

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Diplomová práce

**Zážitkový cestovní ruch jako faktor regionálního
rozvoje**

Bc. Veronika Trešlová

© 2021 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Veronika Trešlová

Veřejná správa a regionální rozvoj – k. s. Hradec Králové

Název práce

Zážitkový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje

Název anglicky

Adventure tourism as a factor of regional development

Cíle práce

Hlavním cílem práce je návrh možnosti využití potenciálu zážitkového cestovního ruchu pro domácí turisty v Královéhradeckém kraji. Hlavní cíl bude podpořen dílčími cíli. Výchozí dílčí cíl bude zhodnocení současného stavu nabídky a spotřeby produktů zážitkového cestovního ruchu a zhodnocení potenciálu propagace nabídky produktů zážitkového cestovního ruchu. Druhý dílčí cíl bude zjišťovat zájem veřejnosti o produkty cestovního ruchu spojeného se zážitky. Třetím dílčím cílem bude zjistit vize aktérů a další odborné veřejnosti.

Metodika

Teoretická část, charakteristika prostředí a analýza stávajícího stavu budou vycházet ze studia dokumentů. Terénní šetření bude uskutečněno pomocí kvantitativního a kvalitativního sociologického šetření. Kvantitativní šetření bude probíhat prostřednictvím dotazníkového šetření mezi veřejností. Kvalitativní šetření bude vycházet z polostandardizovaných rozhovorů mezi aktéry ve zvoleném regionu. Výsledky budou zhodnoceny, diskutovány a bude stanoven závěr s vlastním návrh možnosti, jak lze podpořit cestovní ruch v kraji. Osnova: 1 Úvod, 2 Cíl práce a metodika, 3 Teoretická část, 4 Charakteristika prostředí, 5 Terénní šetření, 6 Zhodnocení výsledků a diskuse, 7 Závěr, 8 Seznam použitých zdrojů, 9 Přílohy

Doporučený rozsah práce

40 – 60 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, zážitkový cestovní ruch, region, zážitková turistika, destinace, rozvoj, zážitky, produkt

Doporučené zdroje informací

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013. 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1
- BERBEL-PINEDA, J. et al. *Gastronomic experience ad a factor of motivation in the tourist movements*. *Internaional Journal of Gastronomy and Food Science*. 2019. Volume 18. ISSN 1878-450 X
- DISMAN, M. *Univerzita Karlova v Praze. Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8.
- DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2007. 205 s. ISBN 80-7168-901-7
- GOELDNER R. Charles, J.R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2
- HOLEŠINSKÁ, A. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.
- INDROVÁ, J. *Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. Cestovní ruch : (základy)*. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.
- KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Prostějov: Computer Media, 2015. 112 s. ISBN 978-80-7402-216-6
- RYGLOVÁ, K. – BURIAN, M. – VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
-

Předběžný termín obhajoby

2021/22 ZS – PEF

Vedoucí práce

Bc. Ing. Pavla Varvažovská, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 9. 12. 2021

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 13. 12. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 12. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zážitekový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje" jsem vypracovala 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 autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.11.2021

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat Ing. Pavle Varvažovské, Ph.D. za trpělivost, vstřícnost, ochotu, a především cenné rady a vedení v průběhu diplomové práce.

Zážitkový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje

Abstrakt

Diplomová práce je napsaná na téma Zážitkový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje. V dnešní náročné době nestačí zaujmout lidi pouze místem či památkou samotnou, ale je potřeba spojit tuto atraktivitu se zážitkem. Lidé jsou rádi součástí událostí, nechtějí pouze přihlížet, ale rádi si z místa odnesou zážitky. Hlavním cílem je návrh s využitím potenciálu zkoumané lokality Královéhradecký kraj tak, aby bylo území atraktivnější po domácí i zahraniční turisty.

Teoretická část práce vychází ze studia literatury na téma cestovní ruch, zážitková turistika, regiony, regionální rozvoj a destinační management. Pomocí těchto získaných znalostí byla zpracována praktická část diplomové práce.

V úvodu praktické části je charakterizováno prostředí Královéhradeckého kraje a analyzována aktuální nabídka zážitkové turistiky. Poté autorka diplomové práce provedla terénní šetření pomocí osobního dotazníkového šetření mezi návštěvníky Královéhradeckého kraje. S využitím polostandardizovaných rozhovorů je zjištěn postoj odborníků z destinačních společností. Pomocí všech zjištěných dat byly navrženy možnosti k zatraktivnění Královéhradeckého kraje pro turisty.

Klíčová slova:

cestovní ruch, zážitkový cestovní ruch, region, zážitková turistika, destinace, rozvoj, zážitky, produkt, turista

Adventure tourism as a factor of regional development

Abstract

The degree thesis is written on the topic of adventure tourism as a factor of regional development. In today's challenging times it is not enough to attract people only to the place or monument itself but it is necessary to combine this attractiveness with the experience, because people would like to take away from the experience. The main goal is to design using the potential of the investigated locality Hradec Králové region so that the area is more attractive to native and foreign tourists.

The theoretical part of the work is based on the study of literature of tourism, adventure tourism, regions, regional development and destination management. With the help of this acquired knowledge, the practical part of the degree thesis was elaborated.

The introduction of the practical part characterizes the environment of the Hradec Králové region and the analyzed current offer of adventure tourism. Then the author of the degree thesis conducted a field survey using a personal questionnaire survey among visitors to the Hradec Králové region. Using semi-standardized interviews, the attitude of experts from destination companies is ascertained. With the help of all the obtained data, the possibilities for making the Hradec Králové region more attractive for tourists were proposed.

Keywords:

tourism, adventure tourism, region, experience tourism, destination, development, experience, product, tourist

Obsah

1	Úvod.....	11
2	Cíl a metodika práce	12
2.1	Cíl.....	12
2.2	Metodika	12
3	Teoretická východiska	14
3.1	Definice cestovního ruchu.....	14
3.2	Základní pojmy cestovního ruchu	15
3.3	Typologie CR.....	18
3.3.1	Formy cestovního ruchu.....	18
3.3.2	Druhy cestovního ruchu	21
3.4	Specifika trhu cestovního ruchu.....	23
3.5	Faktory ovlivňující cestovní ruch	23
3.5.1	Lokalizační faktory.....	24
3.5.2	Realizační faktory	24
3.5.3	Selektivní faktory.....	25
3.6	Zážitkový cestovní ruch	25
3.6.1	Formy zážitkového cestovního ruchu.....	27
3.7	Regiony.....	29
3.8	Regionální rozvoj.....	30
3.8.1	Teorie regionálního rozvoje	30
3.8.2	Faktory v regionálním rozvoji	30
3.9	Cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje	31
3.10	Destinace cestovního ruchu	31
3.10.1	Destinační management	32
3.10.2	Destinační společnosti v České republice	32
4	Charakteristika prostředí – Královéhradecký kraj.....	35
4.1	Geografické předpoklady	35
4.2	Demografické předpoklady	36
4.3	Socio-ekonomické předpoklady	37
4.4	Dopravní infrastruktura.....	38
4.5	Cestovní ruch.....	41

4.5.1	Nabídka produktů zážitkového cestovního ruchu.....	42
5	Terénní šetření.....	46
5.1	Kvantitativní šetření	46
5.1.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	48
5.1.2	Vyhodnocení výzkumných otázek	58
5.2	Kvalitativní šetření.....	59
5.2.1	Rozhovor se zástupcem destinační společnosti Centrála cestovního ruchu KHK59	
5.2.2	Rozhovor se zástupcem Společnosti pro destinační management Broumovska	61
5.2.3	Zhodnocení kvalitativní části	63
5.3	Návrh pro podporu cestovního ruchu.....	64
6	Výsledky a diskuze	65
7	Závěr.....	67
8	Seznam zdrojů	68
8.1	Knižní zdroje	68
8.2	Internetové zdroje.....	69
9	Přílohy	72
9.1	Dotazník.....	72

Seznam obrázků

Obrázek 1:	Trojúhelní přístupu k cestovnímu ruchu cíleného zážitku	26
Obrázek 2:	Geografická mapa Královéhradeckého kraje.....	36
Obrázek 3:	Osídlení v Královéhradeckém kraji	37
Obrázek 4:	Hlavní silniční síť v Královéhradeckém kraji.....	38
Obrázek 5:	Železniční síť v Královéhradeckém kraji	39
Obrázek 6:	Rozdělení území Královéhradeckého kraje na turisticky významná území	41
Obrázek 7:	Příjezdy turistů do České republiky	60

Seznam tabulek

Tabulka 1: Prostorová organizace řízení cestovního ruchu v ČR	33
Tabulka 2: Přehled destinačních společností pro Královéhradecký kraj	34
Tabulka 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle v Královéhradeckém kraji za rok 2020 .	45
Tabulka 4: Důvody návštěvy Královéhradeckého kraje.....	48
Tabulka 5: Informační zdroje pro získání informací o navštíveném místě	49
Tabulka 6: Vybrané formy zážitkové turistiky	50
Tabulka 7: Vysvětlení pojmu zážitek ve spojitosti s cestovním ruchem.....	51
Tabulka 8: Zhodnocení kvalitativní části	63

Seznam grafů

Graf 1: Vývoj založení destinačních společností	33
Graf 2: Návštěva atraktivity s kulturním programem nebo bez kulturního programu ...	49
Graf 3: Částka vynaložená na zážitkovou turistiku	52
Graf 4: Atraktivita jednotlivých krajů z hlediska zážitkového cestovního ruchu	53
Graf 5: Atraktivita jednotlivých oblastí KHK z hlediska zážitkového cestovního ruchu	54
Graf 6: Spokojenost s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v KHK	54
Graf 7: Pozitivní vnímání změny v množství turistů po pandemii koronaviru	55
Graf 8: Dodržování hygienických a ochranných opatřeních	56
Graf 9: Sociální postavení respondentů.....	56
Graf 10: Pohlaví	57
Graf 11: Věk	57
Graf 12: Přenocování - porovnání v letech 2019, 2020, 2021.....	62

Seznam použitých zkratk

ČR – Česká republika

KHK – Královéhradecký kraj

CR – cestovní ruch

1 Úvod

Cestovní ruch je bezesporu nedílnou součástí dnešního moderního světa. Rostou požadavky na všechny dodavatele služeb, cestovní ruch nevyjímaje. Většina lidí neboli laická veřejnost si pod cestovním ruchem představí zájezd k moři či nějaký výlet uskutečněný cestovní kanceláří.

Od jeho historického rozvoje v 18.století a pořádání první organizované cesty v 19.století Thomase Cookem prošel cestovní ruch dynamickým rozvojem. Dnes má zákazník na výběr z mnoha cestovních kanceláří, cestovních agentur a zážitkových agentur. Na cestovním ruchu se postupně staly obyvatelé spousty navštěvovaných lokalit závislí. Příjezdy turistů velice přispívají ekonomice cestovního ruchu v dané destinaci. Návštěvníci většinou využijí více služeb, které místo nabízí. Proto lze tvrdit, že cestovní ruch může být přínosem pro regionální rozvoj a mělo by mu být, především v současné době, věnováno více prostředků a větší podpora ze strany státu i obyvatel.

Vezmeme-li v potaz, že samotný cestovní ruch se stal postupem času ekonomickým přínosem, pak v případě zážitkového cestovního ruchu může do místa vnést větší atraktivitu. V České republice existuje několik destinačních společností, které zajišťují propagaci svěřených oblastí, účastní se konferencí, pracují s aktuálními daty a vnáší do českého turismu nádech moderního cestovního ruchu právě často spojeného se zážitky.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl

Cílem práce je návrh možnosti využití potenciálu zážitkového cestovního ruchu pro domácí turisty v Královéhradeckém kraji. Součástí cíle je první dílčí cíl, a to zhodnocení současného stavu nabídky a spotřeby produktů zážitkového cestovního ruchu a zhodnocení potenciálu propagace nabídky produktů zážitkového cestovního ruchu. K druhému dílčímu cíli bude využito dotazníkového šetření s úmyslem zjistit jaký mají lidé zájem o produkty cestovního ruchu spojeného se zážitky. Na základě výsledků bude sestaven návrh pro podporu cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji. Třetím dílčím cílem bude uskutečnění rozhovorů s odborníky v cestovním ruchu a zjištění aktuálního stavu z jejich pohledu.

2.2 Metodika

Teoretická část, charakteristika prostředí a analýza stávajícího stavu budou vycházet ze studia knih a elektronických zdrojů.

Praktická část bude uskutečněna formou průzkumu aktuálního stavu a bude vycházet z kvantitativního a kvalitativního sociologického šetření v Královéhradeckém kraji.

Kvantitativní šetření bude probíhat pomocí dotazníkového šetření mezi veřejností, které bude uskutečněno na třech místech Královéhradeckého kraje, v Hradci Králové, v Jičíně a v Rychnově nad Kněžnou. Celé šetření bude probíhat v době prodlouženého víkendu od 25. – 28.9. 2021. Pro přípravu těchto dotazníků bude využito získaných teoretických znalostí. Dotazník bude obsahovat převážně uzavřené otázky, ale budou tam zahrnuty i otázky polouzavřené. Výsledky budou zpracovány do grafů či tabulek s prezentací výsledků.

Kvalitativní šetření bude vycházet z polostandardizovaných rozhovorů mezi aktéry v odborné veřejnosti ve zvoleném regionu, konkrétně v destinačních společnostech. Pro všechny jsou připraveny stejné otázky.

Výsledky rozhovorů a dotazníků budou zhodnoceny a diskutovány. Na závěr bude proveden vlastní návrh možností, jak lze podpořit cestovní ruch v kraji.

Výzkumné otázky

- **Výzkumná otázka č. 1:** Více než 40 % respondentů vyhledává atraktivitu, jež jsou obohacené o zážitky.
- **Výzkumná otázka č. 2:** Více než 40 % respondentů je spokojeno s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji.

3 Teoretická východiska

3.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch se v dnešní době dotýká všech lidí, ať už jsou to zaměstnanci podniků či organizací poskytujících služby, samotných účastníků cestovního ruchu, tak i obyvatel navštěvovaných míst. Rozvoj cestovního ruchu ve městě, lokalitě či regionu může vyřešit rozvojové problémy (Kotíková, 2013, s. 11).

Možností, jak definovat pojem cestovní ruch je celá řada. Například Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) poukazují na to, že je složité tento jev definovat přesně. Při správném výkladu je podstatné, z jakého hlediska vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán. Ekonomicky laděná definice považuje cestovní ruch za součást spotřeby obyvatelstva, která je doprovázena přesunem kupních fondů do míst cestovního ruchu. Měl by být chápán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou a rozdělen na sektor ubytovacích služeb, atrakcí, dopravy, zprostředkovatelů a organizací.

Podle známé světové organizace UNWTO (1995), jejíž definice cestovního ruchu je považována za mezník mezi jednotlivými charakteristikami, zní formulace následovně: *Cestovní ruch je „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. Vychází z konference UNWTO konané v Ottavě v roce 1991 (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 18). Tato definice se považuje za důležitou především z toho důvodu, že nechápe cestovní ruch pouze jako činnost spojenou za cestováním ve volném čase, ale také jako cestování za obchodem a jinými motivy (Kotíková, 2013, s. 16).

Tuto důležitou charakteristiku prezentují také autoři Goeldner a Ritchie (2014) ve své knize. Definice dle UNWTO zní jejich slovy takto: *„Cestovní ruch zahrnuje aktivity osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to na déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů“*. Pod pojmem obvyklé prostředí lze rozumět vyloučení výletů v místě obvyklého

pobývání, opakované cesty mezi pracovištěm a domovem a další cesty obdobného charakteru.

