

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU

Analýza potenciálu oblasti Denali a návrh produktu pro nízkonákladové
cestování

Bakalářská práce

Autor: Michaela Ulrichová

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. David Chaloupský, Ph.D.

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 18.3.2019

.....
Michaela Ulrichová

Poděkování:

Ráda bych na tomto místě vyjádřila upřímné poděkování svému vedoucímu práce Mgr. Davidu Chaloupskému, Ph.D., za jeho ochotu, připomínky, cenné rady a odpovědné vedení práce.

Anotace

Obsahem bakalářské práce je primárně analýza národního parku Denali a s tím spojená teoretická východiska. První část práce seznamuje čtenáře s teoretickými aspekty, jimiž je terminologie pojmů cestovního ruchu v souvislosti s cílem práce, dále obecná fakta a informace o Aljašce a národním parku Denali a přehled základních a specifických forem cestovního ruchu ve spojitosti s dobrodružnými a outdoorovými aktivitami. V neposlední řadě je také v teoretické části řešen potenciál krajiny a charakteristika nízkonákladového cestování. Potenciál oblasti je hodnocen na základě syntézy tří metodických přístupů českých a slovenských autorů, na jejichž základě je v praktické části provedena analýza daného turistického regionu a posouzena vhodnost krajiny pro konkrétní formy CR. Díky zanalyzování charakteru krajiny tak bylo možné určit, které nízkonákladové aktivity lze v oblasti provozovat a doporučit je zvolenému segmentu.

Klíčová slova

nízkonákladové cestování, Aljaška, Denali, cestovní ruch, outdoorové sporty, národní park

Annotation

This thesis focuses on an analysis of the Denali National Park and the theoretical background related to this research. The first part of this work is dedicated to theoretical aspects connected with the main aim of the thesis. It includes tourism terminology, general facts about Alaska and Denali National Park as well as an overview of basic and specific forms of tourism related with adventure and outdoor activities and, furthermore, with the landscape's potential and low-cost travel characteristics. The evaluation of the potential of the area is based upon a synthesis of three methodical approaches by Czech and Slovak authors. The combination of these methods leads to knowledge of the landscape's assets occurring in a given tourist region and its suitability for specific forms of tourism. Due to this detection of a landscape's suitability, it was possible to determine which low-cost activities could be operated in the area and to offer recommendations and practical advice to the selected segment in consideration of their financial demands.

Keywords:

Low cost travel, Alaska, Denali, tourism, outdoor sports, national park

Obsah

1	Úvod	8
2	Cíl práce	10
2.1	Výzkumné otázky	10
3	Metodika práce	11
3.1	Struktura praktické části	11
3.2	Sběr dat	12
3.3	Metody výzkumu	12
3.3.1	Hodnocení potenciálu	13
4	Teoretická východiska	15
4.1	Klíčové pojmy	15
4.1.1	Cestovní ruch	15
4.1.2	Cestování	16
4.1.3	Turista	16
4.1.4	Destinace	16
4.2	Potenciál a atraktivita destinace cestovního ruchu	17
4.3	Nízkonákladový cestovní ruch	18
4.3.1	Prostředky pro levné cestování	19
4.4	Produkt cestovního ruchu	20
4.4.1	Charakteristika produktu CR	20
4.5	Geopsychologie v cestovním ruchu	21
4.5.1	Motivace k cestování	21
4.5.2	Prožitek	23
4.6	Formy CR	24
4.6.1	Základní a specifické formy cestovního ruchu	26
4.7	Charakteristika oblasti	29
4.7.1	Aljaška – základní fakta	29
4.7.2	Národní park Denali	33
5	Praktická část práce	33
5.1	Primární cíl	33
5.1.1	Vymezení sledovaného území	36
5.1.2	Analýza oblasti Denali	37
5.1.3	Zhodnocení destinace pro konkrétní formy CR	46
5.1.4	Výsledky analýzy	49
5.2	Sekundární cíl	50
5.2.1	Sestavení profilu nízkonákladového cestovatele	50
5.3	Vymezení cílového produktu podle druhů CR	56
5.3.1	Specifika produktu	56
5.3.2	Kritéria produktu	56
5.3.3	Tvorba produktu	57
5.3.4	Praktické rady	66
5.3.5	Zhodnocení produktu	68

6	<i>Vyhodnocení výsledků</i>	69
6.1	Doporučení	70
7	<i>Závěr</i>	72
8	<i>Seznam použité literatury</i>	74
9	<i>Slovník pojmů</i>	77
10	<i>Seznam obrázku</i>	79
11	<i>Seznam tabulek</i>	79

1 Úvod

Z důvodu nárůstu volného času i peněz u skupiny obyvatelstva střední třídy se dnes uskutečňují častěji návštěvy zemí, které dříve z hlediska vzdálenosti i finančních možností patřili mezi ojediněle navštěvované. Mezi tyto destinace se řadí právě Aljaška. Není to země, kterou by mohl navštívit kdokoliv, neboť cenové rozmezí pobytu se běžně pohybuje od několika desítek až ke stovkám tisíc korun. Primárními návštěvníky této lokality jsou lidé s vysokými příjmy nebo důchodci, kteří si plní svůj životní sen, na který dlouho šetřili své finanční prostředky. Právě tato skutečnost se stala námětem pro napsání této bakalářské práce, jejímž sekundárním cílem je poukázat na možnosti cenově dostupnějších forem cestování, mezi které patří nízkorozpočtové cestování. Díky tomuto typu cestování tak může Aljašku navštívit vyšší procento lidí, než bylo doposud běžné.

Práce je konkrétně zacílena na oblast národního parku Denali a jeho periferní oblasti, které jsou neméně atraktivní než samotný park a zároveň v těchto částech krajina nepodléhá přísné kontrole limitující působnost návštěvníků, a je proto vhodná k uskutečnění aktivit, které jsou v parku veřejnosti zakázány. Důvodem pro výběr této části Aljašky je uplatnění osobních zkušeností autora získaných střednědobým pobytem v blízkosti národního parku Denali a jeho znalosti okolního prostředí.

V úvodu teoretické části je věnováno několik stran terminologii cestovního ruchu. Stručné definice vymezí rozdíl mezi návštěvníkem a turistou a poukáží na to, co musí cestování splňovat, aby se jednalo o cestování v rámci cestovního ruchu jako vědní disciplíny. Snahou je zároveň poukázat na problematiku hodnocení potenciálu konkrétní oblasti pro rozvoj činností cestovního ruchu. Zároveň se obohatí znalostmi o dané zemi, jejími přírodními bohatstvími, fakty a událostmi mající zásadní význam v její historii. Především mu ale bude blíže představena jedna z nejvýznamnějších turistických destinací na Aljašce, kterou národní park Denali. Obsahem práce je také poukázat na úlohu národního parku a důležitost ochrany, monitoringu a eliminace ohrožených či potenciálně ohrožených živočišných druhů, vyskytujících se v této unikátní oblasti na planetě Zemi.

Současně je práce zaměřena na praktické informace, kterým se věnuje kapitola o nízkonákladovém cestování. Ta představuje rady a způsoby, jak ušetřit finanční prostředky na cestách. Inspirací pro cestování je kapitola zabývající se specifickými formami CR a novými trendy cestování, jako je například ekoturismus.

Praktická část se věnuje především kompletní analýze přírodních atraktivit a dostupných sportovních či rekreačních aktivit v destinaci. Prostřednictvím zjištěných informací je vytvořen

produkt odpovídající profilaci zvoleného segmentu podle jeho finanční motivace a náplně cesty.

Tato práce je sice výzkumného charakteru, přesto však v sobě nese inspirativního ducha a spoustu užitečných rad a typů, které by mohly být praktickým návodem, jak navštívit vzdálenou destinaci za nejnižší možné náklady.

2 Cíl práce

Hlavním cílem práce je analyzovat potenciál geografické oblasti Denali a navrhnout nízkonákladové produkty cestovního ruchu v dané lokalitě.

Díličními cíli práce je zodpovězení výzkumných otázek, profilace nízkonákladového cestovatele, analýza současného stavu poskytovaných zařízení pro realizaci sportů a outdoorových aktivit a současně rozřídění těchto typů rekreace do cenových tříd.

2.1 Výzkumné otázky

Jakým potenciálem oblast Denali disponuje?

Pro jaké sportovně rekreační aktivity je zvolená oblast vhodná?

Na jakých složkách cestování lze ušetřit?

Co je náplní cesty nízkonákladového cestovatele?

Co lze doporučit zájemcům o nízkonákladové cestování v oblasti Denali?

Jaká je užitná hodnota výsledného produktu?

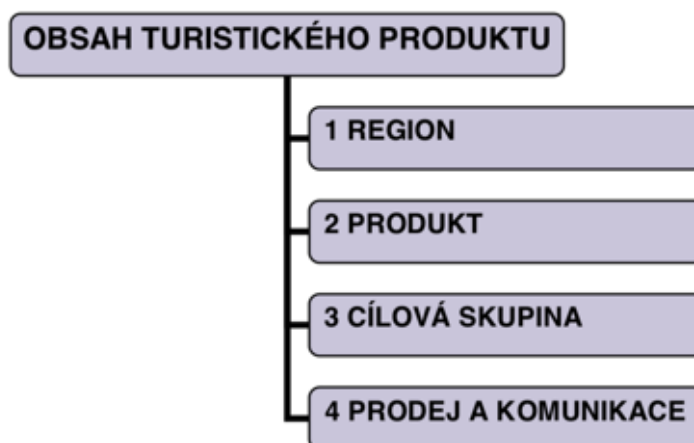
3 Metodika práce

Praktická část se zabývá cílem hlavním, tedy zhodnocením potenciálu oblasti národního parku Denali a jeho okolí a současně řeší i cíle dílčí. Jednotlivými dílčími cíli je určení vhodnosti zkoumané oblasti pro sportovní aktivity a pro nízkonákladový cestovní ruch, profilace cestovatele se zájmem pro nízkorozpočtové cestování a analýza dostupných outdoorových sportů a aktivit v oblasti včetně tvorby kritérií pro konečný produkt.

3.1 Struktura praktické části

- Vymezení území, které je předmětem sledování
- Sběr dat a informací
- Rozbor hodnot v území
- Určení potenciálu a vyhodnocení míry jeho využitelnosti
- Analýza současného stavu nabídky zážitkových aktivit
- Profilace nízkonákladového cestovatele se zájmem o dobrodružný CR
- Vytvoření seznamu míst a aktivit na základě odhadovaných požadavků zvoleného segmentu

Spolupráce Kratochvíla a Pažouta (2006) při tvorbě vzdělávacího programu, zabývající se tvorbou destinačních produktů cestovního ruchu, přispěla k vytvoření teoretického základu pro tuto problematiku. Některé z uvedených prvků byly autorkou shledány jako užitečné pro tvorbu výsledného produktu této práce. Podle autorů je za podmínek sběru dat a informací možné sestavit destinační produkt podle schématu na obrázku číslo 8. V případě konkrétního produktu této práce postačí pouze první tři číselné body, neboť výsledný produkt nebude předmětem prodeje nýbrž obsahovým doporučením pro zvolený segment. Položka „*prodej a komunikace*“ tedy nebude součástí tvorby.



Obrázek 1 Schéma pro tvorbu produktu
Zdroj: Kratochvíl a Pažout (2006)

V praktické části budou tedy analyzovány tyto jednotlivé body osnovy:

1 REGION

- 1.1 Region jako turistická destinace – popis regionu
- 1.2 Poloha
- 1.3 Podnebí
- 1.4 Dopravní dostupnost
- 1.5 Důležité informace

2 PRODUKT

- 2.1 Popis produktu
- 2.2 Hlavní nabídka
- 2.3 Užitek z produktu
- 2.3 Cenové rozmezí

3 CÍLOVÁ SKUPINA

- 3.2 Segmentace a typologie návštěvníka, jeho cíle, motivy a preference k návštěvě

3.2 Sběr dat

Pro analýzu oblasti budou primárně využita sekundární data z veřejně dostupných zdrojů a z odborné literatury dále pak níže uvedené informační prostředky.

- turistické mapy
- průvodcovské materiály
- propagační materiály dané oblasti
- mobilní aplikace
- lokální internetové stránky
- informace získané vlastním šetřením

3.3 Metody výzkumu

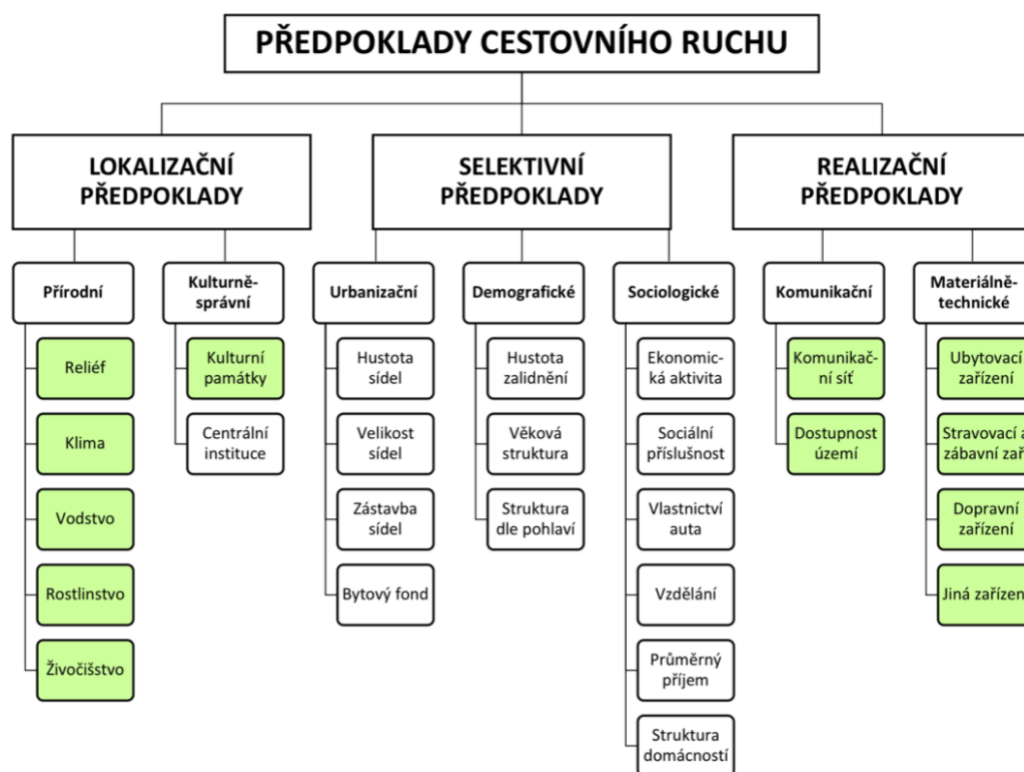
V praktické části je použita vlastní metodika skládající se ze situační analýzy zkoumaného regionu, tedy určení silných i slabých stránek oblasti včetně zhodnocení příležitostí a hrozeb. Určení potenciálu destinace je dosaženo systematicky spojením dvou metod se stejným

záměrem, kdy jedna z metod rozvádí obecný přístup druhé. Za použití zvolených metod lze snadno filtrovat dostupné informace a prostřednictvím vhodného sběru dat tak následovně odpovědět na výzkumné otázky.

3.3.1 Hodnocení potenciálu

Úkol, kterým je hodnocení potenciálu pro rozvoj aktivit cestovního ruchu v konkrétním prostředí se ukázal jako nesnadná záležitost. Do hodnocení totiž vstupuje mnoho faktorů, jež některé jsou nehmotné, a tedy těžko měřitelné. Nebo takové faktory, jež nejsou přítomny v hodnocené destinaci, ale přesto ovlivňují její charakter. Vzhledem k různorodosti faktorů ovlivňující potenciál zvolené lokality se je mnozí autoři pokusili roztřídit a usnadnit tak proces systematického hodnocení. V průběhu psaní této práce došla autorka k zjištění, že se nejedná o hodnocení potenciálu oblasti, ale spíše o hodnocení předpokladů, přesto zůstali pojmy v původním znění, aby bylo možné zachovat obsah kapitol, které souvisí s cílem práce.

Hasman a Šíp (2001) rozdělili potenciál do třech hlavních kategorií, jejichž hlavní potenciál se skládá z primárních zdrojů, kterými jsou přírodní a antropogenní složky. Druhým, tedy sekundárním potenciálem je infrastruktura CR, tedy komplex služeb a produktů, které se na realizaci cestovního ruchu podílí. Těmito prostředky jsou především dopravní komunikace, ubytovací a stravovací zařízení, obecně řečeno materiálně-organizačně-technické předpoklady podílející se na uspokojování potřeb návštěvníků destinace. Třetím měřeným potenciálem oblasti jsou konané společenské akce a události, které se konají buď v pravidelných či nepravidelných termínech. K dalším významným autorům, řešícím problematiku hodnocení potenciálu destinace, patří Mariot (1983), který předpoklady pro rozvoj CR člení na lokalizační, realizační a selektivní. Pro orientaci hodnocených jednotlivých kategorií Mariot vytvořil přehledné schéma (obr. 2). Z kapitoly věnované popisu NP Denali je zřejmé, že v tomto regionu mají převažující charakter přírodní atraktivita. V důsledku toho bude zvolena, taková metoda měření potenciálu, která je orientována především na složky přírodní. V praktické části jsou tedy primárně hodnoceny lokalizační předpoklady i realizační předpoklady, které se nacházejí v zeleně zbarvených rámečcích Mariotova schématu (obr. 2). Další velmi užitečnou metodiku, která se vztahuje k obsahu této práce, vytvořil Bína (2001). Autor se ve své závěrečné zprávě, zpracované pro ústav územního rozvoje, zabývá hodnocením potenciálu destinace ve vztahu vhodnosti krajiny pro realizaci konkrétních forem cestovního ruchu. Pro přehlednost práce využil praktickou tabulku obsahující položky hodnocené podle stanovených kritérií.



Obrázek 2 Schéma rozdělení předpokladů cestovního ruchu podle Mariota

Zdroj: MARIOT (1983)

Bínův seznam (2011) bere v úvahu především lokalizační předpoklady destinace, a je tak užitečným i pro průzkum oblasti Denali. S výjimkou toho, že bodové hodnocení bude nahrazeno komentovaným a umožní tak čtenáři okamžitou zpětnou vazbu.

Kombinace metodického přístupu Bíny a Mariota byla vybrána jako adekvátní k vyhodnocení potenciálu zkoumané oblasti, a to v pořadí, ve kterém jsou výše představeny. Sběr dat pro hodnocení bude řazen od primárního potenciálu po terciální, tak jak ho představují Hasman s Šípem (2001).

4 Teoretická východiska

4.1 Klíčové pojmy

4.1.1 Cestovní ruch

Tato bakalářská práce je zaměřená na geograficky-turistická hlediska regionu a v důsledku toho má nejbližší vztah právě k vědnímu oboru cestovního ruchu. Proto je vhodné si nejprve objasnit, co je a není cestovní ruch a charakterizovat jeho hlavní znaky.

Mnozí autoři snažící se ve svých publikacích definovat cestovní ruch zpravidla narážejí na problém nesnadného výběru vhodné definice, neboť jich jenom za poslední 3 dekády vzniklo nezměrné množství a tento fenomén lze díky jeho interdisciplinárnímu charakteru definovat z mnoha různých hledisek. První mezinárodně uznávaná definice vznikla za pomoci světové organizace cestovního ruchu roku 1991. Organizace definovala CR z časového, prostorového i účelového hlediska a překlad, který ve své publikaci uvádí Malá (1999, str. 11) zní následovně:

„Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru).“

Zelenka a Pásková (2002, str. 45) vytvořili komplexnější definici cestovního ruchu, která rozšiřuje vymezení cestovního ruchu světovou organizací pro CR (viz. odstavec výše), které je definováno především pro statistické účely. Vymezení cestovního ruchu této autorské dvojice je v tomto znění: *„Komplexní společenský jev jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit (politika CR, propagace CR, regulace CR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“*

4.1.2 Cestování

Gee, Makens a Choy (1997) definují cestování jako akt přesunu mimo místo trvalého bydliště z důvodu volnočasových nebo obchodních, ale ne dojíždění nebo cestování za prací nebo do školy.

4.1.3 Turista

Pojem turista podle Indrové (2009, str. 12) je v mezinárodním cestovním ruchu charakterizován jako „osoba, která cestuje do jiné země než v níž má své obvyklé bydliště na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi“. A současně v domácím cestovním ruchu definuje tatáž autorka turistu následovně – „Osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí (v téže zemi), na dobu zahrnující alespoň 1 přenocování, ale ne na dobu delší 6 měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“

4.1.4 Destinace

To, co je nazýváno destinací, je tzv. územní celek neboli, jak Beiger (1998) uvádí, „geografický prostor“, mezi jehož zástupce patří státy, regiony, místa či rezorty a tyto prostory různých velikostí jsou cílem segmentu cestovního ruchu. Destinace je tedy utvářena v čase a prostoru a současně činnostmi vztahujícími se k cestovnímu ruchu. Především tedy nabídkou služeb, do kterých Bieger řadí ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábavu. Vymezuje tak destinaci prostorově na základě daných administrativních hranic. Co však jeho definice postrádá je motivační (subjektivní) a materiální náplň, která je podmínkou pro získání zájmu účastníků, a bez které by se jednalo o běžný geografický prostor.

To, proč se stává určitá oblast předmětem zájmu, jsou atraktivity, kterými disponuje. Tyto atraktivity tvoří fyzické i nefyzické složky, které se aktivně podílí na tvorbě příznivých podmínek pro realizaci cestovního ruchu. Je to tedy celek geografických kvalit, zahrnující sociálně kulturní, historické a jiné odkazy, které dohromady tvoří potenciál daného místa pro různý typ návštěvníků. V publikaci se lze dále dočíst, že vnímání destinace jako místa s vysokou atraktivitou nemusí být založeno na reálných faktech a událostech. I pouhý mýtus vztahující se k navštěvovanému místu lze považovat za příznivý faktor ovlivňující atraktivnost destinace. To, jak se nám destinace jeví, tedy subjektivní pohled, je externím faktorem a

ovlivňuje ho tzv. mentální koncept v mysli návštěvníků. Na tento fakt upozorňují autoři knihy *Marketing Tourism Places* Ashworth a Goodall (1990) a jako příklad mentálního nastavení návštěvníků uvádí jejich záliby, zvědavost, životní styl a řadu jiných.

