

Cestovní ruch

Alena Lochmannová

Seznam témat

1. **Cestovní ruch a jeho úloha v moderní společnosti** (str. 8–17)
 - Co je cestovní ruch • Historický vývoj cestovního ruchu • Klasifikace cestovního ruchu
 - Specifika současného cestovního ruchu • Ekonomické aspekty cestovního ruchu • Faktory ovlivňující cestovní ruch
2. **Typologie cestovního ruchu** (str. 18–36)
 - Základní formy cestovního ruchu • Specifické formy cestovního ruchu
3. **Cestovní kanceláře a cestovní agentury** (str. 37–43)
 - Formy distribuce produktu • Základní pojmy z oblasti subjektů poskytujících služby cestovního ruchu
 - Cestovní kanceláře • Rozdělení cestovních kanceláří • Cestovní agentury • Online cestovní agentury • Zájezd
4. **Informační a rezervační technologie v cestovním ruchu** (str. 44–52)
 - Informace v cestovním ruchu • Typologie účastníků cestovního ruchu ve smyslu získávání informací
 - Využití ICT v cestovním ruchu • Turistická informační centra • Rezervační systémy
 - Využití ICT z pohledu turisty • Využití umělé inteligence
5. **Dopravní procesy v cestovním ruchu** (str. 53–59)
 - Podstata dopravy • Služby dopravy
6. **Ubytovací služby v cestovním ruchu** (str. 60–66)
 - Smysl poskytování ubytovacích služeb • Z historie poskytování ubytovacích služeb
 - Základní pojmy z oblasti problematiky ubytovacích služeb • Ubytovací jednotka • Další služby ubytovacího zařízení
 - Prostory ubytovacího zařízení • Kategorizace ubytovacích zařízení • Specifická hotelová zařízení
 - Rozdělení ubytovacích úseků hotelu podle funkcí • Faktory ovlivňující standard služeb ubytovacích zařízení
7. **Stravovací služby v cestovním ruchu** (str. 67–73)
 - Význam a poslání stravovacích služeb • Rozčlenění stravovacích služeb • Materiálně-technické podmínky stravovacích služeb • Kategorizace hostinských zařízení • Systém obsluhy ve stravovacích zařízeních
 - Rychlé občerstvení a jeho formy • Zážitková gastronomie
8. **Průvodcovské a animační služby** (str. 74–83)
 - Vymezení osoby průvodce • Historie průvodcovské činnosti • Právní úprava průvodcovské činnosti
 - Význam průvodcovské činnosti v cestovním ruchu • Základní kategorie průvodcovské činnosti
 - Osobnost a role průvodce • Vzdělávání průvodců • Příprava průvodce cestovního ruchu
 - Druhy přípravy průvodce • Animace a animační služby
9. **Destinační management** (str. 84–89)
 - Vymezení problematiky managementu v oblasti cestovního ruchu • Historický vývoj destinačních strategií
 - Destinační management v současnosti
10. **Marketing cestovního ruchu** (str. 90–96)
 - Potřeba uplatnění marketingu v oblasti cestovního ruchu • Marketingový mix služeb v cestovním ruchu
 - Segmentace na trhu cestovního ruchu
11. **Služby pasových a celních orgánů** (str. 97–102)
 - Volný pohyb občanů členských zemí EU • Cestovní doklady • Celní kontrola • Devizová kontrola
 - Směnárenská činnost
12. **Mezinárodní turismus** (str. 103–108)
 - Podstata pojmu mezinárodní turismus • Rozvoj turismu v kontextu světové ekonomiky
 - Turismus jako světový fenomén • Subjekty mezinárodního turismu • Regiony světového turismu



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, která se do jeho rozvoje mohou promítat

POJEM



► DESTINACE

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

SOUVISLOSTI



Světová turistická organizace OSN

Zodpovídá primárně za **podporu rozvoje udržitelného a dostupného cestovního ruchu**, poskytuje know-how a informace. Členskou



základnu tvoří aktuálně 159 zemí (včetně ČR) a více než 500 přidružených soukromých společností, vzdělávací instituce, turistické asociace a regionální subjekty. Sídli ve Španělsku v Madridu (viz obr. ▲), regionální pobočky má po celém světě. Prostřednictvím Světového etického kodexu cestovního ruchu (*Global Code of Ethics for Tourism*) podporuje snahy minimalizovat negativní dopady turismu na životní prostředí (tzv. *sustainable tourism*). Chráněným místům napomáhá rozvíjet cestovní ruch také dobrovolný certifikační a manažerský nástroj Evropská charta pro udržitelný cestovní ruch (*European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas – EUROPARC Charter, ECST*).

► Udržitelná cesta:
<https://www.europarc.org/library/videos/a-sustainable-journey-the-film-on-sustainable-tourism/>

► Udržitelnost v cestovním ruchu (CzechTourism):
<https://youtu.be/VGOPIFCfAHE>



9:07
titulky



43:09

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. Definovat cestovní ruch není jednoduché, je možné jej vymezit např. 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 potvrzuje **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 nich je zajišťována participace (spoluúcast) subjektů na cestovním ruchu. Příkladem těchto aktivit může být **doprava, stravovací služby či služby cestovních kanceláří**.

► **Světová turistická organizace OSN (UN Tourism)** 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 turistická organizace OSN:

Evropská charta pro udržitelný cestovní ruch:

<https://www.europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>

<https://www.untourism.int/>

<https://www.europarc.org/library/>



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

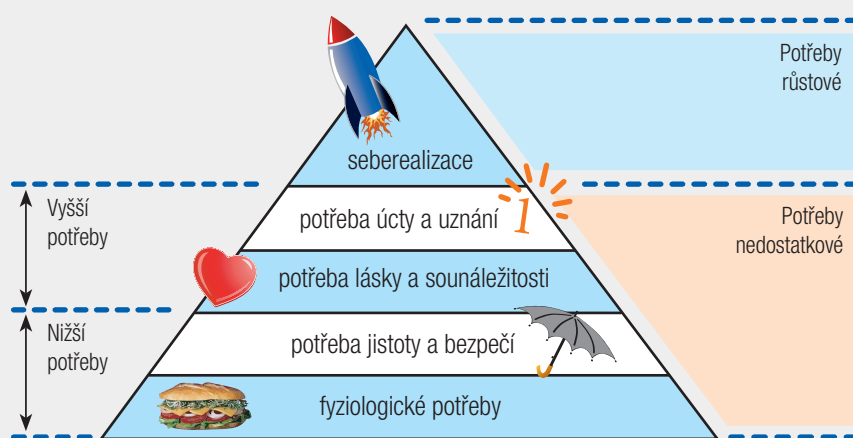
Cestovní ruch je pak zvláštním případem cestování, který je ovšem kategorií nalézající se (na rozdíl od cestování samotného) pod silným vlivem ekonomiky.

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, 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**.

Schéma hierarchie lidských potřeb (podle Maslowa)



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, novinář a **filantrop Théoéphraste 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 vhodné 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**.

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**,



K. Baedeker



► 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. Základ jeho **pyramidy potřeb** tvoří **potřeby fyziologické**, následovány jsou **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 deficeience, tedy **potřeby nedostatkové**. O potřebě seberealizace uvažoval jako o **růstové potřebě**.

Počátky cestovního ruchu



Cestovní ruch v 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. ►



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 dotčených osob. Někdo upřednostňuje aktivní cestování do lesa, hor či k moři, jiný nedá dopustit na klid své rekreační chalupy.

POJEM



► REKREACE

Původ slova je v latině – *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 jejich charakteristickým rysem je jejich 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 – impulsem se 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. Chalupy se standardně vyskytují 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 – např. kongresový, venkovský, dobrodružný, filmový, náboženský cestovní ruch, gastroturismus, svatební, temný a případně další specifické formy cestovního ruchu

Na cestovní ruch a jeho jednotlivé formy, druhy a typy lze nahlížet z různých hledisek a klasifikovat je podle řady 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

▲ Význam slova **rekreace** nabádá jedince k činorodému 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, 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 – ubíjela a omezovala jeho individuální svobody. Je to však spíše zjednodušující závěr, proto je lépe konstatovat, že socialistická společnost dodala chataření a chalupaření (ve smyslu tzv. „**druhého bydlení**“) specifické charakteristiky, které k jeho dalšímu rozvoji výrazně napomohly. Po pádu režimu se očekával úpadek chataření, a to především s ohledem na to, 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 je aktivním odpočinkem, jelikož nabízí řadu aktivit jako zahrádkaření a kutilství. Benefitem je pobyt v přírodě a často zdravější venkovské prostředí. ▼

Druhé bydlení v České republice a ve světě

SOUVISLOSTI



Nejen v Česku jsou rozšířeny různé formy druhého bydlení ve smyslu chat a chalup. Rozšíření tohoto tzv. **druhého 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 a přechodné pobyty, v menší míře pak k 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. Pro své majitele často představují skutečný druhý domov.



Chaty a chalupy:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10176269182-retro/208411000360917/>

25:50

Specifické formy cestovního ruchu

V následujících odstavcích se seznámíte s dalšími formami cestovního ruchu, mezi které přináležejí: **kongresový, venkovský, dobrodružný, filmový, náboženský cestovní ruch, gastroutismus, svatební, temný a další specifické formy cestovního ruchu.**

Kongresový cestovní ruch

Předmětem tzv. **kongresového cestovního ruchu** je organizace kongresů, konferencí, seminářů, výstav a veletrhů.

Velmi často se do tohoto druhu cestovního ruchu začleňuje **incentivní cestovní ruch a služební cesty**. Jako **kongresové akce** jsou označována setkání účastníků kongresového cestovního ruchu. Jejich součástí jsou i **doprovodné, předkongresové a pokongresové programy**, které jsou spojeny s účelným využitím volného času v kongresovém místě, navštíveném regionu či zemi. Od ostatních druhů cestovního ruchu se kongresový cestovní ruch odlišuje především tím, že se zpravidla koncentruje **do velkých měst**. Většina kongresových akcí je realizována v sezónních obdobích, nicméně sezónnost v tomto smyslu neodpovídá sezónnosti ostatních druhů cestovního ruchu.

V prostředí České republiky se kongresová turistika rozvíjí na špičkové úrovni pouze v Praze a dalších velkých městech, především Brně, Hradci Králové, Plzni a Olomouci. V ostatních městech podobné akce zpravidla neprobíhají, jelikož zde chybí potřebné personální, technické a prostorové zázemí.

Oblast kongresové a incentivní turistiky je jedním z nejrychleji se rozvíjejících turistických segmentů. Stávající trend, který ve stále větší míře ovlivňuje cestování na služební cesty a potažmo celou kongresovou turistiku, je tlak na snižování nákladů a čas spojený s cestováním ve smyslu ubytování, dopravy, stravování. Vedle toho kongresová turistika **podporuje diferenciaci produktů v průmyslu cestovního ruchu**, ta je výsledkem proměňující se poptávky turistů jedoucích na služební cesty.

Kongresy jsou akce, které primárně slouží k setkávání lidí s cílem výměny informací. Jsou konány buď přímo v místě organizátora akce, nebo v místech, která byla pronajata speciálně za účelem uspořádání kongresu.

Rozlišujeme **kongresy firemní** či **kongresy různých odborových asociací**, které zahrnují aktivity různých skupin. Firemní kongresy představují zhruba čtvrtinu všech pořádaných akcí ve světě, kongresy asociací pak zahrnují zbylé tři čtvrtiny.

Z ekonomického hlediska je jistě zajímavou skutečností, že **výdaje spojené s kongresovou turistikou převyšují dvakrát až třikrát výdaje běžných dovolenkových turistů**. Z tohoto typu turistické aktivity profitují primárně **hotely a restaurace**, ale také **půjčovny automobilů, dopravní společnosti či společnosti působící v oblasti zábavního průmyslu**. Specifikem tohoto druhu turistiky je poměrně vysoká **míra spoluúčasti státního a veřejného sektoru** na rozvoji kongresové turistiky. Je to ovlivněno především vysokými náklady na stavbu a využití kapacit spolu s dlouhodobou návratností finančních prostředků investovaných do kongresového centra. Rizika spojená se stavbou a provozem těchto zařízení jsou obvykle vyvážena jejich přínosem pro regionální ekonomiku. Jako příklad může být uvedeno zapojení České republiky (ve smyslu garance státu a města) na přestavbu **Kongresového centra v Praze**.

Kongresové centrum Praha

Kongresové centrum Praha patří mezi významná evropská sjezdová centra – kapacita prostoru umožňuje konání setkání až pro 9 300 účastníků, a to ve více než 50 sálech, saloncích a jednacích místnostech. Největším sálem je zde **Kongresový sál**, který má maximální kapacitu **2 764 míst** a díky své akustice se řadí mezi nejlepší koncertní sály světa. Z významných mezinárodních akcí, které Kongresové centrum Praha hostilo, je možno zmínit **Výroční zasedání Rad guvernérů Mezinárodního měnového fondu a Skupiny Světové banky (2000), Summit NATO (2002), Předsednictví ČR Radě Evropské unie (2009) nebo ICM Prague 2014 – 30th Triennial Congress on the International Confederation of Midwives (2014)**. Na obrázku vpravo vidíte panoramatický pohled na kongresové centrum. ▶

Kongresové centrum Praha: <https://www.praguecc.cz/cs/video> 1:59



Kongresové centrum Praha

POJEM



► KONGRES

Slovo **kongres** pochází z latinského pojmu *congressus*, tedy **setkání, společenský styk, kontakt**. Jedná se o setkání určité skupiny lidí s určitým cílem.

Všeobecně je možné kongres charakterizovat jako **kvalifikované fórum nebo diskusi, která směřuje k dosažení kvalifikovaných výsledků**.

POJEM



► INCENTIVNÍ

ve významu **pobízející, vzbuzující motivaci**.



▲ Konference představuje diskusní setkání kompetentních osob v rámci konkrétního tématu. Může mít povahu jednorázovou, ale i periodickou.

SOUVISLOSTI

Evropská federace kongresových měst

Evropská federace kongresových měst (EFCT – European Federation of Conference Towns) je sdružením kongresových měst.

