost návštěvníků. Jako příklady motivace Zelenka a Pásková (2012:356,357) uvádějí například dobrodružství jako horskou turistiku plnou napětí a vzrušení nebo i tradiční rodinné cestování zprostředkované cestovními kancelářemi. Zdůrazňují, že motivace významně souvisí se spokojeností návštěvníků a bývá využívána při jejich segmentaci.

3.2. Potenciál a předpoklady cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu v území bývá ovlivňován především kvalitou a přitažlivostí prostředí, ve kterém je cestovní ruch uskutečňován a rozvíjen. Zelenka a Pásková (2012:433) interpretují potenciál cestovního ruchu jako souhrnnou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu. Níže budou představeny dvě metody hodnocení potenciálu, které následně poslouží jako přibližná osnova k představení potenciálu Zakarpatské oblasti.

Mariot (1992:9) ve své publikaci Zeměpis cestovního ruchu popisuje potenciál cestovního ruchu jako schopnost krajiny poskytnout podmínky pro rozvoj turismu. Tvrdí, že cestovní ruch se vyskytuje právě v oblastech s nejlepšími předpoklady pro svůj rozvoj. Nicméně předpoklady oblasti lze hodnotit z mnoha zorných úhlů, a proto Mariot (1992:9,10) člení soubor předpokladů funkčně chronologicky na základě jejich funkce, intenzity, časového průběhu i složení účastníků do tří skupin. Rozdělení předpokladů dle Mariota je vyobrazeno v Tabulce 1.



Tabulka 1: Členění předpokladů cestovního ruchu (Mariot,1992:17)

Lokalizační předpoklady vymezují polohu a vyjadřují atraktivnost destinace cestovního ruchu. Mariot (1992:10-22) v rámci lokalizačních podmínek hodnotí přírodní předpoklady s převážně neměnným stálým charakterem a kulturně historické

předpoklady zahrnující tvůrčí činnost člověka. Selektivní předpoklady explikuje jako veškeré socioekonomické zdroje a možnosti, které různě ovlivňují intenzitu účasti společnosti na cestovním ruchu a určují míru poptávky po účasti v něm. Zprostředkovávají také podle určitých kritérií výběr obyvatel, na něž nejúčinněji působí stimuly pro účast v cestovním ruchu. Nakonec charakterizuje neméně důležitou skupinu předpokladů – realizační předpoklady, jenž je škála činností a služeb, které doplňují dosavadní lokalizační předpoklady z důvodu funkčnosti turismu.

Pásková (2009:143) podotýká, že však nelze zcela ztotožňovat pojmy „předpoklady území pro rozvoj cestovního ruchu“ a „potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu“. Jako předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu označuje přírodní, ale i člověkem vytvořené složky včetně jejich synergicky působících vazeb v určitém území. Potenciál území považuje za širší pojem, který zahrnuje vnitřní i vnější podmínky pro uvedení potenciálu cestovního ruchu daného území do činnosti.

Bína (2002, 2010) hodnotil v předešlých letech již několikrát potenciál cestovního ruchu v České republice. Situovat a rozvíjet aktivity cestovního ruchu v určité destinaci bývá umožňováno obzvláště na základě charakteristik „nabídky“ tohoto území. Destinace může nabídnout poutavou krajinu nebo výjimečné kulturní hodnoty, ale dle Bíny (2002:1) jsou území s oběma sektory současně nejvýhodnější pro rozvoj cestovního ruchu. Zelenka a Pásková (2012:433) také upozorňují, že je potenciál cestovního ruchu časově závislý zejména pro přírodně vymezené formy cestovního ruchu, které ovlivňují sezónní klimatické jevy. Bína (2002:2-8) pro hodnocení potenciálu území vyčleňuje dva základní subsystémy, a to přírodní a kulturní. Neopomíná samozřejmě ani kvalitní fungování veřejné správy, která má především vliv na řízení, monitoring, plánování a podporu podnikatelské sféry cestovního ruchu. Jednotlivé prvky potenciálu území rozčleňuje na menší měřitelné segmenty a oceňuje body vyjádřenými na hodnotové škále, např. 0 až 3 bodů, kterými hodnotí úroveň těchto podmínek (při úplné absenci některé z podmínek je udělována 0). Pásková (2009:144) zmiňuje i skutečnosti snižující potenciál pro rozvoj cestovního ruchu a zdůrazňuje, že by tyto nežádoucí jevy měly být zohledněny již při oceňování potenciálu destinace. Mezi negativní faktory rozvoje cestovního ruchu, které snižují bodové hodnocení řadí Zelenka a Pásková (2012:433) například špatný stav životního prostředí, vysokou kriminalitu či konfliktní land-use území.

„Potenciál cestovního ruchu je chápán jako formalizovaný výsledek zhodnocení co možná komplexního okruhu lokalizačních podmínek a předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu.“ (Bína, 2002:2) Do přírodního subsystému zahrnuje atraktivitu cestovního ruchu svázané s přírodou, které jsou zpravidla stálého neměnného charakteru. Hodnotí vhodnost krajiny pro různé typy turistiky, jako například pěší turistiky, cykloturistiky, horolezectví nebo vodní turistiky aj. Do potenciálu kulturního subsystému spadají kulturně historické památky a soubory, kulturní akce, tematické trhy apod. Bína (2002:3) tyto složky cestovního ruchu interpretuje jako cesty za kulturním poznáním či zábavou a na rozdíl od přírodních podmínek, vytvářením kulturních složek je cestovní ruch vysoce ovlivňován. Navíc zdůrazňuje, že žádná metoda není schopna plně zhodnotit potenciál oblasti, jelikož určité složky – např. *genius loci*, nejsou měřitelné. Díky zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu lze objevit typické rysy území, jak vysvětluje Bína (2002:9-11) na závěr výzkumu. Z výsledků lze vydedukovat typové skupiny na základě zastoupení potenciálu přírodního a kulturního subsystému a následně konkrétněji diferencovat destinaci.

3.3. Základní informace o Ukrajině podstatné pro výzkum

Ukrajina s hlavním městem Kyjev je po Rusku druhým největším státem Evropy a své hranice sdílí se sedmi sousedními státy – Ruskem, Běloruskem, Polskem, Slovenskem, Maďarskem, Rumunskem a Moldávií. Ewans (2011:8) tvrdí, že Ukrajina velmi neochotně zařazuje Rusko čistě do evropských zemí vzhledem k rozsáhlé části ležící v Asii a sám je toho názoru, že Ukrajinci mohou být právem hrdí na největší výhradně evropskou demokracii.



Obrázek 1: Ukrajina. (Podmienky vstupu do krajiny, 2020)

Pro srovnání uvádí, že je Ukrajina rozlohou téměř osmkrát větší než Česká republika a její jižní část je obklopena Černým a Azovským mořem. Poloostrov, který rozděluje tyto dvě moře byl pro Ukrajinu jedním z nejpodstatnějších turistických center. Autonomní republika Krym a město Sevastopol byly však jako celek v roce 2014 Ukrajině odebrány Ruskou federací pod dohledem ozbrojených sil a na základě výsledků referenda zúčastněných občanů Krymu, jak popisuje Matzek (2016) ve své práci pro Institut pro politiku a společnost. Od března roku 2014 Ukrajina již toto území nespravuje a za svou součást jej považuje Ruská federace. Tato událost ještě více oslabil již nepříznivé vztahy Ukrajiny s Ruskem. Anexe Krymského území a mnohé politické zmatky a nejistota Ukrajině nedělají dobré jméno a také částečně odrazují zájemce, kteří touží poznat krásy této země, uvedl hned v úvodu Ewans (2011:5). Johnstone a Bloom (2009:28-35) podotýkají, že Ukrajina čelí nadvládě Ruska již od 17. století. Pokud jde o dějiny Ukrajiny, jako by šlo o souvislý proud katastrof a příkoří, kterých se zemi dostalo od nepřátelských sousedů, ač už Rusů, Němců, Poláků či Turků. Vztahy s Ruskem jsou v dnešní době zatíženy rozličnými menšími i významnějšími spory, přičemž některé jsou přímo živnou

půdou nelibých střetů a neshod. Nicméně je nutno podotknout, že největší sporná otázka země je živena přímo vně. O prohnalosti země a míře korupce dle autorky není nutno seznamovat. Válka ukrajinských oligarchů o moc a majetek ničí zemi. Hlavní příčinou je nedostatek důvěry, kdy mezi lidmi panuje nesmírná závist, kterou prohlubuje naneštěstí typická ukrajinská mentalita. V důsledku politického chaosu, který nepřináší žádné principiální řešení ani podstatný přemet situace, a disfunkčního parlamentu ztrácejí obyvatelé Ukrajiny víru v jakési společenské řešení krize. V leckterých kauzách rovněž důvěru v demokratické orgány.

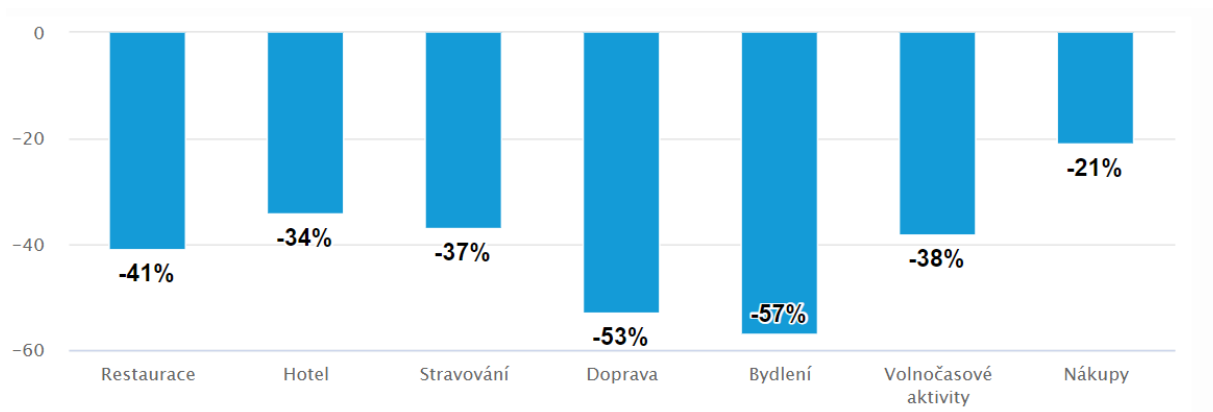
Podle Ewanse (2011:12) se Ukrajina nachází v nelehké pozici vzhledem k utlačování ze strany nesmírně mocného Ruska na severu, nátlakem vyspělejší Evropské unie na západě a neklidnému Střednímu východu a Kavkazu na východě, který je zdrojem neustálého mezinárodního nepokoje. A i přesto, že má Ukrajina zájem o posun do sféry vlivu západních zemí, v cestě jí stojí ustavičné nesrovnalosti ze severu a východu a tato cesta bude nejspíše ještě dlouhá a trnitá. Nicméně se Evropská unie po anexi Krymu přiklonila k proukrajinské straně a podala Ukrajině pomocnou ruku prostřednictvím dohody o přidružení, jak je popsáno v článku Ukrajina a EU (2021). Jak je zde uvedeno, tato dohoda byla podepsána již v roce 2014 a plně nabyla platnosti roku 2017 především z důvodu ekonomické integrace a politického přidružení Ukrajiny do vyvrážděného okruhu západních zemí. Spolupráce ve formě podpory v provádění reforem, finanční pomoci a modernizaci obchodu by měla přispět k hospodářskému rozvoji, silnější správě státu a obzvláště ke zvýšení životní úrovně společnosti. Johnstone a Bloom (2009:36) vylíčili národní mentalitu Ukrajinců jako neústupně vlasteneckou, kdy i navzdory nekonečným fraškám ve vlastní zemi ochotně přijímajíc svůj osud neztrácejí touhu po svobodě, nezávislosti a vlastní státnosti. Charakterizují je jako národ, který je mnohdy přátelštější a štedřejší, než si de facto může dovolit.

3.3.1. Komparace cen Ukrajiny a České republiky

Jako důležité údaje vzhledem k hlubšímu proniknutí do oblasti cestovnímu ruchu Ukrajiny autorka považuje srovnání českých a ukrajinských cen. V této kapitole popíše výši cestovních nákladů na Ukrajinu a porovná ceny služeb a produktů na Ukrajině a v České republice. Pro zajímavost budou v závěru kapitoly představeny životní náklady ukrajinských občanů.

Na Ukrajině se platí vyjma poloostrova Krym hřivnou (mezinárodní zkratka UAH). Online investiční portál Lynx (2021) uvádí, že z historického hlediska dochází k nekončící devaluaci měny a ukrajinská hřivna vůči ostatním měnám neustále slábne. Kurz se pohybuje okolo 0,8 hřivny na 1 korunu, což je téměř totožné. Svě dlouhé a velice zajímavé putování po Ukrajině detailně popisuje Grešlíková (2020) na svém webu. Samozřejmě, že podstatným aspektem je, jaký styl cesty je plánován a kolik činí cestovatelský budget. Grešlíková (2020), jako nenáročný cestovatel volila ubytování v prostém hostelu bez snídaně, kde ji jedna noc vyšla přibližně na 130 korun, kdežto lůžko ve sdíleném pokoji v Čechách vychází na 180 - 250 korun podle nabídek z webu Booking.com (2021). Grešlíková (2020) uvádí, že cesta autobusem turistu vyjde na pouhých 8 UAH a za tramvaj si ukrajinci účtují dokonce jen 4 UAH. Za vydatný oběd či večeři podle Grešlíkové (2020) člověk zaplatí i se spropitným od 70 do 100 korun. A když přijde na řadu káva, tak je na výběr buď možnost ochutnat za pár korun silnou černou kávu od pouličního prodejce či zvolit lahodné kapučíno v kavárně minimálně pětinasobně dražší. Ceny vstupenek do muzeí, hradů a podobných atraktivit cestovního ruchu jsou v hodnotách desítek korun. Naopak pokud jde o delší prohlídky s průvodcem a výkladem, je nutno sáhnout hlouběji do kapsy.

Lidé z Čech beze sporu vědí, že ceny na Ukrajině jsou ve srovnání s českými nižší, ale jsou dostatečně nízké pro Ukrajince? V článku Ukrajina – Rozpočet cesty a životní náklady (2021) jsou srovnány ceny a rozdíl je vyjádřen v procentech. Zde je uvedeno, že středně náročný cestovatel si na Ukrajině užije 2 týdny zhruba za 11500 korun, tedy na ubytování, stravu, dopravu a atraktivitu cestovního ruchu je potřeba počítat s alespoň 820 korunami denně. V grafu níže je uvedena procentuální hodnota odchylky cen v České republice v porovnání s Ukrajinou a značný rozdíl je obzvláště v bydlení a dopravě.



*Graf 1: Odchylky cen mezi zeměmi Ukrajina a Česká republika v roce 2021
(Rozpočet cesty a životní náklady na Ukrajině, 2021)*

Pro občany Ukrajiny jsou produkty a služby v takové cenové relaci samozřejmě lukrativní. Kupříkladu potraviny, jak je popsáno v článku “Rozpočet cesty a životní náklady na Ukrajině” (2021), jsou ve většině případů lacinější, avšak leckdy ne tak výrazně, pokud jde například o zeleninu a maso. Naopak cigarety a alkohol si člověk pořídí takřka za hubičku. Cena benzínu bývá přibližně o třetinu levnější, kdežto u značkového oblečení prodejci zanechali i pro Ukrajinu téměř stejné ceny. Avšak ve srovnání s průměrným platem Ukrajinců jsou pro Ukrajince i přesto ceny značně vysoké. Aktuální výši průměrného platu Ukrajinců lze nalézt na webu Work.ua (2021). Uvádí v přepočtu na české koruny něco přes 10500 korun. Sice je nutné uznat, že se na Ukrajině žije mnohem lépe než v letech předešlých, avšak žádná převratná změna v zemi nenastala. Lidé jsou již po letech zvyklí vyjít s málem, stejně jako v minulosti se pokaždé dokázali vyrovnat s nesnadnými životními podmínkami.

3.3.2. Cestování na Ukrajinu

Vzhledem k momentálně probíhajícímu boji s pandemií budou uvedeny fakta a náležitosti, které jsou uplatňovány v běžném provozu před krizí z důvodu přijetí krizového opatření, které doporučuje cestovat pouze v nezbytných případech. Cesta z České republiky na Ukrajinu byla nejčastěji realizována silniční dopravou napříč Slovenskem či Polskem, což závisí zejména na cíli cesty. Samozřejmě je možné také zvolit méně náročnou, ale nákladnější leteckou dopravu s výběrem z mnoha cílových letišť na území Ukrajiny. Každopádně téměř každému jsou známé letištní kontroly, tudíž se níže autorka zaměřila na mnohem zajímavější klasický silniční přejezd hranic.

