

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2017-2021

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Huseyn Zeynalov

Tradice a problémy cestovního ruchu v Ázerbájdžánu

Praha 2021

Vedoucí bakalářské práce:

JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR FULL-TIME STUDIES

2017-2021

BACHELOR THESIS

Huseyn Zeynalov

Traditions and problems of tourism in Azerbaijan

Prague 2021

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 9. 3. 2021

Huseyn Zeynalov

Poděkování

Děkuji vedoucímu své bakalářské práce panu JUDr. PhDr. René Petrášovi, Ph.D. za rady, které mi poskytoval v průběhu zpracování celé práce, kdy svými věcnými připomínkami a vysoce odborným vedením se zasloužil o konečnou podobu této bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se ve své teoretické části věnuje teoretickému zakotvení problematiky cestovního ruchu, a to i v mezinárodních aspektech. Zabývá se též postavením cestovního ruchu během pandemie COVID-19. Je možné vyhodnotit, co je to cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch, jeho ekonomické aspekty a další důležité pojmy, s nimiž je možné se v praxi setkat. Součástí praktické části je i popis Ázerbájdžánu, uvedení základních informací i důležitých historických mezníků země. V praktické části je provedena analýza údajů o současném postavení cestovního ruchu v Ázerbájdžánu, charakterizovány jsou předpoklady k cestovnímu ruchu v této zemi a vyhodnocen potenciál turismu do budoucna. Součástí praktické části je také vyhodnocení dotazníkového šetření. Závěr práce je tvořen návrhy ke zkvalitnění cestovního ruchu v Ázerbájdžánu v budoucnu.

Klíčová slova

Ázerbájdžán, Baku, cestovní ruch, destinace cestovního ruchu, mezinárodní cestovní ruch, památky UNESCO, rozvoj.

Annotation

In its theoretical part, the bachelor's thesis deals with the theoretical grounding of the issue of tourism, even in international aspects. It also deals with the position of tourism during the COVID-19 pandemic. It is possible to evaluate what is tourism, international tourism, its economic aspects, and other important concepts that can be encountered in practice. The practical part also includes a description of Azerbaijan, basic information, and important historical milestones of the country. In the practical part, an analysis of 35 data on the current position of tourism in Azerbaijan is performed, the preconditions for tourism in this country are characterized and the potential of tourism in the future is evaluated. Part of the practical part is also the evaluation of the questionnaire survey. The conclusion of the work is made up of proposals to improve tourism in Azerbaijan in the future.

Keywor

Azerbaijan, Baku, Development, International tourism, Tourism, Tourism destinations, UNESCO monuments.

OBSAH

ÚVOD	8
1 ZÁKLADNÍ PROBLÉMY A POJMY CESTOVNÍHO RUCHU	11
1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch	13
1.2 Mezinárodní cestovní ruch.....	15
1.3 Ekonomie cestovního ruchu.....	17
1.4 Politika a strategie cestovního ruchu	20
1.5 Dopady a důsledky onemocnění COVID-19 na cestovní ruch.....	25
2 TRADICE ÁZERBÁJDŽÁNU A TAMNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU ...	28
2.1 Historický vývoj Ázerbájdžánu	28
2.2 Základní informace o Ázerbájdžánu	33
2.3 Potenciál cestovního ruchu v Ázerbájdžánu	36
3 ANALÝZA MOŽNOSTÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ÁZERBÁJDŽÁNU	38
3.1 Předpoklady k rozvoji cestovního ruchu	38
3.2 Analýza poptávky mezi českými turisty – dotazníkové šetření.....	39
3.2.1 Cíle a metodika průzkumu	40
3.2.2 Charakteristika souboru respondentů.....	40
3.2.3 Interpretace získaných dat	41
4 NÁVRHY MOŽNÝCH ZLEPŠENÍ.....	50
4.1 Současný stav cestovního ruchu v Ázerbájdžánu	50
4.2 Návrhy a opatření ve vztahu k výsledkům průzkumu	53
ZÁVĚR	55
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	58
SEZNAM ZKRATEK	61
SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ	62

ÚVOD

Počátkem druhé poloviny minulého století začíná docházet k výraznějšímu rozvoji kulturního, společenského i ekonomického úkazu zvaného cestovní ruch. Důvodem rozvoje byla i zvyšující se životní úroveň obyvatel vyspělých zemí, mohutný rozvoj dopravy a stabilizace států od konce druhé světové války. Rovněž politická stabilizace států, ale také modernizace společnosti, která měla změnit spotřebitelské chování lidí, a tím ovlivnit a přetvořit strukturu světového hospodářství. V globálním měřítku dochází k nerovnoměrnému rozvoji odvětví cestovního ruchu, který je zapříčiněn různým politickým a ekonomickým rozvojem jednotlivých států kombinací kulturně-historického potenciálu, ale i samotným způsobem života obyvatelstva zemí. Prvotními cíli, jako součástí ekonomického odvětví cestovního ruchu, byly rekreace a poznávání. Zpočátku se cestovní ruch profilel jako významná součást národních ekonomik světa. Cestovní ruch si tak postupně vybudoval stálé místo mezi ostatními hospodářskými odvětvími a zařadil se mezi nejlepší zaměstnavatele a nejvýnosnější odvětví ekonomiky.

Cestovní ruch, nehledě na aktuální nepříznivý stav v souvislosti s onemocněním COVID-19, patří nadále k dynamicky se rozvíjejícímu odvětví současné doby a je důležitý pro celý řetězec činností ekonomiky. Rostoucí fond volného času a zvyšování úrovně obyvatelstva napomáhají k rozvoji cestovního ruchu. Lidé cestují stále častěji, narůstá zájem o poznávání cizích zemí a kultur a zvyšují se nároky na úroveň služeb. Narůstající tlak konkurence v cestovním ruchu nutí orientovat se na potřeby zákazníka a situaci na trhu. Základem dosažení úspěchu je tak nejen doplňování znalostí dané problematiky, ale především ochota a úsilí učit se novým věcem.

S ohledem na vlastní zájem autora, jeho osobní zkušenosti s bývalou sovětskou republikou, Ázerbájdžánem, a pracovními zkušenostmi s podniky cestovního ruchu ve Španělskem hotelu, se rozhodl věnovat se současnému stavu cestovního ruchu v Ázerbájdžánu, která doposud není českým turistům příliš známa. Domnívá se však, že do budoucna by to mohlo být změněno, neboť již teď turisté z celého světa objevují další postsovětskou zemi Gruzii, která sousedí právě s Ázerbájdžánem. Je zapotřebí stanovit, v jakých oblastech se jeví potenciál pro cestovní ruch v Ázerbájdžánu do budoucna, kde je možné aktuálně vidět limity a problémy a snažit se navrhnout možné změny, které by mohly turismus v této zemi dále nastartovat.

Je třeba uvést, že předpoklady pro cestovní ruch se v Ázerbájdžánu neustále zvyšují. Již od 90. let minulého století se cestovní ruch pro tuto zemi stává stále významnějším odvětvím národního hospodářství. Lze proto očekávat, že by tomu mohlo být i nadále, nehledě na současné restrikce související s pandemií nového typu koronaviru. Ázerbájdžán může turisty lákat hned na několik druhů cestovního ruchu, ať již je to kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, či velmi populární horská turistika. Navíc se na území Ázerbájdžánu nachází několik národních parků. Z toho je zřejmé, že potenciál pro cestovní ruch tato země má. Nicméně zaostává právě v infrastruktuře cestovního ruchu, kdy jsou problémy s nedostatečným počtem a kvalitou ubytovacích a stravovacích zařízení, existují značné rozdíly mezi moderními a velkolepými městy a venkovem.

Tato bakalářská práce si klade za cíl po nastínění obecných aspektů turismu, tradic Ázerbájdžánu a vývoje tamního turismu především analyzovat aktuální problémy cestovního ruchu v této zemi. K dílčím tématům, která budou v bakalářské práci rozebrána, patří také městská hromadná doprava, její možné zlepšení a využití pro turisty, ubytování v regionech a jeho nedostatky, rozpory cen a kvality, vízové a jazykové bariéry.

Práce sestává z celkem čtyř kapitol. První je teoretickou částí. Další kapitoly představují část praktickou. Nejdříve jsou v první kapitole uvedena základní teoretická východiska cestovního ruchu, tedy definice účastníků a klasifikace cestovního ruchu. Kapitola pokračuje teoretickým vymezením ekonomiky cestovního ruchu a charakteristikou politiky, jejích cílů, nástrojů a nositelů politiky cestovního ruchu. Poslední část této kapitoly je věnována vlivu onemocnění COVID-19 na sektor cestovního ruchu.

Ve druhé kapitole je v základních obrysech představena samotná země Ázerbájdžán, ukázáno na její tradice a na možnosti zdejšího cestovního ruchu. Nejprve jde o základní informace, přičemž následující tři kapitoly se blíže věnují praktickým aspektům cestovního ruchu v Ázerbájdžánu. Dle teoretických východisek o předpokladech rozvoje cestovního ruchu je podrobně nahlíženo přímo na Ázerbájdžán, vymezeny jsou jeho přírodní, společenské a historické předpoklady k cestovnímu ruchu, vyhodnocena statistika návštěvnosti země v minulosti, zjištěno, jak je na tom země s infrastrukturou, jaká je kvalita a počet ubytovacích a stravovacích zařízení apod. Využito je přitom jak

primárních (vlastní průzkum formou dotazníkového šetření), tak sekundárních dat, které jsou následně zpracovány. Výsledkem těchto dílčích analýz bude SWOT analýza, na jejímž základě bude možno vyhodnotit, jaké jsou silné a slabé stránky příležitosti a hrozby cestovního ruchu v Ázerbájdžánu (viz čtvrtá kapitola práce).

Součástí čtvrté kapitoly je vyvrcholením všech dříve uvedených poznatků, kdy je reagováno na poznatky ze SWOT analýzy, z dotazníkového šetření a jsou navržena zlepšení do budoucna tak, aby se v následujících letech mohl s větší dynamikou cestovní ruch v Ázerbájdžánu dále rozvíjet a konkurovat svou nabídkou a infrastrukturou zemím v Evropě.

Vzhledem k tomu, že český jazyk není rodným jazykem autora této bakalářské práce, nechal si zkontrolovat gramatickou a stylistickou stránku textu u rodného mluvčího českého jazyka, aby tato práce odpovídala nárokům na závěrečnou práci na UJAK.

1 ZÁKLADNÍ PROBLÉMY A POJMY CESTOVNÍHO RUCHU

Jakubíková uvádí, že cestovní ruch se považuje za vizitku nejenom regionu, ale také celého státu.¹ Cestovní ruch hraje zásadní roli v globální ekonomice a je jedním z nejvýznamnějších úspěchů moderní doby. Zaznamenává neustálý růst a stal se jedním z nejrychleji rostoucích hospodářských odvětví na světě. Tato dynamika změnila cestovní ruch na klíčovou hnací sílu socioekonomického pokroku.²

V roce 2018 cestovní ruch pomohl vytvořit 10,4 % světového HDP a podobný podíl měl i na zaměstnanosti. Za poslední dekádu vykázal obrovskou odolnost, což se prokázalo zejména během hospodářské krize, žádné známky zpomalení nevykazoval ani navzdory událostem, jako bylo 11. září, jiné teroristické hrozby, a ani jiným neočekávaným událostem. Podporou této expanze a relativní odolnosti je pokračující růst střední třídy v Asii a dalších částech světa. Ještě předtím, než došlo k pandemii COVID-19, se očekávalo se, že se v nadcházejícím desetiletí příspěvek průmyslu k HDP zvýší téměř o 50 %. Na základě tohoto rozšíření předpokládali tvůrci politik, vedoucí představitelé cestovního ruchu a další zainteresované strany, že budou muset věnovat větší pozornost konkurenceschopnosti v oblasti cestovního ruchu, aby zachytili tento rostoucí trh. Zatímco vládní i podnikatelské subjekty budou muset zvážit, které nástroje konkurenceschopnosti mohou aktivovat, aby si udržely nebo získaly podíl na trhu, pozornost je třeba věnovat udržování infrastruktury cestovního ruchu, služeb a aktiv. Jelikož se počet cestujících v podnikání a ve volném čase zvyšuje po celém světě, bude se muset spolu s pečlivým plánováním řízení cestovního ruchu a přepravní kapacitou destinací zlepšit konkurenceschopnost.³

Podle UNWTO cestovalo v roce 2019 celkem 1,46 miliard cestovatelů a ve srovnání s předchozím rokem šlo o 4% růst. Dokonce už poosmé za sebou růst vývozu cestovního ruchu převýšil růst vývozu zboží. Šlo opět o další silný rok v časové řadě od roku 2010,

¹ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

² BERÁNEK, J. a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

³ WORLD ECONOMIC FORUM. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* [online]. 2019 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

ačkoliv je zřejmé, že růsty počtu turistů i jejich příjmů byly nižší než v předchozích letech. V té době se také očekávalo, že v roce 2020 bude odvětví cestovního ruchu nadále růst, a to jak počty turistů, tak i objemy vynaložených příjmů. Nejčastěji turisté cestovali do Evropy (51 %) a do asijské a pacifické oblasti (25 %). Nejčastěji navštěvovanými destinacemi se v roce 2019 stala Francie, Španělsko, USA, Čína, Itálie a Turecko. V 59 % případů bylo využito letecké dopravy.⁴

Veškeré předpoklady o růstu cestovního ruchu však překazila pandemie nového koronaviru, která se v lednu 2020 (možná i dříve), začala šířit i do evropských států, a proto se celý rok 2020 nesl ve znamení značného propadu počtu příjezdů zahraničních turistů i jejich příjmů v celé oblasti cestovního ruchu. Podle prvních dat UNWTO se ukazuje, že počty zahraničních příjezdů se snížily o 74 %, přičemž se snížil počet zahraničních návštěvníků v jednotlivých zemích světa o 1 mld. oproti roku 2019. Tato data jednoznačně dokazují, že mezinárodní cestovní ruch jako odvětví v roce 2020 zkolabovalo, neboť došlo ke ztrátám příjmů ze strany zahraničních návštěvníků ve výši 1,3 bil. USD, což je jedenáctkrát více, než byly zaznamenány ztráty během světové hospodářské krize v roce 2009. Došlo tím také k ohrožení až 120 mil. přímých pracovních míst v jednotlivých sektorech cestovního ruchu.⁵

Pokud je však odhlédnuto od této situace, až do roku 2019, a lze opětovně očekávat, že tomu tak zase postupně bude od čtvrtého čtvrtletí roku 2021, bude se objem podnikání v cestovním ruchu rovnat nebo dokonce převyšovat objem vývozu ropy, potravinářských výrobků nebo automobilů, jako tomu bylo v roce 2019. Toto globální rozšíření cestovního ruchu v průmyslových a rozvinutých státech přineslo hospodářské a zaměstnanecké výhody v mnoha souvisejících odvětvích, od stavebnictví po zemědělství nebo telekomunikace.⁶

⁴ UNWTO. *International Tourism Highlights 2020* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>.

⁵ 2020: WORST YEAR IN TOURISM HISTORY WITH 1 BILLION FEWER INTERNATIONAL ARRIVALS. *UNWTO* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.

⁶ Tourism – an economic and social phenomenon. *UNWTO* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/why-tourism>.

1.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch lze definovat více než jedním způsobem, v závislosti na základě studií, jako je geografie, sociologie, psychologie nebo ekonomie. Například jej lze definovat jako průmysl nebo skupinu průmyslových odvětví, jako jsou hotely, restaurace a doprava, které jsou volně seskupeny a poskytují služby turistům. Definice jsou užitečné pro vlády a manažery veřejného sektoru a pro průmysl, a na statistické, legislativní, administrativní a průmyslové účely. Jsou důležité pro přidělování prostředků, hodnocení výkonnosti řízení veřejného sektoru, pro formulaci politiky a pro plánování zdrojů a územní plánování.⁷

Jak bylo zmíněno, definic cestovního ruchu existuje velmi mnoho. Jedna z prvních definic cestovního ruchu pochází z roku 1910 a je formulována rakouským ekonomem Hermennem v. Schullardem, který jej definoval následovně: „*cestovní ruch je souhrnem operací, hlavně ekonomické povahy, které se přímo vztahují na vstup, pohyb a pobyt cizinců mimo nebo uvnitř určité země, města nebo regionu.*“⁸ Za první moderní definici cestovního ruchu považujeme definici od Krapfa a Hunzikera z roku 1941, kteří jej chápali jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.*“⁹

Mezníkem v definici cestovního ruchu a pro jeho statistické sledování se považuje konference UNWTO v roce 1991, která dovedla koncept cestovního ruchu daleko za stereotypní představu „prázdninového pobytu“. Oficiálně přijatá definice zní: „*cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů.*“¹⁰ Pojem obvyklé výlety má vyloučit výlety v místě

⁷ ELLIOTT, J. *Tourism Politics and public sector management*. London: Routledge, 1997. ISBN 0-415-07158-5

⁸ MICHALOVÁ, V. a kol. *Služby a cestovní ruch*. Bratislava: SPRINT, 1999. S. 253. ISBN 80- 88848-51-2.

⁹ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. S. 18. ISBN 978-80-247-4039-3.