Potenciální zájemce o členství musí splňovat základní podmínky – mezi nimi je například disponibilita kapacity kongresového centra a hotelových kapacit pro více než 300 účastníků. **Členství může být plnoprávné**

(**Full Membership**), které platí pro evropská města splňující předepsané podmínky. Vedle plnoprávného členství jsou **přidruženími členy (Affiliated Members)** místní sdružení, jestliže jejich členové splňují předepsané podmínky, **mimořádní členové (Associated Members)** splňují stejné podmínky jako ti plnoprávní, ale pocházejí ze zemí mimo Evropskou unii. **Obchodní členové (Trade Members)** jsou firmy podnikající v oblasti cestovního ruchu.

SOUVISLOSTI



SOUVISLOSTI

Trvale udržitelný rozvoj

Trvale udržitelný rozvoj je takový procesem změn v chování lidské společnosti, který je založen na integraci a rovnováze tří pilířů – pilíře ekologického, sociálního a ekonomického. Základní myšlenkou trvale udržitelného rozvoje je **dosahování harmonického stavu životního prostředí, sociálního prostředí a ekonomického prostředí při stávajícím respektu a důrazu na rozvoj lidské osobnosti v podmínkách demokracie.** V zákoně č. 17/1992 Sb., o životním prostředí, je v § 6 pojem **trvale udržitelný rozvoj** definován jako „**rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby, aniž by snižoval rozmanitost přírody a ohrožoval přirozené funkce ekosystémů.**“



▲ Rafting. Kromě intenzivního sportovního zážitku a fyzické námahy přináší i jedinečné a úchvatné pohledy na přírodní scenérie.



▲ Snímky medvěda grizzlyho v jeho přirozeném prostředí jsou pro cestovatele určitě cennou vzpomínkou na báječnou dovolenou.

SOUVISLOSTI

San Fermín festival, Pamplona



San Fermín patří mezi nejznámější festivaly ve Španělsku, koná se každoročně **od 6. do 14. července**. Odehrává se ve městě Pamplona na počest svatého Fermína, patrona města. Nejznámější částí je **encierro**, tedy běh před býky úzkými ulicemi historického centra. Součástí programu jsou také **procesy, koncerty, folklórní vystoupení, ohňostroje a pouliční oslavy**. Festival každoročně přitahuje statisíce návštěvníků a je významnou událostí kulturního cestovního ruchu.

▶ Běh před býky, Pamplona: <https://youtu.be/xALz63hSdMg>

Význam **venkovského cestovního ruchu** je možno spatřovat v jeho účelnosti a společenské prospěšnosti.

Jedná se o druh cestovního ruchu vytvářející pracovní příležitosti, čímž aktivně přispívá ke snižování nezaměstnanosti v regionu. Dochází ke stabilizaci venkovského obyvatelstva, je využíván různorodý potenciál venkova (ať už přírodní, historický či kulturní), jsou podporovány ekonomické a kulturní změny ve smyslu nové výstavby a rozvoje investiční činnosti. Cestovní ruch přináší do obcí rozvojový kapitál v podobě finančních prostředků, které je možné využít na vybavenost obcí. Je podporován rozvoj segmentu malého a středního podnikání, dochází ke vzniku pozitivních partnerských vztahů mezi soukromými a veřejnými subjekty, zaostalé regiony se ožívují a dochází v určité míře k zabezpečení **trvale udržitelného rozvoje venkova**.

Dobrodružný cestovní ruch

Dobrodružný cestovní ruch je forma cestovního ruchu, která je úzce spjata s aktivní účastí turistů na dobrodružných aktivitách, jež mají často sportovní charakterech.

Někdy je označován také jako **adventure tourism** nebo adrenalinová dovolená.

Hlavní rysem této formy cestovního ruchu je **neočekávanost, neexistence pevně daného programu, nové zkušenosti**, v určitých případech i **jistá míra kontrolovaného rizika a nebezpečí**. Jestliže tedy tradiční turisté touží po kráse přírody, účastníci dobrodružného cestovního ruchu, ať už se jedná o organizovanou či individuální turistiku, touží po **zážitcích**.

Typickými aktivitami v rámci této formy cestovního ruchu jsou **horolezectví, vysokohorská turistika, výpravy do obtížně dosažitelných míst** (deštné pralesy, horské oblasti, jeskyně), **safari v Africe, zájezdy s prvky extrémních a adrenalinových sportů, skoky volným pádem ze skal s padákem, bungee-jumping, rafting a sjíždění divokých řek, paragliding, noční turistika** a další.

Zážitkový cestovní ruch

SOUVISLOSTI

Zážitkový cestovní ruch (hedonic tourism) účastníky motivuje k vyhledávání zážitků, případně vzrušení odlišných od všedního života. Na jedné straně se může jednat o prožívání sociálních kontaktů a souznění s přírodou a kulturním prostředím, na druhé straně to může být vyhledávání zážitků v rámci atrakcí. Formy zážitkového cestovního ruchu jsou kromě **dobrodružného cestovního ruchu** také např. **gurmánský cestovní ruch, sexuální cestovní ruch, gamblerský cestovní ruch, meditační cestovní ruch** či v poslední době i postupně se vyvíjející **kosmický cestovní ruch**.

Dobrodružný cestovní ruch má **individuální charakter**. Je typický tím, že zde existuje určitá míra rizika, což klade značné nároky na organizační a technické zabezpečení. Téměř vždy je tak nutné zajistit **speciální pojištění pro účastníky této turistiky**. Typické je také **užití speciálního vybavení účastníků** ve smyslu výzbrojí a výstrojí, které jsou určeny pro jednotlivé dobrodružné aktivity.

Být na chvíli Tarzanem nebo sjíždět řeku na raftu? ZAJÍMAVOST

Jednou z oblíbených aktivit posledních let je tzv. **tarzaning**. Při této aktivitě dobrodruzi šplhají do korun stromů, překonávají vodní toky či traverzují po skalních stěnách. K tomu využívají provazové žebříky, zavěšená lana a systém kladek a visutých mostů. Mezi nejznámější poskytovatele tarzaningu v Evropě patří italské společnosti **Ursus Adven** a **Extreme Waves Rafting Center**. V těchto multisportovních centrech si mohou dobrodruzi pod vedením kvalifikovaných průvodců vyzkoušet na raftových člunech i 28 kilometrový sjezd ledovcové řeky Noce. Že jde skutečně o nevšední zážitek se můžete přesvědčit sami i pouhým náhledem na galerii na domovských stránkách zmíněných společností.

<https://www.ursusadventures.it/en/>; <https://www.raftingextremewaves.it/en/>

Sjezd ledovcové řeky Noce na raftu: <https://www.raftingextremewaves.it/en/rafting.html>



0:45



0:45; bez komentáře

Cestovní kanceláře a cestovní agentury

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- způsoby distribuce služeb cestovního ruchu
- formální vymezení a podstatu činnosti subjektů poskytujících tyto služby
- rozdíly mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou
- proces organizace zájezdu

V tomto tématickém celku se seznámíte s problematikou distribuce produktu cestovního ruchu.

Formy distribuce produktu

Distribuce představuje způsob, jakým je zboží či služba dostávána ke konečnému spotřebiteli.

Tato distribuce může být **přímá** či **nepřímá**.

Přímá distribuce zboží či služby

Přímá distribuce představuje přímý vztah mezi poskytovatelem a konečným spotřebitelem. V případě nepřímé distribuce do tohoto vztahu vstupují distribuční mezičlánky, které na základě obchodního vztahu přebírají část odpovědnosti za prodej produktu či služby. Mohlo by se zdát, že přímá distribuce je efektivnějším způsobem prodeje, protože umožňuje bezprostřední kontakt poskytovatele se spotřebitelem, získávání zpětné vazby a pružnou reakci na potřeby zákazníků.

Nepřímá distribuce zboží či služby

Nicméně samotná praxe ukazuje, že opak je ve většině případů pravdou a přímý prodej mnohdy nezajistí požadovanou rentabilitu, výnosnost služby. Právě proto zaujímají v cestovním ruchu významné postavení **zprostředkovatelé**, kteří reprezentují **nepřímou distribuci**. Usnadňují poskytovatelům realizaci služeb, čímž snižují jejich časové a organizační nároky spojené se získáváním zákazníků. Existují především dva typy těchto zprostředkovatelů, kterými jsou **cestovní kanceláře** a **cestovní agentury**.

Základní pojmy z oblasti subjektů poskytujících služby cestovního ruchu

Předchůdci dnešních cestovních kanceláří působili již v době římské říše. Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, za průkopníka v rámci činnosti cestovních kanceláří je považován Francouz **Theophraste Renadout** (1586–1656) a za zakladatele cestovní kanceláře v dnešním slova smyslu Angličan **Thomas Cook** (1808–1892), viz str. 10.

Cestovní kancelář

Cestovní kancelář je možné definovat jako podnikatele, který je na základě **koncese** oprávněn nabízet a prodávat **zájezdy**.

Vedle toho je možno zmínit i definici dle Goeldnera a Richieho, kteří vnímají cestovní kancelář jako: ... *podnik či osobu prodávající spotřebitelům individuální služby či kombinaci služeb cestovního ruchu*.

Cestovní kancelář je ze své koncese současně oprávněna **vykonávat i činnost cestovní agentury**.

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- **objasnit rozdíly v distribuci (poskytování) služeb cestovního ruchu**
- **popsat podstatu a rozdíly mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou**
- **pochopit problematiku organizování akcí založených na poskytování služeb cestovního ruchu**

SOUVISLOSTI

Příklad přímé a nepřímé distribuce

Příkladem přímé distribuce může být **majitel apartmánu u moře, který své ubytování nabízí přímo turistům**. Musí si sám vytvořit webové stránky, propagovat nabídku na sociálních sítích, komunikovat se zájemci a vyřizovat rezervace. Veškeré úsilí spojené se získáváním klientů tak nese sám.

Pokud by však svůj apartmán nabízel prostřednictvím zprostředkovatele (např. přes Booking.com), **prezentaci nabídky a oslovení široké klientely by zajišťoval zprostředkovatel**. Majitel by si tím usnadnil získávání hostů, ale za tuto službu by platil provizi z rezervací.



VÍTE, ŽE...?

Největší cestovní společnosti světa

- Jednou z největších **cestovních skupin** na světě je německá **TUI Group**, k nejvýznamnějším společnostem zaměřeným na **online služby** patří **Expedia Group** a **Booking Holdings**.
- Vedle těchto velkých korporací působí také **franšizové sítě**, například **Uniglobe Travel International**, které **sdržují nezávislé cestovní kanceláře** (pracující pod značkou Uniglobe) ve více než 60 zemích světa (včetně ČR).

POJEM



► **KONCESE / KONCESTNÍ LISTINA**

Koncese je státní povolení udělené k provozování určité živnosti. Jedná se o **koncesované živnosti**, které vymezuje **živnostenský zákon**. Subjekt (fyzická či právnická osoba) po splnění podmínek získává **koncesní listinu** opravňující jej k provozování dané živnosti.



SOUVISLOSTI

Kdo je to touroperátor?

Touroperátor je velkoobchodníkem v cestovním ruchu, který se věnuje **vyhledávání atraktivních míst pro cestovní ruch**. V těchto místech nasmlouvá ubytování, stravování a další doplňkové služby cestovního ruchu. Touroperátor vytváří zájezdy, organizuje služby cestovního ruchu, nabízí a prodává je přímo nebo prostřednictvím prodejců. Sestavuje katalogy a v nich nabízí jednotlivým cestovním kancelářím a cestovním agenturám pobytová místa nebo zájezdové trasy. **V prostředí ČR je pojem touroperátor totožný s pojmem cestovní kancelář.**



SOUVISLOSTI

Provizní prodej

Pojmem **provizní prodej** se označuje **zprostředkování prodeje balíčků služeb – zájezdů**. Jeho předpokladem je **uzavření smlouvy mezi cestovní kancelář a prodejcem**. Ve smlouvě o provizním prodeji může být (a často tomu tak z konkurenčních důvodů i bývá) také **podmínka exkluzivity neboli výlučnosti prodeje**. To znamená, že prodejce nemůže uzavřít podobnou smlouvu s jinou cestovní kancelář. Za zprostředkování prodeje je prodejci vyplacena **peněžní odměna v podobě provize**.

SOUVISLOSTI

Asociace českých cestovních kancelář a agentur

Asociace českých cestovních kancelář a agentur (AČCKA) je české profesní sdružení subjektů cestovního ruchu, které má v současné době více než 250 členů z řad subjektů cestovního ruchu. Vznikla v roce 1991, krátce po pádu komunistického režimu. Asociace **zastupuje a chrání hospodářské zájmy svých členů, podporuje jejich informovanost, rozvíjí jejich činnost a profesní prestiž**. Současně **navazuje kontakty a trvale spolupracuje** s organizacemi cestovního ruchu v zahraničí, s národními centrály cestovního ruchu, s pořadateli veletrhů a s dalšími subjekty. **Řádným členem** se mohou stát cestovní kanceláře a agentury, zabývající se příjezdovým i výjezdovým cestovním ruchem. **Přidruženými členy** se mohou stát zahraniční cestovní kanceláře, hotely, centrály cestovního ruchu, školy a komerční firmy, které nabízejí služby cestovním kancelářím.

Incomingové cestovní kanceláře jsou do jisté míry závislé na aspektech, jako je roční období, kulturní a politické dění v zemi a dalších okolnostech, které mohou přímo i nepřímo ovlivnit četnost a zájem potenciální klienty. Zákazníkem pro tento typ cestovních kancelářů zpravidla bývá zahraniční partner nebo zprostředkovatel.

Outgoingové (výjezdové) cestovní kanceláře

Outgoingové cestovní kanceláře (zpravidla na základě spolupráce se zahraničními obchodními partnery) koncipují konečný produkt, který následně zákazníkovi prezentují v podobě zájezdu či pobytu. V obou případech je možné doplnění dalšími službami.

Konečný produkt je nabízen nejen konečnému zákazníkovi, ale také dalším prodejcům. **Zákazníkem tohoto typu cestovní kanceláře je zpravidla rezident, ať už se jedná o přímého klienta či zprostředkovatele.**

Všeobecné a specializované cestovní kanceláře

Všeobecné cestovní kanceláře – poskytují své služby v plném rozsahu, zpravidla se jedná o **velké a významné cestovní kanceláře**.

Specializované cestovní kanceláře – se zaměřují na určitý segment, oblast či činnost. Touto specializovanou činností se zabývají i cestovní agentury. Platí, že užší specializace dovoluje oslovit specializované zájemce.

