

Cestovní ruch

Alena Lochmannová

Obsah

ÚVODNÍ SLOVO	6
SEZNAM TÉMAT	7
CESTOVNÍ RUCH A JEHO ÚLOHA V MODERNÍ SPOLEČNOSTI	8
CO JE CESTOVNÍ RUCH	8
Vymezení a význam pojmu „cestovní ruch“	8
Cestování	8
Potřeby člověka ve vztahu k cestování	9
HISTORICKÝ VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	9
Etapy vývoje moderní podoby cestovního ruchu	10
Poválečný vývoj cestovního ruchu na území našeho státu	11
KLASIFIKACE CESTOVNÍHO RUCHU	12
Členění podle geografického hlediska	12
Členění podle motivu účasti na cestovním ruchu	13
Členění podle časového hlediska	13
Členění podle vlivu na platební bilanci státu	13
Členění podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu	13
Členění podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů	13
Členění podle počtu účastníků	14
Členění podle dopadu na životní prostředí	14
Členění podle věku účastníků	14
Členění podle převažujícího prostředí pobytu	14
SPECIFIKA SOUČASNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU	14
EKONOMICKÉ ASPEKTY CESTOVNÍHO RUCHU	15
FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CESTOVNÍ RUCH	16
Lokalizační faktory	16
Realizační faktory	16
Selektivní faktory	17
TYPOLIE CESTOVNÍHO RUCHU	18
ZÁKLADNÍ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU	18
Rekreační cestovní ruch	18
Kulturně – poznávací cestovní ruch	19
Sportovní – turistický cestovní ruch	20
Zdravotní, zdravotně orientovaný a lázeňský cestovní ruch	21
SPECIFICKÉ FORMY CESTOVNÍHO RUCHU	23
Kongresový cestovní ruch	23
Venkovský cestovní ruch	24
Dobrodružný cestovní ruch	26
Filmový cestovní ruch	27
Náboženský cestovní ruch	29
Gastroturismus	30
Svatební cestovní ruch	33
Temný cestovní ruch	34
Ostatní specifické formy cestovního ruchu	35
CESTOVNÍ KANCELÁŘE A CESTOVNÍ AGENTURY	37
FORMY DISTRIBUCE PRODUKTU	37
Přímá distribuce zboží či služby	37
Nepřímá distribuce zboží či služby	37
ZÁKLADNÍ POJMY Z OBLASTI SUBJEKTŮ POSKYTUJÍCÍCH SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU	37
Cestovní kancelář	37
Cestovní agentura	38
Zájezd	38
Rozsah nabízených služeb	38
CESTOVNÍ KANCELÁŘE	38
ROZDĚLENÍ CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ	39
Incomingové (příjezdové) cestovní kanceláře	39
Outgoingové (výjezdové) cestovní kanceláře	40
Všeobecné a specializované cestovní kanceláře	40
CESTOVNÍ AGENTURY	40
ZÁJEZD	41
Rozdělení zájezdů	41
Cena zájezdu	41
Smlouva o zájezdu	42
INFORMAČNÍ A REZERVAČNÍ TECHNOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU	44
INFORMACE V CESTOVNÍM RUCHU	44
Rozdělení informací v cestovním ruchu	44
Nároky na informace	45



TYPOLOGIE ÚČASTNÍKŮ CESTOVNÍHO RUCHU VE SMYSLU ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ.....	45
Třídění účastníků cestovního ruchu podle geografického a demografického hlediska.....	45
Třídění účastníků podle preferovaného typu cestovního ruchu a chování.....	45
Třídění podle vztahu účastníka cestovního ruchu ke kultuře navštěvovaného místa.....	46
VYUŽITÍ ICT V CESTOVNÍM RUCHU V SOUČASNOSTI.....	46
Cestovní kanceláře a agentury.....	46
TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA.....	47
Činnosti turistických informačních center.....	47
Klasifikační systém turistických informačních center.....	47
VYUŽITÍ ICT V UBYTOVACÍM A STRAVOVACÍM ZAŘÍZENÍ.....	48
VYUŽITÍ ICT V DOPRAVĚ.....	48
REZERVAČNÍ SYSTÉMY.....	49
Příklady rezervačních systémů.....	49
DOPRAVNÍ PROCESY V CESTOVNÍM RUCHU	51
PODSTATA DOPRAVY.....	51
SLUŽBY DOPRAVY.....	51
Pojem dopravní služby.....	51
Členění služeb dopravy.....	51
Silniční doprava.....	51
Železniční doprava.....	53
Letecká doprava.....	53
Lodní doprava.....	55
UBYTOVACÍ SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	58
SMYSL POSKYTOVÁNÍ UBYTOVACÍ SLUŽBY.....	58
Z HISTORIE POSKYTOVÁNÍ UBYTOVACÍCH SLUŽEB.....	58
ZÁKLADNÍ POJMY Z OBLASTI PROBLEMATIKY UBYTOVACÍCH SLUŽEB.....	58
UBYTOVACÍ JEDNOTKA.....	59
Typy ubytovacích jednotek.....	59
DALŠÍ SLUŽBY UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ.....	60
PROSTORY UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ.....	60
Recepce.....	60
Lobby.....	60
Centrum pro hosty.....	60
Restaurace, kavárna, bar a vinárna.....	60
Konferenční a kongresové prostory.....	60
Další prostory ubytovacího zařízení.....	61
KATEGORIZACE UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	61
Hotel.....	61
Motel.....	62
Pension.....	62
Botel.....	62
SPECIFICKÁ HOTELOVÁ ZAŘÍZENÍ.....	62
Lázeňský hotel / lázeňský hotel garni / resort / golf resort.....	62
Dependance.....	63
ROZDĚLENÍ UBYTOVACÍCH ÚSEKŮ HOTELU PODLE FUNKCÍ.....	63
DALŠÍ SLUŽBY UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ.....	63
FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ STANDARD SLUŽEB UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ.....	63
STRAVOVACÍ SLUŽBY V CESTOVNÍM RUCHU	65
VÝZNAM A POSLÁNÍ STRAVOVACÍCH SLUŽEB.....	65
ROZČLENĚNÍ STRAVOVACÍCH SLUŽEB.....	65
Společné stravování.....	65
Individuální stravování.....	66
MATERIÁLNĚ-TECHNICKÉ PODMÍNKY STRAVOVACÍCH SLUŽEB.....	66
Části stravovacího zařízení.....	66
KATEGORIZACE HOSTINSKÝCH ZAŘÍZENÍ.....	66
Restaurace a bary.....	66
Nabídkový lístek hostinských zařízení.....	68
SYSTÉM OBSLUHY VE STRAVOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH.....	68
Jednoduchá obsluha.....	68
Složitá obsluha.....	69
RYCHLÉ OBČERSTVENÍ A JEHO FORMY.....	69
ZÁŽITKOVÁ GASTRONOMIE.....	70
Zážitkové a poznávací cesty za vínem a tradicemi.....	70
Gastronomické zájezdy.....	70
PRŮVODCOVSKÉ A ANIMAČNÍ SLUŽBY.....	72
VYMEZENÍ OSOBY PRŮVODCE.....	72