Švýcarští vědci Kurt Kraft a Walter Hunziker jsou autory jedné z prvních definic cestovního ruchu. Výklad zní takto: „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytů na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti*“ (Kotíková, 2013, s. 15).

Definice švýcarských vědců posloužila jako východisko pro tzv. St. Gallenskou definici cestovního ruchu, která byla přijata na konferenci cestovního ruchu v St. Gallen v roce 1971. Tato definice byla přijata sdružením Aiest (Kotíková, 2013, s. 15).

Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu (Aiest) definuje cestovní ruch jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 18).

3.2 Základní pojmy cestovního ruchu

Pro bližší pochopení pojmu cestovní ruch jsou charakterizovány jednotlivé pojmy, které s cestovním ruchem úzce souvisí.

Objekt cestovního ruchu

Pod pojmem objekt cestovního ruchu si lze představit téměř vše, co může účastníka cestovního ruchu přimět změnit místo trvalého pobytu. Objekt je nositelem nabídky a může být jak cílovým místem neboli destinací cestovního ruchu s turistickými centry a kulturně-historickými a přírodními atraktivitami, tak i podniky zprostředkující služby během trvání pobytu a dopravy do cílového místa (Beránek, 2013).

Průmysl cestovního ruchu

Průmysl je v tomto pojetí chápán jako souhrn poskytovaných služeb soukromými a veřejnými firmami či organizacemi, které se podílí na distribuci, vývoji, marketingu a poskytování produktů a služeb určené pro potřeby návštěvníků. Průmysl cestovního ruchu zahrnuje ubytovací a stravovací služby, činnosti cestovních kanceláří

a doprovodných služeb, kterými jsou například služby dopravní, animační a finanční (Pásková a Zelenka, 2002).

Ekonomika cestovního ruchu

Rozšířenějším pojmem je ekonomika cestovního ruchu, která kromě aktivit zahrnutých do průmyslu cestovního ruchu pojímá i veškeré nepřímé ekonomické aktivity spojené s realizací cestovního ruchu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 18).

Satelitní účet cestovního ruchu

Měří ekonomické přínosy cestovního ruchu. Technika tvorby je předepsána tak, aby bylo možné identifikovat a prokázat podíl cestovního ruchu na výkonu jednotlivých odvětví a celkové přínosy pro národní ekonomiku (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

Cestování

Cestováním rozumíme nejenom cestovní ruch, ale může být spjato s jinými motivy, které nepatří do cestovního ruchu (např. cesta do práce) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

Turistika

Jedná se o činnost spojenou s pohybovou aktivitou (cykloturistika, horská turistika, vodní turistika apod.) a je pouze jednou částí cestovního ruchu (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

Turista

Osoba neboli dočasný návštěvník, který se na místě zdrží alespoň 24 hodin, ovšem ne déle než jeden rok (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

V závislosti na délce pobytu se dle autorky Heskové a kol. (2011) turista rozlišuje:

Turista na dovolené

Turista, jenž setrvává na daném místě více než určitý počet dnů nebo nocí.

Krátkodobě pobývající turista

Cestuje do jiného místa na dobu nepřekračující limit předchozí definice, avšak nejméně 24 hodin (Hesková a kol., 2011).

Subjekt cestovního ruchu

Subjektem je označován dle ekonomického konceptu každý, kdo při cestování uspokojuje své potřeby pomocí spotřeby statků cestovního ruchu a je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu. Subjektem v tomto pojetí se rozumí jak návštěvník turista, výletník, tak i stálý obyvatel (Beránek, 2013).

Výletník

V domácím cestovním ruchu se tak nazývá osoba s trvalým bydlištěm v dané zemi cestující do jiného místa, než je její trvalé bydliště, na dobu kratší než 24 hodin, bez přenocování a s hlavním účelem jiným, než je výdělečná činnost (Drobná a Morávková, 2007).

V mezinárodním cestovním ruchu se výletníkem rozumí osoba cestující do jiné země mimo své trvalé bydliště na kratší dobu než 24 hodin, bez přenocování a s jiným hlavním účelem, než je výdělečná činnost (Indrová a kol., 2009)

Návštěvník

Návštěvník je osoba, jenž cestuje mimo místo svého trvalého bydliště, na dobu nepřesahující jeden rok a hlavním důvodem cesty není výdělečná činnost. Může se tedy jednat o turistu i výletníka (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

Rezident, stálý obyvatel

V dané zemi žije alespoň jeden rok, a to alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 19).

3.3 Typologie CR

V oboru existuje několik odborných třídění na různé druhy, typy a formy cestovního ruchu. V následujícím textu jsou uvedeny základní definice, které by měly být známy každému odborníkovi v tomto oboru.

3.3.1 Formy cestovního ruchu

Lze je rozdělit na základní a speciální formy. Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám a řadí se mezi ně tyto:

Rekreační cestovní ruch

Člověk regeneruje své psychické a fyzické síly a realizuje se ve vhodném rekreačním prostředí (vody, lesy, hory). Pro české prostředí je zvláštností chataření a chalupaření. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Kulturně poznávací cestovní ruch

Lidé formou tohoto cestovního ruchu mohou poznávat historii, kulturu, tradice apod. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Sportovně-turistický cestovní ruch

Využívá zájmu lidí o aktivní odpočinek jako například aktivní účast na sportovních činnostech. Lze sem zahrnout i pasivní účast na sportovních akcích (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Léčebný a lázeňský cestovní ruch

Zaměřuje se na léčbu, prevenci a relaxaci (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Specifické formy uspokojují zvláštní potřeby specializovaných cestovatelských segmentů. Jejich nabídka se podle aktuálních trendů bude neustále rozšiřovat. V současnosti se nabízí cestovní ruch mládežnický, seniorů, rodinný, lidí s tělesným handicapem, městský, venkovský, součástí je agroturistika, případně i ekoagroturistika, kongresivní a incetivní, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční,

gastronomický, cykloturistika a mototuristika, golfová turistika, sportovní lov, rybolov, karavanová turistika, nákupní turistika a další (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Dle autorky Ryglové a kol. (2011) jsou tyto specifické formy cestovního ruchu:

Cestovní ruch dětí a mládeže

Často je nazývána juniorskou turistikou. Tato forma cestovního ruchu je věkově omezena do 29 let. Sama je přitom rozdělena do tří kategorií:

- Děti pod 10 let
- Děti a mládež ve věku 10–19 let
- Mladí lidé 20–29 let

V České republice byl dříve tento druh cestovního ruchu rozšířen formou dětských pionýrských táborů.

Cestovní ruch seniorů (50+)

S prodlužující se délkou aktivního života by mohla být tato forma cestovního ruchu v budoucnosti populárnější. Opět se dělí na kategorie:

- Mladší senioři (50–64 let)
- Starší senioři (65–70 let)
- Veteráni (nad 70 let)

Kongresový a incentivní CR (KIT)

Běžně se používá zkratka KIT, ale v odborné sféře je používána i zkratka MICE.

Zde lze nalézt zaměření na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností, které jsou spojeny s cestováním. MICE akce se většinou konají ve větších metropolích a účastní se jich střední a vyšší vrstvy, které rádi utratí větší částku za cestování.

I MICE má své rozdělení na kategorie:

- Malé (do 50 účastníků) – seminář, školení, zasedání
- Středně velké (od 50 do 300 účastníků) – konference, sympozium
- Velké (více než 300 účastníků) – kongres, mezinárodní veletrh

Golfová turistika

Pro většinu hráčů na světě není golf pouze sport, ale setkávání s lidmi se stejným zájmem, kvalitní ubytování, dobré jídlo a příjemné prostředí. U golfové turistiky je očekáván vyšší standard služeb a dobrá turistická infrastruktura.

Rozdělení do kategorií je u této turistiky trochu jiné než u předešlých:

- Golfista mezi 30-60 lety – člen golfového klubu, čte tematické články
- Golfista-turista – aktivně cestuje za golfem
- Golfista-objevitel – hledá něco jiného, než mu nabízí hřiště v jeho zemi

Lázeňství a wellness

Forma cestovního ruchu lázeňství je zaměřena právě na lázně a léčení fyzických a duševních sil. Pobyty se absolvují na delší dobu, zpravidla minimálně na 14 dní. Většinou se jedná o zdravotní prevenci. Moderní lázeňství můžeme definovat pomocí 6R (s překladem do angličtiny): léčení, rehabilitace, obnova, odpočinek, uvolnění, potěšení. Lázeňská místa bývají spojena s léčivými zdroji, kvůli kterým jsou tato místa navštěvována.

Člení se podle způsobu úhrady a čerpání služeb:

- Komplexní – hrazeno zdravotní pojišťovnou (důvodem bývá právě zdravotní omezení)
- Příspěvková – hrazena pouze část nákladů
- Samoplátcovská – účastník si hraří vše sám

Cestovní ruch na venkově

Je označován také pojmem venkovská turistika. Rozlišovat můžeme agroturistiku (pobyty na farmách) a ekoagroturistiku (ekologicky hospodařící podniky). Díky obyvatelům měst, kteří mají čím dál větší potřebu si odpočinout od městského života a utíkají z každodenního ruchu, se více tento druh turistiky rozvinul. V České republice se venkovní turistice věnují konkrétní asociace.

Cestovní ruch na venkově není pouze přínosem pro městské lidi, ale také pro farmy a blízké okolí samotné. Přispívá k zachování tradic, nabízí prostor pro rozvoj dalších podnikatelských aktivit, vytváří daňové příjmy pro obce a napomáhá k ekonomickému rozvoji obce.

Subproduktem venkovské turistiky se stává hipoturistika (turistika spojená s jízdou na koni).

Pěší a cykloturistika

Pěší turistika se dlouhodobě těší zájmu turistů, ale i přesto vznikla inovace „nordic walking“ neboli chůze s použitím hůlek. Konají se mezinárodní srazy nazývané Eurorando.

Cykloturistika je v posledních 15 letech větším a větším fenoménem. Dříve byla pro starší věkové kategorie lepší pěší turistika, ale se současným vývojem elektrokol se tato věková kategorie nebojí zapojit i do cykloturistiky.

Klub českých turistů spravuje veškeré trasy a cyklotrasy, u kterých došlo v posledních letech k velkému rozmachu.

Celonárodní certifikační systém „Cyklisté vítání“ je udělován stravovacím a ubytovacím zařízením za splnění určitých podmínek.

Náboženský cestovní ruch

Můžeme jej nazývat také církevní turistika. Zakládá si na navštěvování poutních míst, míst církevních slavností a míst návštěvy významných církevních osobností věřícími. V České republice není náboženský cestovní ruch tolik rozvinutý, i přesto, že zde najdeme spoustu církevních památek a pozoruhodností.

Kosmická turistika

Prvním „vesmírným turistou“ se stal podnikatel Dennis Tito. Za strávení 7 dnů na mezinárodní kosmické stanici zaplatil 20 mil. USD. V plánu byly suborbitální lety v délce 2,5 hodiny. Nyní byl tento typ turistiky pozastaven z důvodu navyšování vlastních sil.

3.3.2 Druhy cestovního ruchu

Dle autorky Ryglové a kol. (2011) se dělí:

Podle vztahu k platební bilanci

Domácí – cestují pouze v rámci jedné země a nepřekračují hranici

Zahraniční – dělí se na aktivní (příjezd cizinců do země) a pasivní (výjezdy domácích turistů)

Tranzitní – průjezd cestujícího danou zemí bez přenocování

Podle místa převažující realizace

Vnitřní – dělí se na domácí (cestování místních obyvatel po vlastní zemi) a aktivní (cestování a pobyt cizinců v dané zemi)

Národní – domácí cestovní ruch a výjezdový cestovní ruch

Mezinárodní – veškerý cestovní ruch, kde dojde k překročení hranic

Podle způsobu financování

Volný – účastník si vše hradí a zajišťuje sám

Vázaný – částečná úhrada z podnikových, kulturních fondů a fondů sociálních potřeb (například lázně, podniková rekreace, dětská rekreace)

Podle délky pobytu

Krátkodobý – doba pobytu do 3 nocí

Dlouhodobý – doba pobytu delší než 3 noci

Podle způsobu účasti

Organizovaný – cestu zprostředkovává cestovní kancelář či jiná organizace

Neorganizovaný – účastník si vše hradí a zajišťuje sám

Podle účastníků

Individuální – návštěvník se účastní sám či s rodinou

Kolektivní – skupinový či masový cestovní ruch

Podle ročního období

Sezonní – letní, zimní (vysoká koncentrace turistů)

Mimosezonní – nízká návštěvnost míst, levnější služby

Podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí

Tvrdý – masový turismus, kde jde především o zisk bez ohledu na poškození prostředí navštíveného místa

Měkký – šetrný k životnímu prostředí navštíveného místa

3.4 Specifika trhu cestovního ruchu

Trh cestovního ruchu je závislý na přírodních a historických atraktivitách, ovlivňují ho politicko-správní podmínky, politická stabilita či nestabilita v destinaci a míra podpory ze strany orgánů státní správy a samosprávy. Výrazně jej ovlivňuje sezónnost a přírodní či další nepředvídatelné jevy. Produkt cestovního ruchu je nehmotný, protože jej nelze vyrábět do zásoby na sklad. Realizace a spotřeba služeb jsou vázány na místo a čas, také je důležité vyzdvihnout veliký podíl lidské práce. Nabídka a poptávka spolu úzce souvisí, například ceny zájezdu klesnou v případě, že je zvýšená poptávka po zájezdě do této destinace (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch je cestovním ruchem, který nepoškozuje přírodní, sociální ani kulturní prostředí. Dle normy EU má koncept rozvoje a plánování cestovního ruchu za úkol chránit a zachovat prostředí a respektovat život místních obyvatel. Maximální zatížení konkrétního území cestovním ruchem bez narušení životního prostředí, kvality spokojenosti a zážitků strávených návštěvníky, ukazuje únosná kapacita. Do této kapacity patří únosné kapacity fyzické, ekonomické, ekologické, psychologické a socio-kulturní (Pásková, Zelenka, 2002).

3.5 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Faktory, které ovlivňují cestovní ruch se dělí do tří kategorií: lokalizační, realizační a selektivní.

3.5.1 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory jsou dány územím a tím jsou neměnné. Patří mezi ně přírodní podmínky a společenské atraktivita.

Přírodní podmínky

Cestovatelé vyhledávají horské a pobřežní oblasti s množstvím geologických zvláštností (krasové oblasti, divoké horské oblasti), zajímavé scenérie, dobré klimatické podmínky, neobvyklou modelaci terénu. V České republice jsou hlavními vyhledávanými přírodními atrakcemi národní parky (České Švýcarsko, Krkonošský, Šumava, Podyjí) a rezervace v seznamu kulturního dědictví UNESCO. Pro hodnocení zájmového území existuje kategorie estetické dispozice krajiny, která stojí mimo jakékoliv seznamy či zákonná ochranná opatření. Je nezbytnou složkou cestovního ruchu a zaměřuje se na „pohledové“ vjemy (cyklosturistika, pěší turistika a běžky) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Společenské atraktivita

V tomto případě se jedná o památky, a to především ty, které jsou zapsány v seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. V České republice jich je celkem dvanáct. Ty ostatní památky jsou vnímány jako doplňující atraktivita. Do této kategorie lze také zahrnout různé významné události, zvyky a slavnosti, velký růst zažívá gastronomie. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011)

3.5.2 Realizační faktory

K tomu, aby se účastník cestovního ruchu dostal do dané oblasti, je potřeba právě využití realizačních faktorů, tedy dopravy a infrastruktury (ubytovacích služeb, stravovacích služeb a dalších služeb v cestovním ruchu). Pro růst ekonomiky je důležité, aby byl přínos z cestovního ruchu dlouhodobý, a proto je potřeba, aby byla k dispozici dostatečná kapacita služeb, odpovídající nabídka služeb a jejich kvalita. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.5.3 Selektivní faktory

Stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu a určují, zda vůbec někdo přijede, kdo to bude a také v jakém počtu. Kromě tohoto je také důležité zmínit, že tyto faktory určují, zda cestovní ruch může v dané oblasti existovat. K těmto faktorům patří objektivní stimulační faktory (úroveň řízení destinace, úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty, vnímání důležitosti cestovního ruchu politiky, od něž se odvíjí úroveň veřejné podpory cestovního ruchu, příjmová situace potencionálních hostů) a subjektivní stimulační faktory (psychologické faktory, marketingové faktory, jako je postavení hodnoceného území v konkurenci) (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011).

