

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Martin HANÁK

VYBRANÉ UDRŽITELNÉ FORMY CESTOVNÍHO
RUCHU V JIHOMORAVSKÉM KRAJI

Sustainable Forms in Tourism in the South Moravian Region

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jan Trávníček

Brno, rok 2015

Jméno a příjmení autora: Martin Hanák

Název bakalářské práce: Vybrané udržitelné formy cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Název bakalářské práce v AJ: Sustainable Forms of Tourism in the South Moravian Region

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Jan Trávníček

Rok obhajoby: 2015

Anotace:

Náplní této bakalářské práce na téma „Vybrané udržitelné formy cestovního ruchu v Jihomoravském kraji“ je na základě výsledků z výzkumného šetření stanovit problémy dané problematiky a následně vytvořit návrh řešení. Teoretická část se zaměřuje na vysvětlení základních pojmů týkajících se daného tématu za pomoci odborné literatury. Tato část je více zaměřena na formu zelených stezek, které jsou úzce spjaty se zvolenou problematikou v praktické části. Praktická část se zabývá řešením výzkumu, který je zaměřený na cyklistickou certifikaci s názvem Cyklisté vítáni. Následující část je věnována na konkrétní návrhy řešení k dané problematice. Konec práce je završen návrhem certifikace pro vybraný podnik.

Annotation:

The aim of this thesis on „Selected sustainable forms of tourism in the South Moravian Region“ is based on the results of research to determine the problems of the issues and then create a design solution. The theoretical part focuses on explaining the basic concepts related to the topic with the help of professional literature. This part is more focused on the form greenways, which are closely linked to selected problems in the practical part. The practical part will deal with the research that is focused on cycling certification called Cyklisté vítáni. The following section is devoted to specific proposals for solutions to the issue. The end of the work is completed the design certification for the selected firm.

Klíčová slova:

cestovní ruchu, udržitelné formy cestovního ruchu, zelené stezky, udržitelnost, rekreace, sport, jízda na kole, Jihomoravský kraj, nadace Partnerství, certifikace

Key words:

Tourism, sustainable forms of tourism, greenways, sustainability, recreation, sport, cycling, South Moravia region, Foundation partnership, certification

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Vybrané udržitelné formy cestovního ruchu* vypracoval samostatně pod vedením *RNDr. Jana Trávníčka* a uvedl v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne 14. 4. 2015

vlastnoruční podpis autora

Na tomto místě bych rád poděkoval panu RNDr. Janu Trávníčkovi za cenné informace, které mi dopomohly ke vzniku bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat provozovatelům podniků, kteří mi ochotně poskytli rozhovor. V neposlední řadě chci poděkovat rodině za podporu.

OBSAH

Obsah	7
Úvod	10
I. Teoretická část.....	12
1 Udržitelný cestovní ruch	13
1.1 Udržitelné formy cestovního ruchu.....	13
1.1.1 Venkovský (rurální) cestovní ruch.....	13
1.1.2 Ekoturistika	14
1.1.3 Agroturistika.....	14
1.1.4 Ekoagroturistika	14
1.1.5 Druhé bydlení (Chataření a chalupaření)	15
1.1.6 Ostatní specifické formy	15
1.1.6.1 Geoturismus	15
1.1.6.2 Hipoturistika.....	16
1.1.6.3 Greenways.....	16
1.1.6.4 Stezky dědictví	17
1.1.6.5 Ostatní minoritní specifické formy	17
2 Greenways.....	18
2.1 Úvod do problematiky Greenways.....	18
2.2 Historie Greenways	19
2.3 Typy zelených stezek	20
2.3.1 EuroVelo - dálkové zelené stezky	20

2.3.2	Místní a regionální zelené stezky	20
2.3.3	Městské zelené stezky	20
2.4	Sdružení podporující Greenways	20
2.4.1	Nadace Partnerství.....	21
2.5	Informace o certifikaci Cyklisté vítání	21
2.5.1	Výhody vlastníků certifikace Cyklisté vítání	22
2.5.2	Podmínky certifikace Cyklisté vítání	23
2.5.3	Podniková propagace certifikace	23
2.5.4	Katalog Cyklisté vítání.....	23
II.	Praktická část.....	25
3	Metodika práce	26
3.1	1. Fáze: tvorba cílů a hypotéz.....	26
3.2	2. Fáze: určení cílových skupin.....	27
3.3	3. Fáze: zjištění informací o cílové skupině	27
3.4	4. Fáze: sestavení otázek pro strukturovaný rozhovor	27
3.5	5. Fáze: provedení strukturovaných rozhovorů	28
3.6	6. Fáze: vyhodnocení.....	28
4	Strukturované rozhovory	30
4.1	Certifikované podniky.....	33
4.2	Necertifikované podniky	34
4.3	Rozhovor s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání.....	35
5	Výsledky strukturovaných rozhovorů	37
6	Návrhová část	41
6.1	Nezájem o certifikaci	41

6.2	Nezájem o potřeby cyklistů.....	42
6.3	Zahraniční turisté.....	43
6.4	Návrh certifikace pro konkrétní podnik	44
	Závěr.....	48
	Použité zdroje	50
	Seznam obrázků, grafů a tabulek.....	53
	Přílohy	54

ÚVOD

Velkým problémem dnešní doby je přebytek, který má negativní vliv na naše okolí, na znečišťování ovzduší, znečišťování přírody, vyčerpání přírodních zdrojů, ničení přírodních památek atd. Lidem začíná pomalu docházet, že tohle není ta správná cesta a že je potřeba začít se více starat a zajímat o přírodu kolem nás. Jedná se tedy o šetrný a ekologický přístup k přírodě, díky čemuž se zachovávají důležité přírodní zdroje i pro další generace. Doposud šlo o sobecký přístup lidstva vzhledem k přírodním zdrojům, které jsou ve většině případů vyčerpatelné nebo už dokonce zcela vyčerpané. Jedná se o skutečnost, kdy si lidé začínají uvědomovat vzácnost přírody a přírodních jevů. Lidé se proto v dnešní době začínají stále více zajímat o udržitelnost a nabízené formy cestovního ruchu. Díky tomu vzrůstá i poptávka po nabízených formách jako je například agroturistika. Každá z forem je svým způsobem specifická. Na území ČR se vyskytuje mnoho nabízených forem cestovního ruchu. Díky velké nabídce se stává ČR lákadlem pro mnoho zahraničních turistů. Je to aktuálně velmi zajímavé téma a právě z toho důvodu si ho autor zvolil k vypracování této bakalářské práce, která nese název „Vybrané udržitelné formy cestovního ruchu v Jihomoravském kraji“. Práce je rozdělena na dvě části teoretickou a praktickou.

Teoretická část je zaměřena na popis udržitelných forem cestovního ruchu mezi které patří například venkovský cestovní ruch, ekoturistika, agroturistika, ekoagroturistika, chataření a chalupaření a ostatní specifické formy. Jednou z těchto specifických forem jsou i zelené stezky tzv. greenways, které jsou úzce spjaty se zvoleným tématem pro výzkumnou část této bakalářské práce.

Greenways je forma cestovního ruchu pro kterou momentálně neexistuje společná jednotná definice. Zelené stezky však lze popsat jako specifické trasy, které jsou používány v ekologickém souladu s přírodou. Jejich hlavní využití je v podobě turistiky, sportu a hlavně z toho vycházející cykloturistiky. Jedná se tedy o přírodní koridory, které slouží jako bezpečné cyklostezky pro cyklisty. Tyto stezky momentálně propojují spousty měst po celé Evropě, avšak jejich existence je i ve Spojených státech amerických odkud greenways pocházejí. Zelené stezky na našem území spravuje organizace s názvem Nadace Partnerství, které je věnován další prostor v teoretické části. Zde je vysvětleno, čím se tato organizace přesně zabývá a popisuje spojitost mezi ní a zelenými stezkami.

Následující téma, které navazuje na Nadaci Partnerství nese název certifikace Cyklisté vítání. Jedná se o certifikaci, kterou vydává již zmíněná Nadace Partnerství. Tato certifikace je zaměřena především na okolí tras zelených stezek. Certifikace je udělována stravovacím a ubytovacím zařízením, kempům a turistickým cílům. Její držitel disponuje označením, že splňuje kvalitu služeb poskytovanou pro cyklisty. Teoretická část této bakalářské práce tedy vytváří přehled udržitelných forem cestovního ruchu se zaměřením na zelené stezky.

Praktická část a výzkum této bakalářské práce se zaměřuje na certifikaci Cyklisté vítání v Jihomoravském kraji. Dílčím cílem je zjištění aktuálních kritérií potřebných pro získání certifikace. Dalším cílem je zjistit zda jsou nějaké pozitivní nebo negativní rozdíly u vybraných podniků držící certifikaci v kontrastu s podniky, které certifikaci nevlastní. Za tímto účelem je vyhotoven kvalitativní výzkum, díky kterému je možné zjistit potřebné informace. Hlavním cílem výzkumu je zjistit, zda budou stanovené hypotézy vyvráceny nebo potvrzeny. Další kapitola se bude věnovat návrhu na řešení problémů vzešlých z výsledků výzkumu. Konec práce je pak věnován návrhu certifikace pro konkrétní podnik.

Pro zpracování této bakalářské práce jsou stanoveny následující dílčí cíle:

Cíl 1: Zjistit z jakých důvodů provozovatelé vybraných podniků přijali certifikaci.

Cíl 2: Zjistit zda vybrané podniky vlastníci certifikaci zaznamenaly nějaké změny od doby, kdy certifikaci nevlastnily.

Cíl 3: Zjistit z jakých důvodů se vybrané necertifikované ubytovací a stravovací podniky nesnaží získat certifikaci.

Cíl 4: Zjistit zda se vybrané necertifikované podniky zajímají o zájmy cyklistů.

Výsledky hypotéz budou uvedeny ve výsledcích ze strukturovaných rozhovorů a následně i v závěru práce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH

Ve většině případů jsme svědky toho, že udržitelný cestovní ruch bývá spojovaný jen s turistikou ve venkovském prostředí a nebo také s běžným poznáváním přírodních památek a geoparků. Avšak není tomu tak, jelikož i městský a masový cestovní ruch může být označen jako udržitelný pokud se správným chováním přistupuje k dané destinaci a zdrojům, které ji oplývají. Uvádí se, že mnohem důležitější než kvantita je kvalita. Důležitou roli zde hraje i poznávání a informovanost o tradicích, kulturách a o samotné přírodě (Trávníček, Trojan, 2012). Udržitelný cestovní ruch je definován dle Páskové a Zelenky (2012) tak, že člověk dlouhodobě nenarušuje přírodu a kulturní prostředí. Podle Moravce (2007) je udržitelný cestovní ruch specifický tím, že zákazníci se chtějí sít s přírodou a lidským prostředím. Z toho pak vyplývají i některé udržitelné formy jako například agroturistika nebo druhé bydlení.

1.1 Udržitelné formy cestovního ruchu

Mezi základní nebo také můžeme říci nejnámější či nejpoužívanější udržitelné formy patří: venkovská turistika, agroturistika, ekoagroturistika a druhé bydlení nebo také chataření a chalupaření. Méně známé a využívané formy udržitelnosti nazýváme specifické. Hlavním důvodem je jejich dosavadní nízká popularizovanost. Patří sem formy jako: geoturismus, hipoturistika, greenways (zelené stezky), stezky dědictví a ostatní minoritní specifické formy do kterých spadá například lovecký cestovní ruch (Trávníček, Trojan, 2012).

1.1.1 Venkovský (rurální) cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch se dá definovat, jako turistika provozovaná ve venkovském prostředí, kde se nevyskytují rekreační centra. Venkovský cestovní ruch se vyznačuje dobrou funkcí při naplňování takzvaných pilířů udržitelného cestovního rozvoje. K environmentálnímu pilíři se vztahují náležitosti jakými jsou respektování a nepoškozování přírody, poznávání a využívání přírodních zdrojů. Do ekonomického pilíře spadají náležitosti jako například podpora zaměstnanosti na venkově. Při dobře rozvinutém rurálním cestovním ruchu se venkov může stát i částečně finančně soběstačný a nezatěžující tolik statní rozpočet. Poslední pilíř, který se nazývá sociální se vyznačuje převážně faktory týkající se poznáváním života obyvatel na vesnici a

poznáváním různých venkovských tradic a zvyklostí. Díky programu LEADER¹, který se zabývá rozvojem venkova mohou venkovská sídla do pěti set obyvatel získat finanční prostředky pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu (Moravec, 2007).

1.1.2 Ekoturistika

Ekoturistika nabývá stále větší popularity mezi turisty. Přesná definice k ekoturistice není stanovena, ale dá se popsat jako turistika probíhající v přírodě, při které turisté dodržují ekologické podmínky. Mezi hlavní činnosti této formy je využívání ekologických forem dopravy, pobývání v ekologicky vhodných ubytovacích zařízeních nejčastěji například nocování ve spacích pytlech nebo kempech. Dá se říci, že ekoturistika je především individuální forma cestování (Zelenka, Pásková, 2012).

1.1.3 Agroturistika

Agroturistika je jedna z forem udržitelného cestovního ruchu, která se také stává stále více populární. Trávníček s Trojanem (2012) uvádí, že agroturistika je výhradně spjata s venkovským prostředím a bývá zpravidla nabízena a provozována farmáři a majiteli zemědělských pozemků. Agroturistiku si volí většinou klienti, rodiny z měst aby si vyzkoušeli život na farmě. Taková dovolená obnáší poznávání života místních lidí a jejich tradic. Není to však jen o poznávání, ale klienti jsou zde přímo zapojováni do chodu farmy. Klienti zde vykonávají tradiční práce na čerstvém vzduchu a to například chov a práci s hospodářským dobytkem a další činnosti spojené s chodem farmy. Rekreatanti se dostávají ke konzumaci produktů vytvořených přímo na farmě a to například v podobě selské snídaně. Je potřeba podotknout, že klienti zde nevykonávají těžkou farmářskou práci ze které by farma profitovala, ale je to pouze ve formě poznávací, aby si zdejší práci vyzkoušeli a měli nové zážitky.

1.1.4 Ekoagroturistika

Ekoagroturistika je forma cestovního ruchu, která je vykonávána ve vybraných farmách označených certifikací. Díky certifikovanosti farem, tak dochází k ucelenější nabídce služeb, které se vyznačují vyšší kvalitou. Při srovnání ekoagroturistiky s agroturistikou se vychází z toho, že ekoagroturistika je elitnější, striktnější forma zaměřená na dodržování ekologických norem a pravidel. To zabezpečuje převážně již zmíněná

¹ Program LEADER ČR využívá prostředky ze státního rozpočtu na podporu rozvoje venkovských oblastí.

certifikace, kterou vlastní farmy pokud splňují uvedená kritéria (Zelenka, Pásková, 2012).

1.1.5 Druhé bydlení (Chataření a chalupaření)

Druhé bydlení se dá popsat jako aktivity související s chatařením a chalupařením. První chatové osady začaly vznikat ve 20. letech 20. století a to zejména jako tramské osady. Lidé pocházející z bohatších poměrů si stavěli vily a rekreační domy a to převážně v blízkosti velkých měst jako například Praha, Brno a Ostrava. Začátky chataření u mládeže vznikalo ve skautských oddílech, které byly v té době velmi rozšířené. Mládež v těchto oddílech začínala se stanováním ve volné přírodě a začala si vytvářet určitý vztah k této formě cestovního ruchu. V pozdější době se druhé bydlení stalo spíše otázkou prestiže a napomohl tomu i rozvoj automobilové dopravy, díky které se mohli lidé začít bez problémů dopravovat do svých chat mimo své bydliště. Hlavním účelem zde byl nový úložný prostor a využití volných chvil ke strávení v přírodě. Dá se říci, že tento fenomén, převážně chalupaření zachránily v dnešní době již pomalu vybydlující se vesnice (Trávníček, Trojan, 2012).

1.1.6 Ostatní specifické formy

Jedná se o formy, které nejsou zastoupeny v tak velké míře popularity jako například agroturistika a venkovský cestovní ruch, který je na našem území velmi rozšířený. Tudíž nejedná se o formy, které by se více lišily od již uvedených forem, ale jedná se převážně o ty formy, které se zatím nedostaly lidem tolik do podvědomí a nemají zde tak velké zastoupení. Formy, které spadají do této sekce jsou: Geoturismus, Hipoturistika, Greenways, Stezky dědictví a ostatní minoritní specifické normy (Trávníček, Trojan, 2012).