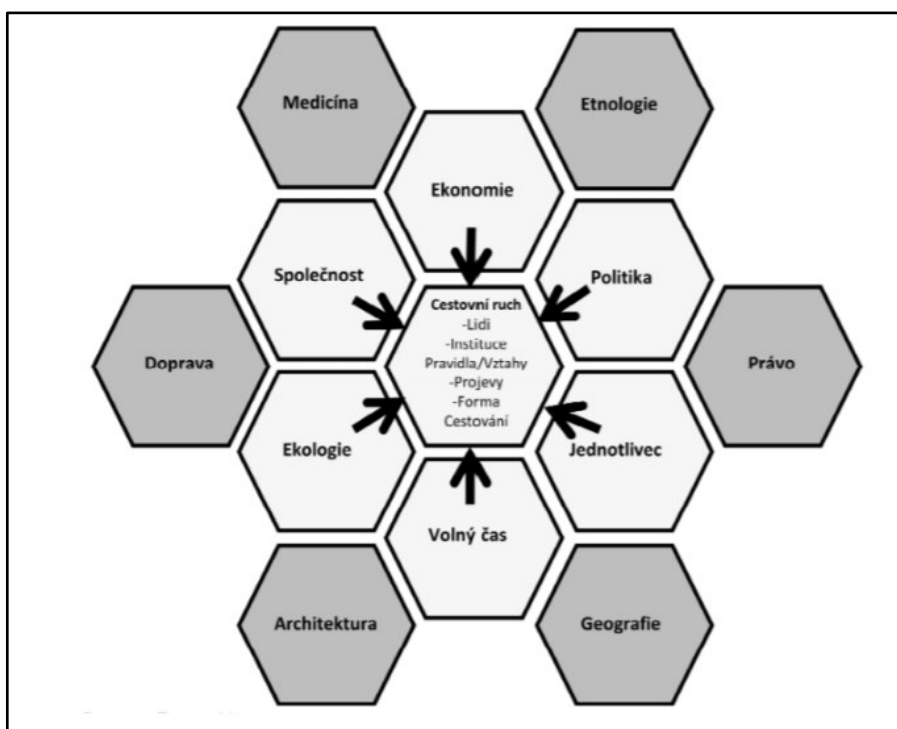
¹⁰ GOELDNER, C. R. a J. R. B. RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. S. 6. ISBN 978-80-265-0298-2.

obvyklého bydliště, časté a pravidelné cesty mezi domovem a pracovištěm a další odborné cesty rutinního charakteru.¹¹

Cestovní ruch představuje rozsáhlý trh, který vyžaduje uspokojení různorodých potřeb, a tím vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy. Obvykle mají lidé pro cestování dva základní důvody:

- z povinnosti: zdravotní důvody, návštěva rodiny, podnikání, náboženství apod.,
- pro potěšení, zábavu: odpočinek, objevování, sport, zábava, romantika apod.¹²

Obrázek č. 1: Multidisciplinarita cestovního ruchu



Zdroj¹³

Účastníci cestovního ruchu

Pro statistické sledování cestovního ruchu je důležité definovat pojem účastníka cestovního ruchu. Proto se v roce 1991 shodli představitelé konference UNWTO

¹¹ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

¹² JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

¹³ VYSTOUPIL, J., M. ŠAUER a M. TROUSIL. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7.

v Ottawě a stanovili terminologii účastníků cestovního ruchu. Mezinárodně uznávané rozdělení účastníků je následující:

- **Stálý obyvatel:** v domácím prostředí jde o osobu, která žije na daném místě alespoň 6 po sobě následujících měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než 6 měsíců. V mezinárodním cestovním ruchu je stálým obyvatelem osoba, která v daném státě žije alespoň 1 rok před příjezdem do jiného státu na dobu kratší než 1 rok.
- **Návštěvník:** osoba, která cestuje do jiného státu nebo na jiné místo než to, ve kterém má trvalé bydliště, na dobu kratší než 1 rok.
- **Turista:** návštěvník cestující na dobu, která zahrnuje alespoň 1 přenocování.
- **Výletník:** návštěvník cestující na dobu kratší než 24 hodin, aniž by na navštíveném místě přenocoval.¹⁴

Účastníkem cestovního ruchu je tedy návštěvník, který je buď výletník, nebo turista. Známe je ještě pojem **tranzitní návštěvník**, tedy cestující, který se během své cesty do konečné destinace zastaví po cestě v jiném státě nebo místě, přičemž se může jednat o jednodenního návštěvníka, nebo o turistu.¹⁵

1.2 Mezinárodní cestovní ruch

Mezinárodní cestovní ruch by měl být součástí politiky cestovního ruchu každé země. Tak, jako je třeba zaměřit se na domácí cestovní ruch, není ani přilákání zahraničních turistů do své země o nic méně důležité. Mezinárodní cestovní ruch ve světovém měřítku vytváří pro domácí ekonomiku pozitivní čísla, co do vytvoření velkého počtu pracovních míst, zvýšení příjmů do státního rozpočtu a v neposlední řadě i zvýšení životní úrovně obyvatelstva.

Zvýšení světového povědomí o přírodních a kulturních krásách vlastní země jejího zajistí příliv turistů z jiných zemí, které trpí nedostatkem těchto krás. Toto přilákání turistů však častokrát narazí na problém prezentování dané země prostřednictvím reklamy. Ve většině případů představuje mezinárodní reklama velmi náročnou situaci. Vtěsnat do několika

¹⁴ PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

¹⁵ BERÁNEK, J. a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

sekundového reklamního spotu co nejvíce přírodních a kulturních krás země na nich bohaté, je často poměrně problematické.

Po upoutání pozornosti zahraničních turistů prostřednictvím reklamy následuje PopArt mezi úkony přicestování turistů do dané země. Pro danou zemi je to velká odpovědnost uspokojit potřeby těchto turistů do takové míry, aby měli důvod danou zemi opětovně navštívit. Tato odpovědnost leží na bedrech státních orgánů, pod které mezinárodní cestovní ruch v dané zemi spadá, následně region, resp. oblast, kterou turisté navštíví, a v rámci toho jsou to různé ubytovací a stravovací zařízení a s nimi spojené služby, služby navázané na relaxaci a rekreaci fyzických i psychických sil turistů.

Ve velké míře má tuto odpovědnost ve svých rukou personál zmíněných zařízení. Tento personál by měl být vysoce kvalifikovaný s odpovědným přístupem k práci. Lidé pracující v mezinárodním prostoru přicházejí do osobního styku s lidmi z různých koutů světa, proto i jejich vzdělání a pracovní profesionalita by měla být také na vysoké úrovni. Všechno toto, a ještě mnohem více tvoří mezinárodní cestovní ruch, jehož rozvoj přinese nejdříve zemi, bohaté a hrdé na své přírodně-kulturní dědictví, prosperitu.

Mezinárodní cestovní ruch je pojem konkrétnější v porovnání s cestovním ruchem jako takovým. I zde existuje mnoho definic mezinárodního cestovního ruchu. Většina vychází ze stejné podstaty a to, že k provádění mezinárodního cestovního ruchu je třeba překročit hranice vlastního státu a vycestovat do státu (země), která není naší domácí krajinou. Mezinárodním turismem označujeme účast na turistice, kdy dochází k překročení hranice národního státu. Mezinárodní turismus představuje nejširší pojem z hlediska územní realizace turismu, zahrnující pohyb účastníků turismu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení (zahraniční turismus – více států či regionů).¹⁶

Tak jako v každém odvětví, i segment turismu sužují problémy, které je třeba řešit a stavět se k nim zodpovědně. Tyto problémy se v elementárním pojetí týkají všech obyvatel světa. Jsou to problémy, se kterými se lidé nesetkávají pouze při vycestování na dovolenou mimo své běžné místo pobytu, problémy, ke kterým, když se lidé budou chovat benevolentně, zničí si vlastní životní prostor. Tyto problémy se týkají zejména

¹⁶ PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

životního prostředí, které obklopuje každého jedince, s tím související problémy zdraví, stravy, pitné vody aj.

Dále jsou to i problémy spojené se životní úrovní lidí, jako např. problémy chudoby některých částí obyvatelstva, problémy spojené s terorismem, masovým turismem atd. Jednou ze skupin problémů jsou i problémy spojené s přírodními katastrofami, které ovlivnit nelze, ale v samotné podstatě lidé svým chováním přispívají k jejich zvětšování. Přírodní katastrofy mají nesmírně ničivý charakter, a to nejen na destinace cestovního ruchu, ale především na lidi, bez kterých by nebylo možné provádět jakýkoliv cestovní ruch.

Je důležité tyto problémy znát a snažit se je eliminovat. Je zřejmé, že jednotlivec není zdrojem řešení těchto problémů, ale právě on je popudem pro různé světové organizace, jejichž činnost má v této oblasti větší moc. Na některé tyto problémy bude upozorněno v souvislosti s cestovním ruchem v Ázerbájdžánu ve třetí kapitole této práce.

1.3 Ekonomie cestovního ruchu

Jak již bylo u definic cestovního ruchu zmíněno, cestovní ruch je považován za objekt zkoumání několika vědních disciplín, z nichž nejdelší tradici má ekonomie, sociologie a geografie. Už ty nejstarší publikace zkoumaly cestovní ruch jako ekonomickou činnost. V roce 1942 Švýcaři W. Hunziker a K. Krapf pokročili nejdále ve zkoumání ekonomických aspektů cestovního ruchu, v jejichž zkoumání si všímali zejména vztahu poptávky a nabídky v cestovním ruchu a v té souvislosti tvorby cen, vztahu cestovního ruchu a platební bilance, jeho postavení v zahraničně-obchodní politice i v národní ekonomice z hlediska příjmů, kapitálu, nákladů a zaměstnanosti.¹⁷

Poptávka cestovního ruchu

Poptávka cestovního ruchu se týká ochoty a schopnosti spotřebitelů nakupovat různé množství produktů cestovního ruchu za různé ceny během kteréhokoliv období. Poptávka po jakémkoliv zboží nebo službách cestovního ruchu je ovlivňována množstvím kvantifikovatelných a nevyčíslitelných faktorů. Funkce poptávky na trhu pro produkt nebo službu je vztah mezi požadovaným množstvím produktu a různými faktory, které

¹⁷ GÚČIK, M. *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.

ovlivňují toto množství. Pro poptávku turismu je užitečné rozlišovat mezi samotnou poptávkou po cestě do destinace (např. přílety návštěvníků a náklady) a poptávkou po konkrétních výrobcích nebo službách souvisejících s cestovním ruchem (např. hotelové pokoje, restaurační jídla apod.).¹⁸

Jedním užitečným způsobem, jak zjistit cenové rozhodnutí, je rozlišit dva hlavní faktory poptávky po cestovním ruchu:

- **cenové faktory:** náklady na cestovní ruchu pro návštěvníka zahrnují náklady na dopravní služby až do cílové destinace, a náklady na pozemní část trasy (ubytování, turistické služby, stravování, zábava), výdaje placené mezinárodními turisty, kteří musí převést jednu měnu na jinou, jsou také ovlivňovány převládajícími výměnnými kurzy,
- **necenové faktory:** patří sem socioekonomické a demografické faktory, jako je populace, příjem v zemi původu, úroveň vzdělání, dostupnost volného času, migrace, zásoby mateřství a jeho kvalita, kvalitativní faktory, jako jsou vkus spotřebitelů, atraktivnost pro turisty, image destinace, kvalita služeb cestovního ruchu, speciální události, marketing a propagace destinací, kulturní vazby, povětrnostní podmínky atd. Necenové faktory mohou mít pozitivní nebo negativní vliv na poptávku po cestovním ruchu. Zvláštní události mají tedy tendenci zvyšovat poptávku po cestovním ruchu do cíle, zatímco výskyt terorismu ho má tendenci snižovat.¹⁹

Nabídka cestovního ruchu

V předchozí části práce byla pozornost zaměřena na poptávku a na faktory, které ovlivňují strukturu výdajů cestovního ruchu. Nyní bude pojednáno o nabídce cestovního ruchu, přičemž důraz je kladen na výrobu a náklady. Studium nabídky cestovního ruchu komplikují dva problémy:

¹⁸ PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

¹⁹ BERÁNEK, J. a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

- na rozdíl od odvětví, které vyrábějí zboží a služby, neexistuje „cestovní ruch“,
- „produkt“ cestovního ruchu má několik funkcí, díky kterým je zcela odlišný od ostatních produktů.²⁰

Cestovní ruch se běžně považuje za „průmysl“. Odvětví je skupinou zařízení, které se zabývají výrobou stejného typu výroby. Odvětví se obvykle klasifikují podle zboží a služeb, které vyrábějí. Spotřeba návštěvníků se však neomezuje pouze na skupinu předdefinovaných zboží a služeb, které jsou vyvolány předem určeným souborem odvětví. Jelikož turisté nakupují zboží a služby vyráběné firmami ve všech odvětvích hospodářství, všechna odvětví do jisté míry přispívají k nabídce cestovního ruchu. Je tedy možno poznamenat následující:

- „odvětví cestovního ruchu“ zahrnuje výstupy ze širokého spektra různých průmyslových aktivit včetně různých typů dodavatelů, jako jsou poskytovatelé ubytování, restaurace a kavárny, dopravci, maloobchodní nákupy, atrakce, osobní a zábavní služby a mnoho jiných typů poskytovatelů služeb a zboží,
- dodání jakéhokoli produktu nebo služby osobě, která je turistou, je činností související s cestovním ruchem, zatímco dodávka téhož produktu nebo služby osobě, která není turistou, není činností související s cestovním ruchem. Charakteristiky spotřebitele určují, zda je výroba zahrnuta do nabídky cestovního ruchu.²¹

Druhý bod naznačuje, že cestovní ruch je statisticky nejlépe vnímán jako činnost na straně poptávky a není to odvětví v tradičním slova smyslu. Tento přístup klade velký důraz na definici turistů, protože definujícím prvkem „odvětví cestovního ruchu“ není druh vyráběné komodity, ale typ spotřebitele. UNWTO přijala koncepci poptávky, což představuje cestovní ruch v roce 1993 jako mezinárodní statistický standard. UNWTO definuje cestovní ruch jako činnosti osob, které cestují a pobývají se na místech mimo své obvyklé prostředí, nejvíce jeden po sobě jdoucí rok pro účely volného času, podnikání a pro jiné účely, které nesouvisejí s prováděním činnosti placené v rámci navštíveného místa. Cestovní ruch je omezenější než „cestování“, protože se vztahuje na konkrétní typy

²⁰ DWYER, I., P. FORSYTH a W. DWYER, W. 2nd. ed. *Tourism Economics and Policy*. Sydney: Channel View Publications, 2020. ISBN 978-1-845417-34-5.

²¹ GALVASOVÁ, I. a kol. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.

cest. Jednotlivci, kteří provádějí takové výlety, se nazývají „návštěvníci“, cestovní ruch je proto podmnožinou cestování a návštěvníci jsou podmnožinou cestujících v mezinárodním i domácím kontextu.²²

Zatímco cestovní ruch si musí zachovat vymezení rozsahu poptávky, je také nutné jasněji vymezit koncepční strukturu založenou na nabídce pro jeho činnosti, protože to je zdrojem většiny vnitrostátních ekonomických statistik. Pokud jsou začleněny do statistické struktury založené na nabídce, lze identifikovat vztahy cestovního ruchu s ostatními hospodářskými odvětvími. Měření a analýza cestovního ruchu z hlediska nabídky vyžaduje zvláštní klasifikaci výrobků a výrobních činností. Identifikací složek „odvětví cestovního ruchu“ je možné zjistit hlavní druhy komodit a služeb zakoupených návštěvníky, odvětví, které mají přímý užitek z poptávky v oblasti cestovního ruchu, a způsob, jakým se tyto výhody distribuují. Definice produktů a odvětví cestovního ruchu na straně nabídky jsou uvedeny v doporučeném metodickém rámci (TSA-RMF) sestaveném UNWTO a WTTC a schváleným Statistickou komisí OSN.²³

1.4 Politika a strategie cestovního ruchu

Liberalizace poznamenala rozvoj cestovní ruch v 19. a začátkem 20. století, což znamená, že žádné příkazy ani zákazy ho neomezovaly. Potřeba ovlivňovat vývoj cestovního ruchu nastala v důsledku světových válek, hospodářských krizí a moderního cestovního ruchu. Podmínky tržního hospodářství jsou stanoveny tak, že jednak trh není schopen samoregulace poptávky a nabídky cestovního ruchu, a jednak nastává mnoho problémů a protichůdných zájmů, jejichž nositeli jsou různé zájmové skupiny (svazy, sdružení, kluby). Tyto skupiny mají na starosti hájení cílů, které jsou stanovené producenty a poskytovateli služeb v cestovním ruchu. Jistá politika má naplnit nezbytnost společného postupu při prosazování zájmů v rozvoji cestovním ruchu.²⁴

Autoři populární učebnice *Tourism: Principles, Practices, Philosophy* definují politiku cestovního ruchu následujícím způsobem: „Politika cestovního ruchu se dá definovat jako

²² BERÁNEK, J. a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

²³ DWYER, I., P. FORSYTH a W. DWYER, W. 2nd. ed. *Tourism Economics and Policy*. Sydney: Channel View Publications, 2020. ISBN 978-1-845417-34-5.