Vyhledávanými specializacemi jsou **odvětví sportů**, ať už se jedná o sporty adrenalinové, vodácké, turistiku či cykloturistiku. Existují cestovní kanceláře, které se zaměřují na **destinace, které jsou málo navštěvované nebo cestovním ruchem doposud nedotčené**, jiné se například zaměřují **pouze na jednu vybranou destinaci**. Jsou cestovní kanceláře, které se zaměřují pouze na **poznávací zájezdy**, vedle nich jsou ale i takové, které cílí pouze na **kongresovou turistiku** atd.

Cestovní agentury

Cestovní agenturu je možno vymezit jako podnik, který prodává a rezervuje služby cestovního ruchu pro spotřebitele.

Hlavní funkcí cestovní agentury je **realizace produktu cestovního ruchu, který byl vytvořen cestovní kancelář**. Cestovní agentura tedy na trhu vystupuje **jako maloobchodní prodejce produktů cestovního ruchu**. Za to, že uskutečňuje různé zprostředkovatelské operace, inkasuje cestovní agentura **provizi**.

Jednou z hlavních funkcí cestovních agentur je také **poskytování informačních služeb** – kdy informují zákazníky o specifikách různých turistických regionů, cenách zájezdů, variantách ubytování, zákonech, tradicích a zvycích v rámci různých zemí. Další funkcí pak je **poskytování služeb cestovního ruchu jiným podnikům** ze sféry průmyslu cestovního ruchu (což je například prodej jízdenek na všechny druhy dopravy). Legislativní vymezení cestovní agentury je zakotveno (podobně jako u cestovních kancelářů) v **zákonu č. 159/1999 Sb.**

Online cestovní agentury

Online cestovní agentury (Online Travel Agency, OTA) je **internetová cestovní agentura nebo rezervační platforma**, která umožňuje vyhledávání, porovnávání a rezervaci služeb cestovního ruchu prostřednictvím webových stránek nebo mobilních aplikací. Na rozdíl od tradičních cestovních kancelářů **většina OTA nevytváří vlastní zájezdy**, ale **zprostředkovává služby** poskytované jinými subjekty, např. leteckými společnostmi, hotely, dopravci, autopůjčovnami nebo cestovními kancelářemi. OTA představují **významný distribuční kanál cestovního ruchu**.

Zákazníkům online cestovní agentury umožňují:

- porovnávat ceny a dostupnost služeb od mnoha poskytovatelů současně;
- provádět rezervace v reálném čase;
- realizovat online platby;
- spravovat své cesty prostřednictvím uživatelského účtu nebo mobilní aplikace.

Důležitou součástí těchto systémů jsou také **recenze, hodnocení, fotografie a doporučení ostatních uživatelů**.

Mezi nejvýznamnější online cestovní agentury patří **Booking.com, Expedia, Agoda, Kiwi.com, Skyscanner** nebo **eDreams**. Některé platformy fungují jako přímí zprostředkovatelé rezervací, jiné především jako vyhledávače a porovnávače nabídek, které uživatele následně přesměrují na stránky poskytovatele služby.

V posledních letech využívají OTA stále více **nástroje umělé inteligence a analýzy dat**. Tyto technologie slouží k personalizaci nabídek, doporučování destinací, prognóze cen, automatizované zákaznické podpoře a optimalizaci výsledků vyhledávání podle preferencí konkrétního uživatele.

Zájezd

Zájezdy jsou produkty cestovního ruchu nabízené klientům. Význam zájezdů spočívá nejen v účelném využívání volného času zákazníků ve smyslu odpočinku a rekreace, poznávání a rozptýlení, ale také v dosahování podnikatelských cílů cestovních kanceláří, které organizují a nabízejí jejich široký sortiment.

Rozdělení zájezdů

Zájezdy je možné členit hned z několika hledisek:

1. **Z geografického hlediska** – jsou rozlišovány zájezdy domácí a zahraniční.
2. **Podle použitého dopravního prostředku** – se rozlišují autokarový zájezd, vlakový zájezd, zájezd letecký či lodní, zájezd s kombinovanou přepravou a zájezd s vlastní přepravou.
3. **Podle ročního období** – můžeme rozlišit zájezdy v letní a zimní sezóně a zájezdy mimo sezónu.
4. **Podle délky trvání** – jsou rozlišovány zájezdy krátkodobé a dlouhodobé.
5. **Podle tematického zaměření** – je možné se setkat s rekreačně-pobytovým zájezdem, poznávacím zájezdem, zájezdem sportovním a turistickým, speciálně tematickým, lázeňským pobytem, incentivním pobytem, účastí na kongresové akci, pobytem na venkově apod.
6. **Ze sociologického hlediska** – je možné zájezdy rozčlenit na zájezdy pro rodiny s dětmi, zájezdy pro mládež a zájezdy pro seniory.

Cena zájezdu

Co se ceny zájezdu týče, je využíván tzv. **kalkulační způsob stanovení cen**, někdy jsou tyto ceny označovány také jako tzv. **nákladově orientované**. Účelem kalkulace je stanovení takové ceny, při které je možné podnikat bez rizika ztráty.

Součástí ceny je standardně také **přirážka cestovní kanceláře**. Ta slouží k úhradě vlastních nákladů a tvorbě zisku. Obdobný účel mají i **slevy a provize**.

Podle platné právní legislativy se v ceně kalkuluje také s **daní z přidané hodnoty (DPH)**. Uplatňována je **dvoustupňová kalkulace** sestávající z **kalkulace předběžné a kalkulace následné**.

- **Předběžná kalkulace** – v rámci ní jsou stanoveny předpokládané náklady a cena zájezdu před jeho zařazením do nabídky cestovní kanceláře. Nabízená cena se uvede do katalogu a zájezd je za ni prodáván klientům.
- **Následná kalkulace** – po uskutečnění zájezdu se sestaví výsledná kalkulace, která odhalí skutečné náklady, případně příčiny jejich překročení nebo snížení v porovnání s předběžnou kalkulací.

V kalkulaci se počítá jak s přímými, tak i s nepřímými náklady.

- **Přímé náklady** – jsou stanoveny na jednoho účastníka, nepřímé náklady vedle toho jsou společné náklady na zájezd bez ohledu na počet účastníků.
- **Nepřímé náklady** – jsou typově vynakládány například na přepravu, průvodce a jiné, vždy je nutné uhradit je bez ohledu na to, zda jsou všechna účastnická místa obsazena či nikoli.

SOUVISLOSTI

Co je konkrétní náplň online cestovních agentur?

- **Rezervační online agentury** – provádí rezervace a přijímají platby za ně. Patří mezi ně např. **Booking.com** či **Expedia**.
- **Letecké online agentury** – realizují prodej a kombinace letů. Přináleží sem např. portály **Kiwi.com** či **eDreams**.
- **Metavyhledávače** – porovnávají nabídky z více zdrojů. Patří mezi ně např. **Skyscanner, Kayak, Google Flights**.
- **Specializované online agentury** – příkladem je **Airbnb** zabývající se nabídkou krátkodobých pronájmů bytů, domů, apartmánů a dalších soukromých ubytovacích kapacit. Nutno podotknout, že Airbnb je na pomezí OTA a peer-to-peer („mezi jednotlivými uživateli“) platformou sdíleného ubytování.



SOUVISLOSTI

Organizování zájezdu jako proces

Organizování zájezdu ve smyslu produktu cestovní kanceláře má svoji **organizačně-technickou, ekonomickou a právní stránku**.

- **Organizačně-technická stránka** – do ní spadá trasování, sestavení programu a zajištění služeb účastníkům.
- **Ekonomická oblast** – se dotýká problematiky nákladů, účetnictví a cen, čímž se zpravidla zabývá ekonomika podniku cestovního ruchu.
- **Právní stránka** – je spojena zejména se všeobecnými a záručními podmínkami cestovní kanceláře. Ty jsou významné a aktuální pro vztah cestovní kanceláře a klienta.



▲ Samotný proces organizování zájezdu je přirozeně složitý a většinou se na něm podílí tým odborníků (**ekonom, právník, specialista na marketing, spolupracovníci v místě destinace** apod.)





Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o problematice a využití informací v cestovním ruchu
- rozlišit druhy a význam informací pro zákazníka
- popsat význam informačních technologií v ubytovacích a stravovacích zařízeních
- pojednat o turistických informačních centrech
- popsat a orientovat se v informačních technologiích v oblasti dopravy (např. online jízdních rádek a rezervačních systémech)

Informační a rezervační technologie v cestovním ruchu

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- proč je významná dostupnost informací v cestovním ruchu
- druhy informací a jejich poskytování zákazníkovi
- problematiku využití informačních technologií v cestovním ruchu
- podstatu, náplň a poslání turistických informačních center
- problematiku využití ICT v ubytovacích a stravovacích zařízeních
- využití informačních technologií v dopravě; rezervační systémy

Informace v cestovním ruchu

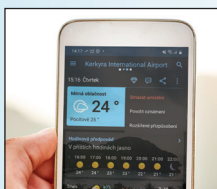
Informace hrají v současné době klíčovou roli ve všech odvětvích, cestovní ruch nevyjímaje. Naopak, požadavky klientů v této oblasti rostou a zároveň jsou rozšiřovány i možnosti jejich informační podpory, tudíž jsou potřebné informace stále dostupnější.

SOUVISLOSTI

Dostupnost měnících se informací

I rychle se měnící informace mohou být turistům dostupné téměř v reálném čase. Příkladem je **předpověď počasí**, kterou turistická informační centra, destinace a turistické portály získávají z **meteorologických databází** a poskytují ji prostřednictvím svých **webových stránek** nebo **mobilních aplikací**.

Turisté tak mají k dispozici aktuální informace o počasí přímo ve svém mobilním telefonu. ▶



Z hlediska informací je možné definovat cestovní ruch jako aktivitu, jejímž cílem je bezprostřední získávání nových informací v různé podobě – obrazové, textové, zvukové, čichové, hmatové, chuťové či další.

Tato aktivita se přitom odehrává v prostředí, které je bohaté na nové informace, tedy v prostředí mimo trvalé bydliště účastníka cestovního ruchu.

Rozdělení informací v cestovním ruchu

Informace v cestovním ruchu je možno dělit ze tří hlavních hledisek: **podle druhu informace**, **podle intervalu změny** a **podle kvality a rozsahu informace**.

- 1. Druh informace** – do značné míry rozhoduje o míře jejího vlivu na zákazníka. Podle tohoto hlediska je možné členit informace na **tištěné** (noviny, katalogy, časopisy), **textové** (rozlišovány jsou tištěné informace na papíře a dokumenty moderních textových editorů či internetových komunikačních kanálů), **obrazové** (fotografie), **zvukové** (zvukový průvodce, sdělení referenta cestovní kanceláře), **multimediální** (realizovány videem, multimediální počítačovou prezentací) a **smíšené**, které obsahují různé druhy informací a jsou podávány například v turistickém informačním centru.
- 2. Podle intervalu změny** – je možné informace členit na **statické** (což jsou informace týkající se například podnebí, památek či historie), **informace s dlouhou periodou změny** (jako jsou např. informace o struktuře ekonomiky či složení obyvatelstva), **informace středně dynamické** (informace o termínech zájezdů, ceníky služeb či otevírací doby kulturních památek), **vysoce dynamické/real-time informace** (což jsou např. aktuální stavy rezervací letenek nebo aktuální počasí) a **krizové / bezpečnostní informace** (jsou spojeny s mimořádnými událostmi a rizikem).
- 3. Podle kvality a rozsahu informace** – je možné rozlišovat **informace úplné** (co do rozsahu zcela vyčerpávající), **informace částečné** (představující určité informační minimum o dané zemi či výklad místního průvodce) a **odkaz na další zdroje informací** (které umožňují získat podrobnější informace, typicky např. doplňkovými odkazy na další webové stránky se souvisejícími informacemi).

Informace je dále možné členit ještě podle celé řady kritérií, například **podle významu pro subjekt, kterému je informace poskytována** (informace strategická, významná, doplňková, bezvýznamná), **podle možnosti jejího komerčního využití**, **podle možnosti geografické lokalizace** (tato informace se váže k určité geografické poloze, a to v různém geografickém měřítku, vyjádřeném například mapou různé velké oblasti). Dále **podle odběratele informace** (zda se jedná o subjekt cestovní

Rozdíl mezi vysoce dynamickými a krizovými informacemi

• U **vysoce dynamických informací** jde o běžné operativní informace, které se jen často mění. Jsou součástí běžného provozu a destinační management s nimi dokáže pracovat. Jsou to např. **aktuální obsazenost hotelů**, **odjezdy a zpoždění spojů**, **pocasí v destinaci**, **ceny služeb v sezóně**.

• **Krizové / bezpečnostní informace** jsou spojovány s mimořádnými událostmi a rizikem. Dopadají na bezpečnost osob, vyžadují okamžitou reakci, další vývoj je nepředvídatelný. Mohou vést k omezení nebo zrušení cest (blokování letišť). Typickým příkladem jsou **teroristické útoky**, **přírodní katastrofy** nebo **vznik válečného konfliktu** – např. v roce 2026 konflikt USA a Izraele s Íránem blokoval oblast kolem Hormuzského průlivu (nemožnost proplouvání tankerů s ropou, iránské útoky ohrožovaly ostatní státy Perského zálivu a omezovaly se lety, což se projevilo na poklesu turistického ruchu).

SOUVISLOSTI

SOUVISLOSTI

Informační kiosky

Informační kiosky je možné nalézt především v místech soustředění cestujících – na **dopravních terminálech, hlavních třídách, rušných náměstích, v muzeích, galeriích** ale i **na pěších zónách**.

Kiosky je jednoduché obsluhovat, jsou vybaveny počítači s dotykovými monitory, místo monitoru je často k dispozici zjednodušená klávesnice, obvykle se šipkami pro pohyb (jako dominantními ovládacími prvky). Jsou zabudovány do masivní konstrukce, která je odolná vůči povětrnostním vlivům i nešetrné obsluze. Na obrázku vidíte informační kiosk v odbavovací letištní hale. ▼



SOUVISLOSTI

Systém globální satelitní navigace

GPS (Global Positioning System) je **technologie satelitního určování polohy**. Původně se jednalo o družicový polohový systém vyvinutý pro ozbrojené složky USA. V současnosti je využíván i civilním sektorem. Dnes většina zařízení nepoužívá pouze GPS, ale **více družicových systémů současně**, souhrnně označovaných jako **GNSS (Global Navigation Satellite System)**. S tímto globální pokrytím pak pracuje americký GPS, evropský systém Galileo, ruský GLONASS i čínský BeiDou. V praxi dnes jednoznačně dominují **chytré telefony, chytré hodinky, systémy v automobilech a sportovní cyklopočítače s aplikacemi** využívajícími systému globálního pokrytí. Ve spojení s digitálními mapami a dalšími technologiemi umožňuje přesné určování polohy (u běžných s přesností 1–3 m, u profesionálních na centimetry), navigaci, měření rychlosti a zaznamenávání tras. Pro zajímavost: Družice navigačních systémů jsou vybaveny přesnými atomovými hodinami. Odchylka v měření času o jedinou miliontinu sekundy by způsobila chybu polohy v řádu stovek metrů.

