

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



## **Diplomová práce**

**Rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci Brdy se  
zaměřením na obec Bohutín**

**Bc. David Kubík**

© 2022 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. David Kubík

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

**Rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci Brdy se zaměřením na obec Bohutín**

Název anglicky

**Development of tourism in a selected destination Brdy with a focus on the village Bohutín**

### Cíle práce

Hlavním cílem práce je zhodnotit úroveň cestovního ruchu v destinaci Brdy a obci Bohutín, a to na základě provedení vlastního výzkumu. Dalším cílem je zjistit nabídku služeb a analyzovat rozvoj cestovního ruchu ve vybraných destinacích a poukázat na nedostatky.

Dílním cílem práce je najít další možnosti rozvoje cestovního ruchu v Brdech a následně jeho udržitelnosti. Dále je práce zaměřena především na klientelu penzionů a restaurací v obci Bohutín a jeho okolí. Snaží se přiblížit názor návštěvníků na aktuální úroveň nabízených služeb spojených s cestovním ruchem. Práce charakterizuje dopady celosvětové pandemie covid-19 na cestování a cestovní ruch nejen v Brdech, ale také v České republice a po celém světě. Jedním z cílů je také porovnat potenciál rozvoje cestovního ruchu vybraných CHKO s destinací Brdy. V neposlední řadě se práce zaměřuje na navržení nových možností rozvoje cestovního ruchu ve vybraných oblastech a jeho udržitelnosti.

### Metodika

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce bude použita literární rešerše a metody deskriptivní, se základní charakteristikou destinace Brdy a obce Bohutín. Na základě vyhledání a zjištění informací od odborníků z praxe, knižních a elektronických zdrojů a v neposlední řadě názorů veřejnosti bude provedena analýza a interpretace získaných dat pro podklady praktické části, ze kterých bude získán pohled na současný stav cestovního ruchu ve vybraných oblastech. Výsledky práce se odráží od výpovědí odborníků, a hlavně kompetentních respondentů, se kterými budou pořizeny rozhovory. Dále budou použity standardizované rozhovory pro majitele penzionů a restaurací. Pro ostatní respondenty jsou připraveny polostandardizované rozhovory. Pro návštěvníky ubytovacích zařízení v obci Bohutín je připravené dotazníkové šetření, na jehož výsledcích bude také hodnocena úroveň místních ubytovacích služeb. V práci bude využita SWOT analýza, která poukáže na silné a slabé stránky, případné hrozby a příležitosti v dané oblasti.

## Doporučený rozsah práce

75 stran

## Klíčová slova

Rozvoj, destinační management, Brdy, cestovní ruch, obec Bohutín, region,

---

## Doporučené zdroje informací

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTING, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

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

MAKAJ, Tomáš. *Brdy. Starý Most*, 2020. ISBN 978-80-7640-013-9.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků [online]*. Praha: Grada Publishing, a.s, 2017 [cit. 2021-4-29]. ISBN 978-80-271-9922-8. Dostupné z:

<https://books.google.cz/books?id=WpE4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Management+kvality+slu%C5%99by+obchodu+Brdy&pg=PR1-PA1>

---

## Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

## Vedoucí práce

doc. Ing. Josef Abrhám, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 4. 3. 2022

**prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 4. 3. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 20. 03. 2022

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci Brdy se zaměřením na obec Bohutín" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. března 2022

---

### **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval doc. Ing. Josefu Abrahámovi, Ph.D. za udílení cenných připomínek a odborných rad, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce.

Dále bych chtěl poděkovat všem respondentům za jejich čas a ochotu podělit se o jejich názory ohledně rozvoje cestovního ruchu v Brdech.

# **Rozvoj cestovního ruchu ve vybrané destinaci Brdy se zaměřením na obec Bohutín**

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zaměřuje na rozvoj cestovního ruchu v destinaci CHKO Brdy a v obci Bohutín. První kapitoly obecně popisují cestovní ruch, jeho typologii, geografii, služby s ním spojené a také mezinárodní cestovní ruch. Následuje charakteristika Brd a pohled na obec Bohutín, která je přímou branou do těchto lesů. Další kapitoly obsahují nahlédnutí na stav cestovního ruchu ve světě, v České republice a také v Brdech, a to jak před pandemií covid-19, tak i její následné důsledky, které toto odvětví kompletně změnilo. V předposlední kapitole je provedeno hodnocení porovnávací potenciál cestovního ruchu vybraných CHKO s destinací Brdy. Dále je provedeno dotazníkové šetření v bohutínské chalupě Podbrdovka, na jehož základě je analyzován stav cestovního ruchu v obci. Autorem práce jsou navrženy tři možnosti dalšího rozvoje cestovního ruchu v CHKO Brdy. Samotný závěr práce obsahuje shrnutí a dává odpovědi na zvolené cíle práce.

**Klíčová slova:** Rozvoj, destinační management, Brdy, cestovní ruch, obec Bohutín, region

# **Development of tourism in a selected destination Brdy with a focus on the village Bohutín**

## **Abstract**

The diploma thesis focuses on the development of tourism in the Protected Landscape Area Brdy and in the village of Bohutín. The first chapters generally describe tourism, its typology, geography, related services and also international tourism. Followed by characteristic of Brdy and a view of the village Bohutín, which is a direct gateway to these forests. The next chapters contain an insight into the condition of tourism in the world, in the Czech Republic and also in Brdy, both before the covid-19 pandemic and its subsequent consequences, which completely changed the sector. In the penultimate chapter an evaluation is performed comparing the tourism potential of selected PLAs with the destination Brdy. Furthermore, a survey was carried out in the Bohutín cottage Podbrdovka, to gather and analyse data regarding the level of tourism the village receives. The author of the thesis proposes three possibilities for further development of tourism in the Protected Landscape Area Brdy. The very conclusion of the thesis contains a summary and gives answers to the selected goals of the thesis.

**Keywords:** Development, destination management, Brdy, tourism, village Bohutín, region

# Obsah

<b>1 Úvod</b> .....	<b>10</b>
<b>2 Cíl práce a metodika</b> .....	<b>11</b>
2.1 Cíl práce .....	11
2.2 Metodika.....	11
<b>3 Teoretická východiska</b> .....	<b>12</b>
3.1 Cestovní ruch.....	12
3.1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu.....	13
3.1.2 Výstavba cest .....	13
3.1.3 „Kavalířské jízdy“ a první turistické atrakce .....	14
3.1.4 První cestovní kanceláře .....	15
3.1.5 Turistická lákadla a rekreace.....	16
3.1.6 Typologie cestovního ruchu.....	17
3.2 Geografie turismu.....	19
3.2.1 Selektivní předpoklady .....	20
3.2.2 Lokalizační předpoklady.....	21
3.2.3 Realizační předpoklady.....	21
3.3 Destinační management .....	22
3.3.1 Destinace.....	22
3.3.2 Destinační management a destinační společnost .....	23
3.4 Mezinárodní cestovní ruch .....	24
3.4.1 Statistické a ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu mezinárodního turismu.....	24
3.4.2 Globální dopady mezinárodního turismu na světovou ekonomiku .....	25
3.4.3 Satelitní účet a ekonomika cestovního ruchu v České republice.....	26
3.5 Ubytovací, stravovací a další služby .....	31
3.5.1 Ubytování.....	31
3.5.1.1 Klasifikace .....	31
3.5.1.2 Bed and Breakfast.....	33
3.5.1.3 Penziony a hostince .....	33
3.5.2 Stravování .....	33
3.5.3 Green management .....	35
3.5.4 Gastroturistika.....	36
3.5.5 Ostatní služby.....	37
3.6 Přehled organizací cestovního ruchu.....	37
3.7 Brdy.....	40
3.7.1 Geomorfologie a geologie.....	41
3.7.2 Podnebí.....	42



3.7.3	Vodopis.....	42
3.7.4	Vegetace a živočišstvo .....	43
3.7.5	Historický vývoj.....	44
3.7.6	Vojenský úsek Brdy.....	46
3.7.7	Ochrana přírody v CHKO Brdy.....	48
3.8	Obec Bohutín – historie i současnost .....	50
<b>4</b>	<b>Vlastní práce .....</b>	<b>54</b>
4.1	Stav cestovního ruchu ve světě .....	54
4.1.1	Důsledky pandemie covid-19.....	54
4.1.2	„Pozitivní“ budoucí časy.....	56
4.2	Stav cestovního ruchu v České republice.....	59
4.3	Stav cestovního ruchu v Brdech.....	61
4.3.1	Marketingová strategie.....	65
4.3.2	SWOT analýza .....	67
4.3.3	Různorodé akce v Brdech.....	68
4.3.4	Plánované stavby v CHKO Brdy.....	69
4.4	Stav cestovního ruchu v obci Bohutín.....	70
4.4.1	Kulturní a sportovní akce .....	71
4.4.2	Ubytování a strava .....	73
4.4.3	Propagace obce .....	73
<b>5</b>	<b>Výsledky a diskuse .....</b>	<b>75</b>
5.1	Hodnocení vybraných CHKO.....	75
5.2	Výsledky dotazníkového šetření v obci Bohutín.....	76
5.3	Návrhy na zlepšení rozvoje cestovního ruchu v CHKO Brdy.....	82
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>84</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>86</b>
<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk .....</b>	<b>89</b>
8.1	Seznam obrázků .....	89
8.2	Seznam tabulek .....	89
8.3	Seznam grafů.....	89
8.4	Seznam použitých zkratk.....	89
	<b>Přílohy .....</b>	<b>91</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch zažíval skvělé časy před celosvětovou pandemií covid-19. Lidé cestovali po celém světě, poznávali cizí kultury a objevovali nová místa. V reakci na tuto skutečnost se cestovní ruch neustále rozvíjí do nových forem. Vznikají nově objevené destinace, turisté začínají být ve svých požadavcích náročnější a přichází i nové technologie, které mají za cíl usnadnit a co nejvíce zpříjemnit cestování po celé planetě.

Turisté si vybírají destinace podle několika aspektů a destinační agentury by měly být těmi, které jednotlivé destinace propagují a snaží se je zviditelnit v široké nabídce trhu. Nicméně ne vždy fungují tak, jak by měly, a nevyužívají stoprocentně potenciál daných destinací a míst, čímž trpí hlavně rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti.

Ubytovací, stravovací a další služby spojené s cestovním ruchem zkvalitňují svoji nabídku, aby byly i nadále konkurenceschopné. V současné době, víc než kdy dříve, se musí o nové klienty doslova „rvát“, jelikož doba není nyní turismu nakloněna. To se však může brzy změnit a lidé pracující v cestovním ruchu v to doufají. Nicméně ani po takzvaném „restartu“ cestovního ruchu se nesmí zapomínat na důležité heslo, které by měly respektovat všechny destinace po celém světě, a tím je odpovědný a udržitelný cestovní ruch.

Hlavním problémem menších destinací, o kterých není tak velké povědomí mezi lidmi, je průzkum trhu. Tyto malé podniky často nedělají žádné průzkumy ani analýzy a nedokáží tak reagovat na poptávku svých potenciálních návštěvníků. Zkrátka nejsou schopny oslovit turisty a vyhodnotit jejich potřeby. Podobný problém sužuje i CHKO Brdy, na kterou je tato práce zaměřená. Samozřejmě nejsou všude jen negativa, najdou se i ostrůvky naděje, kde se cestovní ruch rozvíjí tím správným směrem a kde opravdu lidé chtějí pro to něco udělat.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem práce je zhodnotit úroveň cestovního ruchu v destinaci Brdy a obci Bohutín, a to na základě provedení vlastního výzkumu. Dalším cílem je zjistit nabídku služeb a analyzovat rozvoj cestovního ruchu ve vybraných destinacích a poukázat na nedostatky.

Dílčím cílem práce je najít další možnosti rozvoje cestovního ruchu v Brdech a následně jeho udržitelnosti. Dále je práce zaměřena především na klientelu penzionů a restaurací v obci Bohutín a jeho okolí. Snaží se přiblížit názor návštěvníků na aktuální úroveň nabízených služeb spojených s cestovním ruchem. Práce charakterizuje dopady celosvětové pandemie covid-19 na cestování a cestovní ruch nejen v Brdech, ale také v České republice a po celém světě. Jedním z cílů je také porovnat potenciál rozvoje cestovního ruchu vybraných CHKO s destinací Brdy. V neposlední řadě se práce zaměřuje na navržení nových možností rozvoje cestovního ruchu ve vybraných oblastech a jeho udržitelnosti.

### **2.2 Metodika**

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce bude použita literární rešerše a metody deskriptivní, se základní charakteristikou destinace Brdy a obce Bohutín. Na základě vyhledání a zjištění informací od odborníků z praxe, knižních a elektronických zdrojů a v neposlední řadě názorů veřejnosti bude provedena analýza a interpretace získaných dat pro podklady praktické části, ze kterých bude získán pohled na současný stav cestovního ruchu ve vybraných oblastech. Výsledky práce se odráží od výpovědí odborníků, a hlavně kompetentních respondentů, se kterými budou pořízeny rozhovory. Dále budou použity standardizované rozhovory pro majitele penzionů a restaurací. Pro ostatní respondenty jsou připraveny polostandardizované rozhovory. Pro návštěvníky ubytovacích zařízení v obci Bohutín je připravené dotazníkové šetření, na jehož výsledcích bude také hodnocena úroveň místních ubytovacích služeb. V práci bude využita SWOT analýza, která poukáže na silné a slabé stránky, případné hrozby a příležitosti v dané oblasti.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Cestovní ruch

Definovat cestovní ruch jako samotný je velmi obtížný úkol. Neexistuje žádná jednotná definice, která by zcela kompletně popsala takto široký pojem, nicméně lze vymezit koncepci cestovního ruchu do třech bodů. První koncepce hovoří o účelu zkoumání, analýzy a prognózování rozvoje cestovního ruchu jako sociálně ekonomického jevu. Druhá koncepce se vymezuje účelem statistického zkoumání cestovního ruchu s co nejvyšší možnou přesností a poslední poukazuje na účel aplikace legislativních a ekonomických úlev stanovených zákony řady zemí a společenstev v oblasti cestovního ruchu.

Na začátku 20. století se hovoří o cestovním ruchu jako o novém společenském jevu, ještě bez ekonomických stránek. Na ekonomické aspekty poukázal až Hermann von Schullard, jeho definice zní přesně takto: „Cestovní ruch považuji za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.“ Jak z definice vyplývá, bere v potaz pouze cizince.

Významným desetiletím pro cestovní ruch byla 70. léta 20. století, řada švýcarských vědců v čele s profesorem Kasparou přišla s moderní takzvanou švýcarskou školou cestovního ruchu. Za hlavní definici se považovala právě ta Kaspary: „Cestovní ruch je souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání.“ Z této definice je už jasné, že se nevztahovala jen a pouze na cizince, ale na všechny osoby.

Celé 20. století bylo hlavně o hledání toho správného vymezení cestovního ruchu, řada vědců a profesorů přišla s několika nápady. Shodli se až na konferenci v roce 1991 v Ottawě, kterou pořádala Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO, dříve jen WTO). Definice zní takto: „Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ Celkem 250 představitelů z 91 zemí světa se na této definici shodlo. Přechodná doba je u zahraničního cestovního ruchu stanovena na období jednoho roku, u domácího ruchu se jedná o šest měsíců. Domácím ruchem se myslí cestování na území vlastního státu,

zahraniční je pak opakem, tedy cestování mimo hranice státu (BERÁNEK, 2013 stránky 9-35).

### **3.1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu**

Cestovní ruch by nemohl vzniknout bez peněz. Peníze vynalezli Sumerové a začali rozvíjet trh zhruba čtyři tisíce let před naším letopočtem. Vynalezli navíc i klínové písmo a kolo, takže jejich přínos pro cestování byl obrovský a právem jsou jim připisány zásluhy jako zakladatelům podnikání v cestovním ruchu.

Královna Hatšepsut byla pravděpodobně první osoba, která uskutečnila cestu pouze pro odpočinek a relaxaci v 15. století před naším letopočtem. Dávno před ní se podnikaly zábavní cesty z Egypta, o těch se ovšem úplně neví, jestli byly organizované pro odpočinek nebo třeba spojené s obchodními cestami, a tak je královnina cesta považována za první „dovolenkovou“ plavbu.

Nejen dnešní cestovatelé, ale i ti ze starověku měli touhu zanechat jakýsi doklad o své návštěvě turistického místa náním. Někteří kreslili svá jména, jiní zase vyrývali do měkkého kamene buďto taky své jméno, nebo nějaké heslo. Vyrývání se stalo tolik běžné, že se nyní nazývá odborným termínem, který pochází z italského slova „graffiti“ a znamená „škrábání“. Nesmí se zapomenout ani na nakupování suvenýrů, kdysi jako suvenýr se prezentovaly například korále, koření ale i třeba lidé v něčem zkušeni a zruční mohli sloužit jako dar panovníkovi (GOELDNER, a další, 2014 stránky 3-33).

### **3.1.2 Výstavba cest**

Chodcům a zvířatům stačily jen stezky, ovšem s vynálezem kola a s tím spojených povozů se začala řešit otázka výstavby cest. Starodávné cesty byly velmi primitivní, dláždění vlastně přišlo až s Chetity. Mostů také moc nebylo. Existovalo však území, kde cesty byly v dobrém stavu. Jednalo se o Krétu, tam za dob minojské civilizace (2000-1500 př.n.l.) vedla cesta od pobřeží Kréty až do města Knóssu. V té době cesty využívaly hlavně tři skupiny lidí – vojáci, obchodníci a vládní úředníci. Cesty se dále zdokonalovaly hlavně pro vojenské účely. S tím hodně pomohli Asyřané, ale zejména pak Alexander Veliký při svých taženích a poté Římané. Ti stavěli velmi precizně, na beton a kameny položili dlažební kostky a cestu olemovali obrubníky. Navíc ji trochu zvedli, aby mohla odtékat

voda. Některé z těchto cest přetrvaly a stále se využívají. V prvním a druhém století našeho letopočtu dosahovala délka římských cest přibližně 80 000 kilometrů.

Římané cestovali stejně jako my dnes, za památkami, olympijskými hrami, ale i do lázní a další zábavou. Jediným tehdejším průvodcem, který se dochoval byl *Průvodce Řeckem*, který sepsal Řek jménem Pausanias mezi lety 160-180 našeho letopočtu. Průvodce tvoří milník v historii cestovního ruchu.

Hedvábná stezka měřící okolo 8 000 kilometrů spojovala Východ se Západem. Ovšem nejednalo se o žádnou pěknou silnici či cestu, často se muselo jít přes poušť nebo step. Nejznámější osobou, která po této stezce cestovala je bezpochyby benátský kupec Marco Polo. Ten ve 13. století vyrazil na cestu z Indie do Číny. Jeho cestopis sice možná není zcela pravdivý, ale je to bestseller, který nám přibližuje cestování v oné době (GOELDNER, a další, 2014 stránky 33-43).

### **3.1.3 „Kavalířské jízdy“ a první turistické atrakce**

V 17. a 18. století se stalo módním studovat v Paříži, Florencii a dalších centrech kultury. Velké cesty podnikali diplomaté, učenci a podnikatelé hlavně do Itálie a Francie. Tyto cesty byly označovány jako kavalířské jízdy, nejdříve znamenaly vzdělávací záležitost, ale později jen honbu za zážitky. Dnešním ekvivalentem pro kavalírskou jízdu by nejspíše byl pojem „stáž“ nebo studijní cesta například v rámci Erasmu (GOELDNER, a další, 2014 stránky 33-43).

První turistické atrakce vznikly již v dávné minulosti. Na prvním místě je vhodné zmínit sedm „starých“ divů světa.

1. Velké egyptské pyramidy,
2. Visuté zahrady Semiramidiny v Babyloně (dnešní Irák),
3. Mauzoleum v Halikarnassu (dnešní Turecko),
4. Socha Dia v řecké Olympii,
5. Rhódský kolos (dnešní Řecko),
6. Artemidin chrám v Efesu (dnešní Turecko),
7. Maják na ostrově Faru (dnešní Egypt).

Egyptské pyramidy jsou z těchto divů světa nejstarší a také se jako jediné dochovaly až do současnosti. Ostatní byly zničeny buďto zemětřesením nebo požárem. U visutých zahrad se přesně neví, co stálo za jejich zánikem.

Za další atrakci pro tehdejší turisty se dají považovat lázně. Byli to Římané, kdo lázně vynalezl a odsud se rozšířily do Británie a na celý evropský kontinent. Největší oblibě se lázně těšily v 18. století, kdy se staly i centrem společenského dění. Je třeba poděkovat lékařům, kteří léčbu minerálními vody doporučovali. Později se věřilo i v léčebné účinky mořské vody, což přetrvává dodnes a lidé často cestují k moři za ozdravným pobytem (GOELDNER, a další, 2014 stránky 43-45).

### **3.1.4 První cestovní kanceláře**

Roku 1822 se Robert Small prohlásil za prvního zprostředkovatele plaveb na parnicích, což se ovšem nedá považovat za cestovní kancelář. Nejstarší cestovní kancelář vznikla v roce 1841 a nesla jméno po svém zakladateli Thomasi Cookovi. Oficiální vznik je uváděn na rok 1872, ale už dávno předtím Cook provozoval výletní cesty. Byl to baptistický kněz a velký cestovatel. Právě roku 1841 uspořádal cestu výletním vlakem z Leicesteru do Loughborough. Jednalo se asi o dvacetikilometrovou trasu.

Krédo slavného zakladatele znělo následovně: „Nepij, ale cestuj a poznávej.“ Do podnikání uvrtal i svého syna, ten dokázal vypravit první turisty do Ameriky v druhé polovině 19. století. Destinace se dále rozrůstaly, a dokonce se uspořádala cesta kolem světa, která trvala 22 dní. V následujících letech měla společnost cestovní kanceláře na čtyřech světadílech.

Jeho klientelu netvořili jen bohatí lidé, ale i nižší šlechta, duchovní a lékárníci. Cook sám provázel turisty po různých destinacích a stal se vizionářem cestovního ruchu. Začal dělat klientům rezervace v restauracích a vystavovat poukázky a cestovní šeky, což do té doby nikdo nedělal a hlavně neznal (GOELDNER, a další, 2014 stránky 45-46).

Když Cook zemřel, společnost od jeho vnuků odkoupila belgická cestovní a železniční společnost ve 20. století. Po druhé světové válce byla znárodněna a roku 1972 zprivatizována. V roce 2007 vznikla Thomas Cook Group spojením Thomas Cook AG a britské MyTravel. Cestovní kancelář se stala jednou z největších na světě, ale v roce 2019 vyhlásila bankrot. Zkrachovala tak nejstarší „cestovka“ na světě, kterou využívalo asi 19 milionů klientů ročně, a která dávala práci deseti tisícům lidí několik let po celém světě (iDNES.cz, ČTK, 2019).

Prvním specialistou na individuální cestovní programy byl nejspíše Thomas Bennet. Navíc ke svým programům nabízel i kompletní zajištění všech možných služeb. Nejvíce poznávacích cest uskutečnil po Norsku, kde pracoval jako tajemník britského generálního

konzula. Klientům zajišťoval například přepravu, potraviny a rezervoval pro své klienty koně a hotelové pokoje.

Cestování se stále zdokonalovalo a tím pádem i doprava. V začátcích se cestovalo pouze pěšky, poté přicházely na řadu dostavníky a lodě, které umožnily cestovat i daleko po moři. Výstavba železnic opět podpořila cestovní ruch stejně jako vynález auta a později i letadla (GOELDNER, a další, 2014 stránky 46-50). V současnosti se hovoří a testuje cestování raketou mimo naši planetu Zemi. Společnost Virgin Galactic miliardáře Richarda Bransona jako první podnikla „turistiku“ do vesmíru v polovině roku 2021. Bransona následoval Jeff Bezos se svojí společností Blue Origin.

### **3.1.5 Turistická lákadla a rekreace**

Rekreace je velmi různorodý pojem, vytváří miliony pracovních míst v sektorech výroby, prodeje a služeb. Ročně za rekreaci lidé utratí více než 400 miliard dolarů. Venkovní aktivity se stávají stále oblíbenějšími a odborníci na cestovní ruch mají lepší přístup k informacím o příležitostech rekreačního vyžití než dříve. Lidé čím dál více vyhledávají kvalitnější služby a atraktivnější zařízení (WITT, a další, 2013).

Při zmínění slova atrakce zpozorní především děti, jelikož si pod tímto pojmem představí zábavní parky a nejsou daleko od pravdy. Atrakce můžeme dělit na pět segmentů. Jedná se o kulturní, přírodní, rekreační, zábavní a veřejné atrakce. Jak názvy napovídají, každý segment se věnuje něčemu jinému. Nejznámějším zábavním parkem je bez pochyby Disneyland, těch je po světě hned několik, ale ten nejproslavenější leží v Kalifornii v Anaheimu. Ročně ho navštíví miliony turistů z celého světa. Celkově zábavní průmysl dává práci statisícům lidem a jsou to právě atrakce, které turisty lákají do vybrané destinace. Ti se zajímají hlavně o to, co tam mohou dělat a jak například zabaví své děti (AU, 2016).

Protipólem atrakcí jsou hazardní hry, ty zase lákají dospělé turisty. Gambling, nebo také herní průmysl, se stal fenoménem v cestovním ruchu. Velká nasvícená kasina v Las Vegas zvou turisty na vysoké výhry v podobě jackpotů. Do tohoto města, ale i do jiných jako je například Atlantic City se pořádají hromadné turistické zájezdy autobusem. Zkrátka hazard hraje opravdu velkou roli v cestovním ruchu, téměř každý si chce „jen tak zahrát“ pro radost. Zajímavostí je, že v Americe roku 1993 více Američanů navštívilo kasina, než jich přišlo na zápasy basketbalové ligy. Dokonce v době před covidem byla kasina



navštěvovaná Američany více než zoologické zahrady, akvária a přírodní parky (HEŘMÁNEK, 2021).

Národní parky tvoří důležitou složku federálního nebo státního cestovního ruchu. Například v afrických zemích jsou národní parky jednou z největších turistických atrakcí vůbec. Známe jsou parky v Tanzanii, Keni, Botswaně a Ugandě.

Nejznámější parky po celém světě zažívají návaly turistů během hlavní sezony, tedy v létě. Jedná se o parky a rezervace v Severní Americe, Austrálii ale i v Evropě.

Česká republika má celkem čtyři národní parky. Nejstarší je Krkonošský národní park, největším parkem je Šumava. Dále se ještě na našem území nachází České Švýcarsko a Národní park Podyjí (GOELDNER, a další, 2014 stránky 206-213).