1.1.6.1 Geoturismus

Trávníček a Trojan (2012) uvádějí geoturistiku jako poznávání geologických, geografických a geomorfologických atraktivit. Mezi tyto atraktivity jsou považovány objekty reliéfů, kterými jsou skalní útvary, hory, údolí, krasové útvary, jezera a další podobné objekty. Dále sem patří geograficky významné lokality. Takovéto atraktivní místa se vyskytují převážně v chráněných krajinných oblastech, národních parcích, rezervacích či v chráněných krajinných areálech. Velmi významnou roli v geoturismu hrají takzvané geoparky. Pásková (2014) popisuje geoturismus tak, že jde o soubor

udržitelných aktivit cestovního ruchu na území geoparku, kde je hlavním výstupem výklad geologických jevů a procesů pomocí geologických stezek a průvodce. Popularizace zde probíhá pomocí upomínkových a osvětových materiálů. Pro příklad lze uvést geopark UNESCO² Český ráj. Jedná se o území, kde se vyskytují kromě vnitřních geologických sil i projevy vnějších geologických činitelů. Český ráj byl 5. října 2005 přijat za dvacátého pátého člena Sítě evropských geoparků. Český ráj se tak stal prvním a zatím jediným evropským geoparkem v nových zemích Evropské unie. Pásková (2014) říká, že typickými formami geoturismu jsou montanistika³, speleoturismus⁴, canyoning⁵ a rýžování zlata. Důležitou roli zde hrají i vedlejší doplňkové aktivity jako například návštěva místní keramické dílny s možností vyzkoušení si něco vyrobit a následně i zakoupit.

1.1.6.2 Hipoturistika

Hipoturistika nebo také v překladu jezdecká turistika je zaměřena na cestování s využitím koně. Je třeba říci, že ne vždy se musí jednat o přepravní prostředek koně. V některých zemích jsou využíváni například velbloudi, mezci muly a další typy přepravních zvířat. To se liší převážně kulturou a podmínkami dané země. Hlavní složkou hipoturistiky je poznávání krajiny a zvoleného okolí nikoliv pokoření závodního času. Na území ČR je forma hipoturistiky poměrně nová a proto se sní nedá setkat tolik jako s ostatními formami cestovního ruchu. Avšak je třeba podotknout, že hipoturistika je často využívána i ve formě rehabilitační a rekondiční (Zelenka, Pásková, 2012).

1.1.6.3 Greenways

Další specifickou formou udržitelného cestovního ruchu je greenways, avšak na českém území se spíše používá pojem zelené stezky. Na českém území existuje organizace pod názvem Nadace partnerství, která se stará o správu greenways. Nadace partnerství

² UNESCO - Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu.

³ Montanistika - Forma CR zabývající se návštěvou starých a opuštěných lomů.

⁴ Speleoturismu - Forma CR zabývající se návštěvou prostor pod povrchem a to jak přírodních, tak i uměle vytvořených člověkem. Je to zájem zejména o krasové jevy, vznik krasové krajiny, jeskynní floru a faunu.

⁵ Canyoning - Adrenalinový sport zaměřený na zdolávání kaňonů horských potoků a říček. Využívají se zde techniky jako slaňování, plavání nebo brodění.

definuje zelené stezky jako „*Koridory, které slouží rekreaci, sportu a nemotorové dopravě. Přirozeně existují podél řek, ale využívány jsou i koridory bývalých železničních tratí. Stezky Greenways a certifikaci služeb Cyklisté vítání rozvíjí Nadace Partnerství*“ (Nadace partnerství, 2015). Můžeme tedy říci, že zelené stezky jsou specifické trasy, které jsou užívány v ekologickém souladu s přírodou. Hlavní potenciál zde vytváří rekreace, sport, turistika a z toho vycházející cykloturistika (Nadace Partnerství, 2015).

Zeleným stezkám se podrobněji věnuje kapitola greenways.

1.1.6.4 Stezky dědictví

Hlavním cílem formy stezky dědictví je přiblížit turistům místní a regionální speciality připravované tradičními způsoby. Restaurace vyskytující se v oblasti stezek dědictví bývají certifikované a jsou zapojeny do projektu agentury CzechTourism nazvaného Czech Specials, pro které je prioritou zaměřit se na nabídku tradičních českých pokrmů. Probíhají i aktivity Centrály cestovního ruchu - Jižní Morava pod názvem Ochutnejte Moravu! nebo také aktivity organizace SlowFood (Trávníček, Trojan, 2012).

1.1.6.5 Ostatní minoritní specifické formy

Jako ostatní minoritní specifické formy označujeme formy, které jsou prostorově úzce vázány a jejich vliv na udržitelnost rozvoje není více pilířový. Trávníček a Trojan (2012) popisují, že „*důležitou roli v udržitelnosti cestovního ruchu hraje masovost - individuální formy rekreace a uvědomělý cestovní ruch může i do zdánlivě pro přírodu, kulturu a společnost nepřátelského cestovního ruchu přinášet (byť slabé) prvky udržitelnosti*“. Mezi tyto minoritní normy patří například montánní neboli báňský/důlní cestovní ruch. Dále pak lovecký cestovní ruch, na který může být negativní pohled ze strany zabíjení volně žijící zvěře, avšak je třeba se zamyslet, že na lovecký cestovní ruch může být nahlíženo i z nekonvenčního hlediska. Tím je myšleno například myslivecké příkrmování zvěře ve vztahu k omezování přirozené potravní nabídky nebo také korigování přemnožení určitého druhu zvěře. Mezi další minoritní formy patří sexuální turismus, meditační, gamblerský, religiózní cestovní ruch a spousta dalších.

2 GREENWAYS

V úvodu této kapitoly bude čtenář seznámen s problematikou zelených stezek. Bude vysvětleno, co znamená forma greenways a čím je specifická. Dále zde bude uvedena definice popisující zelené stezky. Čtenář se také seznámí s historií zelených stezek, aby měl přehled o tom, kdy a kde vznikly první greenways. Další podkapitola se bude zabývat rozdělením zelených stezek a jejich stručnému popisu. Ke konci bude čtenář seznámen s Nadací partnerství jakožto s organizací podporující zelené stezky. V úplném závěru se tato kapitola bude věnovat certifikaci Cyklisté vítáni, která bude předmětem výzkumu v praktické části této bakalářské práce. Všechny podkapitoly mají logickou posloupnost, která začíná úvodem do greenways a končí certifikací Cyklisté vítáni, která spadá pod Nadaci Partnerství.

2.1 Úvod do problematiky Greenways

Greenways neboli zelené stezky jsou jednou z forem udržitelného cestovního ruchu. Jsou to trasy, komunikace nebo přírodní koridory využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potencionálem pro sport, turistiku a rekreaci. Ke greenways neodmyslitelně patří využití cyklistického kola. Jednotná definice greenways zatím neexistuje, ale například Ahern (2002) uvádí vlastní definici greenways: *„zelené stezky jsou územní systémy, které jsou plánované, navržené a spravované pro různorodé záměry zahrnující ekologické, rekreační, kulturní, estetické nebo takové záměry, které jsou v souladu s konceptem udržitelného ‚land-use‘⁶“.*

Z této definice můžeme vyvodit to, že hlavním principem greenways je aktivní využití volné přírodní plochy s tím, že tyto oblasti nebudou poškozovány. Dalším významným faktorem je udržitelnost a propojení lidí díky zeleným stezkám s oblastmi do kterých by se možná jinak nepodívali. Opět se jedná o poznávání místních produktů, tradic a využívání místních služeb.

Turisté, kteří provozují tuto formu cestovního ruchu, tak projíždějí přírodní scenérie po jasně daných trasách, které jsou v absolutním souladu s přírodní ekologií. Tyto trasy jsou vytvořené po takřka celém světě. Na našem území jich v současné době existuje jedenáct a to například (Moravské vinařské stezky, Cyklostezka Brno-Vídeň ...). V

⁶ Využití krajiny.

oblasti označování a správy zelených stezek na našem území hraje velkou roli organizace s názvem Nadace Partnerství. Nadace Partnerství je organizace, která vlastní certifikační systém, kterým označuje stravovací a ubytovací zařízení, kempy a turistické cíle. Pokud tyto typy subjektů splňují určená kritéria, tak si mohou zažádat o zmíněnou certifikaci zaručující kvalitu služeb poskytovanou cyklistům. Tato certifikace nese název Cyklisté vítáni (Nadace Partnerství, 2015).

Certifikaci se podrobněji věnuje kapitola Informace o certifikaci Cyklisté vítáni.

2.2 Historie Greenways

Historie zelených stezek je velmi rozsáhlá a dá se říci, že vznik v sobě nese obsah několika různých konceptů. Vývoj greenways se uskutečnil ve Spojených státech amerických a dále pak v Evropě.

První zelené stezky tedy vznikají ve Spojených státech amerických na přelomu 19. století. V této době se tomu přímo greenways ještě říkat nedalo. Prvotně vznikaly ve městech tzv. městské parky a to z důvodů estetičnosti, ale hlavně aby vznikl alespoň kousek přírody namísto které zde stojí betonové domy a silnice (Erickson, 2006).

Vznikaly tedy městské přírodní parky, avšak lidé se domnívali, že je potřeba tyto parky ve městech mezi sebou propojit. Důvodem bylo zvýšení městských přírodních ploch. Tyto propojené cesty mezi parky se nazývaly tzv. parkways - cesty s pásy zeleně (Jongman, 2003). Musíme mít však na paměti, že parkways vznikaly v době, kdy hlavním dopravním prostředkem byly kočáry tažené koňmi a pěší zóna. Cesty byly velmi široké, aby se zde kočáry vlezly společně s cestami pro chodce. Celý tento komplex cest byl po obou stranách lemován pásy stromů a jiné zeleně (Hellmund a Smith, 2006).

Po vzniku prvních automobilů, kdy tento dopravní prostředek začal rychle vystřídat všechny ostatní dopravní prostředky, tak se pochopitelně musely začít přizpůsobovat i parkways automobilové dopravě. Skrze tuto skutečnost se v dalších letech začaly pomalu formovat a vznikat první zelené stezky jak ve Spojených státech amerických tak i v Evropě. Vznik a dominance automobilové dopravy a hlavně masivní urbanizace zapříčinilo, aby začaly vznikat samostatné zelené stezky, přírodní koridory, které by lidi propojovaly s přírodou, turistikou a cyklistikou. Všechny tyto aspekty tvoří myšlenka greenways.

2.3 Typy zelených stezek

Typy zelených stezek jsou rozděleny na dálkové, místní a regionální a městské.

2.3.1 EuroVelo - dálkové zelené stezky

Dálkové zelené stezky tzv. EuroVelo propojují vzdálené cíle. Existuje celkově 14 mezinárodních cyklistických tras, které dohromady přesahují délku 70.000 km. EuroVelo je síť, která propojuje všechny státy Evropy. V polovině 90. let připravila Evropská cyklistická federace návrh projektu, jehož cílem bylo vytvoření sítě mezinárodních cyklotras, které by propojovaly Evropu. Za podpory Evropské unie a spousty národních partnerů včetně české Nadace Partnerství se tento velkolepý projekt podařilo úspěšně dovést do konce (Greenways, 2015). Nejedná se však pouze o cyklotrasy, v tomto projektu je zahrnuta i celková práce s ochrannou životního prostředí, plynulost provozu, ale i rozvoj regionální infrastruktury. Síť tras je vytvořena tak, aby cyklisty vedla kolem známých historických památek či zajímavých a významných míst. Českou republikou prochází 4 trasy EuroVelo (EuroVelo, 2015).

2.3.2 Místní a regionální zelené stezky

Jedná se o stezky v rozsahu deset až padesát kilometrů. Využívají se především pro jednodenní a víkendovou turistiku a rekreaci. Základní kritérium, které greenways nesou je hlavně udržet bezpečnost pro jejich uživatele. Jedná se především o vytvoření bezpečnosti před motorovými vozidly. Tyto přírodní koridory jsou taženy i místy, kde se nacházejí různé turistické cíle a památky (Nadace Partnerství, 2015).

2.3.3 Městské zelené stezky

Městské greenways jsou zaměřeny na nemotorové uživatele ve městech jako jsou například pěší, cyklisté, bruslaři, vozičkáři a podobně. Tyto stezky jsou plně integrovány do městského systému dopravy. Hlavním účelem těchto stezek je možnost relaxace a to za okolností, kdy je na těchto trasách vytvořena maximální bezpečnost pro jejich uživatele (Nadace Partnerství, 2015).

2.4 Sdružení podporující Greenways

Tato kapitola se zaměřuje na popis organizace Nadace Partnerství, která podporuje a spravuje zelené stezky. Vysvětluje základní informace o organizaci a upřesňuje jaký je její hlavní předmět zájmu. Dále se kapitola věnuje certifikaci Cyklisté vítání, kterou

Nadace Partnerství vydává. Bude uvedeno čím se certifikace zabývá a pro koho je určena. Kapitola dále popisuje výhody vlastnictví certifikace a vysvětluje důležitost při její propagaci. Dále vysvětluje splnění podmínek pro přijetí certifikace a odkazuje na uvedená kritéria. Konec kapitoly je věnován katalogu Cyklisté vítáni, který vydává Nadace Partnerství a který sloužil autorovi jako doplňkový zdroj informací.

2.4.1 Nadace Partnerství

Nadace Partnerství vznikla v roce 1991 a momentálně je to největší česká environmentální nadace. Hlavním cílem Nadace Partnerství je pomáhat lidem s péčí o životní prostředí. „*Lidé jsou zahlceni informacemi, poučeními, negativními zprávami. Chceme je praktickými příklady naladit, aby sami měli větší chuť uchopit péči o svůj domov a okolí do svých rukou*“ (Miroslav Kundera, ředitel Nadace Partnerství).

Nadace Partnerství se zabývá zejména udělováním grantů⁷. O tyto granty se mohou ucházet obce, školy i neziskové organizace. Mimo to se Nadace zabývá i dalšími službami. Jedná se především o služby, které se zaměřují na řešení problémů jako jsou například zlepšení dostupnosti a zvýšení dojížděky zaměstnanců do práce. Dále je možné řešit zapojení veřejnosti do plánování veřejného prostoru v dané obci. Mimo jiné sem patří i již zmíněná služba udělující granty. Dalším zájmem Nadace je udělování certifikace Cyklisté vítáni. Tato certifikace je zaměřena na stravovací a ubytovací zařízení, kempy a turistické cíle. Certifikace je vlastně známka, která ukazuje, že je v daném podniku dobrá kvalita nabízených služeb pro cyklisty. Certifikací Cyklisté vítáni se bude více zabývat následující kapitola. Všechny tyto služby spadají do specifických tématických oblastí (Nadace Partnerství, 2015).

Logo Nadace Partnerství je uvedeno v sekci příloh.

2.5 Informace o certifikaci Cyklisté vítáni

Každý, kdo rád jezdí po České republice na kole, tak se určitě setkal s běžnými problémy cyklistů. Běžným problémem je myšleno například, že si cyklista nemá kam odložit v hotelu nebo restauraci kolo. Dále pak je běžným jevem, že se na cestách porouchá kolo a v nejbližší restauraci nemá personál poněti, kde se nachází blízka

⁷ Grant je účelový příspěvek na veřejně prospěšný účel, který se získává ve veřejné soutěži na základě předloženého projektu.

opravna. Restaurace na cyklistických trasách momentálně ve většině případů nejsou připraveny mít nabídku zaměřenou po sportovním výkonu. Takovéto a mnohé další problémy momentálně cyklistiku na našem území tíží. Proto byla vytvořena certifikace zabývající se touto problematikou. Certifikace nese název Cyklisté vítání. Tuto certifikaci vydává již zmíněná Nadace partnerství (Cyklisté vítání, 2015).

Hlavním cílem této certifikace je zvyšování kvality doplňkových služeb pro cyklisty. Jedná se o zkvalitnění služeb zejména v ubytovacích a stravovacích podnicích, ale nejen zde. Snaha certifikace je taková, aby se kvalita služeb pro cyklisty pomalu přiblížila kvalitě, kterou mají cyklisté v Evropě (Petr Kazda, koordinátor certifikace Cyklisté vítání).

První zařízení, které neslo značku Cyklisté vítání vzniklo na zelených stezkách v roce 2005. Tyto zařízení jsou pravidelně navštěvovány a kontrolovány hodnotiteli certifikace, kteří mají za úkol ověřovat zda jsou dodržovány všechny kritéria pro držení certifikace. V momentální době podniky, které splňují podmínky a vlastní zmíněnou certifikaci, tak se dají v kvalitě služeb srovnat s podniky z Německa (Bett und Bike), Rakouska (Radfreundliche Betriebe) nebo Slovenska, kde mají obdobnou certifikaci jako my v ČR s názvem Vítajte, cyklisti! (katalog Cyklisté vítání, 2014).