Specializovaná hardwarová zařízení s GPS navigací se stále používají při **outdoorových aktivitách** (např. při cykloturistice, námořní dopravě a letectví).



- Návštěvník hledající nevšední zážitky** – se vyhýbá centrům cestovního ruchu, nevyžaduje vysoký standard služeb, dává přednost individuálnímu cestovnímu ruchu a nevyhledává informace předem, raději si je zjišťuje na místě od místních obyvatel. Velmi často se jedná o návštěvníka mladší věkové kategorie.
- Neobvyklý návštěvník** – se zajímá např. o původní a přírodní kultury, využívá však všech výhod civilizace. Typickou aktivitou tohoto návštěvníka je např. ekoagrotismus. Preferuje důkladnou **informační přípravu před cestou**.
- Individuální návštěvník** – cestuje na vlastní pěst nebo v menších skupinkách. Těžko tohoto návštěvníka kategorizovat, jeden vyžaduje vysoký standard, jiný nikoliv. To, co ale potřebuje každý individuální návštěvník, to je kvalitní a komplexní informační podpora.
- Masový návštěvník** – patří do vrstvy o středních příjmech, standardně se jedná o konzumenta ve smyslu pasivního příjemce informací.
- Návštěvník – obchodník** – cestuje v rámci pracovních povinností (služební cesty), má minimální zájem o kulturu a tradice, v dané destinaci se zdržuje krátkodobě. Vyžaduje pouze specifické informace.

Třídění podle vztahu účastníka cestovního ruchu ke kultuře navštěvovaného místa

Tímto třídícím kritériem je možné příjemce informací v cestovním ruchu rozčlenit na: **návštěvníky motivované kulturou, návštěvníky inspirované kulturou a turistické flegmatiky**.

- Návštěvníci motivovaní kulturou** – jsou poměrně nároční jedinci s vysokými přídjmy, kteří si téměř vše plánují sami a na cestovní kanceláře, případně cestovní agentury, se obracejí pouze se specializovanými požadavky. Na daném místě tráví tolik času, aby byli schopni poznat vše pro ně zajímavé.
- Návštěvníci inspirovaní kulturou** – představují zřejmě nejpočetnější kategorii, tito jedinci navštěvují památky a kulturní akce pouze v daném místě, kde tráví svoji dovolenou, nechávají se inspirovat prospekty cestovní kanceláře, jejich cílem je vidět maximum za málo času a ideálně také málo peněz.
- Turističtí flegmatici** – jsou ti návštěvníci, které lze pro kulturu získat, nicméně většinu svého času tráví např. na plážích a za památkami se vydávají pouze sporadicky. Jejich nároky na informace jsou minimální.

Využití ICT v cestovním ruchu

Budoucnost v online službách

Informační a komunikační systémy (ICT) patří v současnosti mezi klíčové faktory rozvoje cestovního ruchu. V posledních letech zásadně změnila způsob jeho fungování. Významnou roli hrají **internet** a **mobilní komunikační sítě**, ale také **globální satelitní systémy**. Díky propojení těchto technologií mohou cestující využívat online služby i v odlehlých končinách světa.

Významným impulzem byla pandemie onemocnění COVID-19, která **urychlila digitalizaci služeb a rozvoj online komunikace mezi poskytovateli služeb a zákazníky**. Cestující dnes mohou sami prostřednictvím webových stránek a mobilních aplikací **vyhledávat informace, porovnávat nabídky, rezervovat dopravu a ubytování, sjednávat pojištění, provádět platby i spravovat své cesty**.

Stále významnější roli přitom hraje **umělá inteligence** (viz str. 52), která umožňuje **personalizaci nabídek, automatizovanou komunikaci se zákazníky a efektivnější plánování cest** podle individuálních požadavků uživatelů.

Využití informačních systémů v cestovním ruchu **se liší podle typu uživatele**. Cestovní kanceláře a agentury využívají profesionální rezervační a distribuční systémy, dopravci a poskytovatelé ubytování používají vlastní provozní a rezervační systémy určené pro správu kapacit a zákazníků. Samotní cestující pak využívají zejména služeb webových portálů a mobilní aplikace.

POJEM



► ICT

z angl. (*Information and Communication Technologies*).

Z obecného pohledu vypadá použití systémů ICT v cestovním ruchu takto:

- cestovní kanceláře a agentury – **systémy pro prodej a tvorbu produktů**;
- dopravci a hotely – **systémy pro provoz, kapacity, rezervace a odbavení**;
- zákazník – **samoobslužné aplikace a online služby**.

Informační systémy pro cestovní kanceláře a agentury

Zásadní význam mají **online rezervační systémy propojené s databázemi** hotelů, leteckých společností, dopravců a dalších poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Díky nim pak mohou sami zákazníci vyhledávat, porovnávat a rezervovat služby v reálném čase pomocí webových stránek nebo mobilních aplikací.

Cestovní kanceláře a agentury používají **globální distribuční systémy (GDS – Global Distribution System)**. Tyto systémy používají k vyhledávání a rezervaci letenek, hotelů, pronájmů automobilů a dalších služeb. Představují základní infrastrukturu světového cestovního ruchu. Mezi nejvyužívanější systémy patří: **Amadeus** (nejrozšířenější v Evropě, globálních leader), **Sabre** (zejména v Severní Americe) a **Travelport** (rozšířen hlavně ve Velké Británii a dalších evropských zemích a na některých trzích v Asii a Tichomoří). V ČR je to menší systém **MagicWare**.

Samotná tvorba **balíčků služeb** (tzv. **package**) je dnes většinou řešena **nadstavbovými touroperátorskými a rezervačními systémy**, které ovšem mohou (a bývají) být na systémy GDS napojeny.

Jak vypadá využití GDS v praxi? Cestovní kancelář:

- získává data o letech z GDS nebo od leteckých společností;
- získává data o hotelích z GDS nebo hotelových distribučních systémů;
- kombinuje tyto služby ve vlastním rezervačním systému;
- vytváří zájezdový balíček (**package**); ➔
- stanovuje cenu, marži a podmínky prodeje.

POJEM

► PACKAGE

z angličtiny, **package** = **balíček**. Tedy – **balíček služeb cestovního ruchu** vytvářený na základě poptávky zákazníků.

Informační systémy u dopravců v cestovním ruchu

Dopravci a poskytovatelé služeb cestovního ruchu využívají ICT především k řízení provozu, správě kapacit a komunikaci se zákazníky:

- **Letecké společnosti** – využívají komplexní **rezervační a odbavovací systémy PSS (Passenger Service System)** umožňující online prodej letenek a jízdenek, elektronické odbavení cestujících nebo sledování obsazenosti spojů v reálném čase. Mezi nejvýznamnější systémy tohoto typu, které využívají letecké společnosti, patří **Amadeus Altéa Suite** (používá jej řada tradičních síťových aerolinií), **SabreSonic Passenger Service System** (velké i regionální letecké společnosti) a **Navitaire** (ten používají zejména nízkonákladoví dopravci).

Železniční a autobusoví dopravci používají funkčně podobné systémy – označují se jako **rezervační systémy a ticketing systémy, systémy pro správu cestujících** apod.

- Významnou roli hrají také **mobilní aplikace, online platby, věrnostní programy a automatizované informační systémy** poskytující zákazníkům aktuální informace o službách leteckých společností a dopravců.

V posledních letech se stále více prosazují technologie využívající **umělou inteligenci (AI)**, **analýzu velkých dat** a **internet věcí (IoT)**. Tyto nástroje pomáhají dopravcům a poskytovatelům služeb optimalizovat ceny, předvídat poptávku, efektivněji využívat kapacity a zvyšovat kvalitu zákaznických služeb. Cestující tak získávají přesnější informace, personalizované nabídky a rychlejší odbavení.

SOUVISLOSTI

Projekt aplikace ICT „šitý na míru“ cestovní kanceláři / agentuře

Konkrétní využití informačních a komunikačních technologií je vždy navrhováno podle rozsahu a charakteru činnosti cestovní kanceláře nebo agentury. Malé podniky mají zpravidla odlišné požadavky než velké společnosti s rozsáhlou sítí poboček nebo mezinárodní působností. Proto jsou informační systémy často budovány **modulárně**, aby bylo možné jejich funkce **rozšiřovat podle potřeb organizace**.

SOUVISLOSTI

Životní cyklus balíčku

Standardní balíček je běžně nabízeným produktem cestovních kanceláří. Je předem připraveným a v katalogu, online systému či na přepážkách cestovní kanceláře prezentovaným zájezdem (ať už vlastním či smluvně distribuovaným a připraveným jinou cestovní kanceláří). **Využití ICT je běžné napříč všemi fázemi životního cyklu balíčku**. Těmi jsou:

- **Příprava balíčku** – při ní je analyzován trh nabídky a poptávky, vyhodnocena uplynulá sezóna a je navrhován nový produkt nebo inovace produktu stávajícího.
- **Sestavení balíčku** – jsou kontaktováni domácí i zahraniční dodavatelé služeb, podepsány smlouvy, prováděny kalkulace ceny a připraveny informace pro nabídku.
- **Aplikace marketingového mixu** – jsou budovány komunikační kanály k zákazníkovi (web, sociální sítě, reklama v médiích), je stanovena konečná cena a jsou vyhledávány partneři pro distribuci package.
- **Odbavení průvodců a delegátů** – dochází k vystavení letenek, jízdenek a dalších dopravních služeb a voucherů (poukázek), jsou jim poskytnuty informace o destinaci, seznamy klientů, plány jejich rozmístění v dopravních prostředcích a ubytovacích zařízeních.
- **Odbavení klientů** – je realizována rezervace a vlastní prodej, klient je vybaven doklady a informacemi, případně dochází k vyřizování stornovaných zájezdů a jejich vyúčtování.
- Na základě **výsledků úspěšnosti package** je pak přistupováno k přípravě cestovní kanceláře na novou sezónu.

Internet věcí ve službách dopravců a poskytovatelů služeb cestovního ruchu

Internet věcí (Internet of Things, IoT) představuje síť fyzických zařízení, která jsou připojena k internetu a vzájemně si vyměňují data. Je to konkrétní technologie, která spadá pod ICT. V dopravě a cestovním ruchu se IoT využívá například pro **sledování polohy autobusů, vlaků nebo vozidel** v reálném čase pomocí GPS senzorů či **obsluhu chytrých parkovacích systémů**. Pomáhá při **monitorování vytíženosti dopravních prostředků** a **obsluhu elektronických informačních tabulí s aktuálními údaji o spojích**. Využíván je při **provozování chytrých hotelových pokojů** (ovládání osvětlení, klimatizace či přístupu kartou nebo mobilem), **sledování obsazenosti turistických atrakcí**, **podporuje chytré zavazadlové systémy na letištích**. Následující animace vám objasní princip spolupráce IoT s ICT. ➔ ➔

▶ Jak funguje internet věcí (IoT)? <https://youtu.be/Mpe651AdmZA> 3:38 🇬🇧, české titulky



Dopravní procesy v cestovním ruchu

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- základní rozčlenění dopravy v oblasti cestovního ruchu
- způsoby (druhy) dopravy v cestovním ruchu

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o hlavních formách dopravy v cestovním ruchu
- porovnat výhody a nevýhody jednotlivých druhů dopravy

Pokud je v problematice cestovního ruchu zmiňována doprava, je hovořeno o materiálně-technické základně cestovního ruchu. Vedle dopravy jej tvoří také cestovní kanceláře, agentury, ubytovací a stravovací zařízení.

Podstata dopravy

Doprava je ze své podstaty zcela základní podmínkou pro uskutečnění aktivit cestovního ruchu.

Jedním z významných realizačních faktorů cestovního ruchu je **dopravní infrastruktura**. Převážná část dopravních systémů byla vybudována pro jiné účely, existují ale i její prvky, které jsou dnes využívány především pro cestovní ruch. Příkladem mohou být některé vnitrozemské vodní cesty, jež v minulosti sloužily zejména k dopravním a průmyslovým účelům, zatímco v současnosti jsou využívány převážně pro rekreační plavbu a turistiku (např. zprovozněný Baťův kanál dříve používaný pro dopravu hnědého uhlí do Otrokovic).

Služby dopravy

Pojem dopravní služby

Jako **dopravní služby** chápeme služby spojené se zajištěním vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel. Jsou spojeny s poskytováním informací o dopravním spojení, s rezervováním míst v dopravních prostředcích, prodejem standardních dopravních cenin a vyřizováním reklamací.

Výkonem dopravy je pak **přeprava**. Je uskutečňována podle **plánu přepravy** (jízdní, letový, lodní řád). **Cena dopravních služeb** závisí na **tarifním systému** – odvíjí se zpravidla od vzdálenosti, rychlosti a komfortu. Pro vlastní dopravu jsou vyžadovány **dopravní ceniny** – letenky, jízdenky či místenky.

Členění služeb dopravy

Služby v dopravě je možné členit z celé řady hledisek:

- Podle druhu – je možné rozlišovat služby **železniční, silniční, letecké a vodní dopravy a ostatní druhy doprav**.
- Podle teritoriálního hlediska – služby **vnitrostátní a mezinárodní dopravy**.
- Z hlediska periodicity – služby v **pravidelné a v nepravidelné dopravě**.

Silniční doprava

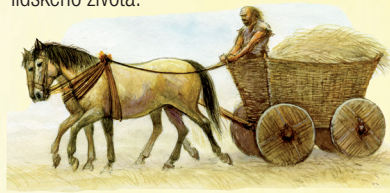
V České republice je nejrozšířenější formou **silniční doprava**. Může probíhat dvěma způsoby, a to buď jako **autokarová doprava** (autobusy), tak jako **individuální mototuristika** (osobními automobily).