HISTORIE PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI.....	72
<i>Průvodcovství ve starověku.....</i>	72
<i>Průvodcovství ve středověku.....</i>	72
<i>Novověk a průvodcovské služby.....</i>	73
<i>Současná podoba průvodcovských služeb.....</i>	74
PRÁVNÍ ÚPRAVA PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI.....	74
<i>Výčet aktivit průvodcovské činnosti.....</i>	74
VÝZNAM PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI V CESTOVNÍM RUCHU.....	75
ZÁKLADNÍ KATEGORIE PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI.....	75
<i>Jednotlivé kategorie průvodců cestovního ruchu.....</i>	75
OSOBNOST A ROLE PRŮVODCE.....	76
<i>Osobnost průvodce.....</i>	76
<i>Role průvodce.....</i>	77
VZDĚLÁVÁNÍ PRŮVODCŮ.....	77
<i>Vzdělávací program průvodců v cestovním ruchu.....</i>	77
<i>Požadavky a kritéria hodnocení školitelů průvodců.....</i>	77
PŘÍPRAVA PRŮVODCE CESTOVNÍHO RUCHU.....	78
DRUHY PŘÍPRAVY PRŮVODCE.....	78
<i>Topografická příprava.....</i>	78
<i>Chronologická příprava.....</i>	78
<i>Psychologická příprava.....</i>	79
ANIMACE A ANIMAČNÍ SLUŽBY.....	79
<i>Základní charakteristika animační činnosti.....</i>	79
<i>Animátor a jeho funkce.....</i>	80
<i>Typy animačních služeb.....</i>	80
DESTINAČNÍ MANAGEMENT.....	82
VYMEZENÍ PROBLEMATIKY MANAGEMENTU V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU.....	82
<i>Podstata destinačního managementu.....</i>	82
HISTORICKÝ VÝVOJ DESTINAČNÍCH STRATEGIÍ.....	83
DESTINAČNÍ MANAGEMENT V SOUČASNOSTI.....	84
<i>Základní úkoly samotné organizace destinačního managementu.....</i>	85
<i>Destinační subsystémy.....</i>	85
<i>Marketingový management turistické destinace.....</i>	86
MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU.....	88
POTŘEBA UPLATNĚNÍ MARKETINGU V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU.....	88
<i>Specifika a vlivy působící na marketing cestovního ruchu.....</i>	88
MARKETINGOVÝ MIX SLUŽEB V CESTOVNÍM RUCHU.....	89
<i>Produkt.....</i>	89
<i>Cena.....</i>	90
<i>Distribuce.....</i>	90
<i>Propagace.....</i>	91
<i>Lidé.....</i>	92
<i>Balíčky.....</i>	92
<i>Programming.....</i>	92
<i>Partnerství.....</i>	93
SEGMENTACE NA TRHU CESTOVNÍHO RUCHU.....	93
SLUŽBY PASOVÝCH A CELNÍCH ORGÁNŮ.....	95
VOLNÝ POHYB OBČANŮ ČLENSKÝCH ZEMÍ EU.....	95
CESTOVNÍ DOKLADY.....	95
<i>Cestovní pas.....</i>	95
<i>Diplomatický pas.....</i>	96
<i>Cestovní průkaz.....</i>	97
<i>Občanský průkaz.....</i>	97
<i>Vízum.....</i>	97
CELNÍ KONTROLA.....	98
<i>Clo.....</i>	98
DEVIZOVÁ KONTROLA.....	99
SMĚNÁRENSKÁ ČINNOST.....	99
<i>Náměty pro samostatnou práci.....</i>	100
MEZINÁRODNÍ TURISMUS.....	101
PODSTATA POJMU MEZINÁRODNÍ TURISMUS.....	101
<i>Základní pojmy z oblasti světového turismu.....</i>	101
ROZVOJ TURISMU V KONTEXTU SVĚTOVÉ EKONOMIKY.....	101
TURISMUS JAKO SVĚTOVÝ FENOMÉN.....	102
SUBJEKTY MEZINÁRODNÍHO TURISMU.....	103
REGIONY SVĚTOVÉHO TURISMU.....	104
POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA.....	107



Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- definovat základní pojmy z oblasti cestovního ruchu
- pojednat o potřebách člověka
- pojednat o historii vývoje cestovního ruchu
- pojednat o podobách cestovního ruchu, rozlišovat jeho formy z různých hledisek
- popsat vlivy současné společnosti a globalizace na vývoj cestovního ruchu; rizika, které se na jeho rozvoji mohou podílet

POJEM



► DESTINACE

V souvislostech s cestováním znamená tento pojem **místo cesty**.

POJEM



► MARKETING

Marketing proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojování potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace. (J. Světlík, Marketing – cesta k trhu, 1994)

SOUVISLOSTI



Světová organizace cestovního ruchu

Jedná se o významnou mezinárodní odbornou organizaci OSN. Zodpovídá primárně za podporu rozvoje udržitelného a dostupného cestovního ruchu. Je jediným mezinárodním fórem svého druhu, které slouží zároveň jako zdroj informací a know-how v oblasti cestovního ruchu. Prostřednictvím **Globálního etického kodexu (Global Code of Ethics for Tourism)** se UNWTO snaží podporovat subjekty působící v oblasti cestovního ruchu, čímž posiluje ekonomické, sociální a kulturní přínosy cestovního ruchu v nejširším kontextu ve všech světových regionech; s ohledem na minimalizaci negativních dopadů těchto aktivit na životní prostředí. Členskou základnu UNWTO tvoří aktuálně 156 zemí (včetně ČR) a více než čtyři stovky přidružených členů reprezentujících soukromý sektor, vzdělávací instituce, turistické asociace a regionální turistické subjekty.



UNWTO sídlí v Madridu (viz obr.) a své regionální pobočky má po celém světě.

Cestovní ruch a jeho úloha v moderní společnosti

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- podstatu pojmu „cestovní ruch“, jeho vazby na ostatní obory lidské činnosti
- potřeby člověka a pohnutky, které jej motivují k cestování
- vývoj cestovního ruchu z historického pohledu
- formy cestovního ruchu
- specifika současné doby, které se do cestovního ruchu promítají
- faktory působící na cestovní ruch

Co je cestovní ruch

Cestovní ruch je možné označit jako jeden z velmi významných sociálních a ekonomických jevů soudobé společnosti. Vymezit cestovní ruch není jednoduché. Je možné jej vyložit takto: „*Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.*“ (Robert C. Mill, Alastair M. Morrison, 2007)

Toto tvrzení podtrhuje **komplikovanost jednotné definice cestovního ruchu**.

Vymezení a význam pojmu „cestovní ruch“

O **cestovním ruchu** je možné uvažovat jako o systému vzájemně propojených částí sestávajících z trhu, cestování, **destinace a marketingu**.

Cestovní ruch může být vnímán také jako: „... *činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (E. Morávková, D. Drobná, 2004)

Cestovní ruch je oblastí **spotřeby**, při které jsou uspokojovány dílčí lidské potřeby (ve smyslu potřeby odpočinku, kulturního vyžití či kontaktu s lidmi).

Stejně tak je ale nutné cestovní ruch vnímat jako **významnou součást národního hospodářství**, která sestává z řady podnikatelských aktivit, v rámci nichž je zajišťována participace (spoluúčast) subjektů na cestovním ruchu. Příkladem těchto aktivit může být **doprava, stravovací služby** či **služby cestovních kanceláří**.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO – World Tourism Organization) definuje cestovní ruch jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest.

Nutno podotknout následující – aby se jednalo o cestovní ruch v pravém slova smyslu, **v rámci služebních cest nesmí být osoba odměňována ze zdrojů navštíveného místa**. Toto upřesnění vhodně doplňuje definici Drobné a Morávkové, a to především v kontextu zahrnutí služebních cest jakožto specifických aktivit realizovaných v rámci cestovního ruchu.

Cestování

Cestování jako takové lze považovat za jednu z nejvyšších intelektuálních forem rekreace, která je velmi často doprovázena doplňkovými aktivitami. Pojem cestování s pojmem cestovní ruch úzce souvisí.

Zatímco cestovní ruch lze chápat jako samostatný obor lidské činnosti, **cestování je obecným pojmem označujícím přesun lidí v prostoru a čase**.



Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO):

http://cs.wikipedia.org/wiki/Světová_organizace_cestovního_ruchu

UNWTO – domovská stránka:

<http://unwto.org>



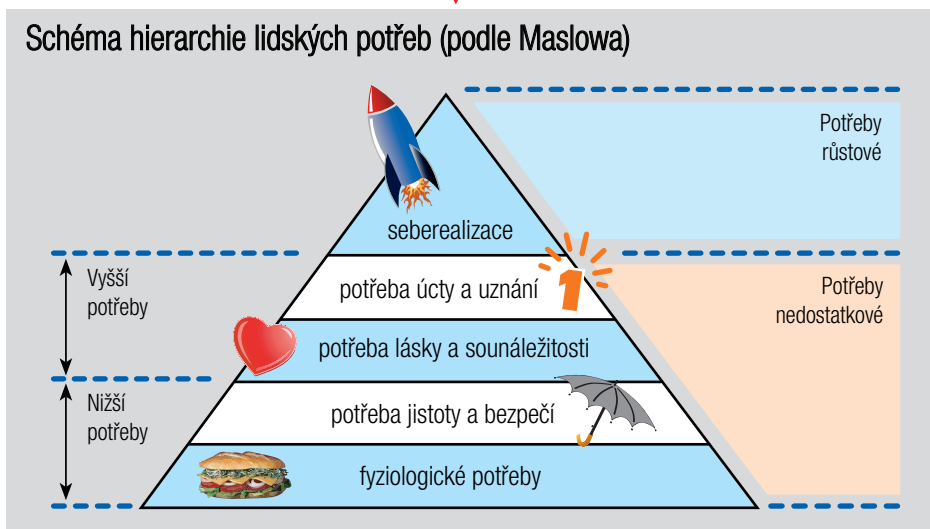
Oba pojmy do určité míry charakterizují specifický **životní styl člověka**, který je dále asociován s odpočinkem, zábavou, sportem, poznáváním, léčbou a dalšími aktivitami.