Palatková (2014) ve své publikaci shrnuje možné přístupy, jak lze destinaci vnímat, jedním z nich je pohled z tržního hlediska, který zastává Porter. Právě on vnímá destinaci jako místo střetu nabídky, poptávky a konkurenčního boje. A podle něho je atraktivita destinace měřena poptávkou návštěvníků. Tento jev lze podložit i výzkumy doc. RNDr. Jiřího Vanička, CSc. (2006), které vykazují skutečnost, že atraktivitu turistické destinace neutváří pouze přírodní a kulturní potenciál, ale záleží také na struktuře návštěvníků, motivaci jejich návštěvy či délky pobytu v destinaci, neboť tyto faktory se mohou různit podle místa výskytu. Stručné shrnutí znaků destinace, které jsou nezastupitelné a tvoří podstatu destinace publikuje, Nejdí (2011).

Toto vymezení destinace je pro zpracování dat v této práci dostačující.

1. destinace je tvořena z pohledu návštěvníka, který si ji vybírá
2. destinace je geograficky vymezeným prostorem
3. destinace musí být vybavena atraktivitami a současně i souborem zařízení poskytující služby pro jejich využití tak, aby vhodně uspokojily potřeby návštěvníků daného místa a poskytly jim celistvý, komplexní zážitek.

4.2 Potenciál a atraktivita destinace cestovního ruchu

Podle autorek Kotíkové a Schwartzhoffové (2008) je podmínkou vhodného rozvoje cestovního ruchu v jakékoliv destinaci vysoký stupeň potenciálu, jež se na daném území vyskytuje. Potenciálem se rozumí veškerý souhrn možností, schopností a předpokladů krajiny pro určitou činnost. V cestovním ruchu jde především o přírodní a společenské prvky, které utvářejí celkový dojem krajiny. Složení těchto faktorů vytváří tzv. atraktivitu oblasti, která je hlavním motivačním stimulem pro účastníky cestovního ruchu. Jednodušeji řečeno, schopnost destinace přilákat turisty a uspokojit jejich požadavky.

Hesková (1999) konstatuje, že atraktivitu místa určuje především její geografická poloha, typ krajiny, klima, vodstvo, rostlinné a živočišné složení a jiné prvky. Lidé dané místo navštěvují z důvodu relaxace, rekreace, poznání přírody nebo je využívají pro různé formy aktivní turistiky (pěší turistika, cykloturistika a jiné specifické formy).

V publikaci Atraktivita a produkty cestovního ruchu popisuje Jarolímková (2017) atraktivitu jako objekty či události, které vyvolávají zájem o návštěvu místa, a to díky své kulturní hodnotě, historickému významu, přírodní kráse nebo možnostem zábavy. Autorka současně upozorňuje na fakt, že atraktivita CR není to, co je návštěvníkovi prodáváno, neboť koncový spotřebitel si kupuje produkt či službu, která je ale o tuto atraktivitu obohacena a ovlivňuje tak její tržní hodnotu.

Z pohledu cestovního ruchu je celkový potenciál měřen ve čtyřech oblastech. Mezi ně patří potenciál přírodních zdrojů, výskyt kulturních atraktivit, úroveň infrastruktury a konané akce. Tyto čtyři složky jsou základními hodnocenými prvky ve zvoleném regionu, které lze aplikovat na kteroukoliv oblast. Z vypočítané kvality a množství těchto složek v destinaci lze dospět k výsledkům, které jsme schopni následně hodnotit a porovnávat z časového i prostorového hlediska.

Přesto výzkumníci univerzity v Queenslandu Summers, McColl-Kennedy (1995) ve svém článku poukazují na skutečnost, že počet dosud provedených studií zkoumajících kritéria pro měřitelnost potenciálu turistických destinací je poměrně nízký. Za problém výzkumníci považují především náročnost komplexně pojmout tuto problematiku, která má dvourozměrný pohled na turistickou destinaci. Ta je vnímána jak z hlediska fyzického, tak i nehmotného. Právě druhý pohled podle výzkumníků komplikuje celkovou měřitelnost potenciálu území, protože je subjektivního charakteru.

Každý návštěvník vstupující do destinace disponuje odlišnou motivací, předchozími zkušenostmi i tím, jak na něj působí marketing destinace. Proto nelze použít stejné prvky pro exotickou oblast jako pro oblast lázeňskou, městskou či kulturně-historickou. Každá z těchto typů destinací totiž dokáže uspokojit jiné potřeby, které vycházejí z odlišných (subjektivních) motivací. Více o hodnocení potenciálu je uvedeno v metodické části práce.

4.3 Nízkonákladový cestovní ruch

„Za málo peněz hodně muziky“

Vývoj cestovního ruchu v ČR zažívá velký boom v oblasti nízkonákladového cestovního ruchu.

Je tomu tak proto, že individuální cestování je dnes snadněji uskutečnitelné prostřednictvím dostupných moderních technologií a okamžitému připojení k internetu téměř kdykoliv a odkudkoliv. Online rezervace, nákup letenek, plánování tras i finančních výdajů

nebo dostupnost informací o cílové destinaci je dnes schopen vyhledat a uskutečnit téměř kterýkoliv uživatel internetu.

Další stimul k tomuto typu cestování je postupné rozšiřování pracovních pozic v terciálním sektoru, kdy mají lidé více času, energie, finančních prostředků, ale zároveň i potřebu dalšího vzdělávání a osobního rozvoje. To se právě v některých případech projevuje jako neutuchající touha navštěvovat a poznávat nové destinace. Tento trend získal přízeň především u mladší generace, jejíž snahou je poznat co nejvíce a zároveň utratit co nejméně peněz. Aby ušetřili, jsou ochotni snížit své nároky ohledně kvality a úrovně ubytování, dopravy i stravování. Na oplátku očekávají netradiční zážitky a výstup z životního stereotypu.

Autoři Zelenka a Pásková (2012) úzce specifikovali levný cestovní ruch jako formu CR, kdy její účastníci jsou motivováni cestovat za co možná nejnižší vynaložené náklady a jejímiž vyznavači jsou především mladí lidé. Tato definice postrádá emoční náplň cestování, vystihuje sice účel, nikoliv však podstatu nízkonákladového cestování. Tou je poznávání nových zemí, lidí a kultur na vlastní oči bez řízeného programu, který je nabízen prostřednictvím hromadného, organizovaného cestovního ruchu.

Příkladem nízkonákladového cestování v praxi jsou četné návštěvy asijských zemí. Aby totiž Evropané neutratili mnoho peněz, ale zažili něco nového, navštěvují čím dál frekventovaněji země jihovýchodní Asie i Indonésie především proto, že východní země mají podstatně nižší cenovou hladinu. Navíc díky výrazné kulturní diferenciaci oproti západním zemím patří destinace jako Bali, Thajsko, Vietnam a mnoho dalších k velmi oblíbeným lokalitám. Na tento fakt upozorňuje na webu Wein (2011).

4.3.1 Prostředky pro levné cestování

Wein (2011) konstatuje, že návštěva zemí s nižší cenovou hladinou je jednou z variant, jak uvést nízkorozpočtové cestování do praxe. Dalšími prostředky, jak ušetřit peněženku za výdaje při cestování, je internet a zdarma dostupné informace na webových portálech, sociálních sítích i příležitost efektivně vyhledat nejlevnější letenky, zarezervovat ubytování se slevou nebo vyhledat first minute či last minute zájezd za zvýhodněnou cenu. Možnosti jsou neomezené a současný trend, kterým je sdílená ekonomika dává levnému cestování ještě větší rozměr. Dnešní moderní doba je pro cestování jako dělaná, takřka veškeré platby v zahraničí lze uskutečnit prostřednictvím platebních karet bez nutnosti směny cizího platidla a do

destinace je možné se dopravit za velmi krátkou dobu díky letecké dopravě, která je dosažitelným cílem pro většinu obyvatelstva, především ta nízkonákladová.

4.4 Produkt cestovního ruchu

Wong; Kotler; Saunders; Armstrong (2000) ve společné publikaci rozebírají dnes velice populární koncept čtyř základních pilířů produktového mixu tvořící prodejní strategie. Produkt, jako jedna ze složek „4P“, je proto většinou chápán jako předmět prodeje, jako tomu u běžných produktů v marketingovém pojetí bývá. V této práci však není důležitý prodej či umístění na trhu nýbrž jeho náplň. To, nakolik je schopen konečný produkt uspokojit nadšence zážitkového a aktivně-rekreačního cestovního ruchu v konkrétní oblasti a zdali je konkrétní zvolená oblast opravdu kompetentní k uskutečnění nízkonákladového cestovního ruchu.

Následující část je proto věnována náplni a poslání takového produktu cestovního ruchu, který by dokázal uspokojit konkrétní segment, jímž jsou nízkorozpočtoví cestovatelé. Hned první problém, na který lze narazit u produktu cestovního ruchu, je jeho konkrétní vymezení, neboť není snadné ho odlišit od jiných běžných spotřebitelských produktů. A jeho nejčastější podobou je služba, kterou Kotler a kolektiv (2007) označuje jako nehmátatelnou, pomíjivou, proměnlivou a neoddělitelnou od místa a času jejího uskutečnění.

Autorky Vajčnerová a Rygllová (2017) doplňují další vlastnosti produktu cestovního ruchu, jimiž je sezónnost, nemožnost skladování či nenapodobitelnost a omezenost realizace pouze v místě nabídky, kdy se konzument musí dostavit na místo jeho realizace. Autoři knihy tvrdí, že celkový charakter produktu je tvořen spotřebitelem i poskytovatelem současně, neboť oba články se společně podílí na tvorbě atmosféry daného místa.

4.4.1 Charakteristika produktu CR

Podle Beránka (2013) je jeden ze specifických rysů produktu CR přidaná hodnota, kterou tvoří atraktivita místa. Tuto hodnotu místní poskytovatelé produktů cestovního ruchu využívají ve svůj prospěch, ale tato hodnota se v daném místě nachází i bez jejich přičinění. Atraktivitou je podle autora například okolní krajina, místní klimatické podmínky nebo činnosti antropogenního charakteru.

Pro účely této práce je ale přidaná hodnota produktu důležitější než samotný produkt, neboť s jejím přispěním by potenciální návštěvník měl dosáhnout obohacení sahající za hranice

vnímání jeho obvyklé reality. Nejedná se tedy o konkrétní produkt směny mezi návštěvníkem a podnikatelem v CR, ale o produkt volně dostupný, který působí na návštěvníka přitažlivou silou. Takovýto způsob vnímání produktu cestovního ruchu popisují právě autoři Jakubíková a Beránek.

Jakubíková (2012) je toho názoru, že destinace cestovního ruchu vystupuje jako komplexní produkt, který je tvořen mnoha dílčími produkty. Podle ní tyto produkty slouží nejenom k uspokojení potřeb a přání hostů, ale zároveň jim nabízí netradiční zážitek nemateriálního charakteru. Pohled této autorky na podstatu produktu je ve shodě s náplní této práce, pro kterou je cílový produkt něčím víc, než pouhým uspokojením plánovaných cest.

Jiný pohled na složení produktu cestovního ruchu má již zmíněný autor knihy *Ekonomika cestovního ruchu* Jaromír Beránek (2013), který uvádí, že součástí produktu cestovního ruchu jsou veřejné a volné statky, které účastníci cestovního ruchu spotřebovávají současně se spotřebou hlavního produktu. Mezi takovéto statky se řadí například horské ovzduší, lesní porosty, vodní zdroje a podobné. Tyto statky jsou charakteristické nulovou tržní hodnotou, proto by jimi neměla být celková cena produktu ovlivněna. S tímto tvrzením nelze jinak než souhlasit a považovat tyto vlastnosti za pozitiva především pro účastníky nízkorozpočtového cestovního ruchu, kteří jsou příznivci volně dostupných statků.

4.5 Geopsychologie v cestovním ruchu

Jedna z nadcházejících kapitol je věnována formám cestovního ruchu, jejichž charakter je utvářen na základě motivace účastníků. Emoce, představy a životní styl tedy hrají významnou roli při návštěvě destinace. Palatková (2014) tvrdí, že trh turismu je do určité míry ovlivněn subjektivním vnímáním jeho účastníků. K porozumění náplně těchto zvolených forem proto předchází kapitola věnovaná geopsychologii, která se zabývá motivací účastníků CR, uvádí důvody nevhodné percepce navštíveného prostoru a nabízí tak možnosti, jak tomuto jevu předcházet.

4.5.1 Motivace k cestování

Beránek (2013) není jediným autorem, který tvrdí, že motivace cestovatele je řízena dvěma silami: tlakem (push) a tahem (pull), jedná se o tzv. Cromptonovu teorii. Tlakovou silou v současnosti bývá touha po změně, a především potřeba utéct od každodenních činností a monotónního prostředí. Naopak tahovou silou je dobrodružství, relaxace, pohyb, poznání,

vzdělání a současně také touha věnovat se osobním zálibám, které jsou v rezidentní destinaci nerealizovatelné kvůli okolním podmínkám, ale jež nabízí cílová destinace.

Autorka cestovatelského blogu Žalčíková (2015) upozorňuje na fakt, že během života jedince se jeho motivace k cestování může měnit. K faktorům, které mají změnu preferencí na svědomí, jsou například založení rodiny, změna partnera, výše příjmů, zdravotní stav, nebo předchozí zkušenosti z cest.

V následujících tabulkách je uveden Crandallův, Grossův a Knollův přehled (tab.1) nejběžnějších motivací k cestování a Torkildsenův přehled (tab.2) sociálních faktorů majících vliv na konkrétní formy cestování.

1 <i>Enjoying nature, escaping from civilisation</i> To get away from civilisation for a while To be close to nature	10 <i>Recognition, status</i> To show others I could do it So others would think highly of me for doing it
2 <i>Escape from routine and responsibility</i> Change from my daily routine To get away from the responsibilities of my everyday life	11 <i>Social power</i> To have control over others To be in a position of authority
3 <i>Physical exercise</i> For the exercise To keep in shape	12 <i>Altruism</i> To help others
4 <i>Creativity</i> To be creative	13 <i>Stimulus seeking</i> For the excitement Because of the risks involved
5 <i>Relaxation</i> To relax physically So my mind can slow down for a while	14 <i>Self-actualisation (feedback, self-improvement, ability utilisation)</i> Seeing the results of your efforts Using a variety of skills and talents
6 <i>Social contact</i> So I could do things with my companions To get away from other people	15 <i>Achievement, challenge, competition</i> To develop my skills and ability Because of the competition To learn what I am capable of
7 <i>Meeting new people</i> To talk to new and varied people To build friendships with new people	16 <i>Killing time, avoiding boredom</i> To keep busy To avoid boredom
8 <i>Heterosexual contact</i> To be with people of the opposite sex To meet people of the opposite sex	17 <i>Intellectual aestheticism</i> To use my mind To think about my personal values
9 <i>Family contact</i> To be away from the family for a while To help bring the family together more	

Tabulka 1 Motivace při cestování podle Crandalla

Zdroj: Gross, Crandall, Knoll (1980)

Personal	Social and circumstantial	Opportunity factors
Age	Occupation	Resources available
Stage in life-cycle	Income	Facilities – type and quality
Gender	Disposable income	Awareness
Marital status	Material wealth and goods	Perception of opportunities
Dependants and ages	Car ownership and mobility	Recreation services
Will and purpose of life	Time available	Distribution of facilities
Personal obligations	Duties and obligations	Access and location
Resourcefulness	Home and social environment	Choice of activity
Leisure perception	Friends and peer groups	Transport
Attitudes and motivation	Social roles and contacts	Costs; before, during, after
Interests and preoccupation	Environment factors	Management: policy and support
Skills and ability – physical, social and intellectual	Mass leisure factors	Marketing
Personality and confidence	Education and attainment	Programming
Culture born into	Population factors	Organization and leadership
Upbringing and background	Cultural factors	Social accessibility
		Political policies

Tabulka 2 Faktory ovlivňující způsob trávení volného času

Zdroj: Torkildsen (1992)

4.5.2 Prožitek

Cílový produkt této práce by měl potenciálního cestovatele nasytit především explorativními a biotickými prožitky. Celkový dojem návštěvy dané destinace by měl cestovateli navodit prožitek spokojenosti a vzrušení. Dále mu umožnit dočasně zapomenout na starosti běžného dne, tedy vstup do takové reality, kde není manipulován časem a druhými osobami.

Doba, ve které dnes žijeme, na nás působí velmi uspěchaným dojmem, a proto si lidé ani nedokáží vhodným způsobem užít svůj volný čas. Jejich mysl je plná myšlenek týkajících se závazků, kterými jsou jejich životy protkány, a které není snadné odložit nebo vypustit. Naše podvědomí je stále v pozoru a čeká na pokyny, na které je běžně zvyklé. To vytváří v mnohých lidech psychickou nestabilitu, neboť nejsou schopni dokonce ani ve svém volném čase strávit jedinou chvíli sami se sebou a najít tedy vnitřní klid.

Štyrský a Šípek (2011) věnovali jednu z kapitol nechtěnému trendu dnešní doby, kterým je neutuchající pocit nedostatku volného času. Autoři tento jev připisují na vrub lidské závislosti na společenských poměrech a rolích, kdy se jich zmocňuje posedlost honbou za hodnotami uznávanými společností, ve které žijí. Čím více se stávají otroky společenských hodnot, tím méně jsou svobodnými a často právě zažívají pocit nedostatku volného času.

Z publikace také vyplývá, že, aby člověk dokázal vnímat okouzlivou atmosféru daného místa a pocítit tak nezapomenutelný prožitek, je nezbytná jeho schopnost se pozitivně emočně naladit. Toho lze dosáhnout změnou vytvořených negativních vzorců myšlení, které zabraňují prožít vnitřní klid. Jeden ze způsobů, jak tyto vzorce přeprogramovat, je přes vnější chování

prostřednictvím pohybových aktivit. Právě díky pohybu jsou v těle uvolňovány hormonální látky podporující dobrou náladu (endorfiny, adrenalin), které pozitivně ovlivňují lidskou psychiku. A dále dosažení obtížného cíle nebo překonání osobních limitů způsobují euforické nadšení a umocňují tedy prožitek v daném prostoru a čase.

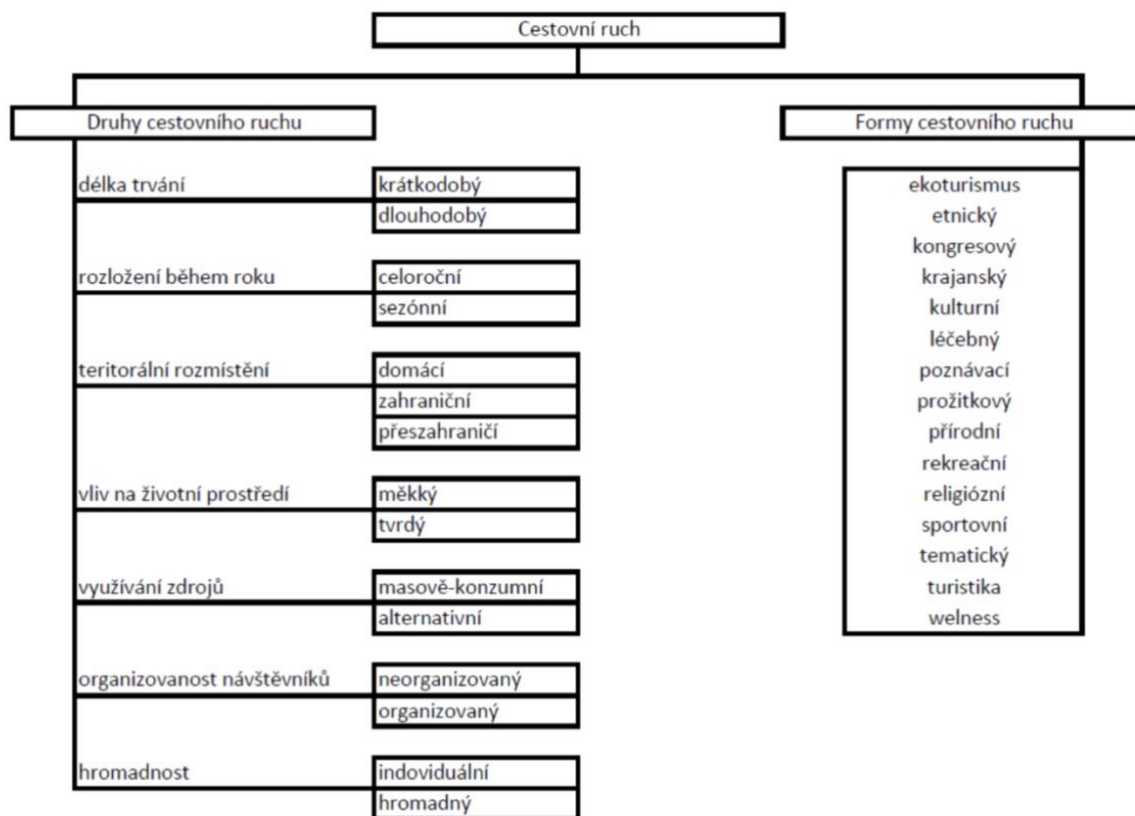
Venclová, Štyrský, Šípek, Bušek et al. (2015) doporučují vyhledávat co nejvíce odlišné prostředí, jehož jinakost jsou ještě schopny účastníci unést a tím umocnit efekt jejich účasti na cestovním ruchu. Tvrzení těchto autorů vychází z předpokladu, že změna je hlavní příčinou zájmu o cestování. Dále pobízejí k výběru takových aktivit, které do určité míry přesahují hranice schopností našeho očekávání.

Významným psychologickým termínem zakončující tuto kapitolu je Genius loci známý také pod názvem „duch místa“. Pásková, Zelenka (2002, str. 95) definují tento pojem jako *"holistický souhrn hmatatelných i nehmatatelných projevů historie i současnosti lokality, jedinečný a neopakovatelný, vytvářející svou kontinuální interakci s duchovním světem návštěvníka nebo rezidenta jeho vícerozměrný dynamický vjem z dané lokality."* Autoři současně poukazují na nemožnost zaznamenávání tohoto vjemu na žádné dostupné technologické prostředky, protože tyto zařízení dokáží pojmut pouze vizuální a hlasové hodnoty nikoliv časoprostorový charakter přítomného okamžiku.