Její oblíbenost souvisí s **výhodnou přepravní rychlostí, vysokou pohotovostí k přepravě** (tedy pružností) a nejvyšší **dostupností středisek** cestovního ruchu.

Z DĚJIN

Vynález kola

Nejstarší způsob dopravy využíval především lidské síly, později také energie zvířat. Lidé nebo náklady byli převáženi na zvířatech (osli, koně), následně po vynálezu potahu byla zvířata zapřahána. Pro usnadnění přepravy se využívaly klády, až později se stalo přelomovým vynálezem **kolo**, což dalo vzniknout historicky prvním vozidlům. Kolo bylo vynalezeno zhruba před šesti tisíci lety v Mezopotámii. Díky tomuto vynálezu, jehož původce ovšem není znám, bylo možno zefektivnit dopravu a komunikaci, což ovlivnilo jak hospodářství, tak i další oblasti lidského života.



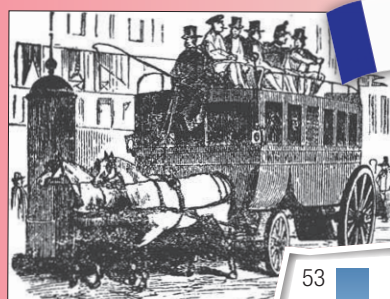
VÍTE, ŽE...?

Omnibus – předchůdce autobusu

Víte, že věhlasný francouzský vědec **Blaise Pascal** (matematik, fyzik, spisovatel, teolog a náboženský filosof) se věnoval i oblasti dopravy? Například **osmi-sprežení**, které představil v roce 1662 v Paříži pod názvem **Carrosse**, je pokládáno za první tzv. **omnibus** (vozidlo tažené koňmi pro přepravu lidí), předchůdce autobusu. Na dobové rytině z přelomu 18. a 19. století vidíte pařížský omnibus.



▲ B. Pascal



Historie dopravy

SOUVISLOSTI

Doprava jako taková je stará již několik tisíc let. Archeologické nálezy naznačují, že lidé používali primitivní plavidla již při osídlování Austrálie, kdy bylo zapotřebí překonat mořské úžiny. Z období kolem roku 8000 př. n. l. pochází nálezy kánoe z Pesse (Nizozemsko). Historii dopravy shrnuje následující animované video.

Historie dopravy (animace): <https://youtu.be/FalCQo8NJFA>

2:33 ; bez komentáře



- **Obchodní** (také klubová třída, **Business Class / Club Class, C**) – je přepravní třída s vyšší úrovní služeb než třída ekonomická, avšak nižší než první třída. Je navržena zejména pro obchodní cestující a nabízí vyšší komfort, prostornější sedadla a kvalitnější palubní servis. Obvykle je umístěna mezi první a ekonomickou třídou v kabině letadla.
- **Ekonomická třída (Economy Class, Y)** – představuje základní a cenově nej dostupnější přepravní třídu. Cestujícím nabízí standardní úroveň služeb, jejich rozsah a podmínky se liší podle letecké společnosti a zvoleného tarifu. V rámci této třídy mohou letecké společnosti nabízet různé tarifní kategorie označené písmeny (např. Y, K, L či T), které se liší cenou a podmínkami přepravy, možnostmi změny rezervace nebo limity zavazadel.

Letenka je přepravní doklad v letecké dopravě. Vystavuje se **na jméno cestujícího a je nepřenositelná**. Dnes se nejčastěji používají **elektronické letenky**, které existují jako záznam v rezervačním systému letecké společnosti. Po jejich vystavení obdrží cestující e-mailem **potvrzení o itineráři (Passenger Itinerary Receipt)**. K odbavení na letišti pak obvykle postačí platný **cestovní doklad (pas)**.

V současnosti některé letecké společnosti uplatňují **nízkonákladový (low-cost) model letecké dopravy** – vyznačuje se omezenými službami v základní ceně letenky.

V České republice je více než devět desítek civilních letišť, která je možné rozdělit do tří kategorií na:

- **letiště celostátního významu** (např. Letiště Václava Havla, Praha-Ruzyně);
- **regionální letiště většího významu** (Brno, Ostrava, Pardubice a Karlovy Vary);
- **regionální letiště menšího významu** (tzv. aeroklubová a sportovní letiště).

V cestovním ruchu hrají svou dílčí roli také **speciální aktivity**, jako jsou např. **lety balonem, tandemové saskoky a paragliding** nebo **vyhlídkové lety** malými letadly.

„Nej“ z oblasti speciálních leteckých aktivit

ZAJÍMAVOST

Paragliding, saskoky padákem i bezmotorové létání patří mezi nejrýchlejší se rozvíjející adrenalinové aktivity v cestovním ruchu. Mezi „nej“ patří např. **výškové rekordy** – u **paraglidingu** byl dosažen **let ve výšce přes 7 000 metrů** v Himálaji, kde piloti využívají silné vzestupné horské proudy. U **tandemových saskoků** padákem je běžné **u volného pádu** dosahovat **rychlostí kolem 200 km/h**, přičemž **rekordní výšky saskoků přesahují 10 km** (tzv. stratosférické skoky). Zajímavostí **bezmotorového létání** je závislost na termických proudcích, díky nimž mohou piloti zůstat ve vzduchu i **několik hodin**. Vyhlídkové lety a akrobatické kluzáky zase umožňují kombinaci tichého letu a extrémní manévrovatelnosti. Tyto aktivity spojují sport, techniku i cestovní ruch a stávají se vyhledávaným zážitkem po celém světě.

 Tandemový saskok – volný pád z pohledu pasažéra: <https://youtu.be/OWHJZoV-5nQ>

1:31  ; bez komentáře



Lodní doprava

Lodní doprava (někdy také **vodní doprava**) je považována za nejstarší dopravu na světě. V České republice má tato doprava okrajový význam. Velmi populární je například v Egyptě (plavba po Nilu) či v Řecku a Egejském moři (výlety na ostrovy).

Zcela speciální skupinu tvoří **trajekty**, což jsou pravidelné linky, které slouží k přepravě osob a vozidel po určité trase (např. přes Lamanšský průliv).

Z hlediska obchodu a průmyslu mají v ČR největší význam řeky Labe, Vltava, Berounka a také některé úseky řek Morava, Bečva nebo Odry. Z hlediska cestovního ruchu je to Vltava. Problémem jejich využití bývají nízké hladiny toků.

Jízdní řády jsou ve vodní dopravě sestavovány pouze pro určitou typově pravidelnou trasu. **Dopravní ceniny** zahrnují **jízdenku a lodní lístek**.

Podle použitého typu plavidla je možné hovořit o aktivitě finančně relativně nenáročném – od půjčení **šlapadla** přes **individuální rekreační plavby s využitím**

SOUVISLOSTI

Nízkonákladové letecké společnosti

Nízkonákladové letecké společnosti (LCC – Low-Cost Carriers) jsou specifickým segmentem letecké dopravy. Zaměřují se na **nízkou cenu letenek**, které dosahují snížených nákladů **omezením doprovodných služeb**. Cena se může měnit v závislosti na obsazenosti letu a době nákupu, výhodnější bývá včasná rezervace.

Stručná charakteristika této společnosti:

- obvykle neumožňují rozdělení do více cestovních tříd;
- základní letenka často nezahrnuje občerstvení, případně je za příplatek;
- přeprava zavazadel bývá zpravidla zpoplatněna (kromě příručních zavazadel);
- odbavení a prodej letenek probíhá převážně online;
- služby navazujících letů a přestupů jsou omezené nebo nejsou zajišťovány.

SOUVISLOSTI

Self check-in a baggage drop-off – o čem je řeč?

Self check-in (samoobslužné odbavení) probíhá **prostřednictvím samoobslužných kiosků na letišti a je určen cestujícím s elektronickou letenkou**.

Identifikace se provádí pomocí rezervačního kódu, čísla letenky nebo načtením cestovního pasu. Po dokončení odbavení cestující s příručním zavazadlem pokračují přímo k bezpečnostní, případně pasové kontrole. Pokud mají cestující odbavené zavazadlo, odevzdají jej **na přepážce baggage drop-off**, kde je také vydán zavazadlový lístek.



 Použití samoobslužného odbavovacího systému:

<https://youtu.be/xtT-zLULYB8>

1:40  ; bez komentáře



SOUVISLOSTI

Zaplňování charterového letu

V rámci charterových letů je **letadlo vybaveno účelově na základě smlouvy mezi leteckou společností a cestovní kanceláří**. Při charterových letech spolu většinou cestovní kanceláře spolupracují, což znamená, že letadlo zaplní **zákazníci hned několika cestovních kanceláří**.



Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o významu ubytovacích služeb pro účastníka cestovního ruchu
- stručně popsat historický vývoj ubytovacích služeb
- vysvětlit pojem ubytovací jednotka
- popsat rozsah služeb, které jsou ubytovacím zařízením poskytovány
- pojednat o typických prostorách a ubytovacích úsecích zařízení

POJEM



► HOTEL

Název **hotel** byl převzat z francouzštiny, vznikl ze středověkého latinského **pojmenování hostince**. Dnes bychom hotel charakterizovali jako **zařízení poskytující přechodné ubytování**, obvykle dobré až špičkové úrovně.

SOUVISLOSTI

Smlouva o ubytování

Občanský zákoník přinesl řadu změn také v oblasti **smlouvy o ubytování**.

Její právní úprava je obsažena v **§ 2326 až 2331 občanského zákoníku**.

Smlouvou o ubytování se ubytovatel zavazuje poskytnout ubytovanému přechodné ubytování na dobu sjednanou nebo na dobu vyplývající z účelu ubytování v zařízení. Objednatel se vedle toho zavazuje k zaplacení sjednané ceny za ubytování a za služby spojené s ubytováním ve lhůtě, která je stanovena ve smlouvě, ubytovacím řádu, popř. ve lhůtě obvyklé. Ubytováný je oprávněn smlouvu o ubytování vypovědět i před uplynutím ve smlouvě ujednané doby bez uvedení důvodu, odpovídá však za škodu takto způsobenou druhé straně (ubytovateli).



Právní vymezení ubytování v občanském zákoníku (online):

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#cast4-hlava2-dil2-oddil3-pododdil6>

Ubytovací služby v cestovním ruchu

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- **smysl a poslání ubytovacích služeb v oblasti cestovního ruchu**
- **pojmy a odbornou terminologii, která je často užívaná v souvislosti s problematikou ubytovacích služeb**
- **definici a popis pojmu ubytovací jednotka; typy ubytovacích jednotek**
- **jednotlivé typy ubytovacích zařízení (hotel, motel, hotel, turistická ubytovna, ...)**
- **rozčlenění ubytovacích úseků podle jejich funkcí**

Smysl poskytování ubytovacích služeb

Předpokladem rozvoje cestovního ruchu pobytového charakteru je **poskytování ubytovacích služeb**.

Smyslem ubytovacích služeb je umožnit přenocování nebo strávení přechodného období v určitém místě, které je odlišné od místa trvalého bydliště účastníků cestovního ruchu. To vše včetně uspokojování dalších potřeb, které s tímto pobytem souvisí – typicky např. stravování.

Z historie poskytování ubytovacích služeb

Mezi první ubytovací zařízení se řadí tzv. **zájezdní hostince**. Ty vznikaly v souvislosti s cestováním za obchodem, rozvojem pošty, dostavníkové dopravy a později železnice. Zájezdní hostince dnes považujeme za předchůdce hotelů.

Hotely (jakožto zařízení sloužící pro ubytování cestujících) se objevily až na přelomu 18. a 19. století.

Další rozšíření ubytovacích zařízení ovlivnil především **rozvoj cyklistiky a automobilismu**. Postupně začaly vznikat první seznamy hotelů, které sloužily především pro potřeby členů příslušných sportovních klubů. První z nich bychom našli už na konci 19. století, přičemž je dnes považujeme za základ pozdější hotelové klasifikace.

V Evropě se ubytovací služby rozvíjely především v zemích s příznivými podmínkami pro rozvoj obchodu a cestovního ruchu, tedy především ve Velké Británii, ve Francii a posléze také v Německu a ve Švýcarsku. Také Spojené státy americké zaznamenaly značný **rozvoj v oblasti hotelnictví**. Na přelomu 19. a 20. století začínají vznikat **velké luxusní hotely** a také vznikají **první sdružení hotelů v hotelové podniky**. Samotný **proces koncentrace hotelů** dosáhl svého vrcholu v období po druhé světové válce. Tento trend pokračuje i v současné době a charakteristický je pro něj mezinárodní přesah. Zejména rozsáhlé **mezinárodní hotelové řetězce** v současnosti zajišťují největší podíl na obrátu.

Jsou to právě ubytovací služby, které generují nejvýraznější část příjmů v cestovním ruchu, a to i přesto, že ubytování nebývá standardně cílem cesty, ale je spíše podmínkou pro naplnění samotného účelu cesty.

Základní pojmy z oblasti problematiky ubytovacích služeb

Veřejně přístupná ubytovací zařízení (která tvoří materiálně technickou základnu ubytovacích služeb) realizují svoji činnost na **ziskovém principu**, jedná se tedy o subjekty komerční.

Na druhou stranu existují také ubytovací zařízení realizující svoji činnost na principu neziskovém, což mohou být zařízení občanských sdružení či podniková rekreační zařízení, která poskytují ubytování zpravidla většímu počtu účastníků.

Ubytovací zařízení jsou obvykle budována společně se stravovacími úseky (motel, hotel), nebo jako samostatná ubytovací zařízení (chata, turistická ubytovna).

Vedle výše uvedené škály ubytovacích zařízení je možno využít také ubytování v soukromí (rekreační chalupy či apartmány pronajímaných prostřednictvím online platform jako je např. Airbnb) či ubytovací prostředky (obytný přívěs, stan), neboť i tyto objekty vytvářejí podmínky pro jejich využití s cílem přechodného ubytování či přenocování.

Ubytovací jednotka

Typy ubytovacích jednotek

Tzv. ubytovací jednotky jsou základem dispozičního řešení ubytovacích zařízení.

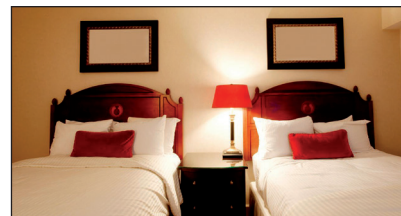
Ubytovací jednotka je jednotlivý pokoj nebo soubor místností, které svým stavebně technickým uspořádáním a vybavením splňují požadavky na přechodné ubytování a jsou k tomuto účelu užívání určeny.