²⁴ GÚČIK, M. *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.

soubor nařízení, pravidel, pokynů, směrnic, cílů a strategií rozvoje/propagace, které poskytují rámec, v němž se přijímají kolektivní a individuální rozhodnutí, která mají přímý vliv na dlouhodobý rozvoj cestovního ruchu, a denní činnosti v rámci cíle.“²⁵ Tato definice je ve většině případů velmi užitečná. Biederman k definici politiky cestovního ruchu významně doplňuje tyto myšlenky: „Politika cestovního ruchu definuje směr nebo postup, který má určitá země, region, lokalita nebo jednotná destinace v úmyslu přijmout při rozvoji nebo podpoře cestovního ruchu. Klíčovou zásadou jakékoli politiky v oblasti cestovního ruchu je, že by měla zajistit, aby národ (region nebo lokalita) v maximální možné míře těžil z ekonomických a sociálních příspěvků cestovního ruchu. Konečným cílem politiky cestovního ruchu je zlepšení pokroku národa (regionu nebo lokality) a života jeho občanů.“²⁶

Politika cestovního ruchu je „progresivním průběhem kroků, pokynů, směrnic, zásad a postupů stanovených v etickém rámci, který je zaměřen na problémy a nejlépe představuje záměr komunity (nebo národa) účinně plnit své cíle, plánování, vývoj, služby, marketing a cíle udržitelnosti a cíle budoucího růstu cestovního ruchu.“²⁷ Tato definice uznává významnou úlohu marketingu v politice cestovního ruchu, je to také vývoj produktů a pohostinské služby. Kromě toho musí koncepce udržitelnosti cestovního ruchu podporovat dlouhodobé cíle hospodářského, environmentálního a sociálního rozvoje. A co je důležitější, tato definice uznává, že politika v oblasti cestovního ruchu je dynamická a dostatečně flexibilní, aby umožňovala úpravy a vylepšení podle potřeby.

Cestovní ruch má potenciál zapojit a změnit hospodářské, politické, sociální a ekologické rozměry budoucího životního stylu. Edgell tvrdí, že: „nejvyšším cílem politiky cestovního ruchu je integrovat ekonomické, politické, kulturní, intelektuální a ekonomické výhody cestovního ruchu soudržně s lidmi a zeměmi s cílem zlepšit globální kvalitu života a poskytnout základ pro mír a prosperitu. Politické aspekty cestovního ruchu souvisejí s jeho hospodářskými důsledky. Cestovní ruch není pouze pokračováním politiky, ale také nedílnou součástí světové politické ekonomiky. Stručně řečeno, cestovní ruch je nebo

²⁵ EDGELL D. L. et al. *Tourism Policy and Planning (Yesterday, Today and Tomorrow)*. New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2014. S. 8. ISBN 978-0415534-53-6.

²⁶ Tamtéž, s. 8.

²⁷ HALL, C. M. 2nd. ed. *Tourism Planning Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Pearson Education, 2008. S. 165. ISBN 678-0-13-204652-7.

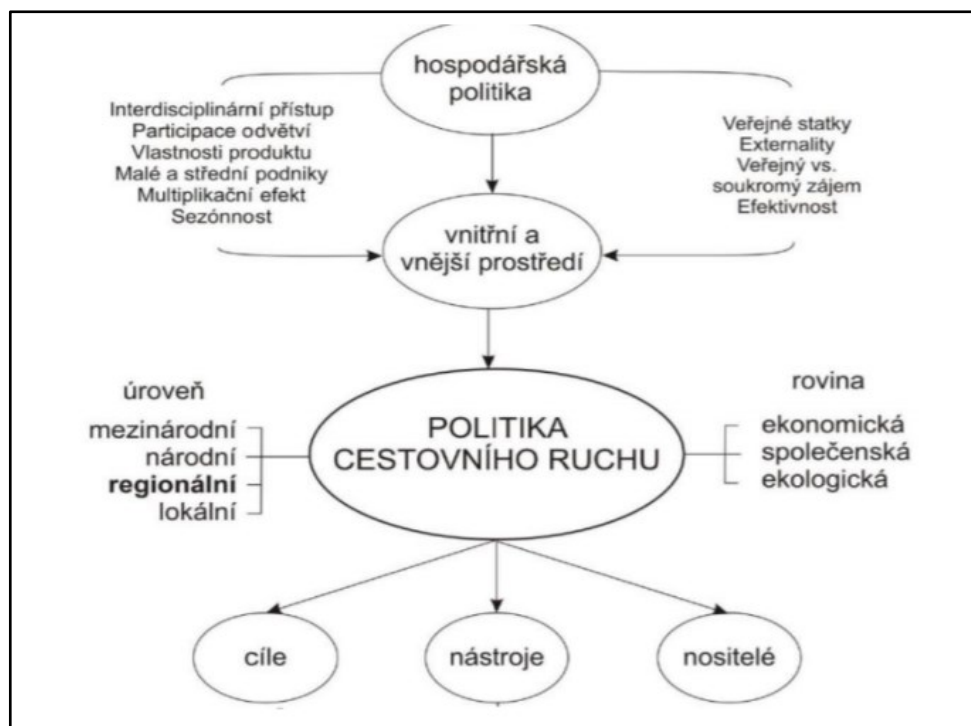
může být nástrojem, který se používá nejen k ekonomickým, ale také k politickým účelům. Cestovní ruch bude muset v následujících letech čelit několika těžkým výzvám. Technologie, ať už jde o informace o komunikaci, nový letecký rozvoj nebo jiné oblasti, bude mít výrazný vliv na cestovní ruch. Odvětví bude muset vypracovat účinné politiky a plány na řešení terorismu a jiných narušení trhu cestovního ruchu.“²⁸

Odvětví cestovního ruchu se skládá ze soukromých, veřejných a neziskových složek, které se zajímají o rozvoj cestovního ruchu, nové produkty, cílový marketing, ekonomické výhody a udržitelnost. Tyto zájmy cestovního ruchu mají rozsáhlé důsledky na život v komunitě a potřebují parametry a pokyny, které pomohou definovat a naplánovat budoucí směřování politiky cestovního ruchu a v konečném důsledku poskytovat kvalitní produkty a služby. Cílem politiky cestovního ruchu by mělo být zlepšení kvality života místního občana v kterékoliv dané destinaci. V tomto procesu pomůže dobrá cestovní politika. Místní, státní, regionální a národní vlády a jiné regionální a globální organizace, které využívají pákový efekt, například UNWTO a WTTC pomáhají určit politiky cestovního ruchu, které nejlépe reprezentují podnikatelské prostředí, zájmy místní komunity v cestovním ruchu a vládní strukturu. Četná sdružení a organizace cestovního ruchu usilují ovlivňovat politiku tak, aby byly zahrnuty i jejich zájmy.²⁹

²⁸ EDGELL D. L. et al. *Tourism Policy and Planning (Yesterday, Today and Tomorrow)*. New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2014. S. 10. ISBN 978-0415534-53-6.

²⁹ Tamtéž.

Obrázek č. 2: Schéma politiky cestovního ruchu



Zdroj³⁰

Cíle politiky cestovního ruchu

Povahu budoucí politiky cestovního ruchu vymezují cíle, ty zároveň vystihují konečnou podobu cestovního ruchu a těchto cílů chtějí nositelé politiky cestovního ruchu dosáhnout. Během výzkumů charakterů jednotlivých cílů šel Elliott ještě dál a konstatoval, že cíle politiky cestovního ruchu jsou výrazem vládních záměrů v tomto odvětví, přičemž jejich charakter a konkrétnost vyplývá z ideologického přesvědčení vlády.³¹

Od základních národohospodářských cílů jsou odvozeny cíle politiky cestovního ruchu, například kvalita života, vyrovnaná platební bilance, stabilita cenové hladiny a rovnovážný růst, plná zaměstnanost a mnoho jiných. Pokud by se rozvoj nekoordinoval a nekontroloval, mohlo by to být pro cestovní ruch zničující.³²

³⁰ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. S. 71. ISBN 80-210-4205-2.7.

³¹ VYSTOUPIL, J., M. ŠAUER a M. TROUSIL. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7.

³² GŮČIK, M. *Cestovní ruch politika a ekonomia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.

Cíle politiky cestovního ruchu se rozdělují podle několika hledisek. Faktor času je nejčastějším kritériem, cíle se tak rozlišují na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé. Hall třídí cíle z hlediska dopadu na ekonomické, sociální nebo environmentální. Eliott dělí cíle na makroekonomické a mikroekonomické, přičemž pro samotný cestovní ruch jsou daleko důležitější cíle na makroekonomické úrovni. Německý klasifikuje zase cíle podle jejich charakteru na mezinárodní (formulované na úrovni WTO nebo OECD), národní (ministerstva, národní turistické organizace), regionální (regiony) a profesionální (svaz hotelů).³³

Za hlavní cíle politiky se v současnosti považují:

- podpora cestovního ruchu jako formy využívání zvláště sociálního cestovního ruchu (pro všechny) a volného času obyvatelstva,
- rozvoj cestovního ruchu jako faktoru strukturálních změn hospodářství a regionálního rozvoje,
- cestovní ruch by měl být přínosem pro rozvoj zaměstnanosti,
- zaopatření udržitelného cestovního ruchu a snížení sociálně kulturních a ekologických disparit,
- umožnění informací, marketingové komunikace a státního marketingu cestovního ruchu doma a v zahraničí,
- respektování nadřazených cílů mezinárodní politiky cestovního ruchu (obsažené v globálním etickém kodexu cestovního ruchu, např. ochrana bezpečnosti turistů a jejich majetku, rozvoj dopravy apod.).³⁴

Nositelé politiky cestovního ruchu

Nositelé politiky cestovního ruchu jsou subjekty, které se podílejí na procesu jejího formování, provádění, kontrole a hodnocení úspěšnosti. Nositeli politiky mohou být:

- veřejné právní instituce, pravděpodobně nejangažovanější (ministerstva a ústřední orgány státní správy, vyšší územní celky, obce/města a instituce, které mají značné kompetence v cestovním ruchu: Evropská unie, UNWTO),

³³ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.7.

³⁴ GÚČIK, M. *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.

- soukromé právní instituce (odvětvové svazy a asociace, zaměstnavatelské svazy, manažerské organizace cestovního ruchu, mezinárodní nevládní organizace cestovního ruchu),
- dobrovolná zájmová seskupení (sdružení na ochranu spotřebitele, sdružení ochrany přírody a krajiny a mnoho jiných).³⁵

Nástroje politiky cestovního ruchu

Tak jako cíle politiky, i volba konkrétních nástrojů je ovlivněna ideologickým základem hospodářské politiky. K tomu, aby bylo dosaženo cílů politiky cestovního ruchu, její nositelé využívají různé nástroje, které mají cílový charakter, nebo opačně, cíle mají charakter nástrojů.³⁶

V praktické politice cestovního ruchu se lze obvykle setkat s těmito nástroji: ekonomické (ručení, daňové zvýhodnění, veřejné dotace, příspěvky na podporu rozvoje), legislativní (zákony, příkazy/zákazy, vyhlášky), informační (internetové portály, informační brožury), institucionální a administrativní, plánovací (strategické a programové dokumenty), výzkum a vývoj, vzdělávání a osvěta a mezinárodní spolupráce. Největší váhu mají ekonomické instrumenty, které jsou nejrozšířenější a nejlépe měřitelné.³⁷

1.5 Dopady a důsledky onemocnění COVID-19 na cestovní ruch

V těchto časech paralyzuje téměř celý svět onemocnění COVID-19. Toto onemocnění trápí svět už rok. Je velmi obtížné hovořit o přesných následcích, které pandemie po sobě zanechá, jelikož stále proti ní není vyhráno a neustále se vůči ní bojuje, nehledě na fakt, že dochází postupně k mutacím, a situace se nadále zhoršuje. Jakési „světlo na konci tunelu“ se jeví v podobě plošného testování a očkování. Teprve tehdy se budou moci lidé na celém světě postupně vrátit zpět k normálnímu životu. Avšak situace se rychle mění, a to, co je zde uváděno, nemusí za týden či za měsíc platit. Proto zde bude uvedeno, že tato podkapitola byla psána dne 20. 2. 2021, a je to téměř 1 rok od doby, kdy se v České republice objevil první pacient s nákazou COVID-19. Ve všech zemích toto onemocnění ovlivnilo téměř každé odvětví. Hodně se hovoří o ekonomickém spádu v důsledku

³⁵ GÚČIK, M. *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.

³⁶ Tamtéž.

³⁷ VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.7.

pandemie. Avšak žádné odvětví nebylo zasaženo více než cestovní ruch. Abychom mohli kvalifikovaně posoudit konečný dosah onemocnění COVID-19 na toto odvětví, nemáme ještě dostatek dat od příslušných institucí. Jedná se prozatím o předběžné informace, které by měly být konkretizovány v následujících měsících.

Podle WTTC je v důsledku celosvětové pandemie COVID-19 bezprostředně ohroženo až 75 milionů pracovních míst. Alarmující číslo na základě průzkumu WTTC ukazuje ztrátu HDP v oblasti cestovního ruchu ve světovém hospodářství až do výše 2,1 bilionu USD v roce 2020. Poslední prognóza 50% nárůstu ohrožených pracovních míst za méně než dva týdny představuje významný a znepokojující trend, přičemž v sektoru cestovního ruchu se každý den ztrácí ohromující milion pracovních míst v důsledku účinku pandemie. Analýza společnosti WTTC, která představuje globální soukromý sektor v oblasti cestovního ruchu, též odhaluje hloubku krize pro jednotlivé regiony. Poslední údaje naznačují, že v Evropě je ohroženo až 10 milionů pracovních míst v oblasti cestovního ruchu, což představuje ztrátu téměř 552 miliard dolarů. Gloria Guevara, prezidentka a generální ředitelka společnosti WTTC, uvádí: „*Počet pracovních míst, které jsou v současnosti v globálním odvětví cestovního ruchu ohroženy, je ohromujících 75 milionů, což milionům rodin z celého světa přináší skutečné a hluboké starosti.*“³⁸

Také vyzývá vlády na celém světě, aby reagovaly dostatečně rychle na to, aby pomohly odvětví, které je páteří globální ekonomiky. Pokud se v nejbližších dnech nepodniknou naléhavé kroky, odvětví cestovního ruchu čelí ekonomickému rozpadu, z něhož se bude snažit zotavit a uvrhnout do dluhů miliony lidí, kteří jsou na něm závislí kvůli obživě. Nejenže to bude mít obrovský negativní vliv na velké podniky v odvětví cestovního ruchu na celém světě, ale „dominový efekt“ bude mít také za následek masivní ztráty pracovních míst v celém dodavatelském řetězci, které zasáhnou zaměstnance a samostatně výdělečně činné osoby. Cestovní ruch přispívá k 10,4 % globálního HDP, je přímo zodpovědný za vytváření jednoho z 10 pracovních míst na světě.³⁹

³⁸ Latest research from WTTC shows a 50% increase in jobs at risk in Travel & Tourism. *World Travel & Tourism Council* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism>.

³⁹ COVID-19. *World Travel & Tourism Council* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://wttc.org/COVID-19>.

Výskyt onemocnění představuje pro odvětví cestovního ruchu velkou a vyvíjející se výzvu. UNWTO posílila svou spolupráci s WHO. Obě agentury OSN se setkaly v roce 2020 v Ženevě, aby pokročily v koordinované reakci na COVID-19. UNWTO žádala pevné mezinárodní vedení a aby se cestovní ruch stal prioritou v budoucích snahách o obnovu. UNWTO také vyzývala toto odvětví a cestující, aby se touto výzvou zabývali rozumným úsudkem a vhodnými opatřeními.

V souvislosti se zavedením cestovních omezení UNWTO zdůraznila důležitost mezinárodního dialogu a spolupráce, a také to, že výzva COVID-19 představuje i příležitost ukázat, jak může solidarita překročit hranice. Odvětví cestovního ruchu jako žádná jiná hospodářská činnost se sociálním dosahem je založeno na interakci lidí. Odvětví cestovního ruchu je v současnosti jedním z nejvíce postižených odvětví onemocnění COVID-19, což má vliv jak na nabídku cestovního ruchu, tak na poptávku po něm. UNWTO úzce spolupracuje s WHO a ostatními orgány OSN a generální tajemník UNWTO Zurab Pololikashvili udržuje pravidelné kontakty s vládami a představiteli cestovního ruchu.⁴⁰

⁴⁰ GUIDING TOURISM'S RECOVERY. *UNWTO* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>.

2 TRADICE ÁZERBÁJDŽÁNU A TAMNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU

Tato kapitola přináší základní informace o Ázerbájdžánu, poukázáno je zde na jeho historii, současnost a na jeho potenciál v oblasti cestovního ruchu.

2.1 Historický vývoj Ázerbájdžánu

Historický vývoj Ázerbájdžánu je do velké míry podmíněn jeho geografickou polohou. Jde o území, kde se křižuje množství migračních, vojenských a obchodních cest směřujících ze severu na jih, jakož i z východu na západ. Tato skutečnost formovala ázerbájdžánskou historii a demografii a pouze přispěla ke komplikovanosti a spornosti jeho etnografické historie. První důkazy o lidském osídlení oblasti se datují až milion let do minulosti v oblasti dnešního Nachičevanu. Ázerbájdžán se dá geograficky definovat dvěma způsoby. Jedním je území, které tvořilo Ázerbájdžánskou demokratickou republiku v roce 1918 a po menších územních ztrátách i Ázerbájdžánskou sovětskou socialistickou republiku z let 1922 až 1991, druhým z nich je chápání Ázerbájdžánu jakožto moderní stát, který vznikl po rozpadu Sovětského svazu. Avšak historické chápání Ázerbájdžánu jako území obývaného ázerbájdžánským národem v sobě zahrnuje mnohem širší území, které zasahuje do několika sousedících států, zejména zasahuje velkou část severozápadního Íránu.