### 3.1.6 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se neustále vyvíjí, a proto existuje řada druhů a forem do kterých ho můžeme rozřadit. Spousta autorů si členění upravuje podle sebe, proto byla pro tuto práci vybrána kniha *Průmysl cestovního ruchu* od autorů Galvasové, Binka, Holečka, Chabičovské a Szczyrba, kteří rozdělují druhy následovně:

1. Podle původu účastníků ve vztahu k danému státu – jinými slovy domácí a zahraniční cestovní ruch.
2. Podle vztahu k platební bilanci daného státu – existují tři podúrovně
  - příjezdový cestovní ruch – aktivity spojené s příjezdem zahraničních osob do daného státu,
  - tranzitní cestovní ruch – aktivity spojené s průjezdem zahraničních osob přes území daného státu,
  - výjezdový cestovní ruch – aktivity spojené s výjezdem občanů daného státu.
3. Podle počtu účastníků – zde jsou také tři podúrovně
  - individuální cestovní ruch – cesty jednotlivců či malých skupin uskutečněné samostatně,
  - kolektivní cestovní ruch – cesty větších skupin osob,
  - masový cestovní ruch – cesty velkých skupin spojené s využíváním hromadných stravovacích a ubytovacích zařízení.
4. Podle délky trvání
  - krátkodobý cestovní ruch – cesty zahrnující maximálně tři přenocování,

- dlouhodobý cestovní ruch – cesty zahrnující čtyři a více přenocování.
5. Podle způsobu zabezpečení průběhu
- organizovaný cestovní ruch – cestu zajišťuje cestovní kancelář nebo jiný zprostředkovatel,
  - neorganizovaný cestovní ruch – účastník si cestu zajišťuje sám (2008 stránky 28-33).

Formy se od druhů cestovního ruchu odlišují převážně tím, že jsou více závislé na motivaci účastníka. Dělí se na:

1. Rekreační – hlavním cílem je fyzická a psychická regenerace, jedná se třeba o lázeňství.
2. Kulturně-poznávací – cílem je poznávat odlišné kultury, tradice, způsoby života, příkladem může být městská, ale i venkovská turistika.
3. Společensky orientovaný cestovní ruch – motivací účastníků je setkávání se, například návštěvy příbuzných.
4. Sportovní – lze dělit na aktivní a pasivní formu
  - aktivní – zaměřena na fyzickou činnost účastníka, horská turistika,
  - pasivní – zaměřena na pasivní účast na sportovních akcích, fandění na fotbale/hokeji.
5. Ekonomicky orientovaný cestovní ruch – zahrnuje obchodně a profesně zaměřené služební cesty, účast na veletrzích nebo konferencích.
6. Specificky orientovaný cestovní ruch – zahrnuje různorodé motivy či jejich kombinace, například nákupní nebo vojenský cestovní ruch (2008 stránky 28-33).

K úplné typologii zbývá definovat si ještě pět kategorií účastníků cestovního ruchu. Podrobnější rozdělení účastníků bylo nutné hlavně pro statistické sledování cestovního ruchu. Představitelé již zmíněné konference se shodli takto:

- Stálý obyvatel – v domácím cestovním ruchu jde o osobu, která žije na daném místě alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu je za stálého obyvatele považována osoba, která v dané zemi žije alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší, než je jeden rok.

- Návštěvník – osoba cestující do jiné země, než ve které má uvedené své trvalé bydliště, anebo osoba cestující do jiného místa ve své zemi mimo své bydliště, a to na dobu kratší než jeden rok (respektive šest měsíců), navíc hlavní účel cesty musí být jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.
- Turista – osoba, která cestuje na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování v dané lokalitě.
- Výletník, jednodenní návštěvník – osoba, která cestuje na dobu kratší, než je dvacet čtyři hodin, aniž by v navštíveném místě přenocoval.

Tranzitní návštěvník – osoba, která se zastaví v dané lokalitě (může být i cizí zem) na své cestě do jiného cíle cesty, může jít o turistu i jednodenního návštěvníka (BERÁNEK, 2013 stránky 16-25).

### 3.2 Geografie turismu

Jedná se o jednu z nejmladších disciplín geografie. Má své kořeny ve 30. letech minulého století. V té době se nejvíce studie věnovaly vymezení geografických problémů. Výzkumy probíhaly zejména ve Francii, Německu, USA a Švýcarsku. Po druhé světové válce nastal významný rozmach geografie turismu. Mezi ty nejznámější geografů patří Hans Poser a Peter Mariot. Jelikož se turismus postupně stal významným fenoménem světové ekonomiky, stala se z geografie turismu samostatná disciplína.

Zatímco Poser definoval turismus podobně jako jeho předchůdci, Mariot se snažil přidat geografické aspekty, jeho definice turismu zní takto: „Společenská aktivita, která podmiňuje přemísťování obyvatelstva do částí krajinné sféry, charakterizovaných interakcemi krajinných prvků, schopnými vyvolat dočasnou změnu místa k pobytu (HAMARNEH, 2012 stránky 11-19).“ Jak je vidět v textu samotném, tato definice, již opravdu obsahuje geografické aspekty.

Mezi hlavní problémové okruhy geografie turismu patří:

- analýza a hodnocení základních faktorů a podmínek rozvoje turismu,
- prostorová analýza turismu,
- geografická analýza hlavních typů turismu,
- geografické aspekty mezinárodního turismu,

- koncepce a prognózy rozvoje turismu a rekreace,
- geograficko-kartografické přístupy a metody v turismu,
- udržitelný rozvoj turismu, hodnocení vlivů cestovního ruchu na geografické prostředí (HAMARNEH, 2012 stránky 11-19).

V geografii turismu je důležité studium předpokladů, ty lze rozdělit na selektivní, lokalizační a realizační.

### 3.2.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady lze označit jako stimulační, protože stimulují vznik turismu ve funkci poptávky. Jinými slovy poukazují na způsobilost dané země či oblasti podílet se na turismu aktivně i pasivně a umožňují vybrat ty oblasti, které mají nejlepší předpoklady pro účast na turismu. Selektivní předpoklady lze dále dělit na objektivní a subjektivní. Objektivní se dělí ještě na:

- politické (mírové uspořádání světa bez válečných konfliktů jakéhokoli rozměru, státní hranice),
- ekonomické (životní úroveň obyvatelstva, fond volného času, hrubý domácí produkt index lidského rozvoje),
- demografické (zaměstnanost, vzdělání obyvatelstva, věková struktura),
- urbanizační (vzrůst podílu městského obyvatelstva, migrace do měst),
- ekologické (národní parky a rezervace, fyzická změna krajiny – odlesňování, znečišťování).

Subjektivní předpoklady jsou ovlivněny kulturní úrovní obyvatel. Důležitým aspektem tu jsou zkušenosti s cestováním, jak pro jednotlivce, tak skupiny. Dále záleží na vlastnostech daného národa, jestli je pro člověka motivující danou zemi navštívit. Ovšem vlastnosti je dobré znát také proto, aby člověk věděl, jak se chovat vůči cizincům v jeho zemi, aby zůstal zdvořilý. Subjektivní předpoklady mají čtyři podkategorie:

- psychologické pohnutky vedoucí k účasti na turismu a k výběru lokality,
- zkušenosti s cestováním,
- propagace vedoucí k módnosti destinací,

- charakterové vlastnosti národa (HAMARNEH, 2012 stránky 11-19)

### 3.2.2 Lokalizační předpoklady

Funkční využití určité oblasti turismem, přesně o to se starají lokalizační faktory, a to z hlediska přírodních možností a z hlediska kvality společenských a kulturně-historických podmínek. Záleží hlavně na tom, jak je daná oblast turisticky atraktivní. Nicméně oproti předpokladům selektivním a realizačním, hrají až druhotnou roli. Do přírodních předpokladů náleží:

- klimatické poměry,
- podzemní a povrchové vody,
- morfologie (vertikální a horizontální),
- fauna a flóra.

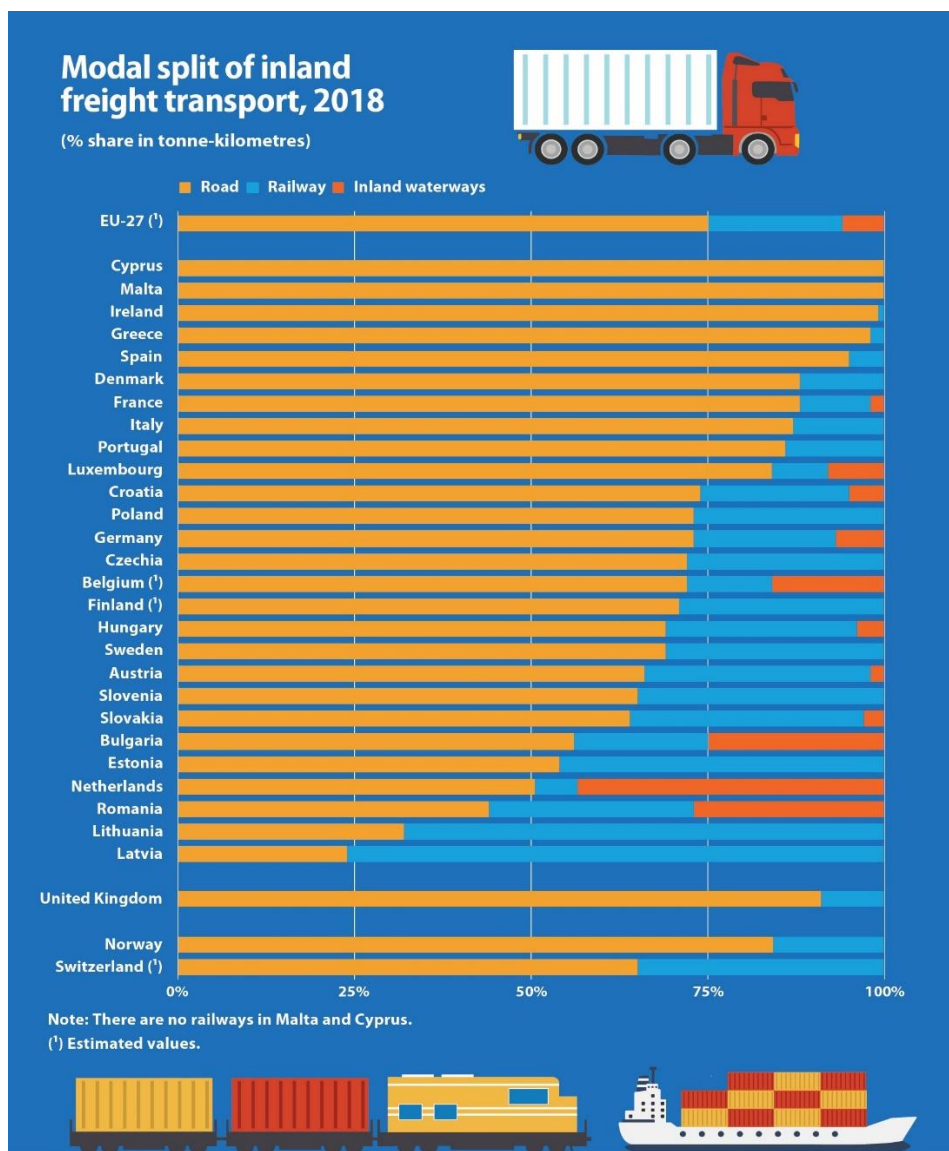
Společenské předpoklady jsou:

- kulturně-historické památky,
- kulturní zařízení a akce, sportovní a zábavní akce (HRALA, 2002).

### 3.2.3 Realizační předpoklady

Jedná se o předpoklady, které mají dominantní postavení pro konečnou fázi uskutečnění různých forem turismu. Patří sem například volba dopravního prostředku účastníků mezinárodního cestovního ruchu nebo geografické podmínky vybrané destinace. Zajímavostí je, že podíl letecké dopravy převažuje zejména ve Spojených státech amerických, dále pak v Asii, Africe a Pacifiku. V Asii a Pacifiku mohutně roste a dominuje lodní přeprava. Pro Evropu je typičtější silniční a železniční doprava, podíl silniční dopravy se navíc od roku 2013 neustále zvětšuje. Právě v Evropě představovala v roce 2018 silniční doprava tři čtvrtiny celkové pozemní nákladní dopravy Evropské unie, jak je vidět na následujícím obrázku (Obrázek 1). Výjimku tvoří pak dva státy – Lotyšsko a Litva, zde převažuje železniční doprava (esces, 2017).

Obrázek 1: Modální rozdělení vnitrozemské nákladní dopravy



ec.europa.eu/eurostat

Zdroj: (escs, 2017)

### 3.3 Destinační management

#### 3.3.1 Destinace

Důležité pro pochopení destinačního managementu je nejprve znát pojem destinace a co je tím myšleno. Podle organizace UNWTO je destinace místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.

Na destinace se lze dívat ze dvou úhlů pohledu. Prvním pohledem je skutečnost, že destinace představuje pro organizaci území, které ji vymezuje partnery spolupráce. Druhý úhel pohledu se dá nazvat marketingový a bere destinaci jako produkt cestovního ruchu, jednoduše řečeno jako kompletní soubor nabídky cestovního ruchu daného území (HOLEŠINSKÁ, 2007 stránky 19-20).

### **3.3.2 Destinační management a destinační společnost**

Za definici vymežující pojem destinační management se dá pokládat ta, co je použita ve výkladovém slovníku cestovního ruchu. Destinační management je tedy soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci (PÁSKOVÁ, a další, 2002 str. 448). V turisticky vyspělých destinacích je tento pojem brán jako nejvyzrálejší forma řízení cestovního ruchu. V širším pojetí je destinační management chápán jako kooperace poskytovatelů služeb za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu v určitém území. Jedná se vlastně o klasický management neboli řízení, avšak tady se destinační řízení liší od normálního řízení firmy svou komplexností. Destinace totiž nezahrnuje jen přírodní a kulturní atraktivity cestovního ruchu, ale také aktéry, kteří v oblasti působí a mají vliv na rozvoj cestovního ruchu.

Je nutné podotknout, že destinační management není označení pro organizaci ve smyslu nějaké společnosti, ale je specifickou formou managementu, která se zabývá procesem řízení destinace. Často dochází k zaměňování s pojmem destinační společnost, to je ovšem jen subjekt, který provádí principy destinačního managementu. Právě destinační management je jakýsi proces řízení destinace (HOLEŠINSKÁ, 2007 str. 20).

První destinační společnost vznikla na území České republiky až kolem roku 2000. Jednalo se o inspiraci ze zahraničí, hlavně ze Švýcarska a také potřeby rozvoje a podpory cestovního ruchu na daných územích. Zahraniční státy také ukázaly, že je důležité věnovat pozornost výběru vhodné právní formy pro organizaci destinačního managementu. Právní forma moderních turistických organizací by měla splňovat požadavky uvedené níže.

- Nezávislost na politických vlivech – jen tak může být zajištěno prosazování kontinuální, dlouhodobě koncipované strategie destinace,
- dostatečná pravomoc vedení,
- financování podle principu užitku z fungování turistické organizace – transparentnost,

- zapojení do celého systému turistických organizací na různých geografických úrovních,
- propojení s obcemi a vztahy k obyvatelstvu, minimální výše základního vlastního kapitálu (METELKOVÁ, 2005 stránky 13-14).

### **3.4 Mezinárodní cestovní ruch**

Mezinárodní cestovní ruch spadá do několika dalších ekonomických ale i neekonomických odvětví, tudíž není ekonomicky a statisticky uzavřený jako třeba zemědělství. Cestovní ruch se dělí na různé sektory, například hotelnictví, cestovní kanceláře, stravovací zařízení nebo třeba letecké společnosti. Existují ještě tři další aspekty – přímé efekty turismu, nepřímé efekty turismu a indukované efekty turismu.

Přímé efekty jsou realizované v přímých odvětvích spojených s turismem, dochází zde ke kontaktu mezi zprostředkovatelem a zákazníkem. Nákup letenky, nebo třeba pobytu je tak přímým efektem turismu.

U nepřímých efektů již nedochází ke kontaktu zprostředkovatel a zákazník, ale jedná se o směnu v dodavatelsko-odběratelských vztazích. Například se sem řadí nákup potravin pro restauraci, či poskytování stavebních služeb a nákup vybavení pro hotelový řetězec. Nepřímé efekty jsou spojeny s multiplikační funkcí. Existuje řada různých multiplikátorů a každý udává něco jiného. Obecně pak vyjadřují o kolik vzroste určitá veličina, změní-li se nějaký vstup o dodatečnou jednotku (PALATKOVÁ, 2011 stránky 11-12).

Indukované efekty turismu slouží pro dodatečnou realizaci příjmů ze strany soukromého sektoru, veřejného sektoru i domácností. Příkladem je zvýšení výdajů sektoru domácností kvůli zvýšení příjmů ze zahraničního turismu v určité destinaci (WITT, a další, 2013).

#### **3.4.1 Statistické a ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu mezinárodního turismu**

Statistické hodnocení představuje problematiku monitoringu turismu z pohledu sledování trhu turismu, tedy nabídky a poptávky. Součástí je sledování ekonomických přínosů, ale i vyhodnocování negativních efektů pomocí analýzy nákladů a výnosů. K hlavním statistickým ukazatelům patří počet účastníků mezinárodního cestovního ruchu, devízové příjmy a výdaje, spotřeba v pasivním a aktivním turismu a mnoho dalších.



Ekonomicko-peněžní hodnocení je základem pro již zmiňované efekty a pracuje s „magickým čtyřúhelníkem“, který je tvořen hrubým domácím produktem, nezaměstnaností, cenovou stabilitou a vnější ekonomickou rovnováhou. Jednotlivé hodnocení každého uvedeného parametru výše vypovídá o postavení turismu v ekonomice.

Vliv světového hrubého domácího produktu (dále už jen HDP) na turismus je více než zřejmý. Tvorba světového HDP je nerovnoměrná a soustředěná především do rozvinutých tržních ekonomik. Jsou tu hlavní země (USA, Německo, Francie, Itálie, Velká Británie a další), které se zapojují do mezinárodního obchodu se službami turismu, více než ostatní rozvojové a rozvíjející se země. Právě tyto státy s rozvinutými tržními ekonomikami mohou vytvářet primární nabídky, tedy existence atraktivity turismu, ale i sekundární nabídky, což znamená existenci slušné infrastruktury pro turismus. V posledních letech dochází k většímu zapojování rozvíjejících se zemí. Mezi ně patří například Malajsie, Thajsko nebo Indonésie (PALATKOVÁ, 2011 stránky 15-24).

### **3.4.2 Globální dopady mezinárodního turismu na světovou ekonomiku**

Pro hodnocení globálních dopadů existují dva ukazatele. Prvním z nich je platební bilance a druhým ukazatelem je neoficiální satelitní účet turismu pro světovou ekonomiku a případně oficiální satelitní účty pro národní ekonomiky.

Platební bilance není označení pro prosté saldo turismu, ale je to komplexní výkaz ekonomických transakcí mezi národní ekonomikou a zahraničím, zachycující veškeré operace týkající se turismu. Vertikální struktura platební bilance běžného účtu představuje vývoz a dovoz spotřebního a investičního zboží pro turismus (typické pro malé ostrovní státy), dále také část dopravních služeb, vývoz a dovoz ostatních služeb, výnosy a jednostranné převody. Finanční účet spravuje tok přímých zahraničních investic i portfoliové investice majetkového a dluhového charakteru. Výsledkem platební bilance je přehled o hodnotách a vývoji jednotlivých vertikálních položek bilance. Sledování těchto položek má význam hlavně pro země závislé na turismu a příjmu z něj (PALATKOVÁ, 2011 str. 24).

Satelitní účet turismu je komplexní statistický nástroj měřící vliv turismu na světovou či národní ekonomiku. Není zde možné změřit vliv jen rozdílem vstupů a výstupů. Na tvorbě metodiky pro satelitní účet se podílela řada mezinárodních organizací (OSN, UNWTO, OECD, ILO). Metodika se neustále vyvíjela a vylepšovala, je mnohem složitější oproti jiným odvětvím. Nakonec se dospělo k základním výstupům satelitního

účtu, kam patří kvantifikované parametry vlivu turismu na danou ekonomiku, a to v absolutní a relativní podobě. K výstupům patří:

- hrubá přidaná hodnota turismu (HPH),
- HDP,
- zaměstnanost v jednotlivých odvětvích turismu,
- rozsah kapitálových investic, základní jmění a kapitálová základna,
- daňový přínos plynoucí z aktivit spojených s turismem,
- vliv turismu na platební bilanci,
- úroveň spotřeby a poptávky v turismu,
- nefinanční ukazatele turismu a další.

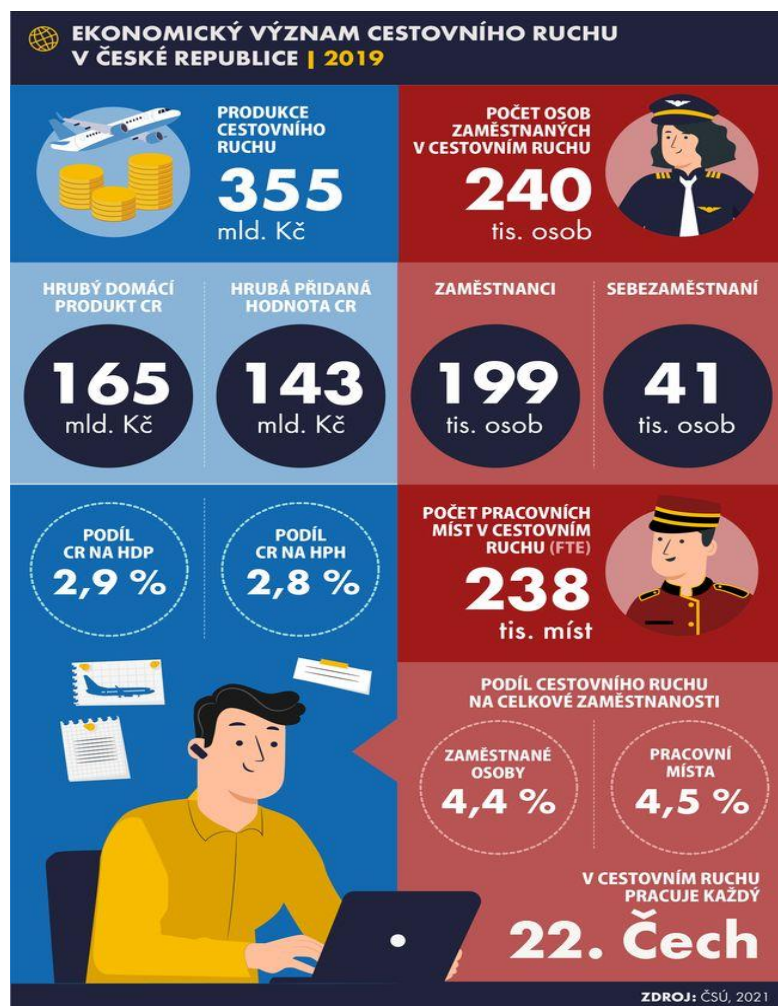
Váha turismu v ekonomice se určí pomocí poměření absolutní hodnoty daného ukazatele v rámci průmyslu a ekonomiky turismu vůči celkovému ukazateli za všechna nebo za vybraná odvětví ekonomiky. Ovšem pro hodnocení turismu ve světové ekonomice se musí použít jen neoficiální satelitní účet. Za jeho konstrukcí stojí organizace World Travel and Tourism Council (WTTC). Výpočet je velmi podobný, jen se klade větší důraz na dopad spotřeby návštěvníků pomocí techniky modelování, kdy se vychází ze strany poptávky, na kterou se váže strana nabídky.

Neoficiální satelitní účet pracuje s agregátní poptávkou turismu, která zahrnuje spotřebu. Ta je tvořena výdaji na pasivní a domácí turismus, ale také výdaji na obchodní cesty a příjmy z aktivního turismu, v neposlední řadě i individuálními vládními výdaji (PALATKOVÁ, 2011 str. 24).

### **3.4.3 Satelitní účet a ekonomika cestovního ruchu v České republice**

V roce 2019 tvořil cestovní ruch 2,9 % HDP České republiky, čísla potom 165 miliard korun. V oboru cestovní ruch pracovalo ve stejném roce necelých 240 000 osob. Podrobný přehled ekonomického významu cestovního ruchu je vyobrazen na obrázku níže (Obrázek 2). V době psaní diplomové práce ještě nebyly zveřejněny údaje za roky 2020 a 2021.

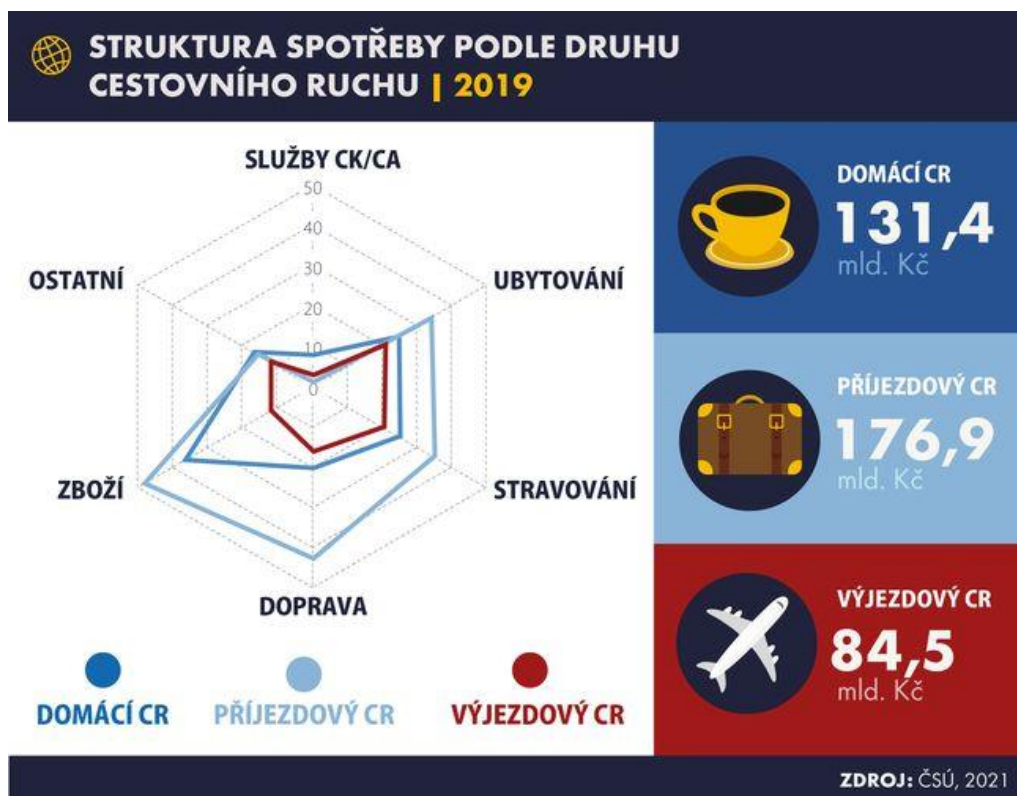
Obrázek 2: Přehled ekonomického významu cestovního ruchu v ČR za rok 2019



Zdroj: (czso, 2021)

Další obrázek (Obrázek 3) ukazuje celkový objem výdajů za cestovní ruch, který činil 308 miliard korun. Příjezdový cestovní ruch tvořený zahraničními návštěvníky dosahoval téměř 177 miliard korun. Domácí cestovní ruch dosáhl na metu 131 miliard korun.