Co se týká víza a celních postupů, Ukrajina zrušila vízovou povinnost v roce 2005, jak uvádí Ministerstvo zahraničních věcí ČR (2021) na svých webových stránkách. Turista má právo vstoupit a pobývat na území Ukrajiny bezvízově až 90 dnů. Nicméně jednou z nejzajímavějších celních kontrol je kontrola dostatečných finančních prostředků při vstupu na území Ukrajiny. Ta je vypočítávána na základě aktuálního životního minima Ukrajiny a plánovaným počtem strávených dnů v zemi ke kterým se automaticky přičítá dalších 5 dnů navíc. V přepočtu na člověka s plánovaným 7denním pobytem výše finančních prostředků činí téměř 14000 korun. Tuto požadovanou finanční „zálohu“ lze ukázat v hotovosti, předložením platební karty včetně výpisu z účtu či úředně ověřeného pozvání, kdy zvoucí osoba na sebe přebírá veškeré závazky za náklady. Po mnoha celkem přísných hraničních kontrolách není divu, že odbavení na hranicích se může prodloužit až na několik hodin včetně kontrol zavazadel a převáženého zboží. Tyto nepříjemnosti také mohou odrazovat od navštívení této země.

3.4. Ukrajinci v Čechách

Dle názoru autorky bývá obecně známo, že ukrajinská národnostní menšina žijící v České republice již přskočila v počtu i Slováky a Vietnamce a je tou největší. Ve většině případů je rozhodujícím důvodem migrace Ukrajinců do České republiky různost politických, ekonomických a sociálních podmínek v těchto dvou zemích. Předně všeho prchají za celkově lepšími životními podmínkami. Podle ní je hlavním impulsem pro ukrajinskou společnost především vysoká nabídka lépe placených zaměstnání v momentech, kdy se na Ukrajině ocitnou v tíživé situaci, zcela bez peněz a země jim nenabízí žádné šance to změnit. Česká republika je poté vybírána nejen kvůli geografické blízkosti, ale obzvláště z důvodu historické a jazykové sounáležitosti těchto národů.

Dle autorky, která tuto skutečnost pozoruje v rodinném kruhu je až lítostivé, že i přesto, že jsou lidé vzdělaní a vyučení v určitém oboru a na domácí půdě nenacházejí uplatnění, zde v České republice na vzdělanost Ukrajinců není brán zřetel. Realita je poté taková, že vystudovaný učitel či doktor pracuje na stavbě a ženy jako uklízečky či na polích nepřetržitě až 12 hodin denně. Pro české občany by tento fakt měl být vnímán jako pozitivní, jelikož o tyto pracovní pozice nestojí. Ačkoli často je ze strany Čechů kladen k přistěhovalcům spíše odpor. Většina lidí si však neuvědomuje, jak může být cesta za

lepším životem svízelná a obtížná. Avšak národnostní konflikt nastává, když jsou přistěhovalci hodnoceni stejně či dokonce zvýhodňováni vyšší mzdou než místní obyvatelstvo. Kašparová (2020) na stránkách Měšec.cz popisuje, že na základě přesčasů a ochoty pracovat si cizinci pochopitelně vydělají více. Kdežto český národ je jiného názoru a Petříček (2019) na iDNES.cz ve zkratce nastínil výsledek průzkumu, který reaguje na názor českých občanů na vládou schválené zvýšení zaručené mzdy pro cizince: *„Téměř tři čtvrtiny Čechů nesouhlasí ani s tím, aby ukrajinští zaměstnanci měli oproti našincům o pětinu vyšší zaručenou mzdu. Opatření, které má zahraniční pracovníky zařazené do programu chránit před nepoctivými zaměstnavateli, schvaluje asi pět procent lidí.“*

Na základě těchto názorů je na Ukrajince hleděno jako na „levnou pracovní sílu“ a na nuznou Ukrajinu jako na zemi, která nemá co nabídnout. Avšak opak je pravdou.

4. Praktická část

4.1. Vymezení a specifika území – Zakarpatská Ukrajina

Zakarpatská oblast, známá také jako Podkarpatská Rus z dob první Československé republiky leží na jihozápadě Ukrajiny. Z velké části je tvořena divokými a drsnými Karpaty, které zmírňují holé travnaté hřbety zakarpatských Polonin, ohraničené hlubokými lesy a obilnými lány. Typické horské vesničky, venkovská stavení rozestá ve stráních a salaše s pastevcí, kteří se procházejí se stády ovcí či koz. Avšak také rozvíjející se industriální krajina v několika zakarpatských městech s početným množstvím stavitelských skvostů. Zakarpatí se navíc nachází ve velmi výhodné geografické pozici, jelikož sousedí hned se čtyřmi státy, a to Polskem, Slovenskem, Maďarskem a Rumunskem. Jeho multikulturalismus a multietnicita se odráží v široké škále tradic a svátků, které má díky nesmírné úrovni etnické tolerance možnost oslavovat každý. Oblasti vládne pestré zakarpatské nářečí, nicméně i s maďarštinou, rumunštinou či slovenštinou by byl člověk schopen dorozumění. V Zakarpatské Ukrajině je také na výběr z nejlepších jídel různých kuchyní, které si člověk zamiluje. Právě tato kulturní rozmanitost zajišťuje oblasti její jedinečnost, kterou nelze přirovnat k žádné jiné.



Obrázek 2: Ovce poblíž jezera Vorožheska (Mistress, 2015)

4.1.1. Multietnicita

Lákadlem pro potencionální návštěvníky Zakarpatí bývá mnohdykrát nejen překrásná příroda a navštívení vytoužených památek, ale poznání místních obyvatel. Tato část Ukrajiny je určena vyloženě "fajnšmekrům". Je překrásná, leč trochu opomíjená i přes její fascinující sociální složení. V této oblasti žije více než desítka národností.

Zakarpatští Rusíni

Většinu tvoří Rusíni, významné východoslovanské etnikum, které osidluje nejen Zakarpatí, ale i severní a jižní svazy Karpat, jak popisují Stavinoha a Mitáš (2018:19). Území, která jsou v těsné blízkosti Karpat, což se týká také východního Slovenska, Polska, Rumunska i Maďarska. Podle Brandos a Kleslo (2007:64,65) jsou oficiálně obyvatelé Zakarpatí označováni jednoduše jako Ukrajinci, leč zástup obyvatel se hrdě hlásí k Rusínské národnosti, kterou však ukrajinská vláda neuznává. To však neznamená, že Rusíni neexistují. Uvádějí, že na území Zakarpatské Ukrajiny jsou Rusíni rozdělováni do čtyř etnických skupin podle místa, kde žijí. Bojkové na severovýchodě, Lemkové u hranic s Polskem, Huculové v jihovýchodní části sousedící s Rumunskem a Dolyňané v nížinných a podhorských regionech. Nejvýraznějšími jsou Huculové, typičtí ukrajinští horalové žijící v dřevěných kolibách, cepovaní životem v horách s řadou lidových zvyků a ojedinělým životním stylem. Jak zmiňují Stavinoha a Mitáš (2018:17), oficiálně úředním jazykem je ukrajinština, nicméně lidé se zde dorozumívají v rusínštině. Slovanským jazykem, který se značně liší od čisté ukrajinštiny a je v různých částech Zakarpatí odlišný, jelikož dodnes nemá oficiálně sjednocenou gramatiku. Národnostní menšiny ale Rusíny pouze začínají.

Valaši z Ukrajiny

Valaši se usadili v několika vesnicích Zakarpatské Ukrajiny a tyto národy dnes osidlují jihovýchodní část této oblasti poblíž Rumunských hranic s vysokohorskými pastvinami. Jejich příběh se odjakživa šířil z úst do úst. Neexistuje jediná dochovaná verze jejich původu a oni sami ne zcela znají svou historii, jak je uvedeno na ukrajinském webu Ukraïner (2020a). Mluví plynulou ukrajinštinou, kterou jsou děti vzdělávány ve škole, ale v domácím prostředí je upřednostňován místní dialekt rumunštiny. Neliší se ani příliš od

Rumunů žijících na Ukrajině. Neodlišují se jinými tradicemi a neoslavují jiné svátky než běžní Ukrajinci. Řeší otázky týkající se jejich komunity a mívají četné rodiny. Ukraïner (2020a) představuje tuto národnostní menšinu jako skvělé pastevce a řemeslníky, kteří se věnují tradičnímu řemeslu předávanému z generace na generaci. Tvrdí, že Valaši z důvodu neznalosti jejich společné minulosti bývají často označováni za Romy, i když rozdíl mezi těmito skupinami je patrný. Nežijí již v táborech a odstín jejich pleti, vlasů i očí je značně světlejší. Nejpodstatnějším rozdílem je však znalost nářečí rumunštiny, kterou Romové neovládají, upozorňují na stránkách Ukraïner (2020a).



Obrázek 3: Děti Valašské komunity (Ukraïner, 2020a)

Romové ze Zakarpatí

„Jsi špinavý jako cikán!“ To jsou předsudky lidí, které jen prohlubují chudobu tohoto národu a potíže se zaměstnáním a vzděláním dětí, komentuje tuto situaci Ukraïner (2017). Tyto názory spojené s chudobou, životem ze sociálních dávek pro velký počet dětí, krádeží či pácháním trestných činů jen izoluje spoustu spořádaných Romů v kompaktních osadách od zbytku společnosti. Popisují, že dosud je záhadou velikost Romské populace žijící na Ukrajině, jelikož shromáždit údaje od obyvatel, kteří nevlastní ani doklady je vážně těžké. Nicméně v Zakarpatské oblasti žije převážná část. Podle Ukraïner (2017) většina Romů neumí ani ukrajinsky, poněvadž dětem není poskytnuto dostatečné vzdělání či chybí motivace ke vzdělání a vystačí si se svou vlastní romskou řečí. Vášnivě

kytarové písně, tance u ohně, kočovný a lehký život jsou jen romantickým obrazem, jak popsal Ukraïner (2017). Realita je taková, že živoří ve zchátralých chatrčích a desítky hladových krků žadoní o něco málo k snědku. Kde se pak u Romů bere ten optimismus?



Obrázek 4: Romská rodina ze Zakarpátí (Ukraïner, 2017)

Maďaři Ukrajiny

Hojnou etnickou komunitu této oblasti zastupují také Maďaři, kteří osidlují města blíže k Maďarským hranicím jako Berehovo, Mukačevo, ale i Užgorod, jak uvádí Ukraïner (2020b). Soužití Ukrajinců a Maďarů se stalo natolik pevným, že mimo maďarské školy, knihovny, divadla a kulturní domy, jsou zde již i značky vytvářeny ve dvou jazycích. Maďarská kultura a jazyk jsou v Zakarpatské Ukrajině s libostí přijímány, tudíž se zde tato komunita cítí jako doma, uvedl Ukraïner (2020b). „Pokaždé, když se odněkud vrátím, ať už do Užhorodu nebo do Berehova, když překročím hranice a dostanu se na Ukrajinu, pokaždé mám pocit, že je moje.“ prohlásila maďarská herečka Ibolya Oros Theatre, Ukraïner (2020b).

Dle Ukraïner (2020c) se etnikum Slováků usadilo v Zakarpátí již koncem 18.století a dělí se o svou kulturu s okolím v podobě lidových tanců a tradic. K údivu autorky, zde od tohoto období nemalou národnostní menšinou jsou také Němci, kteří si zachovali dialekt němčiny i kulturu a tradice, jak publikuje Ukraïner (2020d). Sňatky mezi různými etnickými skupinami jsou naprosto běžné. Díky tomu není v Zakarpatské oblasti zvláštností, když lidé znají plynule řeč čtyř či pěti jazyků. Vše je jaksí působivě smíšené.

4.1.2. Mýty a pověry

Na většině území Zakarpatské Ukrajiny byly a jsou příběhy předávány ústně a lidé se navzájem dělí o své subjektivní pocity a příhody. Často přitažlivým tématem byly historky o věcech nevysvětlitelných, tedy pro zdejší obyvatele nadpřirozených. Obyvatelé této oblasti jsou nesmírně pověřiví, což je také částečným potvrzením společenské zaostalosti. Víra v dobro a zlo či historky, které mnohdy byly za hranicemi jejich rozumového chápání dali vzniknout mýtům a pověrám. Přesto víra v magickou sílu přírody, věcí, slov i v neměnnost lidského osudu zachovává typický rys ukrajinského folkloru, na což upozorňují Preissová, Máčalová a Skotáková (2015:70). Pro okolní svět, kde věda a logické myšlení dávno skoncovali s magií a náboženským vyznáním, je tento pohled na svět na jednu stranu nepochopitelný, ale také čímsi poutavý. *„Čarodějnictví, duchové, předkové, nadpřirozené bytosti, čáry a kouzla jsou přijatelné pro „přírodní národy“, které mají „okouzlený“ světový názor.“* (Preissová, Máčalová a Skotáková, 2015) Typickým fenoménem Zakarpatské Ukrajiny je působení především žen, které praktikují věštění, léčitelství či čarodějnictví. Preissová, Máčalová a Skotáková (2015:79) vysvětlují, že názor na tyto „kouzelné báby“ je sice individuální, nicméně někteří lidé tyto ženy přímo vyhledávají a přicházejí k nim se žádostmi, za které jsou ochotni platit paradoxně vysoké částky. Popisují, že v lidovém myšlení obyvatel Zakarpatí existují nadále mytologicko-pověrečné představy, které se projevují v jejich postojích, světonázorech i v každodenních činnostech. *„Proto je do značné míry stále kouzlu podléhající svět ukrajinského Zakarpatí pro Evropana strhující možností, jak nahlédnout do minulosti, která však v proměněné podobě dřímá v každém z nás.“* (Preissová, Máčalová a Skotáková, 2015:183)

4.1.3. Kulinářské bohatství

„Vůně Podkarpatské Rusi je tak silná, že se jí nikdy nezbavíš. Je zvláštní a různorodá. Pronásleduje, omamuje a mučí. To proto, že je tak krásná, že zvučí nejkrásnějšími básnickými symfoniemi a opět a znova nejsmutnější baladou lidskou na Vrchovině.“ (autor Jaroslav Zatloukal, převzato z Březinová, 2015)

Zakarpatská kuchyně, jako svérázná součást kultury, způsob vaření a stolování – jedním slovem osobitost krajového jídelníčku. Dle Březinové (2015:9) je až vskutku překvapivé, jak tamní lidé z jednoduchých surovin drsného a chudého kraje a z moudrosti prostých lidí vytvářejí tak chutné a pestré pokrmy. Jídlo je zde považováno za cosi posvátného. Při oslavách různých svátků, ač už Vánoc či Velikonoc, je během zvláštních obřadů požehnání hotovena hojná sváteční hostina u zámožných, ale i chudých rodin. (Březinová, 2015:6) Nicméně také zmiňuje, že se před těmito svátky dodržuje dlouhý přísný půst. Hospodyně starostlivě připravují pokrmy již několik dní dopředu a pokud se jim nedaří příprava určitých svátečních jídel, znamená to neštěstí pro celou rodinu po celý rok. Mnoho z nich má pro zakarpatský národ svůj religiózní význam a Březinová (2015:20) například uvádí, že pečení chleba je pro místní téměř magický obřad. *„Chléb se těšil velké úctě, protože to byla základní potravina – boží dar. Chléb se nikdy nepřejí. Při jeho krájení se každý, kdo s ním zacházel, vždy požehnal křížem. Ani kousek nikdy nepřišel nazmar.“* (Březinová, 2015:20) A jak bylo již řečeno, lidé dokázali z prostých surovin vykouzlit vskutku lahodný pokrm. Vařili a pekli často bezmasé, chudé, ale výtečné pokrmy z luštěnin a brambor. Pro nasycení celé rodiny připravovaly ženy polévky, které mnohdy zahušťovaly těstovinami či rýží. Například všude známý ukrajinský Boršč bývá neprávem řazen k pokrmům ruským, i když je původně čistě ukrajinský. Každopádně ukrajinské kuchařky nabízejí i nespočet jídel z různých druhů masa a dezerty, po kterých se sbíhají sliny. Typická a nefalšovaná místní jídla člověku patrně nenaservírují ve velkých městech, kde je nabízena spíše mezinárodní kuchyně, ale ve vesnických hospůdkách zaručeně ano. Každopádně na tržištích s tamějšími prodejci může návštěvník i ve větších městech narazit na všelijaké dobroty. Autorčiny oblíbené pelmeně, připravované na různé způsoby jsou nabízeny snad ve všech restauracích a hospodách. Podávány jsou s omáčkou či hustou ukrajinskou smetanou, která bývá neodmyslitelnou součástí řady dalších pokrmů. Již od útlého věku autorky jí babička připravovala milovaný “plov”, hotovený z rýže a skopového masa na způsob rizota. Nebo také “holubce, čebureky, pirožky, varenyky” a další neobyčejně chutná jídla. Kuchařské umění této oblasti však není možné shrnout na několik stran textu, tato jídla musí člověk okusit sám. Zakarpatská kuchyně je vážně zrcadlem mnohonárodnostního charakteru, a především způsobu života a schopností obyvatel této svérázné části Ukrajiny.