3.6 Zážitkový cestovní ruch

Autorka knihy Cestovní ruch, Alena Lochmannová (2015) uvádí, že zážitkový cestovní ruch je *„forma cestovního ruchu, kdy motivem účastníků je buď vyhledávání zážitků, jež jsou odlišné od všedního života, nebo vyhledávání vzrušení. Může se jednat o vyhledávání a prožívání sociálních kontaktů s přírodou a kulturním prostředím, nebo o vyhledávání zážitků v rámci atrakcí.“*

Zážitková turistika se využívá nejvíce na místech, ke kterým se váže zajímavý příběh a také tam je možné uspořádat akci, do které se může návštěvník aktivně zapojit a odnést si tím nějaký zážitek. Hlavním cílem je nabídnout účastníkům aktivní formu poznávání pomocí silného emotivního zážitku. Zážitkový cestovní ruch je ekonomicky přínosný jak pro firmy, které tuto formu turistiky provozují, tak pro obce a města. V dané lokalitě se tím zvýší příjmy z cestovního ruchu, protože finance nejsou získávány pouze ze vstupného, ale i z doplňkových aktivit (Hesková, 2006, s. 223).

Zážitek je jakýkoliv duševní jev, který jednotlivec prožívá a vnímá. Je citově ovlivněný a je považován za zdroj osobní zkušenosti. Zážitky se kumulují celý život a duševně obohacují život člověka (Hartl & Hartlová, 2010).

Zážitková turistika je brána jako osobní a subjektivní prožitek, jenž může vyvolat u turisty osobní pocit proměny. Následující obrázek obsahuje model, ze kterého je možné porozumět aspektům cíleného zážitku v turistických produktech.

Obrázek 1: Trojúhelní přístup k cestovnímu ruchu cíleného zážitku



Zdroj: Dvořáková, Hájková, Folbergerová (2006)

Základem této teorie je trojúhelníkový přístup k zážitkům z produktu cestovního ruchu. Tento trojúhelník je příkladem, který představuje ideální produkt, ve kterém je zastoupena každá část zážitkového cestovního ruchu. Pomáhá zanalyzovat samotný produkt a najít způsoby rozvoje produktu. Trojúhelník obsahuje pět úrovní:

Fyzická úroveň vzbuzuje samotný zájem turisty. Zohledňuje se samotný produkt, přání a očekávání návštěvníka. Produkt se dostává k veřejnosti pomocí marketingu, který by měl být co nejosobnější.

Motivační úroveň využívá smysly a vjemy účastníků. Produkt je přijímán, zkoušen a následně přijat do podvědomí.

Na **rozumové úrovni** je vytvářena smyslová stimulace za pomoci okolí a vzájemného působení učení a přemýšlení. Zde podnik zjistí, zda existuje spokojenost s produktem. Produkt v této úrovni nabízí naučení se něčeho nového a možnost vyzkoušení zážitku.

V **emocionální úrovni** dochází k samotnému prožití vybraného zážitku. Při splnění předchozích úrovní produktu by zde mělo dojít ke kladné emoční reakci, zábavě či dokonce potěšení ze získání nových znalostí.

Nejvyšší úrovní produktu je **mentální část**. Silná emotivní reakce z jedinečného zážitku může vést k osobní proměně, přinášející trvalou modifikaci stavu mysli nebo životního stylu. Díky cílení zážitku může někdo získat nový koníček, změnit způsob myšlení či najít nový smysl sebe sama (Dvořáková, Hájková, Folbergerová, 2006).

3.6.1 Formy zážitkového cestovního ruchu

Mezi formy zážitkového cestovního ruchu patří:

Adrenalinový cestovní ruch

Pro účastníky je zajímavý díky aktivitám spojeným s určitou mírou rizika. Příkladem těchto aktivit jsou adrenalinové sporty jako bungee-jumping, rafting, jet boating, zorbing či extrémní lyžování (Pásková, Zelenka, 2002).

Drogový cestovní ruch

Jedná se o formu pseudo-cestovního ruchu. Lákadlem se se pro účastníky stává získávání a požívání drog. Tyto činnosti jsou často spjaté s meditací a různorodými rituály, které ovšem mají spíše komerční charakter. Drogový cestovní ruch je uskutečňován v zemích se snadnou dostupností k lehkým drogám, především v Indii a v zemích Latinské Ameriky (Pásková, Zelenka, 2002).

Gamblerský cestovní ruch

Stejně jako u drogového cestovního ruchu se jedná o formu pseudo-cestovního ruchu, kdy jsou účastníci namotivováni hráčskou vášní, která může vyvrcholit až v duševní chorobu. (Pásková, Zelenka, 2002).

Gurmánský cestovní ruch

Podle WTC (World Tourism Association) není gastronomický cestovní ruch dostatečně propagován. Gastronomie se po kultuře a přírodě řadí až na třetí místo mezi motivy pro navštívení dané destinace (Berbel-Pineda et al,2019).

Kosmický cestovní ruch

Prvním „vesmírným turistou“ se stal podnikatel Dennis Tito. Za strávení 7 dnů na mezinárodní kosmické stanici zaplatil 20 mil. USD. V plánu jsou suborbitální lety v délce 2,5 hodiny (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Meditační cestovní ruch

Motivací pro účastníky je nabytí psychické rovnováhy prostřednictvím různých meditačních technik. Typické jsou odlehlé a klidné oblasti s nízkou koncentrací infrastruktury a nízkou intenzitou cestovního ruchu. Mezi tyto navštěvované lokality patří především oblast jihovýchodní Asie, Tibet, Thajsko, Indie. (Pásková, Zelenka, 2002).

Sexuální cestovní ruch

Taktéž forma pseudo-cestovního ruchu, jehož motivace je založena na vyhledávání neobvyklých či nedostupných sexuálních zážitků. Sexuální cestovní ruch je často spojován s exotickými cílovými destinacemi. (Lochmannová, 2015).

Sportovní cestovní ruch

Sportovní cestovní ruch je především aktivní forma cestovního ruchu formou aktivní účasti na sportovních událostech (pěší či horská turistika, plavání, golf, lyžování apod.), součástí je i pasivní účast na těchto událostech (diváci na mistrovství světa, automobilové závody, olympijské hry atd.) (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Virtuální cestovní ruch

Poukazuje na unikátní formu cestovního ruchu, která láká své účastníky na smyslové cestování ve virtuálním prostoru, který je vytvořen počítačem a technickými prostředky (Pásková, Zelenka, 2002).

3.7 Regiony

Region lze definovat jako oblast, prostor či místo, která má jasně stanovené hranice a určité vlastnosti nebo jako určitou část státu. Pro rozlišení se používají charakteristiky fyzikální (charakter krajiny, např. hornatá, zalesněná apod.), klimatu (arktické, dešťové, tundra, poušť), kulturní (jazyk), etnický původ, sdílená historie (Skokan, 2003, s. 11).

Na základě nahlížení na pojem region může být rozlišena infrastruktura (dopravní, vzdělávací, sociální), zájmy, které jsou představovány společným zájmem obyvatel, sociálních skupin, institucí a firem. Dle tohoto pohledu lze definovat region takto: „Region je vymezené území s definovanými prvky, ve kterém existuje specifická, funkční a související infrastruktura a prosazuje se společný zájem na rozvoji regionu a zlepšení blahobytu obyvatel. Region tak představuje systém s cílovým chováním.“ (Skokan, 2003, s. 12)

V odborné literatuře se můžeme setkat s řadou snah o typologizaci regionů podle různých kritérií. Nejnovější a také nejvíce citovanou je typologizace regionů zpracovaná německým geografem H.H. Blotevogelem, který rozlišuje typy regionů:

Reálné neboli analytické regiony

Slouží vědeckému poznání a jeho snahám o vědecké uspořádání reality. Rozlišujeme dva typy těchto regionů, kterými jsou jednoznačně lokalizovatelné regiony (povodí řeky) a funkční regiony (krajina, městský region apod.) (Wokoun a kol., 2011, s. 282 - 283).

Regiony vymezené lidskými aktivitami a činnostmi

Vznikají každodenním jednáním aktérů (různých skupin, firem, sdružení, obcí a měst). Pro představu lze například uvést územně plánovací regiony nebo území dobrovolných svazků obcí a měst (Wokoun a kol., 2011, s. 282 - 283).

Regiony, které jsou jako regiony vnímány

Vznikají prostřednictvím médií, politiky či jiné společenské komunikace. Opět pro představu lze uvést regiony osobní nebo společenské identity anebo regiony jako oblast působnosti politického jednání (Wokoun a kol., 2011, s. 282 - 283).

3.8 Regionální rozvoj

Rozvoj se používá ve více souvislostech, jako je např. rozvoj ekonomický, regionální, technický a jiný. Dlouhodobě byl pojem rozvoj spojován s ekonomikou, a to především jako ekonomický růst (Skokan, 2004, s. 12).

Regionální rozvoj je souhrn procesů, které probíhají v rámci systému regionů. Jeho podporou se zabývá regionální politika (Skokan, 2004, s. 13).

3.8.1 Teorie regionálního rozvoje

Jeden z pohledů na regionální rozvoj reprezentuje Sweeny (1995) ve dvou skupinách:

- teorie lokalizace – pojednávají o hospodářsko-prostorové struktuře regionu, o firmách a problémech ekonomické lokalizace
- teorie regionálního rozvoje – soustředí se na popis a vysvětlení regionálně odlišných procesů růstu a rozvoje. Rozlišují se zde:
 - teorie založené na přístupu „shora – dolů“ s podporou exogenních faktorů růstu
 - teorie založené na přístupu „zdola – nahoru“ s podporou endogenních faktorů (Skokan, 2004, s. 13)

3.8.2 Faktory v regionálním rozvoji

Na rozvoj regionu působí tzv. lokalizační faktory, které ovlivňují sídelní strukturu a umístění firem a institucí v regionu. Mezi faktory patří:

- přírodní podmínky
- dostupnost výrobních faktorů
- dostupnost zdrojů vstupů do výroby a přístupů na trhy
- prostorové rozmístění zdrojů a dopravní infrastruktura
- úroveň technického pokroku
- přítomnost velkých národních a nadnárodních firem
- aglomerační efekty jako důsledek koncentrace podniků a sídel

- úroveň technické a institucionální infrastruktury a veřejných služeb
- regionální prostředí
- přítomnost kvalifikované pracovní síly, sítě dodavatelů a služeb a vazby na trhy
- nehmotné sociální faktory (Skokan, 2004, s. 14)

3.9 Cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje

Jak bylo již párkrát zmiňováno, cestovní ruch se podílí na vývoji ekonomiky v dané destinaci. Při dostatečném vynaložení prostředků může vyrovnávat ekonomické rozdíly mezi regiony. Cestovní ruch působí kladně na platební bilanci státu, zdroj příjmů a tvorbu pracovních míst (Šauer a kol., 2015).

V širším pojetí jsou přínosy chápány pro platební bilanci na úrovni státu. V obecném přístupu je rozšířen na veškeré územní jednotky (státy, regiony, mikroregiony a makroregiony). Na nižší územních úrovních platební bilance neexistuje. Cestovní ruch je tedy závislý na regionálním rozvoji a míře úspěšnosti destinací, na samotném přírodním a kulturním potenciálu. S cestovním ruchem souvisí především lidská síla, bez které by nemohly být poskytovány služby. Tím zase naopak vznikají v místech s frekventovanějším cestovním ruchem pracovní pozice pro obyvatele dané destinace (Šauer a kol., 2015).

3.10 Destinace cestovního ruchu

Z geografického hlediska je destinace definována jako územní celek s ucelenými postupy pro rozvoj cestovního ruchu, s totožnou kapacitou území a shodným životním cyklem cestovního ruchu (Vystoupil a Šauer, 2006).

Podle známé světové organizace WTO je destinace definována jako *„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“* (Vystoupil a Šauer, 2006).

V České republice je nejpoužívanější definice dle Páskové a Zelinky (2002), kteří pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí: *„cílovou oblast v daném regionu,*

pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků“ (Holešinská, 2012, s. 43).

3.10.1 Destinační management

Pro správné pojetí **destinačního managementu** je potřeba se na destinaci dívat ze dvou úhlů pohledů. Prvním z nich je skutečnost, že destinace představuje pro danou instituci území, které ji vymezuje partnery spolupráce. Druhým úhlem pohledu je marketingový pohled, který chápe destinaci jako produkt cestovního ruchu neboli kompletní soubor nabídky dané destinace cestovního ruchu (Holešinská, 2012, s. 45).

Při přesnějším definování si pod pojmem destinační management lze představit tuto definici: „*Destinační management neboli řízení destinace je specifická forma řízení, která spočívá v procesu založeném na kooperaci (spolupráci) mezi jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci (tzv. princip 2K), přičemž klíčovým faktorem úspěšné realizace destinačního řízení je vzájemná komunikace (princip 3K)“* Holešinská, 2012, s. 47).

3.10.2 Destinační společnosti v České republice

Destinační společnosti se zabývají částí organizační, tj. kooperací a koordinací, činností rozvíjejících území v podmínkách, které stanovuje politika cestovního ruchu, nejčastěji představitelé státní správy a samosprávy (Holešinská, 2012, s. 72).

Tabulka 1: Prostorová organizace řízení cestovního ruchu v ČR

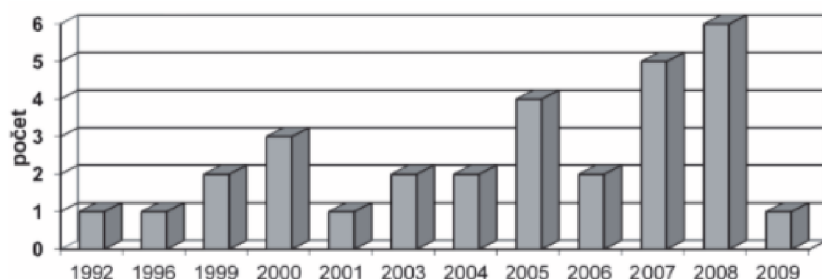
Prostorová úroveň	Politická linie (nositelé politiky cestovního ruchu)	Manažerská linie (destinační společnost)
Národní	ministerstvo	národní centrála cestovního ruchu*
Regionální	kraj	krajská destinační společnost
Subregionální	-	regionální destinační společnost
Lokální	obec (město)	lokální destinační společnost

* Nejedná se o klasickou formu destinačního managementu. Národní centrála cestovního ruchu má specifické postavení, čímž se dostává na pomezí politické a manažerské linie.