Zcela klíčové byly pro historii Ázerbájdžánu dva antické státy. Prvním z nich byla Atropatena, která se nacházela jižně od řeky Araks a její vznik se datuje až do čtvrtého století před naším letopočtem. Atropatena byla pojmenována po jedné z provincií Alexandra Velkého a poskytuje jeden z více možných způsobů vzniku názvu Ázerbájdžán. Druhým důležitým historickým státem je Kavkazská Albánie, také nazývána jako Aghvania. Tento územní celek se rozvinul na severu od řeky Araks na území, které se v podstatě rovná dnešnímu Ázerbájdžánu.⁴¹

⁴¹ CORNELL, S. E. *The Nagorno-Karabakh Conflict: Report no. 46* [online]. Uppsala: Department of East European Studies, 1999 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2012/MVZ208/um/35586974/Cornell_The_Nagorno-Karabakh_Conflict.txt.

Historie Ázerbájdžánu sahá až do sedmého století našeho letopočtu, kdy byla tvořena krátce trvajících knížectvími. Sumerové, Akadčané, Asyřané a Arméni jsou jen jedni z mnoha národů, které během historie ovládaly některou část Ázerbájdžánu. Arabské vpády v osmém století znamenaly konec Kavkazské Albánie a vedly k islamizaci země.⁴²

Většina ázerbájdžánské populace se adaptovala na šiitskou verzi islámu zejména kvůli jeho větší toleranci vůči mysticismu, který se v tehdejší době vyvinul ze synkretismu, křesťanství, šamanismu a zoroastrismu.⁴³ Sunitický islám se však také prosadil, zejména v severních částech Ázerbájdžánu.

I když výskyt tureckých kmenů v oblasti nebyl ničím neobvyklým, k jejich usazení na ázerbájdžánském území došlo až v 9. a 10. století. Tento proces začal pronikáním tureckých bojovných kmenů do služeb sásánovské dynastie, která vládla v Perské říši, a vyvrcholil vzestupem seldžucké dynastie, která postupně nastolila svoji svrchovanost nad většinou islámského světa. Ázerbájdžán byl v tomto období důležitým místem obchodu, avšak jeho vzdálená, hraniční poloha od centra Perské říše znamenala, že zde imperiální vláda byla často slabá a nekonzistentní. Přispívalo k tomu i soupeření mezi Perskou a Byzantskou říší, která se nacházela na západ od Ázerbájdžánu. Důsledkem této situace nastala nestabilita a neustálé soupeření o moc mezi domácími a zahraničními princí. Na území Ázerbájdžánu se vyvinula nativní knížectví, z nichž nejvýznamnějším bylo knížectví Širvanšahovské dynastie, která původně sídlila v Kabale, avšak po arabských nájezdech se přesunula do Baku. Zajistila si přežití díky schopnosti spojování se s vítěznými říšemi, které uplatňovaly svůj vliv na Ázerbájdžán. Díky této politice přežila země plenění mongolské invaze z roku 1235, jakož i nájezdy Timuridů o 150 let později.⁴⁴

V 18. století se na jižním Kavkaze objevil nový silný hráč, kterým bylo carské Rusko. V roce 1783 byla Gruzie pod útokem Osmanské i Perské říše, a proto gruzínský král Iraklii II. podepsal s Ruskem Georgievskou smlouvu, která z Gruzie udělala ruský

⁴² CURTIS, G. E. et al. *Armenia, Azerbaijan, and Georgia country studies*. Washington: U.S. Government Printing Office, 1995. ISBN 0-8444-0848-4.

⁴³ CORNELL, S. E. *The Nagorno-Karabakh Conflict: Report no. 46* [online]. Uppsala: Department of East European Studies, 1999 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2012/MVZ208/um/35586974/Cornell_The_Nagorno-Karabakh_Conflict.txt.

⁴⁴ Tamtéž.

protektorát a Rusko tak získalo přímý přístup na jižní Kavkaz. Součástí smlouvy byly i podmínky zajišťující Gruzii zachování si suverenity, jakož i závazek Ruska bránit Gruzii před Osmanskou a Perskou říší. Ani jednu z těchto podmínek však Rusko nesplnilo. V roce 1801 Rusko anektovalo východo-gruzínské království a vytvořilo z něj Tbiliský gubernát. Další expanzí získalo v roce 1805 kontrolu nad Šivranským a Karabšským kanatem. Tyto události vedly ke dvěma rusko-perským válkám v letech 1804-1813 a 1826-1828, ve kterých si Rusko zajistilo svou pozici na jižním Kavkaze Gulistánskou smlouvou a rozdělilo Ázerbájdžán mezi Rusko a Írán. Rusko na nových územích zavedlo vlastní vládu, což znamenalo ruskou administrativu, ale také zavedení ruštiny jako úředního jazyka.⁴⁵

Jednotlivá území byla rozdělena na gubernáty, avšak ty nerespektovaly původní historické ani geografické rozdělení území. Další zásadní změnou byla nekompromisní antimuslimská politika, v důsledku čehož byly konfiskovány muslimské náboženské majetky a nastolena křesťanizace muslimského obyvatelstva. Důležitým následkem ruské centralizace vlády, bylo politické a ekonomické sjednocení severo-ázerbájdžánských kanátů a zavedení uniformního systému správy a společné měny, jakož i odstranění obchodních tarifů a jiných překážek pro obchod. V tomto období rapidně vzrostl význam Baku, zejména pro jeho nerostné naleziště ropy. V roce 1872 byl přijat zákon, který umožňoval těžbu ropy mimo státní přiděly a přinesl do města množství zahraničních investorů. Těžba ropy vrcholila v roce 1898, kdy Baku produkovalo více ropy než USA.⁴⁶

V roce 1911 vznikla panturecká a panislamistická strana Mūsavat (do češtiny lze přeložit jako Rovnost) a v jejím čele stál Mammed Amin Rasulzade. Hlavními myšlenkami ideologie Mūsavat byly sekularizace, nacionalismus, federalismus nebo autonomie v rámci širší politické struktury. Mūsavat expandoval velmi rychle, zejména po pádu carovské vlády v Rusku v roce 1917. Mocenské vakuum, které takto vzniklo, vedlo k obnovení etnického napětí mezi Ázerbájdžánci a Armény. Po neúspěšném pokusu o založení Transkavkazské republiky spolu s Arménií a Gruzii, prohlásil Ázerbájdžán

⁴⁵ CURTIS, G. E. et al. *Armenia, Azerbaijan, and Georgia country studies*. Washington: U.S. Government Printing Office, 1995. ISBN 0-8444-0848-4.

⁴⁶ CORNELL, S. E. *The Nagorno-Karabakh Conflict: Report no. 46* [online]. Uppsala: Department of East European Studies, 1999 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2012/MVZ208/um/35586974/Cornell_The_Nagorno-Karabakh_Conflict.txt.

28. května 1918 nezávislost. Šlo o historický unikát, protože to byla první islámská demokratická republika na světě. Situace byla mnohem komplikovanější v městě Baku. Baku bylo multietnickým městem a Ázerbájdžánci zde již od počátku 20. století netvořili většinu. Společné síly bolševiků, menševiků a Dašnaků obsadily Baku a zmasakrovaly 12 000 až 30 000 muslimů, zejména Ázerbájdžánců. Odpovědí na tyto akce bylo obsazení Baku ázerbájdžánsko-osmanskou armádou a masakr arménského obyvatelstva. Po kapitulaci Osmanské říše v první světové válce zůstal Ázerbájdžán de facto bez spojenců. Na pařížské mírové konferenci se mu dostalo faktického uznání státnosti od spojenců, avšak situace v regionu byla nadále značně nestabilní. Postupující bolševické vojska směřující na Baku představovala stále větší hrozbu a Ázerbájdžán bojoval s Arménií ve snaze o potlačení povstání v Karabachu. Rudá armáda napadla Ázerbájdžán 29. dubna 1920 za pomoci ázerbájdžánských disidentů. Ačkoliv byla většina armády situována v Karabachu, Ázerbájdžán se své nezávislosti nevzdával snadno. V bojích s postupující rudou armádou zemřelo přibližně 20 000 lidí. Neodvratitelná porážka začlenila Ázerbájdžán do Sovětského svazu a začátkem roku 1921 stejný osud postihl i Arménii a Gruzii.⁴⁷

Pro Ázerbájdžán to znamenalo odstranění vlastních řídicích struktur, které nahradily ty sovětské. Pro ázerbájdžánský národ to představovalo potlačení národní identity. V roce 1922 byl Ázerbájdžán spolu s Arménií a Gruzii inkorporován do Zakavkazské socialistické federativní sovětské republiky (ZSFSR), která tvořila jednu ze čtyř původních republik tvořících Sovětský svaz.⁴⁸

Poválečné období se neslo ve znamení uvolnění napětí a zlepšení životních podmínek pro Ázerbájdžánce. Průvodním znakem byl i ekonomický pokrok a reformy. Šedesátá léta 20. století přinesla úpadek ázerbájdžánského ropného průmyslu a téměř zastavení ekonomického rozvoje. Opět začalo narůstat napětí mezi Armény a Ázerbájdžánci. Ve snaze předejít krizi, Moskva ustanovila Hejdara Alijeva do čela ázerbájdžánské komunistické strany. Alijev dočasně zlepšil ekonomickou situaci a zkonsolidoval

⁴⁷ CORNELL, S. E. *The Nagorno-Karabakh Conflict: Report no. 46* [online]. Uppsala: Department of East European Studies, 1999 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2012/MVZ208/um/35586974/Cornell_The_Nagorno-Karabakh_Conflict.txt.

⁴⁸ CURTIŠ, G. E. et al. *Armenia, Azerbaijan, and Georgia country studies*. Washington: U.S. Government Printing Office, 1995. ISBN 0-8444-0848-4.

ázerbájdžánskou vládní elitu, která byla nově tvořena výhradně etnickými Ázerbájdžánci. V roce 1987 a po nastolení perestrojky byl Alijev nucen odstoupit, protože oponoval Gorbačovově politice. V roce 1988 započal konflikt o Náhorní Karabach mezi Armény a Ázerbájdžánci, následovaný pogromy v Baku. Etnické nepokoje odhalily nevýhody vlády komunistické strany a znamenaly vytvoření nezávislých politických organizací. Nejprominentnější se stala strana ázerbájdžánské lidové fronty, která propagovala myšlenky demokracie a nezávislosti. Následovalo rozdělení na pro-islámskou, konzervativní frakci a umírněnou frakci. Rozdělení provázely další proti-arménské násilnosti v Baku a následně byla započata sovětská vojenská intervence. Nepokoje vyvrcholily, když sovětská vojska zabila 132 nacionalistických demonstrantů v Baku. 30. srpna 1991 Ázerbájdžán vyhlásil nezávislost a stal se členem Sdružení nezávislých států, koncem roku 1991 konflikt v Náhorním Karabachu přerostl do války.⁴⁹

Vztah současného a moderního Ázerbájdžánu je jak k EU, tak k Rusku pragmatický. Ázerbájdžán evidentně není k EU přitahován na základě její měkké síly, obdivu k jejímu hodnotám a normám, že tyto normy sám nedodržuje a ignoruje snahy Unie o zavedení těchto norem a hodnot v zemi. Z toho, co EU prostřednictvím EPS a Východního partnerství nabízí, si Ázerbájdžán vybral to, co pasuje do jeho národních zájmů a to, co vládnoucí elitě nevyhovuje, jednoduše vynechal. Ázerbájdžán si uvědomuje svou důležitost pro diverzifikaci plynu v očích EU, která by se mohla ještě zvýšit, pokud by krize na Ukrajině pokračovala, a Ukrajina, spolu se zeměmi Evropy, které spojuje plynovodem s Ruskem, zůstala bez plynu. Aktivita Ruské federace na Ukrajině znovu potvrdila nespolehlivost starých transportních tras a důležitost diverzifikace – a tudíž i důležitost Ázerbájdžánu. Ten má díky svému nerostnému bohatství vůči svým sousedům obrovskou výhodu – nemusí si vybírat mezi Ruskem a Západem. Na rozdíl od Arménie, jejíž pokus o balanc mezi nimi nevyšel, Ázerbájdžán má stále manévrovací prostor a jeho taktika se zatím zdá úspěšná.

⁴⁹ CURTIS, G. E. et al. *Armenia, Azerbaijan, and Georgia country studies*. Washington: U.S. Government Printing Office, 1995. ISBN 0-8444-0848-4.

2.2 Základní informace o Ázerbájdžánu

V této podkapitole budou uvedeny základní informace týkající se Ázerbájdžánu. Tyto informace budou získány ze dvou hlavních informačních zdrojů, a to z Oficiálního portálu pro podnikání a export⁵⁰ a z databáze CIA World Factbook.⁵¹

Oficiální název země:	Ázerbájdžánská republika, Ázerbájdžán (Azərbaycan Respublikası)
Poloha:	Jihozápadní Asie, hraničící s Kaspickým mořem, nacházející se mezi Íránem a Ruskem, menší část území spadá do Evropy (severně od Kavkazu)
Sousední země:	Arménie, Gruzie, Írán, Rusko, Turecko
Rozloha:	86 600 km ² , z toho vodní plocha 3 971 km ² (4,6 %)
Hlavní město:	Baku (2,371 mil.)
Administrativní členění:	celkem 59 rajónů (okresů), 11 statutárních měst, 1 autonomní republika Nachičevan (rozdělená do 7 rajónů a měst), 1 autonomní oblast Náhorní Karabach, jedná se o unitární stát, ačkoliv jde o muslimský stát, jde o stát sekulární
Forma vlády:	poloprezidentská republika
Státoprávní uspořádání:	unitární stát
Prezident:	Ilham Aliyev (od 31. 10. 2003)
Vznik:	30. 8. 1991
Státní vlajka:	ve tvaru obdélníku, tři stejné široké vodorovné pruhy v barvách modré, červené a zelené, uprostřed se nachází půlměsíc v bílé barvě s osmicípou hvězdou, poměr stran je 1:2, půlměsíc spolu se zelenou barvou symbolizuje státní náboženství islám

⁵⁰ ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD ČR V BAKU. Ázerbájdžán: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. 2019 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/azerbajdzan-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

⁵¹ CIA. Azerbaijan. *The World Factbook* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/azerbaijan/>.

Klima:	suchá, středně vyprahlá step, podnebí kontinentální, velké rozdíly mezi létem a zimou, v nadmořských výškách je odlišné podnebí (sníh po celou dobu roku)
Počet obyvatel:	10 282 283
Hustota zalidnění:	118,73 obyvatel/km ² , nejvyšší hustota obyvatelstva je na východě země, v okolí hlavního města Baku a jeho okolí, ve zbytku země je obyvatelstvo rozloženo nerovnoměrně, 56 % veškerého obyvatelstva žije ve městech
Průměrná délka života:	73,88 let, výrazně vyšší je u žen (77,15 let) než u mužů (70,79 let)
Národnostní složení:	Azeři (91,6 %), Lezginí (2,0 %), Rusové (1,3 %), Arméni (1,3 %), Tališi (1,3 %), Avaři (0,6 %), ostatní (2,4 %)
Náboženství:	Islám (96 %), z toho převažuje šíitský islám (2/3) nad sunnitským (1/3), křesťanství (3 %), ostatní (1 %)
Hrubý domácí produkt:	14 400 USD (2019)
Úřední jazyk:	Ázerbájdžánština
Měna:	manat (100 gepiků)
Abeceda:	ázerbájdžánská
Elektřina:	220 V, standardní dvoukolíkové evropské zástrčky
Váhový a měrný systém:	metrický
Nerostné bohatství:	těžba ropy, těžba a vývoz zemního plynu
Státní svátky:	1.-2. ledna: Nový rok 20. ledna: Den mučedníků 8. března: Mezinárodní den žen 20.-21. dubna: Nourúz 8. května: Den vítězství 28. května: Den republiky 15. června: Den národní záchrany 26. června: Den ozbrojených sil Ázerbájdžánské republiky

9. listopadu: Den národní vlajky

31. prosince: Mezinárodní den solidarity
Ázerbájdžánců

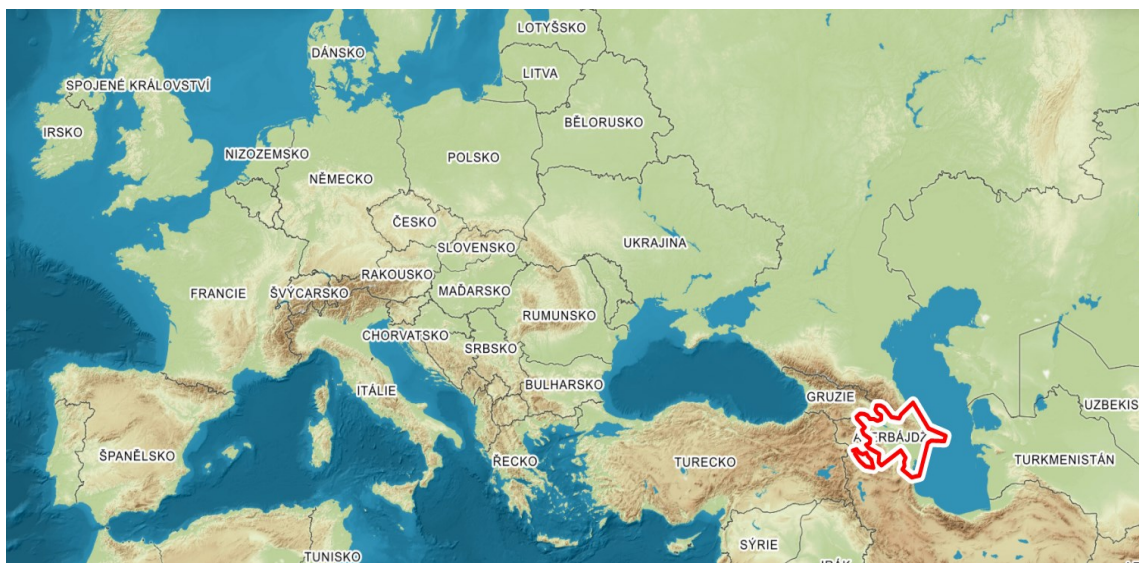
Svátek přerušení půstu: není přesně stanoven den, trvá 2 dny po ukončení ramadánu (jeho termín se řídí lunárním měsícem)

Svátek oběti: trvá 2 dny, je spojen s náboženskou poutí do Mekky, jde o tradiční islámské svátky, které slaví nejenom islámské státy, ale všichni věřící – muslimové.