4.1.4. Víno Zakarpatí

Podnebí je v Zakarpatské oblasti vyloženě příznivé pro vinařství a vinohradnictví. Jako nejdůležitější centrum vinařství uvádí Brandos a Kleslo (2007:84) město Berehovo, kde se začal prvně vyvíjet i obchod s vínem. Karpaty chrání region před studenými větry ze severu a suchými z východu, a proto vinaři ze Zakarpatí tvrdí, že bůh stvořil hory pro vinice, protože šťavnaté svazky hroznů se na pláních nerodí. (Ukraïner, 2020e) V dnešní době dle Brandos a Kleslo (2007:88,89) v oblasti působí i soukromé podniky. Nejznámějším z nich je firma Kotnar, sídlící v Berehově s nabídkou vín zejména tokajských jako je Tokaji Furmint či Tokaji Muskotály. Domácí ukrajinská vína jsou velice specifická, jelikož jsou mnohem šťavnatější, sladší a ovocnější než vína, která běžní lidé ze západu znají. Pěstitele těchto vín je označují za vína “živá“, protože nejsou filtrovaná, pasterizovaná a ani konzervovaná, jak popisuje Ukraïner (2020e). Také však tvrdí, že zakarpatská domácí vinařství, která mají rozlohu okolo čtyř tisíc hektarů se sousedními zeměmi technologicky zaostávají. A ačkoliv spousta obyvatel Zakarpatí žije na vsích poblíž hor, téměř veškeré horské krajiny vhodné pro pěstování vinné révy jsou opuštěné. Proto je dnes hlavním účelem vinařství v regionu oživit a zachránit to, co tu bylo po staletí.



Obrázek 5: Vinice v Zakarpatské oblasti (Ukraïner, 2020e)

4.2. Předpoklady cestovního ruchu Zakarpatské Ukrajiny

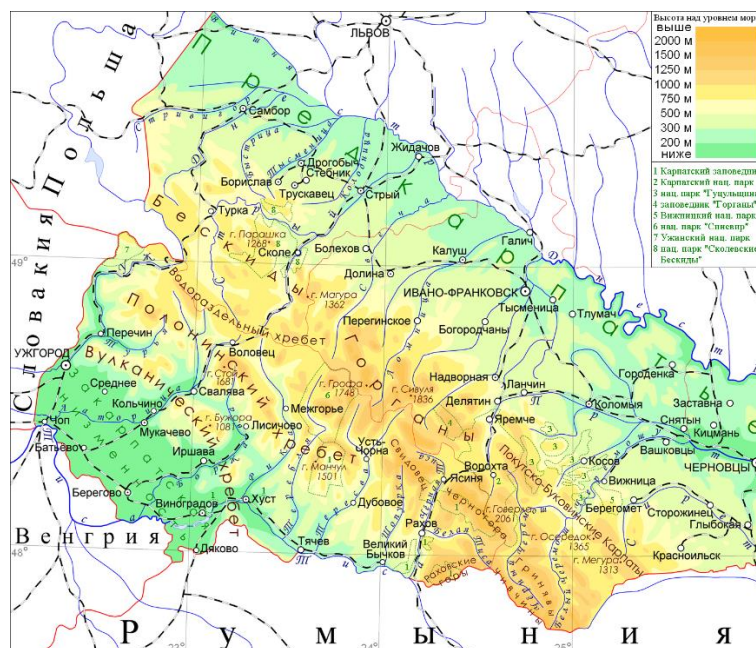
Tato kapitola na základě obsahové analýzy dostupných zdrojů popsala předpoklady cestovního ruchu Zakarpatské Ukrajiny. Z důvodu nedostatečného množství zdrojů o dané oblasti práce čerpala především z knižních zdrojů autorů Brandose a Klesla (2007), Ewanse (2011) a Stavinohy a Mitáše (2018), kteří poskytli dostatek informací ke kompletnímu popisu Zakarpatské oblasti.

4.2.1. Lokalizační předpoklady Zakarpatské oblasti

4.2.1.1. Přírodní předpoklady

Reliéf

Právě pestrost a charakteristika reliéfu je podstatným předpokladem rozvoje cestovního ruchu, jelikož určuje, pro jaké druhy turistiky je území vhodné. Zakarpatská oblast je z převážné části tvořena horami a malými kopci, které jsou pokryty rozlehlými jehličnatými a listnatými lesy či lučinami. Jak uvádí Ewans (2011:300), povrch Zakarpatí se zvedá od Zakarpatské nížiny na jihozápadě přes Poloniny až k vrcholům Karpat na severovýchodě.



Obrázek 6: Ukrajinské Karpaty dělíci Zakarpatí (Wikipedia, 2011)

Na Obrázku 6 jsou názorně vyznačeny nížiny i Ukrajinské Karpaty v celé své kráse, nicméně Zakarpatská oblast pokrývá méně než polovinu vyznačeného území, tedy po město Volovec viz. Obrázek 11. Ukrajinské Karpaty dle Ewansa (2011:300) tvoří dvě pásma, Poloninské Karpaty a pásmo Černohorská polonina neboli Černá hora. Také zmiňuje, že součástí pohoří Černá hora je nejvyšší bod Zakarpatské Ukrajiny, hora Hoverla s výškou 2061 metrů. Brandos a Kleslo (2007:12) doplňují, že v pohoří Černá hora nalezneme celkem 6 vrcholů, které překračují nadmořskou výšku 2000 metrů. Brebeněskul (2038 m), Pop Ivan (2028 m), Petros (2020 m n.m.), Gutin Tomnatik (2016 m) a Rebra (2001 m), rozseté převážně na hranici Rachivského regionu.



Obrázek 7: Pohled na Hoverlu (střed) z Jablunického průsmyku (Vystrčil, 2018a)

Podél severovýchodní hranice Zakarpatské oblasti se rozprostírá Poloninský hřbet, od horního toku řeky Už až po pramen řeky Tisa, vysvětluje Ewans (2011:300). Tento mírný reliéf je členěn do několika samostatných masivních údolí s názvy Runa s nejvyšší horou Rivna (1479 m n.m.), Boržava a vrcholem Stoj (1681 m n.m.), Krásna s vrchem Sihlijanskij (1563 m n.m.) a další. Jako největší poloninu Zakarpatí uvádí Ewans (2011:301) Svidovec, který přiléhá k Polonině Krásna po levé straně a k Černé hoře po pravé. Nejvyšší body Svidovce mají povětšinou přes 1700 m n.m. a vrcholí Malou a Velkou Bliznicí, které přesahují 1800 m. Dalším pohořím, které stojí podle Brandos a Kleslo (2007:13) za zmínku je krystalický masív Rachovských hor, těž nazývaných Huculské

Alpy, jižně od pohoří Černá hora. A jako zajímavost Ewans (2011:301) líčí Vulkanický hřbet, který se nachází mezi Zakarpatskou nížinou a Poloninským hřebenem, složený z těžkých vulkanických hornin a vyhaslých vulkánů.

V Zakarpatí jsou k nalezení podle Brandose a Klesla (2007:13) i četné krasové formy, ač už jeskyně, propasti či škrapové pole. Jako největší v oblasti uvádějí jeskyni Družba o prozkoumané délce přibližně jeden kilometr a hloubce asi 50 metrů. Nachází se nedaleko obce Malá Uholka a ve vzdálenosti několika kilometrů je dalších několik jeskyň, kde byly dokonce nalezeny stopy po osídlení člověkem.

Klima

Podnebí Zakarpatské Ukrajiny je velice podobné jako v jiných zemích střední Evropy. Brandos a Kleslo (2007:28) uvádějí, že tato oblast má mírné kontinentální klima, které upevňuje navíc poloha Karpat a poměrně velké nadmořské výšky tohoto území. Popisují, že zimy bývají výrazně chladné a teploty mohou klesnout až na mínus 30 °C a ve slunečném létě lze naměřit až 35 °C. Kontinentalita je v Zakarpatí mnohem výraznější než v České republice a výkyvy teplot jsou nápadně vyšší. Naopak jaro i podzim bývají kratší a vyznačují se mírnými teplotními poměry. Dle Brandose a Klesla (2007:28) se roční teploty v průměru pohybují okolo 10 °C v nížinách a 3 °C na horách. Za nejteplejší období označují měsíc červenec s průměrnou teplotou okolo 18-20 °C v nížinách. Nejchladněji dle nich bývá v lednu a teploty klesají s rostoucí nadmořskou výškou. Také srážky jsou závislé na nadmořské výšce a vzhledem k hornatému terénu Zakarpatí jsou tu srážky dosti časté. Z hlediska turistické využitelnosti území je nutné pozorně vybírat nejvhodnější dobu návštěvy, jelikož počasí na Zakarpatí je vskutku nevyzpytatelné. Například milovníkům cykloturistiky Brandos a Kleslo (2007:30) doporučují 8.-10. měsíc, kdy jsou srážky o něco slabší, a naopak nedoporučují červen a červenec, jelikož tyto měsíce bývají značně deštivé. Co se týká zimních radovánek jako lyžování či běžeckých přejezdů, jednoznačně volí únor a březen především z důvodu dostatku sněhu, ale i hřejivých, slunných dnů. Takže ke konci lze konstatovat, že charakter Zakarpatského podnebí je vhodný pro jakoukoliv aktivitu, a navíc to bude vždy napínavé dobrodružství!

Vodstvo

Nejvýznamnější řekou Zakarpatí je výslovně Tisa, která pramení ve městě Rakhiv, protéká podél hranic Ukrajiny s Rumunskem i Maďarskem a svými početnými přítoky odvodňuje téměř celou oblast, jak popisují Brandos a Kleslo (2007:18). Do Tisy vtékají řeky z různých částí Zakarpatské Ukrajiny jako jsou například Teresva, Tereblja, Latorica, Už či Boržava. Dle autorky má tato oblast ohromné množství působišť pro vodáctví. Největším jezerem ledovcového původu této části Ukrajiny je Siněvirské jezero, které leží v nadmořské výšce téměř 1000 metrů nad mořem. Zatímco sice rozlohou menší jezero Brebeněskul je v nadmořské výšce 1801 metrů nad mořem nejvýše položeným jezerem celých ukrajinských Karpat. (Brandos a Kleslo, 2007:19) V oblasti je také nespočet nádherných vodopádů, které sice nejsou nijak závratně vysoké, ale pro nadšence vysokohorské turistiky budou jistě velmi zajímavé. Zmiňují kupříkladu vodopád Trufalec, jako nejvyšší vodopád Zakarpatské Ukrajiny s výškou 36 metrů, který leží na stejnojmenné říčce přitékající taktéž do Tisy.

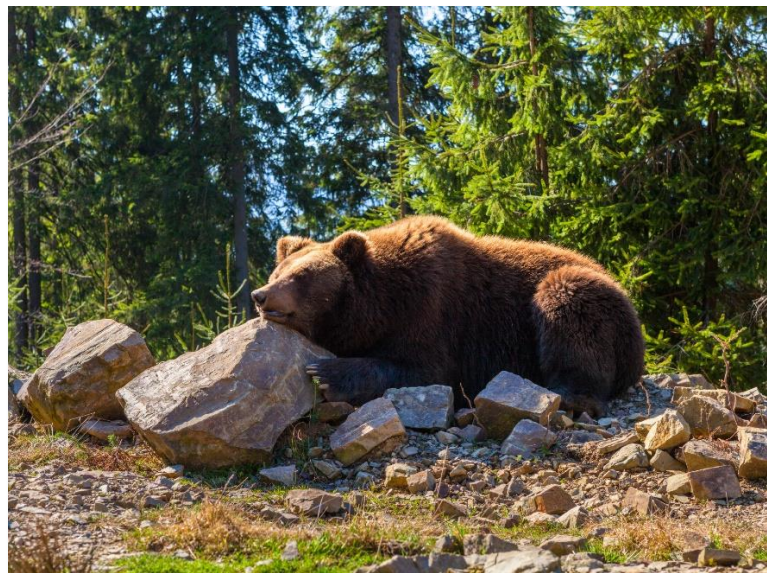


Obrázek 8: Vodopád Trufalec (Treking.cz, 2013)

Flóra a fauna

Květena i zvířectvo Zakarpatské oblasti jsou neobyčejně rozmanité. Vzácné panenské lesy listnatých a jehličnatých stromů vytvářejí klíčové životní prostředí a význačný ekosystém. Lesy a travnaté porosty jsou domovinou pro různá živočišná společenstva. Brandos a Kleslo (2007:31) Karpaty hodnotí jako nejzachovalejší kout Evropy zejména z důvodu zachování posledních populací největších evropských savců. Tvrdí, že v Ukrajinských Karpatech žije okolo 400 medvědů. Nemluvě o hojném počtu vlčích smeček a rysů či lišek. Všechny tyto populace jsou neustále ohrožovány pytláctvím. Podotýkají, že například stáda mohutného zubra, potomka bizona pravěkého jsou stále z důvodu osamocení jednotlivých stád v kritickém ohrožení.

Flóra je zde taktéž pestrá a velice zachovalá díky komplikované dostupnosti některých vrcholů hor. Brandos a Kleslo (2007:34) uvádějí, že pomalu polovinu území Karpat zarůstají husté lesy. Většinou jde o bukové, smrkové a dubové lesy. Leč v četném zastoupení jsou i bříza, borovice, jasan, ale i javor. Co se týká vyšších rostlin, zmiňují, že v oblasti roste přes 2000 druhů, z nichž je 44 kriticky ohrožených.



Obrázek 9: Medvěd v národním přírodním parku Siněvir (Wikipedia, 2017)

Chráněná území Zakarpátí

Většina Ukrajinců považuje přírodu za životně důležitou součást jejich prostředí a kultury, snaží se ji chránit a obzvlášť zachovat místní přírodní zdroje, jak vysvětlují Johnstone a Bloom (2009:58-62). Nicméně přírodní bohatství je podle nich v rozporu se současným stavem ekonomiky. Ukrajinské chráněné národní parky či rezervace absolutně nesplňují účel ochrany vymezeného území. Některá "chráněná" území jsou prý klasicky zabydlená a jsou využívána k zemědělským a průmyslovým účelům.

Siněvirský národní přírodní park se nachází přímo ve středu Zakarpatské Ukrajiny a je největším parkem této oblasti. Součástí Siněvirského parku je také známé a turisty často navštěvované stejnojmenné Siněvirské jezero, které popisují Johnstone a Bloom ve své knize (2009:166). Tvrdí, že zároveň jako největší jezero Zakarpátí s rozlohou 7 hektarů, tento skvost leží v nadmořské výšce téměř tisíc metrů a je obklopen hustými smrkovými lesy ze všech stran. Ewans (2011:310) také uvádí, že je přezdíváno jako Mořské oko. Jezero je prý spjato s dojemným příběhem o lásce a pověst vypráví, že jezero vzniklo z dívčinych nekončících slz nad mohylou mrtvého milence, kterého zavraždili její nepřející rodiče.



Obrázek 10: Siněvirské jezero (REDOK, 2021)

4.2.1.2. Kulturně – historické předpoklady

Kulturně historické faktory mají povětšinou charakter stálých staveb či akcí, jak popisuje Bína(2002). Tyto stavby vytvořil či naplánoval sám člověk a začleněny do této skupiny předpokladů mohou být historické památky (hrady, zámky, kláštery) a kulturní zařízení (muzea, galerie apod.). Kulturní akce byly z toho výzkumu vyřazeny z důvodů momentálních pandemických opatření a zákazů. V této kapitole bude vybráno několik nejhlavnějších historických památek Zakarpatské oblasti a popsány budou i včetně zařízení, která jsou součástí. Na Obrázku 12 jsou vyobrazena důležitá velká města pro upřesnění, kde se případně pamětihodnosti nacházejí.



Obrázek 11: Mapa oblasti s vyznačením rajónů a jejich sídel (Wikipedia, 2012)

Mukačevo – hrad Palanok

Tento hrad ve svém rodném městě autorka navštívila naposledy ve svých 9 letech. Jako průvodkyně na hradě již dlouhý čas pracuje autorčina babička z otcovy strany. Stavba se vyjímá na vyvýšené skále na okraji města a řadí se mezi nejzajímavější kulturní památky Zakarpatské Ukrajiny. Krušynska (2017:262) popisuje tuto mocnou pevnost jako jednu z největších na Ukrajině vůbec. Mocná proto, jelikož nikdy nebyla dobytá útokem a její výstavba byla založena na velice složitém systému opevnění. Uvádí, že hrad vznikl v rozmezí 11. a 12. století, přičemž první doložená písemná zmínka je datována z druhé poloviny 13. století. K historii hradu Krušynska (2017:262,263) dodává, že za

knížete Korjatovyče byl hrad důkladně zrekonstruován a postupně byly přistavěny různé části jako další dvoupatrový palác, ochranné zdi či 85 metrů hluboká studna. Na horním nádvoří nyní stojí socha podolského knížete jako památný pomník.