Zdroj: Holešinská, Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu (s. 72)

V České republice nelze přesně určit datum, kdy bylo započato řízení a organizace cestovního ruchu cíleně zaměřené na podporu rozvoje cestovního ruchu v destinaci. K většímu rozvoji pravděpodobně došlo po roce 2000, kdy je zaznamenáno více založených společností orientujících se na podporu rozvoje cestovního ruchu, na což poukazuje níže přiložený graf (Holešinská, 2012).

Graf 1: Vývoj založení destinačních společností



Zdroj: Holešinská, Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu (s. 72)

I přes značný posun ve vývoji neexistuje v dnešní době plně vyvinutá a vzájemně provázaná organizace cestovního ruchu manažerského typu. Základy první destinační společnosti se datují do roku 1992, kdy bylo založeno sdružení Český Ráj, ale nebylo plně zaměřeno na rozvoj cestovního ruchu. (Holešinská, 2012, s. 74).

Agentura CzechTourism spustila v roce 2018 kategorizaci organizací za cílem zkvalitnění výkonu činností v oblasti destinačního managementu a přispění ke zvýšení kvality a efektivity realizovaných marketingových aktivit. Kategorizace má podobu normy, která

definuje minimální požadavky na činnost organizací destinačního managementu. Vymezuje 4 kategorie: lokální, oblastní, krajskou a národní. Národní kategorii reprezentuje právě CzechTourism. (CzechTourism)

Destinačních společností v Královéhradeckém kraji je celkem devět. Pro lepší představu přidávám přehlednou tabulku.

Tabulka 2: Přehled destinačních společností pro Královéhradecký kraj

Zastoupení	Organizace	Sídlo organizace	Webové stránky
krajské	Centrála CR Královéhradeckého kraje	Pivovarské nám. 1245/2, Hradec Králové	www.ccrkhk.cz
oblastní	Hradecká kulturní a vzdělávací společnost s.r.o.	Československé armády 300/22, Hradec Králové	www.hradecko.eu
oblastní	Kladské pomezí o.p.s.	Němcové 2020, Náchod	www.kladskepomezi.cz
oblastní	Krkonoše - svazek měst a obcí	Zámek 1, Vrchlabí	www.krkonose.eu
oblastní	Orlické hory a Podorlicko	Panská 1492, Rychnov nad Kněžnou	www.mojeorlickehory.cz
oblastní	Podzvičinsko, z.s.	Holovousy 39, Hořice	www.podkrkonosi.eu
oblastní	Sdružení Český ráj, z.s.	Antonína Dvořáka 335, Turnov	www.cesky-raj.info
oblastní	Společnost pro destinační management Broumovsko o.p.s.	Klášteří 1, Broumov	www.broumovsko.cz
lokální	Revitalizace KUKS o.p.s.	Kuks 12, Kuks	www.revitalizacekuks.cz

Zdroj: vlastní zpracování dle dostupných informací CzechTourism

4 Charakteristika prostředí – Královéhradecký kraj

K analýze byl vybrán kraj Královéhradecký, ve kterém autorka diplomové práce žije a je o něm informována nejvíce.

4.1 Geografické předpoklady

Královéhradecký kraj se rozkládá v severovýchodní části České republiky. Jeho celková rozloha činí 4 758 km. Velké procento hranice kraje tvoří státní hranice s Polskem, celkem 40 %. Zbylou část hranic tvoří kraj Pardubický, Liberecký a Středočeský. Od Prahy je metropole Hradec Králové vzdálená 112 km. Kraj Královéhradecký zabírá 6 % rozlohy České republiky a řadí se tím na 9. místo ve velikosti krajů. Pro tento kraj je typická vysoká vertikální členitost reliéfu a různorodost krajinných typů. Vertikální rozdíl 1 400 m nadmořské výšky nejnižšího bodu hladiny řeky Cidliny v jižní části kraje, kde je 202 m.n.m. a nejvyššího vrcholu Sněžka, který je 1 602 m.n.m. je největším vertikálním rozdílem v rámci krajů České republiky. Na severu a severovýchodě se rozkládají pohoří Krkonoše a Orlické hory. Obě pohoří od sebe odděluje Broumovský výběžek. Mezi největší vodní toky patří Labe a jeho přítoky Metuje a Orlice. Pestrost fyzickogeografických poměrů kraje je dobrý předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu, a to především v horských oblastech. Královéhradecký kraj lze dokonce charakterizovat jako zemědělsko-průmyslový s bohatě rozvinutým cestovním ruchem. (kr-kralovehradecky.cz; Profil Královéhradeckého kraje)

Obrázek 2: Geografická mapa Královéhradeckého kraje

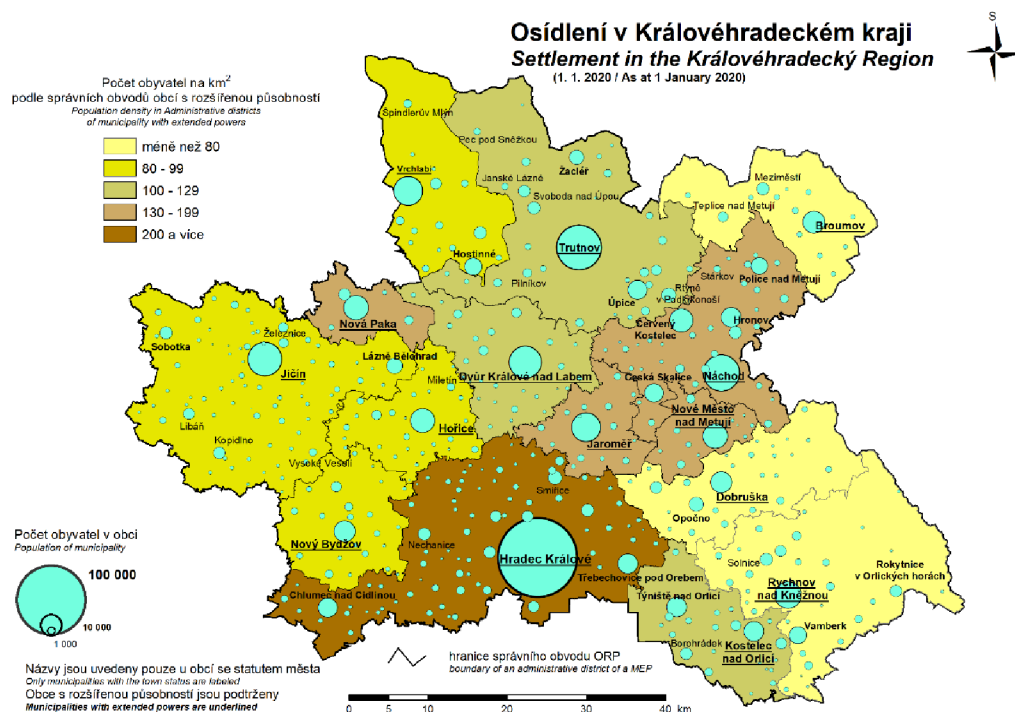


Zdroj: ČSÚ

4.2 Demografické předpoklady

Na celém území Královéhradeckého kraje je k 31.12.2020 zaznamenáno celkem 550 803 obyvatel. Sídelní strukturu ovlivňuje větší množství faktorů, kterými jsou exponovanost území, hustota osídlení a přírodní podmínky. V každém z okresů je rozdílná hustota osídlení. V okrese Trutnov převládají velká sídla, v okrese Jičín je vysoká velikostní diference sídelní soustavy, avšak v ostatních okresech je rozdrobenost nižší. Ve srovnání s ostatními kraji v České republice je v Královéhradeckém kraji větší zastoupení obcí s počtem 200–500 obyvatel, a to zásluhou okresů Hradec Králové a Náchod. V kraji je momentálně 448 obcí. (kralovehradecky.cz; Profil Královéhradeckého kraje)

Obrázek 3: Osídlení v Královéhradeckém kraji



Zdroj: ČSÚ

Královéhradecký kraj měl k 31. 12. 2019 nejnižší podíl obyvatel ve věku 15–64 let ze všech krajů (62,8 %) a zároveň měl nejvyšší podíl obyvatel ve věku nad 65 let (21,6 %). Průměrný věk 43,3 roku je rovněž nad republikovým průměrem a byl druhý nejvyšší mezi kraji. Nejvyšší podíl obyvatel do 14 let měl okres Rychnov nad Kněžnou, nejvyšší podíl obyvatel ve věku 15–64 let byl v okresech Rychnov nad Kněžnou a Jičín a ve věkové skupině nad 65 let v okresech Hradec Králové a Náchod. (kr-kralovhradecky.cz; Profil Královéhradeckého kraje)

4.3 Socio-ekonomické předpoklady

Při hranicích s Polskem se rozvíjí mnoho forem přeshraniční spolupráce. Jednou z nich je Euroregion Glacensis, který vznikl v roce 1995 jako jeden z euroregionů působících na česko-polském pohraničí. Na tvorbě hrubého domácího produktu v České republice se

kraj v roce 2019 podílel 4,6 %, v přepočtu na 1 obyvatele dosáhl 89,0 % republikového průměru a byl mezi kraji na 4. pozici. (kr-kralovehradecky.cz; Profil Královéhradeckého kraje)

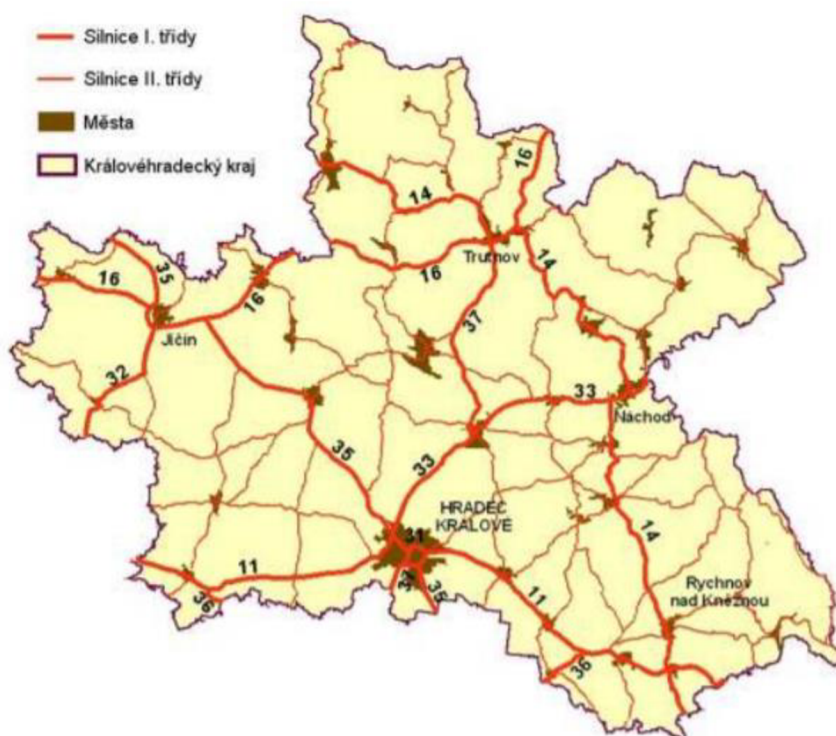
4.4 Dopravní infrastruktura

Dopravní infrastruktura je jedním z významných faktorů regionálního rozvoje. Pro dostupnost co největšího množství regionů je potřeba disponovat dobrou dopravní infrastrukturou.

Silniční doprava

Královéhradecký kraj vlastní 3,7 tisíce km silnic a dálnic. Nejvyšší hustota dopravní sítě je v Polabské nížině a směrem k horským příhraničním oblastem klesá. Hustota silniční sítě (0,79 km/km²) převyšuje celostátní průměr, který činí 0,71 km/km².

Obrázek 4: Hlavní silniční síť v Královéhradeckém kraji



Zdroj: kr-kralovehradecky.cz (Profil Královéhradeckého kraje)

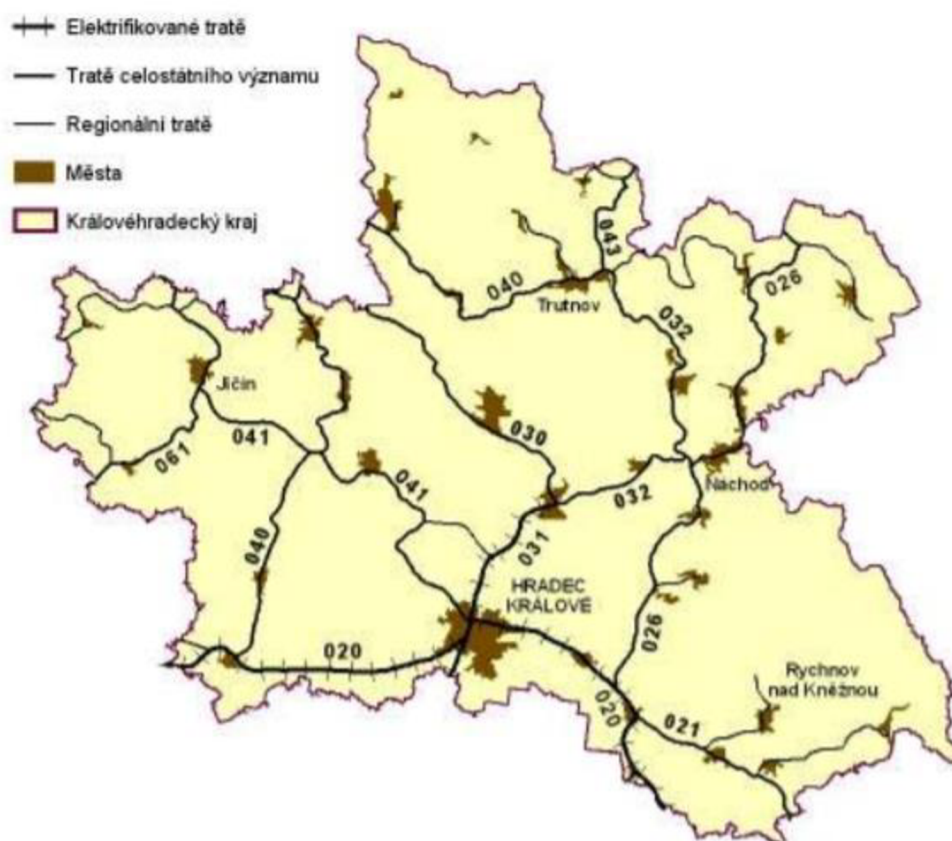
Významnou část nyní tvoří budování dálnice D11, která vede z Hradce Králové směrem k Jaroměři. Bylo vydáno rozhodnutí o pokračování z Jaroměře do Trutnova, odkud je plánované pokračování k polským hranicím, kde by měla silnice navázat v Královci na polskou stranu dálnice. (zdopravy.cz)

Rychlostní komunikace R35 (Liberec – Turnov – Hradec Králové – Moravská Třebová – Olomouc – Lipník nad Bečvou) je nyní pouze v plánech. Nedostatečné napojení na evropskou silniční síť značně limituje využití celkového rozvojového potenciálu celého regionu. (kr-kralovehradecky.cz, Profil Královéhradeckého kraje)

Železniční doprava

V Královéhradeckém kraji železniční síť tvoří 715 km tratí s přibližně 200 stanicemi a zastávkami. Řadí se celorepublikově na třetí místo s hustotou 0,15 km/km².