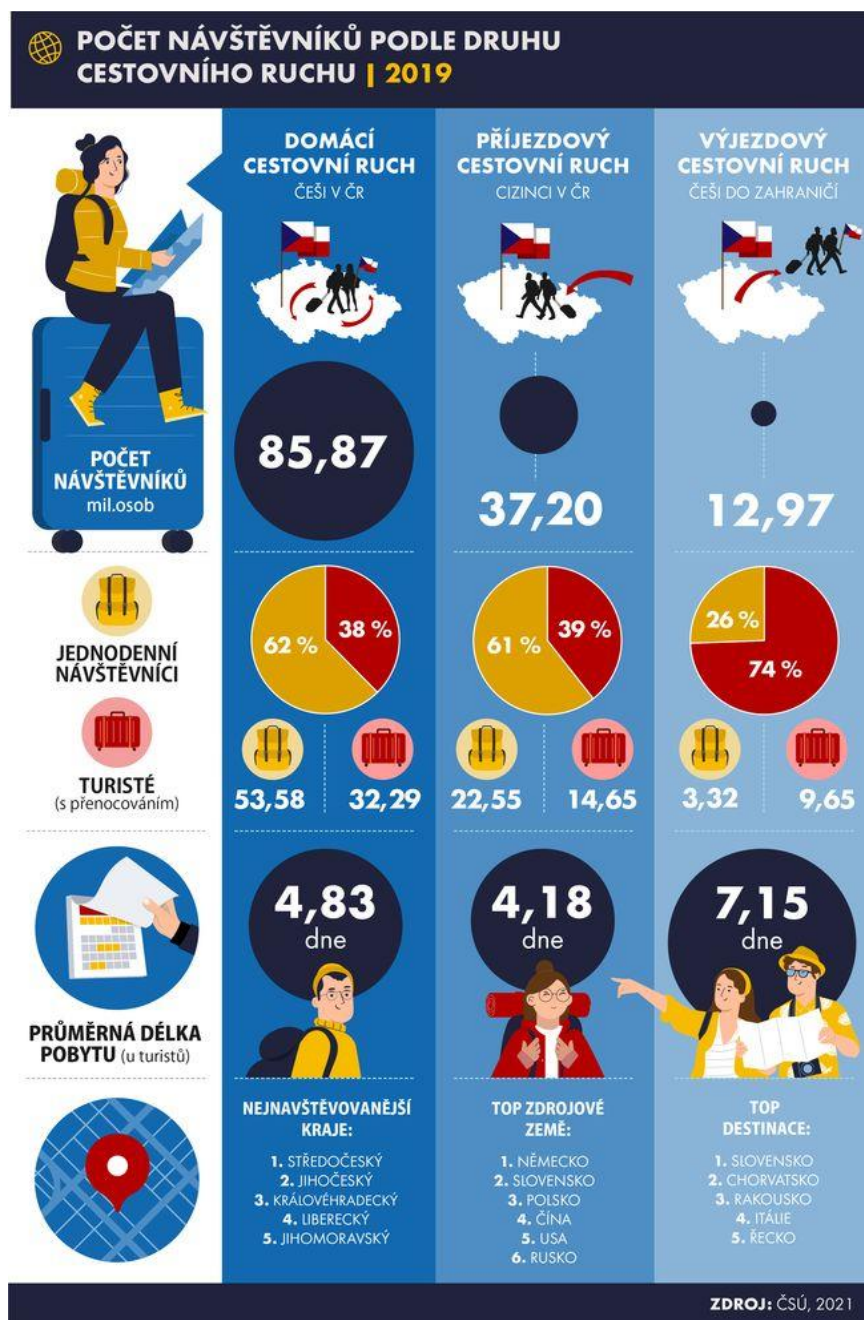
Obrázek 3: Vymezení struktury spotřeby podle druhu cestovního ruchu



Zdroj: (czso, 2021)

Před koronavirovou situací navštívilo Českou republiku přes 37 miliónů zahraničních návštěvníků (Obrázek 4). Čeští občané realizovali 86 miliónů cest v tuzemsku a 13 miliónů cest do zahraničí (czso, 2021).

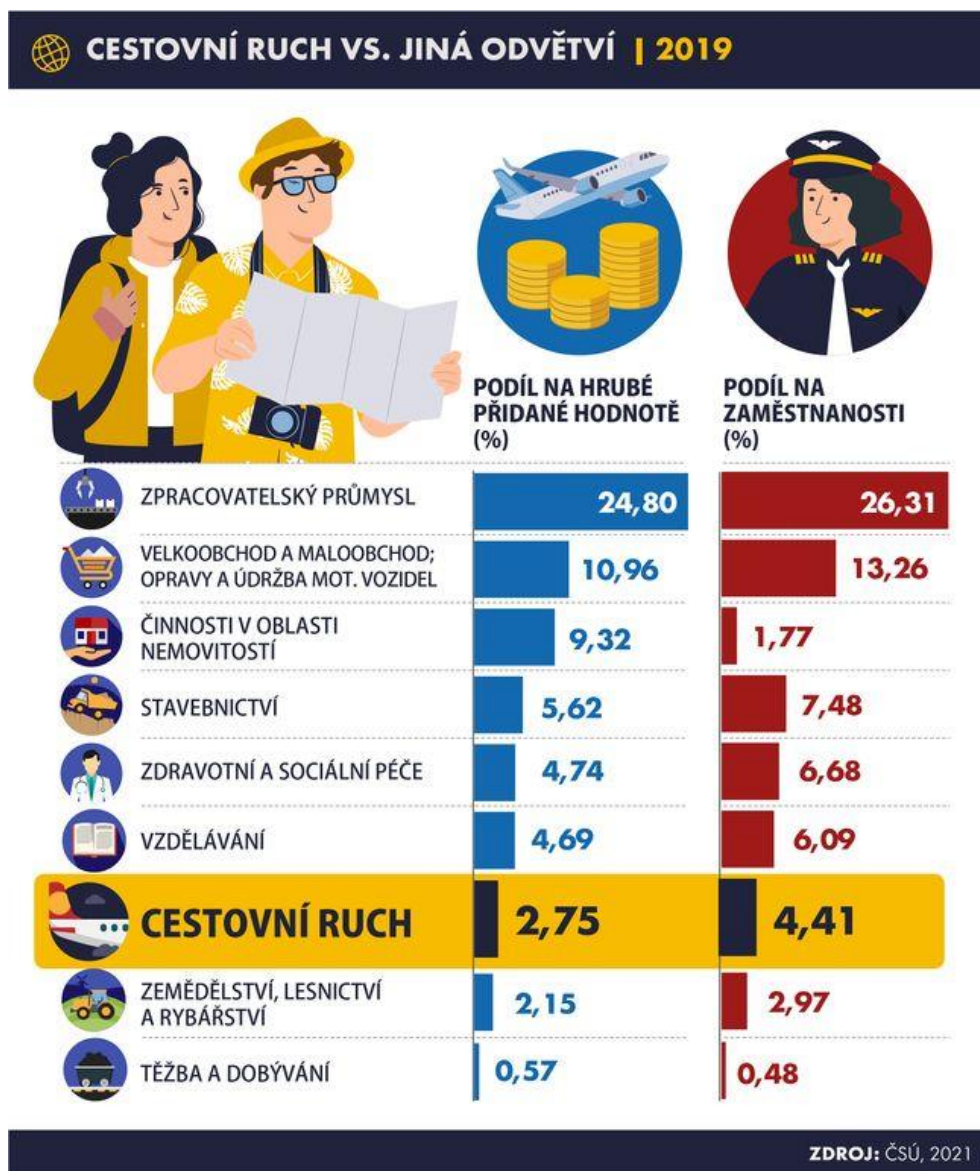
Obrázek 4: Počet návštěvníků za rok 2019



Zdroj: (czso, 2021)

Cestovní ruch zaostal například za odvětvím průmyslu, zdravotní a sociální péče, velkoobchodem a vzděláním (Obrázek 5).

Obrázek 5: Porovnání cestovního ruchu a dalších odvětví



Zdroj: (czso, 2021)

## **3.5 Ubytovací, stravovací a další služby**

### **3.5.1 Ubytování**

Podnikání v sektoru ubytování je jedno z nejstarších na světě. Pokoje pro hosty byly nejdříve velice skromné a součástí soukromých obydlí. Postupně se modernizovalo až se došlo k výstavbě hotelů, penzionů a několika dalších typů ubytování. V dnešní době mají ubytovací služby nesmírný ekonomický význam.

Světová turistická organizace UNWTO odhaduje, že počet ubytovacích kapacit vzrůstá ročně o 2,5 %. Míra obsazenosti se mění, ale pohybuje se okolo 65 % s výjimkou covidové situace v letech 2019 až do současnosti. Největší část hotelových kapacit se nachází v Evropě a to přibližně 44,7 %. Následuje Severní Amerika 27 % a poté Asie s Tichomořím představuje necelých 14 %. V Africe je to pouhých 3,1 % a střední Východ dokonce jen 1,5 % z celosvětových ubytovacích kapacit.

Vliv zahraničních návštěvníků na hotelový průmysl je značný. Hlavním účelem cestování bývá rekreace a obchodní cesty. V posledních letech navíc došlo k rozvoji nových technologií, které ubytovací služby začaly hojně využívat. Přes 90 % hotelových společností má svoje vlastní webové stránky, kde si klient může najít veškeré informace o svém možném pobytu. Především hotely rychle zareagovaly na poptávku od klientů, kteří požadují internetové připojení na svém pokoji. Samoobslužné přihlašování a odhlašování (check-in a check-out) vzrůstá spolu s tím, jak se množí počet samoobslužných kiosků.

Ty největší hotelové řetězce jako jsou například Hilton, Marriott, Fairmont nebo Hyatt nabízejí produkty ve všech cenových kategoriích. Hotely a motely se diferencují mnoha různými způsoby, mezi nejčastější patří kritérium vzdálenosti od centra dané lokality. Dalším kritériem může být, jaké další doplňkové služby nabízejí pro své klienty (GOELDNER, a další, 2014 stránky 141-154).

#### **3.5.1.1 Klasifikace**

V České republice existují dva způsoby udělování hvězd pro hotely a penziony. Prvním způsobem je, že si majitel může udělit hvězd kolik uzná za vhodné, což kolikrát může způsobit spory a stížnosti od klientů. Druhý způsob udělování hvězd určuje Asociace hotelů a restaurací České republiky. Začátkem roku 2010 vznikl nový systém přidělování

hvězdiček, kdy hotelové asociace sedmi zemí EU založily unii Hotelstars Union (HSU). Počet členských zemí se za dobu svého fungování rozšířil již na sedmnáct.

Hotelová klasifikace má celkem 270 hodnotících kritérií, pro penziony to je 181 kritérií. Systém se opírá o povinná kritéria a dobrovolně volitelné požadavky. K získání určitého počtu hvězdiček musí hotel vyhovovat všem povinným požadavkům a pokud vyhovuje i minimálnímu počtu nepovinných kritérií, získá k svému počtu hvězd i přídomek „*Superior*“ (Asociace hotelů a restaurací České republiky).

- Třída Tourist \* (90-170 bodů),
- Třída Economy \*\* (170-260 bodů),
- Třída Standard \*\*\* (260-400 bodů),
- Třída First Class \*\*\*\* (400-600 bodů),
- Třída Luxury \*\*\*\*\* (600-940 bodů).

V čtyřhvězdičkových hotelech jsou běžné kryté bazény a zařízení pro fitness. Pětihvězdičkový hotel musí splňovat všechna povinná kritéria pro čtyřhvězdičkové hotely, a navíc ještě povinné předpoklady pro pět hvězd. Tyto předpoklady zní takto: recepce hotelu je otevřena 24 hodin denně, osobní přivítání každého hosta květinami či dárkem na pokoji a pomoc se zavazadly. Služby prádelny a žehlení musí fungovat s navrácením prádla během 9 hodin. Personál na recepci musí být více než dvojjazyčný a musí být schopen poskytovat nadstandardní služby jako například informovat o turisticky zajímavých místech nebo zajistit objednání dopravy. Hotel též musí nabízet hotelovou limuzínu, a kromě toho zde musí existovat IT podpora a wifi pro hosty. V pokoji musí být možnost úplného zatemnění místnosti, musí v něm být mimo jiné i trezor, vysoušeč vlasů, župan, pantofle, lžice na boty, šitíčko a časopisy, na vyžádání též stolička v koupelně a zařízení s přístupem na internet. Dále musí být v pokoji o jedno pohodlné čalouněné křeslo nebo pohovku více než v hotelu se čtyřmi hvězdičkami, a každý host musí mít k dispozici dva polštáře. Hotel musí mít hotelovou halu s místy k sezení a nápojovou obsluhou, minimálně jednu samostatnou restauraci a bar otevřené 7 dní v týdnu a prostřednictvím pokojové služby nabízet alespoň nějaká jídla a nápoje 24 hodin denně (Asociace hotelů a restaurací České republiky, 2015-2020).



### 3.5.1.2 Bed and Breakfast

Dalo by se s přehledem říct, že páteř cestovního ruchu tvoří právě malé firmy, kam je možné zařadit i ubytovací služby B&B neboli Bed and Breakfast. Do tohoto segmentu malých firem spadají i penziony a hostince, ale o těch více až v další kapitole.

Ubytování typu Bed and Breakfast spočívá v útulnosti. Jedná se o malý a často soukromý dům, kde je hostům k dispozici přespaní přes noc a ráno snídaně. Například ve Spojených státech amerických začínaly B&B jako neformální typ ubytování za dostupnou cenu všem. Dnes je tomu již jinak a tyto služby nabízejí i luxusní typ ubytování. Navíc tento způsob ubytování se mezi turisty stal velmi populárním a B&B se nachází po celém světě. Webové stránky pomáhají pomocí fotek, popisů a klientských recenzí turistům s výběrem vhodného ubytování (GOELDNER, a další, 2014 stránky 141-154).

### 3.5.1.3 Penziony a hostince

Penziony se v různých částech světa definují různě. Někde jsou brány jako typ B&B, jinde zase jako cenově dostupné ubytování hotelového typu. Penzion může také vzniknout ze soukromého domu. Ve Velké Británii se ubytování v penzionu a B&B zásadně neliší. Penziony a chaty jsou typičtější pro venkovské části zemí než pro moderní města.

Hostince obvykle nabízejí ubytování a stravu, nejčastěji snídaně a večeře. Mají také větší kapacitu ubytování, než třeba zmíněné B&B a penziony. Majitelé tohoto typu ubytování pak nabízí mnoho dalších služeb, mezi které se řadí internet, horké a studené nápoje, společné prostory pro různé hry, časopisy, posezení u krbu, telefon, květiny, televize a další (GOELDNER, a další, 2014 stránky 141-154).

Existuje mnoho dalších možností ubytování, lze jmenovat chaty, apartmány, kempy, tábořiště nebo stále populárnější sdílené ubytování. Vždy záleží na preferencích klienta, co si vybere, a kde se bude cítit komfortně. Tyto služby zde byly a budou i nadále, dokud se nepřestane cestovat.

## 3.5.2 Stravování

Stejně jako ubytovací sektor patří k nejstarším způsobům podnikání, jinak tomu není u sektoru stravování. První jídlo se začalo servírovat v dávných dobách v hostincích a kláštrech. Ve městech malé restaurace nabízely jednoduchá jídla jako jsou polévky. Slavné anglické taverny poskytovaly jídla, nápoje a ubytování. Často se zde probírala

politika. S růstem měst se dařilo i stravovacím zařízením. První restaurace ve 20. století vařily jídla přímo před zraky zákazníka a z velkých hrnců servírovaly na talíř. Restaurace a bary představují obrovský byznys, za dobrým jídlem a pitím vyrazí turisté téměř neustále a kamkoli po světě (GOELDNER, a další, 2014 stránky 154-160).

Stravovací služby se dají rozdělit na tři odvětví – bufety, rychlé občerstvení (fast foody) a tradiční restaurace.

Bufet pochází z francouzského slovíčka „buffet“ a původně se slovo používalo pro nábytek určený k ukládání jídel neboli příborník. Nyní si pod pojmem bufet lze představit stůl s občerstvím, obvykle studeným, které se podává při recepci nebo konferenci. Ovšem za bufet se také pokládá místnost, jídelna a stánek s rychlým občerstvením, přestože rychlé občerstvení je trochu něco jiného. Obvykle si lidé z bufetového stolu berou jídlo dle své potřeby (2021).

Rychlé občerstvení asi známější pod názvem fast food je již běžnou součástí dnešní doby. Zajímavostí je, že již ve starověkém Řecku tu byly první fast foody. Na tehdejších ulicích stály stánky s chlebem a olivami, na středním východě se zas prodávaly chlebové placky s falafelem a zeleninou. Dnešní rychlé občerstvení představuje jednoduchá a rychle připravená jídla, která ovšem nejsou vůbec kvalitní. Vyznačují se velkou energetickou hodnotou s obsahem tuků, cukrů a téměř žádnou vlákninou, vitamíny nebo minerálními látkami. Cílem těchto řetězců je donutit zákazníka k přejídání, vysoký podíl tuku dodává pokrmům chutnost a sůl zase zvyšuje chuť na sladký nápoj, který si každý rád k jídlu objedná. Fast foody lákají dospělé i děti na nejrůznější akce a sezonní produkty, je to zkrátka fenomén současnosti, který představuje možnost rychle se najíst, ale bohužel nezdravou cestou (HLAVATÁ, 2016).

Pod pojmem tradiční restaurace si lze představit gastronomický podnik v rukou jedné rodiny po celé generace. Často tomu opravdu tak je, nicméně najdeme i mnoho restaurací, které do žádných rodinných klanů nepatří. Tradice je jakýsi přenos všech zkušeností, znalostí, schopností, různých zvyků a praktik jedné kultury nebo skupiny na další generaci. To se odráží například ve speciálních recepturách nebo způsobech přípravy pokrmů. Na jídelních lístečích se vyskytuje celkem pravidelně slovo „domácí“, které má zaručovat vyšší kvalitu a získání surovin z domácího chovu, či zahrádky. Ne však vždy tomu tak je. Majitelé mohou tento trik používat pro přilákání více zákazníků. Každopádně mnoho tradičních restaurací dokázalo skloubit moderní a tradiční prvky gastronomie, díky čemuž se vyrovnají čím dál tím oblíbenějším fast foodům (VON LEITNER, 2014).

Lidé, kteří cestují, utrácejí za jídlo více peněz než za cokoli jiného samozřejmě s výjimkou dopravy. Snídaně v kavárnách, obědy na letištích, svačiny z automatů ale i jídlo o deseti chodech na výletní lodi, za tohle vše návštěvníci utrácí spoustu peněz. Trendy ve vývoji stravovacích služeb se však mění každý rok. Mezi nejoblíbenější pokrmy patří maso a mořské plody, v poslední době se také velké oblibě těší produkty získávané trvale udržitelným způsobem, nesmí se zapomenout ani na dezerty a víno s pivem. Dalšími položkami v „módě pokrmů“ jsou zahraniční kuchyně, produkty organického zemědělství a bezlepková či nealergická jídla (GOELDNER, a další, 2014 stránky 154-160).

Poslední roky, hlavně teď v letech řádění covidové situace se marketing stravovacích služeb rázně proměnil. Restauratěři přesunuli svoji nabídku do online prostředí, to se dělo již dříve, ale ne v takovém množství a kvalitě. Sociální média mají pro stravování význam, jaký nikdy předtím neměla. Uživatelé si mohou na sociálních sítích prohlížet jídelní lístky i několik dní dopředu. Mohou také rezervovat stůl v restauraci nebo jen pročitat mraky recenzí na jednotlivé podniky. Provozovatelé rovněž zlepšili svůj přístup k přírodě. Přichází investice do energeticky úsporného vybavení a svítidel, více se využívá recyklovaných materiálů a snižuje se spotřeba plastů a vody. Takovéto podniky vábí nové zákazníky a snižují i náklady na provoz (PONJIGER, 2018 stránky 14-22).

### **3.5.3 Green management**

Zhruba do druhé poloviny dvacátého století se moc nedbalo na změny, které člověk svým jednáním přivodil životnímu prostředí. Tento přístup se změnil hlavně v posledních 20 letech, kdy se ochrana životního prostředí začala brát velmi vážně. Je třeba „vyprodukovat“ management, který bude zvládat požadavky na efektivitu a ziskovost společnosti, ale zároveň i na sociální a environmentální stránku. Green management neboli česky zelený management má za hlavní úkol zaměřit se na optimalizaci chodu hotelu vůči životnímu prostředí jako celku. Cílem by mělo být propojení tří aspektů – ekologie, ekonomiky a lidského povědomí. K tomu jsou zapotřebí čtyři základní fáze.

1. Motivace – na začátku je třeba určit osobu odpovědnou za provádění zeleného programu. Úkoly se poté vysvětlí všem zaměstnancům a dále se jim osoba věnuje a motivuje je. Pokud se podnik zapojí do dalších aktivit spojených s životním prostředím, zvyšuje to jeho image a zároveň posiluje motivaci zaměstnanců do neustálého zlepšování se v tomto oboru.

2. Plánování akce – druhá fáze, zde se probírají možnosti pro zlepšení a vytyčí se další cíle, nejprve ty lehčí, od kterých se přejde k náročnějším.
3. Realizace – tato fáze spadá spíše do řízení lidských zdrojů, zaměstnanci musí sami vědět, že dělají prospěšnou věc a také, že to, co dělají, má nějaký smysl.
4. Sledování výsledků – vyhodnotí se dosažené cíle. Pokud se odhalí nějaká chyba, je třeba ji napravit.

O zelený přístup se nesnaží jen restaurace, ale také takzvané ekohotely. Ekohotel je ubytovací zařízení, které vlastní evropský certifikát „The Flower – ekologicky šetrná služba“. Tyto hotely se začaly objevovat na počátku 90. let 20. století a v posledních letech jich neustále přibývá díky zvyšujícímu se zájmu o ochranu životního prostředí. Konkurenceschopnost hotelu totiž závisí do jisté míry na jeho přístupu k ochraně životního prostředí a úspor energií, protože v tom jsou dnešní hosté mnohem náročnější než kdy dříve. Co se týče fungování, tak je tomu podobně, jak u již zmíněných restaurací se zeleným přístupem, tedy snaží se o co největší úsporu energie, co nejmenší spotřebu plastových výrobků, zkrátka fungovat jako malý ekosystém (PONJIGER, 2018 stránky 14-22).

#### **3.5.4 Gastroturistika**

Gastroturistika je velmi mladý pojem, který vznikl v 21. století. Dnes o ní existují webové stránky a stala se tématem na několika konferencích o cestovním ruchu. Mezinárodní gastroturistická organizace (International Culinary Tourism Association – ICTA) popisuje gastroturistiku jako vyhledávání jedinečných a nezapomenutelných kulinářských zážitků všech druhů. Považuje se také za součást kulturní turistiky, kdy turisté neváhají jet za jídlem přes půl světa a poznat odlišnou kulturu. Jejím obsahem je i turistika spojená s ochutnávkami nejrůznějších druhů alkoholu.

ICTA uvádí, že gastroturistika zahrnuje i kuchařské školy, festivaly a veřejné akce, dodavatele pokrmů lihovary a kulinářské atrakce. Mezi významné atrakce patří německý Oktoberfest, stezka whisky ve Skotsku, vinná stezka v kalifornské Nappě nebo festival Salore del Gusto v italském Turíně. Rybí trh Tsukiji v japonském Tokiu je též dobře známý a velkým lákadlem pro milovníky ryb.

Cestovatelé prohlašují, že strava je pro ně důležitým prvkem na dovolené, aby si ji dokázali plně užít a také skrz jídlo poznávají tamní kultury (GOELDNER, a další, 2014 str. 165).

### **3.5.5 Ostatní služby**

Do dalších služeb cestovního ruchu lze řadit služby dodavatelské, které se ještě třídí na informační, dopravní, sportovně-rekreační, kulturně-společenské, lázeňské, kongresové, průvodcovské a asistenční, animační a již výše zmíněné ubytovací a stravovací. Dalším typem jsou zprostředkovatelské služby, ty se dělí na služby cestovních kanceláří a cestovních agentur. Z dalšího třídění lze jmenovat služby pojišťovací, směnárenské a obchodní (BERAN, 2009 stránky 6-12).

## **3.6 Přehled organizací cestovního ruchu**

V cestovním ruchu existuje několik organizací starajících se o bezproblémový chod, modernizaci a neustálé přibližování turismu lidem po celém světě.

Na prvním místě je dobré zmínit Světovou organizaci cestovního ruchu (UNWTO – United Nations World Tourism Organization). Jedná se o specializovanou agenturu Organizace spojených národů ručící za podporu odpovědného, udržitelného a univerzálně dostupného cestovního ruchu. Agentura sídlí v Madridu. Jakožto přední mezinárodní organizace v oblasti turismu propaguje cestovní ruch jako hnací sílu hospodářského růstu, inkluzivního rozvoje a udržitelnosti životního prostředí. Snaží se také o zaměření na zájmy vyvíjejících se zemí třetího světa. V neposlední řadě se UNWTO pomocí výměny znalostí, rozvoje lidských zdrojů a podpory v politických oblastech, trendů a udržitelnosti věnuje zlepšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu.

Organizace vznikla přeměnou nevládního charakteru IUOTO (International Union of Official Travel Organizations) na mezinárodní organizaci mezivládní povahy v roce 1974. V tentýž rok do organizace vstoupila i tehdejší ČSSR. Česká republika po osamostatnění v UNWTO zůstala. V roce 2003 došlo k přeměně WTO ve specializovanou agenturu. Organizace má 159 členských států, 2 pozorovatele a více než 500 přidružených členů. Nejvyšším orgánem je potom Valné shromáždění, to zasedá každé dva roky. Je tvořeno delegáty zastupujícími řádné členy organizace. Schvaluje rozpočet, jmenuje generálního tajemníka a volí členy Výkonné rady. Výkonná rada je nejvyšším exekutivním orgánem UNWTO. Ta se musí sejít minimálně dvakrát ročně. Z řad svých členů si volí předsedu a dva místopředsedy vždy na jedno funkční období. Česká republika byla členem Výkonné rady v letech 1999-2003.

Sekretariát je veden generálním tajemníkem a je uspořádán do oddělení, která pokrývají aspekty jako jsou například vzdělání, udržitelnost, trendy a marketing

v cestovním ruchu, statistika, satelitní účet, destinační management, etika a řízení rizik a krizí. Například oddělení Technické spolupráce a Hedvábné stezky má na starost rozvojové projekty ve více než 100 zemích světa. Regionální oddělení pro Afriku, Asii a Tichomoří, Evropu a Střední východ má zase za úkol sloužit jako spojovací článek mezi UNWTO a jejími 159 členskými státy. Oddělení přidružených členů funguje pro již 500 zmíněných přidružených členů UNWTO. Generálním tajemníkem je v současnosti Zurab Pololikashvili (UNWTO, 2021).

Další organizací je Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC – World Travel & Tourism Council). Posláním WTTC je maximalizovat inkluzivní a udržitelný růstový potenciál cestovního ruchu. Podílí se na tom partnerstvím s vládami, destinacemi a komunitami po celém světě. Snaží se o ekonomický rozvoj vytvářením nových pracovních míst a snižováním chudoby. V neposlední řadě se Světová rada zasazuje o bezpečnost a porozumění ve světě.

Koncem 80. let 20. století skupina generálních ředitelů průmyslu, kterou vedl tehdejší předseda a generální ředitel společnosti American Express James Robinson III, dospěla k poznání, že ačkoliv cestovní ruch byl největším průmyslem na světě a největším poskytovatelem pracovních míst, jen málo lidí si toho bylo vědomo. Neexistovala totiž žádná konsolidovaná data nebo nějaké odvětví, jehož prostřednictvím by bylo možné toto představit světu. Cestování spolu s cestovním ruchem bylo mnohými považováno za lehkomyšlnou a nepodstatnou činnost.