Obrázek 12: Hrad Palanok, Mukačevo (Itineri, 2021)

Itinerari (2021) ještě doplňuje, že hrad sloužil také jako pevnost a zachovala se rozsáhlá síť tajných podzemních chodeb. V 18. století byl hrad využíván jako vězení pro politické vězně, podotýká Krušynska (2017:268). V nynější době má hrad tři stupňovitá nádvoří a nejnižší čtvrté je považováno za vstupní bránu. Zachované padací mosty v dávných dobách zajišťovaly ochranu vstupu na hrad. Ewans (2011) uvádí, že vstupné na hrad činí 10 UAH. Palanok také poskytuje návštěvníkům možnost navštívit expozice historického muzea, galerie, kavárny a kiosky se suvenýry. Je neustálým lákadlem pro velké množství turistů, jak místních, tak z ciziny. Johnstone a Bloom (2009) doplňují, že se v Mukačevě každoročně pořádají festivaly červeného vína a trhy s medem.

Užok, okres Velykyj Bereznyj – Dřevěný chrám sv. Michaela Archanděla (1745), památka světového dědictví UNESCO

Vesnička Užok je na úplném severu Zakarpatí. Jak doplňuje Krušynska (2017:500), jde o poslední vesnici před Užockým průsmykem, od kterého začíná Užanský národní park. Tento park je součástí biosférické rezervace Východní Karpaty, která patří do sítě rezervací UNESCO. Na území parku je nesmírné množství přírodních památek jako bukové pralesy, minerální prameny či krasové jeskyně. Zde se také nachází užocký chrám sv. Michaela Archanděla, kde byli pohřbíváni válečníci první světové války, jak popsala Krušynska (2017:500-502).



Obrázek 13: Dřevěný kostelík a do modra laděná, částečně oplechovaná zvonice (Vystrčil, 2018b)

Chrám je bojkovského typu s rámovou zvonicí nad západním srubem a dnes ho líčí spíše jako fascinaci, kterou ještě stupňuje půvabné horské okolí. Zmiňuje, že podobných chrámů, které byly zapsány na seznam UNESCO je hned několik, tudíž jsou to typické stavby jihozápadní Ukrajiny.

4.2.2. Realizační předpoklady Zakarpatské oblasti

Realizační předpoklady pro cestovní ruch především napomáhají k úplnému využití dané destinace a doplňují předpoklady lokalizační.

4.2.2.1. Dopravní dostupnost a vybavenost

Ke zpracování konkrétně této kapitoly byla zvolena kniha od autorů Stavinohy a Mitáše (2018:13-16), jelikož je tento dostupný zdroj s nejaktuálnějšími údaji.

Železniční doprava

Stavinoha a Mitáš (2018:13) uvádějí, že železniční doprava na Zakarpatí je na slušné úrovni. Ve vnitřních prostorách je udržována čistota a za hlavní pozitivum označili fakt, že vlaky jezdí většinou na čas. Na princip českých osobních a příměstských vlaků fungují ukrajinské “električky“, které zajišťují dopravu na krátké vzdálenosti. Naopak rychlíky, které jsou vybaveny lůžkovými a lehátkovými prostory, obstarávají dopravu na delší vzdálenosti, jak zmiňují Stavinoha a Mitáš (2018:13)

Ukrajina využívá dvoukolejnou trať, která zůstala zachována z dob Rakousko-Uherska, popisují Stavinoha a Mitáš (2018:13). To znamená, že pokud se návštěvník rozhodne cestovat z ciziny například do oblasti Zakarpatí vlakem, vybírá pouze ze dvou možných spojení. Vlaky jezdí mezi slovenskou Čiernou nad Tisou a Čopem nebo maďarským městem Záhony a Čopem. Vlaky musí vyměňovat při vjezdu na území Ukrajiny podvozky, jelikož na Ukrajině je o 10 cm širší rozchod. Doplňují také, že Čop slouží jako hlavní železniční uzel Zakarpatské oblasti.

Autobusová doprava

Oproti minulosti, je v nynější době podle Stavinohy a Mitáše (2018:13) síť autobusových linek více než dostatečná a jezdí obstojně často. Autobusová doprava je hlavně zajištěna pro cesty do Čech a zpět kvůli ukrajinským dělníkům, kteří jezdí ve velkém za prací. Tvrdí, že řidiči autobusu v oblasti bývají velmi ochotní a vyhoví bezmála všemu. Autobusové spoje jsou zajištěny nejen do všech okresních měst, ale také do všech malých obcí, ke kterým dle nich vedou přímo dobrodružné cesty.

Maršutka

Jako skvělý doplňující způsob dopravy uvádějí Stavinoha a Mitáš (2018:14) ukrajinské “maršutky”. Jde o devíti až osmnáctimístné mikrobusy, které návštěvníka spolehlivě odvezou, kam bude chtít. Tito soukromí přepravci povětšinou postávají na frekventovaných místech a čekají na případné zákazníky, jak zmiňují Stavinoha a Mitáš (2018:14) Upozorňují ale, že je nutné si stanovit cenu za odvoz předem, aby nedošlo na konci cesty k nedorozumění.

Vlastní vozidlo

Ukrajinské silnice byly snad odjakživa ve špatném stavu. A pokud jde o Zakarpatí, je na tom nejspíše ze všech oblastí nejhůř. Samozřejmě ano, je možné cestovat vlastním vozidlem, avšak na vlastní nebezpečí. A jak naprosto přesně uvedli Stavinoha a Mitáš (2018:15), pokud člověku nevadí zdolávání někdy až extrémních tras, získá jeho cestování po Zakarpatské Ukrajině další rozměr. Popisují, že na cesty je nutné mít povinnou výbavu včetně hasícího přístroje pro případ policejní kontroly, které jsou však v poslední době podstatně mírnější. A také pevné nervy, jelikož v určitých situacích je nereálné se dírák v silnici vyhnout.

4.2.2.2. Infrastruktura

Brandos a Kleslo (2007:80) uvádějí, že je nabídka ubytovacích zařízení Zakarpatské Ukrajiny zcela dostatečná. Nabízeno je od levných turistických ubytoven až po nejdražší hotely ve velkých městech, které stojí okolo 30 dolarů za noc. Nicméně upozorňují, že ukrajinský přepych se sotva vyrovná obvyklému standardu v Čechách. Dokonce zmiňují, že na autobusových a vlakových nádražích jsou k dispozici tzv. pokoje odpočinku, kde může návštěvník sice v ne úplně přívetivých podmínkách za pár korun přenocovat.

Podle Brandose a Klesla (2007:81) pohostinní místní často přihlašují turisty k sobě domů, kdy je neslušností odmítnout. Za finanční odměnu by se hostitel urazil,

proto se sluší poskytnout výpomoc s prací kolem domu či darovat nějakou maličkost. Nocleh u místních je skvělou příležitostí seznámit se s jejich stylem života.

Při stanování není nutné řešit a vybírat vhodné místo, jelikož na Ukrajině žádné striktní zákazy neexistují, tvrdí Brandos a Kleslo (2007:81).

Turistické značení

Při putování Zakarpatskou přírodou Stavinoha a Mitáš (2018:25) doporučují jako základní výbavu kompas a popis lokality. Uvádějí, že turistické značení cest je prozatím v počátečním stavu. Horské služba, která se stará o označení území nemá momentálně dostatečné lidské ani finanční zdroje. Podotýkají, že v centrech je značení dostatečné, avšak se vzrůstající vzdáleností od centra označení řídne.

4.3. Dotazníkové šetření

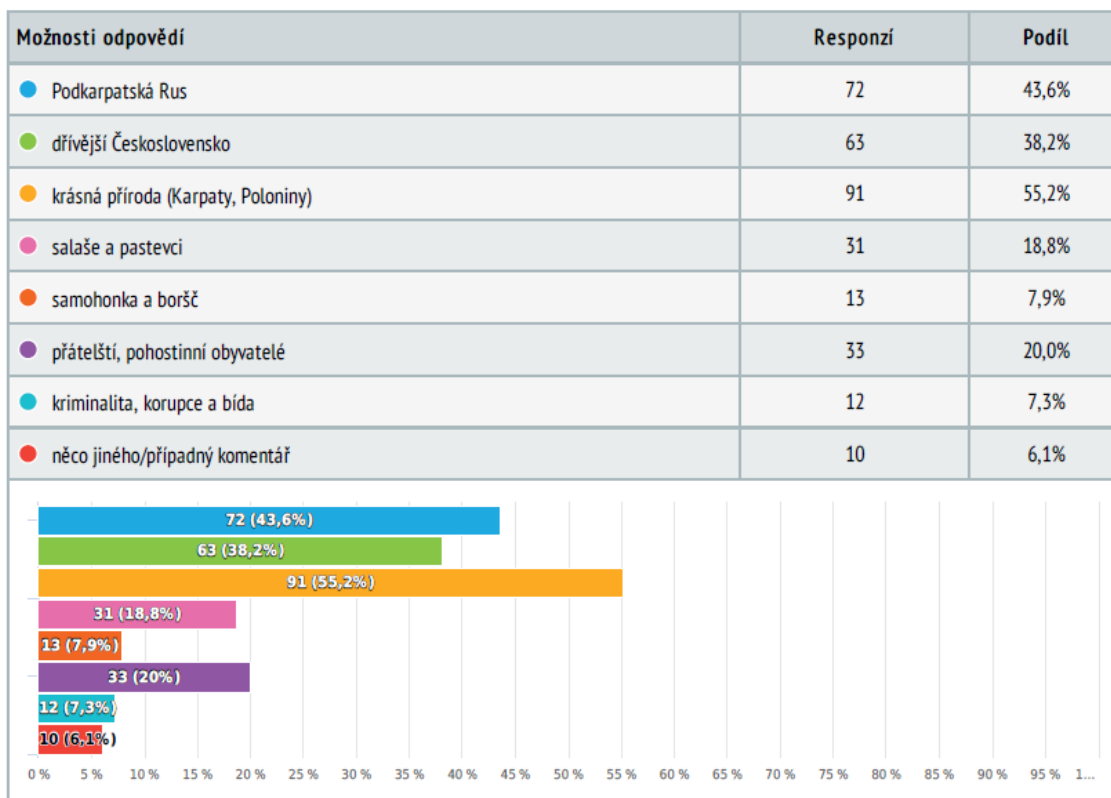
Využitím kvantitativního výzkumu a dotazníkového šetření bylo odpovězeno na výzkumnou otázku číslo 2 včetně 6 podotázek, které obsahuje. Dotazník je složen ze 7 otázek uzavřených a 8 otázek kombinovaných, kde měli respondenti možnost podělit se o svůj subjektivní názor, odpovědět na otázku jiným způsobem, než je v nabídce odpovědí či vložit komentář. Co se týká úspěšnosti vyplnění, tak dotazník navštívilo celkem 267 respondentů, 107 z nich si dotazník pouze zobrazilo a 180 jej dokončilo. Celková úspěšnost dotazníku tedy byla 62,7 %. Byl vyhodnocen také čas vyplňování dotazníku, který se nejčastěji pohyboval okolo 5 minut.

1. otázka – Znáte či slyšeli jste již o Zakarpatské oblasti Ukrajiny?

První otázka rozdělovala respondenty hned v úvodu dotazníku s cílem zamezit nejasnostem při vyplňování. Zda respondent odpověděl na první otázku kladně, dotazník pokračoval následující otázkou č. 2 týkající se percepce Zakarpatí. Pokud však zvolil odpověď “ne“, služba Survio přeskočila část o Zakarpatské Ukrajině a přesmérovala jej k segmentační části a otázce číslo 10. Převážná část účastníků výzkumu odpověděla, že Zakarpatí znají, takže soubor otázek týkajících se percepce oblasti vyplnilo celkem 165 respondentů ze 180 dotazovaných. 15 respondentů z celkového počtu oblast nezná.

2. otázka – Co se Vám vybaví, když se řekne Zakarpatská Ukrajina?

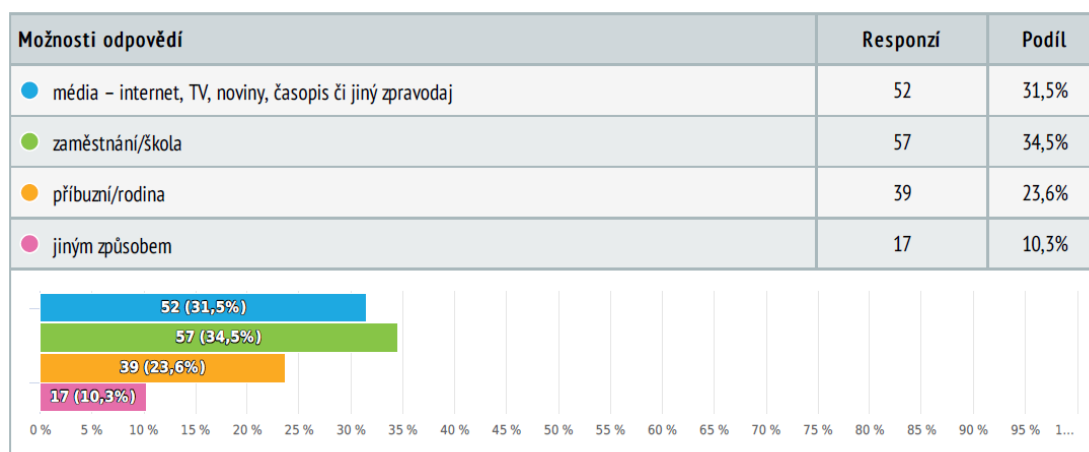
Podstatou 2. kombinované otázky bylo zjistit, s čím si čeští obyvatelé tuto oblast v povědomí spojují. Na výběr měli respondenti z 8 odpovědí viz. Graf 2. Buď účastník vybral ze 7 možných a dle autorky nejtypičtějších odpovědí, či napsal svou vlastní odpověď. U této otázky bylo možné vybrat jednu i více odpovědí. Oblast si občané pojí obzvláště s krásnou přírodou, historickým názvem „Podkarpatská Rus“ nebo dřívějším Československem. Ze 165 dotazovaných si naopak pouze 13 Zakarpatí spojuje se samohonkou a borščem. U otevřené odpovědi byl respondenty například zmíněn Nikolaj Šuhaj, lázně a lyžování či dokonce zásoby nerostného bohatství.



Graf 2: Co se Vám vybaví, když se řekne Zakarpatská Ukrajina? (vlastní zpracování)

3.otázka – Jak jste se o Zakarpatské Ukrajině dozvěděli.

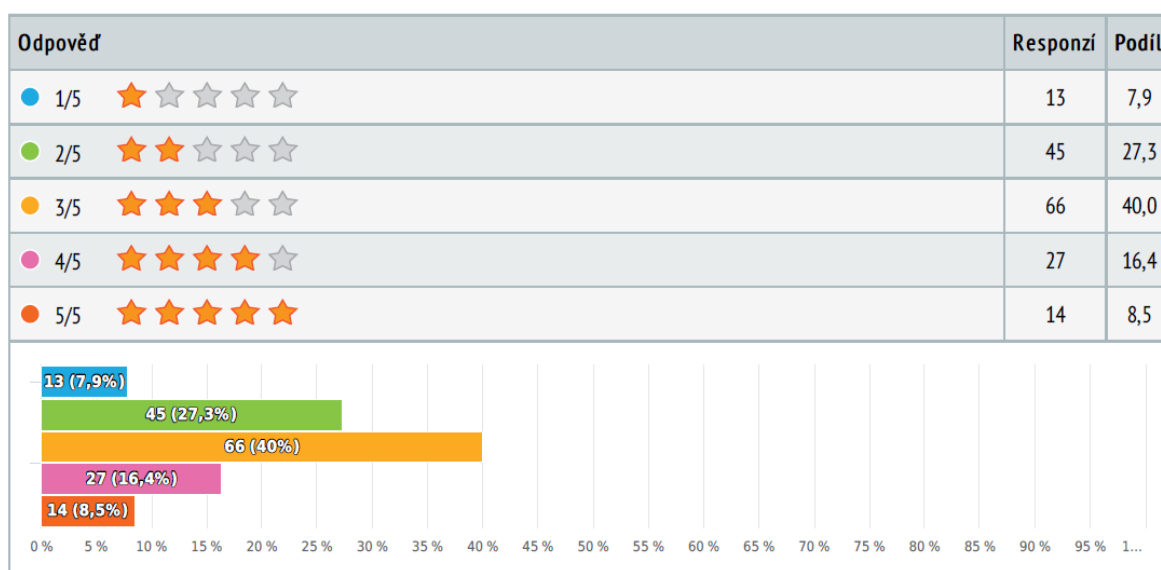
Výsledné podíly odpovědí na tuto otázku jsou velice vyrovnané viz. Graf 3, poněvadž většina subjektivních odpovědí by se dala zařadit k nabízené odpovědi “příbuzní/rodina“. Opakovaně se objevovaly odpovědi jako “kamarádi“ nebo “kolega z práce“ a dotazovaní se často chtěli pouze víceméně vyjádřit. Výslednou odpovědí však je, že se Zakarpatím byla většina seznámena v zaměstnání či škole.



Graf 3: Jak jste se o Zakarpatské Ukrajině dozvěděli? (vlastní zpracování)

4. otázka – Považujete tuto oblast za destinaci cestovního ruchu s dostatečnou nabídkou aktivit a infrastruktury?