Obrázek 5: Železniční síť v Královéhradeckém kraji



Zdroj: kr-kralovehradecky.cz (Profil Královéhradeckého kraje)

V osobní přepravě existuje několik traťových sítí:

- Pardubice – Hradec Králové – Jaroměř – Stará Paka – Liberec, s větvemi do Trutnova a Náchoda
- Praha – Velký Osek – Chlumeck nad Cidlinou – Hradec Králové – Týniště nad Orlicí – Letohrad, s větví do Chocně
- Týniště nad Orlicí – Náchod – Meziměstí
- Hradec Králové – Jičín – Liberec
- Chlumeck nad Cidlinou – Ostroměř – Stará Paka – Trutnov

Vzhledem k vysoké rozvinutosti železniční sítě se v budoucnosti neplánuje její rozšiřování, ale pouze modernizace a rekonstrukce. (kr-kralovehradecky.cz)

Letecká doprava

Tento druh dopravy tvoří v Královéhradeckém kraji pouze doplňkovou funkci, neboť i přesto, že se zde nachází 8 vnitrostátních veřejných letišť (Jičín, Vrchlabí, Dvůr Králové nad Labem, Jaroměř, Nové Město nad Metují, Náchod, Velké Poříčí a Broumov), tak jsou používány pro sportovní létání a letecké snímkování. (kr-kralovehradecky)

Vodní doprava

V Královéhradeckém kraji se vodní dopravy nevyužívá. Možnost splavnění z Hradce Králové do Pardubic je možné pouze pro rekreační účely. Ostatní lodní doprava v kraji má charakter osobní výletní dopravy a je uskutečňována pouze v sezóně. (kr-kralovehradecky)

Lanová doprava

Má převážně turistický význam a využívá se spíše v horských oblastech, především v Krkonoších. Ve smyslu nákladní lanové dopravy je využívána pro přepravu těžbě vápence v Černém Dole. (kr-kralovehradecky)

4.5 Cestovní ruch

Cestovní ruch v Královéhradeckém kraji těží nejenom ze spousty přírodních, kulturních a historických atraktivit, ale také z blízkého a přímého napojení na hlavní turistickou oblast Prahu a na Polsko. Důležité je ovšem soustředit se na okolní turistické regiony, které mohou být konkurencí.

Obrázek 6: Rozdělení území Královéhradeckého kraje na turisticky významná území



Zdroj: kr-kralovehradecky

V každém z uvedených turistických území plní svou funkci destinační společnost.

Královéhradecký kraj má dle CzechTourism území z pohledu cestovního ruchu vymezené takto:

- turisticky významné území Český ráj
- turisticky významné území Kladské pomezí

- turisticky významné území Krkonoše a Podkrkonoší
- turisticky významné území Orlické hory a Podorlicko
- turisticky významné území Hradecko

Turisty lákají chráněná území, jimiž jsou Krkonošský národní park, CHKO Orlické Hory a CHKO Broumovsko. Ve střediskách těchto chráněných území dochází ke zvýšené účasti na cestovním ruchu. Konkrétně se jedná o Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Janské Lázně, Deštné v Orlických horách. Částečně do Královéhradeckého kraje zasahuje i CHKO Český ráj, která má zajímavé lokality jako je hrad Kost.

4.5.1 Nabídka produktů zážitkového cestovního ruchu

Z teoretických poznatků víme o několika typech zážitkového cestovního ruchu. V této kapitole budou vypsány místa a atraktivity Královéhradeckého kraje, které jsou součástí zážitkové turistiky.

4.5.1.1 Hradecko

Šrámkův statek v Pileticích

Statek má výhodu blízkosti krajského města Hradec Králové. Jedná se o památkově chráněný areál původní lidové architektury. Najdete zde roubené obytné stavení s pozoruhodnou pavlačí z roku 1802. Zážitkem pro návštěvníky bývá udržování tradic formou folklorních slavností, výstav, jarmarků a trhů.

Archeopark pravěku

Nedaleko Hradce Králové ve Všestarech se nachází Pravěká vesnička. Její součástí je naučná stezka, která začíná u kamenného mostu v Hradci Králové a vede přes Plotiště nad Labem, Lochenice, Holohlavy až do Všestar. Trasa je dlouhá 32 km.

Podorlický skanzen

V Krňovicích u Třebechovic pod Orebem je k vidění skanzen historických staveb a zemědělské usedlosti s dobovými expozicemi. Návštěvníky láká i pravidelným

pořádáním akcí, lze se zapojit do výroby produktů z textilu, práci s domácími zvířaty, výrobu mýdla a perličkových ozdob.

4.5.1.2 Podkrkonoší

Zoo a Safari park Dvůr Králové nad Labem

Zoologická zahrada, která nabízí nespočet zážitků. Pořádá se například Safariběh pro záchranu antilop, můžete se stát ošetřovatelem na jeden den, poznat zákulisí zahrady za přítomnosti ošetřovatele, akce Kuchařem v Safari parku či zahradníkem. Můžete zažít noční safari, projet se terénním vozem po safari, vyzkoušet lanový park a pro opravdu veliké milovníky si zde můžete uspořádat svatbu.

Hospitál Kuks

V tomto barokním komplexu najdete krásnou lékárnu, významný Braunův betlém, bylinkovou zahradu, pořádá se zde spousta kulturních akcí a dokonce zde lze zažít proslulou „únikovou hru“.

4.5.1.3 Krkonoše

Stezka korunami stromů

Na okraji Jánských lázní se tyčí Stezka korunami stromů, která nabízí mimo dechberoucího výhledu adrenalinového zákoutí, edukační zastávky, tobogán a podzemní expozici. Věž je vysoká 45 m, plocha naučného podzemního centra má 150 m² a délka trasy mezi korunami je 1 511 m.

Tvrz Stachelberg

Je největší moderní pevností v České republice a jednou největší v Evropě. Původní ohránci, tzv. Obr, před útoky hitlerovského Německa nabízí prohlídky, na kterých si lze vyzkoušet ovládání těžkého kulometu, zamíření československým kulometem. V okolí tvrzi si lze vyzkoušet „únikovou hru“.

4.5.1.4 Český ráj

Zámek a krčma Dětenice

Dětenice nabízí nejenom prohlídku zámku a návštěvu pivovaru, objednat večeři si můžete ve zdejší středověké krčmě, kde nebude o zážitky nouze. Program zahrnuje popravu oběšením, tanečnice na stole, souboje těžkooděnců, upalování čarodějnic, výslech inkvizice a nechybí ani drsná staročeská mluva. Na zámku se konají rytířské turnaje.

Hrad a zámek Staré Hrady

Konají se zde velké rytířské turnaje, pohádkové prohlídky, hry a soutěže pro děti. Staré Hrady se nacházejí v okrese Jičín.

4.5.1.5 Kladské pomezí

Babiččino údolí

Národní přírodní památka a národní kulturní památka, která se nachází v okrese Náchod. Patří mezi nejznámější výletní místa ve východních Čechách. Na každé zastávce je možnost shlédnout tematicky oděné lidi, kteří se snaží navodit atmosféru doby minulé.

4.5.1.6 Broumovsko

Klášter Broumov

Klášter je místem vzdělání a poznání. Pořádají se zde aktivity jako jsou: Vzdělávací a kulturní centrum Broumov, Agentura pro rozvoj Broumovska, Za poklady Broumovska a jiné.

4.5.1.7 Orlické hory a podorlicko

Zámek Potštejn

Nachází se v nedaleko Rychnova nad Kněžnou. Prohlídky konané v dobových kostýmech jsou populární, ale ještě zajímavější jsou noční prohlídky.

Tabulka 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle v Královéhradeckém kraji za rok 2020

Turistické cíle	Počet registrovaných návštěvníků v tisících
Safari park Dvůr Králové nad Labem	450,9
Adršpašské skály	286,8
Lanová dráha Sněžka	231,5
Stezka korunami stromů Krkonoše	179,7
Prachovské skály	151,2
Hospitál Kuks	136,2
Zámek Dětenice	128
Rozhledna na Velké Deštné	119,1
Hrad a zámek Staré Hrady	111,2
Labská stezka (cyklostezka č. 2)	111

Zdroj: vlastní zpracování podle dat CzechTourism

5 Terénní šetření

5.1 Kvantitativní šetření

Kvantitativní šetření bylo uskutečněno pomocí osobního dotazníkového šetření na třech místech Královéhradeckého kraje. Prvním místem byl zvolen Hradec Králové, jako druhé Jičín a třetí Rychnov nad Kněžnou. V každém z nich se autorka snažila nasbírat poměrově podobné množství vyplněných dotazníků. Dotazník byl sestaven na základě získaných teoretických znalostí.

Formulace teoretického nebo praktického sociálního problému

Hlavním cílem je zjistit, jak návštěvníci Královéhradecký kraj vnímají z hlediska zážitkového cestovního ruchu. Lidé byli vybíráni náhodně. Formu dotazníkového šetření autorka považuje za nejpřínosnější. V případě dotazů či nejasností se může daná otázka dovysvětlit a nemělo by tedy dojít k tomu, že lidé budou dotazník proškrtávat náhodně bez přemýšlení.

Formulace teoretické hypotézy

Tato hypotéza byla sestavena na obecné úrovni. Hypotéza má zjistit, jak vnímají Královéhradecký kraj turisté a čím je pro ně atraktivní.

Formulace pracovní hypotézy

Na základě závislostí mezi znaky byla stanovena pracovní hypotéza:

Pohlaví respondentů Královéhradeckého kraje má vliv na vyhledávání zážitků.

Rozhodnutí o populaci vzorku

Vzorek populace byl vybrán náhodně na třech místech Královéhradeckého kraje, aby byl více pokryt vzorek osob, kteří navštívili více míst v Královéhradeckém kraji.

Pilotní studie

Cílem pilotní studie bylo ověřen, zda jsou informace reálné a dosažitelné v populaci.

Rozhodnutí o technice a sběru informací

Pro dotazníkové šetření byla zvolena forma osobního dotazování pomocí tištěných dotazníků, a to především proto, že mohlo být, v případě nejasností položených otázek, upřesněno osobně.

Konstrukce nástrojů pro tento sběr

Dotazník byl v papírové tištěné podobě a obsahoval 14 otázek, které byly převážně uzavřené s jednou otázkou polouzavřenou.

Předvýzkum

Předvýzkum byl prováděn na malém vzorku populace, aby byla zjištěna srozumitelnost dotazníku pro všechny věkové a vzdělanostní kategorie, a mohl být použit pro větší vzorek populace.

Sběr dat

Sběr dat probíhal osobně na třech místech Královéhradeckého kraje, a to v době prodlouženého víkendu v září (25. – 28.9. 2021). V tento termín bylo očekáváno, že na výlet se vydá více rodin a bude tak větší výběr ze vzorku populace.

Analýza dat

Pro analýzu dat se podařilo získat celkem 102 dotazníků, které byly následně zpracovány ve formě grafů a tabulek pro jasnější přehled výsledků sběru dat.

Interpretace, závěry, teoretické zobecnění

Na základě získaných dat z dotazníkového šetření byly interpretovány výsledky. Stanovené výzkumné otázky byly potvrzeny či zamítnuty a ověřeny závislosti mezi jednotlivými znaky z výsledků dotazníkového šetření.

5.1.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka č. 1: Z jakého důvodu jste kdy navštívili Královéhradecký kraj?

Tabulka 4: Důvody návštěvy Královéhradeckého kraje

Výběr odpovědí	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Jsem rezidentem (tzn. bydlím v Královéhradeckém kraji)	48	46,6
Návštěva známých či příbuzných	24	23,3
Pracovní cesta	14	13,6
Sportovní vyžití	22	21,4
Návštěva kulturně-historických památek	31	30,1
Příroda	30	29,1
Wellness, relaxace	15	14,6
Účast na kulturní akci	27	26,2
Jiné	0	0

Zdroj: vlastní zpracování 2021

Hned u první otázky byla zvolena forma polouzavřené otázky, kdy respondenti mohli zvolit jednu či více z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastní. Cílem otázky bylo zjistit důvody, které vedou dotazované k návštěvě Královéhradeckého kraje.

Ze 102 odpovídajících bylo 48 respondentů tedy 46,6 % rezidenti kraje, dalším z vybraných odpovědí byla návštěva kulturně-historických památek, tedy 30,1 % a záhy procentuálně obdobně příroda (29,1 %). Účast na kulturní akci získala 26,2 % odpovědí a návštěva známých či příbuzných 23,3 %. Celkem 21,4 % respondentů vybralo důvod návštěvy jako sportovní vyžití, další s menším procentuálním zastoupením je wellness a relaxace (14,6 %) a pracovní cesta (13,6 %). K využití vlastní odpovědi nedošlo.

Otázka č. 2: V případě, že jste zde navštívili kterýkoliv produkt zážitkové turistiky, jak jste se o navštíveném místě či atraktivitě dozvěděli? Z jakých zdrojů?

Tabulka 5: Informační zdroje pro získání informací o navštíveném místě

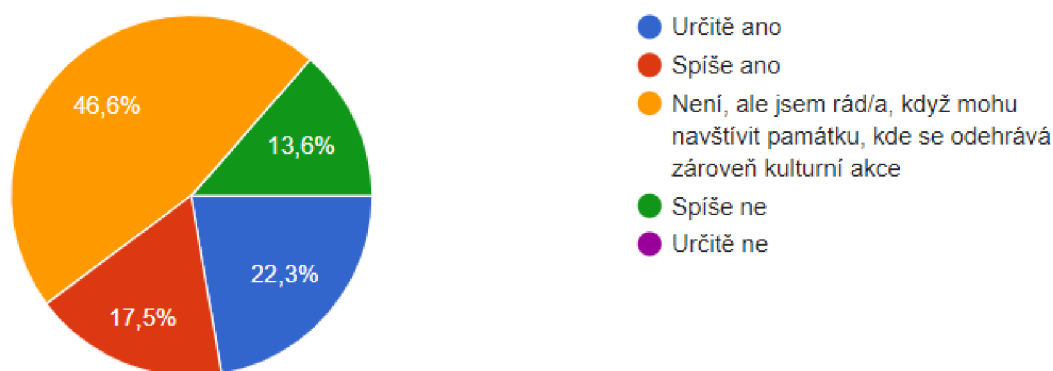
Výběr odpovědí	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Známí či příbuzní	50	48,5
Knižní publikace	7	6,8
Internet	73	70,9
Média (noviny, televize, rádio)	23	22,3
Jiné	0	0

Zdroj: vlastní zpracování 2021

Není se čemu divit, že v současné době moderních technologií má nejvíce získaných odpovědí internet, celkem 70,9 %. O něco méně respondentů se před návštěvou atraktivit nechali inspirovat známými či příbuznými (48,5 %). Média využila 22,3 % respondentů a knižní publikace pouhých 6,8 % dotazovaných. Opět variantu odpovědi Jiné nikdo nevyužil.

Otázka č. 3: Je pro Vás lepší navštívit atraktivitu s kulturním programem než atraktivitu samotnou?

Graf 2: Návštěva atraktivit s kulturním programem nebo bez kulturního programu



Zdroj: vlastní zpracování 2021

Většina dotazovaných se přiklání k variantě odpovědi, že pro ně není sice lepší navštívit atraktivitu s kulturním programem, ale jsou rádi, když mohou navštívit památku, kde se odehrává zároveň kulturní akce, celkem 46,6 %. Respondentů, kteří jsou určitě pro kulturní program spojený s návštěvou atraktivity bylo 22,3 %. Dále 17,5 % respondentů nebylo úplně rozhodnuto a vybrali odpověď „spíše ano“ a odpověď „spíše ne“ vybralo 13,6 % respondentů. Nikdo si nevybral odpověď „určitě ne“.

Otázka č. 4: Jaké formy zážitkového cestovního ruchu Vás nejvíce lákají?