Zjištění o nevědomosti lidí o cestovním ruchu vedlo k prvnímu setkání v Paříži v roce 1989, kde vystoupila řada předních představitelů průmyslu z různých částí světa. Nejspíše nejdůležitějším výsledkem byl vzkaz od Henryho Kissingera, který řekl, že cestovní ruch je největším průmyslem, ale není to nikde uznáno, jelikož je roztrženo do několika odvětví. To vedlo k založení WTTC v roce 1990 právě již zmíněným Jamesem Robinsonem III a Geoffrey Lipmanem. V době první valné hromady ve Washingtonu 1991 měla Světová rada 32 členů. Na tomto oficiálním setkání se také vytyčily cíle WTTC a klíčové problémy, které je třeba řešit (WTTC, 2021).

Dnes existují tři základní poselství Světové rady cestování a cestovního ruchu:

- Vlády uznávají cestování a cestovní ruch jako nejvyšší prioritu
- Podnikání vyvažuje ekonomiku s lidmi, kulturou a životním prostředím
- Společná snaha o dlouhodobý růst a prosperitu

IATA je zkratka pro The International Air Transport Association neboli Mezinárodní asociace leteckých dopravců. Jedná se o obchodní sdružení světových leteckých společností, které zastupuje přibližně 290 leteckých společností a tvoří zhruba 83 % celkového leteckého průmyslu. Organizace podporuje leteckou činnost a pomáhá formulovat průmyslovou politiku v kritických otázkách letectví.

Vznik organizace se datuje do roku 1945. Za zakladatele je považováno 54 společností z 31 států. Zajímavostí je, že České aerolinie, a.s. byly mezi zakládajícími členy. Nynějším generálním ředitelem je Willie Walsh (IATA, 2021).

Ohledně této organizace existuje i několik kontroverzních tvrzení. Například IATA byla obviněna z kartelového jednání a také mnoho nízkonákladových společností se neřadí mezi její plnohodnotné členy.

Mezinárodní obchodní sdružení IHRA (International Hotel & Restaurant Association) se věnuje výhradně podpoře a obraně zájmů hotelového a restauračního průmyslu po celém světě. Jedná se o neziskovou organizaci uznanou OSN. IHRA lobuje za lepší uznání odvětví pohostinství a také proti škodlivým a nákladným pokusům o regulaci odvětví. Jejími členy jsou mezinárodní, národní a regionální asociace hotelů a restaurací, vlastníci a investoři, jednotlivé hotely a restaurace a nezávislí hoteliéři a restauratéri.

Organizace vznikla v listopadu 1947 jakožto asociace na obranu soukromého sektoru. Nyní sídlí v Lausanne ve Švýcarsku. V čele stojí prezident Dr. Ghassan Aidi (ihra, 2021).

Světovým dědictvím se označují kulturní a přírodní památky po celém světě, které byly vybrány pro svůj unikátní vzhled organizací UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) a přijaty na *Seznam světového dědictví*. Státy, na jejichž území se památky nacházejí, jsou povinné je chránit *podle Úmluvy o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví* z roku 1972. V srpnu roku 2021 bylo na Seznamu 1 154 položek z celého světa. Česká republika jich má celkem 16.

Památky, které chtějí státy zařadit na Seznam světového dědictví, musí splňovat alespoň jedno z deseti kritérií, která byla stanovena organizací UNESCO. Kritéria kulturního dědictví:

- i. Mistrovské dílo tvůrčího talentu člověka,

- ii. představuje významný mezník v hodnotách člověka ve vývoji v architektuře, technice, umění či urbanismu,
- iii. je jedinečným důkazem o existující nebo už vymizelé civilizaci nebo kulturní tradici,
- iv. je skvělou ukázkou stavby, architektonického nebo technologického souboru, dokumentující jednu nebo více významných etap v historii lidstva,
- v. je skvělou ukázkou určitého způsobu osidlování nebo způsobu využití půdy, či moře, typického pro nějakou kulturu, zejména tam, kde hrozí poškození vnějšími či vnitřními vlivy, jejichž dopad by byl nevratný,
- vi. souvisí přímo nebo specificky s událostmi, s tradicemi, s převratnými myšlenkami, s vyznáním či vírou, s literaturou či uměním majícím univerzální význam

Přírodní dědictví:

- vii. Obsahuje unikátní přírodní fenomén či oblasti výjimečné přírodní krásy a estetického významu,
- viii. je skvělou ukázkou dokumentující významné fáze přírodního vývoje Země, včetně dokladů o lidské evoluci, ukázkou významných právě probíhajících geologických procesů, případně je významným geomorfologickým či fyziografickým útvarem,
- ix. je skvělou ukázkou probíhajících ekologických a biologických procesů v rámci evoluce a vývoje pozemních, sladkovodních, pobřežních či mořských ekosystémů a společenstev rostlin a živočichů,
- x. obsahuje nejdůležitější a nejvýznamnější přírodní biotopy klíčové pro zachování místní biologické rozmanitosti, včetně takových biotopů, kde se nachází ohrožené druhy rostlin a živočichů výjimečné světové hodnoty z hlediska vědy a ochrany přírody (whc.unesco, 2021).

### 3.7 Brdy

Brdská vrchovina, kam spadají i Hřebeny a Příbramská pahorkatina, bývá často označována jen jako Brdy. V užším významu se poté za Brdy označují jen Střední a Jižní Brdy. Název Brdy pochází ze slova brdo, což vyjadřuje zalesněný kopec nebo skalnatý útes či skalku. Vrchovina tvoří téměř souvislý masív, který je rozdělen údolím Litavky na Brdy (od Nepomuka k Jincům) a právě na Hřebeny (od Jinců až k Zbraslavi). Jedná se o



zalesněnou oblast. Vsi vznikaly až ve vyšší nadmořské výšce, okolo 450 metrů nad mořem. Vrcholy hřebenů dosahují průměrné výšky kolem 600 metrů. Nejvyšším bodem je Tok s nadmořskou výškou 865 metrů, což z něj dělá i nejvyšší přirozený vrchol středních Čech. Nejvyšší uměle vytvořený bod nalezneme na vrcholu Praha, ten měří 862 metrů, ale je na něm vybudována šedesátimetrová věž meteoradaru Českého hydrometeorologického ústavu (HEJL, 1987 stránky 9-10).

### **3.7.1 Geomorfologie a geologie**

Území Brdské vrchoviny je součástí Poberounské soustavy patřící do České vysočiny. Celá tato oblast je součástí takzvané asyntské kry, ta se v kambriu měnila, vytvářely se pánve, ta brdská byla místy hluboká až dva tisíce metrů. V nejstarším údobí tu bylo pevninské jezero, při změnách výšky dna se spojilo s mořem, které pak ustoupilo. Na dně vodních ploch postupně vznikaly slepence a pískovce. Vlivem větrů a dešťů se pevninský povrch snižoval, díky nánosům se dno stále zdvihalo, nakonec se sem však vlilo středokambrijské moře (BALATKA, a další, 2006). Opět následovalo zdvihání dna, a právě z tohoto období, starého asi 500 milionů let existuje řada zkamenělin. Počátek ordoviku znamenal opětovné klesání pevniny a vytvořilo se menší moře, vnitrozemské. To přetrvalo i období siluru a devonu. Jen již nebylo tolik hluboké. Později se zřejmě změnila hranice moře úplně, voda se vyčistila, dno vystoupilo a byla zde možnost rozvoje pro rostliny a živočichy. Postupným odnosem zvětralých částí se měnil i povrch paroviny. Až třetihory vyformovaly celé území České vysočiny a vytvořily údolí přibližného tvaru, jako vypadá v současnosti (HEJL, 1987 stránky 10-12). Následující obrázek se věnuje geomorfologickému členění Brdské vrchoviny (Obrázek 6).

Obrázek 6: Geomorfologické členění Brdské vrchoviny

Geomorfologické členění Brdské vrchoviny		
ČESKÁ VYSOČINA • Poberounská subprovincie • Brdská oblast		
BRDY	Třemošenská vrchovina	Kvaňská vrchovina (Hlava, 788 m) Ohrazenická vrchovina (Beranec, 663 m) Čenkovská vrchovina (Brda, 773 m) Tocká vrchovina (Tok, 865 m)
	Třemšínská vrchovina	Voltušská vrchovina (Třemšín, 827 m) Chynínská vrchovina (Nad Marastkem, 805 m) Padrťská vrchovina (Jahodová hora, 726 m)
	Strašická vrchovina	Dobřívská vrchovina (Bílá skála, 659 m) Jivinská pahorkatina (Jivina, 620 m)
HŘEBENY	Studenská vrchovina	Jistevnický hřbet (Studený vrch, 660 m) Skalecký hřbet (bezejmenný, 563 m) Trnovská pahorkatina (Spálený, 551 m)
	Kopaninská vrchovina	nečlení se (Kámen, 414 m)
PŘÍBRAMSKÁ PAHORKATINA	Třebská pahorkatina	Narysovská pahorkatina (Vojna, 667 m) Příbramská kotlina (600 m)
	Rosovická pahorkatina	Hlubošská pahorkatina (Malý Chlum, 591 m) Suchodolská pahorkatina (bezejmenný, 604 m)
PROVINCIE • Subprovincie • Oblast / Celek / PODCELEK • Okrsek • Podokrsek • (vrchol)		

Zdroj: (BALATKA, a další, 2006)

### 3.7.2 Podnebí

Ačkoliv se podnebí na celém světě v posledních letech dost proměňuje, v Brdech to zatím tolik poznat není. Brdská pahorkatina však nemá jednoduše podnebí. V horských oblastech okolo Třemšína a Jinců je typické drsnější a vlhčí klima. Chladněji je zde převážně kvůli větší nadmořské výšce a také souvislému zalesnění. Rozdílné teploty v údolích a horských oblastech ovlivňují také výskyt rostlinstva. Celkově se podnebí Brd charakterizuje jako podhorské.

Hřebeny mají podnebí o trochu mírnější. Je to důsledek především menší nadmořské výšky a vlivu Berounky s Vltavou, které pásmo lemují a způsobují oteplování krajiny (HEJL, 1987 stránky 14-15).

### 3.7.3 Vodopis

Malebným územím Brdské vrchoviny protéká nespočet řek, říček a potoků. V oblasti Hřebenů se jedná o řeku Berounku, do které se zprava vlévá Litavka.

Hostomicemi potom protéká Chumava, tu tvoří prameny Brdlavka a Křížákova. Právě potok Chumava dříve sloužil pro plavení dřeva, byl totiž propojen četnými kanály.

Do Vltavy se vlévají potoky Bojovský a Luční, které sbírají vodu z oblasti Kytína. Zde je i několik dalších potoků, které slouží jako napájení pro místní rybníky, jedná se například o Voznický, Lipižský nebo Trnovský potok. Říčka Kocába zase odvádí vodu z okolí Nového Knína. Vody Brd odvádějí potoky Červený, Mourový a Padrt'ský, zvláště Padrt'ský je součástí rozlehlého území Padrt'ských rybníků. Pánev kolem Rožmitálu pod Třemšínem odvodňuje říčka Vlčava.

V celé oblasti vrchoviny není nouze ani o rybníky, obzvláště pak na jihovýchodní straně. V Mníšku pod Brdy je to Zámecký rybník. Dále pak rybník Sýkorník, anebo také Velký rybník ve Voznici. Nesmí se zapomenout ani na rybník Strž ve Staré Huti. Jak již bylo zmíněno výše, v Brdech je rozlehlý koncept Padrt'ských rybníků, dále také Pilská a Lázká nádrž. Víceméně všechny rybníky jsou využívány pro chov ryb, některé i pro koupání. Podél potoků jsou i pozůstatky (někdy celé) mlýnů, které tu dříve sloužily pro obyvatele. Vodní toky a plochy mají nesmírný vliv na okolní květenu, najdou se zde i vzácné rostliny, ale o tom v dalším odstavci níže (HEJL, 1987 str. 13).

#### **3.7.4 Vegetace a živočišstvo**

Jací živočichové tu dříve žili se dá určit podle zkamenělin. Podle rozdílných druhů zkamenělých živočichů, jejich zachovalosti a typu horniny usuzujeme na stáří jednotlivých vrstev, tímto oborem se zabývá biostratigrafie. Živočišstvo bylo dříve zastoupeno bezobratlými a také tu žili trilobiti. Nyní se zde vyskytuje řada kriticky ohrožených druhů, mezi ně patří například rak říční, orel mořský, skokan ostronosý, zmije obecná, jeřáb popelavý, netopýr černý, batolec červený a mnoho dalších. Samozřejmě tu žijí i méně ohrožené druhy, které lze vidět i při obyčejné procházce lesem. Jedná se například o srnky, daňky, ježky, veverky a mnoho dalších savců, ptáků či druhů hmyzu (HEJL, 1987 str. 16).

Krajina Brd byla před zásahem člověka z velké části zalesněná. Dříve se tu ve velkém našlo několik druhů porostů – jedle, buky, smrky, kleny, javory, borovice a jilmy. Dnes se převážně jedná o smrkové monokultury kvůli výnosům ze dřeva. Tyto monokultury s sebou přináší problémy, chudne vegetace a ubývá přirozeného prostředí pro živočichy. V posledních letech se však lesníci snaží o vysazování původních druhů jako opatření ke zlepšení druhové skladby nad rámec uložený lesním zákonem. Ten ukládá

vysazování původními dřevinami ve 25 až 30 procentech podle konkrétního typu porostu (HUTR, 2017).

Na Třemošenské a Třemšínské vrchovině jsou z hlediska fyto geografie jedinými oblastmi horské květeny ve středních Čechách. Brdská vrchovina je už domovem pro květenu mírně teplé oblasti. Zatímco nižší oblasti jsou porostlé jehličnatým lesem s převahou smrku a vtroušenými modřín, na vrcholech se rozkládají převážně vřesoviště a rašeliniště. Milovníci hub a lišejníků tady najdou obrovské množství druhů včetně těch zařazených do Červeného seznamu (JINDŘICH, 2008).

Na vlhkých loukách rostou chráněné rostliny, například orobinec stříbrošedý, kosatec sibiřský či rosnatka okrouhlostá. Ptáci, voda a vítr pomohli k rozšíření dalších druhů flóry podél toku Litavky.

Mnoho rostlinstva, ale i živočichů bohužel trpí na vysušování Brd v důsledku nezodpovědného hospodaření s lesy. Nevhodná druhová skladba lesů je tomu důkazem. Pytláctví pak zejména ohrožuje živočichy. Nutno podotknout, že řada živočichů v Brdech na své objevení stále ještě čeká (SPÁČILOVÁ, 2017).

### **3.7.5 Historický vývoj**

Osídlení oblasti Čech je prokázáno od starší doby kamenné, ovšem osídlení přímo v oblasti Brdské vrchoviny bylo řídké. Dá se to vysvětlit drsným podnebím, hustým zalesněním, velkým množstvím zvěře, a hlavně absencí různých úkrytů pro člověka, kterými byly dříve především jeskyně. Člověk začal při dolním toku Berounky budovat vyvýšená opevněná hradiště až v mladší a pozdní době kamenné. To už se zde i lovila zvěř a obdělávala úrodná půda. Jedno z nejstarších sídel bylo objeveno v Řevnicích, staří pazourků, které se našly, je odhadnuto na deset tisíc let. Dalším místem nálezů z dob minulých je oblast kolem Dobříše. Tam se našly sekery a mlaty staré přibližně tři a půl tisíce let z údobí volutové kultury. Následné zdokonalení zbraní, protože se člověk naučil zpracovávat rudu, vedlo k budování hradišť i hlouběji v lesích. Příkladem mohou být Hostomice, Kazín, Zadní Třebáň a vrch Plešivec u Hostomic, kde bylo jedno z největších hradišť v Čechách.

Další zpracování rudy zdokonalili Keltové, kteří sem přišli okolo roku 400 našeho letopočtu. Střediskem výroby železa se stala obec Tihava. V 5. až 6. století ovládli území Slované. Ti zde budovali opevněná hradiště a jejich pozůstatky byly nalezeny v obcích Drahlín, Komárov a Hradec. Od 9. století pak území patřilo kmeni Čechů.

Teprve až ve 13. století si vládnoucí společenské vrstvy uvědomily, jakou cenu má oblast Brdské vrchoviny. Lesy bohaté na lovnou zvěř, zásoby železné, stříbrné a zlaté rudy, nesmí se ovšem zapomenout ani na strategické umístění obchodní cesty. Spolu s rostoucím významem krále se tu začal projevovat i vliv církve. Šlechta z území bohatla, ale prostí obyvatelé byli stále chudí. Živit se museli náročnou těžbou v dolech nebo prací v lese (HEJL, 1987 stránky 24-28).

V polovině 15. století rostl zájem o železářské výrobky, vzniknout tak musely hutě a hamry. Největší hutě byly v Jincích a Svaté Dobrotivé, železárny zase v obci Stará Huť. V těchto oborech robovali vesničani a útlak od šlechty byl tak velký, že musely zasáhnout císařské úřady. Spolu s rozvojem techniky se menší hutě modernizovaly a vznikaly manufaktury. Kromě práce v dolech a lesích se postupem času obyvatelé živili i výrobou cvočků, to však byla nejméně placená práce, a proto se cvočkaři vzburili. Nakonec byli potlačeni, ale dosáhli stanného práva navíc pražské dělnictvo začalo organizovat sbírky ve prospěch cvočkařů. To zaujalo i Jana Nerudu.

Koncem 19. století byla založena Československá sociálně demokratická strana, což se projevilo na politické činnosti dělníků. Koncem první světové války došlo v Hořovicích a Berouně k prohlášení socialistické republiky. Nový československý stát umožnil sice rozvoj průmyslu a lesního hospodářství, ale otázky sociální zůstaly v podstatě nevyřešeny. Situace se navíc zhoršila v době hospodářské krize ve 30. letech. Dělníci a další pracující usilovali o lidovou jednotu v boji proti narůstajícímu nebezpečí německého fašismu. Část vnitřního obranného pásu u Prahy vedla i brdskými lesy. Právě příhodné podmínky hustého zalesnění a možnost výstavby bunkrů přispěla k tomu, že se oblast stala významným střediskem ozbrojeného odporu proti nacistické okupaci. V čele odboje stáli K. Aksamit, J. Kadlec, F. Marek, F. Molák, J. Neliba. Na Berounsku sídlil od roku 1942 III. Ilegální ÚV KSČ. Partyzánskému hnutí se dostalo podpory roku 1945 vysazením sovětských parašutistů. Partyzáni se s nimi spojili a přidávali se k nim i obyvatelé vzdálenějších obcí. Celé velké hnutí odporu vedl plukovník Bogun.

V květnu 1945 převzaly národní výbory moc do svých rukou, vše proběhlo téměř v klidu. Boje byly jen u Dobříše, Hořovic, a především v Příbrami. Zde si němečtí vojáci vynucovali volný odchod k Američanům, a tak došlo ještě 10. a 11. května k poslední bitvě v Evropě. Dnes tu stojí známý pomník (Obrázek 7) mezi obcí Milínem a jeho osadou Slivice (HEJL, 1987 stránky 24-28).

Obrázek 7: Památník Slivice



Zdroj: (SCHLITZOVÁ, 2013)

### 3.7.6 Vojenský úsek Brdy

Vojenský prostor Brdy vzniká usnesením vlády Československé republiky dne 19. února 1926. O rok později byla založena Dělostřelecká střelnice v Brdech a v roce 1950 byl úsek vyhlášen vojenským újezdem.

Újezd byl v západní části okresu Příbram ve středočeském kraji, konkrétně mezi Rokycany a Příbramí. Úřad sídlil v obci Jince. Celková rozloha vojenského újezdu činila 260,08 km<sup>2</sup>. Zhruba 90 % této plochy činí les, zbytek se využíval pro cvičiště se specializovanou dělostřeleckou a leteckou střelnicí.

V roce 1940 během německého protektorátu došlo k rozšíření vojenské střelnice o území obcí Přední a Zadní Záběhlá, Padrť, Kolvín, Skořice, Příkosice, Hořice, Visky, Trokavec, Štítov a Myť. Tyto objekty byly zabráný nacisty během války, nicméně zůstaly neporušeny, a tak se po válce mohli vystěhovaní lidé do svých domovů vrátit. Zajímavostí také je, že dekret prezidenta Beneše zaručil konfiskaci velkostatku Hořovice, jehož lesy se poté staly součástí střelnice Brdy. Velkostatek nebyl jediným zkonfiskovaným majetkem, stejný osud potkal i zříceninu hradu Valdek.

Další zajímavostí je, že v jižní části brd, poblíž obce Míšov, se nachází objekt bývalého vojenského bunkru, který nese jméno Javor 51. Bunkr vybudovaly tehdejší Vojenské stavby na základě smlouvy mezi ČSSR a SSSR o skladech speciální munice z roku 1965. Sovětská armáda ho převzala po stavebním dokončení v roce 1968 a do přísně střeženého areálu se do roku 1990 nikdo jiný nedostal. V celém areálu žilo asi 200 důstojníků se svými rodinami, obytné domy byly postaveny v ruském stylu. Dále se zde nacházely sklady a hangáry, vodárna a také generátory energie. Areál kompletně spravovala sovětská posádka, složená jen z vyšších důstojníků a jejich rodin, kteří po celou dobu nesměli přísně střežený areál opustit (Spálené Poříčí, 2018).

Po odchodu Sovětské armády byl bunkr dlouhá léta opuštěný. Využit byl pouze dvakrát. Po rozpadu Československa skončila neplatná federální měna a o jedenáct let později si podzemní objekt na téměř tři roky pronajal Lidový spolek péče o německé válečné hroby. Ten sem dočasně uložil ostatky čtyř tisíc německých vojáků, kteří padli na našem území za druhé světové války. Dnes je v objektu umístěno Atom muzeum, mapující mírové i válečné využití atomové energie.

Do vojenského újezdu byl zákaz vstupu pro veřejnost v letech 1940 až 1945, poté na dlouhých 65 let (1950 až 2015). V roce 2007 byly v omezeném rozsahu zpřístupněny malé části na okrajích.

Při zrušení újezdu k 1. lednu 2016 bylo jeho území rozděleno 27 obcím v okresech Příbram a Beroun ve Středočeském kraji a v okresech Plzeň-jih a Rokycany v Plzeňském kraji. Současně se zrušením vojenského újezdu vzniká chráněná krajinná oblast Brdy (CHKO Brdy), která nakonec zahrnula i Jižní Brdy. I po zrušení vojenského újezdu jsou některé oblasti nadále využívány armádou a veřejnosti nepřístupné. Jde zejména o posádkové cvičiště Jince včetně dopadové plochy Brda a dále například o utajený objekt U Němých (Spálené Poříčí, 2018).

### 3.7.7 Ochrana přírody v CHKO Brdy

Na celém světě se stále častěji setkáváme s nepříznivými vlivy intenzivní hospodářské činnosti lidí na přírodu. V posledních desetiletích se jedná o obrovský nárůst těchto vlivů. Dochází k znečišťování vod, ovzduší i poškozování přirozených porostů všeho druhu a následně k vymírání některých druhů živočichů a rostlinstva. Největšími škůdci jsou energetický a chemický průmysl, bohužel v tomto směru není pozadu ani zemědělství. Brdy na tom možná nejsou tak špatně jako třeba Krušné hory, ale i zde ruka člověka dost ublížila přírodě.

V posledních pár letech se společnost snaží přece jen trochu přírodu zachránit a zachovat i pro další generace. V Brdech stále žije spousta živočichů a v rybnících spousta ryb, voda zde není nijak nečistá, ovšem krajina se hodně mění kvůli těžbě dřeva.

Ochrana přírody se v Brdech soustředí zejména na tři faktory, prvním je bezlesí, následuje les a poté faktor vody. To je obvyklý seznam i v jiných chráněných územích po republice, ale na rozdíl od těchto jiných oblastí, kde je prioritou cílená péče o velké množství populací zvláště chráněných druhů, v Brdech jde především o péči o krajinu, její podobu a zachování přítomných biotopů.

Území bývalého vojenského újezdu skrývá prostory po několika obcích, které byly v určitých vlnách vysídleny před desítkami let. Jako památku po sobě zanechaly holé louky a pastviny, kde se dříve obhospodařovala půda. Nyní se na těchto loukách pasou stáda dobytka. Bezlesí najdeme i na území, která dříve využívala armáda pro svůj výcvik. Těmto plochám se říká cílové (někdy i dopadové) plochy, nesou i svá jména – Bahna, Tok, Jordán, Padrt, Kolvín a Brda.

Otevřené plochy, které kdysi sloužily lidem jako způsob jejich obživy, ale i pro vojenské účely, postupně zarůstají. Není tak příliš snadné je obhospodařovat. Na jejich údržbu pomocí řízené pastvy každý rok vydává ochrana přírody prostředky z programu Péče o krajinu, jedná se o necelý milion korun. Plocha má rozměry přibližně 70 hektarů a spásá ji dobytek. Díky řízené pastvě se daří potlačit expanzivní i ostružní třtinu a uvolňuje se prostor pro slabší druhy rostlin. Navíc nedochází ani k negativnímu ovlivnění populace kosatců sibiřských, kteří jsou ohroženým druhem a jednou z dominant Brd. Nutno podotknout, že louky s kosatci jsou sečeny, ale naštěstí systematicky, aby bylo možné co nejvíce ovlivnit načasování (ekolist, 2019).

V běžném zemědělském režimu podporuje ochrana přírody nadstavbové tituly v rámci dotačních programů Ministerstva zemědělství, opatření AEKO



(Agroenvironmentálně-klimatické opatření). Celkem běží závazky na ošetřování travních porostů zhruba na ploše o 1000 hektarech, což je rozhodně nezanedbatelná část CHKO. Většina zemědělských ploch se nachází v jihozápadní části, v pásu od Míšova až po Chynín.

Plochy odlesněné pro vojenský výcvik, se se svými potřebami dost odlišují a péče o ně není jednoduchá. Vznik rozsáhlých vřesovišť, kam dopadaly střely od cvičících vojáků jsou druhově chudé porosty. Vřes, jenž těmto plochám dominuje, potřebuje pravidelnou disturbanci, odstraňování dřevnatých částí rostlin podporuje jeho zmlazování. Narušování půdního povrchu zase podporuje klíčení nových semenáčků vřesů. Bez obou procesů rostliny pomalu stárnou a vřesoviště mění charakter. Jenže tuto péči není snadné provádět kvůli pyrotechnické zátěži, která se stále na plochách nachází.

Poblíž vřesovišť jsou často krátery, které vytvořily výbuchy vojenských výcviků. Na vlhčích místech tvoří tyto krátery umělá jezírka či tůň. Nicméně s nástupem CHKO a ukončením vojenského újezdu se nedaří tyto biotopy znovu obnovovat a stále se řeší otázka, jak tyto jedinečné tůně zachovat.

Významnou roli v péči o bývalé vojenské prostory hraje stále Armáda České republiky. Vojenský výcvik byl sice v Brdech zrušen s nástupem CHKO, ale výjimku dostalo posádkové cvičiště Jince, kde výcvik i nadále probíhá. Tím pádem se určité biotopy stále daří udržovat. Druhou takovouto oblastí, kde se díky vojenské technice drží bezlesí a unikátní krajina jsou Bahna. Tam každý rok probíhá přehlídka vojenské techniky s praktickými ukázkami, tudíž pojezdová a pásová technika udrží otevřené biotopy naživu (ekolist, 2019).