Logo certifikace Cyklisté vítání je uvedeno v sekci příloh.

2.5.1 Výhody vlastníků certifikace Cyklisté vítání

Vlastnictvím certifikace si podnik vytváří určitý druh reklamy. Podnik tím o sobě dá vědět, jelikož je vystaven na turistických mapách (např. SHOCart, Žaket). Dále se objevuje i v katalozích či průvodcích. Díky certifikaci získává podnik značku kvality. Certifikace Cyklisté vítání se již dostává čím dál více do podvědomí cyklistů, ale i do široké veřejnosti. Dalším velkým plus je, že se zvýší zájem zahraniční klientely. Hlavním důvodem je to, že zahraniční klienti jsou zvyklí na obdobné systémy certifikací (např. Bett&Bikes v Německu) a proto si logicky vyhledávají zařízení, které jim zaručí poskytnutí stejného nebo podobného komfortu. Vlastnictvím certifikace podnik automaticky zvyšuje atraktivitu regionu pro cyklisty (Nadace Partnerství, 2015).

2.5.2 Podmínky certifikace Cyklisté vítání

Certifikace kvality turistických služeb slouží především pro stravovací a ubytovací zařízení, kempy a turistické cíle. Jedná se o místa které nabízejí kvalitní zázemí pro cyklisty a jejich kola (Cyklisté vítání, 2015).

K zisku certifikace Cyklisté vítání je zapotřebí, aby podnik splňoval specifická kritéria. Tyto kritéria jsou k nahlédnutí v sekci příloh.

2.5.3 Podniková propagace certifikace

Důležitou součástí při zavádění certifikace Cyklisté vítání je i její kvalitní propagace. Každý podnik se k tomu staví jinak. Některé podniky si na propagaci zakládají a někteří certifikaci nijak nepropagují. Jedná se o základní marketingovou otázku, kdy je důležité, aby byl podnik co nejvíce na očích veřejnosti. Majitelé tedy většinou využívají všechny dostupné možnosti, které vedou k podnikovému zviditelnění. I certifikace Cyklisté vítání tomu může být nápomocná. Kvalitní propagace certifikace by měla obsahovat její uvedení na webových stránkách podniku. Zde nese logo Cyklisté vítání. Tady si návštěvníci, kteří neví o co se jedná mohou díky popisu vyhledat či být přímo odkázáni na stránky Cyklisté vítání, kde se dozvědí, co podnik s takovou certifikací obnáší. Ve druhém případě lidé již vědí, že se jedná o podnik s kvalitou v ohledu cyklistického vyžití a cyklistických služeb. Podniky uvádějí, že využívají viditelnou vývěsku před provozovnou s nápisem Cyklisté vítání. Dále se mezi propagaci řadí vizitky a potvrzovací ubytovací formuláře s logem. Majitelé certifikace se většinou snaží, aby jejich podnik byl k vidění nejen v katalogu Cyklisté vítání, ale i v jiných regionálních či cykloturistických katalozích. Může se jednat i o katalogy určitých cestovních kanceláří se kterou jsou domluveni a i zde je k vidění logo Cyklisté vítání u jejich podniku (Jakubíková, 2009).

2.5.4 Katalog Cyklisté vítání

Každé zařízení má v katalogu uvedeno název s vlastní malou fotografií, pokud se jedná o ubytovací zařízení, tak vedle názvu je znázorněna ubytovací třída počtem hvězd. Dále se zde nachází kontaktní údaje v podobě telefonního čísla, emailové adresy a webových stránek podniku. Mimo jiní se zde nacházejí i přesné souřadnice, kde se podnik nachází. Je zde i malá legenda v podobě symbolů, které znázorňují, o jaký podnik se jedná a co nabízí. Symboly mají v úvodu katalogu vlastní vysvětlivku vedle které se nachází mapa

ČR. Obsah nabízí rejstřík obcí, místa, kde se nachází certifikace Cyklisté vítáni, greenways v ČR, greenways a EuroVelo a již zmíněná vysvětlivka použitých symbolů (katalog Cyklisté vítáni, 2014).

Úvodní strana katalogu Cyklisté vítáni je uvedena v sekci příloh.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 METODIKA PRÁCE

Výzkum obsahuje šest fází. Tvorba cílů a hypotéz, určení cílových skupin, zjištění informací o cílové skupině, sestavení otázek pro strukturovaný rozhovor, provedení strukturovaného rozhovoru a jeho vyhodnocení. Všechny tyto fáze mají svoji posloupnost, díky tomu je možné dojít ke kvalitnímu výsledku.

3.1 1. Fáze: tvorba cílů a hypotéz

První fáze je tvorba cílů a hypotéz. Hlavním cílem výzkumu u vybraných certifikovaných podniků je zjistit z jakých důvodů přijali certifikaci. Dále pak zda-li podniky zaznamenaly nějaké změny od doby, kdy certifikaci nevladnily. Další část je zaměřena na cíle a hypotézy u vybraných necertifikovaných podniků. Jeden z cílů je zaměřen na zjištění z jakých důvodů se podniky nesnaží získat certifikaci. Posledním cílem je zjistit, zda-li se podniky zajímají o zájmy cyklistů.

V začátku výzkumu je uveden souhrn následujících cílů a hypotéz:

Cíl 1: Zjistit z jakých důvodů provozovatelé vybraných podniků přijali certifikaci.

Hypotéza 1: Provozovatelé přijali certifikaci z důvodů lokality, kde se vyskytuje velké množství cyklistů a z důvodů zkvalitnění služeb.

Cíl 2: Zjistit zda vybrané podniky vlastníci certifikaci zaznamenaly nějaké změny od doby, kdy certifikaci nevladnily.

Hypotéza 2: Podniky vlastníci certifikaci vidí pozitivní změny od doby, co certifikaci nevladnili.

Cíl 3: Zjistit z jakých důvodů se vybrané necertifikované ubytovací a stravovací podniky nesnaží získat certifikaci.

Hypotéza 3: Provozovatelé ubytovacích a stravovacích zařízení se nesnaží získat certifikaci Cyklisté vítání z důvodů malé informovanosti.

Cíl 4: Zjistit zda se vybrané necertifikované podniky zajímají o zájmy cyklistů.

Hypotéza 4: Podniky nevladnící certifikaci se ve většině případů nezajímají o zájmy cyklistů.

Na základě těchto cílů a hypotéz byly vytvořeny otázky pro strukturované rozhovory se zástupci vybraných certifikovaných a necertifikovaných podniků.

3.2 2. Fáze: určení cílových skupin

V této fázi se jedná o určení cílových skupin na které se bude vztahovat výzkum. Autor se rozhodl, že se zaměří na podniky, které certifikaci Cyklisté vítání vlastní a na podniky, které naopak certifikaci nevlastní. Hlavním důvodem bylo to, aby se během výzkumu daly porovnávat oba typy těchto subjektů mezi sebou. Na tomto principu budou vytvářeny i otázky k rozhovorům a celkově se od těchto dvou zvolených cílových skupin bude odvíjet celá praktická část. Díky těmto cílovým skupinám bude vidět kontrast mezi tím, když podnik certifikaci vlastní a když ji nevlastní.

3.3 3. Fáze: zjištění informací o cílové skupině

V momentální době je již velká nabídka zařízení, které vlastní certifikaci Cyklisté vítání. Proto nebylo až tak těžké vyhledat potencionální provozovny, kde se uskutečnil výzkumný strukturovaný rozhovor. Velká inspirace byla čerpána z katalogu Cyklisté vítání, ve kterém jsou dokonale zaznačeny všechny podniky vlastníci zmíněnou certifikaci. Jelikož je tato bakalářská práce zaměřena na Jihomoravský kraj, tak bylo zapotřebí kontaktovat podniky z katalogu, které jsou zaznačeny v oblasti Jižní Moravy. Co se týče podniků, které certifikaci nevlastní, tak informace o těchto zařízeních byly zjišťovány pomocí internetových vyhledávačů a map, kde jsou tyto podniky zaznačeny.

3.4 4. Fáze: sestavení otázek pro strukturovaný rozhovor

Pro sběr informací byla stanovena kvalitativní metoda strukturovaných rozhovorů. Pokládání otázky jsou rozděleny do dvou dotazníků. Rozhovor je veden standardizovanou formou, čili rozhovor postupuje podle předem vypracovaného schématu otázek. Otázky jsou rozděleny, protože vyžadují odlišnost při zjišťování informací v dané skupině dotazovaných. První dotazník obsahuje jedenáct otázek a je určen pro podniky, které vlastní certifikaci Cyklisté vítání. Druhý dotazník obsahuje dvanáct otázek a je určen pro podniky, které certifikaci nevlastní. Avšak některé otázky se v obou dotaznících opakují a to například poslední otázka kolik % zahraničních cyklistů využije služby podniku ročně. Otázky byly vytvořeny až na výjimky tak, aby

odpověď dotazovaného nekončila jen slovem ano, ale aby se rozhovor mohl rozvíjet. Otázky použité pro rozhovory jsou k nahlédnutí v příloze.

3.5 5. Fáze: provedení strukturovaných rozhovorů

Autor se zkontaktoval s Nadací partnerství, která certifikaci Cyklisté vítání vydává. Zde byl informován o katalogu Cyklisté vítání, který mu byl následně darován. V katalogu autor našel všechny podniky na Jižní Moravě, které vlastní certifikaci. Ze začátku byl podnikům zaslán na emailové stránky dotazník s otázkami. Avšak vzhledem k nízké návratnosti dotazníků, bylo potřeba vymyslet jiný způsob kontaktu s poskytovateli. Proto autor kontaktoval podniky telefonicky a u pěti z nich mu byl poskytnut standardizovaný rozhovor s odpověďmi na dotazované otázky. Kontaktování necertifikovaných podniků probíhalo podobně. Podniky však nebyly nalezeny v katalogu, ale s pomocí internetové mapy. Napřed byly náhodně kontaktovány podniky s prosbou o vyplnění dotazníku na emailových stránkách. Autorovi obdobně tato metoda nevyšla a návratnost byla minimálně. Proto byly podniky kontaktovány telefonicky a u třech z nich mu byly poskytnuty odpovědi na otázky pro necertifikované podniky. Kvůli velkému rozptýlení podniků se autor osobně mohl vydat pouze na dvě místa, kde mu byl poskytnut rozhovor na místě. Celkový počet necertifikovaných zařízení, kde autorovi byly poskytnuty odpovědi k rozhovorům, tak činilo celkové číslo pět. Autor byl stále v kontaktu s Nadací partnerství přesněji s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání, který poskytl osobní rozhovor na specifické otázky týkající se certifikace. V tomto případě byl veden částečně standardizovaný rozhovor. Tento rozhovor byl zaznamenáván pomocí magnetofonu. Z jeho záznamu autor vypracoval odpovědi na dotazované otázky. Otázky pro rozhovor s koordinátorem certifikace jsou k nahlédnutí v příloze.

Konečný výsledek zpětné vazby tak bylo pět certifikovaných a pět necertifikovaných odpovědí.

3.6 6. Fáze: vyhodnocení

Pro vyhodnocení odpovědí z rozhovorů musel autor provést kategorizaci dat ze získaných informací.

1. Prvotní kategorizace dat: Autor seřadil odpovědi do širokých kategorií a vytvořil tak rozdělení do menších celků.

2. Druhotná kategorizace dat: Z prvotní kategorizace dat mohl autor jasněji vyčíst potřebné informace o dané problematice.

4 STRUKTUROVANÉ ROZHOVORY

Strukturované rozhovory autor provedl ve většině případů telefonicky s majiteli, managery nebo popřípadě se zaměstnanci podniků. Telefonické rozhovory byly zvoleny z důvodů dostupnosti jednotlivých podniků a nadále z hlediska přívětivosti dotazovaných majitelů. Tímto bych chtěl ještě jednou poděkovat všem, kteří mi poskytli chvilku času a umožnili mi s nimi provést strukturovaný rozhovor. Připravené otázky souvisely s výzkumem certifikace Cyklisté vítání. Otázky směřovaly ke zjištění, jak se podniky o certifikaci dozvěděli a jak ji propagují či nepropagují. Nechyběli základní otázky ohledně nabízených služeb podniku nebo o procentuelní roční návštěvnosti zahraničních turistů. Výsledkem by mělo být porovnání rozhovorů certifikovaných a necertifikovaných podniků. Zjištění pozitiv či negativ z pohledu držitelů certifikaci naproti tomu zjištění důvodů, proč podniky nevlastní či nechtějí zmíněnou certifikaci. Počet vzniklých strukturovaných rozhovorů souvisel s ochotou dotazovaných a jejich zpětné vazby. Dalším faktorem bylo zaměření se na podniky v Jihomoravském kraji a jejich následným rozšířením na celou Jižní Moravu a to z důvodu oslovení většího počtu respondentů.

Níže je uveden přehled otázek ve formě tabulek pro obě cílové skupiny.

Tab. 1: Přehled otázek

	Certifikované podniky	Necertifikované podniky
1.	<i>Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)</i>	<i>Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)</i>
2.	<i>(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?</i>	<i>(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?</i>
3.	<i>Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítání?</i>	<i>Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítání zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?</i>
4.	<i>Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítání?</i>	<i>(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?</i>
5.	<i>Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevladnili.</i>	<i>(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítání?</i>
6.	<i>Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?</i>	<i>Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítání by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítily?</i>

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 2: Přehled otázek 2

	Certifikované podniky	Necertifikované podniky
7.	<i>(otázka č.6 ANO) : Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)</i>	<i>Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítáni zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?</i>
8.	<i>(otázka č.6 NE) : Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítáni?</i>	<i>Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?</i>
9.	<i>Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?</i>	<i>(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?</i>
10.	<i>Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?</i>	<i>(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?</i>
11.	<i>Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?</i>	<i>Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?</i>
12.		<i>Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?</i>

Zdroj: vlastní zpracování

4.1 Certifikované podniky

V této kapitole bude uveden přehled zkoumaných certifikovaných subjektů. Ke každému subjektu budou popsány základní informace.

Zařízení č. 1: Penzion U Hrnčíře

Penzion U Hrnčíře se nachází na Jižní Moravě těsně u hranic ČR s Rakouskem. Přesněji se nalézá na okraji malé vinařské obce Hranice, která je součástí Národního parku Podyjí. Rozhovor byl veden s jedním ze dvou majitelů penzionu (Penzion u Hrnčíře, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 2: Penzion Relax

Penzion Relax se nachází u řeky Dyje pod Vranovským zámekem. Dá se říci, že je na vstupní trase do Národního parku Podyjí. Penzion Relax se pyšní certifikáty za umístění v celostátních anketách Penzion roku 2013 a Penzion roku 2014, kde se umístil v top 25 nejoblíbenějších penzionů v ČR. Dalším drženým certifikátem je „Baby friendly“. Tento certifikát označuje podniky, kde jsou nabízeny služby, které umožňují vyžití pro rodiny s dětmi. A v neposlední řadě je penzion držitelem cyklistické certifikace Cyklisté vítáni (Penzion Relax, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 3: Hotel Drnholec

Hotel se nachází na Jižní Moravě ve městě Drnholec. Hotel se prezentuje v neobvyklém anglickém stylu (Hotel Drnholec, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 4: Turistické informační centrum Břeclav

Turistické informační centrum se nachází ve městě Břeclav. Zde nabízí mnoho služeb určených především pro turisty (Turistické informační centrum Břeclav, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 5: Jarošův mlýn ve Veverské Bitýšce

Jedná se o vodní mlýn, který se nachází u vody ve Veverské Bitýšce. Mlýn byl prohlášen za kulturní památku (Jarošův mlýn ve Veverské Bitýšce, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

4.2 Necertifikované podniky

V této kapitole bude uveden přehled zkoumaných necertifikovaných subjektů. Ke každému subjektu budou popsány základní informace.

Zařízení č. 1: Restaurace Green Brno

Zahradní restaurace Green se nachází v Brně v městské části Komín. Restaurace se pyšní středomořskou kuchyní a bohatou vinotékou (Restaurace Green Brno, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 2: Tuřanská Beseda

Tuřanská Beseda je restaurace zabývající se klasickou českou kuchyní. Nachází se v Brně v městské části Tuřany. Restaurace nabízí jak kvalitní jídla, tak i možnost zřízení uzavřených společenských, rodinných či firemních akcí (Tuřanská Beseda, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 3: Restaurace Bonanza

Restaurace Bonanza se nachází ve městě Kyjov. Jedná se o restauraci zabývající se převážně českou kuchyní. Zařízení se vyznačuje také pořádáním pravidelných kulinařských akcí (Restaurace Bonanza, 2015).