Ázerbájdžán, celým názvem Ázerbájdžánská republika, ázerbájdžánsky *Azərbaycan Respublikası*, je zemí, která se nachází v oblasti jihozápadní Asie. Dle její polohy je možné hovořit o tom, že se nachází na pomyslné hranici dělící Evropu a Asii, proto ji lze považovat také za evropskou zemi. Jedná se o přímořskou zemi, neboť na východě této republiky je její východní pobřeží omýváno Kaspickým mořem. Severní hranice je sdílena s Ruskem, resp. s ruskou republikou Dagestánem. V oblasti severozápadu je hranice sdílena s Gruzií. Na západě země sousedí s Arménií, z jihu je obklopena Íránem, nejmenší délku hranic má s Tureckem. Jak již bylo dříve uvedeno, ačkoliv má Ázerbájdžán přístup k moři, jde o zavřené moře, a to Kaspické. Rozloha Ázerbájdžánské republiky dosahuje 86 600 km² (patří mu 113. příčka v žebříčku zemí podle velikosti). V porovnání s Českou republikou je Ázerbájdžán 1,1-krát větší. Hlavní město země, ležící na východním pobřeží země u Kaspického moře, se nazývá Baku. Celková délka hranic Ázerbájdžánu i s jeho pobřežím činí 3 181 km, z toho nejdelší hranici tvoří s Arménií (998 km). Hranice s Tureckem je dlouhá pouhých 17 km, s Gruzií 428 km, s Íránem 689 km a s Ruskem 338 km. Hranice pobřeží s Kaspickým mořem dosahuje délky 713 km.⁵²

⁵² CIA. Azerbaijan. *The World Factbook* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/azerbaijan/>.

Obrázek č. 3: Poloha Ázerbájdžánu v rámci Eurázie



Zdroj⁵³

Závěrem této podkapitoly lze uvést, že Ázerbájdžán představuje sekulární stát s výrazně početnou šíitskou muslimskou populací, která byla nezávislá již mezi léty 1918-1920, pak se musela dlouhodobě podrobit Sovětskému svazu. Po jeho rozpadu se opět v roce 1991 stala nezávislou republikou. Z dlouhodobého hlediska je Ázerbájdžán politicky nestabilní, což je dáno četnými nepokoji již z minulosti, ale také dlouhodobě trvajících spory mezi Ázerbájdžánem a Arménií o Náhorní Karabach, což je autonomní oblast v Ázerbájdžánu. Díky tomu však v roce 1920 vypukly velké nepokoje, a do této oblasti se proto turistům nedoporučuje cestovat. Zbylá část Ázerbájdžánu je však zcela bezpečná, a není se proto třeba obávat o svou bezpečnost.

2.3 Potenciál cestovního ruchu v Ázerbájdžánu

Je zapotřebí poznamenat, že v posledních letech je možné pozorovat nárůst počtu ekonomických subjektů v zemi, pro činnost a organizaci cestovního ruchu a rekreace. Mezi nimi je nejrozšířenější masový trh cestovních kanceláří, které prodávají výlety do řady středisek a rekreačních středisek. Specializovaní touroperátoři jsou méně častým typem firem nabízející speciální aktivity, jako je alpinismus, horolezectví, lov, etnografický turismus a ekoturismus. Nadále však nejsou v Ázerbájdžánu dostatečně

⁵³ SEZNAM.CZ. Ázerbájdžán. *Mapy.cz* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=18.8822941&y=47.0861065&z=4&l=0&source=osm&id=31>.

rozvinuty možnosti léčebně-rekreačního a konferenčního turismu cestovního ruchu, což je dáno zejména nízkým počtem zařízení, především luxusních hotelů, které se nacházejí spíše ve velkých městech, a to hlavně v hlavním městě Baku.

Hlavní podíl turistů, kteří navštíví Ázerbájdžán, tvoří přistěhovalci z krajin z bývalého Sovětského svazu, z Ruska, turisti ze zahraničí. Zvyšuje se tendence příchodu na služebních cestách z krajin, jako je Německo, Japonsko, USA, Francie, Velká Británie, Švýcarsko či Španělsko. Čísla domácího cestovního ruchu ukazují pokles zájmu občanů Ázerbájdžánu do místního turistického produktu. Klesající trend je způsob nižší životní úrovní místních občanů této země, které si většinou nemohou dovolit výlet do známých turistických oblastí Ázerbájdžánu.

Dle dostupných statistických informací se ukázalo, že v roce 2019 vzrostl počet cizinců, kteří přicestoval do Ázerbájdžánu, o 11 %, a to na více než 2,9 mil. osob. V roce 2019 nejčastěji do Ázerbájdžánu cestovali lidé z Ruska, Gruzie, Turecka, Íránu a Saudské Arábie. Naopak mírně poklesl počet cizinců z Evropy, nicméně se ukazuje, že zvýšení počtu cizinců z uvedených oblastí představuje pozitivní trend pro rozvoj cestovního ruchu v Ázerbájdžánu. Z evropských zemí se mezi top zeměmi nachází Německo, Itálie a Francie. Je zřejmé, že postupně narůstá počet turistů, který do Ázerbájdžánu přijede.⁵⁴ Lze však předpokládat, že v roce 2020 se počet turistů přijíždějících do Ázerbájdžánu sníží až na třetinu stavu z roku 2019.

⁵⁴ ISABALAYEVA, Ilhama. Number of foreigners arriving in Azerbaijan grows by over 11%. *Trend News Agency* [online]. 2019 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://en.trend.az/business/tourism/3158626.html>.

3 ANALÝZA MOŽNOSTÍ CESTOVNÍHO RUCHU V ÁZERBÁJDŽÁNU

V této kapitole bude věnována pozornost dvěma základním oblastem. Nejdříve je zapotřebí analyzovat, jaké jsou možnosti k rozvoji cestovního ruchu Ázerbájdžánu. Bude proto nejenom představeno, jaké rekreační oblasti v této zemi existují.

3.1 Předpoklady k rozvoji cestovního ruchu

Podnebí Ázerbájdžánu je ovlivněno subtropickými vlivy ze západu a středomořskými vlivy z východu. Pohoří Velký Kavkaz zmírňuje místní podnebí tím, že slouží jako přirozená bariéra proti přílivu studeného kontinentálního vzduchu ze severu. Proto i na poměrně malém území lze najít různá klimatická pásma, která jsou určována vzdáleností od Černého moře a od nadmořské výšky. Nacházejí se zde oblasti vlhkého subtropického pásma až po věčný led a ledovce. Ázerbájdžán se proto dělí do dvou různých klimatických oblastí: západní část je vlhká a teplá; ve východní části převažuje mírně teplé kontinentální klima.⁵⁵

Existuje několik rekreačních oblastí, které jsou pro zahraniční turisty zajímavé z pohledu unikátnosti cestovního ruchu. První takovou oblastí je hlavní město Baku. Dále jsou to města, jako je Gandža, Nachičevan, Gabala a Shaki. Právě posledně zmíněné město je vzorem zcela jedinečného architektonického místa. Nachází se zde např. palác Shaki Khans, který byl postaven v roce 1763, k vidění jsou zde také pevnosti a mausolea. Nachičevan se považuje za centrum tradiční medicíny, jeho součástí jsou solné doly. Zajímavé je také celé východní pobřeží, jehož součástí je město Lankaran, jehož historie sahá až do 10 století před naším letopočtem.⁵⁶

Z dalších zajímavostí cestovního ruchu v této oblasti uvést existenci národního parku. Jde o národní park Gobustan, který lze najít jihozápadním směrem od hlavního města Baku. Nacházejí se zde skalní rytiny. K založení tohoto národního parku došlo již v roce 1966, jedná o národní historickou památku, doposud se zde zachovaly řezby ze starověku a bahenní sopky. Tento park se považuje za součást světového dědictví zapsaného na

⁵⁵ JONES, A. a kol. *Gruzie, Arménie a Ázerbájdžán*. Praha: Svojtka & Co., 2016. ISBN 978-80-256-1764-9.

⁵⁶ Tamtéž.

Seznamu UNESCO od roku 2007. Kromě tohoto národního parku se v zemi nachází dalších 7, proto se tato země jeví jako velice vhodná pro ty, kdo obdivují přírodu, mají zájem o ekoturismus a zároveň o turistiku. Ázerbájdžán je s ohledem na výskyt Velkého Kavkazu velice příhodný pro realizaci vysokohorské turistiky, a to zejména v regionech Gusar a Gabala, kde se také nachází velmi známá střediska Tufandag a Shahdag, a to v minimální nadmořské výšce 2500-3000 m. Zde lze realizovat jak vysokohorskou turistiku, tak i sportovní cestovní ruch, jako je lyžování a snowboarding.⁵⁷

Z hlediska dalších možností cestovního ruchu lze území Ázerbájdžánu rozhodně považovat za atraktivní. V zemi se nachází mnoho dalších přírodních zajímavostí, jakož i kulturně-historických lokalit. Ázerbájdžán se nachází na křižovatce východních a západních civilizací, kde se spojuje evropský a asijský styl života. Země nabízí podmínky pro pěší turistiku, jízdy na koni, cyklistiku, lyžování v horských oblastech, přímořský turismus, rafting, lázeňskou léčbu a cestování.

Závěrem této podkapitoly je možné konstatovat, že Ázerbájdžán má jednoznačně co nabídnout, ať už jsou to úpatí Velkého a Malého Kavkazu vhodné pro dobrodružný turismus, a to v podobě jeskyňářství, horolezectví, turistiky nebo moderních lyžařských středisek. V zemi se nachází velké množství historických památek, které tam zanechaly arabské i antické kultury, a to ve formě pevností, hradů, zřícenin nebo i strážních věží. Ázerbájdžán má svou rozmanitou přírodu, endemickou faunu i flóru, o jejíž ochranu se stará 8 národních parků a mnoho přírodních rezervací, které postupně objevují i evropští turisté. Jistou nevýhodou je však nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu, která je dle evropských standardů rozvinuta především v hlavním městě Baku.

3.2 Analýza poptávky mezi českými turisty – dotazníkové šetření

Předchozí části bakalářské práce poukázaly na současný stav cestovního ruchu v Ázerbájdžánu z jednotlivých hledisek. Doplňkově k tomu je analyzována poptávka a povědomí o této zemi jako cílové destinaci cestovního ruchu mezi českými turisty. Z toho důvodu bylo realizováno dotazníkové šetření on-line cestou.

⁵⁷ JONES, A. a kol. *Gruzie, Arménie a Ázerbájdžán*. Praha: Svojtka & Co., 2016. ISBN 978-80-256-1764-9.

3.2.1 Cíle a metodika průzkumu

Hlavním cílem průzkumu bylo analyzovat možnosti cestovního ruchu v Ázerbájdžánu za účelem zlepšení povědomí potenciálních zákazníků – turistů. Pro dosažení cíle byl využit anonymní dotazník zaměřený na informovanost potenciálních zákazníků v České republice.

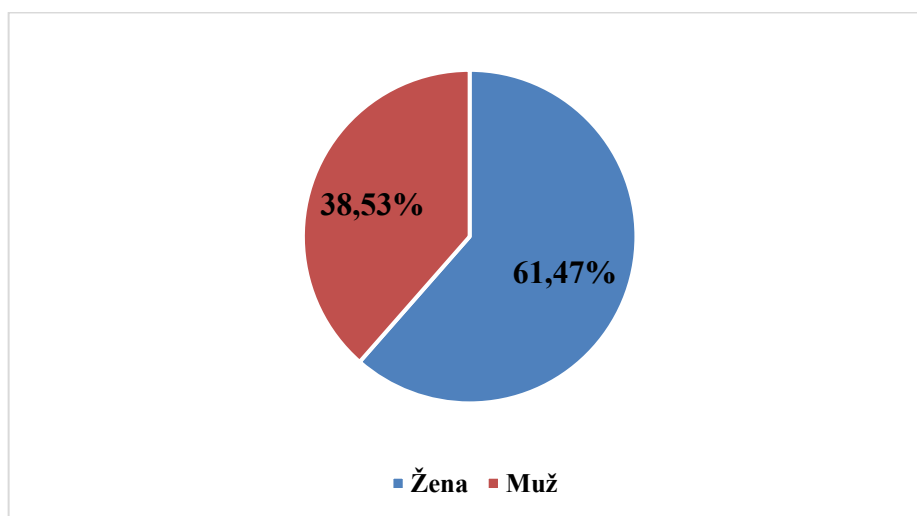
V uvedeném dotazníkovém průzkumu byla pozornost zaměřena na jednotlivé skupiny, které byly tříděny podle pohlaví nebo věku. Zájem byl věnován potencionálním zákazníkům, kteří by měli zájem vycestovat do Ázerbájdžánu, příp. jej již navštívili. Autor bakalářské práce se dále zajímal, z jakých zdrojů získali informace o této turistické destinaci. S ohledem na současnou situaci pandemii koronaviru byl průzkum realizován v on-line formě, konkrétně byl dotazník veřejně sdílen na internetových sociálních sítích ve formě Google dotazníku. K výběru zkoumaného vzorku byla stanovena metoda náhodného výběru respondentů, nebyla na ně kladena žádná další kritéria, vyplnit dotazník mohl každý.

Při zpracování údajů se pracovalo v programu Microsoft Excel, kdy byly využity metody základní statistiky, a to absolutní a relativní počty, na základě nichž byly vytvořeny příslušné grafy. Díky nim bylo jednodušší interpretovat získaná data.

3.2.2 Charakteristika souboru respondentů

Tohoto průzkumu se zúčastnilo celkem 109 respondentů, z toho 67 bylo žen (61,5 %) a 42 mužů (38,5 %), jak také dokládá graf níže.

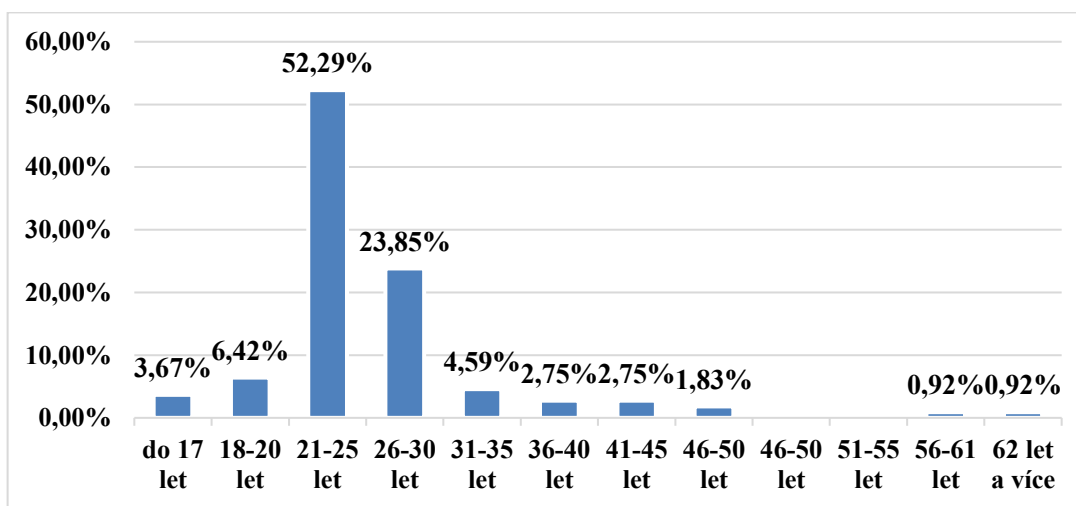
Graf č. 1: Pohlaví respondentů



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Dále byla pozornost zaměřena na rozdělení výzkumného vzorku podle dosaženého věku. Jak dokládá graf níže, nejčastěji se jednalo o osoby ve věku od 21 do 25 let. Celkem šlo o 57 respondentů (52,3 %). Významnější věkovou skupinou jsou také lidé ve věku od 26 do 30 let. V tomto případě šlo o 20 respondentů (18,3 %). U ostatních věkových skupin jde již pouze o jednotky dotázaných. Dá se proto konstatovat, že většina respondentů (71 %) je v mladším dospělém věku, a to mezi 21-30 lety.