Cestovní ruch je pak zvláštním případem cestování, který je ovšem kategorií náležející se (na rozdíl od cestování samotného) pod silným vlivem ekonomiky.

Někdy je cestovní ruch chápán také jako **masová forma cestování**, jejíž základní rysy je možné spatřovat v dočasnosti změny místa pobytu, nevýdělečném charakteru cesty a pobytu a tvorbě mezilidských vazeb a vztahů, které cestovní ruch vyvolává.

Potřeby člověka ve vztahu k cestování

Role cestovního ruchu obecně vychází ze základních potřeb člověka, kdy jednou z nich je i **potřeba seberealizace**. Tyto základní lidské potřeby uspořádal do přehledné pyramidy **Abraham Maslow**.



Potřeba seberealizace (která je na vrcholu pyramidy lidských potřeb), je konkrétně uspokojována prostřednictvím poznání či estetických prožitků, které jsou základními projevy cestovního ruchu.

Historický vývoj cestovního ruchu

S jistou podobou cestovního ruchu (i když v jiné formě a často i s jinou motivací ze strany dotyčné osoby), se můžeme setkat již ve starověku. **Původně měly cesty jiný charakter**, historicky nebylo cestování ani zábavou, ani vlastním účelem. Hlavními motivy byly **náboženství, obchod, vojenské výpravy, objevitelské cesty mořeplavců či vzdělávání**. Cestování jako takové bylo původně výsadou majetných společenských vrstev, které si mohly tuto nákladnou aktivitu dovolit.



T. Renaudot

Na starověký odkaz navázal v 17. století francouzský lékař, novinař a **filantrop** **Théophraste Renaudot**, který je považován za průkopníka v činnosti cestovních kanceláří.

Podoba cestovního ruchu tak, jak jej známe dnes, se začala formovat až ve druhé polovině 19. století, především v návaznosti na rozvoj průmyslu a hospodářský růst společnosti, čímž byly pro jeho rozvoj vytvořeny příhodné podmínky.

V roce 1827 vydal německý nakladatel **Karl Baedeker** prvního knižního průvodce. Jeho cílem bylo usnadnit a zpřístupnit cestování střední třídě. Odtud pochází výraz užívaný pro tištěného průvodce, tzv. **bedekr**.



K. Baedeker

V souvislosti s růstem životní úrovně pracujících lidí, růstem fondu volného času a znečištěním prostředí v industrializovaných oblastech došlo mezi lidmi k růstu zájmu o cestování a rekreaci. Na tuto skutečnost reagoval dvaatřicetiletý Angličan **Thomas Cook**,



► Každý jedinec preferuje jinou formu trávení svého volného času, jinou formu cestování. Do značné míry se na tom podílí povaha člověka, jeho životní styl, samozřejmě také i jeho ekonomické možnosti...

SOUVISLOSTI

Maslowova pyramida potřeb

Americký psycholog **Abraham Maslow** (1908 – 1970) je považován za jednoho ze zakladatelů humanistického proudu v psychologii. Je autorem tzv. **pyramidy potřeb**. Základ pyramidy tvoří **potřeby fyziologické** následovány **potřebou bezpečí**, dále pak **potřebou lásky a sounáležitosti**, **potřebou úcty a uznání** a vrchol pyramidy tvoří **potřeba seberealizace**.



A. Maslow

Platí, že nejsou-li uspokojeny potřeby nižšího řádu, není možné uspokojovat potřeby řádu vyššího. První čtyři kategorie potřeb označil Maslow jako potřeby deficeční, tedy **potřeby nedostatkové**. O potřebě seberealizace uvažoval jako o **růstové potřebě**.

Počátky cestovního ruchu



Cestovní ruch ve svém pravém slova smyslu se začal rozvíjet od druhé poloviny 19. století.

POJEM



► FILANTROP

Filantropem bývá označován **člověk lidumil, věnující se dobročinnosti a pomoci potřebným**.

Tištěný průvodce (tedy bedekr) města Berlína, rok 1910. ►



SOUVISLOSTI

Thomas Cook – od boje proti alkoholismu k cestovní kanceláři



Thomas Cook

Anglický truhlář a baptistický kazatel **Thomas Cook** (1808 – 1892) se původně angažoval v boji proti alkoholismu. Alkohol vnímal jako příčinu celé řady sociálních problémů. Na jedné ze schůzek abstinentů navrhl, aby se aktivisté vydali na setkání obdobného rázu do sousedního města. Svůj nápad skutečně realizoval a dne 5. července 1841 se skupina více než pět set lidí vydala na hromadný zájezd z Leicesteru do Loughborough. Cena jízdenky zahrnovala i občerstvení v podobě čaje a sušenkových chlebičků. Cook tehdy obdržel od železniční společnosti podíl ze skutečné ceny jízdného. Posléze začal Cook organizovat zájezdy obdobného rázu mezi Leicesterem, Nottinghamem, Derby a Birminghamem, při nichž načerpal dostatek zkušeností na to, aby v roce 1845 založil vůbec **první cestovní kancelář na světě**, kterou pojmenoval po sobě – **Thomas Cook**. V roce 1845 zorganizoval první hromadný zájezd s ubytováním z Leicesteru do Liverpoolu, v roce 1846 absolvoval se svými klienty turné po Skotsku, o čtyři roky později zorganizoval svůj první zahraniční zájezd do francouzského Calais a od roku 1855 se začal vydávat na velké okružní cesty po Evropě. Po otevření Suezského průplavu se v roce 1869 vydává se svými klienty do Egypta a Indie a v roce 1870 zorganizoval první turistickou cestu kolem světa. Dnes je **cestovní kancelář Thomas Cook** obrovskou firmou, která **ročně uspokojuje více než dvacet milionů klientů**.

Na obrázku vidíte reliéf na domě Thomase Cooka v Leicesteru. Plastika znázorňuje zájezdy nabízené Cookovou cestovní kanceláří. ▼



Další obrázek již zachycuje jednu ze současných expozitур cestovní kanceláře Thomas Cook. ▼



který v roce 1841 uspořádal první hromadnou cestu z Leicesteru do Loughborough pro celkem pět set cestujících. O čtyři roky později pak zorganizoval první zájezd do Liverpoolu a posléze okružní cestu po Evropě. To, co je třeba vyzdvihnout, je fakt, že **Thomas Cook nabízel klientům velmi moderní služby** a řada z nich byla přenesena do soudobé praxe cestovních kanceláří. Jednalo se například o **využívání služeb ubytovacích zařízení smluvních partnerů prostřednictvím tzv. voucherů** (tedy **blanketových úvěrových listů**). Dále Cook zavedl **hotelové poukazy**, které sloužily jako poukazy pro platbu ubytování a stravování ve vybraných hotelech, a také **peněžní poukázky umožňující výplatu hotovosti v místní měně**, které je možno označit za předchůdce dnešních cestovních šeků.

Skutečný rozmach odvětví cestovního ruchu přinesl počátek 20. století, největší období rozmachu pak nastalo po druhé světové válce v důsledku dynamického ekonomického rozvoje společnosti a dále pak v kontextu vědeckotechnického pokroku a rozvoje v oblasti dopravy a infrastruktury. Co je důležité podotknout je také vliv mezinárodních podmínek, protože pro další rozvoj cestovního ruchu po válce byla podstatná také existence relativně stabilního mírového období.

Etapy vývoje moderní podoby cestovního ruchu

Obecně je možné etapizovat vývoj cestovního ruchu v moderní podobě do tří vývojových etap.

- **1. etapa: do první světové války** – až do první světové války se cestovní ruch formoval především v podmínkách rozvíjejícího se hospodářství a to primárně v hospodářsky vyspělejších zemích. Faktorem dynamizujícím rozvoj cestovního ruchu byl volný čas, jehož fond začal postupně narůstat, i když nejprve u vyšší a majetné vrstvy obyvatelstva. Lidé cestovali bez významnějších administrativních omezení ze strany státu, docházelo k budování ubytovacích a stravovacích zařízení, rozvíjela se dopravní infrastruktura. Současně s tím začaly vznikat profese v oblasti cestovního ruchu.
- **2. etapa: mezi světovými válkami** – v důsledku první světové války přistoupila celá řada zemí k **protekcionismu** ve smyslu celní, vízové a pasové politiky, což **přineslo do cestovního ruchu administrativní překážky**, které vedly k **oslabení poptávky** po službách cestovního ruchu. V důsledku velké hospodářské krize ve 30. letech 20. století došlo k dalšímu významnému oslabení poptávky, ke zpomalení rozvoje a budování materiálně technické základny cestovního ruchu. ▼

POJEM

► PROTEKCIONISMUS

Pojem značí ochranářskou politiku státu, prostřednictvím které chrání svůj vnitřní trh či území.