Lesy se rozprostírají téměř po celém území CHKO Brdy, bohužel kvůli využívání přírody pro dřevařský průmysl, zde převládá hlavně smrková monokultura, která je jen z malé části původní, tedy se jedná o podmáčené smrčiny. Na skalnatých, těžko přístupných místech je k vidění i buk s jedlí. Ochrana přírody vlastníkům lesních pozemků přispívá na výsadby a podsadby melioračních a zpevňujících dřevin nad zákonnou povinnost, a to včetně ochrany proti okusu zvěří. Podpora se pohybuje ročně v řádech stovek tisíc korun.

Péče o stromy se netýká ale jen lesa samotného, od vyhlášení CHKO v roce 2016 bylo ke dvěma původním památným stromům přidáno několik dalších. Dále byly dány finanční prostředky ve výši zhruba čtvrt milionu korun na údržbu starých alejí. Aleje tvoří v lesnaté krajině Brd významné krajinné prvky.

Voda je pro celé Brdy nesmírně důležitá. Prolíná se všemi oblastmi ochrany přírody. Vodní biotopy a chráněné druhy jsou asi nejčastějšími předměty ochrany evropsky významných lokalit. Pro lepší porozumění daných možností byla zpracována Studie zvýšení retenční schopnosti pramenné oblasti CHKO Brdy v povodí Klabavy (zpracovatel Sweco Hydroprojekt, a.s., objednatel AOPK ČR). Ta má řešit zadržování vody v lesnaté krajině a navrhuje revitalizaci toků (ekolist, 2019).

Například koleje od lesní techniky mohou být pozitivním přínosem, když si lesníci uvědomí hodnotu vody a kolik takto uměle vytvořený biotop přiláká nových obyvatel z říše živočichů. Navíc tento biotop zadrží vodu celoročně, pokud tedy nedojde k vytvoření odtokového kanálu. Podobně na tom jsou i příkopy podél cest, které se ve spolupráci s Arcibiskupstvím pražským a skupinou dobrovolníků na několika místech v jižních Brdech zamokřily, aby nedocházelo k zaplavování cesty, ale aby se vytvořily tůňe a jezírka v přilehlém porostu. Zhruba po půl roce bylo vidět, že se tam i v období sucha drží voda a rozmnožují se mloci. Péče o přírodu tak někdy spočívá ve velmi jednoduchých opatřeních.

Pomáhá i Armáda ČR se svoji těžkou technikou. Každoroční plánovaná cvičení pomohou vytvořit a udržet tůňe se životaschopnými populacemi obojživelníků. Cvičení se například koná na Felbabce každý podzim. Ne všude se cvičení ale mohou konat, a tak program Péče o krajinu věnuje desítky tisíc korun na tvorbu tůňí ve vhodných lokalitách.

Péče o přírodu a její ochranu v CHKO Brdy určitě nejsou jen tyto zmíněné aktivity, ale jedná se o hlavní výčet chráněných a cenných oblastí (ekolist, 2019).

### **3.8 Obec Bohutín – historie i současnost**

Bohutín je malá vesnička ve Středočeském kraji přezdívaná vstupní brána do Brd, jelikož leží přímo u Brdské vrchoviny. Obec má rozlohu přibližně 8,5 km<sup>2</sup> a víc jak 1 800 obyvatel. Starostou je pan Ladislav Turek. Ve vesnici lze narazit na několik hospod a restaurací a také ubytovacích zařízení, od penzionů až po turistické chalupy a apartmány. Nyní už něco k historii obce.

Bohutín býval hornickou obcí, těžila se zde stříbrná a olovená ruda. Ve vesnici stále najdeme několik důlních šachet. Obec se v současnosti skládá ze čtyř částí – Bohutína, Havírny, Tisové a Vysoké Pece. První písemná zmínka o Bohutíně byla nalezena v rejstříku o berni a urbáři arcibiskupských statků z roku 1379. Již v té době byl Bohutín docela rozsáhlou vsí. Bylo zde celkem patnáct lánů a čtyři a půl jitra orné půdy, nespočet luk a ve vsi se dal také nalézt mlýn o dvou kolech. Část Tisová je starší, první zmínka o ní

je z třináctého století, konkrétně z roku 1298. Ta se nachází v zápisech faráře příbramského a kanovníka pražského Vojsly. Zbylé dvě části Havírna a Vysoká Pec jsou původu mladšího. Vysoká Pec je spojena s rozvíjejícím se příbramským železářstvím, Havírna zase s ruchem, který začal v kraji s rozvojem těžby stříbra v pohoří „Tisovském“. Skromné domky mezi dvěma odvaly (haldami) si zde stavěli především havíři a pravděpodobně odtud je její název.

Jak již bylo řečeno, obec je spojena s těžbou olovené a stříbrné rudy. Nejvýznamnější z dolů nese jméno Důl korunního prince Rudolfa. Dále jsou tu důlní jámy pojmenované Řimbaba, Štěpánka, František, Hůrka a vesměs podružné šachty sloužící k větrání, eventuálně ke vstupu do podzemí, ty nesou jména Hamrovka, Bambas a Litavka. Dnes se již na žádné šachtě nepracuje a budovy některých slouží k jiným účelům. V blízkosti šachty Štěpánka stála úpravna rudy, takzvaný vošverk. Zde se přestalo pracovat v roce 1912, budova byla prázdná a chátrala až do doby, kdy se v roce 1920 začalo s její přestavbou na sokolovnu, která stojí dodnes. Sokolovna slouží pro sportovní vyžití, ale pořádají se zde i myslivecké plesy. Zkrátka budova slouží lidem z obce i okolí.

Ve znaku obce (Obrázek 8) jsou dvě zkřížená kladiva v černém poli symbolizující hornické tradice Bohutína. Znak připomíná nejen hornictví, ale i příslušnost obce k arcibiskupství pražskému, to jest žlutý pruh ve středu znaku. Tři zelené vrchy, to jsou tři nejvyšší místa v Brdech, v jejichž jihozápadním podhůří Bohutín leží, jedná se o vrcholy Praha, Tok a Koruna. A stříbrno bílá barva ve spodní části znaku je říčka Litavka protékající celou obcí. Tento znak byl udělen obci Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky dne 12. 7. 1999 (KUBÍKOVÁ, 2018).

Obrázek 8: Znak obce Bohutín



Zdroj: (Obec-Bohutín, 2022)

V Bohutíně najdeme přenádherný farní kostel svaté Maří Magdalény, ale o tom více v kapitole: Kulturní a sportovní akce. U kostela stojí budova základní školy. Nejde však o obyčejnou školu, nýbrž o první chlapeckou a dívčí měšťanskou školu na českém venkově založenou ředitelem Karlem Petákem dne 1. 4. 1909. Škola funguje i v současnosti, nedávno si prošla celkovou rekonstrukcí a modernizací. Chodí sem místní děti, ale i ty z okolních vesnic ba dokonce i z měst. Materská škola sídlí na druhém konci obce v části Vysoké Pece. Nedaleko kostela stojí ještě jedno krásné a pečlivě udržované stavení. Bývalá hospoda a řeznictví pana Říhy, které přináleželo k březnickému zámku.

Přichází čas na další velkou kapitolu historie, ale také současnosti Bohutína a tou je bezpochyby sport. V minulosti zde bylo rozsáhlé sokolské hnutí, jehož začátky se datují do roku 1910. Sokolská jednota pořádala pravidelná cvičení, také se navíc starala o divadelní představení v lesním divadle u sokolovny. Nejoblíbenějším sportem v obci je bezpochyby fotbal. V roce 2017 slavil fotbalový klub SK Litavan Bohutín 85. výročí svého založení a za vydatné podpory Obecního úřadu Bohutín byla vydána kronika s mnoha fotografiemi, vzpomínkami i fakty. Rozvíjel se i lední hokej a atletika. Dnes najdeme v obci dvě velká sportovní centra. Na Havírně u sokolovny pod lesíkem zvaným Hora nalezneme celkem velký tenisový areál, který je plně obsazen sportovci v létě i v zimě, kdy je zde postavena nafukovací hala. Druhým centrem je areál fotbalový v západní části obce pod lesem, kde je

také hřiště na volejbal, nohejbal, koupaliště a vedou tudy cesty do Brd pro cyklisty i pěší turisty.

Obec Bohutín byla sídlem řady spolků, ovšem dnes jsou především aktivní tyto dva: Sbor dobrovolných hasičů Bohutín a Sbor dobrovolných hasičů Vysoká Pec. Slavné byly a dosud jsou hasičské a jiné bály, které se konaly dříve v již zmíněné sokolovně, poté v hostinci u Vaňků a v restauraci Drmlovka. V lednu 2018 se myslivecký ples vrátil po delší odmlce opět do sokolovny díky vstřícnosti vedení tenisového klubu. Tradiční je také masopustní průvod, který pořádají hasiči (dnes s podporou i ostatních spolků, mateřské a základní školy) od roku 1921 a jenž byl přerušen jen v letech válečných.

Ještě jedna hezká tradice zde je. Řezbářství, především slavné havířské jesličky z lipového dřeva, které o Vánocích najdeme v mnoha domácnostech. Na Řimbabě našel svoje útočiště i Spolek příbramských betlémářů a je tady stálá výstava betlémů (KUBÍKOVÁ, 2018).

## 4 Vlastní práce

### 4.1 Stav cestovního ruchu ve světě

Cestovní ruch je jedním z nejdůležitějších ekonomických sektorů světa. Před ním jsou už jen z hlediska exportu paliva a chemikálie. V roce 2017, tedy ještě před pandemií koronaviru, se podílel 7-10 % na globálním obchodu. Představuje také 320 milionů pracovních míst, což je zhruba 10 % z celkového počtu pracovních míst na celém světě. V Evropě se jedná přibližně o 27 milionů pracovních míst a řadu soukromých firem, kam patří hotely, penziony, restaurace a mnoho dalších podniků spjatých právě s turismem. Cestovní ruch je také nesmírně důležitý pro miliony lidí v rozvojových i rozvinutých ekonomikách, zajišťuje jim živobytí. Je známo, že v roce 1950, kdy se cestovní ruch dostával na výsluní, podniklo zahraniční cesty 25 milionů lidí. Do roku 2019 se toto číslo změnilo na 1,5 miliardy. Tato čísla jen dokazují, jak obrovským odvětvím a důležitým sektorem pro spoustu lidí cestovní ruch je. Navíc se jedná o jedno z nejvíce dotčených odvětví celosvětové pandemie covid-19 (OSN, 2020).

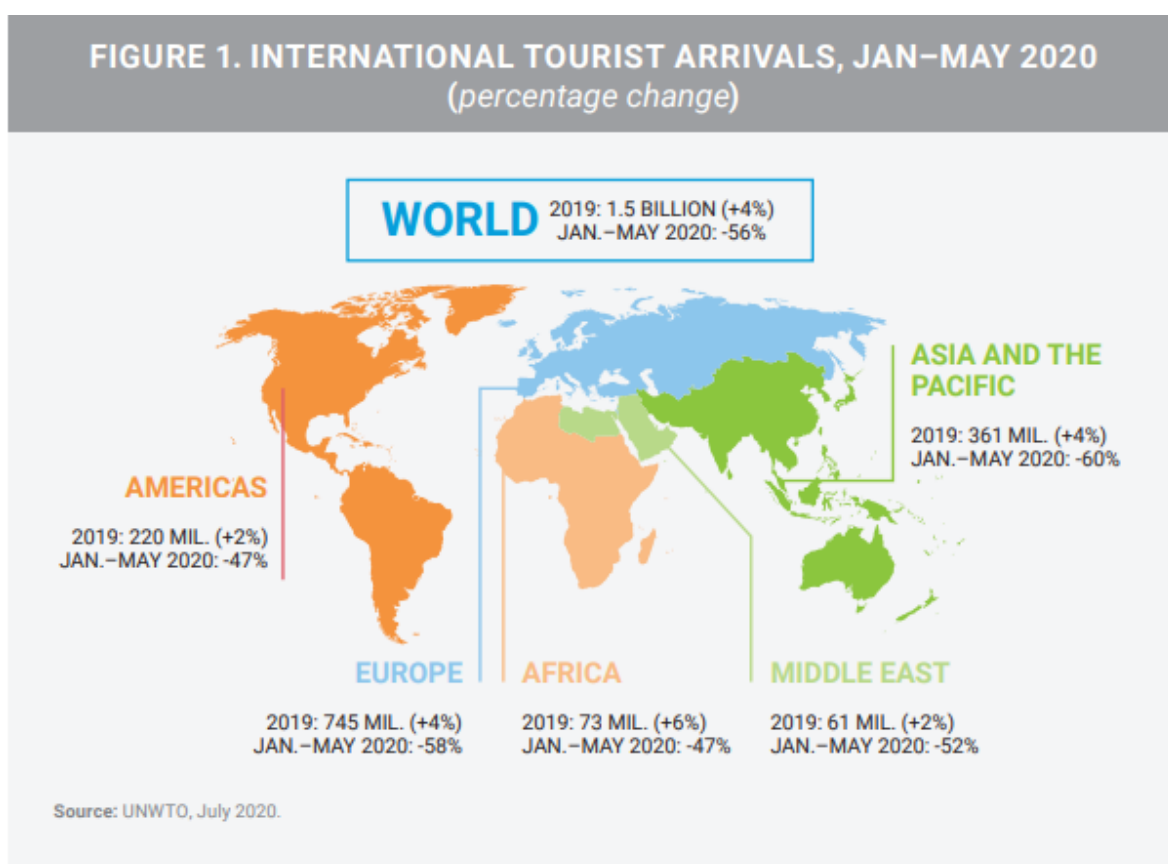
#### 4.1.1 Důsledky pandemie covid-19

Turismus a cestování opravdu jen vzkvétalo až do zmiňovaného roku 2019, kdy se poprvé objevil koronavirus. Ten měl jen v roce 2020 za následek ohrožení 100 milionů pracovních míst, jelikož se cestování téměř úplně zastavilo kvůli restrikcím jednotlivých států. Nejvíce na nedostatek turistů trpěly malé firmy, které zajišťují až 80 % celosvětového cestovního ruchu. Co se týče států, doplatily na to nejvíce ty, které jsou závislé na příjmech z cestovního ruchu. Jedná se například o státy v Karibiku, Mauricius, Bali, spoustu afrických států a ostrůvků v Tichomoří. „Neexistuje žádný způsob, jak bychom se mohli dostat z této díry, ve které se nacházíme,“ řekl Irwin LaRocque, generální tajemník Karibského společenství (CARICOM), na online akci v září 2020. Navíc organizace Caribbean Hotel and Tourism Association odhaduje, že až 60 % z 30 000 nových hotelových pokojů, které byly ve fázi plánování a některé dokonce ve fázi výstavby, nebude v důsledku krize dokončeno. To se týká celého karibského regionu (OSN, 2020).

Očekává se, že výše příjmů z cestovního ruchu za rok 2019 se obnoví až v roce 2023, to jsou ovšem jen předpoklady, jelikož naši planetu sužuje již několikátá vlna koronaviru a s ním i nové mutace tohoto zákeřného viru. Když se tu v roce 2003 objevila

epidemie SARS, znamenalo to 17% pokles příjezdu turistů. Koronavirová epidemie v roce 2020 způsobila, že turistické příjezdy (Obrázek 9) celosvětově poklesly během první vlny pandemie v některých oblastech až o 60 % podle výzkumu Mezinárodního měnového fondu. S poklesem cestujících turistů zažily šok i ekonomiky států závislých na turismu. Reálné HDP afrických zemí a karibských ostrovů se snížily o víc jak 10 %. Nejhůře na tom byly Tichomořské státy, kde pokles reálného HDP přesahoval 15 %. Navíc přišly o práci miliony lidí po celém světě, pracujících v odvětvích cestovního ruchu (BEHSUDI, 2020).

Obrázek 9: Pokles mezinárodních příletů v důsledku pandemie covid-19



Zdroj: (un.org, 2020)

Víceméně každý stát vydal celou škálu politických opatření, které zasáhly cestovní ruch. Ekonomiky nejvíce zasažených států se snaží tyto ztráty financovat různými granty, daňovými úlevami, půjčkami a podporou mezd. Některé banky zastavily splácení úvěrů. Nejvíce přímých stimulů bylo ve formě grantů, oddlužení a pomoci malým a středním podnikům a také aerolinkám.

V subsaharské Africe byl rozvoj cestovního ruchu klíčovou silou při zmenšování rozdílů mezi chudými a bohatými zeměmi, přičemž země závislé na cestovním ruchu dosáhly v letech 1990 až 2019 průměrného růstu HDP na obyvatele o 2,4 procenta, což je výrazně rychlejší nárůst než ostatní sektory. Zejména menší národy závislé na příjmech z cestovního ruchu jsou v době krize ponechány napospas svému ekonomickému osudu. V těchto zemích víceméně neexistuje žádný alternativní sektor, kam by se mohla přesunout pracovní síla a hlavně kapitál. Snad jediným pozitivním příkladem přesunu kapitálu mohou být Seychely, ty těžily z nárůstu vývozu tuňáka během pandemie. Příjmy z vývozu alespoň trochu zalepily ztráty z cestovního ruchu (BEHSUDI, 2020).

Na Barbadosu se zase vláda snaží udržet sociální výdaje a vytvořit několik pracovních míst v sektorech zemědělství a rozvoje infrastruktury, nabízí i překvalifikování pracovníků v cestovním ruchu, aby mohli dělat jinou práci a pobírat plat, který je pro většinu z nich životně důležitý (un.org, 2020).

#### **4.1.2 „Pozitivní“ budoucí časy**

Krize je přes všechna svá negativa vnímána jako příležitost ke zlepšení odvětví ve střednědobém a dlouhodobém horizontu prostřednictvím větší digitalizace a udržitelnosti životního prostředí. UNWTO podpořila školení pracovníků s cílem vybudovat digitální zkušenosti pro získávání dat, a hlavně využití umělé inteligence, o které se ve světě mluví v posledních letech čím dál tím více.

„V sektoru, který zaměstnává 1 z 10 lidí na celém světě, by využití inovací a digitalizace, přijetí místních hodnot a vytváření slušných pracovních míst pro všechny – zejména pro mládež, ženy a nejzranitelnější skupiny v naší společnosti – mohlo být v popředí cestovního ruchu zotavení,“ říká generální tajemník UNWTO Zurab Pololikashvili.

Pandemie zhruba v polovině roku 2020 začala oslabovat a země rozvolňovaly a hledaly rovnováhu mezi normálem a nutnými opatřeními. Prakticky všechny země přijaly programy, které přijímaly turisty ze zemí s nižším rizikem nákazy a se zvláštními požadavky na karanténu. Příkladem může být Česká republika, která používala a stále používá takzvaný „semafor“, kde jsou podle barev znázorněné země buď s větším, nebo menším rizikem nákazy a podmínkami karantény. Bohužel třetí čtvrtina téhož roku zaznamenala nárůst koronavirových případů a země znovu přicházely s dalšími nařízeními



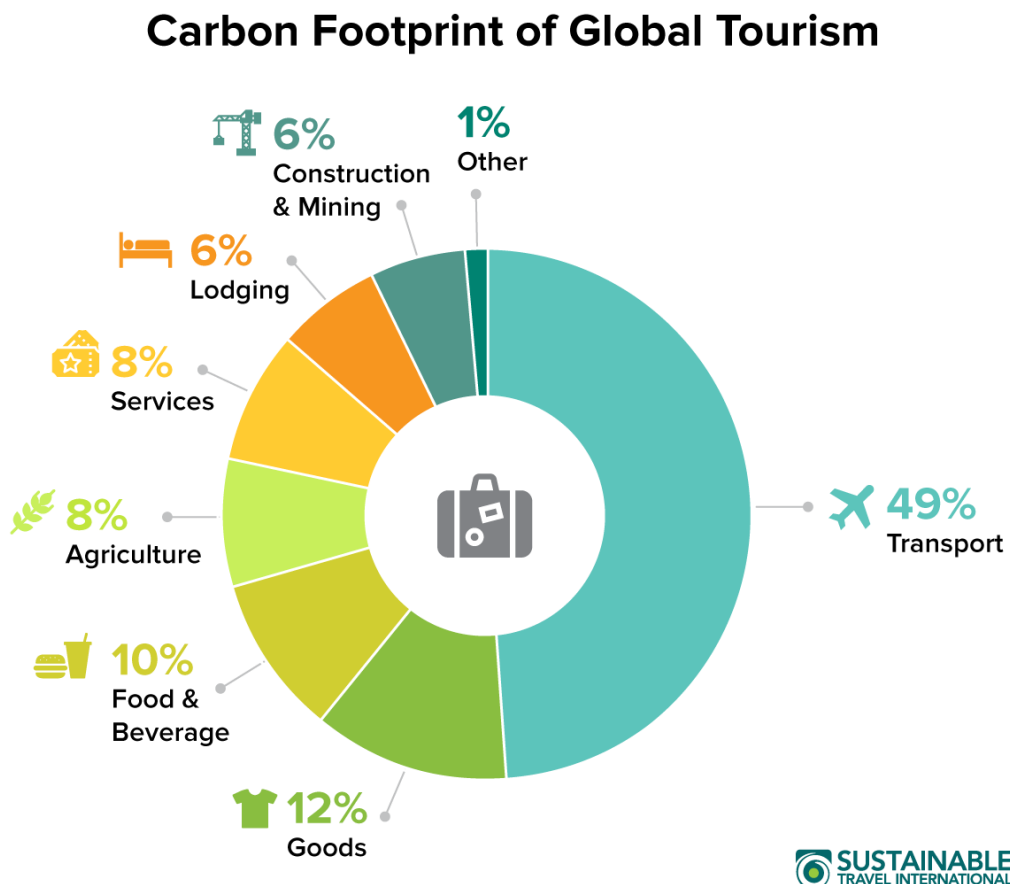
zakazujícími cestování a mnoho dalších aktivit. Téměř identicky se situace opakovala i v celém roce 2021 (BEHSUDI, 2020).

Organizace UNWTO ve spolupráci s OSN vydala pět priorit pro restart cestovního ruchu. V první řadě se jedná o zmírnění socioekonomických dopadů na živobytí lidí, zejména potom na zaměstnanost žen, které tvoří větší polovinu všech zaměstnanců v cestovním ruchu. Následně se musí posílit konkurenceschopnost a odolnost firem a také podpora inovací a digitalizace cestovního ruchu. Neméně důležitá je koordinace a partnerství pro transformaci tohoto odvětví k dosažení cílů udržitelného rozvoje a také UNWTO zdůrazňuje spolupráci na všech úrovních a varuje před dopady jednostranných rozhodnutí vlád, včetně snížení spotřebitelské důvěry v mezinárodní cestovní ruch (OSN, 2020).

Světová rada pro cestovní ruch a cestování doporučuje turistům zaměřit se na výlety do přírody, venkov či na „domácí“ výlety ve své zemi. Dále se klade důraz na přesunutí návštěvníků do méně zalidněných oblastí země, ve které pobývají. Nakonec však bude záviset jen na samotných účastnících cestovního ruchu, jestli se dokáže toto odvětví znovu postavit na nohy. Lidé se bojí cestovat kvůli riziku nákazy a také dlouhé karanténě. Nicméně s touto pandemií se naučili pracovat a žít lidé v jiných odvětvích, tak proč by to nešlo u cestovního ruchu (BEHSUDI, 2020).

Na závěr je třeba zmínit i jednu pozitivní věc, kterou pandemie přinesla, a to sice drastické snížení emisí. Cestovní ruch je zodpovědný zhruba za 8 % světových emisí uhlíku. Bohužel se stále větším počtem lidí, kteří si mohou dovolit cestovat, roste i uhlíková stopa a projevuje se větší ekologické zatížení.

Graf 1: Uhlíková stopa celosvětového turismu



Zdroj: (Sustainable Travel International, 2020)

Na grafu (Graf 1) je krásně vidět, že největší podíl na uhlíkových emisích má doprava. Což je naprosto logické, jelikož základní složkou cestování je dostat se z jednoho místa na jiné, a ne vždy to jde pěšky. V průměru nejvíce oxidu uhličitého generují letadla a auta, autobusy a vlaky zaostávají, v posledních letech vykazují velké emise také obrovské zaoceánské výletní lodě. Mezi roky 2005 a 2016 došlo ke zvýšení emisí z cestovního ruchu souvisejících s dopravou o více než 60 % (Sustainable Travel International, 2020).

Tohle všechno se změnilo v roce 2020, kdy celou planetu svírala pandemická krize. Žádná jiná krize doposud nedokázala o tolik snížit emise jako ta koronavirová. Po skoro třech měsících od úplného vypuknutí pandemie v roce 2020 bylo již jasné, že se žije v době největšího globálního propadu skleníkových plynů v historii měření. Ovzduší se tak pročistilo, že se obyvatelům města Káthmándú (Obrázek 10) naskytl pohled na Himaláje. V dubnu téhož roku poklesla celosvětová produkce oxidu uhličitého o 17 %. Na konci roku

došlo v průměru k celosvětovému snížení o nějakých 7 %. V roce 2021 trend pokračoval, nicméně vědci a další odborníci předpokládají navýšení emisí, jakmile se opět nastartuje ekonomika a pandemie nadobro pomine (FENDRYCHOVÁ, 2020). Těžko říct, kdy taková doba nastane, jelikož koronavirus sužuje planetu již třetím rokem a neustále se střídají přísné restrikce s postupným rozvolňováním a snahou o restarty ekonomik po celém světě.

*Obrázek 10: Pohled z města Káthmándú na Himaláje*



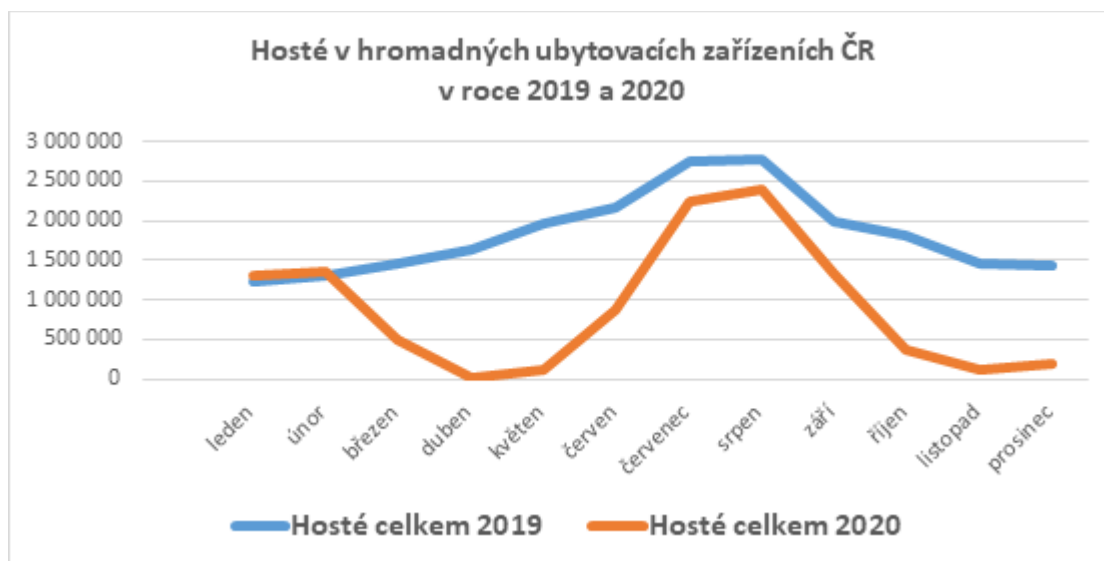
Zdroj: (Reuters, 2020)

## **4.2 Stav cestovního ruchu v České republice**

Jak to bylo s cestovním ruchem před koronavirovou situací v České republice je popsáno v kapitole: Satelitní účet a ekonomika cestovního ruchu v České republice.