Tabulka 6: Vybrané formy zážitkové turistiky

Výběr odpovědí	Počet odpovědí	Počet odpovědí v %
Adrenalinový zážitek	16	15,5
Pobyt na farmě se zapojením do běžného života farmářů	15	14,6
Kostýmové prohlídky hradů a zámků	25	24,3
Gastronomický kurz místních specialit	33	32
Účast na místních tradicích/zvycích	46	44,7
Návštěva středověké krčmy či jiného gastronomického podniku	29	28,2
Rodinný zábavní park	28	27,2
Noční či denní zážitková jízda dopravním prostředkem	15	14,6
Na kole/koloběžce po pivní či vinné stezce	35	34
Plavba na historických člunech	17	16,5
Návštěva technicko-technologických památek	37	35,9

Zdroj: vlastní zpracování 2021

V této otázce bylo možné volit jednu nebo více odpovědí. Největší zastoupení měla varianta „účast na místních tradicích/zvycích“, tedy 44,7 %, další volenou variantou byla „návštěva technicko-technologických památek“ (35,9 %) a s menším obsazením 34 % byla zvolena odpověď „na kole/koloběžce po pivní či vinné stezce“. Gastronomický kurz místních specialit zvolilo 32 % dotazovaných, návštěvu středověké krčmy či jiného gastronomického podniku zvolilo 28,2 % respondentů a rodinný zábavní park 27,2 %. Kostýmové prohlídky hradů a zámků si vybralo 24,3 % dotazovaných. S menším zastoupením byly zvoleny „plavba na historických člunech“ (16,5 %), adrenalinový

zážitek (15,5 %) a se stejným procentuálním zastoupením (14,6 %) byly vybrány dvě formy zážitkové turistiky: „pobyť na farmě se zapojením do běžného života farmářů“ a „noční či denní zážitková jízda dopravním prostředkem“.

Otázka č. 5: Co si představíte pod pojmem zážitek ve spojitosti s cestovním ruchem?

Tabulka 7: Vysvětlení pojmu zážitek ve spojitosti s cestovním ruchem

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Nové poznání	62,7 %	28,4 %	10,8 %	0 %
Událost spojená s emocí	45,1 %	43,1 %	11,8 %	1 %
Nezapomenutelná atmosféra	49 %	44,1 %	7,8 %	0 %
Vnímání více smysly (hmat, sluch, chuť)	18,6 %	47,1 %	30,4 %	4,9 %
Jedinečnost	38,2 %	52 %	10,8 %	0 %
Adrenalinový zážitek	10,8 %	35,3 %	51 %	5,9 %

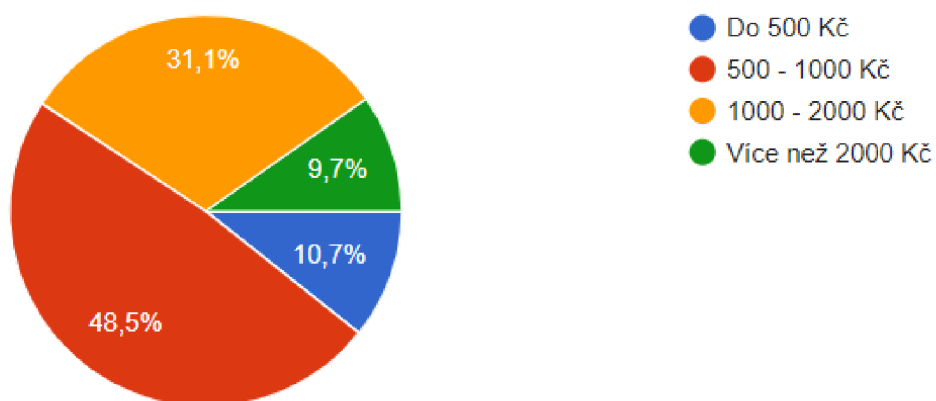
Zdroj: vlastní zpracování 2021

Pod pojmem zážitek si lidé v největším zastoupení určitě představují „Nové poznání“, celkem 62,7 %, jako spíše ano označilo 28,4 % a jako spíše ne 10,8 %. „Událost spojenou s emocí“ si určitě zvolilo 45,1 % dotazovaných, jako spíše ano 43,1 %, jako spíše ne 11,8 % a jako určitě ne pouhé 1 %. „Nezapomenutelnou atmosféru“ zaškrtnulo ve variantě určitě 49 % respondentů, s lehce nižším počtem spíše ano 44,1 % a 7,8 % označilo spíše ne. „Vnímání více smysly“ si zvolilo nejvíce respondentů jako spíše ano, tedy 47,1 %, variantu určitě ano zvolilo 18,6 %, jako spíše ne 30,4 % a 4,9 % si vybralo určitě ne. „Jedinečnost“ jako u předešlé varianty zvolilo nejvíce respondentů jako spíše ano (52 %), jako určitě ano 38,2 % a zbývajících 10,8 % respondentů vybralo spíše ne. Nakonec „adrenalinový zážitek“ lidé moc nevnímají jako součást zážitkové turistiky, což může více lidí překvapit. Největší zastoupení má spíše ne (51 %), spíše ano (35,3 %), určitě ano (10,8 %) a určitě ne (5,9 %).

Jako nejdůležitější znaky z toho vychází „Nové poznání“, „Událost spojená s emocí“ a „Nezapomenutelná atmosféra“.

Otázka č. 6: Kolik financí jste ochotni vynaložit na zážitkovou turistiku? (částka za jednu osobu)

Graf 3: Částka vynaložená na zážitkovou turistiku

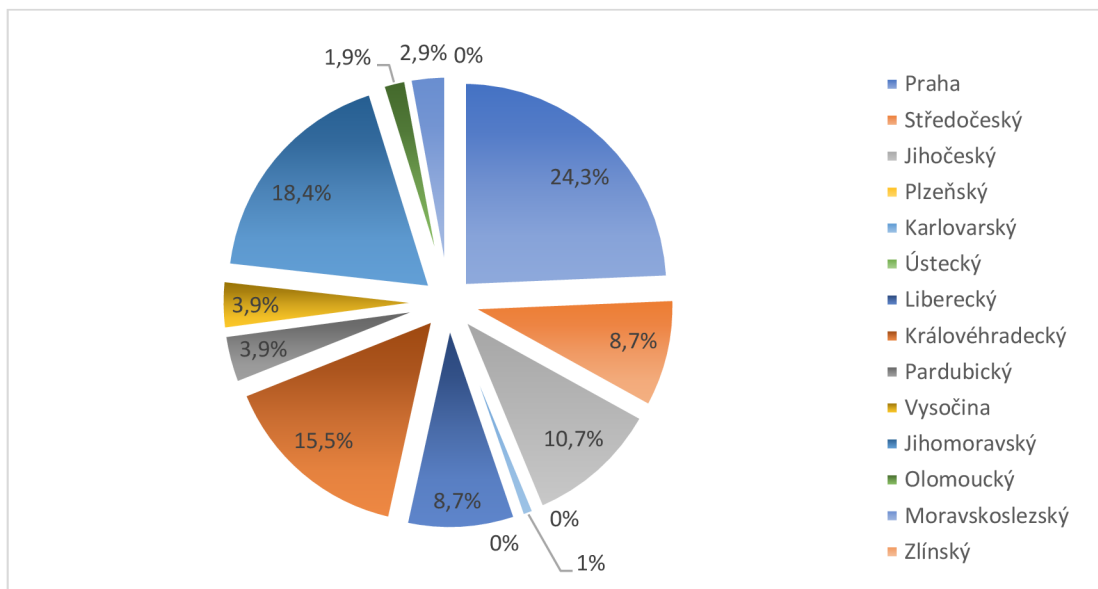


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Tato otázka měla pouze jednu variantu odpovědi, aby se zjistilo, kolik jsou lidé schopni vynaložit na zážitkovou turistiku za jednu osobu. Trochu očekávaným standardem je částka 500 – 1000 Kč (48,5 %), více financí (1000 – 2000 Kč) by zaplatilo za účast 31,1 % respondentů. Nejmenší částku by dalo 10,7 % a naopak částku nejvyšší, nad 2000 Kč by zaplatilo 9,7 % dotazovaných.

Otázka č.7: Který kraj České republiky je pro Vás zajímavější z hlediska zážitkového cestovního ruchu?

Graf 4: Atraktivita jednotlivých krajů z hlediska zážitkového cestovního ruchu

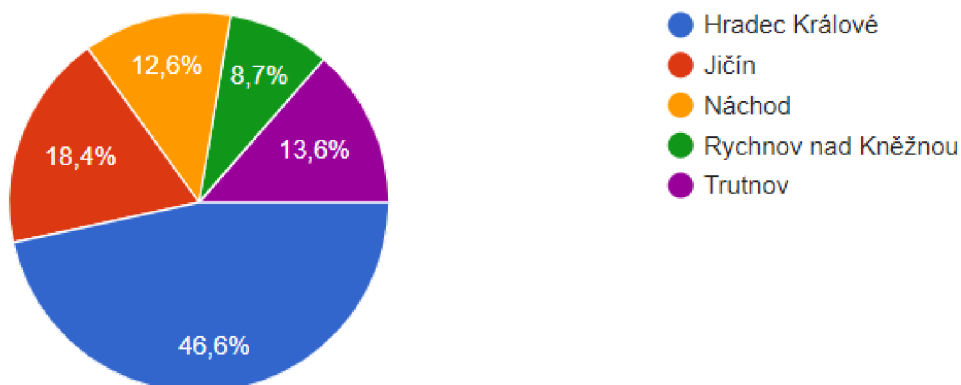


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Z pohledu respondentů byla oblíbenost krajů následovná: Praha (24,3 %), Jihomoravský (18,4 %), Královéhradecký (15,5 %), Jihočeský (10,7 %), Středočeský (8,7 %), Liberecký (8,7 %), Pardubický (3,9 %), Vysočina (3,9 %), Moravskoslezský (2,9 %), Olomoucký (1,9 %), Karlovarský (1 %). Kraje, které nikdo nezvolil jsou tyto: Plzeňský, Ústecký, Zlínský.

Otázka č. 8: Která oblast Královéhradeckého kraje je pro Vás zajímavější z hlediska zážitkového cestovního ruchu?

Graf 5: Atraktivita jednotlivých oblastí KHK z hlediska zážitkového cestovního ruchu

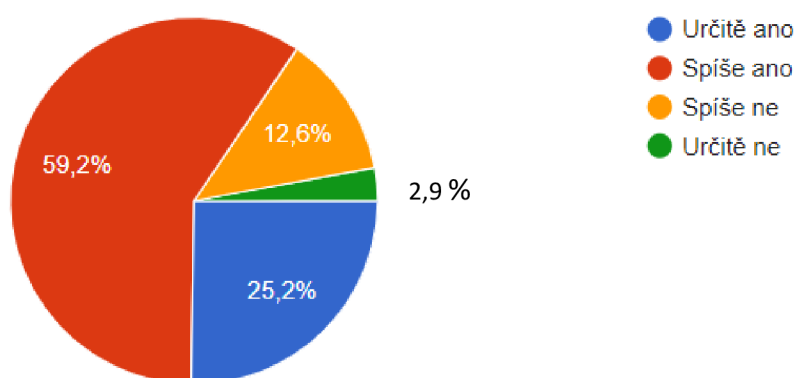


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Nejatraktivnější oblastí pro návštěvníky Královéhradeckého kraje je krajské město Hradec Králové, tedy 46,6 %. Potom jsou jednotlivé oblasti procentuálně zastoupeny takto: Jičín (18,4 %), Trutnov (13,6 %), Náchod (12,6 %) a Rychnov nad Kněžnou (8,7 %).

Otázka č. 9: Jste spokojeni s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji?

Graf 6: Spokojenost s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v KHK

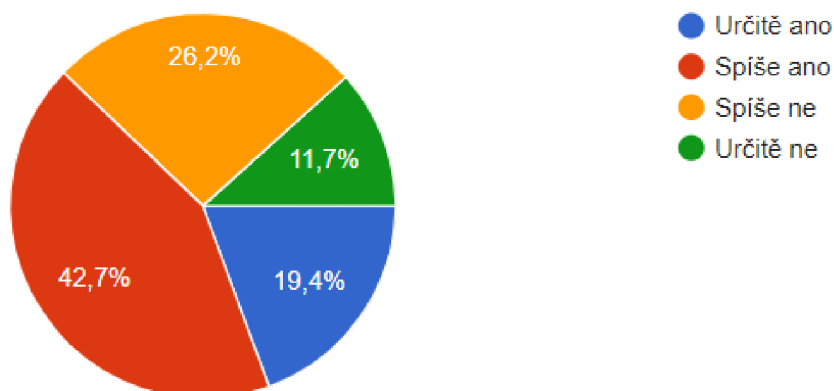


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Nadpoloviční většina respondentů vybrala variantu spokojenosti „Spíše ano“, tedy 59,2 %. Jasnou spokojenost vyjádřilo 25,2 % s odpovědí „Určitě ano“, menší procento (12,6 %) dotazovaných spíše nejsou spokojeni a 2,9 % není vůbec spokojeno.

Otázka č.10: Vnímáte pozitivně změnu v množství turistů po proticovidových opatřeních způsobených onemocněním COVID-19 při samotné návštěvě atraktivit v Královéhradeckém kraji?

Graf 7: Pozitivní vnímání změny v množství turistů po pandemii koronaviru

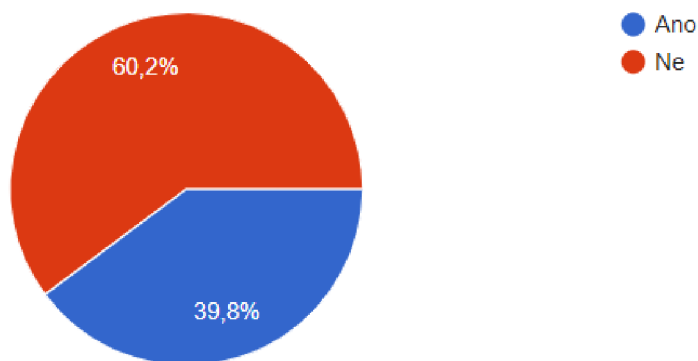


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Při zjišťování, zda lidé vnímají pozitivně změnu, která nastala po proticovidových opatřeních a kterou je myšleno zvýšení návštěvnosti turistických míst, nejvíce dotazovaných odpovědělo, že „Spíše ano“, tedy 42,7 %. „Spíše ne“ odpovědělo 26,2 % respondentů, jako „Určitě ano“ 19,4 % respondentů a nejméně, tedy 11,7 % zvolilo za odpověď „Určitě ne“.

Otázka č. 11: Odrazuje Vás od návštěvy turistických míst nutnost dodržovat hygienická a ochranná opatření?

Graf 8: Dodržování hygienických a ochranných opatření

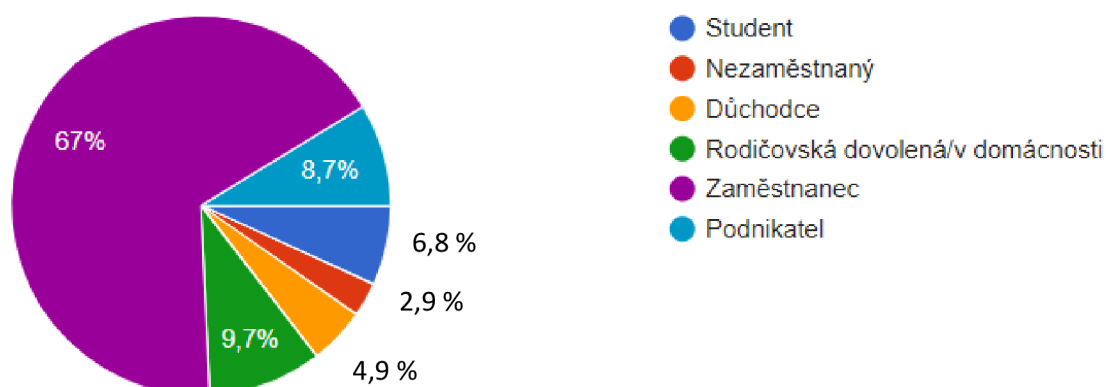


Zdroj: vlastní zpracování 2021

I přes současnou dobu a spojená všelijaká opatření po koronavirové pandemii se najde stále většina, v tomto případě dotazovaná většina, lidí, které hygienická a ochranná opatření při návštěvě turistických míst neodradí (60,2 %). Zbylých 39,8 % dotázaných návštěvy odrazují. Těžko ovšem říct, zda je to odradí natolik, že by nešli vůbec nikam či je to jenom jejich postoj k situaci, kterou stejně nijak neovlivní.