Celý rozhovor je uveden v sekci příloh.

Zařízení č. 4: Hotel Kozák

Hotel Kozák se nachází ve městě Brně v městské části Žabovřesky. Hotel poskytuje ubytovací i stravovací služby. Zaměřuje se převážně na českou kuchyni. Hotel každoročně pořádá nespočet firemních večírků, plesů a jiných společenských akcí (Hotel Kozák, 2015).

Zařízení č. 5: Penzion Baltazar

Jedná se o penzion, který se nachází ve městě Mikulov. Jde o rodinný penzion, který je umístěn v bývalé židovské čtvrti a je součástí městské památkové rezervace (Penzion Baltazar, 2015).

4.3 Rozhovor s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání

Osobní rozhovor autor provedl s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání v sídle Nadace Partnerství. Připravené otázky byly zaměřeny na zjištění základních informací ohledně certifikace CV. Jednalo se o široké spektrum otázek zabývajících se náplní práce koordinátora či hodnotitelů certifikace. Dále se jednalo o otázky zaměřené na marketing, monitoring, pozitiva i negativa a také na plány do budoucna s certifikací Cyklisté vítání.

V začátku rozhovoru pan koordinátor vysvětloval v čem tkví jeho práce. Popisoval, že se jedná především manažerskou roli, kdy jedná se subjekty a snaží se docílit vzájemné zpětné vazby. Mezi jeho hlavní náplně se také řadí práce v marketingové sféře společně s propagací certifikace. V rozhovoru se pan koordinátor rozpovídal o tom, co Nadaci Partnerství vedlo k založení certifikace Cyklisté vítání. Popisoval certifikování jako každoroční opakující se cyklus. V tom cyklu však působí větší počet lidí, ve kterém hrají velkou roli samotní hodnotitelé certifikace. Tito hodnotitelé zastávají roli lidí, kteří mapují síť podniků, vyskytujících se převážně v okolí tras zelených stezek. V těchto místech se snaží certifikovat zařízení, aby byla síť kvalitně zásobena podniky vlastnicími certifikací a byla tak udržena kvalita služeb pro cyklisty na těchto trasách. V rozhovoru se dotkly otázky i témat týkající se informovanosti. Pan koordinátor uváděl příklady, jak se snaží propagovat certifikaci Cyklisté vítání. Uváděl i to, že jejich pozornost je vedena převážně jen na cyklisty. Tudiž organizaci nevádí, že široká veřejnost momentálně moc neví, čím se certifikace zabývá. Důležité je, aby cyklisté jako primární klientela měla přehled o novinkách a věcech týkající se certifikace a jejich podniků. Uvedl, že se projednávají stále nové věci, jak zlepšovat certifikaci a je důležité, aby cyklisté o těchto věcech věděli. Pan koordinátor se nevyhýbal otázkám směřujícím na hodnocení certifikace a jejich hodnotitele. V rozhovoru přesně uvedl náplň práce hodnotitelů, jejich počet a výskyt. Nezastavil se ani u popisu kontrol daných podniků.

Rozhovor oplýval velkým množstvím otázek na které pan koordinátor odpovídal přímo a jasně. Celý rozhovor s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání je uveden v sekci příloh.

5 VÝSLEDKY STRUKTUROVANÝCH ROZHovorŮ

Tato kapitola se bude zabývat výsledky ze strukturovaných rozhovorů. Bude obsahovat tabulky s důležitými informacemi, které byly obstarány k vyhodnocení stanovených hypotéz. Všechny tabulky budou podrobně vysvětleny. Bude uvedeno zda byla hypotéza přijata či zamítnuta a bude rozebrána i problematika zvoleného tématu, ke kterému se dané odpovědi vztahovaly. Tabulky budou rozděleny do dvou částí z toho jedna část se bude zaměřovat na certifikované podniky a druhá část na necertifikované podniky. Toto rozdělení s sebou ponese i odlišné typy otázek a proto budou popsány a rozděleny v úvodu tabulky. Zkratka C1 bude označovat první certifikovaný podnik odpovídající na otázku. Podniky budou číselně označeny a to i v případě necertifikovaných podniků, které budou zaznačeny značkou N1 a dál.

Zbylé výsledky z otázek k rozhovorům, které obsahují méně podstatné odpovědi vztahující se k dané problematice budou vyhotovené graficky v podobě tabulek a budou umístěny v sekci příloh.

Na základě odpovědí dotazovaných respondentů byly zpracovány následující tabulky.

Otázka č. 4:

Tab. 3: C: Důvod žádosti o certifikaci. N - Informovanost o certifikaci

Certifikované	Necertifikované
C1: Znamka kvality, velké množství cyklistů v okolí	N1: Mírně z doslechu, internet
C2: Znamka kvality, velké množství cyklistů v okolí	N2: Nikdy o certifikaci neslyšel
C3: Znamka kvality, velké množství cyklistů v okolí,	N3: Internet
C4: Zatraktivnění služeb pro cyklisty	N4: Internet, mírně z doslechu
C5: Znamka kvality, rozšíření služeb, reklama	N5: Internet, mapování jiných podniků

Zdroj: vlastní zpracování

U certifikovaných zařízení je poznat, že hlavním důvodem, proč si podniky zažádaly o certifikaci byla zvýšená známka kvality zaměřená na cyklistickou klientelu. Tento fakt lze vyčíst z tabulky č. 3. Přesněji výsledek tabulky uvádí, že všech pět dotazovaných

podniků se shoduje tom, že přijetí certifikace bylo opravdu z důvodů zvýšení kvality služeb pro cyklisty. Z tabulky je také vidět, že podniky které si zažádali o certifikaci, se vyskytují v lokalitě, kde je mnoho cyklistů. Toto zjištění potvrzují čtyři shodné odpovědi z pěti podniků.

Díky tomuto zjištění se tedy potvrzuje hypotéza, že podniky přijaly certifikaci z důvodů toho, že se nacházejí v lokalitě, kde se vykytuje velké množství cyklistů.

Druhá část tabulky směřovala k výzkumu týkajícího se informovanosti necertifikovaných podniku vůči certifikaci. Čtyři subjekty uvádějí, že i když certifikaci nevlastní, tak o její existenci ví. Ve všech případech byl zdrojem informací internet. Jen jeden subjekt uvedl, že o certifikaci nikdy neslyšel.

Otázka č. 5:

Tab. 4: C: Hodnocení certifikace. N - Důvod k nezažádání o certifikaci

Certifikované	Necertifikované
C1: Pozitivní výsledky, větší návštěvnost cyklistů. Negativní prvky: zvýšené nároky na poskytované služby - finance.	N1: Neví čím se certifikace zabývá, nezná přínosy certifikace, neinformovanost
C2: Nelze posoudit	N2: O certifikaci nikdy neslyšel
C3: Větší návštěvnost cyklistů	N3: Nedůležitost certifikace, cyklisté nejsou prioritní klientelou
C4: Nelze posoudit	N4: Neví přesně čím se certifikace zabývá, neinformovanost
C5: Mírně pozitivní změny, větší návštěvnost cyklistů	N5: Neinformovanost, nezná přínosy certifikace

Zdroj: vlastní zpracování

Další tabulka se věnovala výzkumné otázce zabývající se hodnocením certifikace. Jednalo se o průzkum hodnocení vlastníků certifikace od doby, kdy certifikaci nevlastnili. Tři z pěti subjektů uvádějí, že pocítili pozitivní výsledky nebo alespoň mírné zlepšení. Jednalo se především o pozitivní výsledky v rámci větší návštěvnosti cyklistů. To bylo pravděpodobně zapříčiněno tím, že podnik na sebe upozornil certifikací, jakožto držitelem známky kvality ve službách pro cyklisty. Cyklisté tak více věří těmto podnikům a logicky se tak spíše vydají do podniků vlastníci certifikaci CV. Jeden

subjekt uvedl jak pozitivní hodnocení, tak v kontrastu sním i negativní. Jednalo se především o zvýšené finanční nároky při zavádění certifikace. Logicky je zapotřebí, aby byl podnik značně finančně zajištěn a mohl si dovolit splnění náležitých kritérií. Jako pozitivní odezvu uvedl větší návštěvnost cyklistů. Tím se prokazuje, že i když podnik musí investovat finanční obnos do pořízení certifikace, tak se časem dostaví návratnost v podobě zvýšené návštěvnosti z řad cyklistů.

Tohle zjištění však potvrdilo hypotézu, která uváděla, že podniky uvidí pozitivní změny od doby, kdy certifikaci nevlastnily.

Druhá část tabulky se zaměřuje na necertifikované podniky. Jednalo se o výzkumnou otázku, která měla zjistit důvod, proč vybrané subjekty nežádají o certifikaci CV. Z odpovědí je zjevné, že se jedná o absolutní neinformovanost. Subjekty sice uvádějí v tabulce č. 3, že o certifikaci vědí z internetových zdrojů, avšak nikdo z nich neví čím se certifikace zabývá. Všechny subjekty uvádějí, že neví na co je certifikace zaměřená a proto v ní neshledávají žádnou důležitost a ani přínos. Zde je možné vidět, že neinformovanost je možná tím největším problémem na kterém by bylo zapotřebí pracovat. Podniky mohou být položeny v dobré lokalitě, kde se vyskytují cyklisté, avšak většina cyklistů o certifikaci ví a proto si vybírá přímo podniky, které ji vlastní. Díky tomu tyto necertifikované podniky mohou přicházet o značně velkou klientelu hostů.

Stanovená hypotéza uvádí, že většina podniků certifikaci nevlastní z důvodů neinformovanosti. V tomto případě je i tato hypotéza potvrzena.

Otázka č. 11:

Tab. 5: C: Roční využití služeb zahraničních cyklistů. N - Zájem o potřeby cyklistů

Certifikované	Necertifikované
C1: 1 - 10%	N1: Nezajímají se
C2: 1 - 10%	N2: Nezajímají se
C3: 1 - 10%	N3: Zajímají se, jedná se o stravovací sortiment
C4: 1 - 10%	N4: Nezajímají se
C5: Žádní	N5: Nezajímají se

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 5 zkoumá, zda-li se necertifikované podniky zajímají o potřeby cyklistů. Tato otázka byla položena z důvodů, aby se potvrdila hypotéza, že podniky, které se nespécializují na klientelu cyklistů se tudíž ani o potřeby cyklistů nezajímají. Čtyři z pěti subjektů, uvádějí že se opravdu o zájmy cyklistů nezajímají. To dotvrzuje i fakt, že cyklisté v tom případě tíhnou mnohem více k podnikům, které se o cyklisty více zajímají. Jeden případ uvádí, že se o cyklistické potřeby zajímají v tom směru, že se jim snaží vyjít vstříc ve stravovacím sortimentu. Zbylé podniky se od těchto zájmů distancují. Díky tomuto nezájmu o cyklisty se dá říci, že přicházejí o možnou potencionální klientelu. Avšak musí se vzít v úvahu, co je důvodem k nezájmu. Dá se však říci, že cyklistika je momentálně velmi populární převážně jako rekreační sport. Díky tomu podniky se zájmem o cyklisty a nejlépe i vlastníci certifikaci CV mají ve většině případů větší přísun hostů z řad této klientely.

Závěrem lze říci, že výzkum potvrdil hypotézu pojednávající o tom, že podniky nevlastnící certifikaci se ve většině případů nezajímají o potřeby cyklistů.

6 NÁVRHOVÁ ČÁST

Tato kapitola se bude zabývat stanovením problémů, které vyplynuly z odpovědí dotazovaných subjektů. Na stanovené problémy bude následně vytvořen návrh řešení. Konec kapitoly se bude věnovat návrhu certifikace Cyklisté vítáni pro zvolený subjekt, který byl účastníkem výzkumu.

6.1 Nezájem o certifikaci

Problém

Z výzkumu vyplynulo, že všechny dotazované necertifikované podniky o certifikaci nemají zájem. Hlavním důvodem tohoto nezájmu je především neinformovanost o certifikaci Cyklisté vítáni. Podniky sice uvedly, že o certifikaci někdy slyšeli, avšak vůbec netuší čím se zabývá. Majitele napadlo, že podle názvu bude mít certifikace něco společného s cyklistikou, ale to je v podstatě vše co o certifikaci ví. Je velká škoda, že dnešní provozovatelé se více neinformují v sektoru certifikací, jelikož by jim to mohlo přinést řadu hostů z dané klientely. Hlavním argumentem provozovatelů byla otázka k čemu by jim taková certifikace byla. Tímto další zájem o certifikaci skončí i přesto, že nevědí jaká pozitiva a příležitosti by certifikát mohl přinést. Důležitým aspektem kromě neinformovanost hraje roli i finanční stránka věci. Dnešní provozovatelé většinou žijí v domnění, že certifikát je k ničemu a jen je bude stát velké peníze. Vzhledem k nízké informovanosti se jedná většinou buď o absolutní nezájem a nebo o malé množství času majitelů k tomu, aby si zjišťovali více informací. Jedná se především o to, že majitelé nemají pocit, že by jim certifikace mohla přinést určité výhody, spíše naopak v tom vidí ztrátu času a problémy navíc.

Návrh řešení

Návrh řešení by se v tomto případě zaměřil na zlepšení informovanosti pro majitele ubytovacích a stravovacích zařízení, kempů a turistických cílů. Jednalo by se především o online informování a to z důvodů nízké časové náročnosti pro majitele provozoven. Tato stránka by byla vytvořena v tom konceptu, aby její uživatelé byli hlavními aktivisty. Stránka by pracovala na bázi, že by si kontaktovaní majitelé dobrovolně mohli založit účet na této stránce, kde by se mezi sebou dělili o své zkušenosti, tipy a rady vztahující se k této certifikaci. Stránka by obsahovala základní informace o certifikaci. Výhoda této stránky by byla hlavně v pocitu jejich uživatelů, kteří by měli možnost

vidět komentáře jiných provozovatelů podniků a lépe by si tak představili existenci a chod této certifikace. Jde o to, že majitele by mohla více zaujmout tato forma sdílení informací. Zjistili by, že v jiném podniku si certifikaci udržují jiným způsobem a přináší jim to mnohem lepší výsledky a díky tomu by mohli pracovat na zlepšování či dokonce uvažovat o žádosti o certifikaci pokud by se jednalo o necertifikovaný podnik.

6.2 Nezájem o potřeby cyklistů

Problém

Dalším problémem, který byl zjištěn při výzkumu je ten, že necertifikované podniky se nezajímají o potřeby cyklistů. Z výzkumu vyšlo, že certifikované podniky se o potřeby cyklistů zajímají všechny až na jeden podnik. Z necertifikovaných podniků jen jeden uvedl, že se zajímá a to pouze ve směru stravovacího sortimentu. Díky tomu je vidět, že klientela cyklistů je stále velmi opomíjená. Zde se znovu bude opakovat zmíněná neinformovanost a to ve směru potřeb pro cyklisty. Jedná se jak například o stravovací sortiment, tak například o základní doplňkové služby jako jsou mimo jiné i stojany na kola atd. V tomto případě bych se přikláněl názoru, že majitelé provozoven si neuvědomují, že Jihomoravský kraj je výbornou lokalitou pro cyklistiku. Přitom cyklisté mohou být převážně v letních měsících velmi hojně zastoupenou klientelou daných podniků, pokud by o ně bylo dobře postaráno.

Návrh řešení

Navrhoval bych zkvalitnění služeb pro cyklisty převážně v podnicích, které se vyskytují v lokalitě, kde je velké množství cyklistů. Může se jednat o podniky, které jsou přímo na cestách greenways, ale není to podmínkou. Doporučení směřuje v první řadě k zažádání si o certifikaci Cyklisté vítáni pokud je to v možnostech podniku. I kdyby ne, tak zkvalitněním služeb pro cyklisty se rozhodně zvýší návštěvnost daného podniku. Navrhuji pro majitele zúčastnit se cyklistických workshopů, které se v Jihomoravském kraji vyskytují na brněnském výstavišti. Zde je výborná příležitost, aby si majitelé zmapovali cyklistický sortiment. Doporučuji zakoupení základního vybavení jako například stojany na kola a základní vybavení pro opravu kol. Dále bych doporučil stravovacím zařízením vhodnou změnu jídelního lístku ve které by byly i energeticky kvalitní pokrmy pro cyklisty. I kdyby podnik certifikaci nepřijal, tak tyto základní

služby cyklisté vřele ocení a vzniká tak větší pravděpodobnost, že se do dotyčného podniku znovu vrátí.