4.6 Formy CR

Práce vychází z toho, že cílový produkt by měl být orientován na poznávání přírodního prostředí s dobrodružnými motivy a aktivní náplní, je nezbytné si tyto znaky přiřadit k jednotlivým formám cestovního ruchu.

Podle Malé (1999) jsou jednotlivé formy cestovního ruchu děleny především z pohledu motivace návštěvníků a mají převážně jevový průběh. Ty nejzákladnější formy jsou obsaženy v pravém sloupci tabulky od autorů Zelenky a Páskové (obr. 3).



Obrázek 3 Schéma druhů a forem cestovního ruchu

Zdroj: Zelenka a Pásková (2012)

V odborné literatuře jsou však dále formy cestovního ruchu členěny na základní a specifické. Ryglová et al. (2011) uvádí, že základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám, zatímco příznivci specifických forem cestovního ruchu jsou motivováni nejrůznějšími potřebami. Tyto specifické formy jsou podle Ryglové čím dál vyhledávanějším trendem CR.

Obsahem této kapitoly je výběr vhodných základních forem CR a současně doplnění výběru o specifické formy, které je potřeba podrobněji rozebrat k pochopení dané tematiky a pro účely pozdějšího zpracování. Společným charakterem níže vybraných forem CR je jejich náplň, jejímž prostřednictvím mohou účastníci prožít návrat k původním hodnotám lidského bytí. Tedy sebepoznání a mentální hygiena skrze aktivity uskutečněné v jádru panenské přírody.

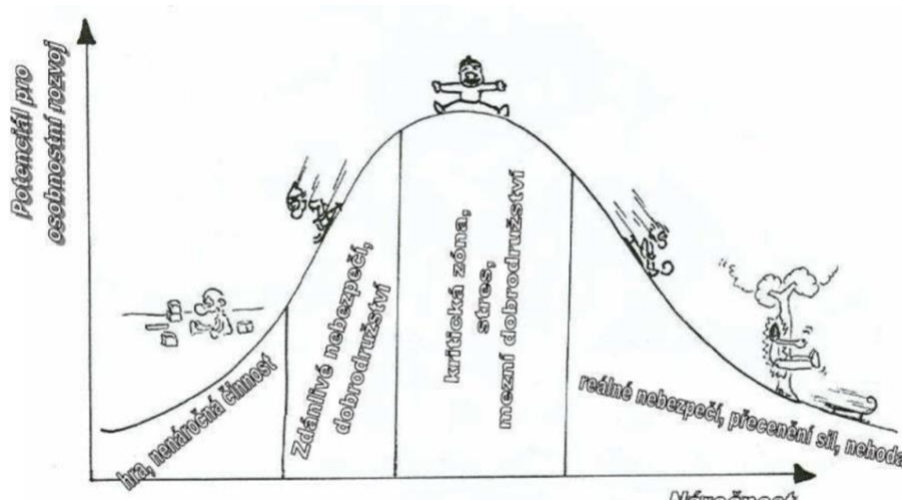
4.6.1 Základní a specifické formy cestovního ruchu

Prožitkový CR

Patří taktéž mezi nové trendy cestovního ruchu a jeho účastníky především láká nepopsatelný pocit svobody, vzrušení a naprostý odklon od všedního tuctového dne vyznačující se jedinečností. Raymond a Richards (2000) definují zážitkový cestovní ruch následovně. „Zážitkový turismus je cestování zaměřeno na aktivní zapojení účastníků v cestovním ruchu, jejich autentické zážitky, nauce umění, kulturních odkazů dávných předků a odhalení výjimečného charakteru dané destinace.“ Tito specifičtí cestovatelé se od běžných turistů liší především rozsáhlejšími znalostmi navštěvované destinace a jejich cílem je si tyto znalosti prohloubit návštěvou daného místa a kontaktem s místními lidmi. Protože, ti mu jsou schopni předat osobní zkušenosti a zároveň jsou zástupci místní kultury, o které se dotyčný nemusí jen dočíst z knih, ale může ji zažít na vlastní kůži v jejich společnosti, a má tak možnost získat zkušenosti nad rámec běžné návštěvy.

Dobrodružný CR

Tématem dobrodružného cestovního ruchu se zabývá Seifertová (2013), která konstatuje, že při tomto typu cestování se u účastníka předpokládá určitá úroveň fyzické zdatnosti a psychické odolnosti. S vidinou zažít pozoruhodné dobrodružství vyvstává i možnost případného rizika. Se stupněm náročnosti výpravy je vyžadována i odpovídající vybavenost.



Obrázek 4 Náročnost prováděné aktivity v návaznosti na osobnostní rozvoj

Zdroj: Neuman (2000)

Tím, že dobrodružný cestovní ruch s sebou přináší možné riziko, je nutné, aby účastníci byli s tímto rizikem seznámeni a akceptovali jeho případný výskyt. U některých aktivit dobrodružného CR jsou vyžadovány odpovídající kvalifikace jeho účastníků, které by neměly být v žádném případě podceňovány. Odpovědnost při těchto aktivitách je v případě organizovaného CR v rukou poskytovatele služeb v zastoupení specialisty, který zodpovídá za zúčastněné osoby v rozsahu uvedeném ve smluvních podmínkách programu, s kterými osoby předem souhlasili. V případě neorganizovaného CR je odpovědnost individuální.

Ekoturismus a přírodní CR

Podle Seifertové (2013) je zásadním úkolem cestovního ruchu jeho udržitelný rozvoj, tedy nutnost regulace spotřeby přírodního a kulturního dědictví lidstva tak, aby byl dostupný i budoucím generacím. Pro tyto účely byly zřízeny národní parky, chráněné krajinné oblasti, rezervace a jiné přírodní plochy s nižším stupněm ochrany. Tyto oblasti jsou zpravidla spravované příslušnými orgány, jejichž povinností je dohled nad dodržováním stanovených pravidel chování turistů a tím zamezení nezvratného dopadu na místní ekosystémy.

Pásková (2012) uvádí prevenci, jako vhodný způsob, jak se vyhnout nevhodnému vlivu lidské činnosti na přírodní bohatství. Především environmentální vzdělání a výchova. Tak lze ochránit i takové prostředí, které nepodléhá žádnému stupni ochrany pověřenými subjekty. Ekoturismus je tedy taková forma cestování, jejíž účastníci vstupují do destinace s respektem a porozuměním, vztahujícím se k zachování původního rysu krajiny na úkor jejich pohodlí. Jeho podstatou je tedy přímý kontakt s přírodou a minimální dopad na životní prostředí.

Sportovní CR

Mezi další ze specifických forem cestovního ruchu patří sportovní, o kterém lze tvrdit, že má pravděpodobně nejširší pole působnosti. Nás ale budou zajímat především sporty outdoorové, které lze uskutečnit v blízkém, či přímém kontaktu s přírodou. Gibson (2002) uvádí, že sportovní cestovní ruch představuje volnočasovou aktivitu, jejíž příznivci se buď přímo účastní či pasivně sledují a obdivují jiné účastníky této aktivity. Podmínkou v obou případech je, že aktivita musí být provozována mimo bydliště aktivních i pasivních účastníků.

Typem sportovního turismu, který má nejbližší k cílům této práce je rekreační a relaxačně sportovní. Schwartzhoffova (2010) poukazuje na fakt, že během aktivních dovolených jsou nejčastějšími provozovanými sporty a aktivitami rybolov, golf, jezdeckví,

rafting, vodní surfing, horolezectví a jiné. Zároveň poukazuje na skutečnost, že tyto aktivity bývají spíše doplňkem či zpestřením dovolené, nikoliv cílem. Schwartzhoffová (2010) zároveň kategorizuje sporty a činnosti na turistiku, vodní sporty, mořské a pobřežní sporty, vzdušné sporty a letní i zimní sportovní disciplíny. Toto členění zahrnuje objemné množství sportů a aktivit, které není snadné sumarizovat, neboť vznikají stále nové a nové sportovní disciplíny a ani oblast outdoorových aktivit nezůstává pozadu.

Zdrojem pro následující výčet aktivit a sportů je publikace Syrovátkové (2013). Seznam je jen skromnou částí celku, ale lze je uvést jako populární minimum.

Vodácké aktivity a vodní sporty: *kayaking, rafting, kanoistika, surfing, windsurfing, paddleboarding, canyoning, raftpacking*

Turistika: *pěší turistika, cykloturistika/horská kola, horská a vysokohorská turistika, horolezectví, alpinismus, expediční turistika*

Zimní aktivity a sporty: *klasické lyžování, snowboarding, běžecké lyžování, skialpinismus*

Ostatní: *lov, vyjížďky na koních, golf/minigolf, kempování, inline bruslení, kiteboarding, longboarding, powerkiting, snowkiting, slackline, jóga, kolečkové lyžování, geocaching, pozorování ptactva a divoké zvěře*

Extrémní, rizikové, adrenalinové: *paragliding, hanggliding, bungeejumping, skok s padákem, downhill, freestyle*

Zážitkové aktivity: *let horkovzdušným balonem, jízda na čtyřkolkách, lanová dráha, bobová dráha, jachting, jízda na vodním i sněžným skútru, jízda s psím spřežením*

Rekreační CR

Zajímavé pohledy na rekreační cestovní ruch nabízí publikace Cestovní ruch: principy, příklady, trendy, jejíž autoři Goeldner a Ritchie (2014) zahrnují období před i po uskutečnění rekreačního cestování jako jeho součást. Podle nich celkový dojem z cestování vzniká už v jeho počátku, kdy se podle osobní motivace cestovatel rozhoduje, jakým způsobem uspokojí svoji potřebu rekreace a zábavy. Už při procesu plánování si vizualizuje své budoucí cestování a zažívá určité očekávání z budoucí návštěvy. Autoři zmíněné literatury spojují rekreační cestování zároveň s romantickým prožitkem, který umocní pozitivní vnímání navštívené destinace a její kulturní náplň.

Hodaň a Dohnal (2008) vnímají rekreaci jako druh aktivního odpočinku. Rekreační aktivity, jimiž jsou například houbaření, rybaření, sběr lesních plodů, kempování, pozorování

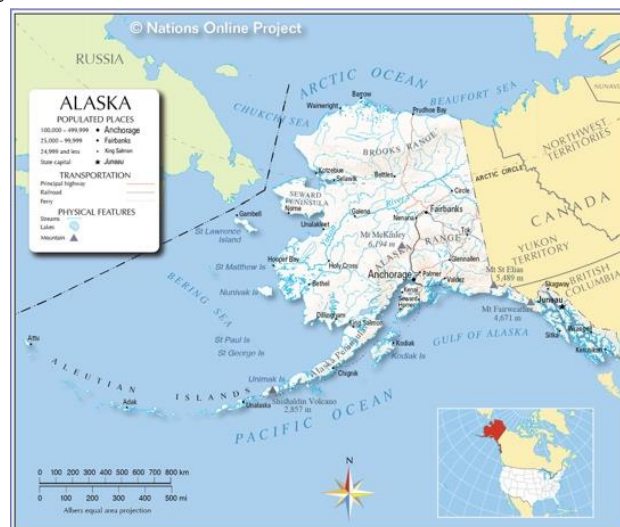
zvěře či geocaching lze považovat za oddechovou rekreaci. Do rekreačních aktivit ovšem patří i pohybové i kondičně náročnější aktivity, mezi něž lze řadit jogging, běh, plavání, běh na lyžích a jiné.

4.7 Charakteristika oblasti

4.7.1 Aljaška – základní fakta

Souhrn obecných informací je primárně čerpán z oficiálního informačního webu Aljašky (alaska.gov) a dále rozšířen o poznatky z webů druhotných a zahraniční literatury.

Základní fakta o Aljašce uvádí Ritter (1993), který uvádí, že Aljaška byla roku 1959 uznána jako 49. stát Spojených států amerických a svojí rozlohou je současně největším státem USA, naopak hustotou zalidnění státem posledním. Stát leží na severozápadní části amerického kontinentu. Ze severu je omýván Severním ledovým oceánem z jihu pak Tichým a na západě Čukotským a Beringovým mořem. Jižní část Aljašky je specifická výraznou členitostí pobřeží, které se skládá z několika set ostrovů. Naopak východní hranice státu je definována uměle, rovnou linií, kterou Aljaška sdílí s Kanadou.



Obrázek 5 Mapa Aljašky

Zdroj: One World Nations Online (2019)

Z hlediska osídlení je největší koncentrace lidí ve městech. Největším městem Aljašky je Anchorage, druhým v pořadí Fairbanks a třetím největším a zároveň hlavním městem je Juneau.

Online zdroj (State of Alaska, 2019) uvádí, že do poloviny 19. století patřila Aljaška do vlastnictví Rusů, ti ji následně prodali roku 1867 za směšně nízkou částku Americe s domněnkou, že oblast již nemá žádnou užitnou hodnotu. Zdroj dále uvádí, že o necelé 3

desítky let později byla však na Aljašce objevena rozměrná naleziště zlata a roku 1896 propukla na řece Klondike Zlatá horečka. V článku je podotknuto, že Amerika se na tomto území obohacuje hlavně díky těžebnímu průmyslu, tedy především těžbou ropy, ale současně i rybolovem.

Zemědělská aktivita je naopak, díky chladnému podnebí velice skromná. Na tuto skutečnost poukazuje článek Anděla a Baleje (2010), který uvádí, že pouze 0,5 % území slouží pro účely zemědělské produkce.

Příroda zde dokáže být dost krutá a vytváří si imunitu proti nadměrné činnosti lidského faktoru což Hamšík (usa.svetadily.cz, 2019) doplňuje následujícími fakty: Na Aljašce jsou extrémně nízké teploty trvající dlouhých 9 měsíců, zahrnující navíc dvouměsíční polární noc. A zdůrazňuje, že nepoměr mezi dlouhou zimou a krátkým létem, nepatří mezi vysněné podmínky pro život. Proto je z hlediska cestovního ruchu příroda, největším bohatstvím Aljašky, hlavně pro vysoký podíl netknuté fauny a flory.

Důležité je i zachování tradičních kulturních hodnot, které se na tomto území utvářely ještě před objevením Aljašky Evropany. V jedné z kapitol disertační práce Moulise (2014) je zmínka o původním složení aljašského obyvatelstva. Autor konstatuje, že toto území bylo a stále je osídleno zástupci z řad Eskymáků, Yupiků, Inupiatů, Indiánů, Athabasků, Aleutů a dalších méně známých kmenů, kteří dokázali přežít v nehostinných podmínkách a našli způsob, jak žít v souladu s drsnou přírodou a tím utvořili originální kulturní a sociální základ. Dále autor cestovatelského blogu Halouska (2018) poukazuje na významné tradiční dovednosti, které jsou dodnes každoročně připomínány u sportovně-kulturních událostí. Mezi významné uvádějí například závody psích spřežení a eskymácké olympijské hry konané ve Fairbanks.

Článek cestovatelské organizace (iExplore) poukazuje na fakt, že většina současných obyvatel žije v městském prostředí a vyrůstá v městské kultuře. Dovednosti svých předků, tedy konfrontaci s divočinou si proto osvojili uměle nebo vůbec. Angažují se ale v řadě novodobých aktivit, které jsou pro Aljašku typické. Do této kategorie patří např. závody na sněžných skútrech, sportovní myslivost či rybolov. Častým jevem u aljašské populace je i alkoholismus, čímž si obyvatelé zkracují nejen dlouhé a mrazivé zimní večery.

CR na Aljašce

Podle Dzuika (2001) je na Aljašce cestovní ruch hned po těžbě ropy a zemního plynu jedno z nejvýznamnějších ekonomických odvětví a jeho význam nadále roste. V průběhu hlavní turistické sezóny, tedy zhruba od července do srpna, jsou oblíbené turistické destinace

zatíženy frekventovanými návštěvami turistů z celého světa. Široká škála rekreačních aktivit a pobyt v panenské přírodě drsného charakteru, vykresleného v knihách Jacka Londona, láká turisty všech věkových generací. Enormní rozloha tohoto státu, oplývající přírodním a kulturním dědictvím, může způsobit dilema při rozhodování jaké oblasti navštívit v případě, že je návštěva limitována časem i financemi. Pro návštěvu jsou tedy typická taková místa, kde kumulace turistických atraktivit dosahuje výrazně vyšších hodnot a současně se nacházejí v dostupných vzdálenostech. Z hlediska turistických oblastí lze Aljašku rozdělit do několika významných biosférických pásem.

Jih státu oplývá mořským životem, který je pro cestovní ruch klíčový pro realizaci plaveb. Při okružních plavbách nazývaných také jako „cruise“, se účastníkům naskytne příležitost navštívit gigantické ledovce obývané početnými skupinkami tuleňů a v případě, že Aljašku navštíví během hlavní sezóny (červen-srpen) lze spatřit i velryby v minimální vzdálenosti.

Turistickou oblastí na Aljašce jsou i města. Mezi nejnavštěvovanější patří již zmiňované Juneau, Fairbanks, Anchorage, ale také Seward. Tato města s výjimkou Fairbanks jsou lokalizována při jižním pobřeží (obr.6).



Obrázek 6 Významná města na Aljašce

Zdroj: Alaskatours (2019)

Webový průvodce Aljaškou (Alaskatours, 2019) řadí mezi významné destinace také ostrov Kodiak, který je domovem stejnojmenného medvěda. Tento poddruh medvěda hnědého, dosahující váhy něco mezi 600 a 700 kilogramy je tak jedním z největších žijících druhů na světě. Tohoto hmotnostního rekordu dosahují díky vysoce nutričnímu jídelníčku, kterým jsou čerství lososi. Právě pozorování medvědů a rybolov je nejpopulárnějším turistickým lákadlem ostrova. Ve vnitrozemí je hojně navštěvován národní park Denali, jehož dominantou je nejvyšší vrchol Ameriky a kterému je věnována samostatná kapitola níže.

Ne nadarmo je Aljaška nazývána „Zemí půlnocního slunce“, čím severněji cestujete v období letního slunovratu, tím delšího denního světla se můžete těšit. V zimních měsících je

oblast polárního kruhu turisticky aktivní díky příležitosti spatřit ohromující přírodní jev, jímž je polární záře.

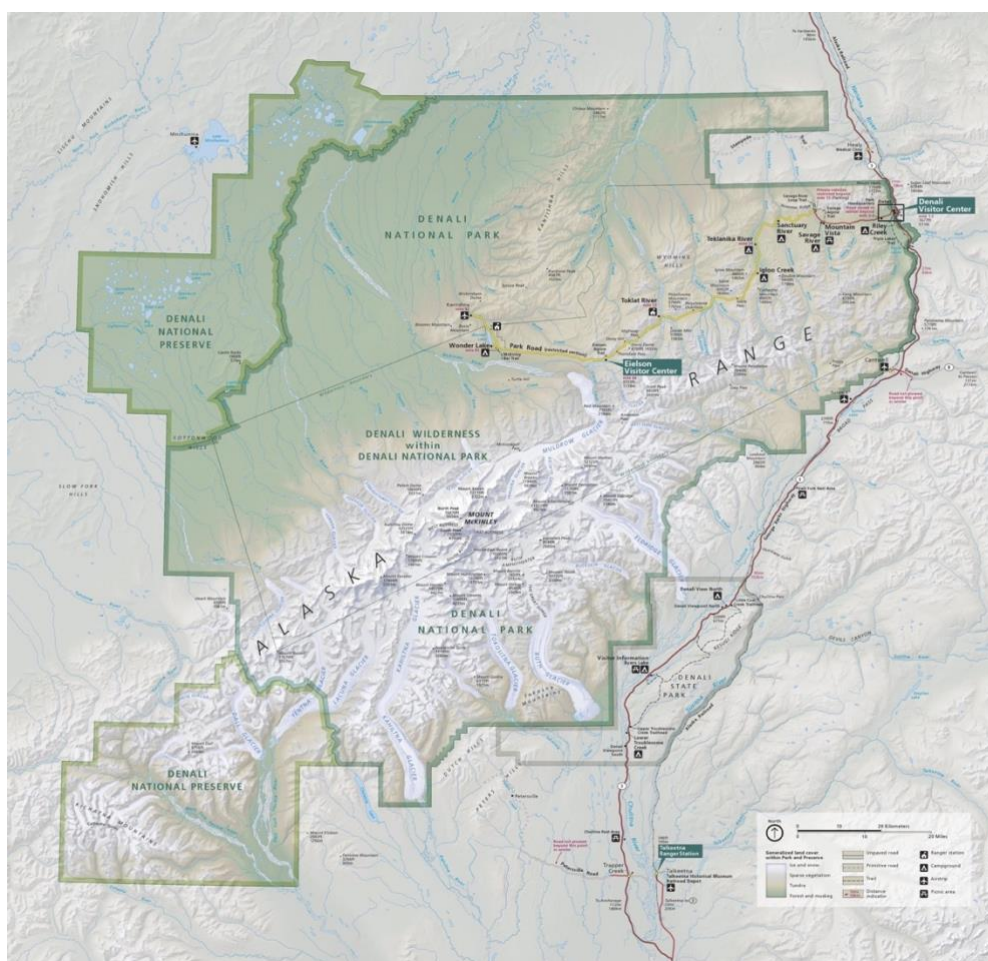
5 Praktická část práce

5.1 Primární cíl

Popis a analýza území národního parku Denali včetně kritického zhodnocení potenciálu pro realizaci nízkonákladového cestovního ruchu.

5.1.1 Národní park Denali

Národní park Denali je typickým příkladem turistického regionu, který disponuje řadou atraktivit a služeb cestovního ruchu. Bezesporu nejvýznamnějším turistickým lákadlem jsou atraktivity přírodní, které nabývají mezinárodního významu.