Dle české technické normy ČSN EN ISO 18513:2022 (celý název normy zní *Služby cestovního ruchu – Hotely a ostatní typy turistického ubytování – Slovník*) je rozlišováno několik typů ubytovacích jednotek. Základními typy jsou:

- **Jednolůžkový pokoj** – pokoj s lůžkem pro jednu osobu. ➤
- **Dvoulůžkový pokoj** – pokoj se dvěma lůžky (ve formě dvoulůžka nebo ve formě dvou lůžek umístěných vedle sebe).
- **Dvoulůžkový pokoj (twin)** – pokoj se dvěma oddělenými lůžky.
- **Vícélůžkový pokoj** – pokoj se třemi nebo více lůžky.
- **Rodinný pokoj** – pokoj se třemi nebo více lůžky, z nichž alespoň dvě jsou vhodná pro dospělé osoby.
- **Společná ložnice** – vícélůžkový pokoj nabízející lůžka pro osoby, které mohou nebo nemusí patřit k určité skupině.
- **Junior suite** – ubytování se zvláštním místem pro sezení v jednom pokoji.
- **Suite** – ubytování poskytované ve vzájemně oddělených propojených místnostech s lůžkem a sedací soupravou.
- **Apartmá/apartment** – ubytování poskytující oddělenou místnost pro spaní a místnost se sedací soupravou a kuchyňským koutem.
- **Studio** – ubytování v jednom pokoji s kuchyňským koutem.
- **Spojené pokoje** – samostatné pokoje s lůžky propojené spojovacími dveřmi.
- **Duplex** – ubytování na více podlažích s vyhrazeným propojením jednotlivých podlaží.

Další informace v normě ČSN EN ISO 18513:2022 obsažené objasňují ceny ubytování v kombinaci se stravováním:

- **Ubytování bez snídaně** – stravování není zahrnuto v ceně ubytování.
- **Ubytování se snídaní** – v ceně ubytování je zahrnuta snídaně. ➤
- **Polopenze** – stravovací režim, při kterém je v ceně ubytování zahrnuta snídaně a jedno další jídlo (oběd nebo večeře).
- **Plná penze** – stravovací režim, při kterém je v ceně ubytování zahrnuta snídaně, oběd a večeře.
- **All inclusive** neboli **vše v ceně** – stravovací a servisní režim, při kterém jsou v ceně ubytování zahrnuta jídla, vybrané nápoje a další služby podle nabídky hotelu. Tento typ je v současnosti velmi rozšířený zejména v rekreačních destinacích.



▲ Dvoulůžkový pokoj – typ twin beds, tedy dvě od sebe oddělená lůžka v jednom pokoji.

SOUVISLOSTI

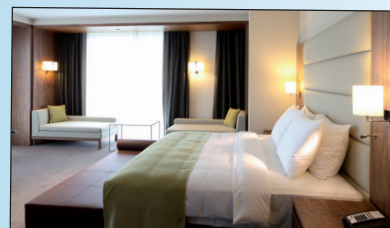
Je libo „king“ nebo „queen bed“?

V praxi se v rámci ubytovacích zařízení rozlišuje několik druhů postelí.

- **Double bed** – postel pro dvě osoby s jednou matrací.
- **Twin beds** – jsou dvě oddělené postele se dvěma matracemi, které se v případě potřeby dají srazit a použít jako double bed.
- **Single bed** – je postel pro jednu osobu s jednou matrací.

Speciálními typy postelí jsou pak queen bed a king bed.

- **Queen bed** – širší dvoulůžková postel pro dvě osoby s jednou matrací.
- **King bed** – nadstandardně široká postel pro dvě osoby s jednou matrací, často využívaná ve vyšších kategoriích pokojů (*deluxe room, suite*).
- **California king bed** – postel pro dvě osoby s jednou matrací, která je oproti standardní king bed užší, ale delší.



▲ Pokoje deluxe či apartmány mají postel pro dvě osoby s jednou matrací o rozměrech 180×200 cm, která se nazývá King bed.

SOUVISLOSTI

Typy snídaní

U ubytování se snídaní se rozlišuje několik typů snídaní. Setkat se tak je možné s kontinentální snídaní, rozšířenou snídaní, snídaní formou švédských stolů nebo anglickou snídaní.

- **Kontinentální snídaně** zpravidla obsahuje pečivo, máslo, džem nebo marmeládu a teplý nápoj (viz obr. níže ▼).
- **Rozšířená snídaně** vychází z kontinentální snídaně a je doplněna o širší nabídku pečiva, sýrů, uzenin a studených nápojů.
- **Snídaně formou bufetu** umožňuje samoobslužný výběr pokrmů v širším rozsahu podle nabídky hotelu.
- **Anglická snídaně** je vydatná teplá snídaně, která kromě základních složek zahrnuje i teplé pokrmy, např. vejce, slaninu či fazole.





Souhrn



Moje poznámky:

Shrnutí kapitoly

- **Smyslem poskytování ubytovacích služeb** je umožnit přenocování nebo strávení přechodného období v určitém místě, které je odlišné od místa trvalého bydliště účastníků cestovního ruchu, a to vše včetně uspokojování dalších potřeb, které s tímto pobytem souvisí (např. stravování).
- **Ubytovací jednotky** jsou základem dispozičního řešení ubytovacích zařízení. Ubytovací jednotka je jednotlivý pokoj nebo soubor místností, které svým stavebně technickým uspořádáním a vybavením splňují požadavky na přechodné ubytování a jsou k tomuto účelu užívání určeny.
- **Hotel** představuje ubytovací zařízení s nejméně deseti pokoji pro hosty. Tyto pokoje jsou vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služeb s tím spojených, zejména stravováním. Hotely se člení do pěti tříd.
- **Motel** je ubytovací zařízení určené především pro motoristy. Obvykle se nachází v blízkosti silnic, dálnic nebo významných dopravních tahů.
- **Botel** je ubytovací zařízení hotelového typu, umístěné na trvale zakotvené lodi či jiném plavidle.
- Podle funkcí se ubytovací úsek hotelu dělí na **úsek příjmu hosta** (tedy **recepce**, nazývaná též **front office**) a **lůžkovou část**.

Náměty pro samostatnou práci

1. Vyhledejte, podle jakých kategorií jsou jednotlivým ubytovacím zařízením přidělovány hvězdičky. Vyhledejte ve svém okolí dva konkrétní hotely a na těchto hotelech demonstруйте tato kritéria. Proč má vámi vybraný hotel například tři a nikoli čtyři hvězdičky? (Úkol případně zpracujte na volný list papíru.)
2. Zjistěte, jaké doplňkové služby vámi vybrané hotely z úkolu č. 1 poskytují. Které z těchto služeb jsou zahrnuté v ceně ubytování a které za příplatek?
3. Vysvětlete, co znamená zkratka **B&B (bed and breakfast)**. Charakterizujte tento typ ubytování a porovnejte jej s klasickým hotelem. Uveďte alespoň dva rozdíly.
4. Vyhledejte tři tříhvězdičkové hotely v různých částech Berlína nebo Londýna (centrum, střední zóna, okraj města). Porovnejte ceny dvoulůžkových pokojů za noc. Vysvětlete, jak se ceny liší ve vztahu k poloze vůči centru města a proč tomu tak je. Uveďte i další faktory, které mohou ovlivňovat cenu ubytování v rámci jednoho města. Existují další faktory vyjma geografických, které mohou mít vliv na cenu ubytovacích služeb v rámci jednoho města? Jaké?
5. **Výběr ubytování podle klienta** (komplexnější úkol, miniprojekt).
Vyberte si jednu z následujících modelových osob/skupin hostů a navrhněte pro ni vhodný typ ubytování:
 - a) rodina s dvěma dětmi (5 a 10 let),
 - b) obchodní cestující na 2 noci ve velkém městě,
 - c) mladý pár na víkendový pobyt v evropské metropoli,
 - d) senioři na lázeňském pobytu,
 - e) skupina studentů na nízkonákladovém výletu.

Úkoly:

- Navrhněte konkrétní typ ubytování (např. hotel, penzion, hostel, resort, B&B, apartmán atd.).
- Zdůvodněte výběr alespoň třemi argumenty.
- Uveďte, jaké služby jsou pro daného klienta klíčové.
- Vyhledejte reálný příklad ubytování (ČR nebo zahraničí).
- Krátce vysvětlete, proč jste zvolili právě tento objekt.

(Úkoly případně zpracujte na volný list papíru.)

Náměty a tipy
pro samostatnou
práci

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o historii průvodcovství
- legislativně zakotvit předmět činnosti průvodcovství, pojednat o procesu živnosti průvodce
- vymezit význam funkce průvodce v cestovním ruchu
- pojednat o přípravě průvodce na jeho denní činnost, ale i o systému dalšího vzdělávání a profesního růstu průvodce
- vysvětlit a přiblížit podstatu animačních služeb

SOUVISLOSTI

Produkt cestovního ruchu v užším a širším pojetí

Pojmem **produkt cestovního ruchu** je možné označit vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a co je nositelem potenciálu uspokojit potřeby uživatelů těchto služeb.

Především se jedná o soubor služeb, které jsou produkovány a nabízeny cílovým místem, destinací.

• **Produkt v užším pojetí** je nakupován zákazníkem přímo – jedná se například o dopravní, ubytovací, stravovací či doplňkové služby včetně služeb průvodců.

• **Produkt v širším pojetí** pak kupuje zákazník nepřímo a získává z něj dodatečný užitek. V tomto kontextu je možné hovořit o přírodním prostředí, o kulturně-historickém prostředí či organizovaných akcích v místech cestovního ruchu a jejich okolí.



POJEM



▶ ITINERÁŘ

Pojem **itinerář** znamená **náčrt či popis trati (trasy)** včetně detailů a jejich zvláštností, vymezení vzdáleností apod. Někdy je také používán ve významu **cestovního deníku**.

Průvodcovské a animační služby

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- historii vývoje a význačné osobnosti průvodcovství
- legislativní vymezení průvodcovské činnosti
- význam průvodcovské činnosti v cestovním ruchu
- základní terminologii a kategorie průvodcovské činnosti
- systém profesního vzdělávání průvodců; organizace, které se na něm podílí
- podstatu přípravy průvodce na jeho každodenní činnost
- podstatu animačních služeb

Vymezení osoby průvodce

Většina služeb z oblasti cestovního ruchu může být **spojena se službami průvodců**. Typickým příkladem je přeprava turistů do cílového místa a zpět, prohlídka památek či provázení během výletu.

Průvodce je fyzická osoba, která poskytuje skupině osob nebo jednotlivcům výklad o kulturním, historickém a přírodním dědictví země a současném životě v ní.

Služby průvodců jsou součástí doplňkových služeb **produktu cestovního ruchu** v užším pojetí. Zároveň zasahují i do širšího pojetí produktu, protože průvodci nejen poskytují odborný výklad, ale přispívají také k efektivnímu využití volného času návštěvníků.

Historie průvodcovské činnosti

Průvodcovství ve starověku

Cestování je staré jako lidstvo samo. Za nejstarší cestovatele považujeme **Egyptány, Řeky a Římany**. Ti při svých cestách často využívali místní obyvatelstvo jako své průvodce a překladatele.

Významnou roli z hlediska historie průvodcovské činnosti sehráli především Řekové, od nichž se nám dochovaly četné cestopisy a dokumenty. Za jeden z nejstarších cestopisů je považován **slovní doprovod k mapě světa** od Hekataia z Milétu z přelomu 6. a 5. století před naším letopočtem. Z toho se však do dnešní doby dochovaly jen zlomky. ▼

Itineráře jako důležité cestopisné prameny

Z DĚJIN



Za důležité cestopisné prameny jsou také považovány **itineráře**. Slovo **itinerář** pochází z latinského **itinerarium** od „**iter**“, což znamená **cesta**.

Itineráře byly pořizovány především v období římského císařství, přičemž se jednalo o **příručky, které obsahovaly údaje o silnicích, silničních stanicích či vzdálenostech mezi jednotlivými lokalitami**.

Například **Itinerarium maritimum Antonini Augusti** obsahuje údaje o vzdálenostech mezi přístavy a ostrovy Středozemního moře.

Pojem **itinerář** se zachoval dodneška a chápeme jej jako pomůcku udávající vzdálenosti mezi jednotlivými místy dálkového spoje, případně jako cestovní deník, náčrt či popis cesty.

Průvodcovství ve středověku

Ve **středověku** cestovali především zástupci **vyšší vrstvy evropské šlechty**, a tak se začal charakter a význam průvodcovské činnosti stále více naplňovat. Mladí šlechtici a synové bohatých kupců se vydávali **na cesty za účelem přípravy na budoucí povolání na královském dvoře či v diplomatické službě**. Poznávali tak cizí země a způsoby života místního obyvatelstva, získávali nové znalosti, dovednosti a učili se společenskému chování. Jako průvodci působili často také **mniši a kněží**, kteří provázeli poutníky na jejich cestách **do Říma, Jeruzaléma či Betléma**.

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- objasnit podstatu destinačního managementu
- objasnit vztah a souvislosti mezi územní destinací a destinačním managementem
- pojednat o historii vývoje a nasazení jednotlivých destinačních strategií
- pojednat o trendech vývoje destinačního managementu
- vysvětlit základní pojmy, popsat úkoly a produkty destinačního managementu
- blíže popsat systémy řízení destinačního managementu

POJEM



► MANAGEMENT

Pojem **management** pochází z angličtiny (*to manage* = řídit, organizovat).

SOUVISLOSTI



Region a turistický region

Region je území, které je vymezené na základě společných znaků nebo společenských procesů. Pojem *region* je používán pro různé územní celky, přičemž se může shodovat s vymezením destinace. Vymezení může být také z pohledu administrativního, statistického nebo pro plánovací účely.

Turistický region je jedním z typů regionů. Jedná se o oblasti, pro které je typický určitý druh cestovního ruchu, který jednotlivé prvky této oblasti spojuje a sjednocuje a současně se jedná o region odlišný od ostatních regionů.

V České republice je možné identifikovat tyto turistické regiony: Praha, Západočeské lázně, Plzeňsko a Český les, Šumava, Jižní Čechy, Vysočina, Jižní Morava, Východní Morava, Severní Morava a Slezsko, Střední Morava

a Jeseníky, Východní Čechy, Střední Čechy, Královéhradecko, Krkonoše a Podkrkonoší, Český ráj, Českolipsko, Jizerské hory a Severozápadní Čechy.