Pro tuto otázku byla zvolena odpověď formou hodnocení na hodnotící škále, jak je zobrazeno v Grafu 4. 1 hvězda znamená, že oblast není považována za destinaci cestovního ruchu a nabídka je velice malá. 3 hvězdy jsou považovány za průměr. Nejvyšší možné hodnocení a 5 hvězd značí, že vybraní účastníci dotazníkového šetření Zakarpatí vidí jako destinaci cestovního ruchu a nabídka je podle nich zcela dostatečná. Mnozí respondenti vybrali 3 hvězdy a průměrný výsledek hodnocení byl 2,9 hvězd z 5.

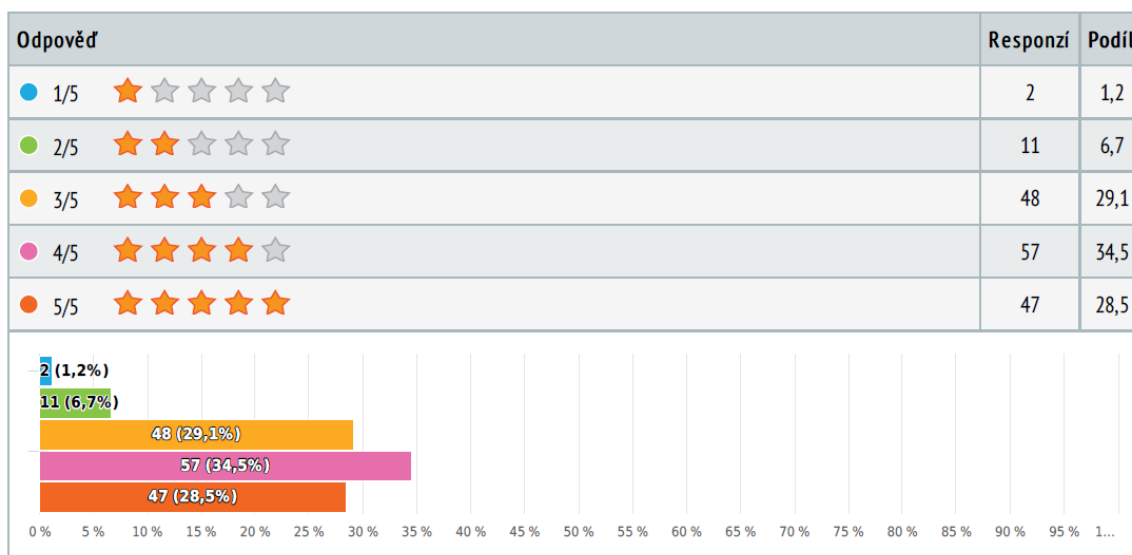


Graf 4: Považujete tuto oblast za destinaci cestovního ruchu s dostatečnou nabídkou aktivit a infrastruktury? (vlastní zpracování)

K této otázce byla vytvořena nepovinná podotázka “Odůvodněte prosím Vaši vybranou odpověď“, která byla pouze doplňujícího typu. Jako hlavní příčinu průměrného a podprůměrného hodnocení respondenti zmiňují nedostatečnou míru informovanosti o této oblasti zde v České republice, což také u této otázky znamenalo, že respondenti nebyli z důvodů dostatečné znalosti území schopni odpovědět. Někteří také napsali, že nikdy neměli nutkání zjišťovat o oblasti více informací. Dále uvádějí neuspokojivou infrastrukturu a veřejnou dopravu. Mnozí zmínili chudobu oblasti, ale také nevyužitý potenciál. Lidé naopak vychvalovali samozřejmě tamní malebnou krajinu a historickou sounáležitost. Spousta dotazovaných napsalo jako pozitivum přátelské obyvatelstvo Zakarpatí.

5. otázka – Jak byste hodnotili atraktivitu Zakarpatské oblasti na hodnotící škále 1–5?

Na stejný princip jako otázka 4 byla vytvořena i otázka 5, ke které byla taktéž k dispozici otevřená odpověď k odůvodnění vybrané odpovědi. Při hodnocení atraktivity Zakarpatské Ukrajiny byli dotazovaní velice pozitivní. Více než polovina zúčastněných hodnotila atraktivitu oblasti nadprůměrně a velice kladně viz. Graf 5. Konečný průměrný výsledek hodnocení se blížil 4 hvězdám, tedy přesně 3,8 z 5.

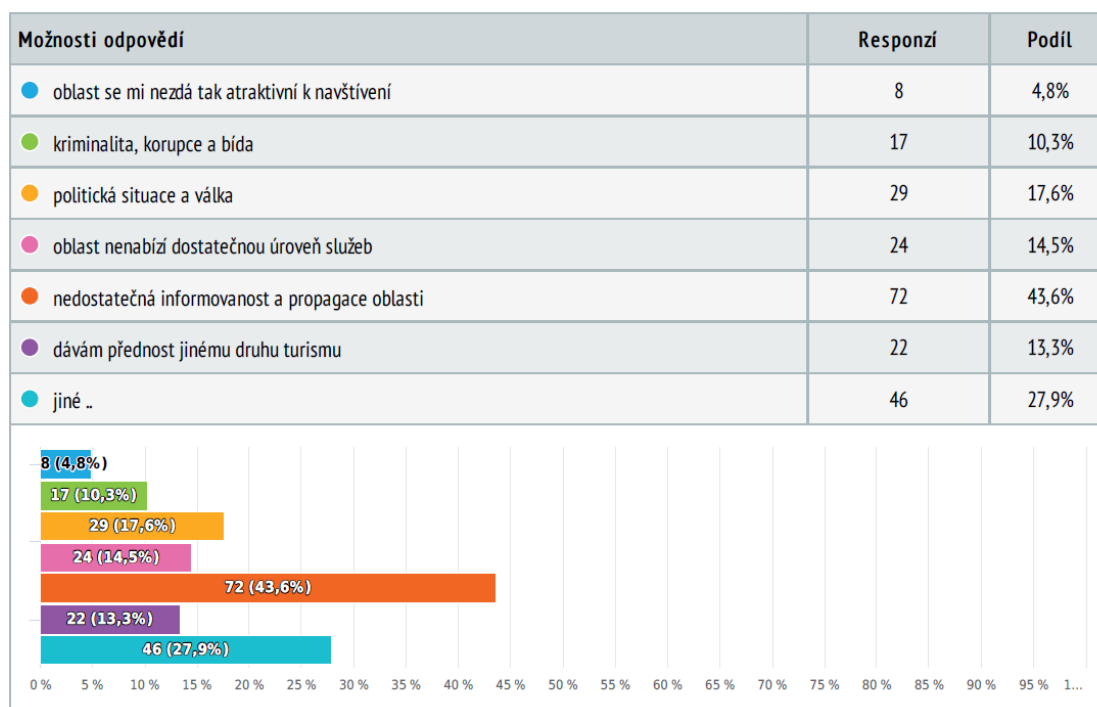


Graf 5: Jak byste hodnotili atraktivitu Zakarpatské oblasti na hodnotící škále od 1 do 5? (vlastní zpracování)

Kladně tuto oblast respondenti hodnotili především kvůli divoké panenské přírodě, tamější kultuře a pohostinnosti místních obyvatel. Také jako klidnou oblast bez davů turistů. U průměrných a podprůměrných hodnocení dotazovaní zmiňovali, že je lákají spíše jiné turistické destinace, které nabízejí odlišný druh turismu.

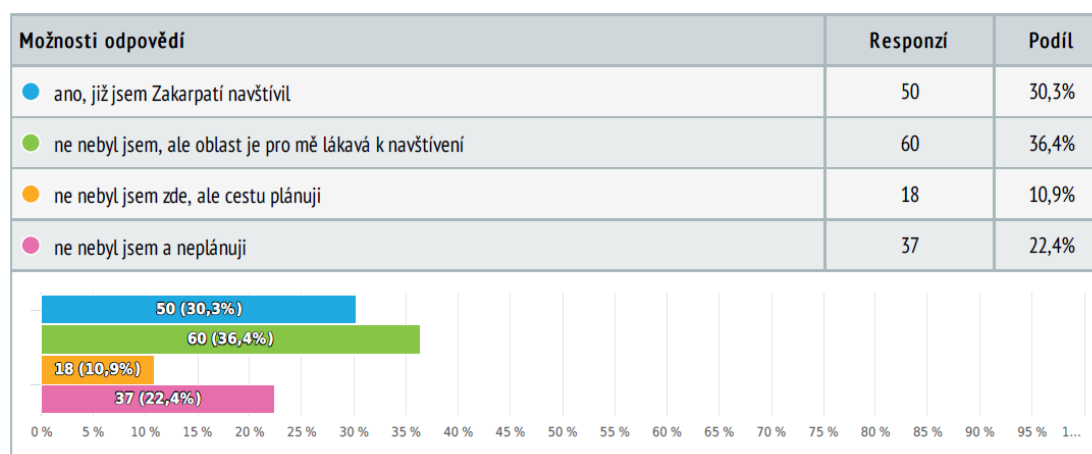
6. otázka – Je něco, co vnímáte jako negativum této oblasti?

Na tuto kombinovanou otázku bylo možné zvolit více odpovědí či napsat svou vlastní. Jak je vyobrazeno v Grafu 6, respondenti vnímají jako negativum obzvláště nedostatečnou informovanost a propagaci oblasti, kterou vybralo 72 ze 165 dotazovaných. Negativně působí na vnímání Zakarpatské Ukrajiny českými občany také politická situace a neustále probíhající válečné konflikty. U subjektivních odpovědí bylo mnohokrát napsáno, že respondenti nevnímají jako negativum nic.



Graf 6: Je něco, co vnímáte jako negativum této oblasti? (vlastní zpracování)

7. otázka – Navštívili jste již Zakarpatskou Ukrajinu či Vás láká ji navštívit?

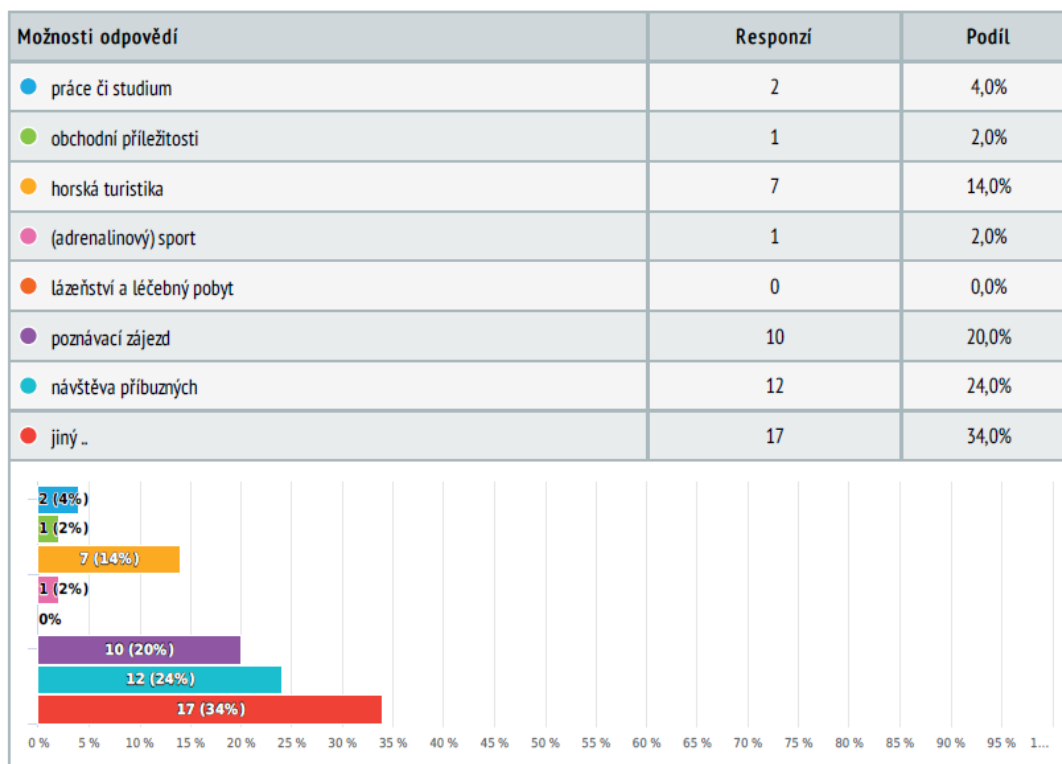


Graf 7: Navštívili jste již Zakarpatskou Ukrajinu či Vás láká ji navštívit? (vlastní zpracování)

U uzavřené otázky č. 7 odpovědělo celkem 50 respondentů, že Zakarpatí již navštívili viz Graf 7. Téměř polovinu účastníků dotazníkového šetření Zakarpatská Ukrajina láká či dokonce cestu již plánují. Pro tuto otázku byla vytvořena rovněž pravidla logiky větvení. Při odpovědi, že Zakarpatí respondenti již navštívili, pokračovali k následující 8. otázce. Pokud zvolili zápornou odpověď a v Zakarpatské Ukrajině ještě nebyli, služba je přesměrovala k části členící.

8. otázka – Za jakým účelem jste do této oblasti zavítali?

Otázky 8 a 9 byly určeny pouze dotazovaným, kteří již oblast navštívili a mohli na tyto otázky subjektivně odpovědět. Respondentů odpovídajících na tyto otázky bylo celkem 50. Pro otázku č. 8 bylo vytvořeno celkem 8 odpovědí, kdy 7 z nich bylo pevně daných a 1 sloužila k uvedení vlastního účelu cesty viz Graf 8. Dotazovaný vybíral pouze jednu odpověď.

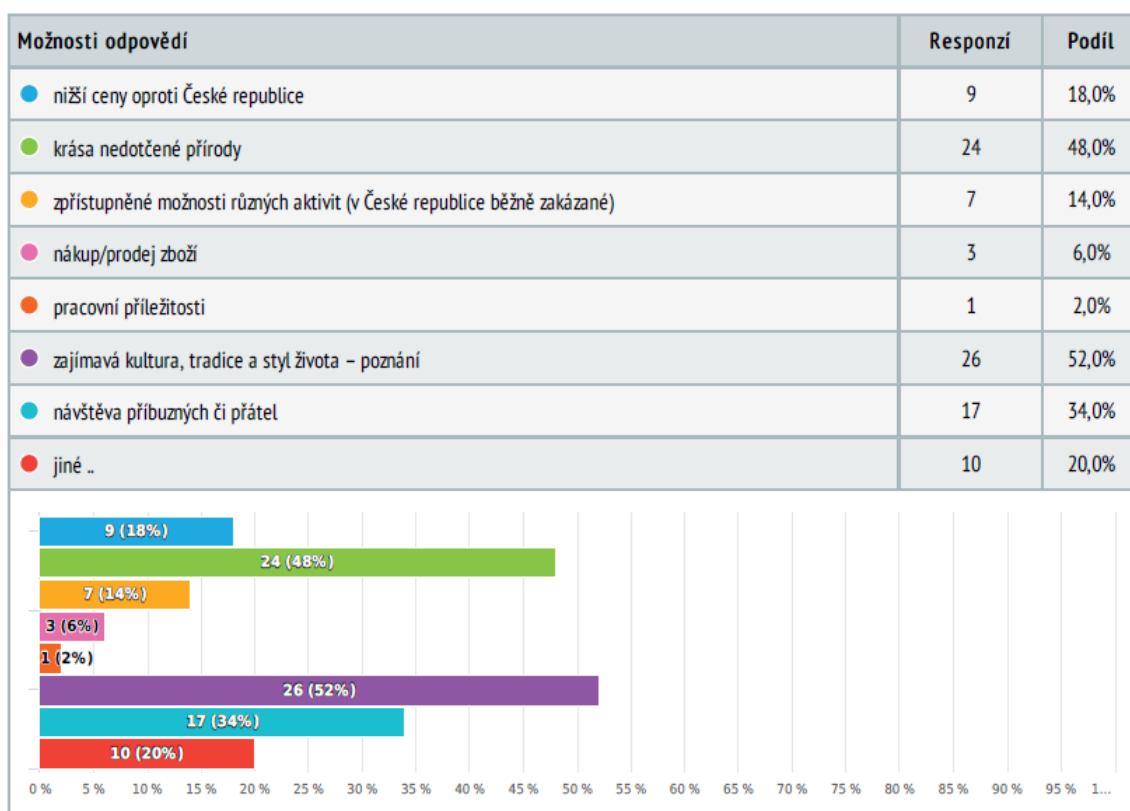


Graf 8: Za jakým účelem jste do této oblasti zavítali? (vlastní zpracování)

24% respondentů zavítalo na Zakarpatí s úmyslem navštívit své příbuzné. Pětina dotazovaných cestovala za poznáním této oblasti a 7 z 50 kvůli horské turistice. Naopak nikdo z návštěvníků nejel na Zakarpatskou Ukrajinu kvůli lázeňství či léčebným pobytům. Otevřená textová odpověď byla spíše využita jako víceslovné rozvedení a okomentování účelů cest účastníků. Několik z nich uvedlo, že na Zakarpatí cestovali za příbuznými, jelikož byli pozvaní na svatbu. Zbylí spíše pouze upřesnili účel svých cest. Uváděli druhy sportů či přímo města, která navštívili. Jedna z respondentek dokonce uvedla, že do této části Ukrajiny cestuje s účelem pomoci ukrajinským dětem. Tudíž v závěru z výsledků vyplývá, že hlavním záměrem cestování na Zakarpatí jsou příbuzní a přátelé.