Obrázek 7 Mapa Denali parku

Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)

Bartnett (2011) zmiňuje, že na založení parku se významně podílel Charles Sheldon, který do této oblasti přišel roku 1906 za účelem lovu aljašské ovce, jediné divoké, bílé horské

ovce na světě. Dále píše, že v době Sheldonova příchodu byla v Kantishně objevena naleziště zlata a současně byla v plánu stavba Aljašské železnice. Představa nárůstu populace zapříčiněná těmito událostmi vyvolala v Sheldonovi obavy ze zvýšení lovecké aktivity. Lovná zvěř byla významným zdrojem obživy nově příchozích a rostlo tak riziko vyhubení, a to právě i ovce aljašské. Když se Sheldon vrátil do New Yorku, bojoval za vytvoření útočiště pro divokou zvěř v Denali. Jeho úsilí se vyplatilo v roce 1917, kdy prezident Woodrow Wilson založil Národní park Mount McKinley. Park se tedy stal místem, kde byl dopad lidského konání eliminován na vysoké úrovni. V průběhu let byla rozloha parku rozšiřována až do nynějších 24 585 km² a v roce 1980 došlo ke spojení národního parku s chráněnou oblastí Denali, od té doby nese její jméno.

Park se rozprostírá v centrální části Aljašky a podle internetového zdroje (Denali Wildlife tour, 2004) je svojí polohou vzdálen 386 kilometrů severně od hlavního města. Nejbližší celoročně osídlenou oblastí je malé městečko Healy, ležící od návštěvnického centra parku 19 km.

Web národních parků USA (Denali National park and preserve, 2011) informuje, že jedním z důvodů návštěvy parku je příležitost spatřit nejvyšší horu Severní Ameriky Denali, dříve známou pod názvem Mount McKinley. Dle zdroje, se její vrchol nachází v nadmořské výšce 6168 metrů, bohužel díky klimatickým podmínkám není viditelnost pokaždé stoprocentní. Ovšem za jasného dne je ji díky kvalitě ovzduší možné vidět až z Anchorage, vzdáleného více než 209 km. Dalším důvodem návštěvy je možnost spatřit ve volné přírodě pro Aljašku typická zvířata jako jsou medvědi, karibu, losi, orli, aljašské ovce, bělokura horského (ptarmigan-národní ptačí symbol), rysa, lišku a menší hlodavce. Při velkém štěstí je možné spatřit i vlka a méně pravděpodobněji i rosomáka (wolverine).

Capps (2016) v knižním průvodci o přírodních zajímavostech poukazuje na vyskytující se jev, jímž jsou tzv. „Opilé lesy“ (skutečný vědecký termín!), což jsou ojedinělé šikmé stromy, které byly původně vzpřímené a nyní jsou zkroucené v důsledku opakovaného rozmrazování permafrostu. Dále uvádí fakt, že tyto Jehličnany jsou zakořeněny v mělké vrchní vrstvě půdy tzv. „aktivní vrstvě“. Když permafrost pod aktivní vrstvou taje, dochází k posunům půdy a stromy, které mají velmi malou kořenovou hloubku, mění polohu. Výsledkem je, že stromy rostou v neobvyklém sklonu. Často je lze spatřit na svazích, kde má slunce snadný přístup ke zmrzlé zemi a způsobuje tak tání zamrzlé půdy.



Obrázek 8 Přírodní zajímavost - "opilé lesy"

Zdroj: Wordpress (2011)

Hlavní sezóna parku začíná koncem května a trvá do poloviny září. Během této krátké doby se stihnou vystřídat hned tři roční období. Po zbytek roku je přístup pro návštěvníky limitován nepřízní počasí. Parkem vede jediná 148 km dlouhá cesta, která míří k Wonder Lake podél úpatí Mt. Denali a končí v kempu Kantishna, založeného roku 1905 jako základna pro zlatokopy.



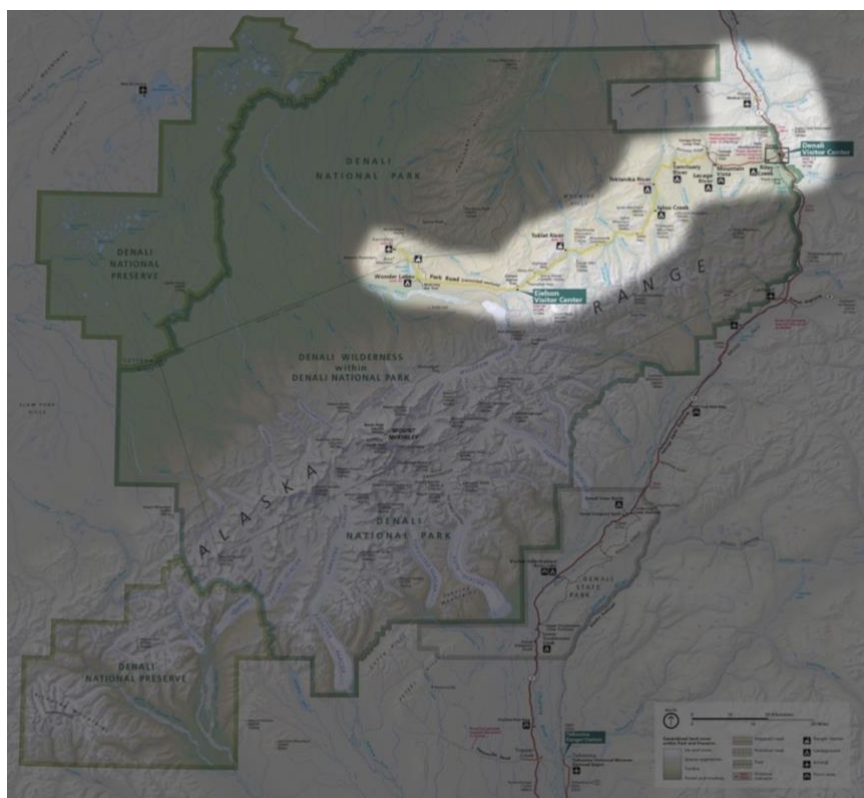
Obrázek 9 Snímek zlatokopů v Kantishne z doby zlaté horečky

Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)

5.1.2 Vymezení sledovaného území

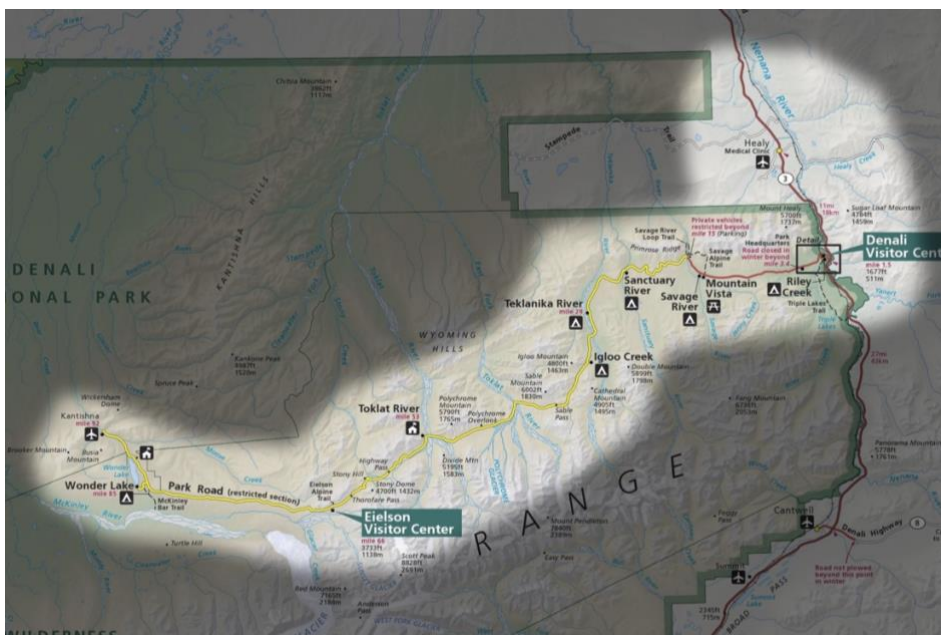
K dosažení hlavního cíle je zapotřebí topografické vymezení zkoumané oblasti, které je uvedeno níže ve dvou různých rozlišeních. Důvodem pro výběr právě této části parku i částí za jeho hranicemi, je vysoká koncentrace atraktivit pro návštěvníky a současně výskyt infrastruktury, k jejímuž rozvoji přispěly příznivé místní podmínky. Spojením přírodního a lidského faktoru tak v těchto místech došlo k úspěšnému rozvoji cestovního ruchu. Turistická aktivita je převážně soustředěna v blízkosti od hlavní a jediné zpevněné cesty vedoucí parkem. Právě tato část nabízí komplexní ukázkou nejdůležitějších prvků, které je v parku možné spatřit. Jelikož se autor v práci zabývá i formami sportů, které jsou v parku zakázány, bylo zapotřebí zvolit pro průzkum i takovou oblast, která tyto aktivity umožňuje. Míst s potenciálem pro vybrané aktivity je podél východní hranice parku mnoho. Působností autora však byla lokalita města Healy, a výzkum vhodnosti krajiny pro jednotlivé formy CR je proto cílen právě zde, kde lze subjektivně posoudit skutečnosti na základě autorovy zkušenosti.

Geografické vymezení oblasti



Obrázek 10 Vymezení zájmového území

Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)



Obrázek 11 Vymezení zájmového území – přibliženo

Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)

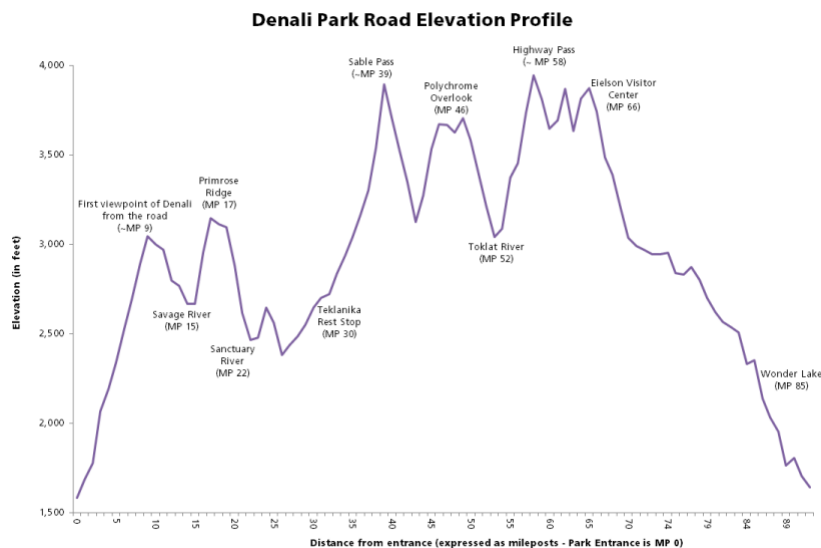
5.1.3 Analýza oblasti Denali

Cílem této části práce je komplexní analýza NP Denali a jeho přilehlých oblastí, které jsou turisticky významné. Průzkumu bude dosaženo prostřednictvím terenního šetření, recenzí návštěvníků na sociálních sítích, Tripadvisoru, dostupných informací z Google Maps a odborné literatury.

Primární potenciál

Geologický potenciál

V publikaci Votýpky a Janoušové (1987) se lze dočíst, že krajina Denali byla formována opakovaným nárůstem a ústupem ledovce po dobu dvou miliónů let během epochy Pleistocénu. Autoři poukazují na fakt, že v tomto období byla půda trvale zamrzlá a dodnes zůstaly na mnoha místech rozsáhlé ledovce. Dále v publikaci komentují tato fakta: Silné geologické síly jako tektonika, sopečná činnost a zalednění utvořily a nadále utvářejí přehlídku krajinných rysů. Zatímco tyto ledovce jsou nyní pryč, půda je stále trvale zamrzlá. Krajina je směs lesů v nejnižších nadmořských výškách včetně listnaté tajgy, s tundrou ve středních výškách a ledovci, sněhem a holými kameny v nejvyšších nadmořských výškách.



Obrázek 12 Grafické znázornění nadmořské výšky jednotlivých zastávek v parku

Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)

Autoři doplňují, že aljašské pohoří má charakter úzkého a dlouhého hřebene. Průměrná výška pohoří se pohybuje mezi 2 500 až 3000 metry. V dávné minulosti vyvřelo v centrální oblasti parku 5 hlavních sopečných vrcholů, z nichž nejvyšší je dnešní hora Denali. Tyto základní fakt uvádí ve své publikaci Votýpka a Janoušová (1987).



Obrázek 13 Nejvyšší hora severní ameriky – Denali

Zdroj: Autor

Votýpka a Janoušová (1987) v publikaci uvádí:

Tajga dominuje vysokou lesnatostí, vodními plochami a mírně zvlněnou pahorkatinou, která se zde střídá s výraznými kopci. Tento rozmanitý typ krajiny je ideální pro rekreační turistiku. Mírné svahy zdolají bez problémů i méně trénovaní turisté. Díky pestrosti krajiny si lze volit mezi kopcovitými výšlapy nebo broděním řek v údolích.

Požáry a povodně jsou přirozenými a důležitými jevy pro obnovu ekosystémů. Krajina je převážně zalesněná, s křovinatou vegetací a tundrou v alpské oblasti. Většina stromů a keřů nedosahuje plné velikosti kvůli nepříznivému klimatu a tenké vrstvě půdy. Důvodem, proč les vyrůstá v mozaice, jsou právě pravidelné požáry a zemětřesení.

Klimatický potenciál

Shulski (2007) podotýká, že poloha parku ve vnitrozemí Aljašky má na svědomí výrazné výkyvy teplot. Autor poukazuje na fakt, že teplotní extrémy se pohybují od 33 ° C do - 48 ° C a také na to, že léta jsou krátká a teplá a zimy dlouhé a studené. Jak uvádí Shulski (2007) průměrná denní teplota v červenci je 19 ° C a průměrná denní teplota v lednu je -22 ° C.

Autoři webového článku Hooge, Adema a Meier (2015) poukazují na fakt, že letní slunovrat umožňuje až dvacet hodin slunečního světla a čtyři hodiny tmy, což je velice příznivé pro realizaci outdoorových aktivit během letní sezóny. Dále uvádějí, že na sklonku léta, které na Aljašce trvá zhruba do konce srpna je díky bližší poloze k poledníku při vyšší sluneční aktivitě možné vidět ohromující přehlídku polární záře a zimní slunovrat je zcela opačný, umožňuje pouze čtyři hodiny slunečního světla a dvacet hodin tmy. Z tohoto důvodu je



*Obrázek 14 Polární záře
Zdroj: Autor*

letní období pro návštěvu parku příznivější. Doporučená roční doba pro návštěvu Denali je během července a srpna, a to nejen kvůli zvýšené šanci spatřit polární záři. V tomto období jsou teploty stále přijatelné pro kempování, ale navíc se návštěvníkovi naskytne nevšední pohled na působivou koláž podzimních barev. Percepce této barevné mozaiky včetně sněžných vrcholů hor působí na lidský organismus ohromujícím dojmem. Zároveň se v tomto období může naskytnout příležitost spatřit po západu slunce právě polární záři.

Počasí v Denali je velmi variabilní. Změny počasí se objevují často bez varování. Návštěvníci tedy mohou očekávat slunce, vítr, déšť i mraky, a to vše během okamžiku. V letním období jsou časté bouřky, vichřice a přívalové deště, způsobující rychlé stoupání hladin řek a zátok. Možnost sněhové nadílky je v kterémkoliv měsíci v roce, a to zejména v horách. Sněhová sezóna je od října do května, kdy park mívá každý rok okolo osmdesáti centimetrů sněhu dostačujícího pro lyžování nebo jinou zimní rekreaci. Sníh, který napadne do poloviny září, má tendenci se rychle roztát.

Hydrologický potenciál

Shulski a Wendler (2007) uvádějí, že Aljaška disponuje rozsáhlými sladkovodními zdroji všech skupenství. Podle autorů se v parku nachází přes 12 200 jezer a necelých 30 tisíc kilometrů říčních toků. Nejznámějším jezerem v parku je Wonder lake, které se vytvořilo díky sutím při ledovcové činnosti. Mezi další vodní zdroje patří tzv. „kettle pond,“ což jsou malá jezírka, které vytvořil odlomený kus ledovce. Tento kus ledu je poté z části zavalen bahnitou sutí sedimentu tajícího ledovce a postupným táním za sebou zanechává jámu, která se ve většině případech zaplní vodou a vytvoří tak jezero. Tyto vodní plochy poskytují kritické prostředí pro losy, ptáky, bobry a jinou zvěř.

V parku se současně nachází 40 pojmenovaných a stovky nepojmenovaných ledovců, které pokrývají přibližně šestinu povrchu celého parku, nejdelší z nich je Kahiltna. Ledovce proudí pryč z hor a každoročně přepravují stovky tisíc tun ledu. Tento led nakonec roztaje na dolním toku ledovců a rychle zaplní řeky turbulentní blátivou vodou. Ledovce dodnes hrají důležitou roli ve vývoji krajiny národního parku a rezervace.

Přírodní koupání je možné jen v některých oblastech v důsledku kvality a čistoty vody a zároveň snadnému přístupu z břehů. Nevýhodou je, že ležaté vody zde nesou riziko parazitických pijavic, zároveň nízká teplota vody nepřispívá k ideální rekreaci u vodních zdrojů.

Biologický potenciál

Skupina autorů Hooge, Adema, Meier et al. (2015) zabývající se ekologickým průzkumem národního parku Denali uvádí, že charakter krajiny je zásadně utvářen dlouhými a chladnými zimami. V zimních měsících dochází k silnému sněžení a kvalita půdy je velmi špatná, protože obsahuje jen malé množství živin. Velká část ploch parku dominuje jehličnatými lesy tvořenými většinou z borovic, smrků a modřínů, a to v nadmořských výškách do 760 m. Vyšší, subalpínská zóna (760-1070 m.n.m) dominuje nízkou tundrou a ve výšce nad

1070 metrů převládá zóna alpínská. Stejný zdroj uvádí, že v Denali je v současné době evidováno 38 druhů savců, 165 druhů ptáků, 15 druhů ryb včetně jednoho jediného obojživelníka, kterým je žába. Z říše rostlin je to více než 750 druhů cévnatých rostlin a s přibližně stejným počtem nevazebných rostlinných druhů mechů, lišejníků a jiných.

Fakt, že existuje mnoho projektů a studií týkajících se kontroly žijících druhů, které vědci provádějí každý den a sledují potenciální výchyly od běžného stavu, se v současnosti nevyskytují v národním parku Denali žádné ohrožené druhy. V minulosti tento stav nebyl takto pozitivní, v letech 1973-1999 byl na seznamu ohrožených druhů sokol stěhovavý. Tuto skutečnost zapříčinil insekticid DDT, který způsobil ztenčování skořápky sokolích vajec. Stav se postupně zlepšil a druh byl vyřazen ze seznamu.

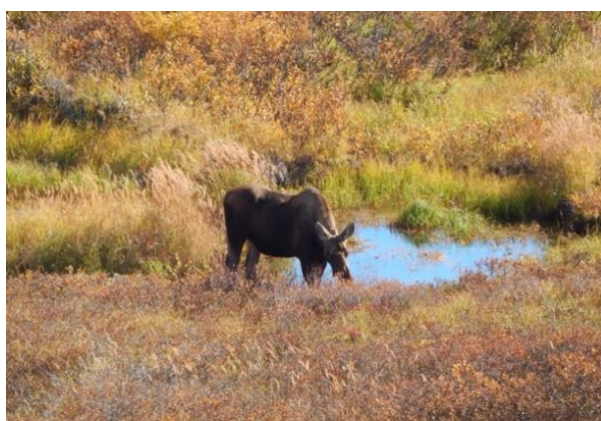
Rostliny a živočichové

Následující údaje pocházejí ze statistických dat zpracovaných Donem Strikerem (2019):

- Obojživelníci - 1 druh
- Savci - 38 druhů
- Ptáci - 172 zaznamenaných druhů (160 chovů nebo rezidentů + 12 náhodných)
- Ryby - 14 druhů (z toho 3 druhy lososa)
- Plazi - žádné!
- Cévnaté rostliny - 758 druhů
- Stromy - 8 druhů
- Mechy - dosud doloženo 380 druhů
- Lišejníky - doposud dokumentováno 442 druhů



*Obrázek 15 Los ve volné přírodě
Zdroj: Autor*



*Obrázek 16 Los a „kettle pond“
Zdroj: Autor*



*Obrázek 17 Kariibů v národním parku
Zdroj: Autor*



*Obrázek 18 Medvěd grizly v národním parku
Zdroj: Autor*

Sekundární potenciál

Kulturně-historické památky

Oblast Denali postrádá hmotné kulturně historické památky. Kromě totemů a pomníků zesnulých horolezců se v oblasti nenachází žádné turisticky významné kulturní památky, které by stály za zmínku.

Nehmotné dědictví

O Denali bylo napsáno mnoho mýtů i legend, které se dochovaly do dnes a je možné si o nich přečíst v mnoha tištěných publikacích, celá Aljaška je protkána příběhy Jacka Londona a jiných méně známějších autorů. O Aljašce bylo také natočeno mnoho filmů, mezi nejznámější patří „Útěk do divočiny“ inspirovaný knihou Jona Krakauera, jejíž příběh je založený na skutečné události, která se stala nedaleko hranice národního parku. Tento příběh láká mnoho turistů, jejichž snaha je objevit sešlý autobus hluboko v Aljašské tundře, která už se stala mnohým turistům osudnou. Pro ty, kteří nechtějí riskovat lze navštívit malý pivovar ve městě Healy a vyfotit se s maketou slavného autobusu, která byla použita ke zfilmování.

Infrastruktura

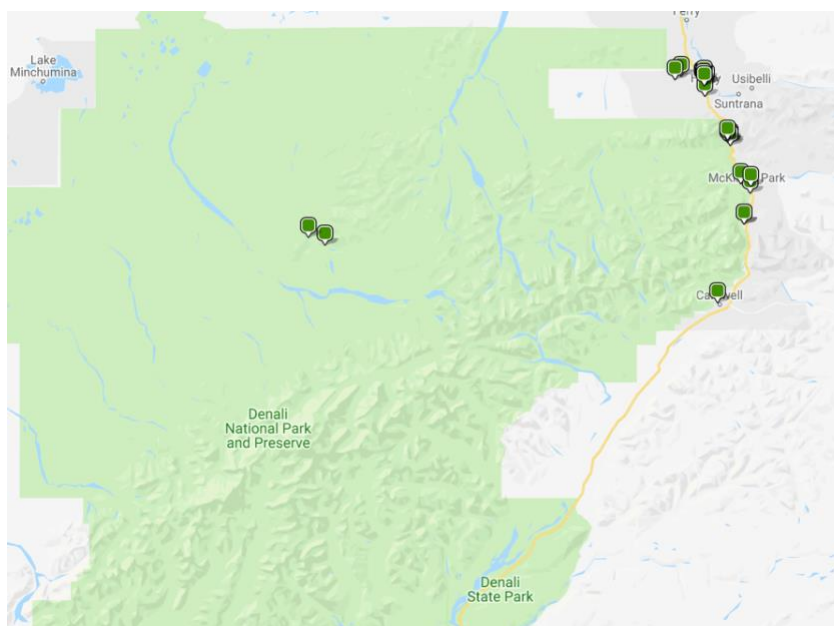
V následujících tabulkách je uveden průřez nabízených služeb včetně cen u jednotlivých infrastrukturních typů, jako je ubytování, stravování, doprava či volnočasové aktivity.