Velká hospodářská krize 30. let

Z DĚJIN

Tato hospodářská krize je někdy označována také pojmem **Velká deprese**. Jedná se o krizi vyvolanou obrovským propadem akcií na americké burze a následným hospodářským kolapsem v roce 1929, který se z USA rozšířil po celém světě.

Dne 3. září 1929 bylo dosaženo nového rekordu **Dow Jonesova indexu**, což je jeden z nejznámějších ukazatelů vývoje na americkém akciovém trhu. Následující den začaly ceny poprvé kolísat a **5. září došlo k jeho dramatickému propadu**. Již předtím řada finančních analytiků upozorňovala na silné nadhodnocení akcií a varovala před jejich pádem, nebyla jim však věnována dostatečná pozornost.

Dne 20. října se ceny řady akcií dostaly na kritickou úroveň a další den začal zvýšený prodej akcií. Investory zachvátila panika a burza se začala hroutit. Ve čtvrtek 24. října došlo k prodeji zhruba 1,6 milionu akcií během třiceti minut. Za nejméně den americké burzy je považováno tzv. **černé úterý 29. října 1929**, kdy došlo k zobchodování více než 16 milionů akcií a hlavní index klesl o plných třináct procentních bodů. Celková finanční ztráta byla finančními experty odhadnuta na 15 miliard dolarů.

Světové ekonomiky se tehdy zhroutily, výjimkou byl jen Sovětský svaz. Obyvatelstvo mylně došlo k závěru, že na vině jsou demokratický systém a tržní hospodářství jako takové. To vedlo k vzestupu extremistických politických ideologií, slibujících nastolení systému s pevným řádem. V Německu a Itálii to byl především nástup nacismu a fašismu k moci v čele s Adolfem Hitlerem a Benitem Mussolinim.

STOCK MARKET CRASH OF 1929

The stock market crash on Oct. 28-29, 1929, drove the Dow Jones industrials down 23.9 percent, sparking a widespread panic that helped sink the nation into the Great Depression.



I přesto se cestovní ruch postupně stával integrální součástí životního stylu obyvatelstva. Například ve Francii byla ve 30. letech uzákoněna placená dovolená. **Cestovní ruch se postupně stával stále dostupnějším širším vrstvám obyvatelstva**, začala se jej účastnit také střední třída a celá řada pracujících. Přestal tak být výhradou horních deseti tisíc. K rozvoji v oblasti materiálně-technické základny přispěl technologický pokrok. V některých zemích se cestovní ruch stal **významným ekonomickým odvětvím** a začaly vznikat mezinárodní organizace působící na poli cestovního ruchu. Stejně tak začaly vznikat **specializované školy zaměřující se na přípravu žáků a studentů na dráhu profesionálů působících v oblasti cestovního ruchu**.

- **3. etapa: po druhé světové válce** – po druhé světové válce význam cestovního ruchu v životě lidí vzrostl a stal se nezastupitelnou složkou spotřeby obyvatelstva napříč společenskými vrstvami. Došlo k postupnému rozšiřování fondu volného času, **rozšířila se i délka dovolené a teritoriální rozložení cestovního ruchu**. Cestovní ruch začal být segmentován do stále více rozmanitějších forem, dále pokračoval rozvoj a segmentace materiálně-technické základny cestovního ruchu. **Četnější jsou i zásahy státu do rozvoje cestovního ruchu a ten se stává významným fenoménem světové ekonomiky a hraje významnou roli v rozvoji řady národních ekonomik**. I nadále pokračovala v tomto období specializovaná výchova odborníků pro oblast cestovního ruchu, přičemž byla rozšířena i na oblast vysokoškolského studia. V neposlední řadě je třeba podotknout proniknutí moderní výpočetní techniky a informačních technologií do odvětví.

V kontextu tohoto členění dle historických období lze zmínit pro srovnání **etapizaci vývoje cestovního ruchu dle Frayera**, který vymezil tzv. **prefázi, počáteční fázi, rozvojovou fázi a vrcholovou fázi** vývoje cestovního ruchu.

- **Prefáze** – podle něj trvala do roku 1850, hlavními dopravními prostředky byly **kůň, drožka nebo částečně loď**, velmi častou byla **pěší chůze**. Hlavní motivací v tomto období byly **poutní cesty, křížácké výpravy, obchod, objevitelské cesty a vzdělávání**, přičemž mezi aktivní cestovatele patřila především **společenská elita, duchovenstvo, šlechta a obchodníci**.
- **Počáteční fáze** – je typickým obdobím let 1850 – 1914, kdy hlavními dopravními prostředky byly **železnice a parní loď**. Hlavními oblastmi motivace vykonávaných cest bylo **zotavení a rekreace**. Účastníky cestovního ruchu byli **zástupci tzv. nové střední vrstvy**.
- **Fáze rozvojová** – je zahrnována obdobím let 1914 – 1945. Hlavními dopravními prostředky byla **železnice, automobil, autobus a liniové letadlo**; motivací bylo **lечение, rekreace** a začaly se objevovat i **komerční účely** a nejvýrazněji se na cestovním ruchu účastnili **pracující s vyšší životní úrovní**.
- **Vrcholová fáze** – je poslední fází, která se rozvíjí po roce 1945. Hlavními dopravními prostředky jsou **automobil a charterové letadlo**; motivací je **regenerace, rekreace a komerční účely** a na cestovním ruchu se ve vyspělých zemích již účastní **všechny vrstvy obyvatelstva**.

Poválečný vývoj cestovního ruchu na území našeho státu

Zajímavý je vývoj cestovního ruchu po roce 1948 u nás. Do druhé světové války se v Evropě vývoj cestovního ruchu ubíral víceméně shodně, značná diferenciacie (v porovnání mezi Východem a Západem) se projevila po válce. Po válce došlo v Československu k zásadnímu omezení pohybu při současném nedostatku volných finančních prostředků na straně poptávky po cestovním ruchu.

Majoritní většinu cestovního ruchu tvořil domácí cestovní ruch, fenoménem se od 50. let stalo chalupaření a chataření, převažoval cestovní ruch krátkodobého charakteru, individuální cesty byly většinou realizovány „pod stan“. Značný podíl měl vázaný cestovní ruch, přičemž pod tímto pojmem si lze představit rekreace **ROH** nebo závodní rekreace. Co se pasivního cestovního ruchu týče, ten byl realizován z majoritní většiny do socialistických zemí, přičemž výjezd do nesocialistických zemí byl striktně regulován ze strany státu.

POJEM

► ROH

Revoluční odborové hnutí (ROH) – nejmasovější odborová, politicko-společenská organizace pracujících v socialistickém Československu.

JAK JE TOMU VE SVĚTĚ?

Teritoriální rozšíření cestovního ruchu po 2. světové válce

Po roce 1945 probíhala hospodářská obnova všech válkou postižených států Evropy. Nutno ovšem zdůraznit, že rozdílným způsobem v zemích „západního sektoru“ (pod vlivem vítězných spojeneckých mocností USA, Velké Británie a Francie) a „východního bloku“, který spadl pod vliv Sovětského svazu. V průběhu 50. let již začíná opětovně fungovat **v zemích západní Evropy čilý turistický ruch**; mezi těmito státy jsou budovány velmi těsné **hospodářské vazby a spolupráce založená na principu svobodného trhu**, což se projevuje zejména **rostoucí životní úrovní a tedy například i možnostmi volného cestování** (i do vzdálenějších zámořských a exotických destinací).



Naproti tomu **socialismus budující země**, ovlivňované doktrínou Sovětského svazu, jsou **svažovány pevnými regulami a nepružnými dlouhodobými hospodářskými plány**, což se začíná již v průběhu 50. let projevovat **hospodářským zaostáváním**. O rozšiřování teritoria pro cestování nemůže být v zemích východního bloku ani řeč, spíše naopak – problém je dostat se i za hranice spřátelené socialistické země.