Graf č. 2: Věk respondentů



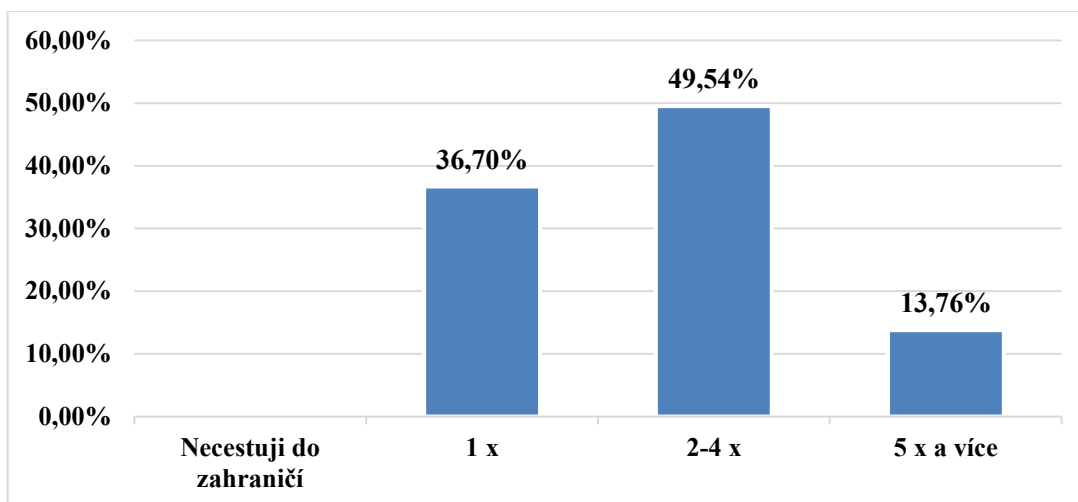
Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Na podkladě výše uvedeného lze uvést, že respondenty byly zejména ženy ve věku mezi 21-30 lety.

3.2.3 Interpretace získaných dat

Další otázka se věnovala zjištění, jak často již respondenti vycestovali do zahraničí (za jeden rok), bez ohledu na to, do jaké zahraniční země to bylo. Dle získaných dat se ukázalo, že celkem 49,5 % respondentů vycestuje za hranici 2 až 4 krát do roka, 36,7 % vycestuje pouze 1 krát a více než 5 krát vycestuje 13,8 % všech dotázaných respondentů.

Graf č. 3: Počet vycestování do zahraničí z České republiky za rok

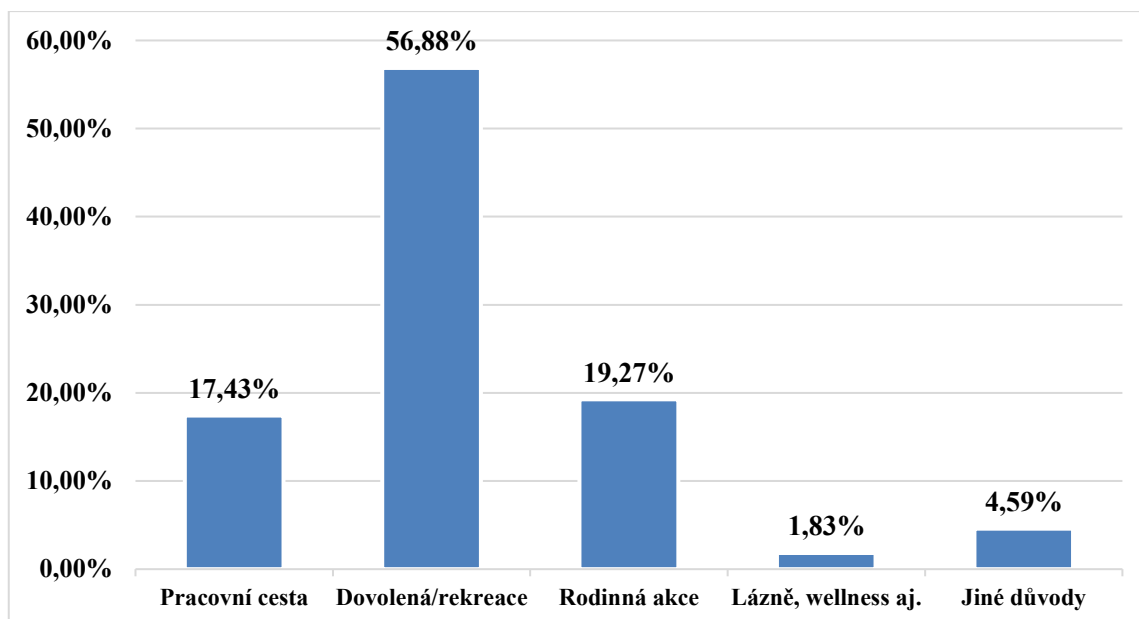


Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Tento graf poukazuje mimo jiné i na to, že se ve výzkumném vzorku nenašel žádný respondent, který by vůbec za rok do zahraničí nevycestoval. Z toho jednoznačně plyne, že čeští klienti mají zájem cestovat do zahraničí.

V další otázce dotazníku bylo zjišťováno, za jakým účelem nejčastěji respondenti vycestují z České republiky do zahraničí. Výsledky tohoto průzkumu ukazují, že nejvíce, a to 56,9 % respondentů, tak činí z důvodu dovolené, rekreace, odpočinku si. Za účelem rodinných akcí cestuje do zahraničí 19,3 % dotázaných, o něco méně, tedy 17,4 % respondentů vycestuje do zahraničí za účelem pracovní cesty, tj. za obchodními záležitostmi. Z důvodu léčebných (např. lázně, wellness apod.) vycestovává do zahraničí pouze 1,8 % respondentů.

Graf č. 4: Účel vycestování do zahraničí

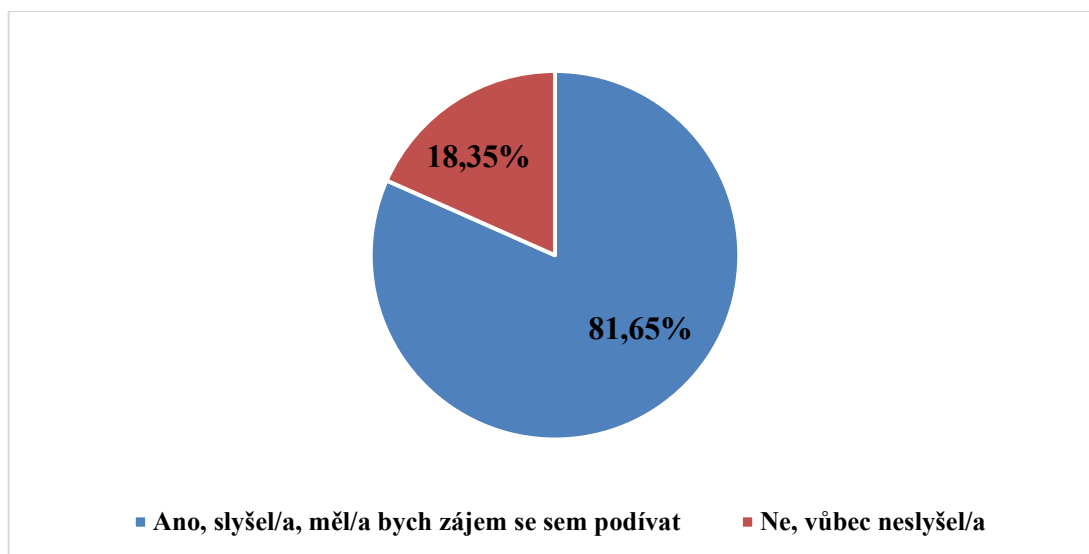


Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Graf výše jednoznačně dokládá, že čeští klienti, kteří byli v tomto výzkumu osloveni, cestují do zahraničí, aby si mohli odpočinout, relaxovat, poznat místní kulturu, památky, gastronomii. Jde o formu dovolené či rekreace, kam lze zařadit i další důvody, proč se zrovna klienti rozhodli vyjet na dovolenou do zahraničí. Zpravidla chtějí u moře relaxovat, přičemž však zároveň poznávají i místní památky. Tento způsob trávení zahraniční dovolené může být jak organizovaný (vycestují s cestovní kanceláří), tak i neorganizovaný, kdy se více dobrodružní klienti vydávají do zahraničí tzv. po vlastní ose, kdy si mohou např. naplánovat vlastní poznávací zájezd, podle toho, co je baví, co chtějí vidět. Sami si pak určí, kde budou ubytováni, jak se budou stravovat apod.

V další otázce bylo zjišťováno, zda jsou oslovení respondenti informováni o možnostech cestovního ruchu v Ázerbájdžánu, tj. v bývalé sovětské republice, která se nachází v kavkazské oblasti, v blízkosti zemí, jako je Gruzie, Arménie a Irán a z jedné strany je omývána Kaspickým mořem. Výsledky byly v tomto případě poměrně nepříznivé. 81,7 % dotazovaných odpovědělo, že ještě nikdy neslyšelo o možnostech cestovního ruchu do Ázerbájdžánu. Naopak, pouze 18,3 % dotázaných již o možnostech cestování a turismu v Ázerbájdžánu slyšelo, a měli by případně i zájem se sem podívat.

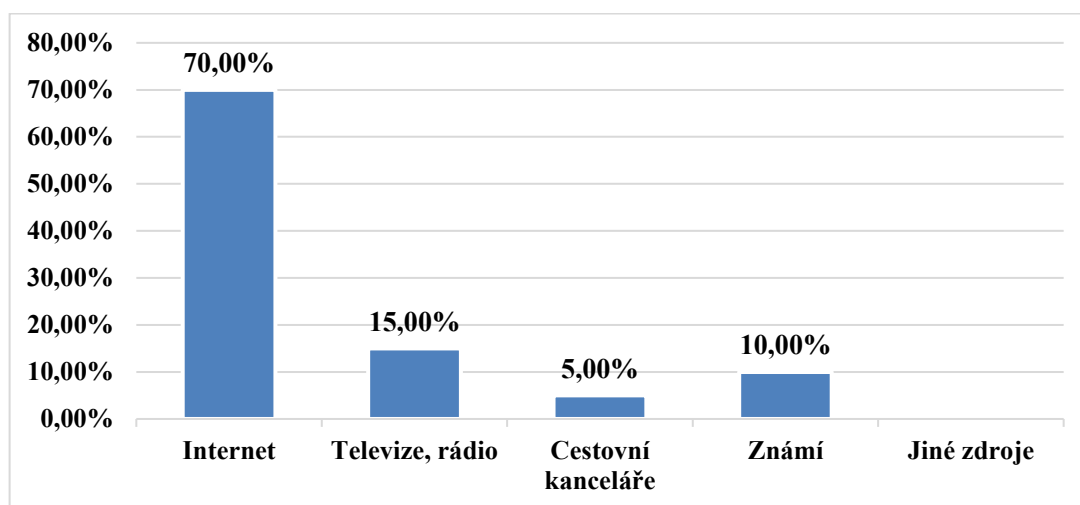
Graf č. 5: Povědomí o cestovním ruchu v Ázerbájdžánu



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Další otázka zněla následovně: „*Slyšeli jste už, nebo nějakou jinou formou se dozvěděli, o možnostech cestovního ruchu v Ázerbájdžánu?*“ Při kladné odpovědi na předchozí otázku bylo zjišťováno i to, odkud respondenti znají možnosti cestovního ruchu v této kavkazské zemi. V případě tohoto průzkumu se jednalo jenom o 20 respondentů, neboť zbylých 89 doposud nevědělo, že by mohli vycestovat do Ázerbájdžánu, např. na dovolenou. Zdroje zjišťování o cestování v této zemi mohou být různého druhu, přičemž v tomto případě se z větší části jednalo především o internet (70 %), jak také dokládá graf níže.

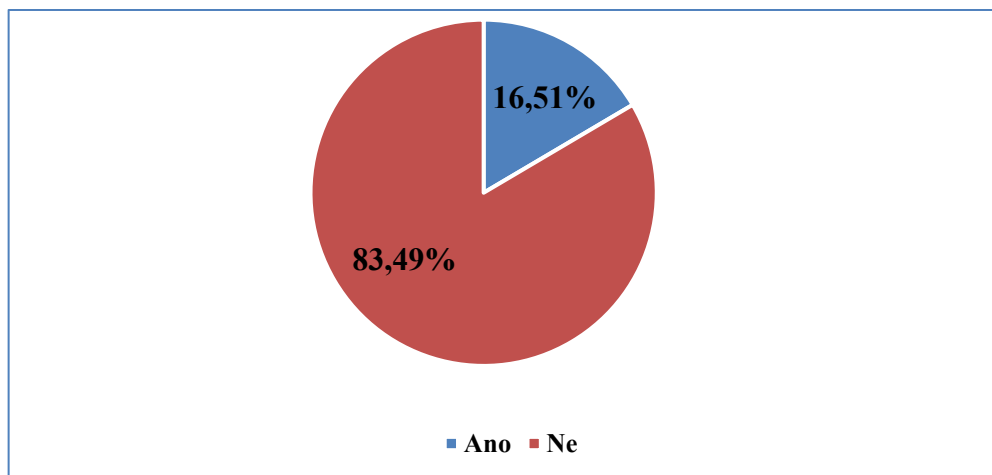
Graf č. 6: Původ získání informací o cestování v Ázerbájdžánu



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Následující otázka v dotazníku se týkala toho, zda oslovení respondenti znají někoho, kdo již vycestoval do Ázerbájdžánu, aby podstoupil jakýkoliv druh cestování a zde např. poznával kulturu, památky, zrelaxoval, podstoupil wellness aj. Pouze 16,5 % dotázaných zná někoho takového, zatímco 83,5 % respondentů nikoliv.

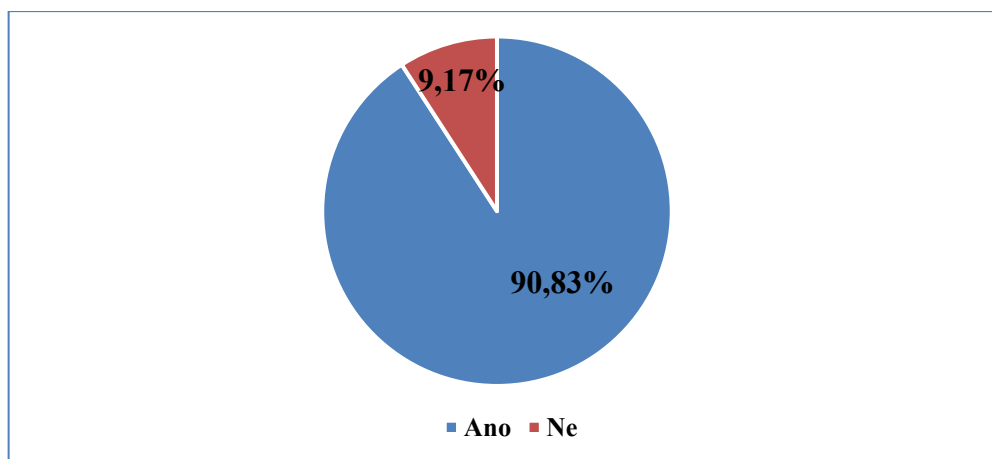
Graf č. 7: Znají respondenti někoho, kdo již cestoval do Ázerbájdžánu?



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Další otázka řeší podobnou situaci jako ta předchozí. Dotazování však byli konkrétní respondenti, zda už někdo z nich někdy vycestoval do Ázerbájdžánu z jakéhokoliv důvodu, ať již za účelem poznávání historických památek, rekreace u moře, poznávání místní kultury, vysokohorské turistiky, zlepšení zdraví (lázně, wellness), nákupy apod. V tomto případě 90,8 % dotázaných nikdy nevycestovalo do Ázerbájdžánu z jakéhokoliv důvodu týkající se cestovního ruchu. Zbývajících 9,2 % dotazovaných tak už někdy ve svém životě učinilo.

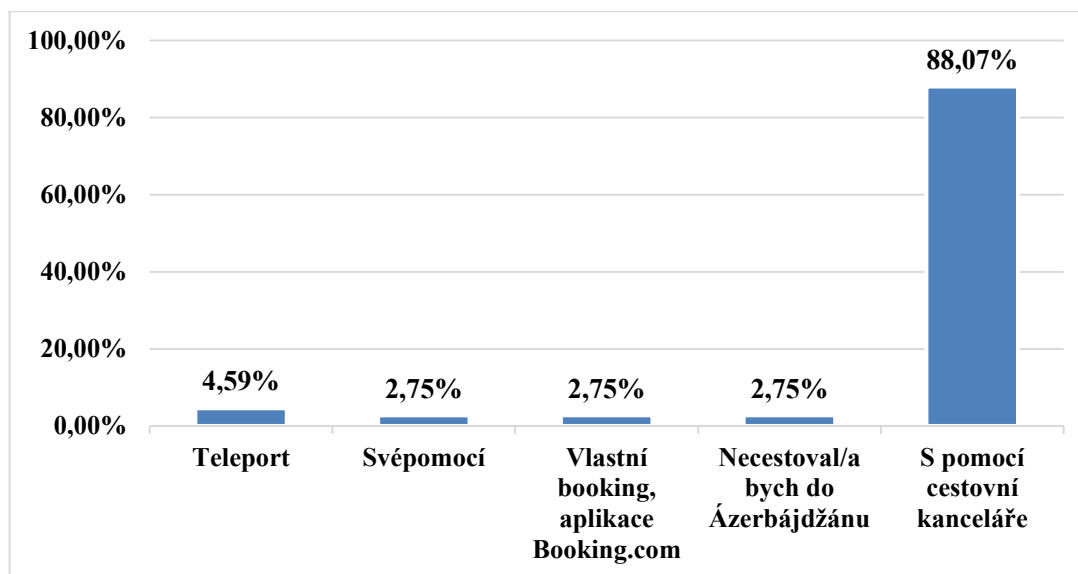
Graf č. 8: Vycestovali respondenti již někdy do Ázerbájdžánu?