6.3 Zahraniční turisté

Problém

Výzkum nebyl primárně zaměřen na mapování návštěvnosti zahraničních turistů a to převážně z důvodů malého počtu respondentů, avšak i tak lze z výzkumného šetření zjistit, že návštěvnost zahraničních cyklistů není příliš velká. Výzkum odhalil, že podniky odhadují návštěvnost zahraničních cyklistů zhruba na 1 - 10% ročně. Některé podniky uvedly až 30% avšak je třeba říci, že se jednalo jen o odhad majitelů podniku bez nějakého přímého monitoringu. Avšak je zážející, že i podniky které se vyskytují blízko hranic uvádějí takto nízká procenta návštěvnosti cizinců. Přitom ČR nabízí kvalitní podmínky pro cykloturistiku.

Návrh řešení

Navrhoval bych, aby se podniky zaměřily v první řadě na kvalitní webové stránky. Během výzkumu bylo zřetelné, že většina webových stránek podniků jsou jen v českém jazyce. Tady vidím velký problém, jelikož si tak zahraniční turisté nemohou zjistit více informací. Proto bych navrhoval, aby byla na webových stránkách možnost změna jazyka. Nejlépe alespoň v anglickém a německém jazyce. V jazykové bariéře webových stránek vidím největší chybu, pakliže by byla vyřešena alespoň tímto způsobem, tak by se mohly dostavit pozitivní výsledky. Dalším návrhem by bylo, aby se majitelé převážně hraničních podniků zaměřili na propagaci i za hranicemi. Jednalo by se o zmapování zvoleného sektoru a následovná snaha vytvoření reklamy například v podobě článku v místním katalogu nebo nabízení propagačních letáků. Věřím, že zapracování na jazykové bariéře společně s propagací podniku v zahraničí by přispělo ke zvýšení zahraniční klientely.

6.4 Návrh certifikace pro konkrétní podnik

Tato kapitola bude zaměřena na konkrétní podnik u kterého bude navržen postup zavedení certifikace Cyklisté vítání a jeho následná kalkulace.

Jako konkrétní podnik byl zvolen Hotel Kozák. Autor si zvolil tento podnik proto, protože byl ve výzkumu zkoumán jako subjekt nevlastnící certifikaci. Díky tomu si bude moci čtenář lépe představit okolnosti při zavádění certifikace.

Hotel Kozák leží ve městě Brně v městské části Žabovřesky. Tato lokalita se vyznačuje, jako klidná a čistá část města. Hotel je tří hvězdičkový čili spadá do třídy standard. Hotel je nově zrekonstruovaný a nabízí jak ubytování, tak i stravovací služby v hotelové restauraci. V letních měsících je otevřena i hotelová zahrádka, která je ideální k odpočinku po celodenním výletě. Okolí hotelu nabízí možnost využití městských cyklostezek. Dále cyklisté mohou vyjet například k nedaleké Brněnské přehradě nebo opačným směrem do centra města, kde je možnost shlédnout nespočet historických památek. Mimo jiné se přímo v Brně vyskytuje zelená stezka s názvem Brno - Vídeň. Dle názvu je jasné, že tato stezka spojuje tyto dvě města. Pokud by měl host zájem o informace týkající se mimo hotelového vyžití jako například místa vhodná pro výlety nebo informace, kde se nalézají nejbližší turistické cíle, tak všechno se hosté mohou dozvědět na hotelové recepci. Personál hotelu je velmi příjemný a ochotný. Sama majitelka hotelu uvádí, že si na personálu velmi potrpí a svědomitě si vybírá své zaměstnance. Hotel je střední cenové kategorie a proto je vhodnou volbou jak pro turisty, tak pro rodiny s dětmi. V ubytování je standardně snídaneň a možnost neplaceného parkování v hotelové garáži. Hotel umožňuje i ubytování se psy (Hotel Kozák, 2015).

Majitelé hotelu v rozhovoru uváděli, že certifikaci nevlastní z důvodů neinformovanosti. Dá se říci, že o certifikaci možná někdy slyšeli, ale jinak nevědí, čím se certifikace zabývá a k čemu přesně slouží.

Certifikace Cyklisté vítání je specifická díky svým kritériím, které musí subjekt splnit. V tomto případě se jedná o kritéria zaměřená na ubytovací zařízení. V prvé řadě je potřeba si kritéria prostudovat a zjistit, které body může hotel momentálně splnit a které ne. Kritéria jsou uvedena na stránkách Cyklisté vítání a nebo jsou uvedeny v sekci příloh této práce. Po důkladné kontrole kritérií s momentálními možnostmi hotelu autor

došel k výsledkům. Hotel z povinných kritérií, kterých je dohromady devět by mohl momentálně splnit pět. Kritérium smlouva o certifikaci bylo zařazeno do nesplněných kritérií, jelikož ji podnik zatím nevlastní. Uvedená splněná a nesplněná kritéria budou vyznačena v následující tabulce.

Tab. 6: Kritéria certifikace

Splněná kritéria	Nesplněná kritéria
Možnost ubytování na jednu noc	Uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování jízdních kol
Nabídka energeticky vydatných snídaní s minimem	Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol
Možnost vyprání a usušení oblečení a výstroje	Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola
Lékárnička	Smlouva o certifikaci Cyklisté vítání
Informační místo Cyklisté vítání: aktuality a informace o službách pro cyklisty	

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky lze vyčíst, která povinná kritéria hotel momentálně splňuje a která nesplňuje.

Další část kritérií je doplňková nabídka ubytovacích zařízení. V této části se uvádí, že podnik musí splňovat alespoň tři kritéria. Hotel by momentálně byl schopen splnit minimálně tři tyto kritéria a to například v podobě možnosti zakoupení obědových balíčků, nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí a nakonec přístup na internet. Hotel by splňoval i více kritérií, ale pro splnění certifikace jsou tyto tři dostačující.

Všechny kritéria pro doplňkovou nabídku pro ubytovací zařízení jsou uvedena v sekci příloh.

Postup získání certifikace je tedy následovný. Podnik vyřeší problém s nedostatky při plnění kritérií. Dalším krokem je vyplnění přihlášky k certifikaci Cyklisté vítání. Na základě této přihlášky bude podniku zaslán návrh smlouvy a závazný protokol o certifikaci. Cena certifikace se liší dle lokality. V lokalitě města Brna se cena certifikace pohybuje okolo 2000 Kč. Po vyplnění protokolu bude objekt zařazen mezi certifikované služby Cyklisté vítání. Po tomto procesu se s podnikem zkontaktuje vybraný hodnotitel.

Hodnotitel navštíví podnik v domluvený termín a bude zkoumat, zda hotel splňuje všechny kritéria. Po splnění kritérií bude hotelu udělena certifikace. Hotel bude muset splňovat určité povinnosti a to například, aby značka Cyklisté vítáni byla ve viditelném prostoru u hotelu atd. Do budoucna bude hotel čekat každoročně jedna návštěva hodnotitele, který bude znovu kontrolovat, zda hotel stále dodržuje stanovená kritéria.

Kalkulace nákladů za udělení certifikace.

Tab. 7: Kalkulace nákladů

Uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování jízdních kol (10 stojanů po 2 kolech)	50 000 Kč
Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol	2000 Kč
Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola	500 Kč
Certifikát	2000 Kč
Celkem	54 500 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V uvedené tabulce je návrh pro vyřešení nedostatků, které jsou potřebné pro splnění kritérií certifikace. Z tabulky lze vyčíst, že nejnákladnější jsou uzamykatelné stojany na kola. Hotel vlastní zamčené garáže, ale bylo by zapotřebí pro úsporu místa pořídit tyto boxy, které by stály v garážích. Celkově by se jednalo o 10 stojanů po 2 kolech čili maximální limit by byl 20 kol. Do budoucna by bylo zapotřebí platit jen každoroční poplatek za certifikát.

Podnik by do budoucna mohl získat díky aktivnímu přístupu k certifikaci zvýšenou klientelu z řad cyklistů. Jedná se především o aktivní práci s certifikací nikoliv pouze pasivní držení loga certifikace. Jde o to, že je zapotřebí podnik v tomto směru dále rozvíjet. V rozvoji by se jednalo například o propracovanou propagaci hotelu ve směru nabízení kvalitních cykloturistických služeb s dobrou lokalitou. Bylo by důležité, aby hotel maximalizoval úsilí k tomu, aby certifikace byla vidět. Jednalo by se o propagaci

na internetových stránkách, bookingových portálech a také přímo v hotelu či na hotelových akcích.

ZÁVĚR

Bakalářská práce byla rozdělena do dvou hlavních bloků. První blok tvořila teoretická část. Tato část byla zaměřena na vymezení vybraných udržitelných forem cestovního ruchu. V této kapitole se práce více zaměřila na formu zelených stezek a to z důvodů toho, že zelené stezky byly úzce spjaty s výzkumným tématem, kterému se podrobněji věnovala praktická část. Tato kapitola popisovala zelené stezky od jejich základů až historii a využití. Následující kapitola se věnovala organizaci Nadaci Partnerství podporující zmíněné zelené stezky. Zde byla stručně popsána historie Nadace současně s tím, čím vším se zabývá. Tyto kapitoly měly logickou posloupnost, jelikož završením teoretické části byla kapitola věnující se cyklistické certifikaci s názvem Cyklisté vítáni. Jedná se o certifikaci, která je známkou kvality v poskytování služeb cyklistům. Tuto certifikaci uděluje Nadace Partnerství a jedná se o stravovací a ubytovací zařízení, kempy a turistické cíle, které se převážně vyskytují na trasách zelených stezek. Certifikace Cyklisté vítáni byla také zvolena autorem, jako hlavní téma výzkumu do praktické části.

Hlavním cílem v praktické části tedy bylo odpovědět na stanovené hypotézy týkající se certifikace Cyklisté vítáni. V úvodu tohoto bloku bylo zapotřebí stanovit si cíle a hypotézy. Poté bylo zapotřebí zvolit kvalitní způsob k nashromáždění potřebných informací. Kvůli minimální zpětné vazbě byla volba kvantitativního sběru dat zamítnuta. Proto autor přistoupil na sběr dat pomocí kvalitativního výzkumu. Jednalo se tedy o strukturované rozhovory. Tento výzkum s sebou přinesl pozitivní, ale i negativní přínosy. Zvolený typ výzkumu přináší více získaných informací, avšak skrze svoji rozsáhlost a náročnost také menší počet respondentů. Bylo tedy rozhodnuto i skrze slabou zpětnou vazbu, že výzkum bude rozdělen na pět certifikovaných a pět necertifikovaných podniků. Pro tyto dva typy podniků byly vytvořeny mírně odlišné otázky uvedené v rozhovorech. Díky výsledkům pak bylo možné vidět jistý kontrast mezi certifikovanými a necertifikovanými podniky. Po vyhodnocení výzkumu byly potvrzeny všechny stanovené hypotézy. Hypotézy ukázaly, že podniky přijímají certifikaci hlavně z důvodů zkvalitnění služeb pro cyklisty a jedná se především o podniky, které se vyskytují v lokalitách, kde se vyskytuje vysoký počet cyklistů. Dále bylo potvrzeno, že podniky zaregistrovaly mírné pozitivní změny od doby, kdy začaly vlastnit certifikaci. Jedná se především o nárůst klientely v podobě cyklistů. Další

potvrzenou hypotézou bylo zjištění, že hlavním důvodem proč podniky certifikaci nevlastní je neinformovanost. Majitelé ve většině případů o certifikaci někdy slyšeli, ale neví k čemu slouží a co přináší. Jako poslední zjištění bylo potvrzení toho, že podniky nevlastnící certifikaci se ve většině případů nezajímají o potřeby cyklistů.

Po vyhodnocení těchto výsledků následovala návrhová část. V této části autor navrhoval řešení k vytyčeným problémům, které byly zjištěny díky výzkumu. Poslední část práce se věnovala návrhu certifikace pro konkrétní podnik. Autor si zvolil jeden z podniků, který byl součástí výzkumu a patřil do kategorie necertifikovaných. Zde byl navržen ucelený postup pro přijetí certifikace. Byla vyhotovena kalkulace nákladů pro splnění potřebných kritérií. Byly vysvětleny pozitiva držení certifikace a následné připomínky pro aktivní práci s certifikací.

Autor byl během výzkumné práce v kontaktu s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání. Pan koordinátor byl velmi vstřícný a poskytl autorovi rozhovor ve kterém odpovídal na všechny zodpovězené otázky. Otázky byly zaměřeny na široké spektrum týkající se certifikace a práci pana koordinátora. Tento rozhovor byl velikým zpestřením a obohacením celé bakalářské práce a přinesl velmi hodnotné odpovědi na otázky, které by jinak pravděpodobně nebylo možné získat.

Závěrem této bakalářské práce je třeba říci, že cyklistika se stává stále větším světovým fenoménem. Proto je zapotřebí, aby se i kvalita nabízených služeb pro tuto specifickou klientelu stále zvyšovala. Je potřeba, aby si tuto skutečnost začali uvědomovat i samotní provozovatelé podniků a začali pracovat na zkvalitnění dosavadních služeb. Díky přijetí certifikace a aktivnímu přístupu k ní, by se podnikům zákonitě zvýšily tržby v důsledku větší návštěvnosti cyklistů.

POUŽITÉ ZDROJE

Knížní publikace

AHERN, J. F. : Greenways as Strategic Landscape Planning: Theory and Application. Wageningen University, Wageningen 3, 2002, ISBN 10.1016/0169-2046(95)02039-v.

ERICKSON, Donna L. *MetroGreen: connecting open space in North American cities*. Washington: Island Press, c2006, xiv, 333 p. ISBN 978-155-9638-913.

HELLMUND, Paul Cawood a Daniel S SMITH. *Designing greenways: sustainable landscapes for nature and people*. Washington: Island Press, c2006, xiv, 270 p. ISBN 978-155-9633-291.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.

JONGMAN, R a Gloria PUNGETTI. *Ecological networks and greenways: concept, design, implementation*. New York: Cambridge University Press, 2004, xxi, 345 p. ISBN 05-215-3502-6.

MORAVEC, Ivo. *Venkovská turistika v Rakousku, České republice a Francii: koncept, aktivity a vzdělávání*. Vyd. 1. České Budějovice: Centrum pro komunitní práci, 2007, 69 s., [6] s. barev. obr. příl. ISBN 978-80-86902-50-0.

PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. vyd., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014, 335 s. ISBN 978-80-7435-329-1.

TRÁVNÍČEK, Jan a Jakub TROJAN. *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj*. Brno: Vysoká škola obchodní a hotelová, 2012, 122 s. ISBN 978-80-87300-21-3.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje

Cyklisté vítáni. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/uvod.aspx>

EuroVelo. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.eurovelo.com/en>

Greenways. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/uvod.aspx>

Greenways: EuroVelo. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/EuroVelo.aspx>

Hotel Drnholec. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.hoteldrnholec.cz/>

Hotel Kozák. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.hotelkozak.cz/>

Jarošův Mlýn. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.jarosuvmlyn.cz/>

Nadace Partnerství. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.nadacepartnerstvi.cz/>

Nadace Partnerství: Cyklisté vítáni. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.partnerstvi-ops.cz/certifikace-cykliste-vitani>

LEADER ČR: Dotace. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/dobihajici-a-ukoncene-dotace/leader-cr/>

Penzion Baltazar. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.pensionbaltazar.cz/>

Restaurace Bonanza. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.restauracebonanza.cz/>

Penzion Relax. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.vranovnaddyji.cz/ubytovani-ve-vranove-nad-dyji-penzion-relax>

Penzion U Hrnčáře. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.penzionuhrncire.cz/>

Restaurace Green Brno. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://www.greenrestaurant.cz/>

Turistické informační centrum Břeclav. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z: <http://breclav.eu/>

Tuřanská Beseda. [online]. [cit. 2015-04-06]. Dostupné z:
<http://www.turanskabeseda.cz/>

Další doplňkové zdroje

Katalog Cyklisté vítáni. Brno: Nadace Partnerství, 2014, 60s.

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam tabulek

Tab. 1: Přehled otázek (31 s.)

Tab. 2: Přehled otázek 2 (32 s.)

Tab. 3: C - Důvod žádosti o certifikaci. N - Informovanost o certifikaci (37 s.)

Tab. 4: C - Hodnocení certifikace. N - Důvod k nezažádání o certifikaci (38 s.)