Ubytování

Typ ubytování		Počet	Cena
Kemp			
RV kempy	v parku (Sanctuary, Wonder Lake)	2	od 24\$
	mimo park	nespecifikováno	od 33.50\$
Kempy pro stanování		nespecifikováno	od 10\$
Kempy pro stanování v parku <i>(v průběhu sezóny je doporučeno si místo rezervovat) mimo sezónu od září do května zdarma)</i>		6 Omezená kapacitou zvolené lokality	12 - \$27 / noc zdarma
B&B, Penzion			
Denali Touch of Wilderness Inn, Tonglen Lake Lodge, Denali Dome Home Bed & Breakfast		3	od 230\$
Hotely			
v sezóně (mimo park)		nespecifikováno	od 103\$
mimo sezónu (mimo park)		nespecifikováno	od 73\$
v parku (<i>North Face Lodge, Denali Backcountry Lodge, Kentishna Roadhouse</i>)		3	od 655\$/3noci
Ostatní zařízení (nespecifikované)			
Dry cabin (Denali Fireside Cabins & Suites)		nespecifikováno	od 52\$
Airbnb		nespecifikováno	od 54\$

Tabulka 3 Přehled ubytovacích zařízení

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 19 Mapa dostupných ubytovacích zařízení v oblasti Denali

Zdroj: Nabídka ubytování. Hotels (2019)

Doprava

Dopravce	Cena
Autobusová doprava	
shuttle	<i>Fairbanks 55/60\$</i>
	<i>Anchorage 75\$</i>
Železniční doprava	
Alaska Railroads	<i>Fairbanks 61-77\$</i>
	<i>Anchorage 139-174\$</i>
Automobilová doprava	
autopůjčovny	<i>od 200\$ na týden včetně daní a pojištění (=nejlevnější varianta, ceny jsou obvykle znatelně vyšší)</i>
Sdílená doprava	
spolujízda	<i>Dle dohody</i>

Tabulka 4 Přehled dostupných variant přepravy

Zdroj: vlastní zpracování

Zařízení pro zábavu, sport a rekreaci

Poskytovatel	Cena
Autobusové safari	
Denali Natural History Tour (4-5h)	<i>od 117\$</i>
Tundra Wilderness Tour (7-8h)	<i>od 161\$</i>
Kantishna Full-Day Bus Tours (11-13h)	<i>199\$</i>
Vyhlídkové lety	
Denali Air	<i>Od 315\$</i>
Denali Glacier Landing Tour	<i>Od 549\$</i>
Denali Adventure by Air	<i>Od 399\$</i>
Tour na čtyřkolkách,	
Black Diamond Resort.	<i>Od 119 \$</i>
Denali Wilderness ATV Adventure Tour	<i>Od 115\$</i>
Denali Backcountry Safari	<i>Od 89\$</i>
Hipoturistika	
Denali horse back tours	<i>Od 99\$</i>
Půjčovna vybavení pro vodní sport a aktivity	

Paddleboarding	8\$
Kajak	8\$
Nenana Raft Adventures	90\$
Tour v Jeepu	
Denali Highway Jeep Excursion	Od 135\$
Zapůjčení jízdních kol	
Mountain Bikes	Od 25 \$
Rybaření s průvodcem	
Denali Fly Fishing Guides	Od 205\$
Turistika s průvodcem	
Denali Interpretive Hike	Od 155\$
Průvodcovaná prohlídka Husky stanice (závodních Husky)	
Husky Homestead tour	Od 59\$

Tabulka 5 Přehled dostupných turistických atrakcí

Zdroj: Vlastní zpracování

Stravování

Typ	Provozovatel - Cena
Restaurace	
Pizzeria	Prospectors Pizzeria & Alehouse (\$8-\$19)*1 Lynx Creek Pub (\$9 - \$18)
Tradiční pokrmy	Americká kuchyně- Canyon Steakhouse, McKinley Chalet Resort (\$23-\$49) Karstens Public House 49th State Brewing Company (pivovar) (\$10-40)* Totem-Inn (ve městě Healy – levnější varianta)
S kulturním doprovodem	Cabin Nite Dinner Theater
Rybí speciality	Denali Park Salmon Bake* King Salmon
Jiné	Denali Thai Food (Asijská restaurace) Srbská restaurace Moose-AKa's (\$7 - \$27)
Maloobchody	
	Three Bears - nejlevnější obchod s potravinami v Healy
Kavárny	
	The Black Bear (\$3 - \$22)* Rose's Cafe (ve městě Healy – levnější)

* restaurace označené symbolem hvězdičky jsou doporučeny autorem k navštívení

Fast Food	
	Subway \$11-\$13 Denali Glacier Scoops & Gifts (\$5 - \$9)

Tabulka 6 Přehled restaurací a obchodů s občerstvením (zúžený výběr)

Zdroj: Vlastní zpracování

Terciální potenciál

Události

Pravidelně konanými akcemi během roku je Augtoberfest (49th Brewery) a slavnostní průvod 4. července k příležitosti oslav Dne nezávislosti. Jiné sportovní a kulturní akce jsou spíše nahodilého, tematického charakteru a nelze je tedy analyzovat jako typickou atraktivitu navrženou pro návštěvníky této destinace. Mezi ně patří všelijaké výroční akce, festivaly, přednášky původních obyvatel, běžecké závody při různých příležitostech a podobné.

Životní prostředí

Článek hodnotící stav životního prostředí v Denali (www.us-parks.com, 2019) konstatuje, že správa parku čelí hrozbám lidské činnosti na mnoha stupnicích. Rozvoj a nárůst cestovního ruchu, lovecká činnost, změny vegetace v důsledku změny klimatu mají na svědomí současně i ústup ledovců. Tyto vlivy a jejich důsledky je obtížné měřit, ale mohou dramaticky změnit strukturu volně žijících živočichů. Ochrana zdrojů vzhledem ke změně klimatu a dalším lidským dopadům je nadále rostoucí výzvou.

Monitorování kvality ovzduší v národním parku ukázalo, že Denali má konzistentně jedny z nejlepších výsledků v zemi, za což může nízká hustota obyvatelstva a minimální průmyslová činnost, naopak během léta přispívají ke zhoršování kvality ovzduší časté lesní požáry.

5.1.4 Zhodnocení destinace pro konkrétní formy CR

Kritéria hodnocení

Tabulka uvedená níže byla získána ze závěrečné práce garanta územního rozvoje Bíny (2001). Tato tabulka, hodnotící potenciál cestovního ruchu v České republice po drobných úpravách umožní autorce kriticky zhodnotit jednotlivé body na základě vlastního úsudku

z návštěvy zkoumané destinace. Originální tabulka byla zúžena o některé body a doplněna o jiné prvky, jež jsou pro oblast typické.

Složka potenciálu cestovního ruchu	Slovní zhodnocení
Přírodní pozoruhodnost	Nejvyšší hora Severní Ameriky, panenská příroda, výskyt divoké zvěře, geologická rozmanitost
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	Aktivity s nejvyšším potenciálem v destinaci
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	Možnosti pro cykloturistiku jsou omezené, ale příležitosti pro rozvoj cyklistických stezek jsou značné
Vhodnost krajiny pro zimní sporty a rekreaci	V oblasti se nenacházejí žádná lyžařská střediska, protože klimatické podmínky nejsou pro sjezdové lyžování příznivé a turistická návštěvnost je v zimním období minimální. Naopak běžecké lyžování je populární aktivitou a běžkaři mohou využít stop psích spřežení, které je také velmi vyhledávanou atrakcí. Současně také toulky na sněžnicích.
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	Chladné klima nevytváří příliš vhodné podmínky pro rekreaci u vody. Návštěvníci využívají turistické stezky lemující vodní plochy, kde mají příležitost pozorovat zdejší ekosystém.
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory	Prostředí umožňuje návštěvníkům zábavu jako je geocaching, slackline, nebo relaxace jako je jóga, meditace, pozorování ptactva a jiné odpočinkové aktivity. Lokality v nižších nadmořských výškách zároveň umožňují turistům sběr lesních plodů a hub nebo vyjížděky na koních.
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	Oblast postrádá
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	V oblasti se nachází mnoho splavných řek vhodných pro rafting a kajaking, zároveň jsou

	v oblasti vodní plochy pro paddleboarding a plavání.
Vhodnost krajiny pro závěsné létání	Hornatá krajina je vhodná pro závěsné létání, problémem může být snad jen dostupnost místa.
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost	V národním parku je lov striktně zakázán, ale za hranicemi parku se nachází mnoho lovné zvěře. Lovecká licence pro turisty je finančně náročná, lovečtí nadšenci zde mohou ulovit například losi, karibů, aljašské ovce a medvědy.
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov	Podmínky pro sportovní rybolov nejsou příznivé, výskyt ryb je minimální, jde spíše o rekreační aktivitu.
Vhodnost krajiny pro pozorování zvěře a ptactva	Ideální podmínky
Turistické zázemí	Infocentra, návštěvnická centra, průvodci, dopravní spojení
Kulturně historické památky a soubory	Ojedinelé
Skanzeny a muzea	V destinaci se nevyskytují žádná muzea ani skanzeny
Lázeňská rekreace	Nevyskytuje se
Kongresy a konference	V oblasti se možnost nabízí, ale z hlediska polohy není vhodnou volbou
Kulturní akce	Hudební festivaly
Sportovní akce	Nenachází se zde žádné sportovní areály a pravidelnost pořádaných akcí je minimální – pořádají se běžecké závody, jiné sportovní události nejsou turisticky významné.
Církevní akce	Turisticky nevýznamné
Místní produkty	Oděvy, ruční výroba - nádoby, bižuterie
Městská turistika	V oblasti se nenachází žádná města, pouze koncentrace kaváren, restaurací a obchodů se suvenýry
Umění	Obrazy, knihy, výroba šperků, sochy, architektura hotelových komplexů

Tabulka 7 Slovní zhodnocení vhodnosti krajiny pro konkrétní formy cestovního ruchu

Zdroj: Vlastní zpracování, upravená předloha od autora Bíny

SWOT analýza

Tato SWOT analýza vychází z výše shromážděných dat, které zahrnují informace z více úhlů pohledu na danou problematiku, díky kterým bylo možné komplexněji zhodnotit situaci.

KLADY	ZÁPORY
<ul style="list-style-type: none">• <i>nadprůměrný přírodní potenciál</i>• <i>nízká zalidněnost</i>• <i>dostačující ubytovací jednotky</i>• <i>čistota prostředí</i>• <i>nízká kriminalita</i>• <i>regulovanost návštěvnosti</i>• <i>kvalitní destinační management</i>• <i>délka denního světla</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>vysoké ceny ubytování</i>• <i>nízká průměrná délka pobytu</i>• <i>rozdíly v sezonní návštěvnosti</i>• <i>nestálost počasí</i>• <i>nadměrný výskyt komárů v letním období</i>• <i>malý dosah mobilních sítí</i>• <i>málo kulturně-historických atraktivit</i>• <i>časné opravy silnic</i>• <i>nízká popularita v zemích mimo USA</i>• <i>limitovaný rozvoj infrastruktury v parku</i>
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none">• <i>navýšení počtu kempů</i>• <i>více společností nabízející zapůjčení vozů na Denali Highway</i>• <i>rozvoj sportovních a kulturních akcí (společenských eventů, hudebních festivalů)</i>• <i>rozvoj cyklotras a značených cest</i>• <i>rozvoj aplikací v českém jazyce</i>• <i>navýšení povědomí o destinaci v ČR</i>• <i>popularizace odlehlých oblastí</i>• <i>rostoucí zájem o destinaci</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>nadměrné zatížení oblasti</i>• <i>těžba</i>• <i>neovlivnitelnost přírodních živlů</i>• <i>nárůst CR, neuspokojení poptávky</i>

Tabulka 8 SWOT analýza národního parku Denali

Zdroj: Vlastní zpracování

5.1.5 Výsledky analýzy

Z výsledků analýzy potenciálu cestovního ruchu je evidentní, že oblast svou rozlohou a rozmanitostí nabízí celou řadu přírodních atraktivit. Lze tedy vyvodit, že park není typicky kulturně-historickou oblastí, neboť atraktivity přírodního bohatství zde v plné míře převažují. Region nabízí široké spektrum možností pro volnočasové aktivity v přírodě. Mezi aktivity, pro

kteřé je krajina nejvhodnější, patří pěší turistika a vícedenní kempování. Z vodních aktivit je to především rafting na řece Nenaně nebo levnější varianta rekreačního paddleboardingu na jezeře.

Ačkoliv je destinace významnou turistickou destinací, délka pobytu návštěvníků nebývá delší než tři dny. Z tohoto důvodu se zde nenachází žádná rozsáhlá zábavní a rekreační centra.

Sněhové podmínky jsou ideální pro běžecké lyžování, ale míra návštěvnosti v zimním období je velice nízká, protože návštěvníci preferují dostupnější destinace na jihu, kde je zároveň delší denní světlo. Z pohledu sjezdového lyžování není krajina vhodná pro tento typ sportu a výstavba lyžařského areálu by byla příliš nákladná, právě z důvodu minimální návštěvnosti což by způsobilo vysoké provozní náklady. Užitek z jízdy by navíc snižovala kvalita sněhu, ta ovšem nemá žádný vliv na chůzi na sněžnicích, a proto mohou návštěvníci prozkoumat destinaci právě touto formou. Zároveň se nabízí možnost zkusit si řídit psí spřežení pod dohledem zkušeného mašera.

Oblast nevyužívá na plno potenciál v oblasti kulturních a sportovních akcí, hlavním důvodem je minimální délka pobytu turistů. Přesto pořádání pravidelných nebo významnějších akcí v hlavní sezóně by mohlo navýšit atraktivnost destinace a předpoklady pro tento rozvoj jsou adekvátní.

Díky zjištěním lze destinaci považovat za příznivé prostředí pro námi zvolený cílový produkt, jehož hlavními kritérii jsou možnosti pohybových aktivit, poznání, zábava a čas strávený v přírodě.

5.2 Sekundární cíl

5.2.1 Sestavení profilu nízkonákladového cestovatele

Není možné přesně určit všechny faktory, které turista používá při volbě tohoto typu cestování, neboť existuje široká škála potenciálních proměnných. Každá destinace přitahuje jiný typ cestovatele. To, do jaké destinace se návštěvník vydá, ovlivňují jeho zájmy, charakterové vlastnosti i motivace. Následující informace jsou shrnutím často se opakujících znaků u dotazovaných osob, je však nutné je brát s rezervou, neboť jejich preference se v mnoha ohledech mohou lišit.

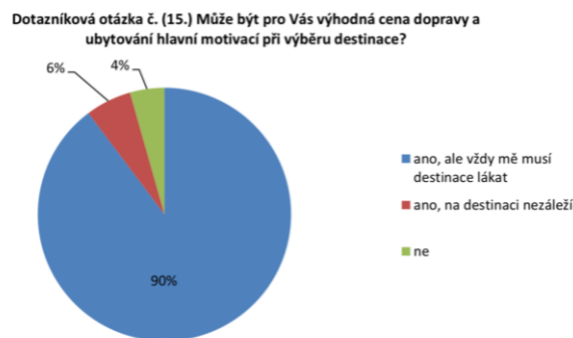
„Čím levněji cestujete, tím autentičtější je vaše zkušenost“. Slova cestovatele Kepnese (2011) skvěle vyjadřují motiv řady cestovatelů, kterým nejde o to ušetřit, ale dosáhnout netradičního zážitku vynaložením co nejnižších peněžních prostředků. Cílová skupina jsou lidé, kteří za

vidinou ušetřit peníze a zažít dobrodružství jsou ochotni obětovat vlastní komfort. Lze tvrdit, že tento způsob cestování současně utváří nový životní styl a způsob smýšlení mladé generace. K sestavení profilu nízkonákladového cestovatele je primárně využito informací získaných z výzkumu Martina Samka (2018). Ten se ve své práci věnoval dotazníkovému šetření směřované právě na tento typ cestovatelů, jejichž odpovědi přehledně shrnul do grafů.

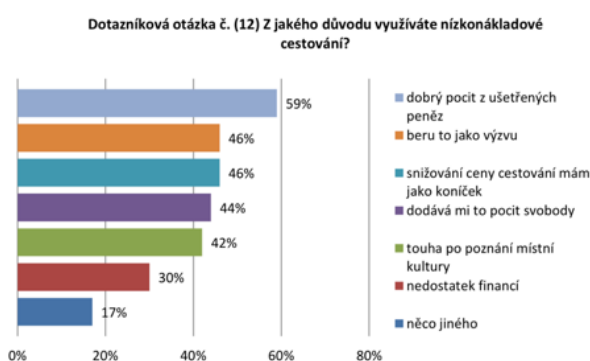
Z jednotlivých grafů tedy vyplývá, že tito cestovatelé šetří primárně na dopravě, ubytování a stravování (obr. 20). Z práce Samka lze zjistit, že motivace pro nízkonákladové cestování není nedostatek peněz, nýbrž dobrý pocit z ušetřených peněz (obr. 21).

Druhým motivátorem, s nevelkým procentuálním rozdílem, pro tento typ cestování byla výzva. Ve valné většině případů cestovatelům na výběru destinace záleží, a proto motivem k výběru není pouze lákavá cena, ale i vztah k destinaci.

Podle Samka (2018) je náplň návštěvy především cestování po destinaci, kontakt s místními obyvateli a plážové aktivity v případě exotických dovolených (obr. 22). Nejpočetnější věková kategorie účastníků se nízkorozpočtového CR je mezi 21. a 30. rokem (obr. 23). Co se délky cestování týče prosazují cestovatelé



Obrázek 20 Graf-Závislost ceny cestování na výběru destinace
Zdroj: Samek (2018)



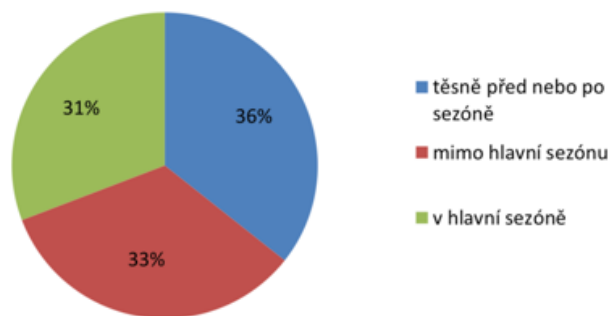
Obrázek 21 Graf- Motivace nízkonákladových cestovatelů
Zdroj: Samek (2018)



Obrázek 22 Graf- Aktivity nízkonákladových cestovatelů v destinaci
Zdroj: Samek (2018)

nejčastěji týdenní interval a hned druhý v pořadí možností je doba mezi 2-3 týdny (obr.25). Překvapivý výsledek ukazuje graf volby období pro cestování, kdy hodnoty mimo sezónu, v sezóně a těsně před a po sezóně vykazují téměř totožné hodnoty (obr.24). Přesto je na prvním místě návštěva těsně před a po sezóně, neboť tato varianta přináší příležitost úspory peněz na dopravě i následně v destinaci. Na otázku „Jakým způsobem si zjišťujete informace o destinaci, do které se chystáte?“ odpověděli dotazovaní ve značné přesile internet (obr.26).

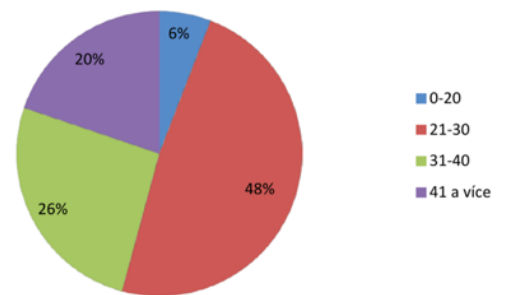
Dotazníková otázka č. (5) Do zahraničí cestuji:



Obrázek 25 Graf – Preference období pro cestování nízkonákladových cestovatelů
Zdroj: Samek (2018)

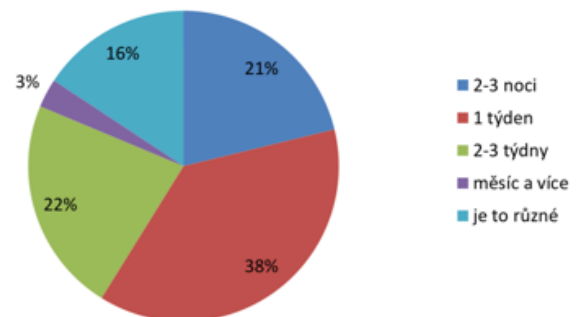
Z uvedených šetření lze vyvodit, že „vzorový“ nízkonákladový cestovatel disponuje znalostmi z oblasti IT na uživatelské úrovni a ovládá základy světového jazyka v případě, že se jedná o zahraničních cestu. Nutno dodat, že tyto schopnosti nejsou nutné nýbrž doporučené. Jedná se totiž o individuální cestovní ruch, kdy je cestovatel odkázán především sám na sebe a jeho schopnost se dorozumět, popřípadě zjistit nutné informace může ovlivnit jeho celkový zážitek z cestování. Kromě výše uvedených

Dotazníková otázka č. (16) Věk:



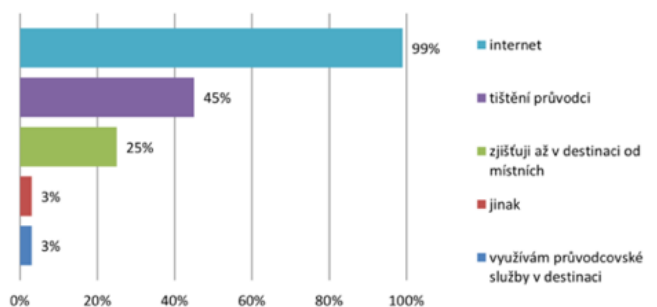
Obrázek 23 Graf- Věkové složení nízkonákladových cestovatelů
Zdroj: Samek (2018)

Otázka č. (2) Jak dlouho obvykle trvá Váš pobyt?