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

V deváté otázce bylo zjišťováno, jakou formou by dotazovaní do destinace cestovali. Drtivá většina, 88,07 %, by cestovala prostřednictvím cestovní kanceláře. Další tři respondenti shodně uvedli tři odpovědi (2,8 %), a to, že by využili možnosti aplikace/portálu Booking.com či vlastního bookingu, že, by vůbec do této destinace necestovali, a někteří by cestovali teleportem. 3,7 % dotazovaných by cestovalo svépomocí.

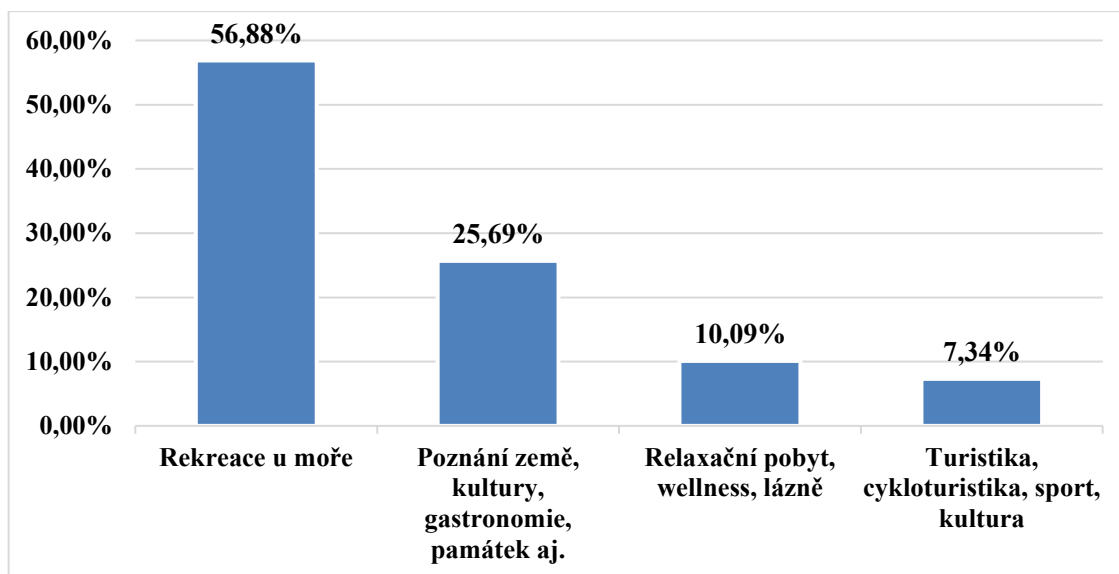
Graf č. 9: Způsoby dopravy do Ázerbájdžánu dle respondentů



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

V desáté otázce bylo podrobně zjišťováno, jakou formu cestovního ruchu či jaké aktivity by respondenti vyhledávali, když by vycestovali do Ázerbájdžánu. Nejvíce respondentů by si vybralo rekreaci u moře, kdy by měli možnost se účastnit několika fakultativních výletů do okolí, do města, které je něčím zajímavé (56,9 %). Další respondenti také uvedli, že by měli zájem o poznávací několikadenní pobyt, kdy by měli možnost poznat celou zemi, zjistit, o jakou kulturu se jedná, čím je zajímavá, vidět různé památky, mešity apod. (25,7 %). Menší část dotázaných by preferovala relaxační pobyt či wellness (10,1 %). Zbylých 8 respondentů zmínilo možnost turistiky, cykloturistiky či jiné sportovní nebo kulturní vyžití (7,3 %).

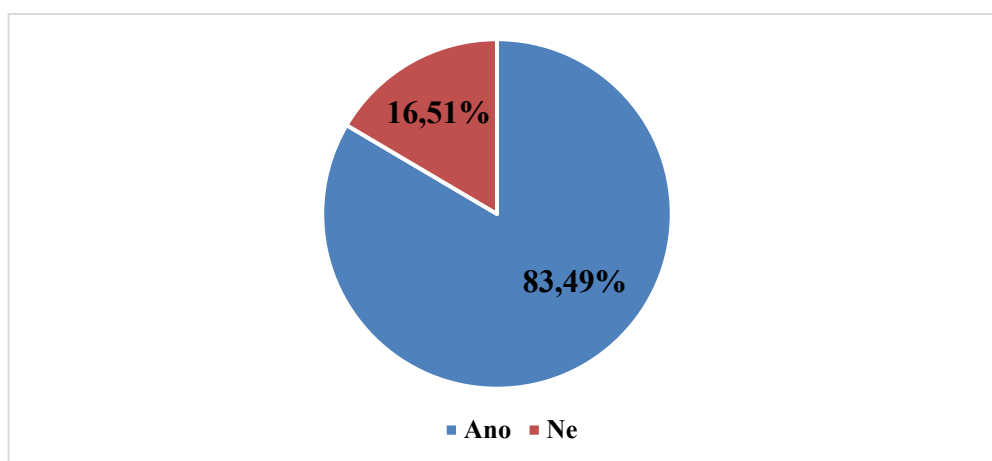
Graf č. 10: Preference aktivit cestovního ruchu v Ázerbájdžánu



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Graf č. 11 ukazuje odpověď na otázku, zda dotázaní věděli, že kvalita poskytovaných služeb v cestovním ruchu je v řadě případů na stejné či nepatrně vyšší úrovni, avšak za nižší ceny než v České republice. Je většinou na vyšší úrovni za mnohem nižší ceny než u nás. 83,5 % respondentů si tohoto faktu je vědomo, Zbýlých 16,5 % naopak nikoliv.

Graf č. 11: Znalost kvality služeb a jejich ceny v oblasti cestovního ruchu v Ázerbájdžánu

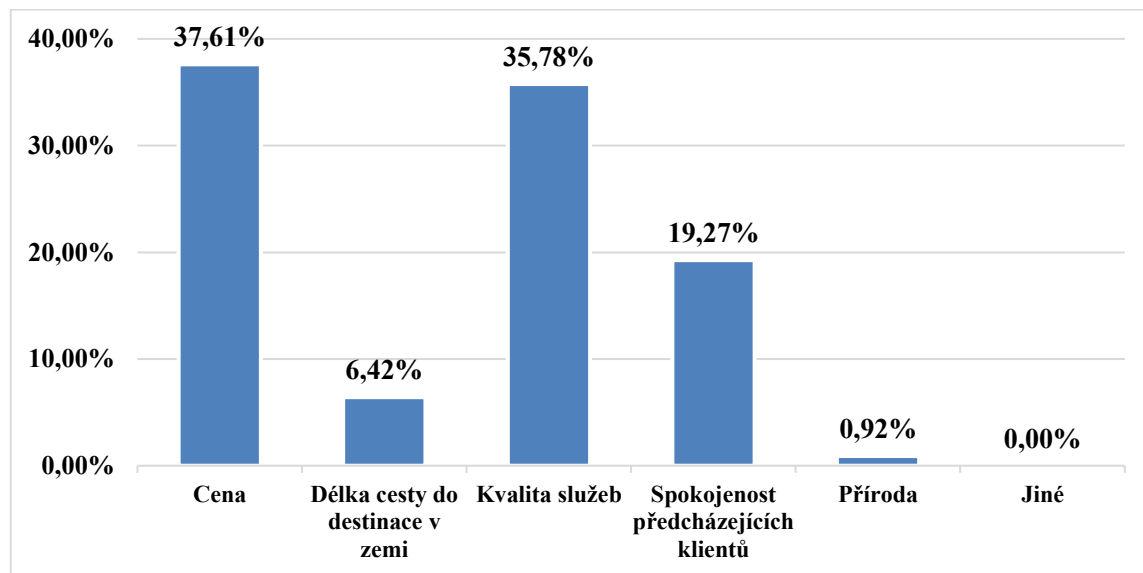


Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

V otázce č. 12 dotázaní odpověděli na otázku, co by je nejvíce ovlivnilo při rozhodování o návštěvě zahraniční destinace, a to Ázerbájdžánu. Nejvíce respondentů by ovlivnila cena, a to 37,6 %. Těsně pod touto možností byla kvalita služeb, podle níž by se

rozhodovalo 35,8 %. Spokojenost předchozích zákazníků by ovlivnila 19,3 % a délka cesty do konkrétní destinace v rámci Ázerbájdžánu by ovlivnila 6,4 % respondentů.

Graf č. 12: Faktor důvodu návštěvy krajiny Ázerbájdžánu

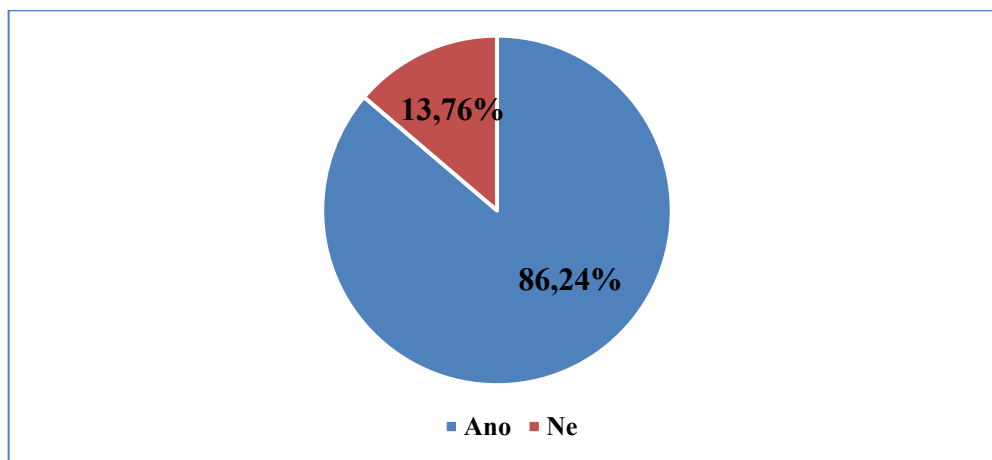


Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

V 13. otázce byli respondenti tázáni na to, kolik by byli ochotni utratit za dovolenou v Ázerbájdžánu. Nejvíce dotazovaných si vybralo prostřední možnost, tedy 25 tis. Kč. 43,1 % dotázaných by bylo ochotno tuto částku utratit při cestování do Ázerbájdžánu. 25,7 % respondentů by bylo ochotno utratit 33 tis. Kč.

Poslední otázka č. 14 v dotazníku byla zaměřena na cestovní ruch v Ázerbájdžánu, kdy se tato turistická destinace stává stále oblíbenější, a obecně je o tuto zemi mezi turisty z celého světa stále větší zájem. Oslovení respondenti měli dle vyhodnocených údajů zájem o více informací ohledně nabízených služeb cestovního ruchu ve zmíněné oblasti. 86,2 % dotázaných se vyjádřilo kladně, což je pozitivní výsledek celého průzkumu. 13,8 % respondentů naproti nemá zájem o více informací ohledně těchto služeb za účelem cestování do Ázerbájdžánu.

**Graf č. 13: Zájem o informace o službách v oblasti cestovního ruchu
v Ázerbájdžánu**



Zdroj: autor práce – 2021 (vlastní zpracování)

Jedna otázka v dotazníku měla otevřenou podobu, kdy se měli respondenti vyjádřit, jaký je jejich názor na cestování do Ázerbájdžánu. Většina odpověděla pozitivně. Zaujala je výjimečnost této země, hezká příroda, kulturní bohatství, milí lidé a dobré jídlo. Někteří však tuto zemi považují za nebezpečnou (boje s Arménií o Náhorní Karabach, jde o muslimskou zemi, u některých respondentů všeobecně strach z islámu a z terorismu) a neodvážili by se tam cestovat tzv. po vlastní ose. Většina z těchto respondentů by na cestu do Ázerbájdžánu využila služeb cestovní kanceláře. Nejvíce však převládaly kladné odpovědi těch, kteří tam již byli, ale i těch, kteří by se do Ázerbájdžánu rádi podívali.

4 NÁVRHY MOŽNÝCH ZLEPŠENÍ

4.1 Současný stav cestovního ruchu v Ázerbájdžánu

Na podkladě doposud uvedených informací lze uvést, že zcela jednoznačně se mezi silné stránky cestovního ruchu v Ázerbájdžánu řadí četné možnosti různých aktivit, které tato země svým turistům nabízí. Především jde o jejich dlouhodobé tradice jedinečné kultury (gastronomie, kultura, hudba, jedinečnost propojení náboženství do architektury a historických památek). Výhodou a pozitivně lze hodnotit, že tři komplexy historických budov a dalších památek se nacházejí na seznamu UNESCO. Ukazuje se také, že Ázerbájdžán představuje do jisté míry exotickou zemi, neboť se nachází na přechodu mezi Evropou a Asií, nabízí řadu různých služeb, mnohdy velice kvalitních, a to za výrazně nižší ceny než v jiných známých turistických destinacích (ale pozor, tato skutečnost neplatí v hlavním městě Baku).

Na druhé straně se Ázerbájdžán nadále potýká s mnoha nepokoji, zejména s Armény, což se týká oblasti Náhorního Karabachu, kam se rozhodně cestovat nedoporučuje. Vzhledem k tomu, že země nedostatečně marketingově komunikuje, že se jedná jenom o menší část území, a zbytek země je bezpečný, může to mít vliv na úbytek turistů. Nehledě na fakt, že nyní není cizincům do země vstup povolen s ohledem na pandemii COVID-19. Lze však uvažovat další rozvoj cestovního ruchu na další období, kdy je nutné započít s efektivnější marketingovou komunikací s cílem propagace této destinace směrem k zahraničním turistům.

Co je však zcela jistě nutné dodat, je to, že země má nadále problém s nedostatečným počtem a úrovní infrastruktury cestovního ruchu. Na tuto oblast je nutné cílit první opatření. Nejde jenom o modernizaci stávající infrastruktury, ale také o vystavění dalších zařízení a rekreačních objektů. Navíc situace je v této oblasti rozličná mezi menšími a většími městy. Větší problém není v hlavním městě Baku, je však třeba zlepšit úroveň infrastruktury i v horských střediscích, na venkově. Zvláště, má-li Ázerbájdžán poměrně velký potenciál pro rozvoj vysokohorské turistiky, sportovního a kulturního cestovního ruchu, agroturistiky či ekoturismu.

Nové přístupy v oblasti politiky cestovního ruchu v Ázerbájdžánu mohou přispět k rozvoji, řízení a trvalému zlepšení cestovního ruchu v následujících oblastech:

- optimální využití přirozených výhod geografické polohy krajiny, jejích regionů a center na úkor efektivní tranzitní politiky, zintenzivnit výměnu přeshraničního cestovního ruchu se sousedními krajinami, rozvoj dopravních a komunikačních systémů, a především uspořádání trans-euroasijských komunikačních chodeb a hraničních přechodů,
- ochrana a obnova národní přírodní památky a kulturně-historického dědictví skrze zlepšení regulačního rámce, zákonného přidělení statutu turistických a rekreačních oblastí a rozšíření jejich fondu, zachování s normami vědecky podložených rekreačních schopností územních celků, přitáhnutí domácích a zahraničních investic do modernizace, rekonstrukce a zlepšení rekreačních objektů cestovního ruchu, které poskytují atraktivní turistickou image národních parků, přírodních rezervací a kulturních památek prostřednictvím cílené reklamy a propagace, stejně jako použití informačních a marketingových zdrojů v oblasti cestovního ruchu,
- tvorba informací a analytického základu turistického systému, který zahrnuje právní materiály, statistiku, programování, vědecko-výzkumné sledování, reklamu a informace obchodní povahy, rozvoj vhodné institucionální infrastruktury prostřednictvím zřízení Národního centra studií pro turistiku a rekreaci, meziregionální síť turistických informačních center v hlavních turistických oblastech a center republiky i zahraničí, které jsou v konsolidaci největších turistických toků, stejně jako aktivní využití internetových zdrojů,
- pomoc při prosazování národních turistických produktů do cílového částečného rozpočtového financování a vytvoření příznivých podmínek pro reklamní a informační a výstavní činnosti, použití těchto cílů z hlediska existujících institucí (zahraničních diplomatických a konzulárních úřadů, obchodní kanceláře) a jejich další rozvoj prostřednictvím organizování turistických informačních center.

Komplexní realizace plánovaných opatření vyžaduje značnou státní podporu, včetně vládního financování, společně se zapojením soukromého a zahraničního kapitálu s cílem modernizace infrastruktury cestovního ruchu, vytváření a podporu národního turistického produktu. Je potřeba připomenout, že se rozvinuté krajiny po mnoho let zabývají implementací těchto opatření, je zapotřebí posílit konkurenceschopnost systémů

cestovního ruchu, vytvářet možnosti rekreace státní regulace a intenzivní investice do této oblasti. V tomto ohledu je zavázání politiky moderního cestovního ruchu Ázerbájdžánu možné jenom v případě přechodu na inovativně orientovanou fázi rozvoje turistického systému.

Vzhledem k tomu, že hlavním cílem rozvoje průmyslu je vytvořit moderní konkurenceschopný turistický komplex v krajině, je vyžadován výkon systematických opatření. Ke zlepšení státu státní regulace trhu cestovního ruchu v Ázerbájdžánu, rozvoje cestovního ruchu a rekreačních zařízení, je zapotřebí zvýšení právního statutu agentury pro cestovní ruch a sportu, založit výzkumné centrum pro studium o problémech a perspektivách rozvoje cestovního ruchu Ázerbájdžánu, vytvořit program na podporu a zvýšení úrovně turisticky atraktivních oblast krajiny.