Otázka č. 12: Jaké je Vaše sociální postavení?

Graf 9: Sociální postavení respondentů

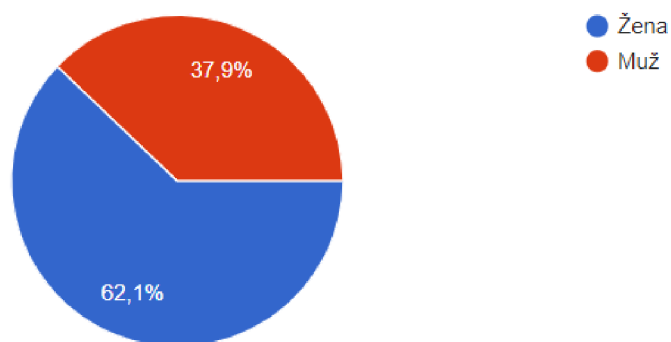


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Průzkumu se zúčastnila většina, celkem 67 % respondentů, které jsou v pracovním poměru zaměstnancem. Celkem 9,7 % dotazujících je na rodičovské dovolené či v domácnosti. O něco málo (8,7 %) se podařilo získat respondenty se zastoupením kategorie „Podnikatel“. Studenti byly také v menším počtu, tedy 6,8 %. Úspěšně osloveno bylo i pár důchodců (4,9 %) a 2,9 % nezaměstnaných.

Otázka č. 13: Jaké je Vaše pohlaví?

Graf 10: Pohlaví

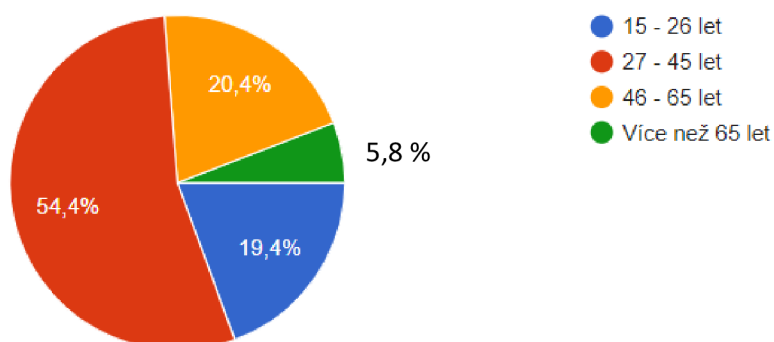


Zdroj: vlastní zpracování 2021

Autorka se snažila zastoupit pohlaví přibližně stejným poměrem, ale ke komunikaci byly vždy sdílnější ženy, v tomto případě 62,1 %. Mužů, kteří se dotazování zúčastnili bylo i tak pěkné množství (37,9 %).

Otázka č. 14: Jaký je Váš věk?

Graf 11: Věk



Zdroj: vlastní zpracování 2021

Nejvíce probíhalo dotazníkové šetření s respondenty ve věku 27-45 let (54,4 %), dále ve věku 46-65 let, věk 15-26 je zastoupen v 19,4 %. Lidí, kteří mají více jak 65 let bylo málo (5,8 %). Povedlo se zastoupit všechny věkové kategorie.

5.1.2 Vyhodnocení výzkumných otázek

Výzkumná otázka č. 1: Více než 40 % respondentů vyhledává atraktivitu, jež jsou obohacené o zážitky.

Dotazovaným byla dána otázka, zda je pro ně lepší navštívit atraktivitu spojenou s kulturním programem než atraktivitu samotnou. Graf č. 2 ukazuje, že k tomuto mají dotazovaní neutrální postoj a tato odpověď byla vybírána nejvíce (46,6 %). Ti, kteří by určitě volili atraktivitu s kulturním programem bylo pouze 22,3 %.

Celkem 17,5 % respondentů volilo variantu, že spíše mají zájem o kulturní program při návštěvě atraktivity. Zbýlých 13,6 % spíše nevyhledávají atraktivitu obohacenou o zážitky.

V závěru z toho vyplývá, že se tato výzkumná otázka nepotvrdila.

Výzkumná otázka č. 2: Více než 40 % respondentů je spokojeno s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji.

Z grafu č. 6 vyplývá, že 25,2 % dotazovaných jsou určitě spokojeni s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji. Spíše je spokojeno celkem 59,2 % respondentů.

S nabídkou není spokojeno celkem 12,6 % dotazovaných a 2,9 % určitě není spokojeno.

Z těchto výsledků je zřejmé, že se výzkumná otázka potvrdila.

5.2 Kvalitativní šetření

V této části bude provedena analýza získaných rozhovorů z odborné veřejnosti. Cílem je získat pohled odborníků na současnou situaci v zážitkovém cestovním ruchu. Celkem autorka vytvořila 5 okruhů otázek, které byly shodně předloženy oběma aktérům.

Aktéři

Rozhovory byly provedeny konkrétně se zástupcem destinační společnosti Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje a se zástupcem Společnosti pro destinační management Broumova o.p.s..

Průběh průzkumu

Rozhovor byl vždy dopředu domluvený a vzhledem k probíhající situaci a zaneprázdněnosti obou stran byla domluvena online schůzka přes Microsoft Teams. Vše probíhalo bez problému.

5.2.1 Rozhovor se zástupcem destinační společnosti Centrála cestovního ruchu KHK

Otázka č. 1: Jak vnímáte rozvoj zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji?

Celkově v kraji je vývoj příznivý. Jsou zde oblasti, které jsou slabší, ale když nahlížím na celý kraj, tak i přesto že je vždy co zlepšovat, jako kraj si vedeme dobře. Zážitková turistika je nejvíce koncentrována v horských oblastech. Málokdy přímo v okresních městech. Z toho, co si vzpomenu, tak se každoročně koná v Hradci Králové takzvaný Food Truck Fest, který je velmi oblíbený mezi všemi věkovými kategoriemi. Hradec Králové je hodně činný, co se týká kulturních akcí.

Ze sportovních akcí se v kraji konají například Cyklopecky. Vydali jsme novou motobrožuru a web, kde najdete spoustu tras východními Čechy.

Otázka č. 2: Co považujete za největší přínos cestovnímu ruchu v oblasti zážitkové turistiky v Královéhradeckém kraji?

Určitě za úspěch považuji nedávné vydání motoprůvodce po východních Čechách.

Otázka č. 3: Jaké má podle Vás nedostatky v cestovním ruchu Královéhradecký kraj? Co by stálo za vylepšení či podporu rozvoje?

Horší dostupnost horských oblastí. Zde by mohla projít infrastruktura modernizací.

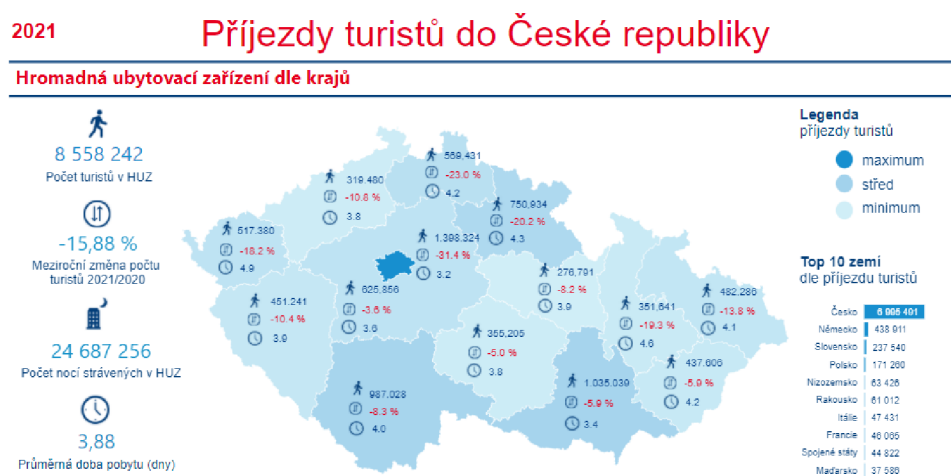
Otázka č. 4: Vezmete-li v úvahu situaci před pandemií COVID-19. Má vliv její průběh na vývoj cestovního ruchu? Je vliv pozitivní či negativní? Vnímáte nárůst či pokles návštěvnosti? Jak byste případně podpořili pokles?

Na začátku všech opatření hodně klesla poptávka po všech službách cestovního ruchu. Po této letní sezóně se oproti začátku roku 2020 zvýšila návštěvnost. Hosty byly převážně rezidenti, tedy občané České republiky.

Otázka č. 5: Když srovnáte všechny oblasti, které mají zastoupení organizacemi destinačního managementu v Královéhradeckém kraji, jak je na tom s celkovou návštěvností turistů? Máte k dispozici statistiku?

Královéhradecký kraj stále patří do předních příček a turisty hodně navštěvovaný kraj.

Obrázek 7: Příjezdy turistů do České republiky



Zdroj: <https://tourdata.cz/data/prijezdovy-a-domaci-cestovni-ruch-2021/>

5.2.2 Rozhovor se zástupcem Společnosti pro destinační management Broumovska

Otázka č. 1: Jak vnímáte rozvoj zážitkového cestovního ruchu v oblasti Broumov?

Negativní vývoj: Tři provozovatelé vyjížděk na koních v loňském roce zrušily tuto nabídku, někteří ji budou provozovat pouze pro své ubytované hosty. Nabídka vyhlídkových letů zůstává nezměněna. Tři horolezecké školy v regionu nabízejí individuální služby, nejsou ale schopni pokrýt souvislou nabídku pro celou sezónu.

Rozvoj nabídky zážitkového cestovního ruchu vidíme v posledních dvou letech především ve vzdělávacích programech pro veřejnost Maiwaldovy akademie a Geoparku Broumovsko (<https://www.broumovsko.cz/aktualne/nabidka-maiwaldovy-akademie>).

Otázka č. 2: Co považujete za největší přínos cestovnímu ruchu v oblasti zážitkové turistiky v oblasti Broumov?

Jedinečná nabídka programu – lezecké školy a aktivity pořádané v Klášteře Broumov (Vzdělávací a kulturní centrum Broumov, Agentura pro rozvoj Broumovska, Za poklady Broumovska aj.)

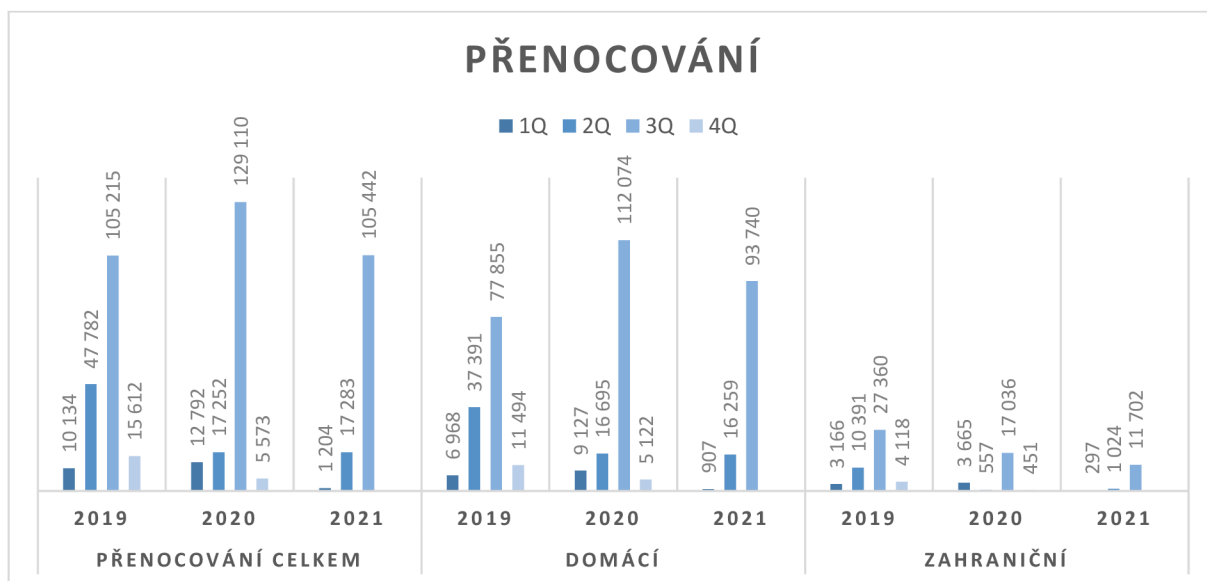
Otázka č. 3: Jaké má podle Vás nedostatky v cestovním ruchu oblast Broumov? Co by stálo za vylepšení či podporu rozvoje?

Nedostatek nabídky wellness a služeb s ním spojených (krytý aquapark, sauna a další). Nedostatečná infrastruktura (nejen parkoviště u atraktivních míst, ale i příjezdové trasy z ČR).

Otázka č. 4: Vezmete-li v úvahu situaci před pandemií COVID-19. Má vliv její průběh na vývoj cestovního ruchu? Je vliv pozitivní či negativní? Vnímáte nárůst či pokles návštěvnosti? Jak byste případně podpořili pokles?

V roce 2020 v Q3 nárůst návštěvnosti, Q3 2021 srovnatelný s rokem 2019. V ostatních kvartálech propad z důvodu zavedených restrikcí.

Graf 12: Přenocování - porovnání v letech 2019, 2020, 2021



Otázka č. 5: Když srovnáte všechny destinace, které mají zastoupení organizacemi destinačního managementu v Královéhradeckém kraji, jak je na tom s celkovou návštěvností turistů oblast Broumov? Máte k dispozici statistiku?

Broumovsko data získává od roku 2019, DMO s nimi běžně pracuje.

Myslí si, že srovnání není možné z hlediska různé rozlohy, ubytovacích kapacit a nabídky jednotlivých destinací. Např: Hradecko: městská turistika a MICE vs. Krkonoše: tradiční celoroční destinace, lyžařská centra a kompletní služby vs. Broumovsko se svým „božím klidem“, tzn. romantickými, málo navštěvovanými místy v divoké přírodě v kombinaci s kulturní krajinou.

5.2.3 Zhodnocení kvalitativní části

Tabulka 8: Zhodnocení kvalitativní části

	Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje	Společnost pro destinační management Broumovsko
Rozvoj zážitkového cestovního ruchu	Horské oblasti, všelijaké kulturní akce	Zrušené nabídky poskytovatelů, ale rozvoj vzdělávacího programu
Přínos v oblasti zážitkové turistiky	vydání motoprůvodce po východních Čechách	jedinečná nabídka programu
Nedostatky v cestovním ruchu	Horší dostupnost a infrastruktura v horských oblastech	chybí wellness, špatná infrastruktura
Vliv pandemie koronaviru na CR	Pokles poptávky	propad návštěvnosti
Celková návštěvnost v porovnání s ostatními	Pokles minimální oproti ostatním krajům	srovnání není možné

Zdroj: vlastní zpracování 2021

Jedná se sice jen o dva řízené rozhovory, ovšem jeden je z pohledu zástupce destinační společnosti zastupující celý Královéhradecký kraj a druhý rozhovor je z hlediska cestovního ruchu se zástupcem destinačního managementu zastupující oblast Broumovska. Všeobecně je Broumovsko díky své špatné dostupnosti slabší oblastí v Královéhradeckém kraji. Tyto skutečnosti jsou vidět již ve zhodnocení. Královéhradecký kraj patří mezi více navštěvované kraje a nemá na to znatelný vliv pokles návštěvnosti na Broumovsku.