Obrázek 24 Graf- Preferovaná délka pobytu nízkonákladových cestovatelů
Zdroj: Samek (2018)

Dotazníková otázka č. (7) Jakým způsobem si zjišťujete informace o destinaci, do které se chystáte?



Obrázek 26 Graf - Způsob hledání informací nízkonákladovými cestovateli
Zdroj: Samek (2018)

schopností je cestovatel schopen se obejít bez žádných dalších znalostí a zkušeností, pokud tedy nevyhledává náročnější formy cestování.

Tyto podmínky zpravidla splňuje bez problémů dnešní dopívající generace, jimiž jsou pracující studenti, bezdětné páry ale také nadšenci do cestování. Nízkonákladové cestování využívá i věkově pokročilejší generace, ale méně početněji, bývá to právě z důvodu závazků nebo preferencí vyššího pohodlí při cestování.

Zdravotní stav

Žalčíková (2015), tvrdí, že dobrý zdravotní stav alfou a omegou pro individuální cestování, které ač se nezdá, je velice fyzicky i psychicky náročné. Jak bylo již zmíněno, nízkonákladové cestování může mít vliv na komfortní prožitek cestovatele. Nadšenec pro levné cestování by měl být vybaven vyšší odolností vůči únavě a stresu, který mohou mít na svědomí klimatické podmínky, nepřízeň počasí, nepohodlí při kempování, snížená hygienická péče, omezení stravovacích návyků nebo zodpovědnost za nahodilé problémy. V případě zájemců o dobrodružný cestovní ruch či jinou specifickou formu CR je nutná odpovídající úroveň fyzických schopností a dovedností podle náročnosti konkrétní formy.

Inspirace

Málokdo se dříve rozhodl pro návštěvu destinace, o které mnoho nevěděl. Dnes neprobádaných míst ubývá a internet se inspiracemi plní. Mnoho mladých lidí se nechává inspirovat na početných travel-blozích, sociálních sítích dále cestovními vlogy na YouTube, přednáškami, časopisy, dokumentárními pořady i filmy.

Na čem ušetřit

Způsoby, jak na cestách ušetřit je velice obsáhlým tématem nehledě na to, že další možnosti stále přibývají. Tato kapitola bude tedy věnována především takovým prostředkům, které lze s vysokou pravděpodobností aplikovat ve zvolené destinaci.

Výčet doporučení, jak ušetřit na cestách je inspirován publikací Nováka a Vinše (2016), kteří se rozhodli dát hlavy dohromady a vytvořit praktického průvodce pro všechny cestovatele, kteří chtějí cestovat chytře a levně.

Autoři rozdělují náklady do třech hlavních složek, jimiž je doprava, ubytování, jídlo a vše ostatní. Následuje tedy výběr možností, která jsou z části nebo zcela uplatnitelné ve zvolené oblasti.

Doprava	<ul style="list-style-type: none"> – cestování pouze s kabinovými zavazadly – lety mimo sezónu – online booking – nákup letenek přímo u dopravce – předčasný booking – last-minute, first-minute lety – lety mimo denní špičku – hledání letenek na serverech v jiných jazykových mutacích (zahraniční weby) – noční vlaky (není nutné platit ubytování)
Vstupné	<ul style="list-style-type: none"> – včasné rezervace – vstupné zdarma (muzejní noci, galerie, muzea) – studentské či skupinové slevy – návštěvy mimo časovou špičku – nákup online – roční pasy do parků, city pasy (výhodné nabídky), turistické karty
Ubytování	<ul style="list-style-type: none"> – přespávání na letištích – backcountry camping – airbnb – couchsurfing – house sitting – work away – využití srovnávačů cen pro hotely, hostely apod.
Obecné	<ul style="list-style-type: none"> – vyhnout se turistickým oblastem (předražené)
Stravování	<ul style="list-style-type: none"> – slevové kupony v restauracích – nákup potravin v místních supermarketech – vlastní příprava – fastfood – obědová menu
Jiné	<ul style="list-style-type: none"> – mobilní aplikace – využití moderních technologií (GPS, GDS) – internetové zdroje (není nutné si platit místní průvodce ani prospekty)

Tabulka 9 Výčet možností, jak ušetřit své náklady na cestách

Zdroj: Vlastní zpracování

Motivace

Každá motivace vychází ze snahy uspokojení subjektivních potřeb každého z nás. Jakubíková (2012) podotýká, že potřeba je popsána jako „stav pocíťovaného nedostatku“. Je ovlivňována kulturou a celkovým prostředím společnosti, ve kterém jednatel žije. Tyto potřeby se u každého jedince liší a jejich odlišnost je dána mnoha faktory, jimiž je mimo jiné věk, mentální úroveň, vrstevníci, a především osobní zájmy. Stimulem k uspokojování těchto potřeb je snaha utišit pocíťovaný nedostatek.

Z dotazníkového šetření Pearce (2005), obsahující 14 motivačních faktorů, je níže uvedeno 7 z nich, tematicky se vztahujících k individuálnímu dobrodružnému cestování v přírodě.

Autonomie - nezávislost, nebýt nikomu zavázaný, děláni věcí po svém. Individuální způsob cestování.

Příroda - sledování krajiny, blízký styk s přírodou, zlepšit své chápání přírody, být v harmonii s přírodou.

Stimulace - poznávání neznámého, pocit vzrušení, mít nepředvídatelné zážitky, být spontánní, mít odvážné a dobrodružné zážitky, cítit nadšení, riskovat.

Osobní rozvoj – posílení sebevědomí, překonání strachu, rozvoj osobních dovedností a schopností, poznání svých schopností, získání pocitu úspěchu, získání pocitu sebevědomí, využití dovedností a talentu.

Sebe-aktualizace - získat nový pohled na život, cítit vnitřní harmonii a mír, víc porozumět sama sobě i druhým, být kreativní, pracovat na svých osobnostních a duchovních hodnotách

Uznání - sdílení vědomostí a dovedností s ostatními, ukazování ostatním, co umím, být uznáván ostatními lidmi, vést ostatní, aby ostatní věděli, že jsem tu byl.

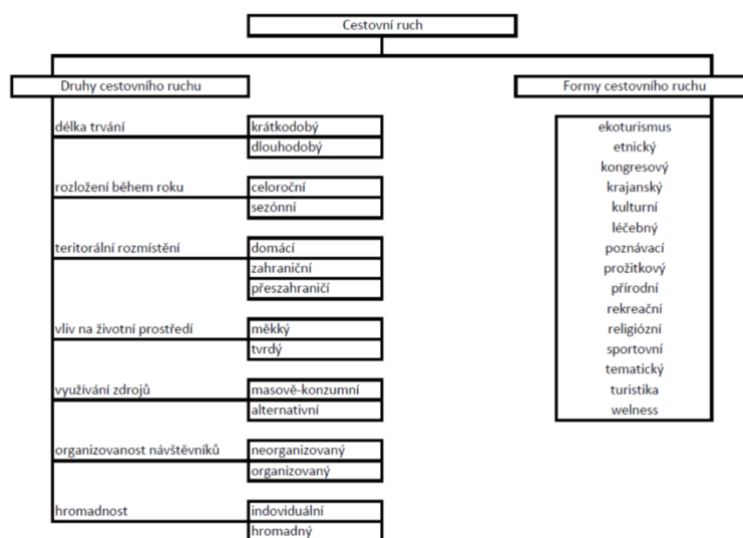
K dalším stimulům podle Valentové (2012) patří i vytoužená změna prostředí, přitažlivost jiné kultury nebo dobrodružné či zážitkové aktivity typické pro danou oblast. Tzv. „digitální detox“ je méně častým důvodem pro cestování, ale přesto je vhodné ho zmínit, protože závislost na internetu, mobilních a jiných zařízeních může být čím dál častějším důvodem k cestování. Kempování v národním parku Denali je vhodnou příležitostí pro tento typ regenerace, neboť v parku není žádné síťové pokrytí ani příležitost pro dobítí přenosných zařízení.

Odpočinek, relaxace, únik od každodenního psychického tlaku, stresu, stereotypu, nemuset se starat o čas a dát oddech své mysli jsou nejčastější „push“ faktory. Tedy vnitřní stimuly, proč se vydat na cestu, které byly zapříčiněny vnějšími okolnostmi. Za těchto podmínek cestovatel očekává změnu prostředí, která mu nabídne odlišný životní styl, nevšední smyslové zážitky, sportovní vyžití a obnovu psychických či fyzických sil.

5.3 Vymezení cílového produktu podle druhů CR

5.3.1 Specifika produktu

Ze schématu autorů Zelenky a Páskové (2012) na obrázku 27 jsou směrodatná data z levého sloupce, díky kterým lze specifikovat charakter výsledného produktu. Podoba konečného produktu by tedy měla mít rysy zahraničního, dlouhodobého, individuálního, sezónního a zároveň neorganizovaného cestování s minimálním vlivem na životní prostředí (měkký CR) a zdrojově alternativního charakteru. Z hlediska náplně by tento produkt měl obohatit budoucí cestovatele především z hlediska netradičních zážitků ve vztahu k místní kultuře, přírodnímu bohatství destinace, ale i v sebepoznání. Jak již bylo zmíněno, i se sportovně rekreačními prvky.



Obrázek 27 Schéma druhů a forem CR 2.

Zdroj: Zelenka a Pásková (2012)

5.3.2 Kritéria produktu

Produktem je seznam rad a doporučení a návrh aktivit ve zvoleném turistickém regionu, který by mohl být užitečný pro cestovatele, kteří rádi na svých cestách ušetří, ale zároveň si chtějí odvézt z destinace co nejvíce zážitků. Pro splnění těchto podmínek jsou níže uvedena kritéria, podle kterých budou jednotlivé programy sestaveny a při jejich dodržení bude dosaženo adekvátního cílového produktu.


1. využití přírodních atraktivit jako objektů, na které lze navázat pohybovými aktivitami
2. nízká míra zátěže přírodního prostředí (měkký)
3. nízký rozpočet
4. flexibilita
5. zacílení na konkrétní typ návštěvníků (účastníci individuálního, neorganizovaného CR)
6. prvky netradičního zážitku
7. srozumitelnost
8. nejvyšší možný užitek
9. rekreace a poznání

5.3.3 Tvorba produktu

Tato kapitola je výsledkem snahy navržení aktivit a míst, které je vhodné navštívit. Tyto lokality jsou cenově výhodné a zároveň slibují pozitivní zážitek mající naučný či dobrodružný charakter, který by mohl pozitivní cestou splnit očekávání cílového návštěvníka.


Každý program je stručně charakterizován a rozpracován tak, aby bylo možné snadno hodnotit jeho adekvátnost dle požadavků účastníků. Vše je navrženo do tabulky, která zajišťuje přehlednost a snadnost posouzení.

<p><i>Název a stručný popis produktu</i></p>	<p>Naučné stezky okolo turistického centra doprovázené informačními tabulemi</p> <p>Cesty vedou podél Denali Park Road, spojují návštěvnické centrum s dalšími důležitými sídly ve vstupní části parku, jako jsou například chovatelské psí stanice, kemp Camp u Riley Creek nebo autobusové depo.</p>
<p><i>Stezky</i></p>	<p>Horseshoe lake – stezka Horseshoe Lake Trail začíná od železničního přejezdu kousek od návštěvnického centra, je velmi rekreační stezkou dlouhou 1,5 km pěšky lesem s výhledem na jezero. Pouze velmi krátký usek je strmějšího charakteru.</p>

	<p>Během cesty lze vidět mnoho bobřích hrází a jejich aktivitu v podobě ohlodaných a pokácených stromů.</p> <p>Rock Creek Trail – stezka obecně trvá asi dvě hodiny, délka 3,8 km, Rock Creek Trail spojuje návštěvnické centrum s husky stanicí.</p>
Cílová skupina	Všichni
Umístění	 <p>The map shows the Denali Visitor Center at the center, with various trails radiating outwards. Key features include the Murie Science and Learning Center, Wilderness Access Center, and several trails like Rock Creek Trail, Spruce Forest Trail, and Morino Trail. It also shows the Denali River, Nena Canyon, and the Alaska Railroad. A scale bar indicates 0.5 kilometers and 0.5 miles.</p>
	mapa 1 [41]
Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka	Zdarma dostupné informace a časově nenáročná procházka, vysoká šance sledovat drobné vodní živočichy
Vybavení (doporučené/nutné)	sprej na medvědy
Šetrnost k životnímu prostředí	šetrné
Cenová náročnost	zdarma
Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)	nenáročná
Rizika	počasí, nebezpečí (samice losa s mláďaty)


Tabulka 10 Návrh produktu 1/6

Název a stručný popis produktu	<p>Wonder Lake</p> <p>Dvou i vícedenní kempování v bezprostřední blízkosti hory Denali u jezera Wonder lake</p>
Cílová skupina	Doporučeno fyzicky zdatnějším jedincům

<p>Umístění</p>	 <p>mapa 2 [41]</p>
<p>Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka</p>	<p>Kempování v parku - zažít blízký kontakt s netknutou přírodou</p>
<p>Vybavení (doporučené/nutné)</p>	<p>sprej na medvědy, vybavení pro kempování, kontejner pro uschování potravin a hygienických potřeb (zapůjčení zdarma v turistickém centru), mapa, outdoorové oblečení, filtr na vodu, repelent</p>
<p>Šetrnost k životnímu prostředí</p>	<p>šetrné</p>
<p>Cenová náročnost</p>	<p>10\$ vstup do parku, 58,75\$ autobus do zastávky Wonder lake</p>
<p>Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)</p>	<p>Střední, nutností je proškolení v turistickém centru, shlédnutí instruktážního videa a obdržení povolení pro kempování</p>
<p>Rizika</p>	<p>Bezpečnost, počasí, naplněná kapacita pro kempování ve zvoleném místě (možnost jiné volby)</p>

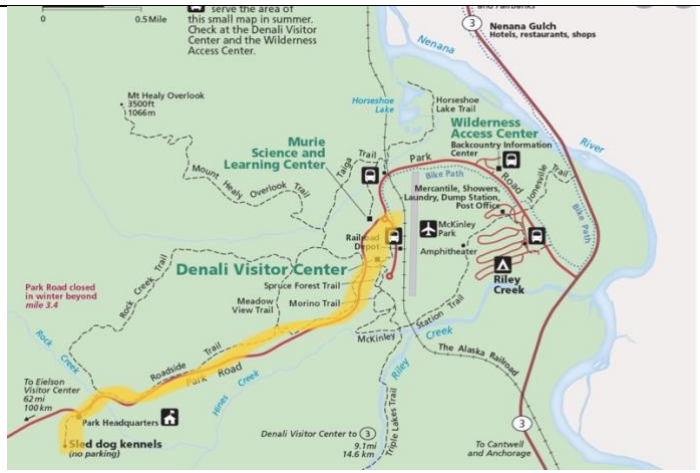
Tabulka 11 Návrh produktu 2/6

<p>Název a stručný popis produktu</p>	<p>Eielson Visitor Center</p> <p>Eielson je nejčastější navštěvovanou zastávkou v parku. Toto místo nabízí panorama, které nabízí návštěvníkům představu o topografii hor a v příznivém počasí i výhled na nejvyšší horu Denali. Eielson je jediné návštěvnické centrum v parku, nabízející toalety a pitnou vodu.</p>
--	---

	Každý den jsou v létě nabízeny dvě túry s průvodcem: první začínající v poledne a směřující nahoru po hřebeni jednodušší hodinová smyčka (1km) od 13:00
Cílová skupina	všichni
Umístění	 <p>mapa 3 [41]</p>
Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka	Možnost pozorování divoké zvěře, příležitost spatřit nejvyšší horu Severní Ameriky a dozvědět se nové informace o místní fauně a horolezeckých expedicích.
Vybavení (doporučené/nutné)	Občerstvení na celý den (není možné nikde zakoupit)
Šetrnost k životnímu prostředí	šetrné
Cenová náročnost	10\$ vstup do parku (7 denní), 42,75\$ jízdné
Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)	nízká
Rizika	žádná


Tabulka 12 Návrh produktu 3/6

Název a stručný popis produktu	<p>Sled dog kennels - chovatelské husky stanice</p> <p>Denali je jediný americký národní park, kde správci parku provádějí zimní hlídky se psími týmy. V létě slouží husky k různým zábavným a výchovným účelům pro turisty. Jsou s nimi uskutečněny zajímavé bezplatné přednášky. Tyto 40 minutové demonstrace</p>
---------------------------------------	--

	jsou neuvěřitelně populární a konají se přímo v parku. Z návštěvnického centra jezdí zdarma autobusy, které odjíždějí 40 minut před začátkem. Lze využít i příjemné procházky lesem.
Cílová skupina	všichni
Umístění	 <p>mapa 4 [41]</p>
Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka	pochopení důležitosti psích spřežení jako jediného prostředku ke zdolávání velkých vzdáleností v dobách, kdy neexistovaly moderní prostředky
Vybavení (doporučené/nutné)	žádné
Šetrnost k životnímu prostředí	šetrné
Cenová náročnost	Dobrovolné vstupné
Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)	nízká
Rizika	žádná


Tabulka 13 Návrh produktu 4/6

Název a stručný popis produktu	Polychrome glacier - Hike k ledovci
Cílová skupina	nevhodné pro děti/nevhodné pro seniory

<p>Umístění</p>	 <p>mapa 5 [41]</p>
<p>Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka</p>	<p>Toulky přírodou - pochopení, uvědomění si lidské maličkosti a bezmocnosti v porovnání s divokou a nezkrotnou přírodou.</p>
<p>Vybavení (doporučené/nutné)</p>	<p>Outdoorové oblečení, sprej na medvědy</p>
<p>Šetrnost k životnímu prostředí</p>	<p>šetrné</p>
<p>Cenová náročnost</p>	<p>10\$ vstup do parku, 33,5\$ jízdné</p>
<p>Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)</p>	<p>střední</p>
<p>Rizika</p>	<p>bezpečnost/počasí</p>

Tabulka 14 Návrh produktu 5/6

<p>Název a stručný popis produktu</p>	<p>Návštěva 49th State Brewing Co. Denali – místní pivovar</p>
<p>Cílová skupina</p>	<p>všichni</p>

<p><i>Umístění</i></p>	 <p>mapa 6 [41]</p>
<p><i>Hlavní užitek pro turistu/návštěvníka</i></p>	<p>Návštěva místního pivovaru, kde se současně nachází i replika známého autobusu z filmu „Into the wild“, poznání místní komunity a venkovského stylu života.</p>
<p><i>Vybavení (doporučené/nutné)</i></p>	<p>žádné</p>
<p><i>Šetrnost k životnímu prostředí</i></p>	<p>nelze hodnotit</p>
<p><i>Cenová náročnost</i></p>	<p>cca 6-10\$ za pivo, od 15\$ za jídlo</p>
<p><i>Úroveň náročnosti (potřebné dovednosti)</i></p>	<p>žádná</p>
<p><i>Rizika</i></p>	<p>žádná</p>

Tabulka 15 Návrh produktu 6/6

Pro rozšíření možností se lze inspirovat z následujícího seznamu aktivit podle náročnosti na finanční prostředky.