V roce 2020 již úřadovala na území ČR pandemie, což se promítlo do situace v cestovním ruchu. Celkový počet ubytovaných hostů poklesl o 11 milionů oproti roku 2019 (Graf 2), to činí meziroční pokles o neuvěřitelných 51 %. Ještě horší statistika je u cizinců ubytovaných v ČR, tam byl zaznamenán pokles téměř o 75 %. V důsledku pandemie zdrojové zahraniční trhy zůstaly daleko za skvělými výsledky minulých let (mmr, 2020).

Graf 2: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR, porovnání let 2019 a 2020



Zdroj: (mmr, 2020)

V roce 2021 pandemie pokračovala a téměř nedovolila turismu se nadechnout. V létě sice přišlo rozvolnění, ale na podzim tu opět byly přísné restriktce. Počet hostů v ubytovacích zařízeních se zvedl zhruba o půl milionu vůči roku 2020. Ovšem příjezdy zahraničních hostů poklesly meziročně o dalších 7 %. To je zdůvodněno hlavně dlouhotrvajícím nouzovým stavem a politickými restriktcemi. Navíc se celý svět potýkal s několika dalšími mutacemi koronaviru (KUPČÍKOVÁ, 2022).

V červnu 2021 za podpory Ministerstva pro místní rozvoj ČR vznikl plán strategie rozvoje cestovního ruchu a jeho restartu pro následující léta.

Prvním důležitým bodem pro restart odvětví cestovního ruchu v ČR je vytvoření bezpečných podmínek pro zahraniční turisty. Musí se stabilizovat pandemická situace, aby se mohl obnovit příjezdový ruch nejprve z okolních zdrojových trhů a následně i z těch vzdálenějších. Ideálně vytvořit prostředí jako při první vlně, kdy ČR patřila k top zemím v Evropě, co se týká bezpečnosti, bohužel další vlny znamenaly propad. Kromě zajištění bezpečnosti před pandemií je také nezbytné udržet kvalitu nabídky a kvalitu pracovníků ve službách cestovního ruchu. Hygienické a sanitární podmínky a také míra rozšíření nákazy se totiž stávají klíčovým aspektem při výběru dovolenkové destinace. Nutné je aktivně podpořit poptávku a spotřebu služeb cestovního ruchu při rozvolňování, jinak hrozí snížení konkurenceschopnosti vůči ostatním zemím, které ruch intenzivně podporují i během pandemie.

Druhý bod vyžaduje posílení postavení a významu cestovního ruchu v agendě státu a jeho politik. Silná podpora od státu je určitě jedním z předpokladů pro rychlý restart odvětví. V porovnání s ostatními zeměmi střední Evropy je na tom cestovní ruch v ČR velice špatně. Jako nedostatečný se jeví fakt, že zde není ani ministerstvo pro cestovní ruch. Nicméně covid-19 potvrdil, že krizové řízení cestovního ruchu je naprosto relevantním tématem i pro státní politiku a v budoucnu je nutné, už jen z preventivních důvodů, vytvářet scénáře pro řešení takovýchto krizových situací, aby se urychlilo následné zavádění nápravných opatření (mmr, 2021 stránky 52-58).

Přínosné pro restart by bylo také zkvalitnit koordinaci aktivit v cestovním ruchu mezi soukromým a veřejným sektorem. Koordinace by měla probíhat na dvou úrovních. Vertikální úroveň, tedy Ministerstvo pro místní rozvoj, samospráva, privátní a neziskový sektor, zde by se měla řešit koordinace marketingových aktivit, podpora rozproštění návštěvnosti po území a podpora cestovního ruchu. Horizontální úroveň neboli meziresortní by měla řešit problémy typu spolupráce a koordinace ve vzdělávání lidských zdrojů, udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu, nastavení podpůrných nástrojů pro rozvoj podnikatelské infrastruktury a rozvoj turismu ve venkovských oblastech.

V neposlední řadě se musí podpora zaměřit na zkvalitnění nabídky, například poskytnout zvýhodněné úvěry pro malé a střední podnikatele v odvětví cestovního ruchu. Inovativní nabídka by měla rovněž odrážet nároky turistů na ekologické hledisko a bezpečnost z pohledu epidemického rizika. Jelikož pandemie způsobila konkurenční boj o turisty, a právě oni si nyní mnohem více promýšlejí návštěvy vybraných zemí, je potřeba nabídnout kvalitu a autentické zážitky (mmr, 2021 stránky 52-58).

### **4.3 Stav cestovního ruchu v Brdech**

Jak již bylo několikrát zmíněno, CHKO Brdy se turistům otevřela 1. ledna 2016. Vedoucím CHKO je pan Bohumil Fišer. V září téhož roku schválili zastupitelé města Příbrami vznik oblastní destinační společnosti. Ta má za úkol řídit rozvoj cestovního ruchu v celé CHKO, a to ve vzájemné shodě s obcemi a dalšími subjekty v regionu. Financování je zajištěno díky členským vkladům, pomocí fondů Evropské unie a příspěvků krajů a veřejné správy.

Na začátku řešila společnost zejména nedostatek turistických produktů. Chyběly programy a aktivity týkající se cykloturistiky a pěší turistiky, což se již změnilo. Brdy lemuje několik turistických značení a je zde vybudována spousta cyklotras i

odpočinkových míst. Co se ovšem nezměnilo, je stále chybějící potřebná infrastruktura, jinými slovy chybí záchytná parkoviště, nebo ubytovací a stravovací kapacity (SVOBODOVÁ, 2016).

Rozhovor o cestovním ruchu v Brdech poskytl pan JUDr. Pavel Čámský, bývalý poradce starosty města Příbram pro rozvoj cestovního ruchu. Působí také v destinačním managementu Brdy a Podbrdsko jako koordinátor, což znamená, že hledá cesty, jak zde dále rozvíjet turismus. Jednou z cest je i propagace na sociálních sítích, ta se stala velmi populární během koronavirové pandemie. Pan Čámský sám spravuje skupinu o turismu v Brdech, která má několik tisíc členů.

Zrušení vojenského újezdu Brdy bylo na programu už po roce 1989. V 90. letech se uvažovalo o zmenšení armády a tím pádem i redukcí několika vojenských úseků. Zrušeny byly například újezdy v Ralsku a Dobré Vodě. Právě Ralsko ukázalo, kolik takové zrušení újezdu stojí peněz. Po celém vojenském území musí totiž proběhnout pyrotechnická očista. Hloubková sanace újezdu Brdy by v 90. letech stála zhruba 60 000 korun za metr čtvereční a jelikož újezd měl rozlohu přes 260 000 metrů čtverečních, zdálo se to armádě příliš drahé. V novém tisíciletí se znovu hledala využití vojenského újezdu, protože armáda ho už opravdu nepotřebovala. V roce 2006 byl prostor Brd nabídnut pro projekt radaru, který měl sloužit jako protiraketová základna USA v Evropě. Z tohoto projektu nakonec v roce 2009 sešlo. O rok později se rozhodlo, že ČR má těch újezdů moc a opravdu se už musí jeden zrušit. Navrženy byly celkem tři – Boletice, Doupov a Brdy. Volba padla na Brdy a v roce 2015 opravdu ke zrušení došlo, následující rok vznikla CHKO Brdy. Od roku 2012 až do roku 2017 probíhala povrchová sanace, která je mnohem levnější a méně náročnější než ta hloubková. Armádě se povedlo obejít podmínku hloubkové sanace zavedením chráněné krajinné oblasti, v CHKO se totiž nesmí provádět hloubková očista, jelikož by se mohlo zničit vzácné rostlinstvo nebo vyhubit živočišstvo. Dá se tedy konstatovat, že až v roce 2018 byly Brdy až na posádkové cvičiště Jince zpřístupněny. Do té doby zde platil velmi omezený pohyb. Období mezi lety 1990 až 2015 se dá označit za takové „bezvládí“, do Brd se nesměl nikdo zvat, nebyla žádná propagace turismu, přesto tam lidé chodili. Jednalo se převážně jen o místní, nebo o ty, kteří to tam znali a věděli, jaká je situace v tomto újezdu.

Jedním z největších problémů pro cestovní ruch v Brdech je jeho obrovská cenzura od samého počátku. V meziválečném období se prakticky žádný turismus zde rozvíjet nesměl. Navíc po druhé světové válce Němci toto území zavřeli a potlačovaly se vůbec i

zmínky o Brdech. V tomto trendu pokračoval i minulý režim, který zakázal dokonce i knihy a články s tematikou Brd, jelikož se jednalo o strategicky důležitou vojenskou oblast, kde navíc byly sklady jaderné munice a také se zde těžil uran.

Dalším problémem je, že již v 90. letech, kdy se poprvé uvažovalo o propagaci Brd, tu řada podnikatelů vystavěla hotely a penziony, čekalo se na otevření a velký příliv turistů, jenže se tak nestalo a většina těchto ubytovacích zařízení zkrachovala, tudíž mají lidé strach zkoušet to znovu. Sice vidí, že sem lidé jezdí ve větším počtu než v minulosti, ale nereagují na to, neexistuje kvalitní nabídka služeb a čeká se neustále na poptávku, což je samozřejmě špatně. Obrovským handicapem místního turismu je právě ta nezkušenost, jak sem lidi přilákat a zároveň se o ně postarat. Chybí kvalita služeb, není vybudovaná infrastruktura, nejsou záchytná parkoviště, neexistuje ani moc turistických mapek a podobných věcí. Jednoduše řečeno, chybí lidé, kteří by byli ochotní, a hlavně schopní dělat projekty na rozvoj cestovního ruchu v místní přírodě a následně je realizovat.

Pan Čámský hovoří také o problémech s destinačním managementem, který tu nefunguje, jak by měl. Turistická oblast Brdy a Podbrdsko a Destinační agentura Brdy jsou dvě destinační společnosti, bohužel ani jedna nefunguje správně. První jmenovaná společnost dělá věci jen pro svůj zisk a o nějaký rozvoj turismu se prakticky nestará. Povedlo se jim za celé ty roky vybudovat jen pár cyklotras a turistických značení. Druhá společnost se sice snaží o něco více, nicméně nemá dostatek peněz. Snaží se je získat z různých grantů a fondů, což se jim daří, ale jen v malém množství a stačí to například jen na výstavbu nové rozhledny. Město Příbram přispívá každým rokem částkou 300 000 Kč těmto destinačním společnostem, Středočeský kraj dává 600 000 Kč každý rok a tím víceméně končí finanční podpora.

Otevření Brd je tak jen prvním krokem pro rozvoj turismu v této oblasti. Nutno podotknout, že se jedná o velmi atraktivní destinaci, najdeme zde souvislé lesy, klid a pohodu, tajemná území, která lákají určitý typ návštěvníků, kteří je chtějí probádat. Turisty také láká panenskost přírody, i když ta panenská není ani zdaleka, pokud se podívají do historie, ale to jim až tolik nevadí, protože příroda se opravdu panensky tváří, tvrdí pan Čámský. Brdy se mohou pyšnit i řadou zajímavých lokalit, jako jsou například bunkry na Houpáku a Jordánu, zřícenina hradu Valdek, lovecký zámeček Tři Trubky nebo Padrťské rybníky.

Potenciál je tu podobný jako v jiných CHKO, takové České středohoří, Český les, Slavkovský les nebo Žďárské vrchy mají velmi podobné možnosti jako Brdy, ovšem ty

jsou z těchto oblastí zatím nejméně zpropagovány. Na cestovní ruch se zkrátka dřív nemyslelo, jiné oblasti se turisticky rozvíjely a nyní mají vybudovaný určitý základ, ale v Brdech to jednoduše nešlo z již zmíněných důvodů.

K naplnění potenciálu, jaký Brdy mají, je zapotřebí hlavně dostatek času, a to nejlépe v řádu let. Odjakživa zde byl hlavně těžký průmysl, na který jsou místní lidé stále orientováni, a potrvá chvíli, než se přizpůsobí stále populárnějšímu cestovnímu ruchu. Musí si uvědomit, že turistů přijíždí více a není možné se neustále soustředit jen na místní klientelu, která má úplně jiné nároky než ta turistická. Pokud se zvedne i povědomí o Brdech mezi lidmi, jen to oblasti prospěje, neboť mnozí se stále domnívají, že Brdy jsou nebezpečnou oblastí, kde je spousta nevybuchlé munice, to už ovšem neplatí.

Paradoxně s propagací pomohl i covid-19. Mohlo se jen do přírody, a právě z toho Brdy těžily nejvíce. Lidé začali trávit více času v přírodě zejména ti, kteří by tam nikdy nešli. Bohužel to s sebou přineslo i pár nepříjemností jako větší nepořádek po lesích, parkování všude možně, jelikož chybí zmiňovaná parkoviště. Finální výsledek byl však pozitivní a povědomí o CHKO se zvýšilo. Samozřejmě pandemie pomohla zviditelnit i jiné přírodní oblasti a památky.

Kromě výše uvedených nepříjemností se do popředí zájmu dostává ještě jedno větší negativum. Tím je opět neschopnost místních podnikatelů, ale nejen jejich, lépe zužitkovat příležitost v podobě koronaviru. Samozřejmě, když byla nařízení o určité otevírací době a omezeném množství lidí, pracuje se těžko. Nicméně po rozvolnění se mohlo začít lépe, třeba vytvořit z kousku louky parkoviště a vybírat tam jen malý poplatek, nebo otevřít hospody a restaurace o víkendech a rozšířit nabídku. Tohle vše by na turisty působilo pozitivně a měli by hned více důvodů, proč se sem znovu vrátit.

Takovým „ostrůvkem naděje“ byla v těchto časech právě obec Bohutín, kde se nabízely a stále nabízejí celkem slušné služby na naše poměry. Z dalších ostrůvků lze zmínit například obec Kozičín, tam se vybuďovalo nové parkoviště hned u vstupu do brdských lesů. Orlov zase rozmístil mapky na cyklotrasách a odpočívadlech, navíc ještě vybuďoval penzion. V některých místech se opravdu začíná cestovní ruch pomalu rozvíjet.

Na závěr pan Čámský zmiňuje také zahraniční klientelu, která se v Brdech objeví jen zřídka. Je to způsobeno tím, že v zahraničí se o Brdech prakticky neví. Známé jsou české národní parky, ale CHKO už tolik ne. Navíc zahraniční turista je mnohem více náročný a žádá trochu odlišný standard než ten tuzemský a jak již bylo zmíněno, nabídka v Brdech neodpovídá ani nárokům českých turistů natož pak zahraničním.



### 4.3.1 Marketingová strategie

Během roku 2019 vznikla pro oblast Brd a Podbrdsko marketingová strategie. Cílem dokumentu je sice primárně navrhnout marketingovou strategii, ale obsahuje také analýzu nabídky a potenciál rozvojových oblastí cestovního ruchu v destinaci. Strategie by měla pomoci vést destinaci k efektivnímu řízení marketingu a také cestovního ruchu. Dalším cílem je navrhnout způsob, jak zvýšit, ale zároveň i udržet návštěvnost v turistické oblasti, a to během celého roku.

Metodika marketingové strategie spočívá v provedených hloubkových rozhovorech s celkem 12 experty na brdský region, kteří navíc působí v oblasti cestovního ruchu. Díky rozhovorům se autoři dozvěděli, jak v destinaci funguje turismus.

Stejně jako říkal pan Čámský v rozhovoru, tak i v marketingové strategii je vystiženo malé povědomí o Brdech. Lidé stále toto území chápou jako místo pro armádu či pro vybudování radaru. Strategie by to chtěla změnit a nastínila novou představu o destinaci, která zní následovně: *„Destinace Brdy a Podbrdsko je kouzelná krajina lesů, plání a kopců s nádhernými výhledy, která je dobře dostupná z Prahy, je přístupná povahou terénu, je to svým způsobem mírná divočina za Prahou, kterou rádi navštěvují rodiny s dětmi, pro které zdejší region skýtá mnohá překvapení i poučení, současně je to rozlehlé území s místy, kde si přijdou na své i milovníci dobrodružství, stejně jako příznivci náročného terénu pěšky i na kole“* (KovarikResearch, 2019). Představa vychází z charakteru destinace, a především z její polohy a dostupnosti.

Za celý rok 2018 navštívilo oblast Brd a Podbrdsko více než 320 000 hostů, kteří se zde ubytovali v některém z hromadných ubytovacích zařízení. Údaj však vychází z dat Středočeského kraje, jelikož data na území destinace nejsou dostupná nebo spíše neexistují. Odhad celkové návštěvnosti celé destinace za rok 2018 činí zhruba 900 000 návštěvníků, přičemž většinu tvoří domácí návštěvníci. Turisté zde ve stejném roce utratili téměř 1,4 miliardy Kč. Pro srovnání, celorepublikově byly výdaje na cestovní ruch 250 miliard Kč (KovarikResearch, 2019). Všechno to jsou jen odhady, správná čísla nikdo nezná, jelikož se v CHKO Brdy počty turistů nezjišťují. To se dělá v oblastech, kde je tlak na přírodu negativní, což zde není, říká v rozhovoru pro iDNES Bohumil Fišer, vedoucí CHKO Brdy. Dodává, že po vzniku CHKO sčítání organizovali, ale nedokázali úplně odlišit turisty a lidi, kteří tam pracují. Avšak odhaduje se, že díky pandemii covid-19 počty turistů stouply (ŠRÁMKOVÁ, 2020).

Marketingová strategie zmiňuje nabídku pěší a cykloturistiky v přírodě s možností navštívit kulturní památky, zároveň se snaží o zavedení nových produktů cestovního ruchu. Tím prvním může být jakási forma soutěže ve zdolání brdských „osmistovek“, kdy by se návštěvníci snažili pokořit všechny tyto vrcholy. Pro rodiny s dětmi navrhuje strategie uspořádat putování za pohádkovými bytostmi Brd, mezi ně patří například ochránce těchto lesů Fabián. K výletům do přírody neodmyslitelně patří i restaurace a hospody. Vybudování těchto nových zařízení by taktéž přilákalo nové turisty. Dalším typem produktů jsou kulturně a historicky zaměřené předměty, které by návštěvníkům přiblížily život místních velikánů. V rámci marketingové strategie se autoři zaměřují na možnost udělat z Brd takzvanou destinaci „dog-friendly“, česky potom oblast, která vítá návštěvníky se psy. Mohly by se pořádat akce typu setkávání pejskařů a různé výukové kurzy na tuto tematiku. Navrhovaným projektem zaměřeným na studánky a tůňky cílí strategie na návštěvníky všech věkových kategorií, podobně jako u projektu „Vyčisti hlavu!“ či „Dotkni se Brd“.

V neposlední řadě se marketingová strategie zaměřuje na důležité téma pro turismus a tím je poskytování informací turistům o dané oblasti. V době pandemie se snaží turisté získávat informace hlavně na internetu. Webových stránek o turismu v Brdech lze najít již několik. Jde však o kvalitu. Správná propagace je klíčem pro růst a rozvoj cestovního ruchu. Takové stránky by měly obsahovat základní informace o oblasti, různé typy na výlety, aktivity, zajímavosti o destinaci a památkách a také aktuality. Důležité je, aby měly stránky aktualizovaný kalendář jednotlivých akcí. Samozřejmě nesmí chybět fotografie a videa.

Důležitou součástí cestovního ruchu je komunikace mezi hostiteli a návštěvníky. Recenze od návštěvníků pomohou získat zpětnou vazbu, co například zlepšit nebo dále rozvíjet. Pozitivní ohlasy slouží také jako indikátor pro vnímání oblasti, to napomáhá lépe uchopit marketingové aktivity a komunikaci s novými návštěvníky. Nesmí se opomenout ani tištěné propagační materiály, mezi ně se řadí letáky a brožury odkazující na pobyt v destinaci.

Marketingová strategie se opírá hlavně o tři pilíře. Prvním je image destinace, to znamená, jaký je obraz destinace v hlavách potenciálních návštěvníků. V několika návrzích se proto snaží image Brd pozvednout, aby se staly atraktivní a vyhledávanou destinací. Druhým pilířem je sdělení. Jinými slovy, koho mají Brdy oslovit a čím. Důležité je, aby sdělení obsahovalo konkrétní naplnění určitých potřeb poptávkových segmentů.

Nesmí pouze jít o výčet turistické nabídky, i přestože je velmi unikátní. Posledním pilířem je takzvaný storytelling neboli příběh. Příběhy, legendy, bajky, to je to, co dokáže značce vdechnout nový život. Přenáší emoce a dokáží odlišit se od konkurence. Příběhy by měly být na webových stránkách, sociálních sítích nebo ve vytvořených videích (KovarikResearch, 2019).

#### 4.3.2 SWOT analýza

Vypracovaná SWOT analýza poukazuje na hlavní faktory ovlivňující rozvoj a potenciál cestovního ruchu v oblasti CHKO Brdy při identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

Tabulka 1: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ochrana přírody</li> <li>• Atraktivní krajina</li> <li>• Sportovní turistické vyžití</li> <li>• Výhodná dopravní poloha oblasti</li> <li>• Nově vzniklá turistická destinace</li> <li>• Velká pásma lesů</li> <li>• Geomorfologicky pestrá oblast</li> <li>• Ohrožené druhy fauny a flory</li> <li>• Kulturní památky</li> <li>• Turistické značení</li> <li>• Zachování panenské přírody</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Špatný destinační management</li> <li>• Neznámá oblast</li> <li>• Nedostatečná spolupráce s hlavními aktéry cestovního ruchu (CzechTourism)</li> <li>• Pomluvy o pyrotechnické zátěži</li> <li>• Neznalost efektivního řízení služeb cestovního ruchu</li> <li>• Zaměření jen na místní klientelu</li> <li>• Malá nabídka turistických produktů</li> <li>• Chybějící hlavní turistický portál</li> <li>• Neefektivní propagace destinace</li> <li>• Kvalita služeb</li> <li>• Absence velkých záchytných parkovišť na hlavních turistických místech</li> <li>• Strach z rozvíjení nabídky služeb (vyčkávání na poptávku)</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Celoroční turistická sezona</li> <li>• Rozvoj nových forem turismu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podcenění udržitelnosti rozvoje</li> <li>• Znečištění přírody</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozšíření nabídky služeb</li> <li>• Vytvoření nových turistických map</li> <li>• Podpora nových projektů (kultura, sport)</li> <li>• Zužitkování vojenské historie</li> <li>• Propagace destinace</li> <li>• Zkvalitnění destinačního managementu</li> <li>• Podpora malých a středních podnikatelů</li> <li>• Vznik nových organizací na podporu cestovního ruchu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Příliš vysoká návštěvnost</li> <li>• Selhání ochrany přírody a vzácných druhů</li> <li>• Konkurence dalších oblastí s podobným potenciálem</li> <li>• Malé finanční prostředky pro rozvoj cestovního ruchu</li> <li>• „Ne“ výstavba turistické infrastruktury</li> <li>• Malý zájem návštěvníků o destinaci</li> </ul>
--	---

Zdroj: (vlastní zpracování)

#### 4.3.3 Různorodé akce v Brdech

V Brdech probíhá řada úklidových akcí, ale není to tak, že by zde návštěvníci dělali velký nepořádek. Spíše se jedná o úklid po lidech, kteří v lesích pracují, a také po místních, kteří si Brdy pletou se skládkou. Úklidové akce mají celkem úspěch a zapojuje se několik dobrovolníků, nejvíce odpadků bývá na známějších turisticky atraktivních místech, což není překvapením. Pan Čámský považuje turisty za ty, kteří hledají krásy přírody, respektují ji a chovají se k ní slušně. Naopak návštěvníky bere spíše negativně, to jsou podle něj hlavně ti, kteří přírodě škodí, naštěstí jsou většinou líní, a tak dělají nepořádek „jen“ na okrajích lesů.

Velké oblibě se těší sportovní akce Brdská padesátka, jedná se přibližně o 48 km dlouhý pochod pořádaný každý rok v září. Návštěvníci a sportovci z celé republiky se do Brd každoročně sjíždějí za několika běžeckými akcemi, nebo cyklistickými závody. Známy je například Zajíc Cup.

Spolek Brdy-Vltava se věnuje rozvoji cestovního ruchu v této oblasti. Byla vytvořena turistická destinace nesoucí název Od Brd k Vltavě. Pro propagaci slouží webové stránky. Spolek pořádá akce během celého roku, mezi ně patří různé plesy, dětské dny, divadelní představení či koncerty. Pro rozvoj cestovního ruchu se spolek snaží vytvářet nové naučné stezky a o již vzniklé se starat (Brdy-Vltava o.p.s., 2009-2022).

#### 4.3.4 Plánované stavby v CHKO Brdy

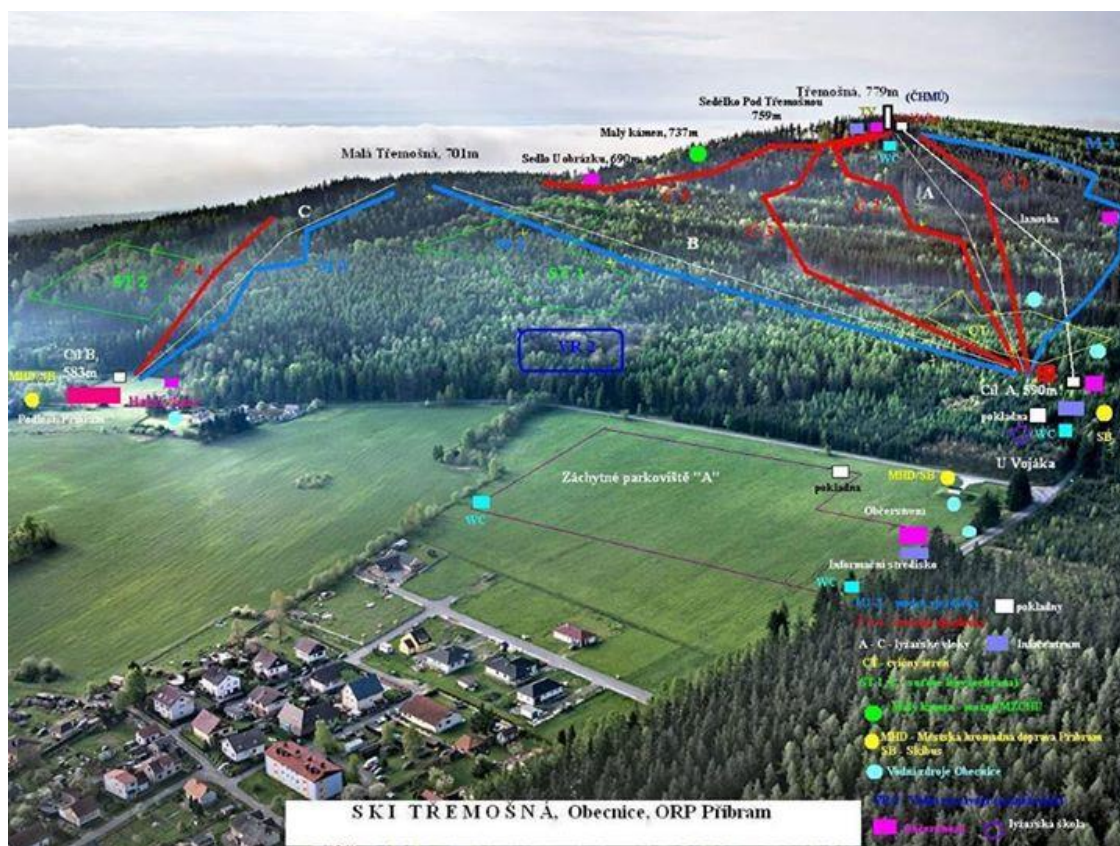
Bohužel samotný institut CHKO nezaručuje nezastavitelnost tohoto území, až na výjimku prvních zón, které tvoří jen pár procent celkového území. Jak to už bývá, spousta vlivných lidí chce svými komerčními projekty „pozměnit“ krajinu nádherných Brd za účelem vlastního obohacení. Asi největším lákadlem je oblast Padrt'. Zde by měl vzniknout Statek a hospoda na Padrti, což by nepřineslo moc velký užitek pro místní flóru a faunu. Už takhle se odsud odstěhovali vzácní ptáci kvůli zvýšenému hluku od lidí a motorkářů.