▲ Hrad Bouzov, Střední Morava

Destinační management

Po prostudování této kapitoly budete znát:

- podstatu pojmu a význam destinačního managementu
- zajištění a koordinaci jednotlivých činností spadajících pod destinační management
- bližší vymezení pojmu územní destinace a jeho souvislosti s destinačním managementem
- historii vývoje destinačních strategií
- současnou podobu destinačního managementu; koordinační a partnerské snahy subjektů podnikajících v oblasti cestovního ruchu
- pojmy, úkoly, klíčové produkty a systémy řízení destinačního managementu

Vymezení problematiky managementu v oblasti cestovního ruchu

Management lze obecně vymezit ze tří hledisek: jako vědní disciplínu v rámci ekonomické teorie, jako proces řízení organizace nebo jako skupinu osob, které tento proces vykonávají.

Pro oblast cestovního ruchu je typický **destinační management**. Je to forma řízení destinace s cílem zvýšení efektivity aktivit spojených s cestovním ruchem a jeho udržitelným rozvojem.

Podstata destinačního managementu

V rámci destinačního managementu dochází ke koordinaci činnosti jednotlivých zájmových skupin, které se podílejí na rozvoji cestovního ruchu destinace. Jedná se o místní obyvatelstvo, investory, poskytovatele služeb, ochránce životního prostředí a další.

Dále jsou v rámci destinačního managementu vytvářeny plány pro rozvoj destinace, jsou využívány podpůrné fondy, je organizována a podporována spolupráce mezi ziskovým a neziskovým sektorem. Dochází také k realizaci marketingové aktivity a destinace je komplexně řízena tak, aby bylo zajištěno udržení konkurenčnosti na trhu.

Destinační management je založen na spolupráci ziskového a neziskového sektoru, jejímž cílem je efektivní využití přínosů této spolupráce. Výsledkem je produkt se specifickou přidanou hodnotou. Nabídku služeb vytvářejí poskytovatelé, zatímco podmínky pro jejich poskytování zajišťují samosprávné a správní orgány.

Je nutné si uvědomit, že cestovní ruch je pro mnoho destinací nosným prvkem rozvoje (a jestliže ne nosným, pak jedním z nejvýznamnějších). Z hlediska destinačního managementu je cestovní ruch spolu s dalšími aktivitami součástí produktu, který tvoří a představuje celá destinace. Výsledný destinační produkt tedy není finálním dílem jednoho subjektu, podílí se na něm subjektů více.

Pojem **destinace** je možné vymezit v užším i širším slova smyslu:

- **Destinace v užším pojetí** – představuje cílovou oblast v rámci daného regionu, která je charakteristická významnou nabídkou atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu.
- **Destinace v širším smyslu** – zahrnuje země, regiony, sídla a další území s vysokou koncentrací atraktivit, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, což vede k dlouhodobé koncentraci návštěvníků.



Mapa turistických regionů a oblastí ČR (server CzechTourism.cz):

<https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/a645925b-3e14-4c12-a2fb-672ffbe81a97/page/mapa-dmo-a-kontakty>

(odkaz Mapa DMO – k tisku)



Shrnutí kapitoly

- **Destinační management** je proces koordinace a řízení aktivit souvisejících s rozvojem a propagací turistické destinace. Jeho cílem je uspokojení potřeb návštěvníků i místních obyvatel a podpora ekonomického rozvoje území.
- **Region** je území, které je vymezené na základě společných znaků nebo společenských procesů. Pojem region je používán pro různé územní celky, přičemž se může shodovat s vymezením destinace.
- Pro **partnerství** je v rámci řízení destinace podstatné nejen funkční zaměření instituce, ale také to, jakou má právní formu, jakým způsobem je financována a jaké jsou její cíle. K partnerství jako takovému pak dochází nejen mezi institucemi, ale i mimo rámec turismu, často ve spojení se zemědělskými nebo jinými typickými produkty pro danou destinaci. Funguje i mezi státy.
- **Základní úkoly samotné organizace destinačního managementu** je možné rozdělit podle stupně fyzické závislosti na destinaci na **oddělitelné od destinace** a **neoddělitelné od destinace**, a podle potřeb a požadavků na **individualizované** (tedy **rozpočitatelné**) a **neindividualizované** (**nerozpočitatelné**).
- V **destinačním managementu** hraje klíčovou roli vzájemná součinnost několika základních prvků, označovaných jako **destinační subsystémy**. Jsou to: **1.** distribuční cesty a sítě, **2.** politika značky (branding), **3.** systém řízení kvality, **4.** systém řízení znalostí a **5.** společnost destinačního managementu.
- V **marketingovém managementu** turistické destinace se uplatňuje následujících **šest kroků**: **1.** vize, mise a poslání rozvoje destinace, **2.** analýza prostředí destinace, **3.** formulace cílů, **4.** výběr vhodné strategie, **5.** strategický plán a **6.** realizace strategického plánu.

Souhrn



Moje poznámky:

Náměty pro samostatnou práci

1. Jak chápete atraktivní destinaci? Co by taková destinace neměla postrádat? Čím by mohla přilákat cílové skupiny, na které je zaměřena? Demonstrujte na konkrétním příkladu z prostředí České republiky.

Příklad:

[illegible]

2. Vysvětlete, proč se přístupy destinačního managementu za posledních dvacet let proměňovaly. Jaké faktory na to působily a do jaké míry? Faktory vzájemně porovnejte z hlediska míry dopadu na změny v oblasti destinačního managementu a pokuste se předpovědět vývoj v horizontu dalších tří, pěti a deseti let.

3. Prostudujte webové stránky města Český Krumlov a zjistěte, jak je zde organizován destinační management a jaká je jeho strategie rozvoje cestovního ruchu. Zhodnoťte tento model a jeho vliv na příjezdový cestovní ruch do destinace.

Zpracujte v rozsahu 1–2 strany (dle upřesnění vyučující/ho). Popište, jak funguje destinační management v Českém Krumlově. Jaká je jeho strategie, jaké nástroje používají? Jak to funguje, jaké jsou silné/slabé stránky a dopady na turismus?

Podklady naleznete na: **Destinační management oblasti Český Krumlov Region**
<https://www.ckrumlov.info/cz/destinacni-management-cesky-krumlov/>

4. Vyhledejte v rámci jednotlivých destinací České republiky příklady partnerství, které se rozvinulo mezi různými typy subjektů na poli cestovního ruchu. Co tato partnerství jednotlivým regionům přináší?

5. Zamyslete se nad tím, jaká jsou základní úskalí a případné výzvy na poli řízení destinace, s čím se musí organizace a spolupracující subjekty vypořádat, potýkat a jaké problémy musí nejčastěji řešit? (Námět vhodný k diskusi.)

(V případě potřeby využijte pro vypracování odpovědí prázdný listu papíru.)

Náměty a tipy pro samostatnou práci



Služby pasových a celních orgánů

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- problematiku cestovních dokladů – jejich význam, podobu a vydávání
- podmínky cestování a prokazování se občanů při cestování do zahraničí
- podstatu celní a devizové kontroly, problematiku pohybu zboží mezi státy
- rámcové vymezení problematiky směnářenské činnosti

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o potřebnosti cestovních a osobních dokladů občana státu
- vymezit věkové období člověka, od kterého je daný typ dokladů vydáván a zmínit instituce, které vydávají osobní a cestovní doklady, případně vstupní vízum
- pojednat o orgánech provádějících celní a devizovou kontrolu zboží, které vstupuje na území státu
- objasnit podstatu směnářství

Volný pohyb občanů členských zemí EU

Po vstupu České republiky do Evropské unie v květnu 2004 došlo na základě čl. 18 Smlouvy o založení ES k zavedení tzv. volného pohybu osob.

Volný pohyb osob je právem každého občana Unie svobodně se pohybovat a pobývat na území členských států.

To znamená, že občan České republiky má právo vstupovat a pobývat na území ostatních členských států Evropské unie bez jakéhokoliv zvláštního omezení, pouze na základě platného dokladu, kterým je cestovní pas nebo průkaz totožnosti.

Toto výše uvedené právo může být omezeno, nicméně pouze v takových případech, které jsou odůvodněny veřejným pořádkem, veřejnou bezpečností nebo ochrannou zdraví (jak tomu bylo např. při pandemii COVID-19).

Cestovní doklady

Cestovní doklad je oficiální dokument sloužící k prokázání totožnosti držitele, zejména při překračování státních hranic.

Zahrnuje nejen identifikační údaje držitele, ale také údaje o době platnosti dokladu a případně další bezpečnostní a technické prvky.

Cestovními doklady pro občany České republiky jsou **cestovní pas**, **diplomatický pas**, **služební pas** a **cestovní průkaz** (který může být vydán jako náhradní cestovní doklad).

Cestovní pas

Cestovní pas je doklad obsahující strojově čitelnou zónu a **elektronický čip**, který uchovává biometrické údaje držitele.

Legislativní podmínky vymezující vydávání cestovního pasu:

- Občanům **mladším 15 let** se vydává cestovní pas s **dobou platnosti 5 let**, občanům **starším 15 let** s **dobou platnosti 10 let**. Dobu platnosti cestovního pasu nelze prodloužit.
- V České republice vydává cestovní pas **obecní úřad obce s rozšířenou působností**, a to ve lhůtě **30 dnů**. V případě podání žádosti na **zastupitelském úřadě v zahraničí** je lhůta pro vydání pasu **120 dnů**.
- Cestovní pasy vydávané v České republice jsou **biometrické** a obsahují **strojově čitelnou zónu** a **elektronický čip**. Cestovní doklady jsou základním nástrojem pro identifikaci osoby při cestování do zahraničí a pro překračování státních hranic. Moderní cestovní pasy v ČR splňují mezinárodní standardy – biometrické prvky zvyšují bezpečnost jejich používání, usnadňují ověřování totožnosti držitele a přispívají k ochraně proti padělání a zneužití dokladu.
- O vydání cestovního pasu může požádat občan **starší 15 let**. Za občany **mladší 15 let** podává žádost jejich **zákonný zástupce**. Za osobu, jejíž svéprávnost byla

SOUVISLOSTI

Podstata a využití RFID a NFC čipu

RFID čip je elektronické zařízení umožňující shromažďování dat a bezkontaktní komunikaci se svým okolím. Z hlediska konstrukce se rozlišuje typ RFID čipu umožňující **pouze čtení dat** a typ umožňující **čtení i zápis dat**.

- Z hlediska komunikace se nejčastěji používají **pasivní RFID čipy**, které jsou aktivovány elektromagnetickým polem čtečky a následně jí odesílají uložená data. Typickým příkladem je **elektronický cestovní pas**. Využívají se také při sportovních závodech pro **automatické měření časů** nebo v **systémech bezkontaktní identifikace**.
- **Aktivní RFID čipy** mají vlastní zdroj napájení a umožňují komunikaci na delší vzdálenost. Používají se například v **systémech identifikace vozidel** nebo **sledování majetku**.
- Speciálním podtypem RFID čipů je **NFC čip**. Je to technologie pro bezkontaktní komunikaci na velmi krátkou vzdálenost (do cca 4 cm). Umožňuje rychlý přenos dat mezi zařízeními, jako jsou **platební karty**, **smartphony** a **platební terminály**.



POJEM

► **BIOMETRIE**

je automatizovaná metoda ověření identity, založená na rozpoznávání jedinečných biologických charakteristik sledovaného subjektu, tedy živé osoby.

Cestovní průkaz

Tzv. **cestovní průkaz** je možné vydat v odůvodněných případech českému občanovi, který nemá jiný cestovní doklad (např. v případě ztráty cestovního dokladu v zahraničí). Cestovní průkaz se vydává k jednotlivé cestě, má územní a časovou platnost omezenou účelem cesty. Žádost se podává **osobně na zastupitelském úřadě**. Po uskutečnění cesty je třeba cestovní průkaz odevzdat v České republice na obecním/městském úřadě či magistrátu v místě bydliště.

Občanský průkaz

V zemích EU je možné jako cestovní doklad využít i **občanský průkaz**.

- **Občanské průkazy** se vydávají občanům **mladším 15 let** s dobou platnosti na **5 let** a občanům **starším 15 let** s dobou platnosti na **10 let**. Současné občanské průkazy jsou standardně vybaveny elektronickým čipem.
- K vydání **prvního občanského průkazu** se zpravidla předkládá **rodný list**. Pokud vzniknou pochybnosti o státním občanství České republiky, může být vyžádán **doklad o státním občanství**. Doklad o státním občanství ČR se vyžaduje pouze v případě, že nelze státní občanství ověřit z dostupných registrů.
- Při vydání **nového občanského průkazu** se předkládá dosavadní občanský průkaz a případně doklad o změně údajů, pokud došlo ke změně zapisovaných údajů. O nový občanský průkaz je vhodné požádat s dostatečným předstihem před skončením platnosti dosavadního průkazu. **Pokud je občanský průkaz při podání žádosti již neplatný**, nelze jej použít k prokázání totožnosti a úřad může vyžádat další doklady, například rodný list.

V rámci digitalizace veřejné správy byl v České republice vytvořen **Portál občana**, který umožňuje občanům přístup k vybraným údajům vedených státem a k elektronickým službám veřejné správy. Prostřednictvím tohoto portálu mohou uživatelé získávat **informace o svých dokladech**, využívat online služby a v některých případech nastavit i informační notifikace. K dispozici je **na webových stránkách** i jako **aplikace pro mobilní zařízení**. Pro možnost využití se musí nejprve občan v systému registrovat, získat tzv. **Identitu občana**. Občan, který má zřízenou Identitu občana, může využívat **aplikaci eDoklady** k prokazování své totožnosti.

Vedle cestovních pasů mohou být vydávány i **další cestovní doklady**. Podmínky jejich vydávání jsou upraveny jak **zákonem č. 329/1999 Sb., o cestovních dokladech**, tak příslušnými mezinárodními smlouvami.

Vízum

Vízum je povolení vydané státem, které za stanovených podmínek opravňuje cizince ke vstupu na jeho území a případně i k pobytu na něm.

Podmínky vyznačené ve vízu jsou především jeho **platnost**, **povolená doba pobytu**, **počet vstupů** a případně **územní platnost**.