9. otázka – Co pro Vás bylo motivací k návštěvě Zakarpatské oblasti?

Stejným způsobem byla vytvořena i otázka 9, kde však dotazovaný mohl vybrat více možností, které ho motivovaly k navštívení Zakarpatské Ukrajiny. Více než polovina respondentů uvedla, že motivací pro ně byla zajímavá kultura, tradice a místní styl života. Pak samozřejmě také krása panenské přírody a návštěva příbuzných viz. Graf 9. Některé také motivovaly nízké ceny, což se objevilo i v otevřených odpovědích. Tam pár dotazovaných také uvedlo, že v této části Ukrajiny žijí jejich rodinní příslušníci.



Graf 9: Co pro Vás bylo motivací k návštěvě Zakarpatské oblasti? (vlastní zpracování)

Segmentační část – otázka 10. – 15.

Úvodní otázka segmentační části č. 10 zjišťovala nejprve pohlaví respondentů. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 92 žen a 88 mužů, což bylo vyrovnané. Následující 11. otázka se týkala věku návštěvníků. Dotazník nejčastěji vyplňovali lidé ve věku 16–30 let, kterých bylo 86 ze 180. Početnou skupinu tvořili i respondenti ve věku 31–45 let, a těch bylo 70. Ve věku 46–60 se zúčastnilo celkem 15 dotazovaných. Variantu „60 a více“ zvolilo 9 účastníků dotazníkového šetření. Nikomu z dotazovaných naopak nebylo méně než 15 let.

Otázka č. 12 zkoumala, jak často dotazovaní cestují. Na výběr bylo ze tří odpovědí, a to "2krát ročně a více", "alespoň jednou do roka" a „dle možností jednou za pár let“. Dohromady 42,2 % respondentů vybralo, že cestují 2 a vícekrát do roka. 73 ze 180 dotazovaných odpovědělo, že cestují alespoň jednou do roka. Dle svých možností a alespoň jednou za pár let vycestuje 31 respondentů.

13. otázka se zabývala návštěvností Ukrajiny. Zda dotazovaný na území Ukrajiny byl, vybíral poté, jestli zemi navštívil jednou či vícekrát. Pokud Ukrajinu nenavštívil, zda návštěvu v budoucnu plánuje či nikoliv. Otázka byla do výzkumu zahrnuta především kvůli porovnání s návštěvností Zakarpatské oblasti. Ukrajinu několikrát navštívilo 44 ze 180 respondentů a dalších 22 ji navštívilo jednou. Početnou skupinu (74) tvoří lidé, kteří Ukrajinu prozatím nenavštívili, ale cestu plánují. Celkem 22,2 % účastníků výzkumu v zemi nebylo a ani neplánují na Ukrajinu cestovat.

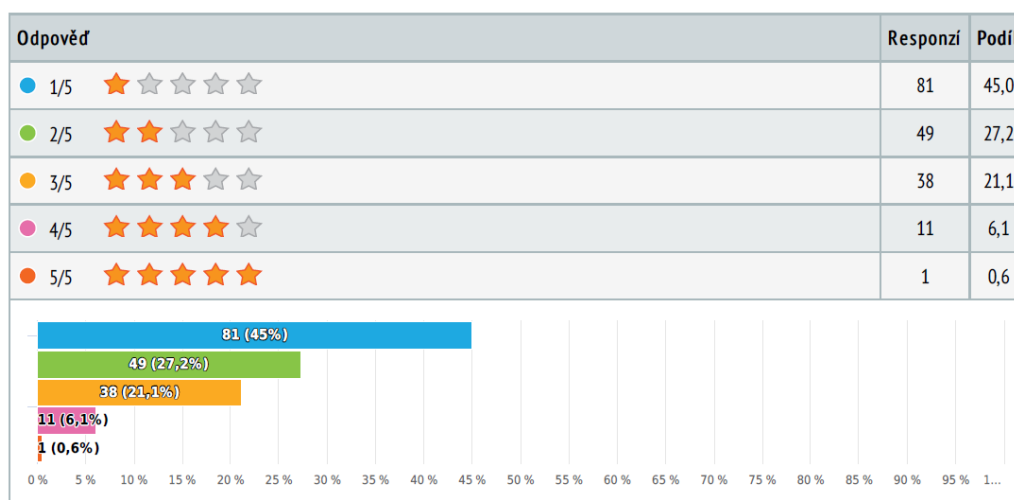
14. otázka – Jaký je Váš postoj k Ukrajině a Ukrajincům?

Tato otázka zkoumala subjektivní postoj respondentů k Ukrajině a Ukrajincům. Dotazovaní mohli odpovědět jednou ze čtyř odpovědí. Buď zvolili, že o Ukrajině téměř nic neví a s Ukrajinci nemají osobní zkušenost nebo jejich postoj je čistě pozitivní, neutrální či negativní. Součástí otázky byla podotázka k odůvodnění vybrané odpovědi. Z výsledků je patrné, že valná většina respondentů má k Ukrajině a Ukrajincům kladný či nestranný postoj. 106 účastníků výzkumu vybralo odpověď pozitivní a 65 ze 180 se staví k této zemi neutrálně. Pouze 7 respondentů s Ukrajinou nebylo seznámeno a Ukrajince ve svém blízkém okolí neznají. 2 ze zúčastněných odpověděli „negativní“.

V textových odpovědích se objevily především kladné komentáře. Lidé popisují, že Ukrajince vnímají jako pracovité, spolehlivé a přátelské lidi. Na základě vlastních zkušeností tak uvádějí, že jsou velmi otevření a vstřícní. Spousta komentářů bylo také nestranných, jelikož Ukrajinci jsou lidé jako i všichni ostatní. Postoj k Ukrajině byl určitým způsobem také ovlivněn vztahem respondentů k Ukrajincům, jelikož často bylo uvedeno, že je postoj k Ukrajině pozitivní z důvodů přátelských či příbuzenských vztahů.

15. otázka – Jak byste ohodnotili propagaci (uvádění ve známost) cestovního ruchu Ukrajiny v České republice?

Poslední otázka dotazníku zároveň odpovídá na poslední 6. výzkumnou podotázku. Záměrně je v otázce řešena propagace Ukrajiny jako celku, jelikož míra propagace Zakarpatské oblasti je dle autorky nedostatečná. Hodnocení bylo formou hvězdičkové škály viz Graf 10, kde respondent hodnotil od 1 do 5 hvězd jako v předešlých otázkách tohoto typu. Součástí otázky byla taktéž nepovinná podotázka k odůvodnění vybrané odpovědi. Více než polovina respondentů hodnotila propagaci záporně, a to jednou či dvěma hvězdami. Průměrný výsledek hodnocení byl 1,9/5.



Graf 10: Jak byste ohodnotili propagaci (uvádění ve známost) cestovního ruchu Ukrajiny v České republice? (vlastní zpracování)

V textových odpovědích odůvodňujících hodnocení propagace se nejčastěji objevovalo, že lidé nikdy o žádné propagaci cestovního ruchu na Ukrajině neslyšeli a že je propagace téměř nulová. Jako známé propagované místo je uváděn Černobyl i Zakarpatí. Mnozí popisují, že se propagace oproti minulosti výrazně zlepšila, avšak je upozorňováno na to, že si lidé musí informace různě vyhledávat vyloženě sami, i když už mají k dispozici více zdrojů. Propagována je podle respondentů jen politická stránka Ukrajiny, nikoliv turismus a krásy země.

4.4. SWOT analýza Zakarpatí z pohledu cestovního ruchu

Dle zjištěných poznatků získaných obsahovou analýzou zdrojů o Zakarpatské Ukrajině, dotazníkovým výzkumem a subjektivními zkušenostmi autorky byla vytvořena SWOT analýza silných a slabých stránek Zakarpatí. Tato analýza je zpracována komplexně pro veškeré složky cestovního ruchu. Bude analyzovat vnitřní faktory destinace (silné stránky a slabé stránky) a také vnější příležitosti (ekonomickou situaci, demografické změny, nové trhy, technologii aj.) a vnější hrozby (demografické změny, legislativu aj.). (Zelenka a Pásková, 2012:556)

SILNÉ STRÁNKY DESTINACE

- Výhodná geografická pozice oblasti
- Blízkost oblasti k České republice, výhoda dopravní dostupnosti
- Zajištěna dostatečná dopravní síť v oblasti.
- Výjimečný přírodní potenciál
- Předpoklady pro různé druhy turistiky (agroturistika, horská turistika aj.)
- Podmínky pro rozvoj aktivní turistiky a aktivního trávení volného času.
- Oblast je vhodná pro agroturistiku, ekoturistiku, dobrodružný turismus a gastro t.
- Kulturně bohatá oblast, typické církve ze seznamu UNESCO.
- Národní chráněné parky a lesy zapsané na seznam UNESCO.
- Velice příznivé klimatické podmínky pro rozvoj zemědělství a vinařství.
- Kontinentální podnebí a zajištění různých turistických aktivit navzdory sezónnosti.
- Minerální prameny a s tím související lázeňství.
- Národnostní sounáležitost s Českou republikou a střední Evropou.
- Podoba kulturní i jazyková – Slovanské jazyky – podoba zakarpatských nářečí.
- Cenová dostupnost pro návštěvníky z Evropy, výrazně nižší ceny služeb.
- Lidové zvyklosti, tradice a folklór.
- Pestrost sociálního složení, multietnicita, multikulturalismus.

- Obraz "zaostalosti" Zakarpatí a životní styl místních obyvatel, klid.
- Pověst pohostinnosti místních obyvatel.

SLABÉ STRÁNKY

- Politická situace a neustálé konflikty s Ruskou federací.
- Korupce.
- Nedostatečná turistická infrastruktura základních služeb
- Nedostatečná nebo chybějící síť značení turistických cest a tras.
- Nedostatečná kvalita vedlejších silnic a jiný rozchod kolejí na železnicích.
- Nedostatečná údržba a obnova historických kulturních památek.
- Nedostatečná ochrana chráněných území ze seznamu UNESCO.
- Nedostatečná nabídka ubytování pro všechny cílové skupiny.
- Nízká a převládající nabídka pouze základních služeb.
- Nedostatečná propagace Zakarpatské Ukrajiny, nízká kvalita propagace v zahraničí.
- Dostatečně nevyužíván potenciál celé oblasti.
- Nejistá bezpečnost.
- Chudoba, styl života. Špatné hygienické návyky.
- Málo místních podnikatelů ve službách cestovního ruchu a chybějící kvalifikovaný personál v oblasti cestovního ruchu.
- Podpora tzv. šedé ekonomiky – ubytování v soukromých ubytovacích zařízeních.

PŘÍLEŽITOSTI

- Podpořit zájem u mladších a aktivních cílových skupin, propagace a nabídka.
- Nabídka různých specifických zážitkových balíčků.
- Zajištění pracovních příležitostí a výdělků pro místní obyvatelstvo.
- Využití geografického postavení a rozvoj příhraniční turistiky.

- Vytvoření a zlepšení turistického značení.
- Zřídit síť informačních center na celém území Zakarpatské Ukrajiny.
- Využití ubytování v soukromých zařízeních – podpora a výdělek pro chudší rodiny.
- Spolupráce s Evropskou unií a podpora cestovního ruchu.
- Vytvoření strategického plánu rozvoje cestovního ruchu.
- Vytvoření aktivního destinačního managementu.
- Podpora podnikatelů v cestovním ruchu, v ubytovacích a stravovacích službách.
- Podporování šetrných forem cestovního ruchu v této oblasti.
- Zlepšení stavu dopravní infrastruktury.
- Propagace zapomínaného lázeňství a léčebných pobytů, účinnost proti sezónnosti.
- Propagovat oblast vyrovnaně, během letní, ale i zimní sezóny na různé typické aktivity.
- Zkvalitnění ubytovacích i stravovacích zařízení.
- Zvýšit úroveň poskytovaných služeb.
- Využít specifika lidových tradic, zvyků a oslav. “Prodávat“ svou kulturu.
- Využití předpokladů oblasti k rozvoji podnikání v zemědělství. (ekologických výrobky)

HROZBY

- Degradace krajinných hodnot oblasti.
- Nedostatek financí na úpravu a údržbu infrastruktury.
- Chybějící kapitálové zázemí k rozvoji turismu v celém Zakarpatí.
- Znehodnocování a ničení památek.
- Podcenění stavu památek.
- Chudoba a žebráctví. Kriminalita.
- Pašování nelegálního zboží. Alkohol, cigarety, drogy.
- Písmo cyrilice a částečná jazyková bariéra.
- Špatné klimatické podmínky – časté deště, kruté zimy či naopak sucho.

- Mladá generace Ukrajinců vycestovává za hranice, stárí obyvatelstva.
- Nezájem mladé generace o předávání lidových tradic a zvyků.
- Návštěvníci upřednostňují jiné regiony či jiné sousední země.
- Podceňování oblasti k vytváření obrazu destinace cestovního ruchu.
- Hraniční/policejní kontroly a vliv korupce.
- V důsledku masového turismu – konec vstřícnosti a pohostinnosti místních obyvatel.
- Komerzializace a skanzenizace – ztráta “ducha místa”.

5. Shrnutí výsledků a diskuse

Cílem práce bylo prostřednictvím kvalitativního přístupu a obsahové analýzy dostupných zdrojů popsat předpoklady oblasti Zakarpatské Ukrajiny a následně pomocí SWOT analýzy strategicky analyzovat a zhodnotit současný stav cestovního ruchu. Provedené zhodnocení vnějšího a vnitřního prostředí odhalilo několik zásadních skutečností. Oblast vykazuje ohromný potenciál, přírodní zdroje vytvářejí předpoklady pro různé druhy turistiky a kultura je specifitější než kdekoli jinde. I přesto oblast není brána jako turistická destinace a stojí v pozadí jiných, známějších lokalit. Zásadním nedostatkem je v podstatě neexistující propagace území, kterou je nutné zlepšit.

Oblast má přírodní zdroje, které vytvářejí předpoklady pro různé druhy turistiky. Této příležitosti by šlo využít a přivábit mladší a aktivní cílové skupiny návštěvníků. Lidové zvyklosti, tradice a folklór lze také využít ke zlepšení stavu cestovního ruchu. Poutavou náplní dovolené by to mohlo být pro starší generaci. Tímto stylem by měly být vytvářeny turistické balíčky pro různé zájmové skupiny. Opravy a renovace infrastruktury jsou nutnou samozřejmostí.

5.1. Odpovědi na výzkumné otázky

Cílem práce bylo také prostřednictvím kvantitativního přístupu a výsledků dotazníkového šetření zjistit, jaká je percepce této oblasti českými občany a vyhodnotit, zda je pro ně Zakarpatí atraktivní.

Z výsledků dotazníkové šetření vybraných českých občanů jasně vyplynulo, že percepce Zakarpatské Ukrajiny českými občany je velice kladná, což opravdu předčilo autorčino očekávání. Hned první otázka přinesla nepředvídané výsledky, kdy ze 180 respondentů odpovědělo 165, že Zakarpatskou Ukrajinu zná. Ve výzkumu také autorka u 2. otázky zpozorovala, že mladší ročníky dotazovaných si Zakarpatskou Ukrajinu spojují čistě s překrásnou přírodou, nicméně starší generace vzpomínají na společnou historii. U otázky 3 je navzdory negativnímu hodnocení propagace odpovězeno téměř třetinou respondentů, že se o Zakarpatí dozvěděli mediálně. Tyto první tři otázky, přičemž druhá měla pouze doplňující charakter, odpovídali na 1. výzkumnou podotázku k percepci Zakarpatské Ukrajiny, zda čeští občané znají tuto oblast a odkud. Tedy vybraní čeští

občané povětšinou Zakarpatí znají a nejčastěji se o něm podle výzkumu dozvěděli ze zaměstnání či školy.