SOUVISLOSTI

Liniové versus charterové lety

Rozdíl mezi liniovými a charterovými lety je především v jejich pravidelnosti.

- **Liniové lety** reprezentují **pravidelnou linkovou leteckou dopravu**, při níž je zboží kusově ukládáno do běžných leteckých linek určených pro přepravu osob.
- **Charterové letecké doprava** je svým charakterem **nepravidelná a je při ní pronajímán ložný prostor celého dopravního prostředku bez ohledu na míru jeho vytížení**. Například v prostředí České republiky je na trhu charterové letecké přepravy největším hráčem společnost **Travel Service**. Tato letecká společnost provozuje kromě pravidelné letecké přepravy pod značkou SmartWings také charterové lety směřující do Evropy, Afriky, Asie a Latinské Ameriky.





Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- vymezit podstatu základních a specifických podob cestovního ruchu
- pojednat o jednotlivých konkrétních formách cestovního ruchu, uvést jejich příklady



▲ Formy cestovního ruchu jsou velmi rozmanité a závislé na individualitě dotyčných osob. Někdo upřednostňuje aktivní cestování do lesa, hor či k moři, jiný nedá dopustit na klid odpočinku na své rekreační chalupě.

POJEM



► REKREACE

Původ slova je v italském pojmu *creare* = tvořit.

SOUVISLOSTI



Chataření versus chalupaření

Vznik **chataření** lze vysledovat do první poloviny 20. století, na rozdíl od chalup byly chaty vymyšleny a budovány s cílem trávení volného času a seberealizace. Pojmem **chatař** byl označován nejen majitel chaty, ale například také majitel srubu či boudy. Chaty jsou jednoduché malé stavby v přírodě či mimo město, kdy jejím charakteristickým rysem je její originální ztvárnění. Každá chata je tak výsledkem různé míry kreativity chataře. Na rozdíl od chalup (situovaných jednotlivě) často chaty vytvářejí vlastní osady či kolonie.

Chalupaření má svůj původ už v 19. století, kdy lidé středních vrstev a obyvatelé městských aglomerací začali trávit svůj volný čas na venkově, kde postupně vznikala letní a víkendová sídla. Vlastní chalupaření jako forma rekreace se začalo rozvíjet až po 2. světové válce, kdy se impulsem k extenzivnímu rozvoji chalupaření stalo uvolnění zemědělských usedlostí a rodinných domků v rekreačně atraktivních oblastech a migrace obyvatel do měst i do pohraničí. Na rozdíl od chat, které se nacházejí primárně v přírodě, v blízkosti luk a lesů, je chalupa venkovským objektem, často i několik set let starým, který byl původně zbudován jako venkovské hospodářské sídlo k trvalému obývání, přičemž chalupy se standardně vyskytují právě v intravilánu obcí.

Typologie cestovního ruchu

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- základní formy cestovního ruchu, jakými jsou rekreační, kulturně-poznávací, sportovně-turistický, zdravotně orientovaný a lázeňský cestovní ruch,
- specifické formy cestovního ruchu, jakými je např. kongresový, venkovský, dobrodružný, filmový, náboženský cestovní ruch, gastroturismus, svatební, temný a případně další specifické formy cestovního ruchu.

Na cestovní ruch a jeho formy, druhy a typy je možno nahlížet skrze optiku celé řady různých systematických kritérií. Formy cestovního ruchu je možné rozčlenit na:

- základní formy cestovního ruchu, které odpovídají spektru nejširších potřeb účastníků
- formy specifické, které uspokojují specifické požadavky trhu cestovního ruchu.

Základní formy cestovního ruchu

Mezi základní formy cestovního ruchu je možné zařadit:

- rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch a léčebný a lázeňský cestovní ruch.

Rekreační cestovní ruch

Slovo **rekreace** pochází z latinského výrazu *creare*, tedy **tvořit**. Samotný význam nabádá jedince k činnému způsobu využití volného času.

Rekreační cestovní ruch přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka.

Je realizován ve vhodném prostředí, například **u vody, v prostředí lesa či hor**. Českým specifikem v oblasti rekreačního cestovního ruchu je **chataření a chalupaření**.

Chataření je českou vášní, jejíž kořeny sahají do dob první republiky. Chataření a chalupaření se v Česku začalo masově rozšiřovat od počátku 60. let 20. století a svého vrcholu dosáhlo v průběhu 80. let 20. století. Velký rozmach zaznamenalo chataření v době normalizace a až dodnes se pamětníci usmívají u českých filmů, které zachycují páteční úprky z města na chatu. Jako **příčina vzniku a oblíbenosti chataření a chalupaření** se často označuje politika socialismu, která dopadala na život jedince ve smyslu omezování individuální svobody. Toto je však spíše zjednodušující pojetí, proto je lépe konstatovat, že politika socialismu dodala chataření a chalupaření (ve smyslu tzv. „druhé bydlení“) v průběhu jeho vývoje specifické charakteristiky, které k jeho dalšímu rozvoji výrazně napomohly. Po pádu komunismu se očekával úpadek chataření a to především s ohledem na skutečnost, že řada lidí začala podnikat, požadavky na flexibilitu zaměstnanců se zvyšovaly a chataření bylo časově náročným koníčkem. Touha po odpočinku v prostředí mimo město však zůstala. Chataření není možné pojímat jako pasivní odpočinek, jelikož nabízí řadu aktivit jako zahrádkaření a kutilství. Benefitem chataření je pobyt v přírodě a často zdravější venkovské prostředí. ▼

Druhé bydlení v České republice a ve světě

Nejen v Česku jsou rozšířeny různé formy druhého bydlení ve smyslu chat a chalup. Rozšíření tohoto tzv. **druhé bydlení** je typické například pro skandinávské země, Francii, Německo i USA. Co se liší, jsou důvody a způsoby využívání těchto objektů. Tyto objekty jsou často jednoduché a strohé, jelikož jsou využívány pro jednorázové, přechodné, v menší míře pak víkendové přespání a bydlení. V českém prostředí jsou naopak chaty a chalupy exteriérově i interiérově velmi rozmanité, jejich využití je celoroční a jsou využívány spíše na delší časový úsek, přičemž pro své majitele často představují skutečný druhý domov.

SOUVISLOSTI



Pokud aktéři cestovního ruchu chatu nevlastní, mohou **využít nabídky některé z cestovních kanceláří a chatu (chalupu) si pronajmout**. Pronajímán je zpravidla celý objekt bez zřetele na počet užívajících osob a k ceně za pronájem je také připočítána spotřeba energií.

Statisticky chatu vlastní přibližně 12 % českých domácností, přičemž k rekreaci slouží zhruba čtvrt milionu chat a 180 tisíc chalup. Po stagnaci v průběhu devadesátých let je dnes chataření a chalupaření opět na výsluní, zvláštní oblíbenosti se těší objekty v blízkosti řek a rybníků.

Z hlediska rekreačního cestovního ruchu je třeba věnovat pozornost také **využívání srubů**. Sruby jsou dřevěné stavby, které jsou vybudovány z vodorovně kladených, v rozích pomocí dlabů překřížených trámů roubením. Obecně sruby byly a jsou budovány oblastech s větším množstvím především jehličnatých lesů, typickými oblastmi je východní a střední Evropa, případně Skandinávie. V oblastech s menším množstvím dřeva se ujala spíše úspornější hrázdná konstrukce. Mimo evropské území byly sruby oblíbeny například i v severní Americe.

Kulturně – poznávací cestovní ruch

Kulturně-poznávací cestovní ruch je zacílen především na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků, a to jak vlastního národa, tak i národů ostatních.

Jedná se o velmi různorodý typ cestovního ruchu, který disponuje významným výchovně-vzdělávacím podtextem. Kulturně-poznávací cestovní ruch přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva, velmi často je označován také jako kulturně-společenský cestovní ruch.

Cíle tohoto typu cestovního ruchu se do značné míry liší. Může se jednat o kulturní krajinu, zajímavá místa i hrady a zámky. Kulturně-poznávací cestovní ruch, který představuje aktivitu, která různými způsoby a prostřednictvím různých prostředků saturuje především duchovní potřeby lidí, jako jsou vzdělávání, poznávání či rozptýlení (a další), a jehož technickou základnu vytvářejí **kulturně historické objekty, kulturní a osvětová zařízení či společenská a zábavní centra**, převládá v příjezdovém cestovním ruchu do České republiky. V praxi se v čisté podobě tento typ cestovního ruchu vyskytuje velmi zřídka, **obecně je vždy kombinován s poutním, kongresovým, pobytovým či lázeňským cestovním ruchem**.