Vízum má zpravidla podobu **vízového štítku vlepeného do cestovního pasu** nebo může být vydáno **v elektronické podobě**. Opravňuje jeho držitele ke vstupu a pobytu na území státu za podmínek stanovených tímto státem.

Podle délky povoleného pobytu se víza dělí na **krátkodobá** a **dlouhodobá**:

- **Krátkodobá víza** – často označovaná jako **schengenská víza**, opravňují k pobytu v schengenském prostoru. Mohou mít podobu **letištního průjezdního víza (typ A)** nebo **krátkodobého víza (typ C)**, které umožňuje pobyt v schengenském prostoru až na 90 dnů během jakéhokoli období 180 dnů.
 - a) **Letištní průjezdní vízum (typ A)** se uděluje cizincům čekajícím na navazující let v tranzitním prostoru mezinárodního letiště. Může být uděleno jako **jednosměrné** nebo **obousměrné**.
 - b) **Krátkodobá víza (typ C)** opravňují k pobytu v schengenském prostoru až na 90 dnů během období 180 dnů. Udělují se zejména za účelem turistiky, návštěvy rodiny či přátel, obchodní cesty, studia, vědeckého výzkumu, kulturních a sportovních aktivit, zaměstnání nebo za jiným oprávněným účelem.

SOUVISLOSTI

eDoklady – digitální prokazování totožnosti

Součástí digitalizace veřejné správy v České republice je **aplikace eDoklady**, která umožňuje **prokazovat totožnost pomocí mobilního telefonu**. Aplikace je **propojena s Identitou občana** a využívá údaje vedené ve státních informačních systémech. Digitální občanský průkaz lze využít na stále větším počtu úřadů a institucí, které jsou zapojeny do systému eDoklady.

Pozor, **používání aplikace nenahrazuje povinnost vlastnit platný občanský průkaz**. Před využitím aplikace je vhodné ověřit, zda daný úřad nebo instituce digitální občanský průkaz přijímá.

Digitální občanský průkaz v aplikaci eDoklady **zatím nelze používat jako cestovní doklad při cestách do zahraničí**. Pro cestování je i nadále nutné mít platný občanský průkaz nebo cestovní pas.



eDoklady

JAK JE TOMU VE SVĚTĚ?

Zelená karta

Možnost vyzkoušet si žít v zahraničí, konkrétně například odjet na nějakou dobu do Spojených států amerických a zde si prožít svůj vlastní americký sen, to je skutečnou tuhou řady lidí. Pro drtivou většinu z nich je to však sen nerealizovatelný, neboť imigrační politika Spojených států amerických je velmi přísná.

Jednou z možností, jak legálně dlouhodobě pobývat v USA, je získání tzv. **zelené karty**. Oficiálně jde o **kartu trvalého pobytu (United States Permanent Resident Card)**, která dokládá **status cizince s právem trvalého pobytu ve Spojených státech amerických**.

- Držitel zelené karty má právo na trvalý pobyt v USA a většinu práv spojených s bytem, **nená má však politická práva** (zejména právo volit a být volen).
- Držitel karty **může v USA pracovat, studovat a volně se pohybovat**, avšak **při dlouhodobém pobytu mimo USA může o status trvalého rezidenta přijít**.
- Má **přístup k většině veřejných služeb a systémů** (např. vzdělání, některé formy sociálního zabezpečení a zdravotní péče), ale rozsah závisí na konkrétních podmínkách a programech.
- Po splnění zákonných podmínek může zpravidla **po 5 letech trvalého pobytu požádat o udělení občanství USA (naturalizaci)**.



Mezinárodní turismus

Po prostudování této kapitoly poznáte:

- problematiku mezinárodního turismu z historického pohledu
- vlivy, které měly a mají podstatný vliv na formování mezinárodního turismu
- subjekty mezinárodního turismu
- hlavní integrační snahy a uskupení mající vliv na mezinárodní turismus
- regiony světového turismu

Podstata pojmu mezinárodní turismus

Mezinárodní turismus je forma cestovního ruchu, při níž dochází k překročení hranic národního státu.

Základní pojmy z oblasti světového turismu

V oblasti turismu, který probíhá v celosvětovém měřítku, je vhodné vymezit následující pojmy: **mezinárodní turismus**, **světový turismus** a **turismus světa**.

- **Mezinárodní turismus** – z hlediska územní realizace představuje pohyb účastníků turismu mezi státy. Jedná se o turismus překračující hranice jednotlivých zemí.
- **Světový turismus** – označuje souhrn veškerého mezinárodního turismu ve světě, tedy příjezdového (incomingového) i výjezdového (outgoingového) turismu.
- **Turismus světa** – zahrnuje veškerý turismus realizovaný na světě, tedy jak mezinárodní, tak domácí turismus.

Z hlediska subjektů na poli mezinárodního turismu je třeba vymezit tři základní pojmy: **turista**, **výletník** a **rezident**.

- **Turista** – v mezinárodním turismu je to osoba cestující do jiné země, než je země jejího obvyklého bydliště. Délka pobytu **nepřesahuje jeden rok** a zahrnuje **alespoň jedno přenocování**.
- **Výletník** – je jednodenním návštěvníkem destinace. Cestuje do jiné země, než je země jeho obvyklého bydliště, přičemž délka jeho pobytu **nepřesáhne 24 hodin** a během cesty **nedochází k přenocování**.
- **Rezident** – se rozumí osoba s obvyklým bydlištěm v dané zemi, která v ní zpravidla žije alespoň jeden rok před odjezdem do jiné země, ve které pak pobývá dobu kratší než jeden rok.

Rozvoj turismu v kontextu světové ekonomiky

Dílčí rozvoj turismu umožnila především změna ekonomických podmínek, kdy byla ve společnosti zaznamenána **zvyšující se potřeba vzdělávání, poznávání či rekreace**. Pro vývoj mezinárodního turismu tak bylo podstatné formování a vývoj světové ekonomiky spolu s charakterem mezinárodních ekonomických vztahů.

Hovoříme-li o **vzniku světové ekonomiky**, lze jej datovat do poslední třetiny 19. století, kdy dochází **vlivem vědeckotechnického pokroku** a společenských změn (především na evropském území) ke vzniku soukromého vlastnictví.

Vývoj světové ekonomiky může být rozdělen do základních pěti etap. V **první etapě**, kterou je možné časově vymezit obdobím mezi poslední třetinou 19. století a první světovou válkou, dochází ke vzniku, formování a rozvoji světové ekonomiky. **Druhou etapu** je možné datovat do období mezi světovými válkami, přičemž tato etapa je specifická meziválečnými problémy světové ekonomiky (světová hospodářská krize, hyperinflace).

Co se v kapitole dozvíte



Budete pak umět:

- pojednat o vývoji a vlivech, které ovlivňují rozvoj světového turismu
- popsat jednotlivé subjekty tvořící celý komplex světového turismu
- vyjmenovat nejvýznamnější uskupení mající vliv na formování a rozvoj mezinárodního turismu
- pojednat o nejvýznamnějších regionech světového turismu

Z DĚJIN

Historicky významné události mající vliv na rozvoj mezinárodní turistiky

- **1858 – Indie se stává britskou kolonií.** Velká Británie byla v té době jednou z nejvýznamnějších světových mocností v oblasti námořní dopravy. V souvislosti se zbudováním a otevřením Suezského průplavu (1869) se tak významně zkrátily námořní cesty do Indie a na Dálný východ.

- **1869 – Suezský průplav.** Člověkem uměle zbudované 195 km dlouhé propojení Středozemního a Rudého moře. Od tohoto okamžiku nebylo nutné absolvovat dlouhou plavbu kolem Afriky bouřlivými vodami kolem mysu Dobré naděje. Nedokázal jím proplout ty největší nákladní lodě a tankery, pro plavbu turistických lodí však představuje skvělé řešení, jak se v krátké době dopravit do vod Indického oceánu.



- **20. května 1927 – Charles Lindberg přeletěl bez mezipřistání Atlantický oceán.** Startoval se strojem **Spirit of St. Louis** z Long Islandu (Stát New York, USA) a po 35 hodinách a 30 minutách přistál v Paříži (Francie). V následujících letech a desetiletích se letectvo (zejména vojenské a posléze také dopravní) dynamicky vyvíjelo až do dnešní podoby. Pro mezinárodní turismus je **dopravní letadlo** nepostradatelným prvkem.

Historie letectví:
<https://youtu.be/afdlkHrc-Ao>

7:14 ; titulky



Asijsko-pacifický region

Asijsko-pacifický region zahrnuje zejména východní, jižní a jihovýchodní Asii, Oceánii a Tichomoří. Vyznačuje se vysokou dynamikou růstu mezinárodního turismu, díky níž v posledních letech překonal region Ameriky.

Významný podíl na růstu mají především subregiony východní a jihovýchodní Asie, zejména destinace jako **Japonsko, Jižní Korea a Malajsie**, spolu s rychle se rozvíjejícími trhy **Oceánie**.

Afrika

Afrika je z hlediska rozlohy největším světovým regionem, avšak z pohledu podílu na mezinárodním turismu patří mezi regiony méně významné. Region je v rámci metodiky UN Tourism vymezen v zásadě shodně s africkým kontinentem, přičemž některé severoafrické státy jsou často řazeny také do regionu **Blízkého východu**.

Pro region je typické relativně **vysoké tempo růstu**, ale také **značná míra nestability** (především vinou politické situace, případně náboženské netolerance). Hladomor, přístup k pitné vodě a extrémní chudoba jsou dalšími skutečnostmi bránícími rozvoji turismu. Řešení těchto četných problémů bude dlouhodobým procesem, a proto nelze v blízké budoucnosti očekávat zásadní změnu postavení Afriky v mezinárodním turismu. Mezi nejvýznamnější destinace z hlediska příjezdů je možné řadit **Egypt, Maroko, Jihoafrickou republiku a Tunisko**.

Blízký východ

Region Blízkého východu zahrnuje země, jako jsou **Izrael, Spojené arabské emiráty, Irák, Saúdská Arábie, Kuvajt, Sýrie, Libanon a další**.

Jedná se o region s vysokou dynamikou růstu mezinárodních příjezdů i příjmů z cestovního ruchu. Rozvoj turismu je zde často vnímán jako důležitá alternativa k ekonomice založené na těžbě fosilních paliv a nerostných surovin.

Mezi nejvýznamnější destinace patří zejména **Spojené arabské emiráty, Saúdská Arábie a Katar**. Některé destinace regionu jsou dlouhodobě ovlivněny **politickou a bezpečnostní nestabilitou**, která souvisí s místní konflikty a geopolitickým napětím. Tyto faktory mohou negativně ovlivňovat rozvoj cestovního ruchu i vnímání bezpečnosti jednotlivých destinací.

Trendy a inovativní směry ve světovém cestovním ruchu

V současném cestovním ruchu je stále více patrný **důraz na udržitelný rozvoj a inovace**. Odvětví reaguje na environmentální i sociální dopady turismu snahou o šetrnější využívání zdrojů, podporu ekologické dopravy a ochranu místních komunit. Zároveň se rozvíjí digitalizace a nové technologie, které zlepšují řízení návštěvnosti, personalizaci služeb a celkovou efektivitu cestovního ruchu.

Škodí stále turismus Benátkám?

<https://youtu.be/aHNWZO18ln8>

42:25 titulky



Udržitelný cestovní ruch v řeckých destinacích:

<https://youtu.be/l6jwNcRSm8>

4:40 titulky



Kostarika světovým centrem ekoturistiky:

<https://youtu.be/nkGRI-wmH2Q>

4:53 titulky



Turistický region východní Afrika:

<https://youtu.be/gyomJBXmhuY>

3:12 titulky



30 přírodních divů východní Asie:

<https://youtu.be/F9fy4qECw6U>

31:02 titulky



Další videa ke světovým regionům cestovního ruchu lze nalézt na **YouTube**, na cestovatelských profilech sociálních sítí – zejména **Instagramu** – nebo v popularizačních dokumentech. Při jejich vyhledávání mohou pomoci **nástroje založené na umělé inteligenci**. Uspadňují orientaci v dostupném obsahu a doporučují relevantní materiály podle tématu.

SOUVISLOSTI

Příjezdy dle účelu cesty

Světová turistická organizace OSN (UN Tourism) člení mezinárodní příjezdy hned z několika hledisek – jedním z vybraných je **účel cesty**. Podle účelu cesty jsou mezinárodní příjezdy členěny do tří kategorií, a to na segmenty:

rekreační, volnočasové a prázdninové cesty (1. segment), **obchodní cesty** (2. segment) a **návštěvy příbuzných, známých, náboženské a ostatní cesty** (3. segment).

Celosvětově je zhruba 50 % cest rekreačních, 15 % obchodních a 30 % cest je realizováno za účelem návštěvy příbuzných a známých. Trendem posledních let je snižování podílu

1. segmentu a naopak nárůst podílu
2. a zejména pak 3. segmentu.



▲ Římské Koloseum, jedna z velmi často navštěvovaných antických památek, cíl poznávacích a volnočasových cest návštěvníků z celého světa.

JAK JE TOMU VE SVĚTĚ?

„Turismus a politické a náboženské nepokoje – to nejde k sobě...“

V posledních letech ovlivňuje mezinárodní cestovní ruch **rostoucí bezpečnostní napětí v různých částech světa**. Vedle dlouhodobých konfliktů v některých zemích severní Afriky a Blízkého východu zasáhla evropský prostor zejména válka na Ukrajině.

Ta změnila zejména leteckou dopravu a přesměrovala turistické toky (ve smyslu na volby destinací v západní a jižní Evropě, které jsou vzdálenější od válečného konfliktu). Zvýšila ceny energií, což se promítlo jak do běžného života (zdražilo bydlení, potraviny), tak i do cestování.

Atraktivitu turistických destinací negativně ovlivňují ozbrojené konflikty, politická nestabilita, občanské nepokoje, teroristické útoky i humanitární krize. Mezi nejvíce zasážené regiony patří části Blízkého východu a Afriky, kde přetrvávají také náboženské konflikty. Turisté na tato rizika reagují velmi citlivě a často dávají přednost bezpečnějším destinacím. Vzhledem k tomu, že ekonomika mnoha států je významně závislá na příjmech z cestovního ruchu, mohou mít bezpečnostní problémy výrazné dopady nejen na návštěvnost, ale i na zaměstnanost a celkový hospodářský rozvoj těchto zemí.