Hlavním cílem v oblasti cestovního ruchu je další rozvoj turistického komplexu krajiny pro podporu hospodářského růstu a zvýšení zaměstnanosti obyvatelstva. K dosažení tohoto cíle jsou navrhována řešení těchto úloh:

- transformace průmyslu cestovního ruchu v ziskovém sektoru ekonomiky,
- vytvoření vysoce ziskového odvětví cestovního ruchu,
- propagace a realizace konkurenčního národního turistického produktu na mezinárodním trhu služeb cestovního ruchu.

Je potřebné dále zjednodušit vízové procedury. To je ostatně další slabé místo cestovního ruchu v Ázerbájdžánu. Nadále totiž pro obyvatele České republiky platí, že pokud chtějí vycestovat, i jenom za turistikou do Ázerbájdžánu, musí si vyřídit vízum. Ačkoliv od počátku roku 2017 je vízová povinnost zjednodušena, lze se oprávněně domnívat, že pro rozvoj cestovního ruchu v této zemi bude nutné ještě více se touto problematikou zabývat. Jsme toho názoru, že by měla být víza plně zrušena pro určité kategorie turistů, kteří podporují image krajiny z hlediska bezpečné a otevřené země pro cestovní ruch. Měla by se vytvořit síť míst kompaktního pobytu turistů – hotelů kategorie 3-4 hvězdiček, kempů, penzionů a etnografických vesnic.

Poskytování služeb v cestovním ruchu by nemělo být provázeno zhoršením charakteristik přírodního prostředí (znečištění území, porušování vegetace, poškození a spalování keřů a stromů apod.). Poskytnuté turistické služby musí být v souladu s požadavky k poskytování dodatečného pohodlí pro spotřebitele, atraktivity a prestiže služeb.

4.2 Návrhy a opatření ve vztahu k výsledkům průzkumu

Na základě výsledků z analytické části, resp. z výsledků dotazníkového šetření, je možné konstatovat, že není významného rozdílu v informovanosti mezi mladšími a staršími respondenty a ani mezi pohlavím respondentů. Nicméně informovanost o Ázerbájdžánu a možnostech cestovního ruchu, které nabízí, není postačující, aby se dostala do širšího povědomí. Největší zájem byl o rekreaci u moře, poznávání místní kultury, památek, gastronomie. Zájem je však také o wellness procedury, které jsou ve velké míře dostupné i v České republice.

Ázerbájdžán nepatří mezi běžné turistické destinace českých turistů, ale přesto byl projevený dostatečný zájem ze strany respondentů získat více informací nebo dokonce i vycestovat. Na druhé straně se však objevili i tací, kteří se rozhodli neobjevovat nová místa a zůstat věrní známým destinacím a vlastním cestovatelským zkušenostem z minulých let.

Na podkladě výše uvedeného jsou proto doporučovány následující návrhy:

- Hlavním informátorem v oblasti zdravotního turismu v Ázerbájdžánu by mohl být lékař vyšetřující daný problém, který by měl být v případě pacientova zájmu informován, kde v zahraničí je možné konkrétní zákrok provést kvalitně a co nejdříve. Důležitá je také následná spolupráce pojišťovny a cestovní kanceláře. Spolupráce těchto tří objektů by mohla zajistit a zprostředkovat pacientům možnosti a řešení jejich problémů v jiných zemích, kde by mohli spojit odpočinek s léčebnými procedurami. Při pozitivní odezvě ze strany pojišťovny společně s výhodnou nabídkou cestovní kanceláře by určité množství turistů i z České republiky začalo zvažovat zdravotní turismus v Ázerbájdžánu kombinovaný i s kulturním nebo sportovním cestovním ruchem. Tento pojem není v České republice příliš znám, proto je důležitá osvěta a zlepšení marketingu. V tomto případě by se toho měly ujmout cestovní kanceláře ve spolupráci se zdravotními pojišťovnami a vytvořit výhodné nabídky pro všechny zúčastněné strany.
- Samotné cestovní kanceláře by mohly začít více lobovat v oblasti cestovního ruchu jako takového, neboť Ázerbájdžán, podobně jako Gruzie, nabízí mnoho možností cestovního ruchu, navíc jde o exotickou zemi, s kvalitními službami, které se postupně dále rozvíjejí.

- Uvedené se týká také spolupráce s leteckými společnostmi, které by měly za účel lépe zpropagovat Ázerbájdžán, konkrétní instituce, což by vedlo ke zvýšenému povědomí o cestovním ruchu v této zemi.
- Zjednodušené vyřizování víz, které může být častokrát zdlouhavé a komplikované, a proto se více turistů rozhodnou pro jinou destinaci. Zde je také důležitá angažovanost cestovních kanceláří a jejich komunikace s kompetentními zahraničními orgány. Ty by při stoupajícím zisku ze zahraničí, i z České republiky, mohly vidět perspektivu výnosu v zahraniční turistice, proto by uvolnily pravidla pro vydávání turistických víz s délkou pobytu v zemi rozsahu max. 3 měsíců.
- Lepší informovanost veřejnosti o možnostech cestovního ruchu v Ázerbájdžánu. Tato země je mezi českými obyvateli jenom málo známa, přitom její potenciál v oblasti cestovního ruchu je poměrně velký. Proto by takovou osvětu mělo zastřešit velvyslanectví Ázerbájdžánu, ideálně ve spolupráci s cestovními kancelářemi. Marketing CK ve spojení s dalším výzkumem v této oblasti by mohl napomoci rozvíjení cestovního ruchu v Ázerbájdžánu.

ZÁVĚR

Cestovní ruch patří v současnosti mezi nejvýdělečnější hospodářská odvětví více zemí světa. Není proto žádným překvapením, že patří i k těm nejdynamičtěji se rozvíjejícím. Hlavní předpoklad pro rozvoj turismu ve světě předurčují především přírodní poměry jednotlivých zemí, které dávají možnost rozvoji rozličných druhů a forem cestovního ruchu. Moderní cestování má dnes však jiný charakter než v minulosti, lidé vyhledávají stále autentičtější a unikátnější destinace, se snahou poznat nepoznané země, vidět nádhernou přírodu, zažít kulturu a zvyky, tradice místní země. To byl také jeden z hlavních důvodů pro výběr tématu se zaměřením na Ázerbájdžán.

Je však třeba poukázat i na skutečnost, o čemž byla zmínka v teoretické části práce, že pandemie nového typu koronaviru obecně změnil pohled na celý svět, změnil podobu jednotlivých odvětví národního hospodářství, a výjimkou v tomto ohledu nebyl ani cestovní ruch. Naopak lze hovořit o tom, že cestovní ruch byl postižen jako jeden z nejvíce. Cestování v současné době funguje jenom v malém obratu, lze však počítat s tím, že od druhé poloviny roku, poté, co bude proočkována větší část světové populace, bude se opět život vracet k normálnímu životu, a proto i cestovní ruch bude opět nabývat na síle. V této souvislosti je také nutné uvést, že v současnosti cestovní ruch v Ázerbájdžánu v podstatě nefunguje, neboť podle nařízení místní vlády byl zakázán vstup do země pro veškeré cizince, a tím pádem sem nemohou cestovat za účelem cestování, turistiky. Mohou do země vstoupit občané Ázerbájdžánu a návštěvníci z důvodu služební cesty.

V této práci byl stanoven hlavní cíl: blíže analyzovat Ázerbájdžán jako turistickou destinaci, jako objekt cestovního ruchu. V současnosti tvoří turismus v Ázerbájdžánu jednu z hlavních forem příjmů země, protože se Ázerbájdžán stává stále lákavějším místem k poznávání. V paměti mnoha starších lidí však stále zůstává jako země, v níž stále zuří nepokoje, a dochází k občanské válce s Arménií o Náhorní Karabach, což se opět v minulém roce stalo skutečností. Nicméně to neplatí pro celý Ázerbájdžán. Země sama o sobě má zajímavou minulost. Její poloha je strategická, leží na křižovatce Evropy a Asie a byla lákavou pro mnohé národy, jako jsou Peršané, Mongolové, Turci, či Rusové. Určitým problémem jsou však dlouholeté boje s Armény o Náhorní Karabach. Staré civilizace po sobě zanechaly mnoho památek v podobě chrámů, pevností, opevnění či

hradeb a občanské války poznamenaly krajinu v podobě vylištěných vesnic, zničených měst a nepřístupných regionů.

Ázerbájdžán je rozmanitou zemí a se svou rozlohou (86 600 km²) je pouze o něco větší než Česká republika (78 866 km²). Nabízí hory Velkého Kavkazu podél celé východní hranice (až k hlavnímu městu Baku, které vybíhá do Kaspického moře), vhodné pro turistiku či skialpinismus, jízdy na koních nebo lezení po skalách. Celé východní pobřeží je omýváno uzavřeným Kaspickým mořem (Ázerbájdžán nemá přímý přístup k otevřenému moři), čímž z ní činí atraktivní a stále více populární dovolenkovou destinaci. Nejednoho návštěvníka chytí za srdce ulice hlavního města Baku s unikátní architekturou, typické kostely a mešity roztroušeny po celé zemi. Nelze nezmínit skutečnost, že Ázerbájdžán má na Seznamu světového dědictví UNESCO zapsány tři památky, což je opevněné město Baku (jeho historické jádro), dále Qobustanská archeologická rezervace a historické centrum Seki s palácem chánů. Jedinečná je také ázerbájdžánská kultura, hudba, umění a lidové vzory.

Ázerbájdžánci jsou velmi pohostinným národem a své hosty vnímají jako dar, jako nejváženějšího člena své domácnosti. Není nutné rozumět místní ázerbájdžánštině, mnozí místní obyvatelé však také ovládají angličtinu nebo ruštinu. Vyplatí se vyzkoušet i tamní kuchyni, protože každý region má svou vlastní kulinářskou tradici, uchovávanou během staletí. Ázerbájdžán však není navštěvován gastroturisty jen kvůli kuchyni, ale i kvůli nejlepšímu vínu v širokém okolí.

Je třeba zmínit, že země patří do oblasti suché, středně vyprahlé stepi. Podnebí má kontinentální podobu, kdy zde existují velké rozdíly v teplotách mezi zimním a letním obdobím. Při návštěvě hor je zapotřebí zohlednit vyšší nadmořskou výšku, kdy se v horách s vyššími polohami nachází větší množství sněhu po celou dobu roku. Nejideálnější období pro návštěvu Ázerbájdžánu je období od května do října, kdy se na východním pobřeží rozbíhá hlavní turistická sezóna, ale v létě bývá v nížinách příliš horko, proto se právě v tomto období doporučuje návštěva hor.

Turismus se dle informací z této bakalářské práce rozvíjí s vysokým potenciálem a v poměrně dynamickém tempu, ať už obnovou památek nebo budováním nových komplexů a hotelů čili obecně se zlepšuje infrastruktura cestovního ruchu. Je to však jedna ze slabin místního cestovního ruchu, na které bude nutné ještě do budoucna

zpracovat. Rozvoji místního cestovního ruchu dopomohlo i fungování mezinárodního letiště v Baku, kam létají mnohé nízkonákladové letecké společnosti. Rozvoji cestovního ruchu v budoucnu pomůže i vybudování a otevření nového mezinárodního letiště ve Fuzuli v jihovýchodní části země.

Jistým problémem při vstupu do země je nutnost vyřídit si vízum i pro turistické cesty. Nicméně od ledna roku 2017 si mohou občané České republiky vyřídit vízum do země online za předpokladu, že půjde o turistické cesty v maximálním rozsahu 30 dnů. To lze považovat za jedno kritérium, díky kterému by se mohl Ázerbájdžán stát atraktivnější zemí pro více turistů z České republiky.

Do Ázerbájdžánu jsou organizovány zájezdy i některými cestovními kancelářemi, ty však často spojují zájezdy s okolní Gruzii či Arménií. Zpravidla se tak jedná o několikadenní poznávací zájezdy, pobytové zájezdy zpravidla české cestovní kanceláře nezajišťují. Pokud chce cestovatel zažít Ázerbájdžán takový, jaký skutečně je, měl by se tam vydat po tzv. vlastní cestě. Ázerbájdžán jednoznačně patří mezi země, které zůstanou v paměti každému turistovi.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- BERÁNEK, J. a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- GALVASOVÁ, I. a kol. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.
- GOELDNER, C. R. a J. R. B. RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- JONES, A. a kol. *Gruzie, Arménie a Ázerbájdžán*. Praha: Svojtka & Co., 2016. ISBN 978-80-256-1764-9.
- PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
- RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- VYSTOUPIL, J. a M. ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.7.
- VYSTOUPIL, J., M. ŠAUER a M. TROUSIL. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

- CURTIS, G. E. et al. *Armenia, Azerbaijan, and Georgia country studies*. Washington: U.S. Government Printing Office, 1995. ISBN 0-8444-0848-4.
- DWYER, I., P. FORSYTH a W. DWYER, W. 2nd. ed. *Tourism Economics and Policy*. Sydney: Channel View Publications, 2020. ISBN 978-1-845417-34-5.
- EDGELL D. L. et al. *Tourism Policy and Planning (Yesterday, Today and Tomorrow)*. New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2014. ISBN 978-0415534-53-6.

- ELLIOTT, J. *Tourism Politics and public sector management*. London: Routledge, 1997. ISBN 0-415-07158-5
- GÚČIK, M. *Cestovný ruch politika a ekonómia*. Banská Bystrica: DALI- BB, 2011. ISBN 978-80-89090-98-3.
- HALL, C. M. 2nd. ed. *Tourism Planning Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Pearson Education, 2008. ISBN 678-0-13-204652-7.
- MICHALOVÁ, V. a kol. *Služby a cestovný ruch*. Bratislava: SPRINT, 1999. ISBN 80-88848-51-2.

Seznam použitých internetových zdrojů

- 2020: WORST YEAR IN TOURISM HISTORY WITH 1 BILLION FEWER INTERNATIONAL ARRIVALS. *UNWTO* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>.
- CIA. Azerbaijan. *The World Factbook* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/azerbaijan/>.
- CORNELL, S. E. *The Nagorno-Karabakh Conflict: Report no. 46* [online]. Uppsala: Department of East European Studies, 1999 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2012/MVZ208/um/35586974/Cornell_The_Nagorno-Karabakh_Conflict.txt.
- COVID-19. *World Travel & Tourism Council* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://wttc.org/COVID-19>.
- GUIDING TOURISM'S RECOVERY. *UNWTO* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19>.
- ISABALAYEVA, Ilhama. Number of foreigners arriving in Azerbaijan grows by over 11%. *Trend News Agency* [online]. 2019 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://en.trend.az/business/tourism/3158626.html>.
- Latest research from WTTC shows a 50% increase in jobs at risk in Travel & Tourism. *World Travel & Tourism Council* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism>.
- SEZNAM.CZ. Ázerbájdžán. *Mapy.cz* [online]. 2021 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=18.8822941&y=47.0861065&z=4&l=0&source=osm&id=31>.

Tourism – an economic and social phenomenon. *UNWTO* [online]. 2020 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/why-tourism>.

UNWTO. *International Tourism Highlights 2020* [online]. 2021 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* [online]. 2019 [cit. 2021-02-19]. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

ZASTUPITELSKÝ ÚŘAD ČR V BAKU. Ázerbájdžán: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *BusinessInfo: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. 2019 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/azerbajdzan-zakladni-charakteristika-teritoria-ekonomicky-prehled/>.

SEZNAM ZKRATEK

CK	Cestovní kancelář
EPS	Evropská politika sousedství
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
OSN	Organizace spojených národů
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
WHO	Světová zdravotnická organizace
WTTC	Světová rada cestování a cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Multidisciplinarita cestovního ruchu	14
Obrázek č. 2: Schéma politiky cestovního ruchu	23
Obrázek č. 3: Poloha Ázerbájdžánu v rámci Eurázie	36

Seznam grafů

Graf č. 1: Pohlaví respondentů	40
Graf č. 2: Věk respondentů	41
Graf č. 3: Počet vycestování do zahraničí z České republiky za rok	42
Graf č. 4: Účel vycestování do zahraničí	43
Graf č. 5: Povědomí o cestovním ruchu v Ázerbájdžánu	44
Graf č. 6: Původ získání informací o cestování v Ázerbájdžánu	44
Graf č. 7: Znájí respondenti někoho, kdo již cestoval do Ázerbájdžánu?	45
Graf č. 8: Vycestovali respondenti již někdy do Ázerbájdžánu?	45
Graf č. 9: Způsoby dopravy do Ázerbájdžánu dle respondentů	46
Graf č. 10: Preference aktivit cestovního ruchu v Ázerbájdžánu	47
Graf č. 11: Znalost kvality služeb a jejich ceny v oblasti cestovního ruchu v Ázerbájdžánu	47
Graf č. 12: Faktor důvodu návštěvy krajiny Ázerbájdžánu	48
Graf č. 13: Zájem o informace o službách v oblasti cestovního ruchu v Ázerbájdžánu	49

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Huseyn Zeynalov

Obor: Evropská hospodářskosprávní studia

Forma studia: prezenční

Název práce: Tradice a problémy cestovního ruchu v Ázerbájdžánu

Rok: 2021

Počet stran textu bez příloh: 50

Celkový počet stran příloh: 0

Počet titulů českých použitých zdrojů: 10

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 7

Počet internetových zdrojů: 12

Vedoucí práce: JUDr. PhDr. René Petráš, Ph.D.