Kulturně-poznávací cestovní ruch je tedy jednou ze základních forem cestovního ruchu. Je přímo spojena s poznáváním kulturního dědictví, kultury, zvyků, tradic a způsobu života rezidentů navštívené destinace. Četná je tak **návštěva muzeí, galerií, výstav, archeologických lokalit, filmových či hudebních festivalů či folklorních akcí**. Kombinovány jsou zde **prvky vzdělávání se zábavou**, přičemž nutným předpokladem je **ochota účastníků cestovního ruchu dozvědět se něco nového**.



▲ Romantiku samoty lesního srubu vyhledává řada lidí, ať už jako vlastníci této nemovitosti nebo jen ti, co si ji pronajmou na dovolenou.

SOUVISLOSTI

Marie Terezie a zákaz stavby dřevěných domů a staveb

Roubené konstrukce byly ve střední Evropě v období středověku využívány nejen na venkově, ale také ve městech a na hradech. Později došlo také k méně výraznému využití v lidové architektuře. Roubený je například římskokatolický kostel sv. Jiří v Loučné hoře (viz obrázek), jehož výstavba roku 1778 skončila v roce 1782. Výhodou dřevěné stavby je nízká cena stavebního materiálu a dobré tepelné izolační vlastnosti, nebezpečí ale spočívá v možnosti vzniku požáru.



Zajímavostí je, že stavbu dřevěných domů, poťazmo stavbu domů z veškerých spalitelných materiálů, na území habsburského mocnářství zakázala **Marie Terezie**. Na mnohých místech však byl tento zákaz porušován ještě v průběhu 19. století.

Srudy jsou budovány také dnes, a to především jako rekreační objekty v horských oblastech, ale rozšířeno je také jejich užití jakožto domů k běžnému rodinnému bydlení.

UNESCO

SOUVISLOSTI

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), tedy **Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu** je mezinárodní vládní organizací při **Organizaci spojených národů**. UNESCO jakožto organizace byla založena v roce 1945 v Londýně, sídlí v Paříži a jejím posláním je přispívat ke vzájemnému porozumění a sblížení mezi národy na základě mezinárodního rozvoje výchovné, vzdělávací, vědecké a ostatní kulturní činnosti. Členské země UNESCO přijaly v roce 1972 **Úmluvu o světovém dědictví**. Ta doplňuje úpravu péče o přírodní a kulturní památky jednotlivých zemí. Na základě **Úmluvy** byl konstituován **Výbor pro světové dědictví (World Heritage Committee)** a **Fond světového dědictví (World Heritage Fund)**. Rovněž je v **Úmluvě** zakotven a vytvářen **Seznam světového dědictví (World Heritage List)**, do kterého jsou zapisovány památky s mimořádnými univerzálními hodnotami. Spolupráce naší republiky s organizací UNESCO je v oblasti péče o kulturní dědictví v kompetenci Ministerstva kultury.

Řada českých památek je zapsána na seznamu UNESCO. Jsou jimi: **historické centrum Prahy a Telče, Český Krumlov, Kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře, historické centrum Kutné Hory, Lednicko-valtický areál, Arcibiskupský zámek a jeho přílehlá Květná a Podzámecká zahrada v Kroměříži, jihočeská vesnice Holašovice, zámek v Litomyšli, sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci, románsko-gotická bazilika sv. Prokopa a židovská čtvrť v Třebíči a vila Tugendhat v Brně**.

Na obrázku vpravo vidíte náměstí v Telči. ▶



SOUVISLOSTI

Mezinárodní rada pro památky a sídla

Mezinárodní rada pro památky a sídla (International Council on Monuments and Sites, ICOMOS) je mezinárodní nevládní organizace (založená v roce 1965), která se zabývá ochranou kulturního dědictví po celém světě. Organizace je hlavním poradním orgánem UNESCO v záležitostech ochrany kulturního dědictví. Její sídlo je v Paříži.

SOUVISLOSTI

Sport jako multiplikátor cestovního ruchu

Na sport je možné se podívat také skrze optiku ekonomie. Součástí nabídky turistických destinací i cestovních kanceláří se často stávají některé oblasti sportu, které následně působí jako tzv. **multiplikátory**. To znamená, že **nabídka sportu v tomto kontextu ve své podstatě zesiluje účinek cestovního ruchu v dané destinaci**, jelikož je sama o sobě přidanou hodnotou v kontextu vybraných konkurenčních nabídek. Sport pak hraje podstatnou roli pro turistické destinace, když se jedná o cílové místo dovolené.

Například v poslední době je rozvoj cestovního ruchu (především pak toho venkovského a ekologicky šetrného) umocněn zvýšeným zájem o cykloturistiku. V tomto kontextu sport přispívá k optimálnímu využití kapacity území a je nástrojem regionálního rozvoje oblasti.



SOUVISLOSTI

Význam nepřímého vlivu sportovního turismu na ekonomiku státu

Ukázkovým příkladem za všechny mohou být **Olympijské hry v Barceloně**, které se zde konaly v roce 1992. Tato událost přinesla v následujících letech **zdvojnásobení počtu turistů** a Barcelona se od doby konání Olympijských her stala jedním z nejvíce atraktivních evropských měst vhodných pro obchod.

V roce 2016 se budou v brazilském hlavním městě **Rio de Janeiro** konat **Letní olympijské hry**. Rio de Janeiro se stane prvním jihoamerickým městem, ve kterém se olympijské hry uskuteční, přičemž v této návaznosti je očekáván **přínos více než 24 mld. USD v letech 2010 – 2027**. Již v rámci plánování velkolepé sportovní události směřují do oblasti značné investice, je budováno zázemí i příslušná infrastruktura. Následný příliv investic souvisí se samotnou sportovní událostí, která přináší atraktivitu místu konání, přičemž zde existuje předpoklad návazné zvýšené poptávky turistů po návštěvě dané destinace.

Rio de Janeiro



Sportovně – turistický cestovní ruch

Sportovně-turistický cestovní ruch je zaměřen na aktivní odpočinek, aktivní spoluúčast na sportovních činnostech.

Jedná se tedy o krátkodobé i dlouhodobé pobyty se sportovní náplní. Cílem je vedle aktivního trávení volného času také posílení fyzické kondice člověka. Jeho náplní ovšem může být také organizování pasivní účasti na sportovních akcích, kdy diváci cestují za sportovními akcemi, jako jsou mistrovství světa, jezdí se podívat na automobilové závody či olympijské hry.

Sportovní turismus je možné v obecné rovině rozlišit na: **domácí a zahraniční, výkonnostní a závodní, rekreační a relaxační**.

1. Domácí sportovní turismus zahrnuje více než jednodenní cestu za sportem, která přesahuje vzdálenost 40 km, zatímco zahraniční sportovní turistika představuje cestu do cizí země za účelem účasti na sportovní aktivitě (ať už v pozici diváka, aktivního účastníka či funkcionáře).

2. Výkonnostní a závodní turismus představuje cesty sportovců, masérů a doprovodného týmu za závody, na soustředění apod., kdy v čase před, mezi a po závodech jsou provozovány turistické aktivity.

3. Rekreační a relaxační sportovní turismus je někdy označován přízviskem „aktivní“, přičemž představuje masový turismus. Spadají do něj rekreační sporty během dovolené (golf, rybolov, horolezectví, windsurfing atd.).

Podle jednotlivých sportů je možné rozlišovat mezi kategoriemi jako je **horská turistika, pěší turistika, cykloturistika, jízda na koni, horolezectví,...**

Další členění pak vychází z charakteru vykonávaného sportu a na sportovní turistiku je **nahlíženo skrze spektrum vodních sportů** (rafting, veslování), **mořských sportů** (potápění, kiteboarding), **pobřežních sportů** (vodní lyžování, windsurfing), **vzdušných sportů** (parašutismus, let horkovzdušným balónem), **letních sportovních disciplín** (golf, beachvolejbal) nebo **zimních sportovních disciplín** (snowboarding, bruslení, lyžování).

Sportovní turismus pozitivně ovlivňuje ekonomiky jednotlivých regionů, v případě největších sportovních akcí jako jsou Olympijské hry nebo FIFA World Cup (světový šampionát v kopané) pak **ekonomiky celých zemí**:

a) Přímý přínos turistů v cílové destinaci spočívá v **přílivu hotovosti**, jelikož turisté, kteří se o sport zajímají, často více utrácí a zůstávají v místě pobytu po delší časový úsek.

b) Nepřímé impulsy pak spočívají v přílivu turistů v dalších letech.