Dalším podobným projektem je Stezka v korunách stromů Třemošná. Bývalý starosta Příbrami Pavel Pikrt se v jednom z rozhovorů nechal slyšet, že si dovede představit na Třemošné stezku v korunách stromů podobnou té, jaká je na Lipně. Z Brd se tak může poměrně rychle stát lunapark.

V červnu 2016 byla zadána Územní studie Brdy, kde mají být mimo jiné navrženy vhodné plochy nebo lokality pro umístění staveb sloužících k občerstvení. Zatím je v zadání zdůrazňováno, že bez možnosti ubytování pro turisty. V praxi to ale nejspíš bude znamenat vybudování rovněž inženýrských sítí, přístupových cest, parkovišť, ale třeba i zimní údržbu komunikací. Bohužel tyto podniky by měly stát na velmi nezajímavých místech Brd, což by nepomohlo ani samotné turistice.

Za absurdní se dá považovat veřejně propíraný projekt lyžařského areálu (Obrázek 11) pod vrchem Třemošná u Příbrami. Brdy nejsou srážkově bohaté, protože leží ve srážkovém stínu pohraničních hor. Není proto možné bez umělého zasněžování provozovat sjezdovky. Ale zde nejde jen o sjezdovky, ale i o vykácené pruhy lesa. Jde také o hluk, enormní zátěž blízkého lesa, nápor na dopravní obslužnost, vybudování inženýrských sítí a mnoho dalších úskalí (POUSTKA, 2015).

Obrázek 11: Projekt sjezdovky u vrchu Třemošná



Zdroj: (POUSTKA, 2015)

Výše zmiňované projekty by nejspíše přilákaly mnohem více turistů do Brd a povznesly cestovní ruch zase na úplně jinou úroveň. Samozřejmě stavba nových projektů je jednou z cest, jak přilákat nové turisty, ale musí se k tomu přistupovat opatrně. Na prvním místě by měla být ochrana přírody, tolerovat by se měl případně jen malý zásah do krajiny, o což by se v zmíněných projektech nejednalo. Brdy mají obrovský turistický potenciál, ale mělo by se začít lehčími projekty, které jsou šetrné k životnímu prostředí a zároveň dopřejí turistům nevšední zážitek z návštěvy přírody.

#### 4.4 Stav cestovního ruchu v obci Bohutín

Turistické vyžití v Bohutíně a okolí je velmi rozmanité. Obec nabízí řadu míst k navštívení. V minulé dekádě se vesnice těšila rapidnímu nárůstu turistů, a to zejména díky otevření vojenského prostoru Brdy. Kromě nádherné brdské přírody, plné lesů, vřesovišť a v neposlední řadě také ohrožených druhů rostlinstva a živočišstva, sem jezdí lidé za dalšími turistickými atrakcemi.

#### 4.4.1 Kulturní a sportovní akce

Za největší dominantu Bohutína lze bezesporu považovat farní kostel svaté Maří Magdalény (vysvěcen roku 1887), který stojí na nejvyšším místě v obci – návrší s nadmořskou výškou 567 metrů. Kostel byl v roce 1950 zničen požárem, potom znovu vybudován do původní pseudogotické podoby a znovu vysvěcen. Vždy první neděli po svátku jeho patronky, tedy po 22. 7., je dodnes slavena pouť proslavená a známá v širém okolí. V minulosti byla při této příležitosti pořádána také setkání bohutínských rodáků. Jejich vztah k obci byl velmi silný, a i když je osud zavál daleko od domova, scházeli se též v průběhu roku zejména v Praze a také vydávali sešity vzpomínek na rodný kraj, které rozepisovali na psacím stroji v mnoha kopiích a pak si je půjčovali. Takovou aktivitu si dnes již nelze ani představit.

Další zajímavé místo, které stojí za to vidět, jsou mlýny podél Litavky. Původně bývaly čtyři, dnes jsou funkční už jen dva. Konkrétně se jedná o Achačův (vybudovaný v 16. století jezuiti) a Kleinertův, dnes Dubských, kde se stále mele a pro mouku si sem jezdí lidé z celého okolí i Prahy. Mlýny na Litavce jsou velmi zajímavým fenoménem, a kdo by se chtěl dozvědět něco víc, může přijet na exkurzi, anebo si přečíst knihu Věry Smolové, Mlýny a lidé města Příbramě hor stříbrných.

Hojně navštěvovaný je památník Antonína Dvořáka na Vysoké vzdálený dva kilometry od Bohutína. V areálu je kouzelný zámeček, vila Rusalka a Rusalčino jezírko. Krásný je také výlet na jedno z nejvýznamnějších mariánských poutních míst Svatou Horu u Příbrami s bazilikou minor a proslulým stříbrným oltářem. Otevřeno zde bylo i Svatohorské muzeum a velkým zážitkem je prohlídka zvonice. Za návštěvu stojí také nedaleká Březnice se zámekem, kde je několik prohlídkových tras či město Rožmitál pod Třemšínem. V Rožmitálu sice zámek stále chátrá, zato je zde skvostné Podbrdské muzeum, kde je jedna z expozic věnovaná Jakubu Janu Rybovi, českému učiteli a autorovi České mše vánoční Hej mistře. Kousek od Bohutína, na Březových Horách, je největší hornické muzeum v Čechách. Přímo v obci je také hornické muzeum, ale to se s tím na Březových Horách nedá srovnávat. Nicméně je vybudované partou nadšenců ze Spolku Řimbaba na místě stejnojmenné šachty. Vždy o pouti, Vánocích a Velikonocích je zde komponovaný program, který se těší oblibě v širokém okolí. Můžete zde také vystoupat na věž a rozhlédnout se do kraje, nebo sestoupat do podzemní štoly, kde je možné vzpomenout, jak těžký chleba havíři měli (KUBÍKOVÁ, 2018).

V obci probíhá také spousta kulturních akcí, mezi ty největší patří tradiční Masopust. Ten se obvykle koná v únoru. „Maškary“ projdou dopoledne všemi částmi obce, zahrají u všech domů a popřejí zdraví. Odpoledne se koná masopustní průvod v západní části Bohutína a různé scénky a taškařice nesmí chybět. Doba, kdy šel masopustní průvod od hasičské zbrojnice až na Havírnu, je nenávratně pryč a ani budovaný chodník na této skutečnosti nic nezmění. Provoz je tu příliš velký a bylo by to nebezpečné. S taškařicemi zajíždějí „bohutínské maškary“ také do Hornického muzea v Příbrami, do skanzenu ve Vysokém Chlumci, do Milevska, v minulosti i do skanzenu v Kouřimi a do Nového Boru. Mezi kulturní akce se řadí každoroční promítání v letním kině, které se koná na louce u Pecovského rybníka. Přes den se promítají filmy pro malé děti a večer si přijdou na své dospělí. Na stejné louce probíhá i dětský den nazvaný Pohádková louka, kam mohou přijít rodiče se svými dětmi a užít si odpoledne plné zábavy.

Předvánoční akcí je zahájení adventu, které doprovází zpěv místních školáků, ale i děti ze školy Jakuba Jana Ryby z Rožmitálu na návsi u hasičské zbrojnice. V minulých letech se konal vánoční koncert v kostele za doprovodu profesionální kapely.

Neckyáda a lampionový průvod jsou akce vzniklé relativně nedávno, zato ovšem lákají mnoho turistů, zejména pak zmiňovaný průvod. Ten se koná na přelomu října a listopadu, zúčastnit se ho může každý, na konci se lampiony vypustí na nebe a následuje slavnostní ohňostroj.

V obci najdeme nespočet ubytovacích zařízení. Mezi ty větší patří i Hornický penzion v areálu bývalé šachty „Rudolfka“. Penzion láká 42 metrů vysokou železobetonovou těžební věží sloužící v současné době jako vyhlídka. V přilehlém areálu lze pozorovat na pastvinách velbloudy, koně, osly a kozy.

Bohutín má dva kvalitní sportovní areály, prvním z nich je fotbalový, kde ovšem není pro turisty tolik možností, jak si zasportovat. Druhý, tenisový areál je pro návštěvníky mnohem přívětivější, mohou si zde pronajmout kurt za dostupnou cenu, nebo klidně i celou sportovní halu.

Naučná Fabiánova stezka prochází obcemi Podbrdského regionu, poukazuje na místní pamětihodnosti a seznamuje turisty s krásami tohoto regionu. Stezka proniká do několika obcí, z těch, co nabízí ty nejzajímavější místa, je dobré zmínit například Vysokou u Příbrami, Bohutín, Příbram, Podlesí, Dominikální Paseky a Čenkov. Jedná se o první stezku podobného druhu v tomto regionu a využít ji mohou jak pěší, tak cyklisté.



Všechny akce, které jsou pořádány obcí, to jsou zejména ty kulturní, nejsou nijak zpoplatněny, a to díky štědrým příspěvkům obce. Maximálně si návštěvníci připlatí za jídlo a pití, pokud je zrovna na dané akci k dispozici. Spousta akcí musela být v roce 2020 a poté i v následujícím roce posunuta, nebo úplně zrušena kvůli koronaviru. S tím souvisel i celkový úbytek turistů v obci, jelikož se jeden čas nemohlo cestovat ani z okresu do jiného okresu, prozrazuje v rozhovoru místostarostka obce paní Klára Bambasová.

#### **4.4.2 Ubytování a strava**

Ubytování je v Bohutíně na velmi vysoké úrovni, svědčí o tom hned několik faktorů. Prvním faktorem je určitě otevření Brd veřejnosti v roce 2016 a s tím spojená výstavba ubytovacích zařízení. Jedná se o nové kvalitní stavby. Druhým faktorem je zasazení ubytovacích zařízení do přírody, čerstvý vzduch a nulový hluk jsou zaručeny. Dalšími faktory jsou stravování a také profesionální personál s dlouholetou praxí v oboru. Celkem v obci lze najít dva penziony – Hornický penzion a Stará Fořtovna. Dále nabízí ubytování tři chalupy – Podbrdovka, POULE (dříve ILDAM) a Retro ubytování Brdy. Poté je zde vybudován i jeden mobilheim a jeden apartmán.

O stravování se stará hlavně Občerstvovací stanice Na Hřišti. Ta prošla několika rekonstrukcemi. Původně to totiž byla jen prachobyčejná kantýna nabízející maximálně klobásu a pivo, kam zavítali o víkendu jen místní štamgasti. Úplně na počátku žádná rekonstrukce v plánu nebyla, prvně se začalo s výstavbou venkovního baru v roce 2017, protože se chtěli v podniku „posunout dál“, jak říká v rozhovoru Lukáš Heřman, majitel restaurace. Přiznává, že se k výstavbě rozhodl také díky otevření Brd a jejich přeměny na CHKO. Občerstvovací stanice prošla největší modernizací během první vlny koronaviru. Hospoda se přeměnila na kultivovanou restauraci s příjemným personálem, kam turisté jezdí na vyhlášené steaky až z Prahy a širokého okolí. Roste i číslo konajících se svateb v tomto areálu. Pozadu určitě nezůstává ani restaurace Drmlovka na Vysoké Peci. V obci lze zajít také do hostince Plzeňka nebo do hospody U Kocoura, kam rádi zavítají převážně místní.

#### **4.4.3 Propagace obce**

Veškerá výstavba nových ubytovacích zařízení by nebyla možná, kdyby se nezačalo s modernizací infrastruktury. Začalo se výstavbou úplně nových chodníků ve všech čtyřech částech obce. Velkou rekonstrukcí prošlo také parkoviště u hasičské nádrže,

které nikdo neřekne jinak než koupaliště. Právě toto koupaliště (na vlastní nebezpečí) láká davy turistů po celý rok. V létě zde probíhá tradiční pouťová fontána a během sezony je problém najít místo na opalování a vykoupání. V zimě se sem sjíždí řada otužilců, která se nebojí si ani vysekát díru do zamrzlé vody. Na koupaliště se pochopitelně neplatí žádný vstup, ani za stání na parkovišti není poplatek, tudíž turisté sem rádi přijedou a vyrazí třeba i na procházku do Brd, jak říká v rozhovoru starosta obce pan Ladislav Turek.

K turistické propagaci Brd a obcí, které leží v tomto pohoří, slouží Svazek obcí Podbrdského regionu, ten mimo jiné spravuje například Fabiánovu naučnou stezku. Svazek má celkem 16 obcí, patří sem Příbram, Podlesí, Láz, Trhové Dušnice, Lhota u Příbramě, Sádek, Obecnice, Čenkov, Bratkovice, Křešín, Ohrazenice, Drahlín, Vysoká u Příbramě, Felbabka, Jince a právě Bohutín, kde spolek i sídlí (příbram, 2014). Dříve stál v čele svazku Martin Matuna, nyní je předsedou Ladislav Turek a pozici místopředsedy vykonává Antonín Kropáč. Svazek se snaží o propagaci celého regionu z hlediska turistických možností, například byly zrealizovány informační tabule a mapy v jednotlivých obcích. Odpočinková místa jsou k vidění na několika stezkách lemujících Brdy. Na programu svazku je i pořádání společenských akcí, jako je pochod Litavkou, a různých slavností. Kromě všech těchto aktivit a cílů je tím nejdůležitějším pečovat o nádhernou krajinu a vytvářet podmínky pro spolupráci v rámci mikroregionu Podbrdsko a řešit vzniklé problémy.

Jak již bylo několikrát zmíněno, obec má obrovský potenciál stále zvyšovat počet turistů mířících do místních penzionů díky své skvostné poloze poblíž Brdské vrchoviny. Zvyšující se počet návštěvníků občanům nikterak nevádí a obci to zvyšuje prestiž. Peníze to přináší zejména majitelům ubytovacích zařízení a hospodským.

## 5 Výsledky a diskuse

### 5.1 Hodnocení vybraných CHKO

Cestovní ruch v Českém středohoří má na starost destinační agentura České středohoří. V rámci propagace destinace spolupracuje agentura se Správou CHKO České středohoří. Společně cílí na návštěvníky, ale i na obyvatele regionu. Neopomíjejí ani péči o krajinu, která je důležitá pro udržitelnost cestovního ruchu. Agentura se snaží také spolupracovat s Českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Realizují spolu projekt „North West Bohemia Convention Bureau“. Ten se týká kongresového a incentivního cestovního ruchu (Destinační agentura České středohoří, o.p.s., 2022).

Český ráj je vůbec první vyhlášená CHKO na našem území, a to v roce 1955. Cestovní ruch zde spravuje Sdružení Český ráj. Mezi jeho hlavní činnosti patří marketingová propagace cestovního ruchu v destinaci. Další činností je zajištění internetové nabídky, tisk propagačních materiálů, prezentace na sociálních sítích a rozvoj turistických produktů. Existuje zde i řada zážitkových výletů pro školy, a to i s průvodcem (Sdružení Český ráj, 2022).

CHKO Křivoklátsko neboli také kraj Oty Pavla. Dá se zde najít hromada historických památek a hustá síť turisticky značených cest, ovšem jen pro pěší turistiku. Milovníci cykloturistiky mají smůlu, sice nějaké značení existuje, ale moc ho není. O turismus se stará Správa CHKO Křivoklátsko. Velkým lákadlem je příroda a možnost horolezectví. Bohužel tato oblast svůj potenciál nerozvíjí naplno, spíše těží z toho, že byla vždy dobře přístupná a existuje již 44 let (Správa CHKO Křivoklátsko, 2022).

Kokořínsko těží ze své výhodné polohy na hranici Libereckého a Královéhradeckého kraje. Spolek Máchův kraj vytváří destinační management. Cílem je opět propagace Kokořínska a udržitelnost cestovního ruchu. Máchův kraj spolupracuje jak s CzechTourismem, tak s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR a s několika dalšími organizacemi napojenými na cestovní ruch. Spolek razí přístup analýz poznatků ze zahraničí a získané zkušenosti se snaží přetavit v úspěch v CHKO Kokořínsko. Jedná se jak o odborné znalosti a dovednosti, tak i o využívání umělé inteligence v místním cestovním ruchu (Spolek Máchův kraj, 2022).

Výše zmíněné čtyři oblasti byly vybrány schválně pro porovnání s CHKO Brdy, a to z důvodu velmi podobného potenciálu jako mají právě Brdy. Nicméně ne všechny oblasti s ním umí pracovat. V Českém středohoří to dělají dost podobně jako v Brdech, na

rozdíl od Brd tam ale funguje destinační agentura a zkrátka se daří středohoří dobře propagovat a rozšiřovat povědomí o destinaci mezi lidmi. Podobné to je i s Kokořínskem, tam také funguje destinační management tak, jak fungovat má, což Brdům nepochybně schází. Český ráj využívá svůj potenciál asi nejlépe z uvedených CHKO, možná je to díky tomu, že je nejstarší a jsou tam potřebné zkušenosti. Brdy jsou na tom přece jen lépe než Křivoklátsko. Sice to zatím v návštěvnosti nevypadá, ale Brdům turisté přibývají mnohem rychleji než právě zmiňovanému kraji Oty Pavla.

## 5.2 Výsledky dotazníkového šetření v obci Bohutín

Dotazníkové šetření proběhlo v chalupě Podbrdovka (Obrázek 12), která byla uvedena do provozu v roce 2017. Chalupa se nachází ve výšce 578 metrů nad mořem přímo u vstupu do Brd ve vesnici Bohutín. Provozovatelem je pan Pavel Turek spolu se svou rodinou. Podbrdovka má k dispozici 3 apartmány a 2 pokoje s celkovou kapacitou 24 osob. V areálu se nachází ohniště, dětské hřiště, úschovna kol, ohrada s kozami a půjčovna elektrokoloběžek.

*Obrázek 12: Chalupa Podbrdovka*



Zdroj: (vlastní foto)

Pan Turek v rozhovoru prozradil, jak to má s klientelou i s obsazováním chalupy. I přes velkou konkurenci v nabídce ubytování v Brdech (jen sedm ubytovacích služeb nabízí obec Bohutín a další desítky potom obce v okolí Brd) je téměř nemožné najít volný termín v průběhu roku, snad jen pár by se jich našlo v zimních měsících a také v březnu. Co se týče klientely, ta zůstává od začátku stejná. Jezdí sem hlavně rodiny s dětmi a lidé v důchodovém věku, což je vidět na grafech věkových kategorií (Graf 3, 4 a 5). Zhruba 70 % z celkového počtu turistů jsou lidé, kteří se sem vrací rok, co rok (Graf 6), zbytek jsou noví zájemci, kteří stojí o pobyt v přírodě. Možnost návratu do chalupy nevyloučilo 99 %, zbylé 1 % by si to ještě muselo promyslet (Graf 7). Výjimečně se zde objeví někdo ze Slovenska nebo ze zahraničí, z 98 % se jedná o česky mluvící jedince.

Graf 3: Věkové kategorie mužů



Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 4: Věkové kategorie žen



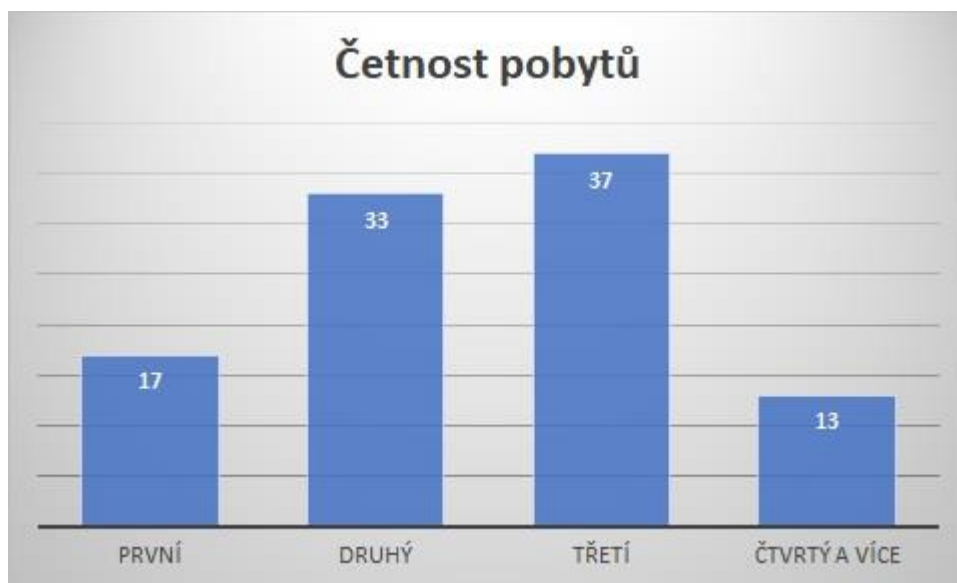
Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 5: Typ a náplň pobytu



Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 6: Počet uskutečněných pobytů v chalupě Podbrdovka od jednotlivých návštěvníků



Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 7: Možnost opakované návštěvy chalupy



Zdroj: (vlastní zpracování)

Krkonoše či Šumava jsou jistě atraktivnější než Brdy, ale právě poloha z Brd dělá velmi dostupnou destinaci, cesta sem z Prahy i Plzně trvá maximálně hodinu, kdežto do Krkonoš to jsou minimálně hodiny dvě. Navíc se lidé začali více hýbat a sportovat než dříve, vyhledávají náročnější sportovní dovolené, a to právě v kopcích v Brdech naleznou, říká v rozhovoru pan Turek. Pro ty, co by snad nechtěli zdolávat kopce po svých, má připravené k zapůjčení za malý poplatek elektrokoloběžky.

Koronavirus zasáhl bohužel i zde. Ačkoliv se jedná o pobyty blízko přírodě, podle nařízení vlády muselo být zavřeno všude. Lidé sice psali a volali, jestli by nemohli přijet, ale pan majitel byl v tomhle důsledný a nařízení dodržel. Nicméně přišlo zklamání, když vláda rozjela několik podpůrných programů pro malé a střední podnikatele, aby jim pomohla lépe pandemii zvládnout, pro Podbrdovku žádné finanční kompenzace od státu nepřišly, což se ovšem stalo více podnikatelům. Naštěstí jelikož se pan Turek zachoval fěr a všem lidem vrátil peníze za již pořízené ubytování, po rozvolnění se jeho stálá klientela rozhodla ihned přijet a chalupu na několik měsíců opět zaplnit. Nyní chalupa funguje v „normálním“ režimu, restrikce od státu nejsou již tak brutální a omezující.

Stravování v restauracích preferují spíše mladší návštěvníci, ti starší si raději přivezou své vlastní jídlo (Graf 8). Se stravováním úzce souvisí i útrata. Většina turistů utratí do 5 000 Kč (Graf 9), a to převážně za jídlo. Více utrácí lidé ve středním věku.

Věk návštěvníků neměl vliv na zvolenou délku pobytu. Nejvíce turistů preferuje víkendový pobyt, týdenní pobyty jsou také velice vyhledávané a populární (Graf 10). Chalupa si vedla velmi dobře, co se týče spokojenosti návštěvníků s pobytem (Graf 11). Je vidět, že je tato obec opravdu tím „ostrůvkem naděje“ na lepší rozvoj cestovního ruchu. Kvalita služeb zde roste a potenciál je obrovský. Podnikatelé pochopili, jak sem ty návštěvníky přilákat a zároveň si je udržet.

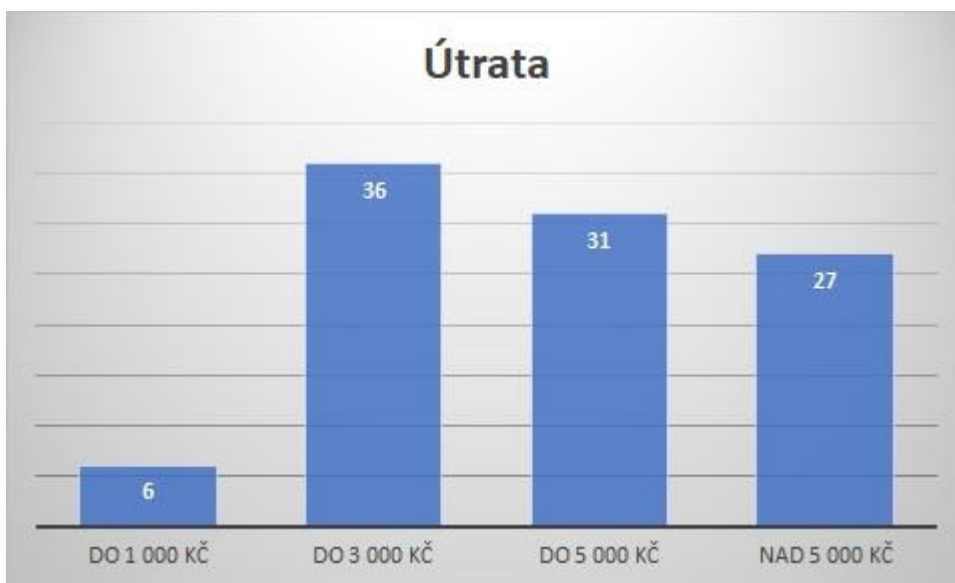
Graf 8: Způsob stravování



Zdroj: (vlastní zpracování)



Graf 9: Útrata



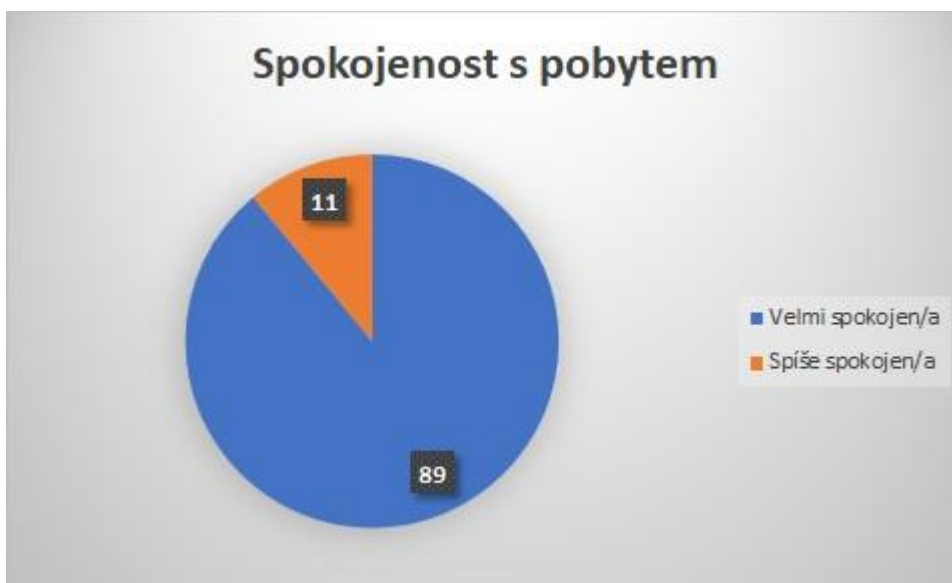
Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 10: Délka pobytu



Zdroj: (vlastní zpracování)

Graf 11: Spokojenost návštěvníků s pobytem



Zdroj: (vlastní zpracování)

### 5.3 Návrhy na zlepšení rozvoje cestovního ruchu v CHKO Brdy

Na základě výsledků získaných z celkové analýzy rozvoje cestovního ruchu v CHKO Brdy a také výpovědí respondentů byly vytvořeny tři návrhy na podporu a další rozvoj cestovního ruchu v této destinaci.