Aktivity zdarma

Co nejvíce zážitků za co nejméně finančních prostředků:

spatřit horu Denali, průvod 4. července – Den nezávislosti, pozorování polární záře, jedinečné západy slunce v rudých odstínech, dvojitě duhy, rýžování zlata (individuální), pozorování Aljašské divočiny (grizzly, karibu, lišky, losi, vlci, dikobrazi, rosomáci), návštěva husky demonstrace, informace a videa v návštěvnických centrech (Eielson, Denali, Murie Science and Learning Center, Walter Harper Talkeetna Ranger Station, Toklat River Contact Station), zdarma průvodcované túry se zaměstnanci parku, naučné stezky, jóga v přírodě, geocaching, houbaření, turistika, cykloturistika, kempování mimo zónu parku, bruslení na zamrzlém jezeře, běžecké lyžování, telemarkové lyžování či free-ride snowboarding (za předpokladu vlastního vybavení), chůze na sněžnicích



Obrázek 29 Turistika Denali
Zdroj: Autor



Obrázek 30 Stopování na Aljašce
Zdroj: Autor



Obrázek 28 Husky demonstration
Zdroj: Autor

**Obrázek 31 Husky –
chovná stanice (vlevo)**
Zdroj: Autor



**Obrázek 32 Rybaření
Horseshoe lake (vpravo)**
Zdroj: Autor





Obrázek 33 Zimní aktivity - chůze se sněžnicemi

Zdroj: Autor

Aktivity placené

Husky Homestead (chovná stanice pro závodní psy), paddleboarding, kayaking, park tour, kempování v oficiálních táborech, golf, průvodcované rybaření a rýžování zlata, hypoturistika, lanová dráha, jízda na sněžném skútru a na čtyřkolkách, jízda s psím spřežením



Obrázek 34 Atrakce - lanová dráha

Zdroj: Autor



Obrázek 35 Atrakce – rafting

Zdroj: Autor

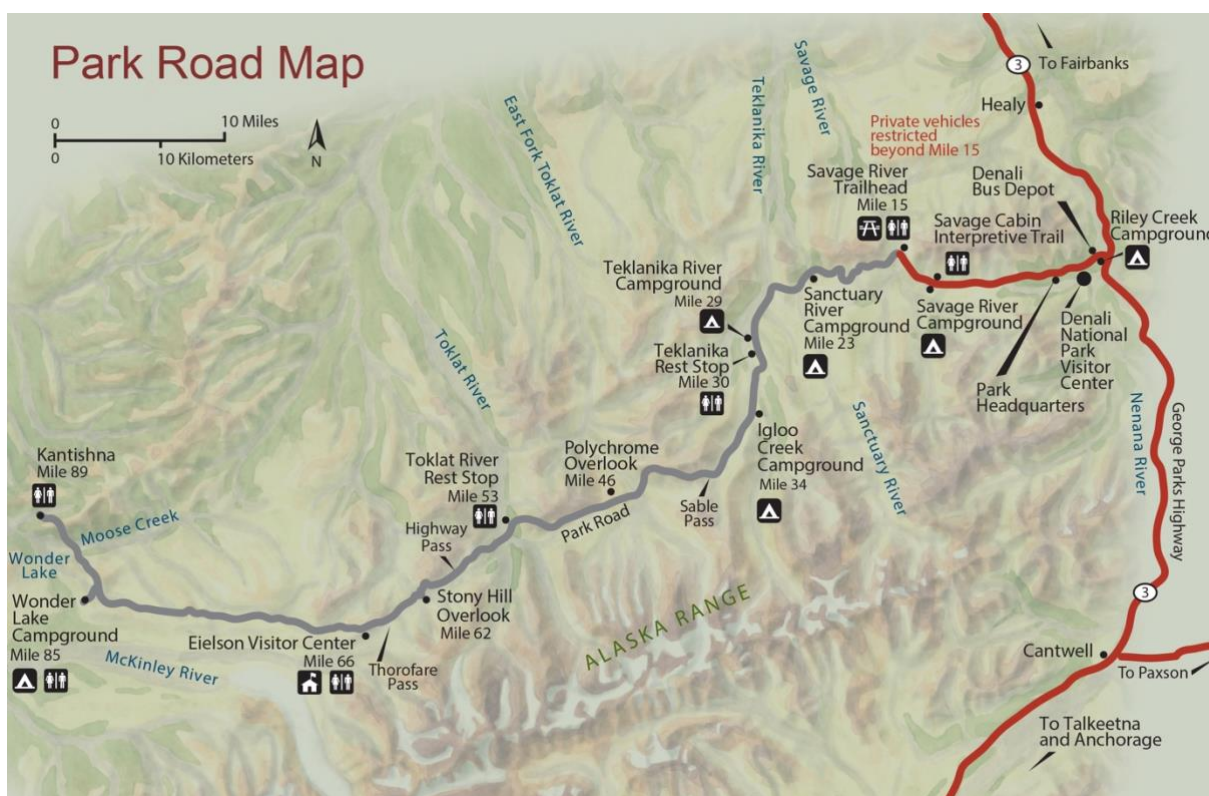
Cenově a technicky náročné

Heliskiing, expedice, horolezectví, paragliding, alpinismus, vyhlídkové lety

5.3.4 Praktické rady

Provoz parku

Park je každoročně otevřen od května do poloviny září. Pro sólo návštěvníky je možné se dostat soukromým vozidlem pouze k zastávce Savage River vzdálené 24 kilometrů od vstupu do parku. Pokračovat dále do parku je tedy možné pouze pěšky nebo na kole. Nejběžnější způsob návštěvy parku je ale využití služeb kyvadlových autobusů. Tyto autobusy jezdí v pravidelných časech, konkrétní trasy. Návštěvníci si tedy mohou zvolit, jak dlouhé tour se chtějí zúčastnit (do jak vzdálených míst na trase se chtějí podívat) a během cesty je jim řidičem podáván výklad o historii i současnosti parku, o přírodních zajímavostech, ale i praktické rady a zkušenosti. Pro účast na celodenní tour je vhodné si zajistit rezervaci místa v autobuse, neboť ranní turnusy bývají s pravidelností obsazeny. Rezervace je možná tři dny před cestou, bohužel systém neumožňuje rezervaci online, a proto je nutné navštívit prodejní místo u vstupu do parku



Obrázek 36 Mapa kempů a autobusových zastávek v parku
Zdroj: National park & Preserve Alaska (2019)

V parku se nachází několik oficiálních kempů (obr.38), ale je možné získat povolení pro stanování mimo označené kempy. Pro zachování přírodních podmínek při kempování, rozdělila Správa park do 41 velikostních jednotek s rozdílnými kvótami pro počet přenocujících. Před

cestou je tedy nutné navštívit ústředí parku, kde jsou návštěvníkům poskytnuty instruktážní videa a informace o bezpečnosti a chování. Současně je jim uděleno povolení přenocovat v oblasti kam mají v následujících dnech namířeno, pokud v dané jednotce již nebyla překročena kapacita.

Ti, kteří neplánují strávit svůj pobyt v divočině, mají možnost se ubytovat v turistickém centru 10 minut jízdy od parku. Zde je soustředěna převážná většina návštěvníků využívající turnusové zájezdy i ti, kterým nevadí si zaplatit za vyšší komfort. V této oblasti se soustřeďuje veškerá infrastruktura, hotely, restaurace, bary kavárny, obchody s outdoorovými potřebami a nespočet obchodů s upomínkovými předměty. Mnoho sólo cestovatelů využívá levnější, ale vzdálenější variantu v blízkosti městečka Healy, které nabízí řadu menších ubytovacích zařízení.

Aljaška se řadí mezi jednu z nejdražších oblastí USA, ale velikou výhodou pro cestovatele je nízká cena pohonných hmot a téměř neomezená možnost kempování kdekoli a kdykoliv zadarmo. Při cestě za poznáním destinace existuje řada možností, jak získat netradiční zážitky a zároveň ušetřit na výdajích. To, na čem lze jednoznačně ušetřit je doprava, konkrétně tedy stopování. Lidé jsou tu vstřícní a s trochou trpělivosti je možné se dopravit zadarmo i na poměrně velké vzdálenosti. Bezproblémové je i stopování s objemnými zavazadly (kolo, raftpack), protože většina obyvatel Aljašky vlastní terénní pick-upy. Při kempování v parku si lze zapůjčit na recepci některých hotelů sprej na medvědy a ušetřit tak 40 dolarů. Dále je možnost využít zdarma autobus do parku po první zastávku, kterou je Savage River, v případě pokračování na trase je již nutné zaplatit jízdné na autobusové stanici u vstupu.

Stejně tak se nabízí možnost si v zimním období zapůjčit ve vědeckém a vzdělávacím centru zdarma sněžnice.

Dnes nabízí mnoho mobilních aplikací slevové kupony či destinační průvodce zdarma nebo za minimální poplatek. Navigace v chytrých telefonech má vysoké uplatnění především ve městech, a je tak možné ušetřit peníze za zakoupení map a průvodců. Do parku je však vhodné si vzít i mapu tištěnou z důvodu slabé baterie zařízení nebo ztráty signálu. Síťové pokrytí v parku i mimo města je nulové, nejširší dosah mají sítě AT&T a Verizon, zbylí operátoři chytají signál spíše náhodou. Využití mobilních aplikací pro vyhledání míst pro kempování zdarma nebo za nejnižší ceny. Při návštěvě Denali v letním období je doporučeno mít repelent, neboť výskyt komárů po západu slunce je velmi obtěžující.

Při vícedenních kempováních je doporučeno mít s sebou filtr na vodu, v parku totiž není pitná voda jinde než v Kantishně a Eielson centru. Dalším vybavením pro umocnění zážitku ze

sledování ptactva a divoké zvěře je kvalitní dalekohled. Vzhledem k proměnlivosti počasí je nutností mít s sebou kvalitní oblečení do každého počasí, současně se doporučuje mít více vrstev.

Při cestování na Aljašce by měl návštěvník rozhodně zvážit i návštěvu jiných oblastí, než je právě Denali. Nejvýznamnější části parku lze totiž navštívit v poměrně krátkém čase, a protože vnitrozemní podmínky parku neumožňují návštěvníkům často žádané zážitky, jako jsou plavby na kajacích v azurových vodách, pozorování velryb, tuleňů a jiných mořských živočichů, které jsou pro Aljašku typické, je příhodné strávit i část svých cest v jižní přímořské části, která tyto populární zážitky nabízí. Vhodnou volbou stráveného času je například i jednodenní výlet do města Fairbanks, kde se nacházejí eskymácké vesničky, přírodní horké prameny nebo sídlo Santy Clause.

5.3.5 Zhodnocení produktu

Hlavní náplní produktu je usnadnit cílové skupině výběr náplně jejich návštěvy a umožnit, tak uspokojení jejich zážitkových a cenových očekávání. Jednotlivé programy zahrnují široké spektrum činností, které vybraná oblast nabízí a to tak, aby mohli potenciální návštěvníci poznat a zažít co nejvíce rozmanitých okamžiků po dobu jejich pobytu. U produktu převažuje charakter poznávací, a to hlavně díky velmi úzkému kontaktu s přírodou, který programy nabízejí.

Navržené produkty jsou sestaveny pro širší okruh veřejnosti, zahrnují tedy méně náročné aktivity, které nevyžadují žádnou specializaci nebo předchozí zkušenosti a nejsou zatíženy vysokými náklady na realizaci. Přesto má destinace potenciál pro uskutečnění náročnějších forem cestovního ruchu, jako je horolezectví, skialpinismus, raftpacking, expediční výstupy, paragliding i jiné adrenalinové sporty. Znalosti autora v této záležitosti ale nejsou dostačující, a proto není schopen kriticky zhodnotit potenciál a navrhnout řešení k uskutečnění. Současně není v jeho kompetencích posoudit odpovídající úroveň dovedností pro účastníky a odhadnout potenciální rizika. Lze tedy pouze doporučit zájemcům o tyto aktivity kontaktovat poskytovatele obdobných programů či specialisty pro případné rady nebo sestavení konkrétního produktu na míru.

6 Vyhodnocení výsledků

Jakým potenciálem oblast Denali disponuje?

Národní park Denali je významnou turistickou oblastí, která je navštěvována především díky panenské přírodě, která je dneska v takovémto měřítku téměř raritou. Management národního parku Denali využívá potenciál parku na nejvyšší možné úrovni, tak aby vyskytující se hodnoty zůstaly zachovány pro budoucí generace. V důsledku ochrany prostředí je striktně omezena realizace mnoha forem cestovního ruchu. Tuto situaci ovšem vhodně kompenzují oblasti za hranicemi parku. Především turistická oblast vzdálená jen několik kilometrů od vstupu do parku disponuje uspokojivou nabídkou turistických atrakcí a služeb. Tato zóna nemá nejvyšší potenciál z hlediska krajiny, ale díky poloze je vysoce navštěvovaná. Důvodem je skutečnost, že parkem vede jediná zpevněná cesta, která začíná a končí právě zde. Proto nejvyšší koncentrace turistů se nachází v oblasti vstupu do parku. Další jedinečností je minimální počet turistických stezek, tudíž se návštěvníci mohou pohybovat volným terénem, což je ve většině národních parků neobvyklé.

Pro jaké sportovně rekreační aktivity je zvolená oblast vhodná?

Přírodní prostředí nabízí návštěvníkům široké možnosti pro pěší turistiku, horskou turistiku, cykloturistiku a jiné formy pohybových aktivit. Vysoký počet řek umožňuje vodní rekreaci jako je například rafting, kayaking, či paddleboarding na stojatých vodách. Stanování v přírodě a rybaření jsou dalšími rekreačními aktivitami snadno uskutečnitelnými v dané oblasti. V zimním období jsou ideálními aktivitami běžecké lyžování, jízda na skútru, jízda s psím spřežením nebo vycházky na sněžnicích. Prostředí nabízí i příležitosti k náročnějším druhům outdoorových aktivit, jako je skialpinismus, paragliding, raftpacking, wingsuiting a jiné adrenalinové aktivity.

Na jakých složkách cestování lze ušetřit?

Nelze vyvrátit, že Aljaška jako turistický cíl není levnou záležitostí, cenová hladina je v porovnání s jinými destinacemi stále vysoká. Z průzkumu prostředí lze ale tvrdit, že destinace disponuje prvky nízkonákladového cestování. Možnost stopovat, kempovat nebo se stravovat mimo turistické oblasti může výrazně snížit celkové náklady na pobyt v destinaci. Pěší turistika, cykloturistika a jiné, na vybavení nenáročné aktivity umožní návštěvníkům silný prožitek v přírodním prostředí a minimalizují se jim takto vynaložené finanční prostředky. Problém s touto minimalizací nákladů může nastat v zimě, kdy teplota dosahuje minusových hodnot a

stanování nebo stopování může být zdraví, či život ohrožující. Lze tedy vyvodit, že zimní období na Aljašce nemá zrovna vysoký potenciál pro nízkonákladové cestování.

Co je náplní cesty nízkonákladového cestovatele?

Využít naplno všech možných dostupných prostředků k tomu, aby bylo možné dosáhnout co nejnižších nákladů při cestování. Za těchto podmínek jsou ochotní obětovat komfort, a i přesto jsou schopni dostat více za méně. Jednou z výhod tohoto typu cestování je využívání prostředků sdílené ekonomiky, a navázání tak kontaktu s místními obyvateli.

Pokud je cestovatel ochoten vystoupit třeba jen na krátký okamžik ze své komfortní zóny jeho cestování se stane přínosnou lekcí i neopakovatelným zážitkem. Dostane se mu možnosti poznat spoustu nových a inspirativních lidí a díky nahodilým překážkám, které mu vstoupí do cesty, dokáže následně ocenit i věci, které jinak považuje za samozřejmé. Během cest se mu tak dostává vděčnosti a pocitu překonání vlastních hranic, což vytváří nezapomenutelné životní momenty.

Co lze doporučit zájemcům o nízkonákladové cestování v oblasti Denali?

Komplexní odpověď na tuto otázku se nachází v kapitole s názvem „Tvorba produktu“ jejímž obsahem jsou autorova doporučení míst a aktivit, které nabízejí mnoho zážitků a převážná většina z nich je zdarma nebo za minimální vynaložené náklady.

Jaká je užitná hodnota výsledného produktu?

Výstup práce by měl pomoci potenciálnímu návštěvníkovi destinace usnadnit výběr z nabízených služeb pomocí cenové kalkulace a doporučení autora. Zároveň sloužit jako užitečný přehled praktických rad pro uskutečnění aktivit, o které by mohl mít návštěvník zájem.

6.1 Doporučení

Na základě zmapování regionu lze destinačnímu managementu doporučit se do budoucna orientovat na oblasti, kde přírodní potenciál dosahuje obdobných hodnot jako samotný park a rozvíjet zde turistickou infrastrukturu, která nepodléhá regulacím správy národních parků. Místa s potenciálem pro rozvinutí CR jsou zejména východně od hranic NP Denali (Denali Highway, Cantwell, Talkeetna).

Z pohledu sportů a aktivit má oblast vysoký potenciál pro cykloturistiku, současná situace je ale neuspokojivá. Lze tedy doporučit navýšení počtu zpevněných cest a stezek, které mohou v zimním období využít i účastníci běžeckého lyžování.

Velkou příležitostí, na kterou by se mohl destinační management zaměřit je organizace sportovních událostí a kulturních akcí v průběhu sezóny. Současně dalším užitečným krokem by byla propagace této oblasti na jiných kontinentech, dostat se více do povědomí Evropanům, Australanům či vyspělým asijským státům, neboť Denali je v porovnání s Yelowstoneským či Yosemitekým parkem podstatně pozadu ve světové popularitě.

Z hlediska užitečnosti práce se nabízí možnost navázání na základní průzkum sportovních aktivit a použít tak dané materiály jako podklad pro podrobnější analýzu vhodnosti krajiny pro realizaci konkrétních forem CR, kterými jsou adrenalinové sporty a aktivity vyžadující odpovídající úroveň dovedností a znalostí.

7 Závěr

Hlavní cílem této práce bylo analyzovat potenciál oblasti Denali a jeho okolí a navrhnout nízkonákladové aktivity v této lokalitě, které obsahují prvky zážitkového, poznávacího i rekreačního cestovního ruchu.

V praktické části bylo řešeno hned několik dílčích cílů práce, které zahrnovaly analýzu zvoleného území z pohledu přírodního, historického a kulturního bohatství. Dalším aspektem hodnocení bylo turistické zázemí, tedy ubytování, stravování a nabídka zábavních služeb včetně cenové škály.

Výsledky analýz následně přinesly poznatky o tom, že tato oblast, z hlediska levného a zážitkového cestování je ideální především v rámci turistiky a cykloturistiky. Ovšem infrastruktura pro cykloturistiku je v současné době nedostačující, a lze tedy vidět do budoucna vysoký potenciál v rozvoji cykloturistických stezek s cílem minimálního impaktu na životní prostředí. Fakt, že v destinaci je možné téměř neomezeně kempovat, spát pod širým nebem či se přemísťovat prostřednictvím auto-stopu, může ušetřit nemálo peněz, a být tedy optimální variantou, jak v této destinaci levně cestovat a poznat tak Aljašku v pravém světle.

Charakter krajiny dále umožňuje vodní sporty a rekreaci. Nejčastější formou vodního turismu jsou průvodcované tour na raftech, či individuální projížďky na paddleboardech a kajacích. Daná oblast nabízí i mnoho jiných turistických lákadel, ale tyto záležitosti spadají do jiné cenové třídy, než o kterou mají příznivci nízkorozpočtového cestování zájem. Přesto jsou tyto aktivity v práci uvedeny a seřazeny do různých cenových kategorií, čímž rozšiřují možnosti výběru o další příležitosti k rekreaci.

Jelikož je práce spíše empirického pojetí, bylo záměrem zjištěné informace uvést spíše do takové formy, z které by mohl čerpat i laik se zájmem o cestování, pro kterého jsou směrodatné praktické informace. Metody, které byly pro hodnocení potenciálu destinace zvoleny, se ukázaly být adekvátní z toho důvodu, že nezahrnují náročný bodovací a kriteriální systém, který by vyžadoval zvýšenou pozornost a porozumění pravidlům hodnocení. Hodnotící část tedy zahrnuje slovní komentář a obsah je tak srozumitelný komukoliv.

Podle zvolených kritérií bylo autorem z vlastní zkušenosti navrženo sedm produktů, které nejlépe vystihují požadavky nízkorozpočtového cestovatele, tedy 7 tipů na výlet, jež účastníkovi přinesou nejvyšší užitek, který daná destinace nabízí, ale za kterou současně utratí nejméně peněz. Za největší užitek je v tomto případě považováno objevení hodnot, které lze v daném prostředí spatřit, zažít a pocítit a jež jsou pro tuto oblast unikátní.

Výstupem práce je přehled dostupných služeb včetně osobních doporučení autora, které poskytují zdroj praktických rad pro uskutečnění aktivit podle přání návštěvníka.

Závěrem je nutno dodat, že pobyt v parku může návštěvníky vyjít opravdu levně, ovšem pro někoho tento levný způsob poznávání krajiny může být velikou výzvou. Stanování v divočině se může setkat s určitými riziky, proto by si měli být zájemci vědomi faktu, že i když Aljaška nabízí velké množství dobrodružství a zážitků, nelze vždy vyloučit veškerá nebezpečí a rizika, které mohou tyto zážitky přinést.

8 Seznam použité literatury

- [1] 10 úžasných míst, kam cestovat, když jste mladí a máte málo peněz. Ikoktejl [online]. [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.ikoktejl.cz/inspirace-na-cesty/10-uzasnych-mist-kam-cestovat-kdyz-jste-mladi-a-mate-malo-penez/>
- [2] Alaska map and travel distances. Alaskatours [online]. [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://alaskatours.com/alaska-first-time-visitors/travel-distances-in-alaska/>
- [3] Alaska-History and Culture. Iexplore [online]. [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.iexplore.com/articles/travel-guides/north-america/united-states/alaska/history-and-culture>
- [4] ASHWORTH, G. J. a Brian GOODALL. Marketing tourism places. New York: Routledge, 1990. ISBN 0415038103.
- [5] BALEJ, J. a J. ANDĚL. Aljaška – země plná výzev, ale i problémů. Geografické rozhledy. Geografické rozhledy [online]. 2010, (2), 30-31 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.geograficke-rozhledy.cz/archiv/clanek/557/pdf>
- [6] BARNETT, James K. Alaskan history-- in brief. Anchorage, Alaska: Todd Communications, 2011. ISBN 978-1578335176.
- [7] BERÁNEK, Jaromír. Ekonomika cestovního ruchu. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1
- [8] BIEGER, T. a WEIBEL, C. (1998). Möglichkeiten und Grenzen des kooperativen Tourismusmarketing – Schaffung von Tourismussystemen als Strategien gegen Destinationsähnliche Konkurrenzprodukte. V: Destination Marketing – Reports of the Aiest Congress 1998. St. Gallen: Aiest, 167-200 s.
- [9] Bína, J. a kol.: Hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území ČR. Textová zpráva, kartogramy, databáze obcí. Úkol B.–II.2, Ústav územního rozvoje, 2001.
- [10] CAPPS, Danny, Sierra MCLANE a Lucy CHANG. Denali National Park & Preserve: geology road guide. 2016.
- [11] Creation of Denali National Park and Preserve. Kantishna Wilderness Trails [online]. 2004, 23-12-2004 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.denaliwildlifetour.com/park-history/history-of-denali-park/>
- [12] Denali National Park and Preserve Air Quality. Us-parks[online]. [cit. 2019-08-28]. Dostupné z: <https://www.us-parks.com/denali-national-park-and-preserve/air-quality.html>
- [13] Denali National Park and Preserve: Endangered Species. 450576372338414103 [online]. [cit. 2019-08-28]. Dostupné z: <https://450576372338414103.weebly.com/index.html>
- [14] Denali National park and preserve: Natural Resource Report. Npshistory [online]. 2011, 2011 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <http://npshistory.com/publications/dena/nrr-2011-424.pdf>
- [15] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010. ISBN 978-80-7373-079-6.
- [16] DZUIK, Radomír. To nejlepší z USA českýma očima: aneb cestovní příručka pro turisty se studentským rozpočtem. Ostrava: Mirago, 2001. ISBN 9788085922837.
- [17] GEE, Chuck Y., James C. MAKENS a Dexter J. L. CHOY. The travel industry. 3rd ed. New York: Van Nostrand Reinhold, c1997. ISBN 9780442022976.
- [18] GIBSON, H. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. V S. Gammon in J. Kurtzman (Ur.), Sport tourism: Principles and practice. Eastbourne: LSA.
- [19] GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.
- [20] HALOUSKA, Matěj. Aljaška, online průvodce: vše, co potřebujete před cestováním vědět!. Czechtheworld[online]. 6-4-2018 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://czechtheworld.com/aljaska-pruvodce/#nabozenstvi-svatky-tradice>
- [21] HAMŠÍK, Michal. Aljaška-Za kouzlem severu. Usa.svetadily [online]. [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <http://usa.svetadily.cz/clanky/Za-kouzlem-Severu>
- [22] Hasman, Šíp: Potential of Area for Recreation. Život. Prostr., Vol. 35, No. 5, 248-252, 2001.