Sportovní turismus je možné považovat za nástroj generace **signifikantních příjmů**, tvorby pracovních míst, rekonstrukce městské infrastruktury, přehodnocení nových regionů pro návazné využití. Zatímco tradiční turistické trendy v závislosti na aktuálním vývoji trhu stagnují či zaznamenávají pokles, sportovní segment turismu zaznamenává exponenciální růst, jehož pokračování je očekáváno také v horizontu několika budoucích let.

POJEM



SIGNIFIKANTNÍ

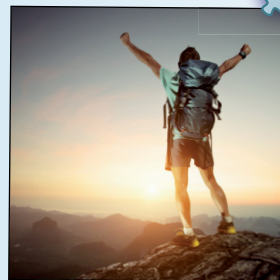
Pojem **signifikantní** ve významu **důležitý, význačný**.

Horské maratony a ultramaratony jako výzva ve sportovní turistice

SOUVISLOSTI

Turisté a především aktivní sportovci mají rádi výzvy. V České republice existuje celá řada horských maratonů a pochodů. Jedním z nich je také **Beskydská sedmička**, což je extrémní přechod Beskyd Javorový – Javorník. Jedná se o Mistrovství České republiky v horském maratonu dvojic, jehož trasa vede přes hlavní vrcholy Beskyd. Celková délka tratě je 96 km pro kategorii sport a o čtyři kilometry méně pro kategorii hobby, s celkovým převýšením 5430 metrů. Na zdolání celkem sedmi beskydských vrcholů mají závodníci časový limit 30 hodin.

Na evropské úrovni stojí za zmínku **horský ultramaraton Ultra-Trail du Mont-Blanc**, který se koná jedenkrát ročně v Alpách a jeho trasa vede přes Francii, Itálii a Švýcarsko. Tento ultramaraton je dlouhý zhruba 166 km s celkovým převýšením kolem 9 400 m. Mnohými je Ultra-Trail du Mont-Blanc považován za nejtěžší evropský ultramaraton. Většina běžců stráví na trati třicet až pětadvacet hodin, ti nejrychlejší závod zdolávají za dvacet hodin.



Zdravotní, zdravotně orientovaný a lázeňský cestovní ruch

V zahraničí často používané pojmy *health tourism*, *medical tourism* a *spa tourism* jsou v českém prostředí vnímány jako kategorie cestovního ruchu: **zdravotní cestovní ruch**, **zdravotně orientovaný cestovní ruch** a **lázeňský cestovní ruch**. Jaký je mezi těmito pojmy rozdíl?

- **Zdravotní cestovní ruch** – představuje provedení lékařského zákroku mimo zemi bydliště účastníka, přičemž uvedený zákrok je primárním důvodem a hlavním předmětem aktivit v navštívené zemi.
- **Zdravotně orientovaný cestovní ruch** – je nadřazenou kategorií; představuje obsahově širší pojem, kdy tento druh cestovního ruchu se členění právě na **zdravotní cestovní ruch** a **cestovní ruch wellness**.
- **Lázeňský cestovní ruch** – je součástí zdravotně orientovaného cestovního ruchu. Nalézá na pomezí wellnessu a zdravotního cestovního ruchu.

Zdravotní cestovní ruch je komerčním fenoménem industriální společnosti, který vhodně vyplnil mezeru na trhu a rozvinul se v odvětví cestovního ruchu, kdy lidé cestují do cizích zemí s cílem podstoupení zákroků (např. chirurgických nebo stomatologických), nebo aby jim byla poskytnuta odborná lékařská péče. Pochopitelné je, že léčebná péče může být v zahraničí poskytnuta celému spektru osob, přičemž ne vždy se jedná o zdravotní cestovní ruch (např. v případě poskytnutí léčebné péče turistům, kteří v průběhu pobytu v zahraničí onemocní nebo utrpí úraz, nebo v případě jedinců, kteří v zahraničí pracují a potřebují ošetřit). Velmi významným a stále rostoucím segmentem pacientů ze zahraničí jsou ti lidé, kteří se v postproduktivním věku rozhodnout do zahraničí přestěhovat.

Za hlavní motivy účasti na zdravotním cestovním ruchu lze považovat např. **nižší náklady v zahraničí** ve srovnání s domácím trhem, **kratší čekací lhůty** než v domovské zemi, **kvalitnější lékařskou péči**, **léčebné postupy a procedury nedostupné v domácí zemi**, **možnost spojení léčebného zákroku nebo léčby s dovolenou**, případně **určitá míra anonymity pacienta**.

Na druhé straně je ovšem nutno vzít v potaz také **rizika zdravotního cestovního ruchu**. Pacienti často nemají přístup k relevantním informacím o konkrétních zařízeních, kdy některá zařízení nabízejí své služby na komerční bázi a dostupné informace těmito zařízeními zveřejňované jsou v podstatě jakousi formou reklamy. Komplikace po provedení zákroku mohou často nastat až po návratu do domovské země, mnohdy s časovým odstupem a v daném případě pak není zcela jednoznačné, na kom spočívá břemeno úhrady nákladů spojených s následnou léčbou.

Zdravotně orientovaný cestovní ruch je širším pojmem (jak již bylo naznačeno výše v přehledu kategorií), který **v sobě zahrnuje lázeňský cestovní ruch, wellness cestovní ruch, rekreační cestovní ruch** (ve smyslu lázeňské turistiky) a **zdravotní cestovní ruch**.

Tyto typy zdravotně orientovaného cestovního ruchu na sebe mohou jednak navazovat a prolínat se, jednak mohou existovat vedle sebe, ale i samostatně. Jejich společnými rysy jsou **dočasnost změny místa bydliště a dočasnost pobytu mimo něj**, **nevýdělečná povaha cesty** (kdy jsou aktivity obvykle realizovány v rámci volnočasových kapacit) a **vztahy mezi lidmi**, které cestovní ruch vyvolává.

Lázeňský cestovní ruch má v České republice dlouholetou tradici. Přírodní zdroje nacházející se v českých lázních reprezentují jedinečné přírodní bohatství s důležitým léčivým faktorem. Lázeňský cestovní ruch je druhem cestovního ruchu podmíněným činností lázeňských zařízení s využitím přírodních léčivých zdrojů, kde je účast na tomto druhu cestovního ruchu charakteristická pobytem v lázních za účelem léčení, regenerace, poznání či navázání sociálních kontaktů. V posledních letech se staly trendem kondiční a preventivně-zdravotní lázeňské pobyty.

Lázeňství vystupuje jako komplex ekonomických činností různých oborů a odvětví od ubytování, stravování, balneologických či rehabilitačních služeb atd., které zabezpečují uspokojování potřeb lázeňských hostů. Ačkoli není lázeňství samostatným ekonomickým odvětvím, jeho přesah prakticky do všech sfér ekonomického a sociálního života je zcela evidentní. Významným způsobem ovlivňuje lázeňství především

SOUVISLOSTI

Česko jede

Na poli cykloturistiky se v českém prostředí prosadil projekt **Česko jede**. Ten je **zaměřen na podporu cykloturistiky a dalších sportů v České republice**, kdy je jeho cílem poskytovat přehledné a kvalitní informace českým a zahraničním cyklistům o možnostech cyklistiky ve všech regionech republiky. Výhledově bude projekt rozšiřován o dalších odvětví aktivní turistiky jako je pěší a vodní turistika, in-line bruslení, terénní cyklistika, ale například i běžecká turistika. Více informací je k dispozici na stránkách projektu <http://www.ceskojede.cz/>.

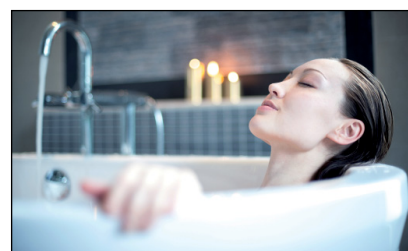


POJEM



► WELLNESS

Pojem **wellness** by se dal přiblížit např. jako „harmonie těla, duše i mysli“. Poprvé jej použil ve 30. letech minulého století americký lékař **Halbert Louis Dunn**.



▲ Wellness pobyty jsou v současnosti velmi žádané. Řada ubytovacích zařízení a hotelů nabízí wellness programy i jako doplněk (či bonus) k pobytu rekreaanta.