2. výzkumná podotázka zjišťovala, zda tuto oblast považují za destinaci cestovního ruchu a zda se jim zdá turisticky atraktivní. K této výzkumné podotázce se vztahovala 4. a 5. otázka dotazníkového šetření. Pro kompletnost hodnocení byla k hodnotícím otázkám ve formě hvězdičkové škály přidána vždy podotázka, díky které měli respondenti možnost odůvodnit své hodnocení. Na otázku, zda považují oblast jako destinaci cestovního ruchu dotazovaní v průměru odpověděli 2,9/5 hvězd, což byl přibližně průměr a takové hodnocení i autorka předvíдалa. Respondenti, kteří hodnotili spíše záporně jako důvody svého ohodnocení uvedli nedostatečnou míru informovanosti, která zapříčinila, že z důvodu nedostatečné znalosti území nebyli schopni na tuto otázku odpovědět. O Zakarpatí je k dohledání vážně titěrné množství informací, každopádně faktem je i to, že mnozí respondenti neměli ani nutkání se o destinaci něco dozvědět. Ostatní, kteří jsou s oblastí seznámeni zmínili špatnou ekonomickou úroveň, mizernou infrastrukturu a celkovou chudobu území. Většina z nich je však přesvědčena o tom, že má Zakarpatí nesmírný potenciál, který není využit. Tvrdí, že skvostem tohoto území je malebná krajina a pohostinní obyvatelé. Další otázka hodnotila atraktivitu Zakarpatské oblasti a obdržela hodnocení 3,8/5 hvězd. Kladné hodnocení si samozřejmě zasloužila překrásná příroda a tamější jedinečný kulturní mix. Zajímavým zjištěním je to, že mnozí uvádějí, že atraktivitu Zakarpatí zapříčiňuje právě to, že ji nenarušuje klasický masový turismus. Oblast je klidné místo bez návalů turistů, což je pro některé prioritní. Někteří také komentovali svá nižší hodnocení tak, že upřednostňují jiný druh turistiky či destinace. Takový výsledné hodnocení bylo i předvídáno, jelikož dle autorky je Zakarpatí nadprůměrně malebné.

6. otázka dotazníkového šetření vyhodnocovala 3. výzkumnou podotázku, která zkoumala, zda čeští obyvatelé vnímají na Zakarpatí něco jako negativum. Téměř polovina označila za negativum nedostatečnou informovanost a propagaci oblasti. Očekáváno bylo, že většina označí jako negativum politickou situace, korupci a kriminalitu, kterou ve skutečnosti vybrala jen čtvrtina účastníků. Do textové odpovědi převážná část psala "nic", které autorka mylně zapomněla do odpovědí zařadit.

K 4. výzkumné otázce, která zkoumala, jestli čeští občané navštěvují Zakarpatí se vztahuje 7. otázka dotazníkového šetření. Odpovědi na tuto otázku byly příjemným překvapením, jelikož Zakarpatská oblast se zdá být hojně navštěvovanou. Odpověď na

výzkumnou otázku je jednoznačné ano. Při srovnání s návštěvností jiných oblastí na Ukrajině si Zakarpatská oblast zachovala svůj charakter cílové destinace. Dalším zjištěným faktem je, že velké množství dotazovaných Zakarpatí přitahuje či dokonce již plánují se do této části Ukrajiny vydat.

Dotazníkové otázky č. 8 a 9 zjistily výsledky k 5. výzkumné podotázce, podstatou které bylo zjistit, co bylo motivací k návštěvě oblasti a s jakým účelem na Zakarpatí cestovali. Jako účel cesty označila více než polovina zúčastněných své příbuzné, což nebylo předpokládáno. Skutečnost, že mnoho českých občanů má na území Zakarpatské oblasti příbuzné či přátele jen potvrzuje historickou a národnostní sounáležitost. Početná část respondentů vycestovala na Zakarpatí za poznáním a několik dotazovaných kvůli horské turistice. Z výsledných odpovědí ohledně motivace k cestování jasně vyplynulo, že motivací pro české občany byla krása panenské přírody a zajímavá kultura, tradice a folklór, jak bylo i očekáváno.

Na poslední 6. výzkumnou otázku ohledně hodnocení propagace Ukrajiny v České republice odpověděla 15. otázka dotazníku, která byla součástí segmentační části. Propagování Ukrajiny v České republice dotazovaní zhodnotili velice negativně, a to 1,9/5 hvězd. Často bylo v doplňujících odpovědích uvedeno, že nikdy nezaznamenali žádné uvádění Ukrajiny ve známost, a že je propagace nulová. Nicméně při zpracování bakalářské práce bylo zjištěno, že mnoho menších cestovních kanceláří nabízí různě zaměřené zájezdy právě do oblasti Zakarpatí, což tuto odpověď respondentů částečně vyvrací, jelikož stačí pouze zájem. Dotazovaní také zmínili, že se propagace s postupem času oproti minulosti výrazně zlepšila a faktem je, že kdo hledá, ten nachází. Takže shrnutím tedy je, že Ukrajina je propagována vsutku poskromnu, ale alespoň nějaké informace pro zájemce již k dispozici jsou.

5.2. Návrhy a doporučení vyplývající z výzkumných výsledků

Doporučení byla již částečně uvedena v kapitole 4.4. a zde bude především rozšířeno nejpodstatnější z nich, a to propagace. Dle autorky je opodstatněným doporučením, které vyplývá z výsledků obou výzkumných šetření zlepšení propagace a řádné uvedení destinace na trh cestovního ruchu. Dostatečná informovanost by mohla v potenciálních návštěvnicích vyvolat zájem a obzvláště nutkání oblast navštívit.

Propagace na sociálních sítích – Sociální média

V dnešní době jsou skupiny na Facebooku či Instagramu zajímavým a efektivním prostředkem k šíření informací. Tato forma propagace je jednou z technik virálního marketingu v cestovním ruchu. Propagace destinace na internetu by měla vliv na různé věkové skupiny. Facebook a například Instagram dávají šíření informací nový rozměr. Sdílení informací o destinaci a subjektivní názory na ni jsou pro cestovní ruch nesmírně důležité, především pokud jsou pozitivní. Představením veškerých způsobů, jakými by lidé mohli trávit svou dovolenou na Zakarpatské Ukrajině by změnilo smýšlení lidí o této oblasti. Příspěvky s tematikou krásné přírody, typických lidových zvyklostí a možností, které Zakarpatí poskytuje by nejspíše zainteresovalo potenciální návštěvníky v různých druzích turistiky jako agroturistice, ekoturistice či dokonce gastro turismu. Dostatečně efektivním by bylo například ohodnocení oblasti známými osobnostmi na internetu, kteří se například sami o tyto druhy turistiky zajímají. To by nadchlo a jistě upoutalo velkou skupinu lidí.

Propagace skrze blog či web

Zformováním vícejazyčného webu či blogu se shromážděnými informacemi na jednom místě by destinaci zaručilo představení se v tom nejlepším světle. Zde by měla oblast možnost prezentovat svůj potenciál a přilákat velké množství návštěvníků. Součástí webu by měly být nabídky infrastruktury cestovního ruchu, především ubytovacích a stravovacích zařízení včetně jejich hodnocení. Měl by také obsahovat diskusní fórum prostřednictvím kterého by lidé sdíleli své subjektivní názory, rady a zkušenosti. V České republice existuje přehledný web (DuseKarpats.cz) zaměřený na území pohorí Karpat, který byl využit dokonce jako zdroj pro vypracování bakalářské práce. Taktéž nedávno vytvořený portál Ukraïner.net obsahuje zajímavé články ze života obyvatel Ukrajiny, pozoruhodná videa z expedic Ukrajinou a fotodokumentace.

6. Závěr

Závěrem lze konstatovat, že i přes veškeré nedostatky, které Zakarpatská Ukrajina z hlediska vybavenosti území infrastrukturou cestovního ruchu kupříkladu má, byla náklonnost vybraných českých občanů k této oblasti překvapivě silná. Lidé, kteří ji navštívili si k ní vybudovali okamžitě velice hluboký a kladný vztah. Pro zbytek je to dle autorky jakési neznámo, do kterého by pronikli pouze se smělostí druhých. V této oblasti je vše jako na dlani. Přednosti jsou zde obklopeny upřímnou surovostí, což některé přitahuje a jiné zase odvrací.

V teoretických východiscích byl nejprve definován pojem percepce, který byl následně vymezen na percepci geografického prostoru společně s mentální mapou, která s tímto pojmem souvisí. Další kapitola byla věnována motivaci k cestování, kde byly krátce popsány aspekty, které ji mohou ovlivňovat. V další kapitole byly vysvětleny způsoby hodnocení potenciálu a předpokladů destinace cestovního ruchu, které byly využity k výzkumu práce. Poslední kapitola teoretické části byla určena k představení Ukrajiny z pohledu, který je dle autorky taktéž pro výzkum podstatný.

Hlavním výzkumným cílem bakalářské práce bylo zjistit, jaká je percepce Zakarpatské Ukrajiny českými občany. A aby bylo kompletně dosaženo výsledků, formulovány byly 2 výzkumné otázky. K zodpovězení první výzkumné otázky byla nejprve prezentována Zakarpatská Ukrajina a její charakteristické rysy, díky kterým je taková, jaká je. Tento výzkum charakterizoval předpoklady Zakarpatí a na základě těchto poznatků byla ke konci vyhotovena SWOT analýza silných a slabých stránek oblasti. Při této analýze bylo zjištěno, že i přes veškeré silné stránky, slabé značně převažují a mají velice závažné dopady na rozvoj cestovního ruchu Zakarpatska. V rámci zjištěných dopadů byla navržena některá doporučení na zlepšení rozvoje cestovního ruchu.

K odpovědi na 2. výzkumnou otázku včetně podotázek posloužilo dotazníkové šetření, které bylo získáno od 180 zúčastněných. Z výsledků bylo zjištěno, že Zakarpatská Ukrajina není tak úplně opomíjena, jak bylo očekáváno. Více než 90 % dotazovaných odpovědělo, že tuto oblast zná a nejčastěji ze zaměstnání či školy. Na otázku, zda je Zakarpatí považováno jako destinace cestovního ruchu, bylo odpovězeno průměrně. Dle názoru autorky závisí na cílově skupině a na tom, co upřednostňuje. Nicméně s

tímto hodnocením souhlasí, jelikož oblast má svůj půvab, ale i spoustu nedostatků. Na druhou stranu, atraktivitu respondenti zhodnotili velice kladně. Co ohodnotili účastníci dotazníkového šetření jako negativum na této oblasti je nedostatečná propagace zde v České republice, což je zároveň příznivé zjištění, jelikož se chtějí o této oblasti dozvědět více. K překvapení autorky téměř třetina dotazovaných Zakarpatskou Ukrajinu navštívila a skoro polovina by ji chtěla navštívit, či cestu dokonce plánuje. Jako účel cesty respondenti uváděli návštěvu příbuzných a poznání této oblasti. Motivací pro ně bylo přiblížení ke zdejší kultuře a stylu života místních, stejně jako čas strávený v překrásné přírodě. O těchto specifikách však spousta českých občanů nemá ani vědomosti, což souvisí s poslední výzkumnou otázkou. Propagaci oblasti dotazovaní zhodnotili velice záporně. Z tohoto důvodu byla navržena možná doporučení ke zlepšení propagace oblasti.

Zakarpatská Ukrajina by si taktéž měla uvědomit svou identitu a využít možností, které jí území poskytuje. Podpořit zájem u mladších a aktivních cílových skupin návštěvníků a oblast dostatečně propagovat. Vybudovat dostatečnou turistickou infrastrukturu a existující obnovit. Oblast by se měla prezentovat v tom nejlepším světle a navnadit potenciální návštěvníky na krásu Karpat, lidové a řemeslné tradice apod. Hlavně obyvatelé Zakarpatí jsou odpovědní za kulturní, historické a přírodní bohatství této oblasti, a právě oni by měli smýšlení o ní podpořit.

7. Seznam použité literatury

BÍNA, J. (2002). *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*, Urbanismus a územní rozvoj, ročník V, č. 1/2002, In: is.muni.cz [online], Praha, 2002 [cit. 2021-03-10], Dostupné z:

https://is.muni.cz/el/econ/jaro2007/C_KRGCR/um/Hodnocen_potenci_lu_CR_v_obc_h_R_b_na.pdf

BÍNA, Jan (2010). *Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice*. Ústav územního rozvoje [online], Brno, vyd. duben 2010 [cit. 2021-03-10]. Dostupné z:

http://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovni_ruch/potencialcr/potencialcr-text.pdf

Booking.com (2021). *Booking.com* [online] [cit. 2021-04-22]. Dostupné z:

https://www.booking.com/searchresults.cs.html?label=gen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaDuIAQGYAQW4ARfIAQzYAQH4AQH4AQuIAgGoAgO4AuTFhoQGwAIB0gIkYzNiNWRmOWEtYjhmOC00ZTZjLTlhMzgtYTUzNTRkYzFiZjcw2AIG4AIB&sid=8ef2c45e94c918893f04ee4292c8c371&aid=304142&sb=1&sb_lp=1&src_elem=sb&error_url=https%3A%2F%2Fwww.booking.com%2Fcountry%2Fcz.cs.html%3Faid%3D304142%3Blabel%3Dgen173nr-1FCAEoggI46AdIM1gEaDuIAQGYAQW4ARfIAQzYAQH4AQH4AQuIAgGoAgO4AuTFhoQGwAIB0gIkYzNiNWRmOWEtYjhmOC00ZTZjLTlhMzgtYTUzNTRkYzFiZjcw2AIG4AIB%3Bsid%3D8ef2c45e94c918893f04ee4292c8c371%3Bsrpvid%3D1cac738ecc07001b%26%3B&ss=%C4%8Cesk%C3%A1%20republika&is_ski_area=0&ssne=%C4%8Cesk%C3%A1%20republika&ssne_untouched=%C4%8Cesk%C3%A1%20republika&dest_id=56&dest_type=country&checkin_year=2021&checkin_month=6&checkin_monthday=1&checkout_year=2021&checkout_month=6&checkout_monthday=2&group_adults=1&group_children=0&no_rooms=1&bh4u_keep_filters=&from_sf=1&order=price

BRANDOS, Otakar a Michal KLESLO (2007). *Ukrajinské Karpaty: Poloniny, Lesní Karpaty, Zakarpatská Ukrajina : [turistický a trekový průvodce]*. Vřesina: Sky. K moři i s batohem po horách. ISBN 978-80-86774-00-8.

BŘEZINOVÁ (2015), Dagmar. *Prostřeno na Podkarpatské Rusi*. Praha: Společnost přátel Podkarpatské Rusi. ISBN 978-80-260-9079-3.

EWANS, Andrew (2011), *Ukrajina*. 3. vyd. Přeložil Radek BENEŠ, přeložil Jan SLÁDEK. Brno: Jota, Průvodce (Jota). ISBN 978-80-7217-899-5.

GOLLEDGE, R. G., STIMSON, R. J. (1997). *Spatial Behavior: A geographic perspective*. New York, Guilford Publications. ISBN 978-1572300507.

GREŠLÍKOVÁ (2020), Ivana. Koliko stojí cestovanie po Ukrajine? Detailný rozpočet. *Ivana Grešlíková* [online]. 08.06.2020 [cit. 2021-03-23]. Dostupné z:

<https://ivanagreslikova.com/kolko-stoji-cestovanie-po-ukrajine-detailny-rozpocet/>

HYNEK, Alois. (1984). Geografický výzkum krajiny a percepce životního prostředí. Univerzita J.E. Purkyně, Brno, 85 s.

ITINERI (2021). Hrad Palanok: dominanta u ukrajinského Mukačeva. *Itineri* [online]. [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.itinari.com/palanok-castle-real-pearl-of-zakarpattia-ukraine-rcpp>

JOHNSTONE, Sarah a Greg BLOOM (2009). *Ukrajina*. Praha: Svojtka & Co. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-7352-951-2.

KAŠPAROVÁ, Lenka (2020). Cizinci berou stejné peníze jako Češi. Někteří si vydělají i více. *Měsíc.cz: váš průvodce finančním světem* [online]. 17.01.2020 [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/cizinci-berou-stejne-penize-jako-cesi-nekteri-si-vydelaji-i-vice/>

KOLEJKA, Jaromír (2014). *Nauka o krajině: pro studující geografie magisterských učitelských oborů*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6659-5.

KRUŠYNS'KA (2017), Olena Anatolijivna. *Zakarpátí: průvodce bývalou Podkarpatskou Rusí*. Přeložil Rita LYONS KINDLEROVÁ. Praha: Academia. Průvodce (Academia). ISBN 978-80-200-2647-7.

LYNX (2021): Ukrajinská hřivna. *Lynx: online broker* [online]. [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: <https://www.lynxbroker.cz/kurz-meny/ukrajinska-hrivna/>

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

MATZEK, Jan (2016). *Anexe Krymu Ruskou federací* [online]. [cit. 2021-03-17]. Dostupné z: <https://www.politikaspolecnost.cz/wp-content/uploads/2016/01/Matzek-Anexe-Krymu-Ruskou-federac%C3%AD-%C4%8CJ.pdf>

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky (2021), *Informace pro cesty a pobyt na Ukrajině* [online], [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/lvov/cz/viza_a_konzularni_informace/informace_pro_obcany_cr/informace_pro_cesty_a_pobyt_na_ukrajine.html

MISTRESS, Bonna (2015). Ovce poblíž jezera Vorozheska. *Wikipedia* [online]. 28. 6. 2015 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Zakarpattia_Oblast#/media/File:%D0%9D%D0%B0%D0%B4_%D0%BE%D0%B7.%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0.jpg

PÁNEK, Jiří (2014). *GeoParticipace: jak používat prostorové nástroje v rozhodování o lokalitách, ve kterých žijeme?*, Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4359-1

PÁSKOVÁ, Martin (2009). *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-006-1.