- [23] HAUSOLD, Andrea. ASIE JEDNIČKOU V CESTOVNÍM RUCHU. Tourism-review [online]. 2011 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.tourism-review.cz/asia-v-cele-svetoveho-turismu-news2614>
- [24] HESKOVÁ, M.: Základní problémy cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. ISBN 80-7079-047-4
- [25] HODAŇ, Bohuslav a Tomáš DOHNAL. Rekreatologie. 2., upr. a rozš. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2197-1.
- [26] HOOGE, Philip, Guy ADEMA, Thomas MEIER, Carl ROLAND, Phil, Pam SOUSANES a Lucy TYRRELL. An Ecological Overview of Denali National Park and Preserve. Nps[online]. 2015, 16-3-2015 [cit. 2019-08-26]. Dostupné z: <https://www.nps.gov/articles/aps-v5-i1-c2.htm>
- [27] HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. 4. upr. vyd. Praha: Idea servis, 2002. ISBN 80-85970-36-8.
- [28] INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 9788024515694.
- [29] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [30] JAROLÍMKOVÁ, Liběna. ATRAKTIVITY A PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU. Praha: Libena Jarolimkova - University Books, 2017. ISBN 978-80-906926-2-6
- [31] KEPNES, Matthew. HOW DO YOU DEFINE A BUDGET TRAVELER?. Nomadicmatt [online]. 20-09-2011 [cit. 2019-08-29]. Dostupné z: <https://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/defining-a-budget-traveler/>
- [32] KOTÍKOVÁ Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. str. 14. ISBN 978-80-87147-05-4 Dostupné online z: http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5_4.pdf
- [33] KOTLER, WONG, SAUNDERS, AMSTRONG . Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [34] KOTLER, Philip. Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy. Praha: Management Press, 2000. ISBN 9788072610105.
- [35] KRATOCHVÍL, Petr a Radek PAŽOUT. Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu [online]. Brno [cit. 2015-12-17]. Dostupné z: www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a../GetFile5_3.pdf
- [36] MALÁ, Vlasta. Cestovní ruch: (vybrané kapitoly). Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. ISBN 8070794437.
- [37] MALÁ, Vlasta. Základy cestovního ruchu. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.
- [38] MARIOT, Peter. Geografia cestovného ruchu. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1983, 252 s
- [39] MIKOŠKA, J. (2006). Outdoorové sporty. (1. vyd., 116 s.) Brno: Computer Press.
- [40] MOULIS MGA.PH.D., Ladislav. Aljaška - kultura a divočina v audiovizuálních reprezentacích. Praha, 2014. Disertační práce. Karlova Univerzita. Vedoucí práce Doc. MgA. Martin Štoll Ph.D.
- [41] National park & Preserve Alaska: Maps. Www.nps.gov [online]. [cit. 2019-11-04]. Dostupné z: <https://www.nps.gov/dena/planyourvisit/maps.htm#6/63.421/-148.491>
- [42] NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [43] NEUMAN, J. (2000). Turistika a sporty v přírodě: [přehled základních znalostí a dovedností pro výchovu v přírodě]. (Vyd. 1., 197 s.) Praha: Portál.
- [44] OAKLEY, Lisa. Cognitive development. New York: Routledge, 2004. ISBN 9780415242349
- [45] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- [46] PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- [47] PÁSKOVÁ, Martina. Enviromentalistika cestovního ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 2012, roč. 1, č. 2, s. 77-113.
- [48] PEARCE, Philip L. Tourist behaviour: themes and conceptual schemes. Buffalo: Channel View Publications, c2005. ISBN 9781845410223.

- Praha: Vydavatelství Liběna Jarolímková – UniversityBooks, 2017, ISBN 978-80-906926
- [49] PSYCHOLOGIE CESTOVÁNÍ: MOTIVACE. Katkacestuje[online]. 4-11-2015 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <http://katkacestuje.cz/2015/11/psychologie-cestovani-motivace.html>
- [50] RAYMOND, Crispin a Greg RICHARDS. What do we mean by creative tourism: Natural Resource Report. Creativetourismnetwork [online]. 2000, 2000 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <http://www.creativetourismnetwork.org/about/>
- [51] RITTER, Harry. Alaska's history: the people, land, and events of the north country. Anchorage: Alaska Northwest Books, c1993. ISBN 978-0882404325.
- [52] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024740393.
- [53] RYGLOVÁ, Kateřina. Cestovní ruch: Soubor studijním materiálů. Ostrava : KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [54] SAMEK, Martin. Nízkonákladové cestování a jeho význam v cestovním ruchu [online]. Hradec Králové, 2017 [cit. 2019-07-22]. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/opj2om/>>. Bakalářská práce. Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu. Vedoucí práce Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.
- [55] SEIFERTO VÁ, Věra. Průvodcovské činnosti. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4807-8.
- [56] SHULSKI, Martha a Gerd WENDLER. The climate of Alaska. Fairbanks, AK: University of Alaska Press, c2007. ISBN 9781602230071.
- [57] SCHWARTZHOFFOVÁ, PH.D., Ing. Eva. SPORTOVNÍ TURISMUS [online]. Olomouc, 2010 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://telesnakultura.upol.cz/pdfs/tek/2010/02/06.pdf>. Univerzita Palackého.
- [58] State of Alaska [online]. [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <http://alaska.gov>
- [59] STRIKER, Don. Park Statistics: Plants and Animals. Nps[online]. 6-1-1019 [cit. 2019-08-27]. Dostupné z: <https://www.nps.gov/dena/learn/management/statistics.htm>
- [60] SUMMERS, Jane M. a Janet R. MCCOLL-KENNEDY. Development of a Measurement Scale For Analysing Destination Choice Criteria in the Tourist Decision Process[online]. [cit. 2019-08-29]. Dostupné z: www.acrwebsite.org
- [61] SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. Specifické formy cestovního ruchu. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, ISBN 978-80- 7372-927-1.
- [62] ŠTYRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-114-3.
- [63] TROUT, Michael. TOP 5 CESTOVATELSKÝCH TECHNOLOGICKÝCH TRENDŮ. Tourism-review [online]. 2013 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.tourism-review.cz/top-5-cestovatelskych-technologickych-trendu-news3924>
- [64] VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.
- [65] VALENTOVÁ, Jana. Analýza motivů vybraných segmentů k účasti na výjezdovém cestovním ruchu In: of.euba [online]. © 2012. [cit. 2016-01-20]. Dostupné z: http://of.euba.sk/merkur_2012_cd/prispevky/Valentov%C3%A1_Jana.pdf
- [66] VANÍČEK, J.: Lze měřit atraktivitu turistické destinace?. COT business [online]. 2006[cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <www.cot.cz>
- [67] VENCLOVÁ, Kateřina, Jiří ŠTYRSKÝ, Jiří ŠÍPEK, Martin BUŠEK, Dana ROZBOŘILOVÁ a Pavla ŠÍPKOVÁ. Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie, 55. ISBN 978-80-7435-540-0.
- [68] VINŠ, Matouš a Petr NOVÁK. Travel bible: praktické rady za milion, jak procestovat svět za pusu. Aktualizované, rozšířené vydání. Praha: Blue Vision, 2016. ISBN 978-80-87672-54-9.
- [69] VOTÝPKA, Jan a Jaroslava JANOUŠOVÁ. Severní Amerika. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 420 s.: i.
- [70] VYSTOUPIL, J. (2006). Základy cestovního ruchu. (1. vyd., 119 s.) Brno: Masarykova univerzita.
- [71] WEIN, Andrew. UNWTO: CESTOVNÍ RUCH SE VZMÁHÁ ZVLÁŠTĚ V ASII. Tourism-review [online]. 2011 [cit. 2019-08-20]. Dostupné z: <https://www.tourism-review.cz/cestovni-ruch-se-vzpatovava-diky-asijskym-zemim-news2577>

[72] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 9788072018802.

9 Slovník pojmů

Airbnb	Airbnb je společnost, která zprostředkovává krátkodobé i dlouhodobé ubytování po celém světě prostřednictvím internetu. Airbnb cílí na ubytování u soukromníků, což má své nesporné výhody, především cenové. (it-slovník.cz)	free-ride snowboarding	styl snowboardingu prováděný v přírodním, neupraveném terénu, bez stanovených cílů či pravidel
alpinismus	Druh horolezectví provozovaný v horách. Název pochází ze jména horstva Alp, kde klasické horolezectví vzniklo, ale s rozšířením horolezectví se význam rozšířil na stejnou činnost v libovolných horách (Wiki)	geocashing	Je hra na pomezí sportu a turistiky, která spočívá v použití navigačního systému GPS při hledání skryté schránky nazývané cache (cz = keš), o níž jsou známy její zeměpisné souřadnice (Wiki)
B&B	= bed and breakfast, typ ubytování, nabízeno lůžko se snídaní (překladač)	geopsychologie	zkoumání percepce krajiny lidským individuem (Venclová, 2014)
bungeejumping	adrenalinová aktivita, skok z výšky, kdy skokan je pružným lanem přivázaným nad těžištěm těla a po seskoku katapultován zpět do výšky	Google maps	Zdarma dostupná internetová mapová aplikace od společnosti Google, která nabízí mapy ulic, panoramatické snímky, plánovač cest pro cestování pěšky, automobilem i veřejnou dopravou, zároveň poskytuje informace o poloze podniku a jiných veřejných zařízeních. (Wiki)
canyoning	Kaňoning je rozvíjející se outdoorový sport, který se stává velmi populárním v alpských státech. Je kombinací horolezectví, slaňování, turistiky, koupání, plavání a skákání. Tento sport spočívá v překonávání horských říček a potoků po proudu dolů (Gut, 2002, 6)	hanggliding	Závěsné létání je letecký rekreační nebo soutěžní sport podobný plachtění, ale využívající závěsný kluzák namísto větroně. (Wiki)
couchsurfing	Projekt CouchSurfing je v současnosti největší internetová služba bezplatného ubytování. Jedná se o sociální síť, kde si členové projektu domlouvají ubytování a setkání skrze webové stránky projektu. (Wiki)	hipoturistika	Druh turistiky, kdy turista převážně cestuje na koni, výjimečně též na oslu nebo na hybridech mule a mezkovi. (Wiki)
dry cabin	Obytné přístřeší, které postrádá tekoucí vodu, často i proud elektřiny (autor)	house sitting	Ubytování zdarma výměnou za hlídání domu někomu, kdo jede na dovolenou nebo pracovně pryč a potřebuje, aby mu někdo pohlídal dům a mnohdy i domácí zvířata. (jaknahousesitting.cz)
ekopsychologie	Obor, který zkoumá psychologické, spirituální a terapeutické aspekty vztahu mezi člověkem a přírodou, zaměřuje se na otázky životního prostředí a na odpovědnost za ochranu přírody a jiných druhů.	karibů	Sob polární (výskyt-Severní Amerika)
fast food	Druh veřejného stravování, založený na rychlém výběru, prodeji a konzumaci stravy. Často podporující konzumaci vestoje nebo za pohybu.	kayaking	Kajak je malé obvykle pádlem poháněné plavidlo původem ze severovýchodních oblastí. Eskymáci je používali k lovu a dopravě. K pohánění kajaku se používá oboustranné kajakářské pádlo – tzv. dvojpádlo, na rozdíl od jednostranného pádla u kanoe. V kajaku se sedí. (Wiki)
first minute či last minute zájezd	Last Minute = zájezdy "v poslední chvíli", neboli těsně před jejich započítáním. Zpravidla je tak chápán zájezd, který má počátek během dvou týdnů a jehož cena je snížena až o desítky procent původní ceny. First minute je naopak charakterizován včasným nákupem zájezdů, zpravidla na počátku sezóny, taktéž s cenovým zvýhodněním. (Wiki)	kiteboarding	Akční sport kombinující aspekty wakeboardingu, snowboardingu, windsurfingu, surfování, paraglidingu, skateboardingu a plachtění do jednoho extrémního sportu. Kiteboardista využívá sílu větru pomocí velkého kontrolovatelného draka, který umožňuje kiteboardistovi pohyb po vodě, zemi či sněhu.

longboarding	Longboarding je akt jízdy na longboardovém skateboardu. Longboard je druh sportovního vybavení podobného, ale ne stejného jako skateboard. Je často delší než skateboard a má širokou škálu tvarů. (přeloženo z: definitions.net)
online booking	Umožňuje potenciálnímu zákazníkovi rezervovat a zaplatit za aktivitu nebo službu přímo prostřednictvím webu. (bookinglife.com)
outdoorový	Všecké aktivity, které probíhají mimo uzavřené prostory (z angl. out – mimo, za; door – dveře). Dnes je tento termín všeobecně chápán jako označení oboru „pobyt v přírodě“, především jako způsob trávení volného času. (Wiki)
packrafting	Jedná se outdoorovou aktivitu na ultralehkých, a přitom stabilních nafukovacích lodích. Základními vlastnostmi packraftů jsou minimální hmotnost (2–3 kg) při maximální možné odolnosti. Vejdou se do každého batohu a snesou nejtvrší podmínky včetně těžké divoké vody. (www.svetoutdooru.cz)
paddleboarding	Vodní aerobní sport, při kterém jezdec na prkně podobném surfovému longboardu používá k pohybu vpřed dlouhého pádla. (Wiki)
paragliding	Paragliding je letecké sportovní odvětví, při němž se létá na padákových kluzácích. Základem paraglidingu je klouzavý let bez použití motoru, start probíhá zpravidla rozběhem z kopce. (BP-is.muni.cz)
powerkiting	Tažný drak je sportovní nástroj využívaný při různých obdobích powerkitingu. Drak dokáže díky své konstrukci a velikosti vyvinout velký tah, což umožňuje jezdcům získat rychlost, případně se nechat vynést do vzduchu. Síla draka s sebou ale také nese určité riziko úrazu, což řadí powerkiting k extrémním sportům. (Wiki)
push and pull faktory	Faktory ovlivňující migraci. Push = odstředivé, vytláčující faktory, které např. nutí k opuštění země svého původu, svého dosavadního domova. Pull = přitahující faktory, které vedou ke snaze dostat se do určitých cílových zemí (např. svoboda, demokratický politický režim, vysoká kvalita života, možnost seberealizace apod. (slovník-cizich-slov.abz.cz)
RV kempy	Ubytovací zařízení pro přechodné ubytování ve vlastním zařízení hostů. RV je zkratka pro recreational vehicle = obytný vůz. (autokemp, caravan kemp) (Wiki)
shuttle	Kyvadlová doprava (Google translate)

skialpinismus	Skialpinismus je pohyb na lyžích ve volném horském terénu. Stoupání do kopce umožňuje speciální vázání a pásy nalepené na skluznici. (Wiki)
slackline	Slackline nebo také zkráceně slack je balancování, chození a skákání na popruhu upevněném mezi dvěma body, například stromy. Na rozdíl od chození po provazu není popruh na slackline natažený napevno, ale je více nebo méně pružný. (Wiki)
snowkiting	Snowkiting je velmi mladý zimní outdoorový adrenalinový sport podobný vodní variantě zvané kitesurfing. Za použití tažného draka se jezdec uvádí do pohybu po sněhové pláni na lyžích či snowboardu. Na rozdíl od sjezdového lyžování či snowboardingu je tento sport možné provozovat na rovině. (Wiki)
surfing	Surfing je vodní olympijský sport, při kterém je surfař na surfu unášen na nezlomené mořské vlně. (Wiki)
tour	Cesta, zájezd za potěšením nebo vzděláním, který často zahrnuje řadu zastávek a končí v počátečním bodě. V mnoha případech bývá doprovázen zkušeným průvodcem. (vlastní zpracování)
travel blog	Druh internetové prezentace, na které autoři sdílejí své zážitky, zkušenosti a fotografie z cestování. (vlastní zpracování)
Tripadvisor	Světově známý internetový portál věnující se turismu a cestování. Tato americká stránka se zaměřuje především na recenze zařízení a míst, která se pojí s cestovním ruchem. (it-slovník.cz)
windsurfing	Windsurfing je sport, při kterém jezdec na dva až čtyři metry dlouhém prkně využívá pomocí plachty sílu větru k pohybu po vodní hladině. Jedná se v podstatě o spojovací článek surfingu a jachtingu. (Wiki)
wingsuiting	Létání vzduchem pomocí wingsuitů, které lidskému tělu přidávají povrchovou plochu a umožňují tak výrazné zvýšení vztlaku. (Wiki)
work away	Sít Workaway propaguje výměnu mezi nízkorozpočtovými cestovateli, cizojazykovými nadšenci a lidmi, co se zajímají o cizí kultury. (www.nicm.cz)
YouTube	Největší internetový server pro sdílení videosouborů. (Wiki)

10 Seznam obrázku

Obrázek 1 Schéma pro tvorbu produktu	11
Obrázek 2 Schéma rozdělení předpokladů cestovního ruchu podle P. Mariota	14
Obrázek 3 Schéma druhů a forem cestovního ruchu	25
Obrázek 4 Náročnost prováděné aktivity v návaznosti na osobnostní rozvoj	26
Obrázek 5 Mapa Aljašky	29
Obrázek 6 Významná města na Aljašce	31
Obrázek 7 Mapa Denali parku	33
Obrázek 8 Přírodní zajímavost - "opilé lesy"	35
Obrázek 9 Snímek zlatokopů v Kantishne z doby zlaté horečky	35
Obrázek 10 Vymezení zájmového území	36
Obrázek 11 Vymezení zájmového území – přiblíženo	37
Obrázek 12 Grafické znázornění nadmořské výšky jednotlivých zastávek v parku	38
Obrázek 13 Nejvyšší hora severní ameriky – Denali	38
Obrázek 14 Polární záře	39
Obrázek 15 Los ve volné přírodě	41
Obrázek 16 Los a „kettle pond“	41
Obrázek 17 Karibů v národním parku	42
Obrázek 18 Medvěd grizly v národním parku	42
Obrázek 19 Mapa dostupných ubytovacích zařízení v oblasti Denali	43
Obrázek 20 Graf-Závislost ceny cestování na výběru destinace	51
Obrázek 21 Graf- Motivace nízkonákladových cestovatelů	51
Obrázek 22 Graf- Aktivity nízkonákladových cestovatelů v destinaci	51
Obrázek 23 Graf- Věkové složení nízkonákladových cestovatelů	52
Obrázek 24 Graf – Preference období pro cestování nízkonákladových cestovatelů	52
Obrázek 25 Graf- Preferovaná délka pobytu nízkonákladových cestovatelů	52
Obrázek 26 Graf- Způsob hledání informací nízkonákladovými cestovateli	52
Obrázek 27 Schéma druhů a forem CR 2.	56
Obrázek 28 Turistika Denali	64
Obrázek 29 Stopování na Aljašce	64
Obrázek 31 Husky – chovná stanice (vlevo)	64
Obrázek 32 Rybaření Horseshoe lake (vpravo)	64
Obrázek 30 Husky demonstration	64
Obrázek 33 Zimní aktivity - chůze se sněžnicemi	65
Obrázek 34 Atrakce - lanová dráha	65
Obrázek 35 Atrakce – rafting	65
Obrázek 36 Mapa kempů a autobusových zastávek v parku	66

11 Seznam tabulek

Tabulka 1 Motivace při cestování podle Crandalla	22
Tabulka 2 Obrázek 2 Faktory ovlivňující způsob trávení volného času	23
Tabulka 3 Přehled ubytovacích zařízení	43
Tabulka 4 Přehled dostupných variant přepravy	44
Tabulka 5 Přehled dostupných turistických atrakcí	45
Tabulka 6 Přehled restaurací a obchodů s občerstvením (zúžený výběr)	46
Tabulka 7 Slovní zhodnocení vhodnosti krajiny pro konkrétní formy cestovního ruchu	48
Tabulka 8 SWOT analýza národního parku Denali	49
Tabulka 9 Výčet možností, jak ušetřit své náklady na cestách	54
Tabulka 10 Návrh produktu 1/6	58
Tabulka 11 Návrh produktu 2/6	59
Tabulka 12 Návrh produktu 3/6	60

<i>Tabulka 13 Návrh produktu 4/6.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabulka 14 Návrh produktu 5/6.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabulka 15 Návrh produktu 6/6.....</i>	<i>63</i>

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

Jméno a příjmení: **Michaela Ulrichová**
Osobní číslo: **I1500671**
Adresa: Jižní 797/3, Hradec Králové – Slezské Předměstí, 50003 Hradec Králové 3, Česká republika
Téma práce: Produkty cestovního ruchu: Analýza potenciálu oblasti Denali a návrh produktu pro nízkonákladové cestování
Téma práce anglicky: Tourism Products. Analysis of Denali's potential and suggestion for low cost travel product.
Vedoucí práce: Mgr. David Chaloupský, Ph.D.
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Zásady pro vypracování:

Cíl práce. Analyzovat potenciál geografické oblasti Denali a navrhnout nízkonákladové produkty cestovního ruchu v dané lokalitě.

1. Úvod
2. Cíl práce
3. Teoretická východiska
 - 3.1. Vymezení základní pojmů
 - 3.2. Potenciál a atraktivita destinace
4. Metodika zpracování
5. Praktická část
 - 5.1. Vymezení geografického regionu
 - 5.2. Analýza oblasti
 - 5.3. Vytvoření produktů nízkonákladového cestování
6. Shrnutí výsledků
7. Závěr a doporučení
8. Seznam použité literatury
9. Přílohy

Seznam doporučené literatury:

1. ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 9788072018802.
2. VOTÝPKA, Jan a Jaroslava JANOUŠOVÁ. Severní Amerika. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 420 s.: i.
3. VENCLOVÁ, Kateřina. Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-540-0.
4. SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava. Specifické formy cestovního ruchu. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2013, ISBN 978-80- 7372-927-1.
5. RITTER, Harry. Alaska's history: the people, land, and events of the north country. Anchorage: Alaska Northwest Books, c1993. ISBN 978-0882404325.
6. MALÁ, Vlasta. Základy cestovního ruchu. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.
7. MARIOT, Peter. Geografia cestovného ruchu. Bratislava: Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1983, 252 s