První návrh se týká turistické infrastruktury. Je důležité se přeorientovat na klientelu, která vyhledává přírodu. Stále se podnikatelé soustředí více na hornickou minulost. K tomu je zapotřebí změnit myšlení místních podnikatelů, ale také zkvalitnit dosavadní služby a turistické vybavení. Musí se vytisknout turistické mapky, které jsou přehledné, dá se v nich najít většina tras v Brdech a jako bonus obsahují zajímavé povídky k vybraným památkám, které turisté budou na cestách mít. Nutné je rozšířit extenzivní formy rekreace hlavně pro rodiny s dětmi. Lanové parky, vyhlídky, dětské naučné stezky nebo různé hry, to vše by rodiny s dětmi uvítaly a Brdy by to oživilo. V neposlední řadě se musí vystavět více sociálního zázemí a občerstvovacích stanic podél Brd, aby návštěvníci mohli v Brdech trávit celé dny a měli širokou nabídku stravování přímo na místě. Nesmí se také zapomínat na následnou údržbu všech těchto projektů, aby sloužily co nejdéle a stále sem lákaly nové turisty.

Druhým návrhem je vytvoření jedné profesionální destinační agentury, která by byla nadřizena všem ostatním. To je komplexnější projekt, jelikož se musí najít kvalifikovaní lidé, kteří by měli chuť se podílet na nových možnostech rozvoje cestovního

ruchu v CHKO Brdy a nedělat to jen pro peníze, ale dělat to srdcem. Ideální by bylo, kdyby tato destinační agentura vytvořila jedno hlavní turistické centrum s velkým záchytným parkovištěm, kde by potenciální návštěvníci mohli posedět, zeptat se na informace ohledně CHKO, koupit si turistické předměty a zejména by bylo zastávkou pravidelné autobusové linky. Ty by mohly navíc rozvážet návštěvníky do menších turistických center, kde by bylo občerstvení, mapky a blízko k nějaké té památce. Samozřejmě by se vše muselo navrhnout v souladu s ochranou přírody a zachováním unikátního ekosystému.

Třetím a zároveň posledním návrhem je nový typ propagace destinace. Zapotřebí je především větší spolupráce mezi kraji (Plzeňský a Středočeský), a to zejména ve vydávání propagačních materiálů. Vhodné by bylo natočit krátké video, které by zachytilo CHKO v nejlepší světlo. Ideálně tam zakomponovat již předchozí navržené projekty. Důležité je vytvořit také oficiální web se všemi informacemi o Brdech, včetně nabízených služeb, zkrátka něco jako již zmíněné turistické centrum, ale tentokrát online. Je důležité vytvořit silnou značku destinace, protože kvalitní značka je to, co prodává nejlépe. K tomu by měla pomoci vytvořená marketingová strategie z roku 2019, která je již v této práci zmíněna. Lidé v destinačních agenturách by se měli více zaměřit na konkurenceschopnost CHKO a přicházet s novými neotřelými nápady. To vše by pomohlo „proslavit“ Brdy v široké nabídce konkurentů.

## 6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit úroveň cestovního ruchu ve vybraných destinacích a zjistit nabídku služeb. Dílčí cíle byly zaměřeny na další možnosti rozvoje cestovního ruchu a jeho udržitelnosti, porovnat vybrané CHKO s Brdy a také navrhnout nové projekty a možnosti, jak dále rozvíjet cestovní ruch v této oblasti.

V prvních kapitolách byl vymezen pojem cestovní ruch a služby s ním spojené, následovala charakteristika Brd a obce Bohutín. V jednotlivých kapitolách práce se zkoumal stav cestovního ruchu ve světě, v České republice a také v Brdech. Součástí je také přehled mezinárodních organizací napojených na cestovní ruch. Analyzovala se doba před celosvětovou pandemií covid-19 a hlavně situace po ní. Jaké s sebou přinesla důsledky a jaká opatření se musejí provést pro nový restart ekonomik po celém světě. Dále se práce věnovala destinačnímu managementu. Důležitým prvkem je bezpochyby vypracovaná marketingová strategie, která pomohla rozklíčovat problémové oblasti v destinaci Brdy. V posledních kapitolách se práce zaměřuje na nové možnosti dalšího rozvoje cestovního ruchu v Brdech a také v obci Bohutín. Snaží se o navržení tří nových projektů a téměř na konci je vyhodnoceno dotazníkové šetření.

Úroveň cestovního ruchu není momentálně v Brdech na vysoké úrovni. Místní podnikatelé jsou stále orientováni na hornickou minulost oblasti a potenciálním návštěvníkům nedokáží nabídnout kvalitní služby. Za jeden z největších problémů, který se týká dalšího rozvoje, se dá považovat nedostatečná práce destinačních agentur. Obě působí neprofesionálně, a jestli se má úroveň cestovního ruchu pozvednout, musí se změnit i destinační management. Nyní se za perspektivního návštěvníka Brd považuje člověk, který do nich cestuje za pěší či cykloturistikou, za historií a památkami nebo náboženským cestovním ruchem. To je další věc, která musí projít obměnou. Řešením je implementovat nové projekty a lákat turisty na nejrůznější akce pořádané v CHKO Brdy. Snažit se o reprezentaci tohoto regionu nejen z pohledu přírody, ale také jako místa pro relaxaci, místa, kam můžete vyrazit s dětmi, přáteli, kolegy či úplně sami, místa, kde na vás čekají kvalitní služby, zábavné atrakce a zajímavé akce všeho druhu.

Pro Brdy je důležitá jejich historie, bez její znalosti nelze dále rozvíjet místní cestovní ruch. Vojenskou historii mohou Brdy využít ke své vlastní propagaci a udělat z ní unikátní značku. Moc podobných míst s takovou historií v České republice totiž není a Brdy jakožto nejmladší CHKO mají obrovský potenciál. Stačí s ním začít pracovat.

Existují ovšem i hrozby v podobě megalomanských projektů, uskutečněných pro vidinu obřích zisků. Je potřeba zachovat přírodu v chráněné krajinné oblasti i pro další generace a nezničit si oblast nesmyslnými projekty jako je například sjezdovka na Třemošné. Důležitější je budovat spíše záchytná parkoviště, turistická centra, mapky s vyznačenými památkami a nové turistické trasy. Ne však na úkor zničení přírody.

Obec Bohutín je dobrým příkladem, jak postupovat při rozvoji cestovního ruchu. Zhruba před 15 lety zde nebylo jediné ubytovací zařízení a jen jedna hospoda. Dnes je postaveno 7 ubytovacích zařízení a 5 stravovacích zařízení. V obci proudí turisté téměř po celý rok s výjimkou pár zimních měsíců. Nabízí se tudíž ještě příležitost pro zlepšení, jak uvádí i SWOT analýza, možnost rozšířit nabídku na celoroční turistiku. Nutno podotknout, že obec využila otevření Brd v roce 2016, a od té doby se jí daří rozvíjet místní cestovní ruch, a to udržitelným způsobem.

Další obce se snaží Bohutínem inspirovat a celkově se dá najít pár oblastí, kde se úroveň turismu zvedá. Každopádně k úplnému naplnění potenciálu, jaký Brdy mají, schází mnoho let. Jak již bylo zmíněno výše, je potřeba změnit myšlení podnikatelů, přeorientovat se na nové požadavky návštěvníků, zcela změnit nebo vytvořit nové destinační agentury, začít s výstavbou turistické infrastruktury a v neposlední řadě se věnovat i propagaci celé CHKO. To je klíčem k úspěchu této jinak nádherné destinace Brdy.

## 7 Seznam použitých zdrojů

- Asociace hotelů a restaurací České republiky.** hotelstars.eu. [Online] [Citace: 12. Říjen 2021.] <https://www.hotelstars.cz/co-znamenaji-hotelove-hvezdicky/>.
- Asociace hotelů a restaurací České republiky. 2015-2020.** hotelstars.eu. [Online] 2015-2020. [Citace: 12. Říjen 2021.] <https://www.hotelstars.cz/?do=methodology>.
- AU, Y. Tsz et al. 2016.** Theme Index and Museum Index. [Online] 2016. [Citace: 25. Říjen 2021.] [https://www.teaconnect.org/images/files/TEA\\_235\\_103719\\_170601.pdf](https://www.teaconnect.org/images/files/TEA_235_103719_170601.pdf).
- BALATKA, Břetislav a KALVODA, Jan. 2006.** *Geomorfologické členění reliéfu Čech*. 1. Praha : Kartografie Praha, 2006.
- BEHSUDI, A. 2020.** International Monetary Fund. [Online] 2020. [Citace: 16. Leden 2022.] <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi.htm>.
- BERAN, Jakub. 2009.** theses.cz. [Online] 2009. [Citace: 12. Únor 2022.] [https://theses.cz/id/oa4139/downloadPraceContent\\_adipIdno\\_12128](https://theses.cz/id/oa4139/downloadPraceContent_adipIdno_12128).
- BERÁNEK, Jaromír a kolektiv. 2013.** *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. Praha : MAG CONSULTING s.r.o., 2013.
- Brdy-Vltava o.p.s. 2009-2022.** Brdy-Vltava. [Online] 2009-2022. [Citace: 26. Únor 2022.] <http://www.brdy-vltava.cz/hlavni-oblasti/cestovni-ruch/>.
- czso. 2021.** czso. [Online] 2021. [Citace: 9. Srpen 2021.] [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu).
- Destinační agentura České středohoří, o.p.s. 2022.** České středohoří. [Online] 2022. [Citace: 26. Únor 2022.] <https://ops.stredohori.cz/>.
- ekolist. 2019.** ekolist.cz. [Online] 2019. [Citace: 6. Říjen 2021.] <https://ekolist.cz/cz/publicistika/priroda/chranena-krajinna-oblast-brdy-pece-o-divocinu>.
- 2021.** encyclopedia-titanica. [Online] 2021. [Citace: 6. Listopad 2021.] <https://cs.encyclopedia-titanica.com/significado-de-buffet>.
- escs. 2017.** escs. [Online] 2017. [Citace: 8. Srpen 2021.] <https://www.escs.cz/v-evrope-roste-podil-silnicni-nakladni-dopravy-vuci-dalsim-druhum-dopravy.html>.
- FENDRYCHOVÁ, Simona. 2020.** Aktuálně.cz. [Online] 2020. [Citace: 5. Únor 2022.] [https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/novinky-o-klimatu-emise-koronavirus/r~25b63774a1ae11ea9d74ac1f6b220ee8/?fbclid=IwAR3215JPLtIMckOmPHGByosn-DwAh6JJEFRSkP-HCF\\_sk5jXpokg9tvOPuM](https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/novinky-o-klimatu-emise-koronavirus/r~25b63774a1ae11ea9d74ac1f6b220ee8/?fbclid=IwAR3215JPLtIMckOmPHGByosn-DwAh6JJEFRSkP-HCF_sk5jXpokg9tvOPuM).
- GALVASOVÁ, Iva, a další. 2008.** *Průmysl cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008.
- GOELDNER, Charles R. a RITCHIE, J. R. Brent. 2014.** *Cestovní ruch - Principy, příklady, trendy*. 1. Brno : BizBooks, 2014.
- HAMARNEH, Iveta. 2012.** *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. 1. Praha : Grada Publishing, a.s., 2012.
- HEJL, Ivo. 1987.** *Brdy*. 1. Praha : Středočeské nakladatelství a knihkupectví v Praze, 1987.
- HEŘMÁNEK, Jakub. 2021.** encyklopediehazardu. [Online] 2021. [Citace: 6. Listopad 2021.] [https://www.encyklopediehazardu.cz/rubriky/legislativa-a-historie/jaka-je-historie-hazardnich-her\\_293.html](https://www.encyklopediehazardu.cz/rubriky/legislativa-a-historie/jaka-je-historie-hazardnich-her_293.html).
- HLAVATÁ, Karolína. 2016.** vimcojim. [Online] 2016. [Citace: 6. Listopad 2021.] [https://www.vimcojim.cz/magazin/clanky/o-zdravi/Fast-Food-je-soucasti-moderni-doby\\_\\_s10012x10024.html](https://www.vimcojim.cz/magazin/clanky/o-zdravi/Fast-Food-je-soucasti-moderni-doby__s10012x10024.html).

- HOLEŠINSKÁ, Andrea. 2007.** Researchgate. [Online] 2007. [Citace: 26. Prosinec 2021.] [https://www.researchgate.net/publication/40345503\\_Destinacni\\_management\\_aneb\\_Jak\\_ridit\\_turistickou\\_destinaci](https://www.researchgate.net/publication/40345503_Destinacni_management_aneb_Jak_ridit_turistickou_destinaci).
- HRALA, Václav. 2002.** *Geografie cestovního ruchu*. 4. Praha : Idea Servis, 2002.
- HUTR, Karel. 2017.** ctidoma.cz. [Online] 2017. [Citace: 24. Zář 2021.] <https://www.ctidoma.cz/zpravodajstvi/2017-11-27-v-brdech-vylepsuji-les-vysazuji-zde-puvodni-druhy-stromu-k-cemu-je-dobre>.
- IATA. 2021.** IATA. [Online] 2021. [Citace: 26. Listopad 2021.] <https://www.iata.org/>.
- iDNES.cz, ČTK. 2019.** iDNES.cz. [Online] 2019. [Citace: 10. Ř 2021.] [https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/thomas-cook-group-krach-cestovni-kancelar-zakladatel.A190923\\_100335\\_eko-zahranicni\\_maz](https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/thomas-cook-group-krach-cestovni-kancelar-zakladatel.A190923_100335_eko-zahranicni_maz).
- ihra. 2021.** ihra. [Online] 2021. [Citace: 26. Listopad 2021.] <http://www.ih-ra.org/#>.
- JINDŘICH, Oldřich. 2008.** Brdy. [Online] 2008. [Citace: 24. Zář 2021.] <http://www.brdy.org/content/view/33/31/>.
- KovarikResearch. 2019.** Marketingová strategie pro destinaci Brdy a Podbrdsko. [Online] 2019. [Citace: 26. Únor 2022.] <https://www.brdyapodbrdsko.cz/uploads/organizace-destinacniho-managementu/brdy-marketingova-strategie-srpen2019.pdf>.
- KUBÍKOVÁ, Eva. 2018.** Obec-Bohutín. [Online] 2018. [Citace: 31. Leden 2022.] <https://www.obec-bohutin.cz/obec/o-obci/>.
- KUPČÍKOVÁ, Tereza. 2022.** CzechTourism. [Online] 2022. [Citace: 12. Únor 2022.] <https://tourdata.cz/data/domaci-a-zahranicni-hoste-huz-dle-kraju-2021-1-pololeti/>.
- METELKOVÁ, Petra. 2005.** is.muni. [Online] 2005. [Citace: 26. Prosinec 2021.] [https://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/3910085/MSMT\\_MCR.pdf](https://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/3910085/MSMT_MCR.pdf).
- mmr. 2021.** Strategie rozvoje cestovního České republiky 2021-2030. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR*. [Online] Červen 2021. [Citace: 17. Únor 2022.] <https://www.mmr.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/strategie-rozvoje->
- mmr. 2020.** Vývoj českého cestovního ruchu v roce 2020. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR*. [Online] 2020. [Citace: 12. Únor 2022.] <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/informace-udalosti/vyvoj-ceskeho-cestovniho-ruchu-v-roce-2020>.
- Obec-Bohutín. 2022.** Obec-Bohutín. *Obec-Bohutín*. [Online] 2022. [Citace: 22. Únor 2022.] <https://www.obec-bohutin.cz/>.
- OSN. 2020.** United Nations. [Online] 2020. [Citace: 16. Leden 2022.] <https://www.osn.cz/cestovni-ruch-a-covid-19/>.
- PALATKOVÁ, Monika. 2011.** *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011.
- PÁSKOVÁ, M. a ZELENKA, J. 2002.** *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002.
- PONJIGER, Sanja. 2018.** *Ekologie v oblasti hotelnictví a gastronomie*. Praha : autor neznámý, 2018.
- POUSTKA, Roman. 2015.** Brdy. [Online] 2015. [Citace: 12. Prosinec 2021.] <http://www.brdy.org/content/view/332/1/>.
- pribram. 2014.** pribram.eu. [Online] 2014. [Citace: 6. Únor 2022.] <https://pribram.eu/mesto-pribram/svazek-obci-podbrdska.html>.
- Reuters. 2020.** reuters.com. *Reuters*. [Online] 2020. [Citace: 5. Únor 2022.] <https://www.reuters.com/>.

- Sdružení Český ráj. 2022.** Český ráj. [Online] 2022. [Citace: 26. Únor 2022.]  
<https://www.cesky-raj.info/cs/kontakty/sdruzeni-cesky-raj/>.
- SCHLITZOVÁ, Jana. 2013.** kamsevydat.cz/slivice-pamatnik-misto-poslednich-boju-2-svetove-valky-v-evrope/. kamsevydat. [Online] 2013. [Citace: 27. Únor 2022.]  
<https://www.kamsevydat.cz/slivice-pamatnik-misto-poslednich-boju-2-svetove-valky-v-evrope/>.
- SPÁČILOVÁ, Šárka. 2017.** příbrámskýdeník.cz. [Online] 2017. [Citace: 24. Září 2021.]  
<https://www.youtube.com/watch?v=CmCsK5hqKTA>.
- Spálené Poříčí. 2018.** spaleneporici. [Online] 2018. [Citace: 5. Prosinec 2021.]  
<https://www.spaleneporici.cz/brdy-vojske-z-historie-vu-brdy/d-5880>.
- Spolek Máchův kraj. 2022.** doksy. [Online] 2022. [Citace: 26. Únor 2022.]  
<https://www.doksy.com/machuv-kraj-jako-oficialni-destinacni-spolecnost/d-15525>.
- Správa CHKO Křivoklátsko. 2022.** ochranaprirody. [Online] 2022. [Citace: 26. Únor 2022.]  
<https://krivoklatsko.ochranaprirody.cz/>.
- Sustainable Travel International. 2020.** sustainabletravel. [Online] 2020. [Citace: 5. Únor 2022.]  
<https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>.
- SVOBODOVÁ, Pavlína. 2016.** pribram.eu. [Online] 2016. [Citace: 17. Únor 2022.]  
<https://pribram.eu/aktualni-temata/destinacni-spolecnost-pro-brdy.html>.
- ŠRÁMKOVÁ, Jitka. 2020.** iDNES.cz. [Online] 2020. [Citace: 26. Únor 2022.]  
[https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/chko-brdy-navstevnik-turista-priroda-les-sucho.A200609\\_552273\\_plzen-zpravy\\_vb](https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/chko-brdy-navstevnik-turista-priroda-les-sucho.A200609_552273_plzen-zpravy_vb).
- un.org. 2020.** COVID-19 and Transforming Tourism. [Online] Říjen 2020. [Citace: 27. Leden 2022.]  
[https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg\\_policy\\_brief\\_covid-19\\_tourism\\_august\\_2020.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf).
- UNWTO. 2021.** UNWTO. [Online] 2021. [Citace: 13. Listopad 2021.]  
<https://www.unwto.org/about-us>.
- VON LEITNER, Axel. 2014.** CentralPlanner. [Online] 2014. [Citace: 6. Listopad 2021.]  
<https://centralplanner.eu/blog/2014-02-20-Traditional-restaurants-what-to-expect>.
- whc.unesco. 2021.** whc.unesco.org. [Online] 2021. [Citace: 3. Leden 2022.]  
<http://whc.unesco.org/en/criteria/>.
- WITT, Stephen F., BROOKE, Michael Z. a BUCKLEY, Peter J. 2013.** *The management of international tourism*. 5. Abingdon a New York : Routledge, 2013.
- WTTC. 2021.** WTTC. [Online] 2021. [Citace: 17. Listopad 2021.]  
<https://wtcc.org/About/About-Us>.



## 8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Modální rozdělení vnitrozemské nákladní dopravy .....	22
Obrázek 2: Přehled ekonomického významu cestovního ruchu v ČR za rok 2019 .....	27
Obrázek 3: Vymezení struktury spotřeby podle druhu cestovního ruchu.....	28
Obrázek 4: Počet návštěvníků za rok 2019 .....	29
Obrázek 5: Porovnání cestovního ruchu a dalších odvětví.....	30
Obrázek 6: Geomorfologické členění Brdské vrchoviny.....	42
Obrázek 7: Památník Slivice.....	46
Obrázek 8: Znak obce Bohutín .....	52
Obrázek 9: Pokles mezinárodních příletů v důsledku pandemie covid-19.....	55
Obrázek 10: Pohled z města Káthmándú na Himaláje.....	59
Obrázek 11: Projekt sjezdovky u vrchu Třemošná .....	70
Obrázek 12: Chalupa Podbrdovka .....	76

### 8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: SWOT analýza .....	67
-------------------------------	----

### 8.3 Seznam grafů

Graf 1: Uhlíková stopa celosvětového turismu.....	58
Graf 2: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR, porovnání let 2019 a 2020 ....	60
Graf 3: Věkové kategorie mužů .....	77
Graf 4: Věkové kategorie žen .....	78
Graf 5: Typ a náplň pobytu .....	78
Graf 6: Počet uskutečněných pobytů v chalupě Podbrdovka od jednotlivých návštěvníků	79
Graf 7: Možnost opakované návštěvy chalupy .....	79
Graf 8: Způsob stravování.....	80
Graf 9: Útrata.....	81
Graf 10: Délka pobytu.....	81
Graf 11: Spokojenost návštěvníků s pobytem .....	82

### 8.4 Seznam použitých zkratk

**AEKO** – agroenvironmentálně-klimatické opatření

**a.s.** - akciová společnost

**CHKO** – chráněná krajinná oblast

**ČR** – Česká republika

**ČSSR** – Československá socialistická republika

**HDP** – hrubý domácí produkt

**HPH** – hrubá přidaná hodnota

- HSU** – Hotelstars Union
- IATA** – The International Air Transport Association (Mezinárodní asociace leteckých dopravců)
- ICTA** – International Culinary Tourism Association (Mezinárodní asociace kulinářské turistiky)
- IHRA** – International Hotel & Restaurant Association (Mezinárodní asociace hotelů a restaurací)
- ILO** – International Labour Organization (Mezinárodní organizace práce)
- IUOTO** – International Union of Official Travel Organizations (Mezinárodní unie oficiálních cestovních organizací)
- OECD** – Organization for Economic Co-operation and Development (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj)
- o.p.s.** - obecně prospěšná společnost
- OSN** – Organizace spojených národů
- UNESCO** – United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu)
- UNWTO** – United Nations World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)
- USA** – United States of America (Spojené státy americké)
- WTO** – World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu – dříve)
- WTTC** – World Travel and Tourism Council (Světová rada cestování a cestovního ruchu)

## Přílohy

Příloha č.1: Rozhovor v plném znění pro respondenty (všichni respondenti souhlasili se zveřejněním osobních údajů)

1. Dobrý den, mohl bych vás poprosit o krátké představení sebe a toho, co děláte?
2. Jak dlouho již v této funkci jste?
3. Co vše tato práce obnáší?
4. Kdy do Brd začali jezdit první turisté a kdy začala výstavba ubytovacích zařízení?
5. Jak moc byly Brdy přístupné před rokem 2016, tedy v době, kdy byly ještě vojenským újezdem?
6. Bylo vyhlášení CHKO Brdy pozitivem nebo negativem pro turismus?
7. Co vše se vyhlášením CHKO změnilo pro turisty a pro místní?
8. Jsou Brdy lákavou destinací pro turisty?
9. Za čím do Brd lidé cestují?
10. Jezdí do Brd i zahraniční turisté?
11. O jakou věkovou skupinu návštěvníků se jedná?
12. Jak se turisté v CHKO chovají?
13. Jaký ekonomický přínos mají turisté, kteří do Brd cestují a utrací zde za pobyty v penzionech, či za suvenýry?
14. Jak je na tom cestovní ruch v Brdech v současnosti? (bez zahrnutí covid-19)
15. Jak moc covid-19 zasáhl turismus v Brdech?
16. Existují možnosti, jak zvýšit cestovní ruch v Brdech?
17. Existují nějaké plány na další rozvoj cestovního ruchu?
18. Jak moc jsou Brdy finančně podporované státem?
19. Jak moc jsou Brdy finančně podporované jinými organizacemi?
20. Je něco, co byste chtěl/a doplnit?

Příloha č.2: Dotazníkové otázky v plném znění pro návštěvníky chalupy Podbrdovka

1. Pohlaví:

- Muž
- Žena

2. Věk:

- 20 a méně
- 21-35
- 36-50
- 51-65
- 66 a více

3. Nejvyšší dosažené vzdělání:

- Základní
- Střední s maturitou
- Střední s výučním listem
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

4. Jak jsem se o dovolené v Bohutíně v Brdech dozvěděl/a?

- Na internetu
- Od známých
- Cestovní kancelář
- Jiné...

5. Kolikrát jsem již ubytování v Bohutíně navštívil/a v minulosti?

- První návštěva
- Dvakrát
- Třikrát
- Čtyřikrát a více

6. Hlavní náplň dovolené v Brdech:

- Rodinná dovolená
- Sportovní dovolená (turistika, kolo, běh, ...)
- Dovolená bez dětí
- Jiné...

7. Jak dlouhý pobyt jsem zvolil/a?

- 1 den
- 2 dny
- 3 dny (myšleno v týdnu)
- Víkendový pobyt
- Týdenní pobyt
- Jiné...

8. Jak se hodlám během pobytu stravovat?
- Vezu si své vlastní jídlo
  - Budu chodit do místních restaurací
  - Ještě nevím
  - Jiné...
9. Kolik peněz zhruba za svůj pobyt utratím? (bráno za jídlo, suvenýry, půjčení si e-koloběžek, sport atd., cena za noc není myšlena)
- Do 1 000 Kč
  - Do 3 000 Kč
  - Do 5 000 Kč
  - Nad 5 000 Kč
10. Byl/a jsem s pobytem:
- Velmi spokojen/a
  - Spíše spokojen/a
  - Nedokáži říct
  - Spíše nespokojen/a
  - Velmi nespokojen/a
11. Vrátil/a bych se znovu do této destinace i v příštích letech?
- Ano
  - Ne
  - Nevím, musel/a bych to promyslet
12. Doporučil/a bych dovolenou v Bohutíně svým přátelům a známým:
- Rozhodně ano
  - Spíše ano
  - Rozhodně ne
  - Spíše ne
  - Nevím