Obě destinační společnosti jsou činné, ať už pro zlepšení či udržení stávajícího stavu, snaží se podporovat různé kulturní akce, vzdělávací programy, vydávání průvodců, propagují zastupující oblasti na webu či formou kampaní.

Společným nedostatkem, respektive potvrzujícím nedostatkem v Královéhradeckém kraji je špatná infrastruktura v horských oblastech a podhůří. Návštěvníci Broumovska ucpávající místní komunikace a svým pohybem obtěžují místní obyvatele. Většina lidí, co navštíví Adršpach jsou jednodenní návštěvníci, kteří se v regionu zdrží jen pár hodin a již nenavštíví další místa.

V Královéhradeckém kraji prokazatelně došlo k poklesu poptávky vlivem pandemie koronaviru. Nemělo to tak veliký dopad v porovnání s propadem návštěvnosti v oblasti Broumova.

Ve strategii regionálního rozvoje ČR 2021+ je ORP Broumov definována jako hospodářsky a sociálně ohrožené území. Na dnešní kulturní a socioekonomické podobě Broumova má velký vliv vysídlení původního německého obyvatelstva a později násilná kolektivizace a rozvoj socialistické vesnice v době komunismu.

5.3 Návrh pro podporu cestovního ruchu

Odvětví cestovního ruchu zažívá v posledních desetiletích neustálý růst, který s sebou nese mnoho pozitivních jevů. Cestovní ruch se tak stává stále důležitějším ekonomickým odvětvím, a to především díky své schopnosti zasahovat a ovlivňovat další sektory národní ekonomiky. V mnoha oblastech je také vnímám jako důležitý, a mnohdy i jediný, faktor hospodářského rozvoje ekonomicky slabších oblastí. V těchto oblastech cestovní ruch zajišťuje tvorbu a udržení pracovních míst a přináší finanční zdroje pro rozvoj a růst kvality života místních obyvatel. Odvětví cestovního ruchu tak pro region představuje velký potenciál pro svůj rozvoj.

Hlavním problémem shledávám oslabení dopravní infrastruktury v horských oblastech a podhůří. S tím souvisí zatížení místních komunikací a ztížení života místních občanů. Mohlo by dojít ke spuštění rezervačního systému, který by měl zajistit rovnoměrné rozložení počtu návštěvníků v průběhu dne, což v konečném důsledku zvýší komfort návštěvníků, zlepší dopravní situaci v oblasti, která během hlavní turistické sezony pravidelně kolabuje a přispěje k udržitelnému rozvoji v oblasti.

Pro větší povědomí veřejnosti, jak zviditelnit zážitkovou turistiku by bylo dobré zřídit portál zaměřený pouze na zážitkovou turistiku, kde by byla pro větší přehled vytvořena mapa a na ní body s místy, kam se mohou turisté podívat za zážitky. Součástí portálu by mohly být i ostatní služby v navštíveném místě. Bylo by tam vytvořené i místo pro návštěvníky portálu, kteří by případně mohli doplňovat podněty pro nově vznikající místa nabízející zážitkový cestovní ruch.

6 Výsledky a diskuze

Na základě údajů Českého statistického úřadu je Královéhradecký kraj 4. nejnavštěvovanějším krajem v České republice, nejvíce navštěvovaným je Praha. Nejvíce návštěvníků, a to pouze ubytovacích zařízení v roce 2021, bylo rezidentů. Rozdíl mezi domácím cestovním ruchem a příjezdovým cestovním ruchem byl znatelný. Domácí cestovní ruch zaujímá přibližně 692 tisíc návštěvníků a příjezdový cestovní ruch pouhých 58,5 tisíce návštěvníků. Z toho vyplývá, že došlo sice ke snížení příjezdu cizinců, ale naopak se začal více rozvíjet domácí cestovní ruch.

V horských oblastech lze využít v letní i zimní sezóně spousty atraktivit, které přitahují turisty. Důkazem toho je přetěžování těchto horských oblastí, především Pec pod Sněžkou, Špindlerův Mlýn, Jánské Lázně a Deštné v Orlických horách. Velikým lákadlem je pro turisty nejvyšší hora Sněžka, na kterou ročně jen v letní sezóně pěšky vystoupá 8-9 tisíc turistů.

Formou kvantitativního šetření bylo získáno celkem 103 dotazníků pro zjištění atraktivnosti Královéhradeckého kraje. Z tohoto šetření je zřetelné, že zájem o zážitkovou turistiku mezi dotazovanými je. Při dotazování samotném někteří účastníci ani nevěděli, že existuje forma zážitku jako noční nebo denní zážitková dopravním prostředkem či historická jízda na člunech. Mají spojenou turistiku s tím, že často nevyhledávají místa, kde by byla možnost nějakého zážitku, právě proto i převažovalo v odpovědích u otázky č. 3, že to pro ně není důležité, ale jsou rádi, když se nějaké kulturní akce v navštíveném místě mohou zúčastnit.

Z vyhodnocení otázky č. 2 vyplývá, že většina lidí, ať už je to jakákoliv věková kategorie nejvíce využívá internetu k nalezení atraktivit. Veliký podíl na povědomí o dané atraktivitě má v dnešní době správná propagace na internetu formou různých kampaní, na kterých pracují především destinační společnosti. Jejich cílem je právě přilákat co nejvíce lidí na místa cestovního ruchu a představit jim nově vznikající projekty.

Z dotazníkové šetření vyšlo, že je pro většinu z respondentů nejatraktivnější Hradec Králové. To bych opět soudila dle reakcí, že spíše nemají představu o tom, co jiného se může nacházet v ostatních oblastech a Hradec Králové jim přišel nejznámější.

S průběhem pandemie koronaviru bohužel souvisí také poklesy návštěvnosti, rušení kulturních akcí apod. I přesto, že nakonec došlo ke zvýšení domácího cestovního ruchu oproti předešlým letem, vnímají lidé tento nárůst pozitivně a většina z nich se nenechá odradit vzniklými ochrannými a hygienickými opatřeními.

Rozhovory s aktéry přinesly trochu jiný pohled na situaci. Broumovsko není tolik v povědomí lidí, ale i přesto zde fungují některé programy, které se zdají opravdu zajímavými. V Královéhradeckém kraji i přes množství kilometrů silnic, které kraj vlastní, je překvapivé, jak špatná dostupnost a infrastruktura je směrem k horským oblastem.

7 Závěr

Královéhradecký kraj může nabídnout spoustu atraktivních oblastí a míst, kde strávit dovolenou. Cílem bylo navrhnout možnosti k většímu zatraktivnění kraje.

V teoretické části se autorka snažila vystihnout problematiku, kterou získala prostřednictvím knižních zdrojů. Brala v potaz, že každý autor může mít trochu jiný pohled na problematiku a vybraná témata a kombinovala proto poznatky z více knih od více autorů. Pro zvládnutí tvorby dotazníkového šetření byla charakterizován vybraný kraj podle předpokladů geografických, demografických, socioekonomických, dopravní infrastruktury a cestovního ruchu, kde byly ještě blíže představena místa zážitkového cestovního ruchu.

Kvalitativní šetření ukázalo, že turismu příliš neprospívá špatná dopravní infrastruktura v horských a podhorských oblastech. Jsou zatěžována hlavní střediska, a to do budoucna může znamenat negativní přínos životnímu prostředí. Návrhy pro zlepšení byly uvedeny v kapitole „Návrh pro podporu cestovního ruchu“.

Spousta lidí ani neví, že nějaké destinační společnosti existují, tak je ani nevyhledávají. Jako nejvíce atraktivní oblast byla v šetření označena oblast Hradec Králové, ale za nejméně atraktivní je považována oblast Rychnov nad Kněžnou.

Na závěr autorka práce může shrnout, že zájem o cestovní ruch je stále a s dobrou propagací se mohou regiony dále rozvíjet a nabídnout i více míst, kam turisté mohou své cesty směřovat.

8 Seznam zdrojů

8.1 Knižní zdroje

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013. 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1

BERBEL-PINEDA, Juan et al. *Gastronomic experience ad a factor of motivation in the tourist movements*. *Internaional Journal of Gastronomy and Food Science*. 2019. Volume 18. ISSN 1878-450 X

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4. nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 372 s. ISBN 978-80-246-1966-8

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2007. 205 s. ISBN 80-7168-901-7

DVOŘÁKOVÁ, I., HÁJKOVÁ, M., FOLBERGOVÁ, R. *Vzdělávání v zážitkové turistice v oblasti technických památek v Praze: (studijní texty)*. Jihočeská centrála cestovního ruchu, 2006. ISBN 978-80-239-7838-4

GOELDNER R. Charles, J.R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2

HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Velký psychologický slovník*. 4. vyd. Praha: Portál, 2010. 800 s. ISBN 978-80-7367-686-5

HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6

HOLEŠINSKÁ, A. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

INDROVÁ, Jarmila a kol. Cestovní ruch (základy): pro bakalářské studium na VŠE Praha. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2013. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6

LOCHMANNOVÁ, Alena. Cestovní ruch. 1. vyd. Prostějov: Computer Media, 2015. 112 s. ISBN 978-80-7402-216-6

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch -podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3

SKOKAN, Karel. Evropská regionální politika v kontextu vstupu České republiky do Evropské unie. 1. vyd. Ostrava: Repronice, 2003. 114 s. ISBN 80-7329-023-5

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER a kol. Základy cestovního ruchu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 119 s. ISBN 80-210-4167-6

WOKOUN, René a kol. Základy regionálních věd a veřejné správ. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. 474 s. ISBN 978-80-7380-304-9

8.2 Internetové zdroje

BABIČČINO ÚDOLÍ A ZÁMEK RATIBOŘICE [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.ratiborice-babiccinoudoli.cz/>

CZECHTOURISM [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/a48cc029-ca78-490b-a9ee-2fd815021d5b/page/destinacni-management>

HOSPITÁL KUKS [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.hospital-kuks.cz/cs>

STARÉ HRADY HRAD A ZÁMEK [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.starehrady.cz/>

HRADECKO [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.hradecko.eu/cs/>

KLÁŠTER BROUMOV [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.klasterbroumov.cz/>

KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.kr-kralovehradecky.cz/>

SAFARI PARK DVŮR KRÁLOVÉ [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://safaripark.cz/>

STACHELBERG [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.stachelberg.cz/>

STEZKA KORUNAMI STROMŮ KRKONOŠE [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.stezkakrakonose.cz/>

ZÁMECKÝ RESORT DĚTENICE [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.detenice.cz/>

ZÁMEK POTŠTEJN [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.zamekpotstejn.cz/cs>

ZDOPRAVY.CZ [online]. [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://zdopravy.cz/>

9 Přílohy

9.1 Dotazník

Příloha 1: Dotazník k diplomové práci

Dotazník pro návštěvníky regionu

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze a touto cestou bych Vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku. Výchozí data použiji do praktické části mé diplomové práce psané na téma: „Zážitkový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje“. Dotazník je zcela anonymní a jeho výsledky budou použity pouze pro účely diplomové práce.

Předem děkuji za Váš čas a ochotu vyplnit tento dotazník.

Bc. Veronika Trešlová

1) Z jakého důvodu jste kdy navštívili Královéhradecký kraj?

Vyberte jednu nebo více odpovědí – označte křížkem

- Jsem rezidentem (tzn. bydlím v Královéhradeckém kraji)
- Návštěva známých či příbuzných
- Pracovní cesta
- Sportovní vyžití
- Návštěva kulturně-historických památek
- Příroda
- Wellness, relaxace
- Účast na kulturní akci
- Jiné

2) V případě, že jste zde navštívili kterýkoliv produkt zážitkové turistiky, jak jste se o navštíveném místě či atraktivitě dozvěděli? Z jakých zdrojů?

Vyberte jednu nebo více odpovědí – označte křížkem

- Známi či příbuzní
- Knižní publikace
- Internet
- Média (noviny, televize, rádio)
- Jiné

3) Je pro Vás lepší navštívit atraktivitu s kulturním programem než atraktivitu samotnou?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Určitě ano
- Spíše ano
- Není, ale jsem rád/a, když mohu navštívit památku, kde se odehrává zároveň kulturní akce
- Spíše ne
- Určitě ne

4) Jaké formy zážitkového cestovního ruchu Vás nejvíce lákají?

Vyberte jednu nebo více odpovědí – označte křížkem

- Adrenalinový zážitek jako je např. seskok padákem nebo bungee jumping
- Pobyt na farmě se zapojením do běžného života farmářů
- Kostýmové prohlídky hradů a zámků
- Gastronomický kurz místních specialit
- Účast na místních tradicích/zvycích (různé dílny s tradičními výrobky)
- Návštěva středověké krčmy či jiného gastronomického podniku
- Rodinný zábavní park
- Noční či denní zážitková jízda dopravním prostředkem
- Na kole/koloběžce po pivní či vinné stezce
- Plavba na historických člunech
- Návštěva technicko-technologických památek

5) Co si představíte pod pojmem zážitek ve spojitosti s cestovním ruchem?

U každé odpovědi označte křížkem vyhovující

- | | Určitě ano | Spíše ano | Spíše ne | Určitě ne |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> Nové poznání | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="radio"/> Událost spojená s emocí | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="radio"/> Nezapomenutelná atmosféra | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="radio"/> Vnímání více smysly
(hmat, sluch, chuť) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| <input type="radio"/> Jedinečný zážitek | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6) Kolik financí jste ochotni vynaložit na zážitkovou turistiku? (částka za jednu osobu)

Vyberte jednu odpověď - označte křížkem

- Do 500 Kč
- 500 – 1000 Kč
- 1000 – 2000 Kč
- Více než 2000 Kč

7) Který kraj České republiky je pro Vás zajímavější z hlediska zážitkového cestovního ruchu?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Praha
- Středočeský
- Jihočeský
- Plzeňský
- Karlovarský
- Ústecký
- Liberecký
- Královéhradecký
- Pardubický
- Vysočina
- Jihomoravský
- Olomoucký
- Moravskoslezský
- Zlínský

8) Která oblast Královéhradeckého kraje je pro Vás zajímavější z hlediska zážitkového cestovního ruchu?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Hradec Králové
- Jičín
- Náchod
- Rychnov nad Kněžnou
- Trutnov

9) Jste spokojeni s nabídkou zážitkového cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

10) Vnímáte pozitivně změnu v množství turistů po proticovidových opatřeních způsobených onemocněním COVID-19 při samotné návštěvě atraktivit v Královéhradeckém kraji?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

11) Odrazuje Vás od návštěvy turistických míst nutnost dodržovat hygienická a ochranná opatření?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Ano
- Ne

12) Jaké je Vaše sociální postavení?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Student
- Nezaměstnaný
- Důchodce
- Rodičovská dovolená/v domácnosti
- Zaměstnanec
- Podnikatel

13) Jaké je Vaše pohlaví?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- Žena
- Muž

14) Jaký je Váš věk?

Vyberte jednu odpověď – označte křížkem

- 15-26 let
- 27-45 let
- 46-65 let
- Více než 65 let