Tab. 5: C - Roční využití služeb zahraničních cyklistů. N - Zájem o potřeby cyklistů (39 s.)

Tab. 6: Kritéria certifikace (45 s.)

Tab. 7: Kalkulace nákladů (46 s.)

Seznam obrázků

Obr. 1: Katalog Cyklisté vítáni 2014 (Příloha 1)

Zdroj: [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z:
<http://www.cyklistevitani.cz/images/Attachments/Prilohy/Cykliste-vitani-titulni-strana-katalog.jpg>

Obr. 2: Logo Cyklisté vítáni (Příloha 2)

Zdroj: [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z:
http://www.cyklistevitani.cz/images/Grafika/Loga/CV_2008.jpg

Obr. 3: Logo Nadace Partnerství (Příloha 3)

Zdroj: [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z:
<http://www.nadacepartnerstvi.cz/getmedia/636873f4-4498-4260-a8dc-a328b64ca136/Nadace-Partnerstvi.jpg.aspx>

PŘÍLOHY

Seznam příloh

Příloha 1: Katalog Cyklisté vítáni 2014

Příloha 2: Logo Cyklisté vítáni

Příloha 3: Logo Nadace Partnerství

Příloha 4: Kritéria pro ubytovací zařízení

Příloha 5: Kritéria pro stravovací zařízení

Příloha 6: Kritéria pro kempy

Příloha 7: Kritéria pro turistické cíle

Příloha 8: Rozhovor s koordinátorem certifikace Cyklisté vítáni

Příloha 9: Rozhovor - Penzion u Hrnčíře

Příloha 10: Rozhovor - Penzion Relax

Příloha 11: Rozhovor - Hotel Drnholec

Příloha 12: Rozhovor - Turistické informační centrum Břeclav

Příloha 13: Rozhovor - Jarošův mlýn ve Veverské Bitýšce

Příloha 14: Rozhovor - Restaurace Green Brno

Příloha 15: Rozhovor - Tuřanská Beseda

Příloha 16: Rozhovor - Restaurace Bonanza

Příloha 17: Rozhovor - Hotel Kozák

Příloha 18: Rozhovor - Penzion Baltazar

Příloha 19: Tabulka 8: Nabízené služby

Příloha 20: Tabulka 9: Třída ubytovacího zařízení

Příloha 21: Tabulka 10: C - Informovanost o certifikaci. N - existence certifikace

Příloha 22: Tabulka 11: C - Informování veřejnosti. N - Hodnocení certifikace

Příloha 23: Tabulka 12: C - Způsoby informování veřejnosti. N - Žádost o certifikaci

Příloha 24: Tabulka 13: C - Důvody k neinformování veřejnosti. N - Propagace podniku

Příloha 25: Tabulka 14: C - Podávání inzerce. N - Důvod nepropagování podniku

Příloha 26: Tabulka 15: C - Zájem o potřeby cyklistů. N - Podávání inzerce

Příloha 27: Tabulka 16: N - Roční využití služeb zahraničních cyklistů



Certifikaci Cyklisté vítáni koordinuje Nadace Partnerství

Příloha 2: Logo Cyklisté vítání



Příloha 3: Logo Nadace Partnerství



Příloha 4: Kritéria pro ubytovací zařízení

I. KRITÉRIA PRO UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ (hotely, penziony, priváty a chaty)

Základní požadavky, povinné

1. Možnost ubytování na jednu noc
2. Nabídka energeticky vydatných snídaní s minimem tuků (na požádání hosta jogurt, müsli, ovoce).
3. Možnost vyprání a usušení oblečení a výstroje
4. Uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování jízdních kol
5. Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol
6. Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola
7. Lékárnička
8. Informační místo Cyklisté vítáni: aktuality a informace o službách pro cyklisty
9. Smlouva o certifikaci Cyklisté vítáni

II. KRITÉRIA PRO UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ (hotely, penziony, priváty a chaty)

Doplňková nabídka ubytovacích zařízení, min. 3 položky povinné

1. Zajištění odvozu či přepravy zavazadel pro cyklisty
2. Zprostředkování výpůjčky kvalitních kol
3. Možnost zakoupení obědových balíčků
4. Poskytnutí základních náhradních dílů pro kola
5. Prodej cyklistických a turistických map okolí
6. Nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí
7. Seznam ubytovacích možností v regionu, které jsou vhodné pro cyklisty
8. Rezervační servis pro zajištění dalšího ubytování, které poskytuje služby pro cyklisty
9. Přístup na internet
10. Cizojazyčné informační materiály

11. Možnost dobíjení elektrokol

Příloha 5: Kritéria pro stravovací zařízení

I. KRITÉRIA PRO STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ (restaurace, hospody) Základní požadavky, povinné

1. Přizpůsobení nabídky nápojů potřebám cyklistů, v nabídce alespoň jeden osvěžující „cyklonápoj“, ovocné nebo bylinkové čaje
2. V nabídce alespoň jedno teplé a jedno vegetariánské nesmažené jídlo během celé provozní doby. Nabídka musí obsahovat jídlo s malým obsahem tuků (např. pokrmy z celozrnných těstovin, zeleniny, ovoce)
3. Kvalitní pokud možno zastřešené odstavné místo pro kola a zavazadla v dohledu hosta nebo uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování kol a zavazadel
4. Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol
5. Lékárnička
6. Informační místo Cyklisté vítáni: aktuality a informace o službách pro cyklisty
7. Smlouva o certifikaci Cyklisté vítáni

II. KRITÉRIA PRO STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ (restaurace, hospody) Doplnkové služby, min. 3 položky povinné

1. Nabídka místní gastronomické speciality
2. Nabídka speciálního cyklomenu
3. Celodenní provozní doba
4. Možnost zakoupení obědových balíčků
5. Trojjazyčné jídelní lístky
6. Možnost usušení oblečení a výstroje
7. Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola
8. Poskytnutí základních náhradních dílů pro kola
9. Prodej cyklistických a turistických map okolí

10. Nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí
11. Seznam ubytovacích možností v regionu, které jsou vhodné pro cyklisty
12. Přístup na internet
13. Cizojazyčné informační materiály
14. Možnost dobíjení elektrokol

Příloha 6: Kritéria pro kempy

I. KRITÉRIA PRO KEMPY (stanové, chatové a karavanové) Základní požadavky, povinné

1. Vymezená a oddělená stanová zóna pro cyklisty a jiné nemotorizované hosty
2. Povrchy k postavení stanů musí být travnaté, pokud možno hladké a na rovině
3. Odstavné a parkovací možnosti kol v blízkosti stanů, parkování jízdních kol na území kempu bez poplatků
4. Kvalitní, pokud možno zastřešené, odstavné místo pro kola a zavazadla v dohledu hosta nebo uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování kol a zavazadel
5. Možnost vyprání a usušení oblečení a výstroje
6. Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol
7. Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola
8. Lékárnička
9. Informační místo Cyklisté vítání: aktuality a informace o službách pro cyklisty
10. Smlouva o certifikaci Cyklisté vítání

II. KRITÉRIA PRO KEMPY (stanové, chatové a karavanové) Doplnkové služby, min. 3 položky povinné

1. Nabídka posezení u stolků v blízkosti stanové zóny, dle možností zastřešených
2. Umožnit návštěvníkům vaření na zařízení kempu
3. Možnost nákupu nejn nutnějších potravin

4. Dostatečné osvětlení přístupových cest ve stanovém areálu
5. Možnost pronájmu stanů, chatek, bungalovů aj.
6. Zajištění odvozu či přepravy zavazadel pro cyklisty
7. Poskytnutí základních náhradních dílů pro kola
8. Prodej cyklistických a turistických map okolí
9. Nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí
10. Seznam ubytovacích možností v regionu, které jsou vhodné pro cyklisty
11. Rezervační servis pro zajištění dalšího ubytování, které poskytuje služby pro cyklisty
12. Přístup na internet
13. Cizojazyčné informační materiály
14. Možnost dobíjení elektrokol

Příloha 7: Kritéria pro turistické cíle

I. KRITÉRIA PRO TURISTICKÉ CÍLE (hrady, zámky, muzea, přírodní památky)

Základní požadavky, povinné

1. Kvalitní pokud možno zastřešené odstavné místo pro kola a zavazadla v dohledu hosta nebo uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování kol a zavazadel
2. Poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol
3. Lékárnička
4. Informační místo Cyklisté vítání: aktuality a informace o službách pro cyklisty

II. KRITÉRIA PRO TURISTICKÉ CÍLE (hrady, zámky, muzea, přírodní památky) Doplnkové služby, min. 2 položka povinné

1. Možnost umytí kola, základní vybavení pro mytí kola
2. Poskytnutí základních náhradních dílů pro kola
3. Prodej cyklistických a turistických map okolí

4. Nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí
5. Seznam ubytovacích možností v regionu, které jsou vhodné pro cyklisty
6. Informační/rezervační servis pro zajištění dalšího ubytování, které poskytuje služby pro cyklisty
7. Přístup na internet
8. Cizojazyčné informační materiály
9. Možnost dobíjení elektrokol

Příloha 8: Rozhovor s koordinátorem certifikace Cyklisté vítání

Otázka 1: *Co je Vaše hlavní náplň práce jako koordinátora certifikace Cyklisté vítání? Co si pod tím můžeme představit?*

Mezi hlavní náplň práce patří každodenní proces jednání se subjekty, které žádají o certifikaci. Jedná se především o vyjasňování podmínek a vzájemné zpětné vazbě. Další práce se zaměřuje na stále opakující se cyklus kontrol certifikací. Mezi další náplně práce patří také marketingový rozvoj a propagace. Zajišťování nových partnerství s vydavateli map, zpracovateli navigací a aplikacemi pro mobilní telefony.

Otázka 2: *Co Vás vedlo k založení certifikace CV?*

Jde o převzetí certifikace podle vzoru z Německa a Rakouska. V Německu vznikla certifikace Bett und Bike v roce 1996. V ČR se Nadace Partnerství snažila certifikaci Cyklisté vítání rozběhnout již v roce 2001, ale podařilo se to až v roce 2005 a to hlavně díky podpoře z Evropské Unie. Během dvou let probíhalo proškolení hodnotitelů a zakládání nových partnerství. Od roku 2007 certifikace probíhá na samofinancované bázi.

Otázka 3: *Bylo těžké získat na tento projekt určitý grant na podporu?*

Projekt byl v té době první a dostal nejvíce bodů v rámci hodnocení měkkých projektů. Mírná konkurence už v té době byla, ale tento projekt tehdejší hodnocení vyhrál.

Otázka 4: *Jaké máte ohlasy od široké veřejnosti na CV?*

Ohlasy se kontrolují převážně přes webovou stránku certifikace, kde je hlasovací anketa a také je tam možnost napsání mailu týkající se pozitivní či negativní zprávy ohledně

podniků s certifikací. Před 3-4 lety se certifikace zúčastnila národního průzkumu, kde bylo cca 5000 respondentů. Z odpovědí vzešlo, že polovina lidí o certifikaci ví a nějakým způsobem to využívá a druhá polovina o tom nikdy neslyšela. Hlavně však záleží na místě, kde se člověk vyskytuje, jelikož například na Jižní Moravě je spousta ukazatelů s logem CV.

Otázka 5: *Můžete říci jaké jsou ohlasy od lidí, kteří certifikaci CV vlastní?*

Tohle se dá rozdělit na dvě skupiny lidí a to na skupinu, kteří se cyklistice věnují, sledují cykloturistiku a vše kolem ní. Tito lidé provozují podnik, kde mají certifikaci CV a aktivně na ní pracují, čili snaží se rozšiřovat sortiment pro cyklisty a různé doplňkové služby. Druhá skupina lidí o podnikání moc neví. Zažádají si o certifikaci stou myšlenkou, že když budou mít certifikaci, tak jim tam automaticky najedou skupiny cyklistů. Mnoho takovýchto provozoven si certifikaci moc dlouho neudrží. Jde o to, že certifikace je záruka určité kvality nabízených služeb, vlastnictví certifikace vytváří určitou reklamu, avšak na jejím dalším zdokonalování, využití, rozšiřování a na tom jak a do jaké míry bude využita už se musí postarat aktivně provozovatel daného zařízení. V posledních letech přibývá stále více případů fluktuace provozovatelů. Jde o to, že certifikace není vázána na podnik, ale na majitele nebo osobu, která poskytuje dané služby. Ve chvíli, kdy on místo opouští, tak podnik převezme nový majitel a ten si znovu zažádá o certifikaci CV. Takto vzniká nekonečný kruh pokud fluktuace provozovatelů na daném místě stále pokračuje a každý si zažádá o certifikaci.

Otázka 6: *Zaznamenali jste, že by byli i nějaké negativní zkušenosti týkající se certifikace či dokonce stížnost na podnik vlastníci certifikaci CV?*

Ano i s negativními zkušenostmi se setkávají. Lidé raději zveřejňují negativní zkušenosti před těmi pozitivními. Lidé informují prostřednictvím emailové zprávy nebo přímo na stránkách Cyklisté vítáni. Někdy se jedná o zprávy typu, že brigádník neměl dostatečné informace ohledně nabízených služeb atd. V takovýchto případech si to musí provozovatel pohlídat a rádně vyškolit svoje zaměstnance. Avšak ročně se odebírá kolem 30 označení z důvodů opakovaných stížností, či nedodržování stanovených kritérií. Dalších cca 50 objektů odpadá z důvodů platební neschopnosti. Celkový počet certifikovaných podniků v ČR je momentálně okolo 1200.

Otázka 7: *Myslíte si, že veřejnost je momentálně dobře informovaná a ví o existenci certifikace CV zaručující kvalitu v oblasti cykloturistiky?*

Lidé, kteří se zajímají o cykloturistiku většinou informace o CV mají. Na širokou veřejnost se Cyklisté vítání nezaměřují, čili většinou lidé, kteří nemají s cyklistikou nebo turistikou moc společného, tak o této certifikaci neví. Propagace CV se ani v současné době na širokou veřejnost nezaměřuje. Striktně se jedná o komunitu cykloturistů.

Otázka 8: *Provádíte průběžně nějaký monitoring týkající se certifikace nebo cyklistů? Můžete říci jaká a za jakým účelem monitoring provádíte?*

Ano je to přímo jedna z nabízených služeb Nadace Partnerství. Jedná se o monitoring cyklistů a pěších. Nadace k tomu používá automatické sčítače, které se zabudují přímo do stezky nebo vedle stezky. Ty pak počítají průchody a směry pěších nebo cyklistů. Tyto data se následně vyhodnocují.

Otázka 9: *Ozývá se Vám stále více lidí se zájmem o držení certifikace nebo spíše naopak?*

Ročně je zhruba 350 žádostí o certifikaci. Z toho 150 certifikaci dostane a zbytek většinou nesplňuje podmínky.

Otázka 10: *Jeden podnik uvádí, že jste je sami kontaktovali o certifikaci CV? Kontaktujete takto běžně podniky?*

Nadace Partnerství má vlastní databázi, která je zaměřena především na objekty, které se vyskytují na zelených stezkách. Jde především o to, že je potřeba aby síť těchto podniků byla stále funkční, čili pokud vypadne podnik na určité trase je potřeba nahradit podnik jiným podnikem.

Otázka 11: *Podniky které oslovujete jsou náhodnou volbou nebo si je pečlivě vybíráte skrze určitá kritéria?*

Jedná se o to jak pečlivě tuto práci vykonávají daní hodnotitelé. Pokud jsou pečliví, tak svědomitě kontrolují tuto síť provozoven a vybírají si místa, kde je potřeba podniky o certifikaci doplnit.

Otázka 12: *Jsou Vaším hlavním zájmem jen podniky vyskytující se na trasách zelených stezek nebo neděláte rozdíly v tom smyslu jestli podnik je na trase greenways nebo leží například v centru města?*

Je to místo od místa, ale konkrétně například městem Brnem probíhá stezka Krakow-Morava-Vídeň. Opět jde o doplňování sítě, čili pokud jde o místo kde je zapotřebí doplnit podniky o certifikaci a probíhá tam stezka greenways, tak se zaměřují i na centra měst.

Otázka 13: *Jaké máte plány do budoucna ohledně certifikace? Bude certifikace nějakým způsobem pozměněna či rozšířena o určitá kritéria?*

Minulý rok byla kritéria rozšířena o dobíjení elektrokol. Další kritéria se budou revidovat v období 10. výročí CV. Bude se jednat spíše o rozšíření služeb v ohledu rezervací, čili registrace v rezervačních systémech atd.