PETŘÍČEK, Martin (2019). Nechceme, aby cizinci brali víc, říká průzkum. Jako pracovníci ale nevadí. *IDNES.cz / ZPRAVODAJSTVÍ: Ekonomika* [online]. 5.8.2019 [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/cizinci-zamestnavani-ukrajinci-penize.A190804_191522_ekonomika_bur

Podmienky vstupu do krajiny (2020). In: *Ministerstvo zahraničních věcí a evropských záležitostí slovenské republiky: Generální konzulát v Užhorode* [online]. 14.04.2020 [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: https://www.mzv.sk/web/gkuzhorod/cestovanie/podmienky_vstupu_do_krajiny

PREISSOVÁ, Andrea, Jana MÁČALOVÁ a Jasna SKOTÁKOVÁ, ed. (2015) *Mýty a pověry v každodennosti obyvatel ukrajinského Polesí a Zakarpatí*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-4485-7.

PROCHÁZKOVÁ, Petra, Karel CUDLÍN, Martin WAGNER a Jan DOBROVSKÝ (2020). *Lost Europe*. Praha: Paseka. ISBN 978-80-907814-0-5.

REDOK (2021), Ukrajina – Pohodové toulky. *REDOK Travel* [online]. [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.redok.cz/ukrajina-pohodove-toulky-uk752-21/>

Rozpočet cesty a životní náklady na Ukrajině (2021), *Kam a kdy odcestovat: váš nejlepší společník na cestách* [online]. [cit. 2021-03-23]. Dostupné z: <https://www.kam-a-kdy.cz/budget/ukrajina/>

SIWEK, Tadeusz (2011). *Percepce geografického prostoru*. Praha: Česká geografická společnost. ISBN 978-80-904521-7-6.

STAVINOHA, Petr a Martin MITÁŠ (2018). *Podkarpatská Rus – Verchovina: 25 vybraných turistických tras ...* Praha: Freytag & Berndt, 2018. Turistický průvodce Rother. ISBN 978-80-7445-390-8.

TREKING.CZ. (2013) Trufalec/vodopád. *Treking.cz: Outdoor, hory a turistika* [online]. 29. 1. 2013 [cit. 2021-4-27]. Dostupné z: <https://www.treking.cz/karpaty/trufalec.htm>

UKRAJNER (2017). Romové ze Zakarpatí. *Ukrajner* [online]. 3. 8. 2017 [cit. 2021-4-24]. Dostupné z: <https://ukrajner.net/romy/>

UKRAJNER (2020a). Valaši z Ukrajiny: Kdo jsou oni? *Ukrajner* [online]. 26. 7. 2020 [cit. 2021-4-24]. Dostupné z: <https://ukrajner.net/volokhy-ukrainy/>

UKRAĪNER (2020e). *Víno Zakarpatí* [online]. 2. 11. 2020 [cit. 2021-4-25]. Dostupné z: <https://ukrainer.net/vino-zakarpati/>

Ukrajina a EU. (2021) *Evropská služba pro vnější činnost* [online]. Tiskový a informační tým delegace na UKRAJINU, [cit. 2021-03-22]. Dostupné z: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/1937/ukraine-and-eu_en

UKRĪNER (2020b). Maďaři z Ukrajiny: Kdo jsou oni? *Ukrainer* [online]. 17. 7. 2020 [cit. 2021-4-24]. Dostupné z: <https://ukrainer.net/uhortsi-ukrainy/>

UKRĪNER (2020c). Slováci Ukrajiny: Kdo jsou oni? *Ukrainer* [online]. 29. 8. 2020 [cit. 2021-4-24]. Dostupné z: <https://ukrainer.net/slovakya/>

UKRĪNER (2020d). Němci z Ukrajiny: Kdo jsou oni? *Ukrainer* [online]. 30. 7. 2020 [cit. 2021-4-24]. Dostupné z: <https://ukrainer.net/nimtsi-ukrainy/>

VYSTRČIL (2018a), Robert. Hoverla. *DuseKarpats.cz* [online]. 10. 9. 2018 [cit. 2021-4-27]. Dostupné z: <https://www.dusekarpats.cz/ukrajina/hoverla/>

VYSTRČIL (2018b), Robert. Užok. *Duše Karpat* [online]. 12. 9. 2018 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: <https://www.dusekarpats.cz/ukrajina/uzok/>

Wikipedia (2011). Ukrajinské Karpaty , oddělující Zakarpatii. *Wikipedia* [online]. 20. 4. 2011 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Zakarpattia_Oblast#/media/File:%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%8B.png

Wikipedia (2012). Mapka oblasti s vyznačením rajónů a jejich sídel. *Wikipedia* [online]. 22. 1. 2012 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Zakarpatsk%C3%A1_oblast#/media/Soubor:Subcarpathia_Ukraine_districts_cs.svg

Wikipedia (2017). Medvěd v národním přírodním parku Synevyr. *Wikipedia* [online]. 2. 4. 2017 [cit. 2021-4-28]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Zakarpattia_Oblast#/media/File:%D0%9D%D0%9F%D0%9F_%C2%AB%D0%A1%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%80%C2%BB_-_02_-_%D0%92%D0%B5%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%B4%D1%8C_%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B9_%D0%B2_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%96_%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97.jpg

Work.ua (2021), *Статистика зарплат* [online], [cit. 2021-03-24]. Dostupné z: <https://www.work.ua/stat/>

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

8. Přílohy

Seznam příloh:

8.1. Příloha I - Dotazník.....	64
8.2. Příloha II – Seznam obrázků	67
8.3. Příloha III – Seznam tabulek.....	67
8.4. Příloha IV – Seznam grafů.....	68

8.1. Příloha I - Dotazník

Otázky k percepci Zakarpatské oblasti

1. Znáte či slyšeli jste již o Zakarpatské oblasti Ukrajiny?

- Ano
- Ne (přechod na otázku č. 10)

2. Co se Vám vybaví, když se řekne Zakarpatská Ukrajina?

(vyberte jednu nebo více odpovědí)

- Podkarpatská Rus
- dřívější Československo
- krásná příroda (Karpaty, Poloniny)
- salaše a pastevci
- samohonka a boršč
- přátelští, pohostinní obyvatelé
- kriminalita, korupce a bída
- něco jiného/případný komentář:

3. Jak jste se o Zakarpatské Ukrajině dozvěděli?

- média – internet, TV, noviny, časopis či jiný zpravodaj
- zaměstnání/škola
- příbuzní/rodina
- jiným způsobem:

4. Považujete tuto oblast za destinaci cestovního ruchu s dostatečnou nabídkou aktivit a infrastruktury? (hodnoťte na bodovací škále od 1 do 5, 1 – destinace poskytuje silně omezenou nabídku, 3 – průměr, 5 – destinace poskytuje naprosto dostatečnou nabídku)

+ Odůvodněte prosím své hodnocení výše (nepovinné):

5. Jak byste hodnotili atraktivitu Zakarpatské oblasti na hodnotící škále od 1 do 5?

(1 – absolutně neatraktivní, 3 – neutrální, 5 – velice atraktivní)

+ Odůvodněte prosím své hodnocení výše (nepovinné):

6. Co Vás odrazuje od navštívení této oblasti? (vyberte jednu nebo více odpovědí)

- oblast se mi nezdá tak atraktivní k navštívení
- kriminalita, korupce a bída
- politická situace a válka
- oblast nenabízí dostatečnou úroveň služeb
- nedostatečná informovanost a propagace oblasti
- dávám přednost jiného druhu turismu
- jiné:

7. Navštívili jste již Zakarpatskou Ukrajinu či Vás láká ji navštívit?

- ano, již jsem Zakarpatí navštívil
- ne nebyl jsem, ale oblast je pro mě lákavá k navštívení
- ne nebyl jsem zde, ale cestu plánuji
- ne nebyl jsem a neplánuji

8. Za jakým účelem jste do této oblasti zavítali?

- práce či studium
- obchodní příležitosti
- horská turistika
- (adrenalinový) sport
- lázeňství a léčebný pobyt
- poznávací zájezd
- návštěva příbuzných
- jiný:

9. Co pro Vás bylo motivací k návštěvě Zakarpatské oblasti? (zvolte jednu nebo více odpovědí)

- nižší ceny oproti České republice
- krása nedotčené přírody
- zpřístupněné možnosti různých aktivit (v České republice běžně zakázaných)
- nákup/prodej zboží
- pracovní příležitosti
- zajímavá kultura, tradice a styl života – poznání
- návštěva příbuzných či přátel
- jiné:

Otázky k segmentaci respondentů:

10. Jaké je Vaše pohlaví?

- žena
- muž

11. Kolik je Vám let?

- méně než 15
- 16-30
- 31-45
- 46-60
- 60 a více

12. Jak často cestujete (i víkendové pobyty v cizině)?

- 2krát ročně a více
- alespoň jednou do roka
- dle možností jednou za pár let

13. Navštívil/a jste již Ukrajinu?

- ano, několikrát
- ano, jednou
- ne, ale plánuji
- ne a neplánuji

14. Jaký je Váš postoj k Ukrajině a Ukrajincům?

- téměř nic o této zemi nevím a s Ukrajinci nemám osobní zkušenost
- pozitivní
- neutrální
- negativní

+ Odůvodněte prosím krátce zvolenou odpověď (nepovinné):

15. Jak byste ohodnotili propagaci (uvádění ve známost) cestovního ruchu Ukrajiny v České republice na hodnotící škále od 1 do 5? (nabídky cestovních kanceláří, reklama, propagace v médiích – internet, noviny, televize, rádio a další; 1 – téměř žádná propagace, 3 – průměrná, 5 – země je propagována dostatečně)

+ Odůvodněte prosím Vaše ohodnocení výše (nepovinné):

8.2. Příloha II – Seznam obrázků

Obrázek 1: Ukrajina. (Podmienky vstupu do krajiny, 2020)	14
Obrázek 2: Ovce poblíž jezera Vorozheska (Mistress, 2015)	20
Obrázek 3: Děti Valašské komunity (Ukraïner, 2020a)	22
Obrázek 4: Romská rodina ze Zakarpatí (Ukraïner, 2017)	23
Obrázek 5: Vinice v Zakarpatské oblasti (Ukraïner, 2020e).....	26
Obrázek 6: Ukrajinské Karpaty dělí Zakarpatí (Wikipedia, 2011)	27
Obrázek 7: Pohled na Hoverlu (střed) z Jablunického průsmyku (Vystrčil, 2018a).....	28
Obrázek 8: Vodopád Trufalec (Treking.cz, 2013)	30
Obrázek 9: Medvěd v národním přírodním parku Siněvir (Wikipedia, 2017)	31
Obrázek 10: Siněvirské jezero (REDOK, 2021).....	32
Obrázek 11: Mapka oblasti s vyznačením rajónů a jejich sídel (Wikipedia, 2012)	33
Obrázek 12: Hrad Palanok, Mukačevo (Itineri, 2021).....	34
Obrázek 13: Dřevěný kostelík a do modra laděná, částečně oplechovanou zvonice (Vystrčil, 2018b)	35

8.3. Příloha III – Seznam tabulek

Tabulka 1: Členění předpokladů cestovního ruchu (Mariot,1992:17)	11
--	----

8.4. Příloha IV – Seznam grafů

Graf 1: Odchyly ceny mezi zeměmi Ukrajina a Česká republika v roce 2021 (Rozpočet cesty a životní náklady na Ukrajině, 2021).....	17
Graf 2: Co se Vám vybaví, když se řekne Zakarpatská Ukrajina? (vlastní zpracování)	40
Graf 3: Jak jste se o Zakarpatské Ukrajině dozvěděli? (vlastní zpracování)	40
Graf 4: Považujete tuto oblast za destinaci cestovního ruchu s dostatečnou nabídkou aktivit a infrastruktury? (vlastní zpracování)	41
Graf 5: Jak byste hodnotili atraktivitu Zakarpatské oblasti na hodnotící škále od 1 do 5? (vlastní zpracování).....	42
Graf 6: Je něco, co vnímáte jako negativum této oblasti? (vlastní zpracování)	43
Graf 7: Navštívili jste již Zakarpatskou Ukrajinu či Vás láká ji navštívit? (vlastní zpracování)	43
Graf 8: Za jakým účelem jste do této oblasti zavítali? (vlastní zpracování).....	44
Graf 9: Co pro Vás bylo motivací k návštěvě Zakarpatské oblasti? (vlastní zpracování) .	45
Graf 10: Jak byste ohodnotili propagaci (uvádění ve známost) cestovního ruchu Ukrajiny v České republice? (vlastní zpracování)	47

Zadání bakalářské práce

Autor:	Jana Rizaková
Studium:	I1700679
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Management cestovního ruchu
Název bakalářské práce:	Percepce cestovního ruchu v Zakarpatské Ukrajině občany České republiky
Název bakalářské práce AJ:	Perception of tourism in Transcarpathian Ukraine by citizens of the Czech Republic

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem bakalářské práce, zaměřené na konkrétní ukrajinský region Zakarpatská Ukrajina, je analyzovat potenciál a charakterizovat předpoklady cestovního ruchu tohoto regionu. Zaměřit se z psychologického hlediska cestovního ruchu na subjektivní vnímání rezidenty České republiky právě vybraného regionu Ukrajiny. A dále zkoumat tuto percepci českých občanů a vyhodnotit, zda je pro ně tento region atraktivní.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl práce
3. Metodika zpracování
 - 3.1. Popis a organizace výzkumného šetření
 - 3.2. Popis výzkumného souboru
 - 3.3. Použití, metody
4. Teoretická část
 - 4.1. Vymezení základních pojmů cestovního ruchu
 - 4.1.1. Psychologie CR
 - 4.1.2. Předpoklady CR
 - 4.2 Charakteristika Ukrajiny
5. Empirická (praktická) část
 - 5.1 Vymezení řešeného území – Zakarpatská Ukrajina
 - 5.2 Potenciál rozvoje cestovního ruchu Zakarpatské Ukrajiny
 - 5.3 Dotazníkové šetření
 - 5.4 Rozhovory
 - 5.5 Sběr informací a průběh šetření
6. Shrnutí výsledků
7. Závěry a doporučení
8. Seznam použité literatury
9. Přílohy

- 1) JOHNSTONE, Sarah a Greg BLOOM. *Ukrajina. Praha: Svojtka & Co., 2009. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN isbn978-80-7352-951-2.*
- 2) STAVINOHA, Petr a Martin MITÁŠ. *Podkarpatská Rus - Verchovina: 25 vybraných turistických tras ... Praha: Freytag & Berndt, 2018. Turistický průvodce Rother. ISBN isbn978-80-7445-390-8.*
- 3) BRANDOS, Otakar a Michal KLESLO. *Ukrajinské Karpaty: Poloniny, Lesní Karpaty, Zakarpatská Ukrajina : [turistický a trekový průvodce]. Vřesina: Sky, 2007. K moři i s batohem po horách. ISBN isbn978-80-86774-00-8.*
- 4) BŘEZINOVÁ, Dagmar. *Prostřeno na Podkarpatské Rusi. Praha: Společnost přátel Podkarpatské Rusi, 2015. ISBN isbn978-80-260-9079-3.*
- 5) EVANS, Andrew. *Ukrajina. 3. vyd. Přeložil Radek BENEŠ, přeložil Jan SLÁDEK. Brno: Jota, 2011. Průvodce (Jota). ISBN isbn978-80-7217-899-5.*
- 6) HLOCKÁ, Taťána. *Jedu na Ukrajinu. Praha: Klika, 2014. Otevřeno. ISBN isbn978-80-87373-61-3.*
- 7) PREISSOVÁ, Andrea, Jana MÁČALOVÁ a Jasna SKOTÁKOVÁ, ed. *Mýty a pověry v každodennosti obyvatel ukrajinského Polesí a Zakarpátí. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN isbn978-80-244-4485-7.*
- 8) EVANS, Andrew. *Ukrajina: [turistický průvodce]. Brno: Jota, 2005. Livingstone - průvodci. ISBN isbn80-7217-347-2.*
- 9) KRUSŤYNS'KA, Olena Anatolijivna. *Zakarpátí: průvodce bývalou Podkarpatskou Rusí. Přeložil Rita LYONS KINDLEROVÁ. Praha: Academia, 2017. Průvodce (Academia). ISBN isbn978-80-200-2647-7.*
- 10) KRYŠTOPA, Oleg. *Ukrajina v měřítku 1:1. Přeložil Marie ILJAŠENKO. Praha: Dokořán, 2016. ISBN isbn978-80-7363-779-8.*

Garantující pracoviště:	Katedra rekreologie a cestovního ruchu, Fakulta informatiky a managementu
Vedoucí práce:	Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.
Oponent:	Mgr. David Chaloupský, Ph.D.
Datum zadání závěrečné práce:	15.10.2020