SOUVISLOSTI

Asociace cestovního ruchu

Asociace zdravotního cestovního ruchu (The Medical Tourism Association) je globální neziskovou organizací, která spolupracuje s poskytovateli zdravotní péče, zdravotními pojišťovnami, vládami, zaměstnavateli a dalšími subjekty v oblasti zdravotního cestovního ruchu.

Cílem této organizace je **prispět k poskytování zdravotní péče na té nejvyšší úrovni a kontinuitní zvyšování informovanosti spotřebitelů**. Oblasti zájmu Asociace zdravotního cestovního ruchu jsou: **transparentnost v oblasti kvality a cen, komunikace a vzdělanost**. Na obrázku vidíte logo zmíněné společnosti. ▲



SOUVISLOSTI

Karlovy Vary – největší české lázně

Největšími českými lázněmi jsou **Karlovy Vary**, které nabyly světové proslulosti díky vynikajícím léčebným účinkům místních horkých přírodních minerálních pramenů.

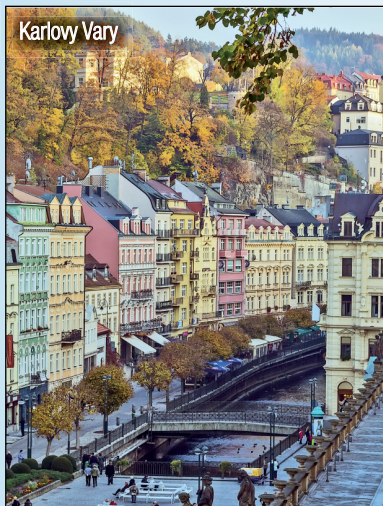
Karlovarská vřídelní voda s teplotou od 42°C do 72°C obsahuje téměř všechny důležité minerály a používá se jak k lázeňskému koupelím, tak v podobě pitné kúry. Nejznámějším a zároveň nejteplejším pramenem v lázních je **vřídlo**, jehož fontána tryská do výše 12 metrů a které je vyhledávaným místem turistů.

Na obrázku vidíte právě hlavní vřídlo karlovarských lázní. ▼



Karlovy Vary, vřídlo

S použitím karlovarské minerálky a vřídelní soli je připravována také tradiční karlovarská káva, která je podávána ve speciálním porcelánovém servisu v historické budově **Alžbětiných lázní**, které jsou jednou z nejkrásnějších architektonických dominant Karlových Varů. V Karlových Varech nechybí ani **bohatý společenský a kulturní život**, každoročně zde probíhá **mezinárodní filmový festival**. Turisty sem láká také **jedinečná architektura lázeňských domů a kolonád**, řada zákoutí s altánky, besídkami a sochami. To vše vytváří neopakovatelnou atmosféru tohoto více než šest set let starého lázeňského města. ▼



Karlovy Vary

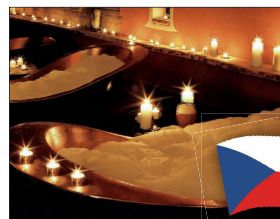
ekonomický a sociální život společnosti ve smyslu svého podílu na tvorbě hrubého domácího produktu, přispívání do platební bilance, tvorby příjmů státního rozpočtu, ovlivňování příjmů rozpočtů regionů a příznivého působení na investiční aktivity.

▼ **Významná lázeňská střediska v České republice** naleznete v severozápadních a západních Čechách (**Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Františkovy Lázně, Jáchymov, Lázně Kynžvart, Konstantinovy Lázně**), v severovýchodních Čechách (**Teplice, Lázně Kunderatice, Janské Lázně, Velichovky, Poděbrady**), v jižních Čechách (**Bečyně, Třeboň**), na Jesenicku (**Jeseník, Karlova Studánka, Velké Losiny**), v oblasti severovýchodní Moravy a Slezska (**Lázně Darkov, Klimkovice, Teplice nad Bečvou**) i na jihovýchodní Moravě (**Kostelec, Luhačovice, Ostrožská Nová Ves, Hodonín**). ▼

Rožnovské pivní lázně

ZAJÍMAVOST

V posledních letech, ač oblast se silnou tradicí, lázeňský cestovní ruch spíše stagnoval. A tak byla hledána mezera na trhu, kterou zaplnily **doplňkové lázeňské služby**. Trendem současné doby a oživením lázeňské nabídky jsou **pivní lázně**. Vždyť koupele v pivu včetně jeho vnitřního užívání již dávno využívalo lidové léčitelství. Koupele v pivu ve viktoriánských měděných vanách v hlubokých pivovarských sklepích, kterých se lidská ruka dotýkala již za vlády Přemysla Otakara II., kombinovaná s aromaterapií, masáží, peelingem, léčebnými technikami těla i duše nabízí například **pivní lázně v Rožnově pod Radhoštěm**, což je příjemné městečko s ani ne dvaceti tisíci stálých obyvatel. Město, ač není příliš velké, přiláká ročně řadu zahraničních i domácích turistů a to nejen díky pivním lázním, ale také díky unikátnímu dřevěnému **Valašskému muzeu** v přírodě. Tento **dřevěný skanzen** je zpestřením místního prostředí a ukazuje svým návštěvníkům, jak žili kdysi lidé na Valašsku, jak fungovalo mlynářské či kovářské řemeslo apod. Návštěvník svůj pobyt ve valašském regionu určitě neopomene spojit i s ochutnávkou místních krajových specialit...



Wellness cestovní ruch představuje cestování se zaměřením na harmonii těla a duše, odpovědnosti sám za sebe a fyzickou zdatnost. Slovo **wellness** vzniklo z kombinace anglických slov **wellbeing** a **fitness**, což je možné volně přeložit jako „být v pohodě a fit“. Mezi wellness programy a procedury patří **masáže** (např. švédská, reflexní, aromaterapeutická, lymfatická, vodní, shiatsu atd.), **koupele** (pivní, v oslím mléce), **zábaly** (z mořských řas, medovo-mléčný), **sauny** (skandinávská – finská, skandinávská – suchá, parní), **floating**, **thalassoterapie**, **asijské metody** (tai-chi, jóga, feng-shui).

Za základní atributy wellness cestovního ruchu lze považovat zkrášlující péči, zdravou výživu, relaxaci, meditaci a kontakty mezi lidmi.

Na rozdíl od lázeňského cestovního ruchu není nutné, aby byl realizován v lázeňských místech, jelikož nepotřebuje k vytvoření finálního produktu (potažmo poskytnutí finální péče) přírodní léčivé zdroje. **Wellness cestovní ruch je spojen se současnými trendy jako je fitness, kontrola stresu a hmotnosti a optimální výživa.**

Tento cestovní ruch může být jak **organizovaný**, tak **neorganizovaný**, v určitých případech může být i **vázaný** (např. klubové spa, klubové fitness pro členy). I přestože není třeba přírodních léčivých zdrojů pro vytvoření finálního produktu, má wellness cestovní ruch potenciál rozvoje v lázeňských místech. To je dáno skutečností, že disponuje potenciálem vhodně doplňovat (či dokonce substituovat) lázeňské služby, případně je vhodně doplňovat a kompletovat.

Rozvojem wellness cestovního ruchu se ČR v rámci tohoto směru vývoje přibližuje ke světovému vývoji v oblasti lázeňské zdravotní péče a snaze o stále intenzivnější participaci občanů na zdravotním systému.



Historie wellness

Z DĚJIN

Za kolébku využívání vodních zdrojů pro regeneraci a léčení nemocí je možné považovat **starověké Řecko** a **starověký Řím**. Využití vody v těchto oblastech vedlo ke vzniku veřejných lázní, které zprvu využívali pouze majetní občané a sportovci. Římské termy byly současně centrem společenského dění a jsou to právě Římané, díky nimž označujeme činnosti léčby člověka vodou pojmem **spa** (*Sanus Per Aquam*). V **Mezopotámii** se v 11. století léčili vojáci křížových výprav v prostorách zvaných **Harára**, kde lidé odpočívali ve vysoké teplotě na kamenných stupních, zabalení do prostěradel a během doby zde trávené jim byla masírována záda nebo barveny vlasy. Velký úpadek pro wellness znamenal středověk a vláda církve. Kult vody se stal součástí náboženství až v 17. století, kdy dochází k obrodě wellnessu. V prostředí České republiky se začal wellness prosazovat až v 90. letech 20. století, což bylo dáno především separací do Západu až do roku 1989. Až počátek 21. století přinesl zvýšení zájmu a propagaci zdravého životního stylu a služby v oblasti wellness se staly nejen fenoménem, ale také významným zdrojem podnikatelských aktivit.