Otázka 14: *Z jakého důvodu si myslíte, že lidé vlastníci podnik nemají zájem o certifikaci?*

Rozhodně to mohou být finanční podmínky podniku a dále pak orientace na tuto specifickou klientelu hostů.

Otázka 15: *Můžete vyčíslit kolik stojí vlastnictví certifikaci v ohledu na splnění kritérii?*

Jde o to jaké má majitel zázemí provozovny. Zda-li vlastní úschovný box pro kola nebo by ho restaurace musela teprve vybudovat atd. Ve většině případů se jedná pouze o dokoupení náradí, což se pohybuje okolo 1000 Kč. Pokud by majitel v provozovně neměl nic z potřebných kritérií, tak by se tato investice mohla pohybovat klidně v řádu až 50 000 Kč.

Otázka 16: *Kontrolujete podniky s udělenou certifikací zda-li mají všechny kritéria v pořádku? Pokud ano, jak často?*

Ano pravidelně kontrolují podniky s certifikací. Ideálně to bývá jednou ročně. Jedná se o síť osmi hodnotitelů v regionech, kteří jezdí kontrolovat certifikovaná zařízení. Avšak u podniků, kde byl už hodnotitel například šestkrát a je jistota kvality poskytovaných služeb, tak se kontrola vynechává.

Otázka 17: *Jak vybíráte lidi, kteří chodí posuzovat způsobilost pro držení certifikace? Máte na ně nějaká vyhrazená kritéria a jak taková kontrola probíhá?*

V rámci pilotního projektu, který byl podpořen Evropskou Unií se vyškolilo řádově 50 hodnotitelů. Postupem času se počet hodnotitelů zastavil pouze na počtu osm. Pět hodnotitelů pracuje v regionu a zbylí tři jsou tzv. nadregionální a to jsou kolegové z Nadace Partnerství.

Otázka 18: *Snažíte se hledat inspiraci u podobných evropských certifikací typu Německa (Bett und Bike), Rakouska (Radfreundliche Betriebe) nebo Slovenska, kde mají obdobnou certifikaci jako my v ČR s názvem Víťajte, cyklisti!?*

Německo a Rakousko sloužili jako inspirace, ze které se vycházelo při vytváření certifikace CV. Na Slovensku Víťajte, cyklisti je sesterskou nadací, takže jsou v podstatě jedním subjektem.

Otázka 19: *Můžete stručně říci rozdíly mezi českou certifikací CV a například certifikacemi v Německu a v Rakousku?*

Hlavním rozdíl je ten, že v Německu a Rakousku nerozlišují turistický cíl, tak jako nás v ČR. To znamená, že v Německu a Rakousku nemůže například hrad nebo zámek získat certifikaci. Naopak v ČR se Nadace snažila o to, aby i tyto turistické cíle certifikaci mohly získat. dalším rozdílem jsou doplňkové kritéria, což znamená že klientela je zvyklá na něco jiného než například turisté v ČR.

Otázka 20: *Probíhá nějaká synergie s ostatními evropskými certifikacemi například se sousedním Slovenskem Víťajte, cyklisti!/? Pokud ano, tak jaká?*

Ano, byly vydány například společné materiály typu katalogů. Dá se říci, že CV více funguje momentálně na území ČR než Slovenska. Hlavním důvodem je to, že na Slovensku se nachází méně zařízení. Jde o to, že tam pro to nejsou takové podmínky jako u nás. Na Slovensku je to stále více zaměřené spíše na horskou turistiku než cykloturistiku.

Otázka 21: *Je pro Vás jako pro koordinátora CV a pro Nadaci partnerství jako zprostředkovatele certifikace důležitá propagace a reklama pro certifikaci Cyklisté vítáni? Respektive snažíte se dostat do podvědomí veřejnosti informace o této certifikaci? Pokud ano, tak o jaké typy propagace a reklam s jedná?*

Pan koordinátor uvedl, že se snaží oslovovat především cílená média, která se zajímají o cyklisty.

Certifikované podniky

Příloha 9: Rozhovor - Penzion u Hrnčíře

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Na otázku jaké penzion nabízí služby, mi pan majitel odpověděl, že penzion se zaměřuje především na ubytovací službu a kurzy hrnčířství. Penzion nese název u Hrnčíře z důvodu, že přímo pan majitel je hrnčíř a hrnčířstvím se zabývá. U penzionu je zahrada, ve které se nachází venkovní galerie hrnčířské keramiky, keramických plastik a dvě hrnčířské dílny.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Na otázku jakou má ubytovací zařízení třídu pan majitel odpověděl, že penzion se řadí do třídy standard čili tři hvězdy.

Otázka 3: *Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítáni?*

K otázce jak se o certifikaci Cyklisté vítáni dozvěděli, mi pan majitel řekl, že tato certifikace je velmi známá a ihned po otevření penzionu certifikaci provedl. Řekl, že s certifikací se setkal převážně, když mapoval situaci a navštívil jiné podobné podniky. Také uvedl, že certifikaci viděl na internetových stránkách.

Otázka 4: *Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

K hlavním důvodům uvádí, že je to známka kvality pro cyklisty. V této oblasti je cyklistů spousta a jsou zde pro to výborné podmínky, takže nad ničím neváhal a certifikace pro něj po zřízení hotelu byla nutností.

Otázka 5: *Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevlastnili.*

U této otázky měl pan majitel naprosto jasno. Uvedl, že certifikace pro ně měla jednoznačně pozitivní výsledky. Sám řekl, že díky tomu se jim do penzionu začalo sjíždět mnohem více cyklistů, jelikož držení certifikace jim umožnila propagaci speciálně v komunitě aktivních ale i rekreačních cyklistů. Řekl, že známka kvality je v tomto ohledu velmi důležitá. Avšak upozornil i na negativní prvky a to převážně směřoval na zvýšené nároky na kvalitní úschovnu jízdních kol. Sám popsal, že mají v penzionu velmi kvalitní kóje, které jsou pojištěné a každý pokoj má svou vlastní. Taková to úschovna je potom v ceně i 250 000 Kč.

Otázka 6: *Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?*

ANO.

Otázka 7: *(otázka č.6 ANO) : Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)*

U navazující otázky, zda podnik informuje o certifikaci, kde pan majitel uvedl, že veřejnost informují a to převážně na internetu v podobě webových stránek. Dále pak uvedl, že informace zprostředkovávají na směrových tabulích a reklamách v místě penzionu.

Otázka 8: *(otázka č.6 NE) : Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání? -*

Otázka 9: *Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Zde majitel razantně uvedl, že certifikaci v penzionu mají jen z důvodu záruky kvality služeb pro cyklisty a celkově cykloturistiku. Ostatní záležitosti ve směru rozšířené propagace je nezajímají.

Otázka 10: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Ne.

Otázka 11: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

U této otázky pan majitel nemohl přesně říct, ale odhadoval, že 1-10%. Avšak jelikož se jejich penzion nachází v blízkosti rakouských hranic, tak počítá s tím, že jak bude mít časem penzion v okolí zvučnější jméno, tak že by se nárůst cizinců mohl zvýšit.

Příloha 10: Rozhovor - Penzion Relax

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

U první otázky pan majitel odpověděl, že hlavní náplní penzionu, kterou nabízí je ubytování a služby související s cykloturistikou jako je například půjčovna kol. Stravování v penzionu neprovozují. Proto pan majitel odkazoval spíše na blízké restaurace. Avšak je potřeba podotknout, že ubytování má svou vlastní kuchyňku, čili hosté si ve většině případů vaří sami. Jak pan majitel sám uvedl, důležité pro něj je, aby se hosté cítili jako doma.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

U otázky číslo 2. se pan majitel více rozhovořil. Příčinnou bylo vysvětlení chodu penzionu. Penzion se dělí na dvě části. Jedna část s názvem Vilka má ***. Zde je možný celoroční provoz. Zde jsou pokoje vytápěny ústředním topením. Topení je také jeden z hlavních důvodů celoročního provozu. Druhá část, která je nazvaná jako Zahradní budova oplývá **. Pokoje jsou zde v přízemí a mají volný přístup na zahradu. Topit se zde může jen za využití elektrických topných konvektorů.

Otázka 3: *Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítáni?*

O certifikaci se v penzionu dozvěděli přes internet. Opět při mapování okolních zařízení zaměřených na cykloturistiku. Jednalo se o zajištění kvality pro cyklisty a možné nalákání většího počtu hostů. Pan majitel uváděl, že lidé sou velmi všímaví a už jen myšlenka, že hotel vlastní certifikace v nich vzbuzuje pocit jistoty a kvality.

Otázka 4: *Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Tato otázka navazuje na otázku předchozí. Mimo jiné než zlepšení kvality bylo hlavním důvodem, že v okolí se vyskytuje velké množství cyklistů.

Otázka 5: *Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevlástnili.*

Zde nemohl posoudit. Dle jeho slov vyplynulo, že neví jakého hosta zaujala certifikace a jiného zase něco dalšího.

Otázka 6: *Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?*

Ano informují.

Otázka 7: *(otázka č.6 ANO) : Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)*

Pan majitel uvedl, že před penzionem se nachází vývěska CV. Dalším zdrojem informovanosti je internet a to především jejich webové stránky, kde se o certifikaci zmiňují a uvádí zde i její logo. Na vizitkách pana majitele k penzionu je logo CV. Dále uvedl hlavičkový papír na dopisy, kde je také uvedeno logo CV. A v neposlední řadě uvádí logo na potvrzovacích ubytovacích formulářích. Majitel řekl, že image penzionu je pro něj velmi důležitá a proto je potřeba propagovat certifikáty, které hotel vlastní.

Otázka 8: *(otázka č.6 NE) : Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?*

Otázka 9: *Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Penzion Relax se snaží propagovat i ve specializovaných katalozích. Majitel uvedl, že kromě propagace na stránkách a v katalogu Cyklisté vítání to jsou i další zejména regionální katalogy. Řekl, že propagace je vedena například v katalogu Znovín, Cykloklub Kučera a Znojensko letem světem. Apeloval zde na to, že kvalitní propagace podniku je základem úspěchu pro to, aby se penzion dostal v dobrém slova smyslu do podvědomí turistů.

Otázka 10: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

V rámci možností ano. Není to jeho hlavní náplň, ale pokud se dozví od cyklistů nebo známých či na internetu o určitých novinkách, tak je rozhodně zvažuje a přemýšlí zda by bylo nebo nebylo možné je v penzionu zavést.

Otázka 11: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

1-10%.

Příloha 11: Rozhovor - Hotel Drnholec

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Paní majitelka uvedla, že hotel nabízí několik služeb a to zejména stravovací, ubytovací, řízené degustace v hotelovém sklípku a semináře v konferenčním sále.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Hotel má třídu standard čili vlastní tři hvězdičky.

Otázka 3: *Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Paní majitelka uvedla, že byli osloveni Nadací Partnerství.

Otázka 4: *Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Paní majitelka řekla, že být členem takovéto organizace je takřka "povinností" tak jako v jiných turistických organizacích. Také uvedla, že jejich lokalita je cyklisty velmi vyhledávanou, takže v jejich situaci bylo samozřejmostí přijmout certifikaci Cyklisté vítáni jako záruku kvality.

Otázka 5: *Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevlastnili.*

Paní majitelka nevidí žádné změny, ale uvedla že přítomnost určitých cyklistů může být určitě způsobena tím, že vlastní certifikaci.

Otázka 6: *Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Ano informují. U této otázky přímo řekla, že je povinností informovat, když jste členem Cyklisté vítáni.

Otázka 7: (otázka č.6 ANO) : *Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)*

Přímo v hotelu je vystavena značka Cyklisté vítáni. Dále pak informovanost probíhá na hotelových webových stránkách. Certifikaci hotel uvádí i v jiných materiálech a to dle slov majitelky například při prezentacích hotelu či v médiích.

Otázka 8: (otázka č.6 NE) : *Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Otázka 9: *Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Hotel žádnou inzerci neprovozuje.

Otázka 10: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Paní majitelka v rozhovoru uvedla, že se cyklistům snaží maximálně vyjít vstříc. Mezi služby, které pro cyklisty poskytují zařadila úschovnu kol v zamykatelné místnosti, možnost umytí kola, poskytnutí náradí v dílně nebo také prodej map. Uvedla, že poskytované služby se slučují s kritérii pro držení certifikace.

Otázka 11: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

Přímo se na tuto otázku odpovědět nedá, dle slov majitelky, ale zhruba 1-10 % cyklistů využije služby podniku za rok.

Příloha 12: Rozhovor - Turistické informační centrum Břeclav

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Turistické informační centrum. Zaměstnankyně uvedla, že v objektu nabízejí nabídku propagačních materiálů, prodej map, brožur a suvenýrů. Dále pak předprodej vstupenek, kancelářské služby a půjčovnu kol.

Otázka 2: (Ubytovací) *Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Otázka 3: *Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítáni?*

U této otázky zaměstnankyně uvedla, že už si okolnosti nepamatují.

Otázka 4: *Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Hlavním důvodem bylo zatraktivnění služeb pro cykloturisty.

Otázka 5: *Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevlastnili.*

V momentální době nedokáží posoudit.

Otázka 6: *Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Ano veřejnost informují.

Otázka 7: *(otázka č.6 ANO) : Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)*

Veřejnost informují logem Cyklisté vítáni na budově. Dále pak logem a podrobnějšími informacemi na webových stránkách.

Otázka 8: *(otázka č.6 NE) : Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Otázka 9: *Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Zaměstnankyně uvedla, že inzeráty na specializované weby, portály, časopisy a jiné podávají jen výjimečně a proto nedokáže momentálně specifikovat, kde jsou přesně vydávány.

Otázka 10: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Ano o potřeby cyklistů se centrum aktivně zajímá.

Otázka 11: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?*

Zaměstnankyně uvedla, že nedokáže s přesností říci, ale že se počet zahraničních cyklistů za rok pohybuje okolo 1-10 %.

Příloha 13: Rozhovor - Jarošův mlýn ve Veverské Bitýšce

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Provozovatelka uvedla, že se jedná o muzeum mlynářského řemesla.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Otázka 3: *Jak jste se dozvěděli o certifikaci Cyklisté vítání?*

Muzeum bylo osloveno zástupcem certifikace Cyklisté vítání.

Otázka 4: *Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si zažádáte o certifikaci Cyklisté vítání?*

Hlavním důvodem bylo rozšíření služeb pro návštěvníky. V okolí se vyskytuje mnoho cyklistů a samotné muzeum je dobře dostupné pro cykloturisty. Provozovatelka také uvedla, že vlastnictví certifikace znamená dobré jméno v ohledu na nabízené služby. Dalším aspektem byla také reklama.

Otázka 5: *Myslíte, že to má spíše pozitivní, stejné nebo negativní výsledky z celkového či ekonomického hlediska od doby, kdy jste certifikát nevlástnili.*

Provozovatelka uvedla, že pocítili mírně pozitivní změny od doby, kdy certifikaci nevlástnili. Jedná se hlavně o větší informovanost v okruhu cyklistů díky čemu zaznamenaly větší návštěvnost.

Otázka 6: *Informujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?*

Ano informují.

Otázka 7: *(otázka č.6 ANO) : Jak informujete veřejnost o tom, že vlastníte certifikaci? (značka, vyznačení na internetových stránkách, atd.)*

Veřejnost informují o certifikaci značkou Cyklisté vítání u objektu.

Otázka 8: *(otázka č.6 NE) : Z jakého důvodu neinformujete veřejnost o certifikaci Cyklisté vítání?*

Otázka 9: *Podáváte inzeráty i na specializované cyklistické weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Provozovatelka řekla, že inzeráty nepodávají.

Otázka 10: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Ano zajímají a příležitostně se ptají cyklistů, zda-li jim něco nechybí a aktivně přemýšlejí nad novými doplňky.

Otázka 11: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

Provozovatelka uvedla, že zahraniční cyklisté k nim žádní nejezdí, tudíž je muzeum v absolutní režii tuzemských turistů a cykloturistů.

Necertifikované podniky

Příloha 14: Rozhovor - Restaurace Green Brno

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Paní majitelka uvedla, že jsou restaurací a věnují se tak stravovacímu sektoru. Avšak nabízejí prostory pro společenské akce typu pořádání promocií, svateb, pohřebních hostin, oslavy narozenin a mimo jiné nabízejí venkovní posezení na jejich zahradce.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Otázka 3: *Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítáni zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?*

Paní majitelka řekla, že se o certifikaci Cyklisté vítáni doslechli, avšak nic konkrétního o ní neví.

Otázka 4: *(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?*

Zde majitelka nedokázala odpovědět, ale potvrdila že se o certifikaci dozvěděla nejspíše z internetu, ale více se o ní nezajímala.

Otázka 5: *(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Paní majitelka udala hlavní důvod ten, že pořádně neví čím se certifikace zabývá a neví jaké přínosy by to pro podnik mohlo mít.

Otázka 6: *Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítáni by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítily?*

Nedokáže posoudit, není dostatečně informována o tom, co certifikace Cyklisté vítáni obnáší.

Otázka 7: *Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítáni zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?*

Majitelka uvedla, že se momentálně starají o to, aby se mohli pyšnit kvalitní kuchyní. Avšak dodává, že je důležité aby se zaměřili i na propagaci podniku. Díky dotazníku majitelka uvedla, že se bude více informovat o zmíněné certifikaci a pokud by uznala za vhodné, že by to do podniku vneslo něco nového a certifikování by bylo reálné v danou dobu, tak by se tomu nebránila.

Otázka 8: *Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?*

Ano propagují. Uvádějí, že především mediálně v rádiích, v tisku, mají vlastní webové stránky a na jiných webových portálech.

Otázka 9: *(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?*

Otázka 10: *(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Paní majitelka se vyjádřila tak, že inzeráty podávají. Upřesnila, že se jedná o internetové stránky www.restu.cz a www.damejidlo.cz. Hlavním důvodem je propagace, reklama a větší prodejnost jídel.

Otázka 11: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Paní majitelka říká, že je jí jedno zda-li je host cyklista nebo důchodce, ale je pro ní povinností obsloužit všechny stejně kvalitně. Restaurace není zaměřena speciálně pro cyklisty, čily nemá potřebu se zajímat aktivně o potřeby cyklistů. Tvrdí, že jí zajímají pocity všech hostů, kteří její podnik navštíví.

Otázka 12: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?*

Paní majitelka nedokáže říci, ale návštěvnost cyklistů podnik má, avšak jedná se zejména o místní.

Příloha 15: Rozhovor - Tuřanská Beseda

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Dle slov pana provozního se Tuřanská Beseda věnuje jen stravovacím službám.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Otázka 3: *Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítáni zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?*

Pan provozní o takové certifikaci nikdy neslyšel.

Otázka 4: *(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?*

Otázka 5: *(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Otázka 6: *Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítáni by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítily?*

Nedokáže určit, jelikož neví čím se certifikace zabývá. Dle názvu odvodil, že se bude jednat o certifikaci, která má nějakou spojitost s cyklisty, avšak jeho názor je ten, že by certifikace u nich v podniku nic moc nezměnila. Restaurace žije převážně z odpoledního menu.

Otázka 7: *Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítáni zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?*

Pan provozní potvrdil, že se bude více informovat o této certifikaci, ale nic víc zaručit nemůže. Nemá zkušenosti s obdobnými certifikacemi.

Otázka 8: *Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?*

Ano propagují a to převážně prostřednictvím jejich webových stránek.

Otázka 9: *(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?*

Otázka 10: *(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Pan provozní uvádí, že rozhodně ano, ať už se jedná o různé gastronomické časopisy či noviny. Název přesně nevedl, řekl že se většinou jedná o spontánní záležitosti. Potvrdil, že recenze na webové portály jsou také velmi důležité a podnik by na tom v tomto směru měl více zapracovat.

Otázka 11: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

O potřeby cyklistů se nezajímají, restaurace není specializovaná přímo na cykloturisty tudíž se snaží obsloužit stejně kvalitně všechny hosty.

Otázka 12: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

Provozní odhadem uvedl, že se jedná zhruba o 1-10 % ročně, ale průzkumy či dotazníky podnik nevede, takže se jedná pouze o jeho vlastní odhad.

Příloha 16: Rozhovor - Restaurace Bonanza

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Paní majitelka uvedla, že se jedná o stravovací zařízení. Služby, které nabízejí včetně různých kulinářských akcí se stále vztahují pouze ke stravovacím službám.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Otázka 3: *Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítání zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?*

Paní majitelka odpověděla, že o certifikaci Cyklisté vítání ví.

Otázka 4: *(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?*

O certifikaci se dozvěděla z internetu. Při zakládání restaurace hledala vše možné informace o možných certifikacích a zlepšeních jejího budoucího podniku. Jednalo se především o všeobecný přehled v oboru podnikání a gastronomie.

Otázka 5: *(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítání?*

Paní majitelka uvádí jako hlavní důvod nezažádání o certifikaci ten, že se jí zdá certifikace Cyklisté vítání pro její podnik nedůležitá. Přímí důvod neuvedla. Potvrdila, že o existenci certifikace ví, avšak blíže se o ní nezajímala. O potřebných kritériích taky přesně neví. Stačila ji informace, že se certifikace vztahuje na cyklisty a uvedla, že cyklisté nejsou její prioritní klientelou, čili není důvod se na ně speciálně zaměřovat v podobě certifikace.

Otázka 6: *Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítáni by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítili?*

Majitelka uvedla, že se spoléhá na plošnou propagaci podniku, cyklisty nevyjímaje. Avšak jak už bylo uvedeno, paní majitelka se přímo na cyklisty nespécializuje.

Otázka 7: *Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítáni zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?*

Paní majitelka řekla, že s největší pravděpodobností si o certifikaci žádat nebude. Doposud jí nebyl podán argument, že by podniku taková certifikace přinesla užitek. Potvrzuje tedy, že větší informovanost o certifikaci nemá.

Otázka 8: *Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?*

Podnik využívá propagaci prostřednictvím facebooku, dále pak v různých formách internetu, jako například webové stránky. Uvádí však, že nejlepší možnou propagací je spokojený zákazník a proto se maximálně snaží, aby byli všichni hosté dobře obslouženi a odcházeli z podniku s pocitem spokojenosti.

Otázka 9: *(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?*

Otázka 10: *(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Ano podnik využívá inzerci v podobě webu a webových portálů. Tvrdí, že inzerci do katalogů a časopisů podnik nevyužívá.

Otázka 11: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Ano zajímají, ale jedná se spíše o stravovací sortiment, než o doplňkové potřeby pro cyklisty.

Otázka 12: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?*

Paní majitelka uvádí, že podnik navštíví ročně zhruba 30% zahraničních cyklistů.

Příloha 17: Rozhovor - Hotel Kozák

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Hotel nabízí stravovací a ubytovací služby.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Hotel má tři hvězdičky, čili se řadí do kategorie standard.

Otázka 3: *Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítání zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?*

Majitel uvedl, že o certifikaci možná někdy slyšel, ale blíže se o ní nezajímal.

Otázka 4: *(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?*

Moc si nepamatuje, nejspíše z doslech nebo internetu.

Otázka 5: *(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítání?*

O certifikaci se blíže nezajímal, takže důvod nemůže uvést. Pan majitel uvedl, že by se řadil k názoru, že neví co by mu tato certifikace mohla přinést dobrého, ale jak bylo uvedeno blíže se o ní nezajímal.

Otázka 6: *Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítání by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítily?*

Nemůže posoudit, nemá dostatečné informace co certifikace obnáší.

Otázka 7: *Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítání zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?*

Neví, ale možná si o certifikaci vyhledá nějaké bližší informace a pokud by to pro něj bylo zajímavé, tak by o tom přemýšlel. Certifikace pro zkvalitnění služeb se vždy hodí pro renomé hotelu říká pan majitel.

Otázka 8: *Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?*

Ano propagují. Jedná se o internetové stránky a facebookové stránky. Nově se hotel uvedl do bookingového systému. Pokud hotel provozuje raut mimo hotel, tak se snaží aby bylo vidět logo hotelu. Hotel pořádá každoročně spoustu veřejných plesů a akcí. Na tyto akce jsou vyvěšeny letáčky, kde je popis a také logo hotelu.

Otázka 9: *(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?*

Otázka 10: *(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Pan majitel uvedl internetový portál booking.com.

Otázka 11: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Nezajímají. Hotel není specializovaný pouze na cyklisty, čili nemají potřebu zajímat se o potřeby cyklistů. Pokud se v hotelu cyklisté ubytují, tak se vždy vymyslí úschova kol dle možností hotelu.

Otázka 12: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně ?*

Těžko se dá odhadnout, ale bude to kolem 1-10% ročně.

Příloha 18: Rozhovor - Penzion Baltazar

Otázka 1: *Jaké nabízíte služby? (Stravovací/ubytovací/jiné - jaké?)*

Penzion nabízí ubytovací i stravovací služby. U stravovacích služeb se jedná o snídaně v malé jídelně v přízemí penzionu. Pan majitel uvedl, že vedle penzionu se nachází restaurace.

Otázka 2: *(Ubytovací) Jakou má Vaše ubytovací zařízení třídu?*

Penzion je třídy standard, čili vlastní tři hvězdičky.

Otázka 3: *Víte, že existuje certifikace Cyklisté vítáni zaručující kvalitu služeb pro cyklisty?*

Pan majitel přiznal, že o certifikaci se dozvěděl avšak zatím plně nepochopil na tom, aby certifikaci získal. Důvodem je to, že zatím přesně neví, co by certifikace obnášela.

Otázka 4: *(otázka č. 3 ANO vím) Jak jste se o certifikaci dozvěděli?*

O certifikaci se dozvěděli z internetu a při zkoumání jiných ubytovacích zařízení si všimli této certifikace.

Otázka 5: *(otázka č. 3 ANO vím) Z jakého důvodu jste se rozhodli, že si nezažádáte o certifikaci Cyklisté vítáni?*

Hlavním důvodem byla nedostatečná informovanost. O certifikaci věděli, avšak nevěděli, co by jim certifikace přinesla nového a k čemu přesně slouží.

Otázka 6: *Myslíte, že vlastnictví certifikace Cyklisté vítáni by pro vás mělo pozitivní výsledky a nebo by jste žádnou změnu nepocítily?*

Pan majitel uvedl, že kdyby si mysleli že to pro ně bude mít velké pozitivní změny, tak už certifikaci vlastní. Také řekl, že certifikace rozhodně nějaké pozitiva určitě přináší, avšak zatím přesně nezjišťoval jaká. Dodal, že v místním kraji je cykloturistika velmi populární a cyklistů je zde mnoho. Proto by nejspíše nebylo od věci informovat se více na certifikaci zaměřenou na cyklisty.

Otázka 7: *Chtěli by jste si v budoucnu o certifikaci Cyklisté vítáni zažádat a následně ji vlastnit? Pokud ano, co Vás k tomu vede?*

Pan majitel zatím neví, ale přiklání se k jejímu získání. Domnívá se, že certifikace bude zaměřena na zlepšení kvality služeb v daném místě pro cyklisty. Vedlo by ho k tomu to, že cyklistů je v daném místě hodně a mohli by tak přilákat více hostů z řad cyklistů. Musí však zjistit, jaká kritéria certifikace obnáší a zda by si ji mohli dovolit zřídit.

Otázka 8: *Propagujete nějakým způsobem svůj podnik? Pokud ano, tak jak?*

Ano propagují. Penzion má své vlastní internetové stránky. Dále využívá služeb booking.com a tripadvisor.cz, kde je penzion uveden.

Otázka 9: *(otázka č. 8 NE) : Z jakého důvodu nepropagujete svůj podnik?*

Otázka 10: *(otázka č. 8 ANO) Podáváte inzeráty i na specializované weby/portály/časopisy/katalogy/jiné - jaké?*

Jak už bylo uvedeno v otázce č. 8. Booking.com a tripadvisor.cz.

Otázka 11: *Zajímáte se aktivně o nové potřeby cyklistů a snažíte se jim vyjít vstříc?*

Nezajímají. Penzion se snaží vyjít cyklistů vstříc zatím tak, že má vlastní uzavřené parkoviště, kde je možné uschovat i kola. Jinak se majitelé nějak více o cyklistiku momentálně nezajímají.

Otázka 12: *Můžete říci kolik % zahraničních cyklistů využije služby vašeho podniku ročně?*

Odhadem se může jednat o 30% ročně. Je to díky dobré pozici města Mikulov, ve kterém se penzion nachází. Město se nalézá těsně u hranic a proto je zde větší návštěvnost i zahraničních turistů a cyklistů říká pan majitel.

Příloha 19

Otázka č. 1:

Tab. 8: Nabízené služby

Certifikované	Necertifikované
C1: Ubytovací.	N1: Stravovací.
C2: Ubytovací.	N2: Stravovací.
C3: Ubytovací, stravovací.	N3: Stravovací.
C4: Turistické informační centrum.	N4: Ubytovací, stravovací.
C5: Turistický cíl - muzeum.	N5: Ubytovací, stravovací.

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 20

Otázka č. 2:

Tab. 9: Třída ubytovacího zařízení

Certifikované	Necertifikované
C1: Standard ***	N1:
C2: Vilka - Standard ***, Zahradní budova - Ekonom **	N2:
C3: Standard ***	N3:
C4:	N4: Standard ***
C5:	N5: Standard ***

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 21

Otázka č. 3:

Tab. 10: C - Informovanost o certifikaci. N - existence certifikace

Certifikované	Necertifikované
C1: Známa značka, z internetu, z mapování okolních podniků.	N1: Slyšel o certifikaci.
C2: Internet, mapování okolních podniků.	N2: Nikdy o ní neslyšeli.
C3: Byli osloveni Nadací Partnerství.	N3: Slyšel o certifikaci.
C4: Nepamatují si okolnosti.	N4: Slyšel o certifikaci.
C5: Byli osloveni Nadací Partnerství.	N5: Slyšel o certifikaci.

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 22

Otázka č. 6:

Tab. 11: C - Informování veřejnosti. N - Hodnocení certifikace

Certifikované	Necertifikované
C1: Informují.	N1: Nelze posoudit, neinformovanost.
C2: Informují.	N2: Nelze posoudit, neinformovanost, myslí si, že by certifikace nic nepřinesla.
C3: Informují.	N3: Nelze posoudit, neinformovanost.
C4: Informují.	N4: Nelze posoudit, neinformovanost.
C5: Informují.	N5: Neinformovanost, certifikace nějaká pozitiva přináší.

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 23

Otázka č. 7:

Tab. 12: C - Způsoby informování veřejnosti. N - Žádost o certifikaci

Certifikované	Necertifikované
C1: Internet - webové stránky, směrové tabule, logo v penzionu.	N1: Možná ano, zlepšení propagace podniku.
C2: Vývěska, internet - webové stránky, vizitky majitele, ubytovací formuláře.	N2: Neví, bude se snažit více informovat.
C3: Značka CV, internet - webové stránky, média, prezentace hotelu.	N3: Nevidí přínos certifikace, nejspíš si žádat o certifikaci nebude.
C4: Logo CV na budově, internet - webové stránky.	N4: Bude se informovat, zlepšení kvality služeb.
C5: Značka CV u objektu.	N5: Možná ano, bude se více informovat.

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 24

Otázka č. 8:

Tab. 13: C - Důvody k neinformování veřejnosti. N - Propagace podniku

Certifikované	Necertifikované
C1:	N1: V rádiích, tisku, internet - webové stránky.
C2:	N2: Internet - webové stránky.
C3:	N3: Internet - webové stránky, sociální síť - facebook.
C4:	N4: Internet - webové stránky, sociální síť - facebook, booking.com, logo hotelu na akcích.
C5:	N5: Internet - webové stránky, booking.com, tripadvisor.cz

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 25

Otázka č. 9:

Tab. 14: C - Podávání inzerce. N - Důvod nepropagování podniku

Certifikované	Necertifikované
C1: Neinzerují.	N1:
C2: Inzerují - regionální katalogy.	N2:
C3: Neinzerují.	N3:
C4: Inzerují - výjimečně.	N4:
C5: Neinzerují.	N5:

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 26

Otázka č. 10:

Tab. 15: C - Zájem o potřeby cyklistů. N - Podávání inzerce

Certifikované	Necertifikované
C1: Nezajímají se.	N1: Inzerují, internetové stránky - restu.cz, damejidlo.cz,
C2: Spíše ano.	N2: Inzerují, gastronomické časopisy, noviny.
C3: Zajímají se.	N3: Inzerují, webové portály.
C4: Zajímají se.	N4: Inzerují, internet - booking.com
C5: Zajímají se, ptají se cyklistů.	N5: Inzerují, internet - booking.com

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 27

Otázka č. 12:

Tab. 16: N - Roční využití služeb zahraničních cyklistů

Certifikované	Necertifikované
C1:	N1: Nelze určit, spíše místní.
C2:	N2: 1 - 10%
C3:	N3: 30%
C4:	N4: 1 - 10%
C5:	N5: 30%

Zdroj: vlastní zpracování