

Halina Kotíková

Nové trendy **v nabídce** **cestovního ruchu**

nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu

nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny

názorné příklady ze zahraničí i z České republiky

 **GRADA®**

Halina Kotíková

Nové trendy **v nabídce cestovního ruchu**

*nové produkty z hlediska motivace účastníků
cestovního ruchu*

nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny

názorné příklady ze zahraničí i z České republiky

Grada Publishing

Nakladatelství děkuje za podporu při vydání knihy katedře rekreologie
Fakulty tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci.

www.upol.cz

www.rekre.cz

Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Nové trendy v nabídce cestovního ruchu

Kniha je monografie

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 5362. publikaci

Odborná recenze:

Prof. RNDr. Tadeusz Siwek, CSc.

Doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.

Vydání odborné knihy schválila Vědecká redakce nakladatelství
Grada Publishing, a.s.

Odpovědná redaktorka Mgr. Olga Tesařová

Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 208

První vydání, Praha 2013

Vytiskla Tiskárna PROTISK, s.r.o., České Budějovice

© Grada Publishing, a.s., 2013

Cover Design © Eva Hradiláková

ISBN 978-80-247-4603-6

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

ISBN 978-80-247-8873-9 (ve formátu PDF)

ISBN 978-80-247-8874-6 (ve formátu EPUB)

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Obsah

0 autorce	9
Úvod	11

První část: Teoretická východiska

1 Cestovní ruch – vymezení základních pojmů

1.1 Definice cestovního ruchu	15
1.2 Cestovní ruch jako předmět výzkumu, nebo samostatná vědní disciplína? ..	18
1.3 Klasifikace cestovního ruchu	19

2 Trendy ve vývoji cestovního ruchu

2.1 Současné tendence ve vývoji cestovního ruchu	25
2.2 Masový a alternativní cestovní ruch	27

Druhá část: Nové produkty z hlediska motivace účastníků

3 Gastronomický (kulinářský) cestovní ruch (*Food tourism*)

3.1 Vymezení pojmů	37
3.2 Jídlo a pití jako součást cestovního ruchu	40
3.3 Členění kulinářského cestovního ruchu	43
3.4 Gastronomie na seznamu kulturního dědictví UNESCO	47
3.5 Podpora rozvoje gastronomického cestovního ruchu	49

4 Zdravotní (léčebný) cestovní ruch (*Medical tourism*)

4.1 Vymezení pojmu zdravotní cestovní ruch	53
4.2 Zdravotní cestovní ruch — motivy účasti	56
4.3 Problémy a perspektivy rozvoje zdravotního cestovního ruchu	59
4.4 Výsledky výzkumů zdravotního cestovního ruchu	60
4.5 Zdravotní cestovní ruch v České republice	62

5 Dobrodružný cestovní ruch (Adventure tourism)

5.1	Vymezení pojmu dobrodružný cestovní ruch	65
5.2	Členění dobrodružného cestovního ruchu	69
5.3	Organizovaný dobrodružný cestovní ruch	74

6 Temný cestovní ruch (Dark tourism)

6.1	Vymezení pojmu	79
6.2	Motivy účasti na temném cestovním ruchu na straně poptávky	80
6.3	Klasifikace temného cestovního ruchu na straně nabídky — produkty temného cestovního ruchu	81
6.4	Výsledky výzkumu v oblasti temného cestovního ruchu	87

7 Event turismus (Event tourism)

7.1	Vymezení pojmu event turismus	91
7.2	Klasifikace eventů v cestovním ruchu	93
7.3	Charakteristika eventů podle obsahu	98
7.4	Event turismus a event marketing v cestovním ruchu	110
7.5	Dopady eventů na destinaci cestovního ruchu	112

8 Dobrovolnický cestovní ruch (Volunteer tourism)

8.1	Vymezení pojmů	115
8.2	Vývoj dobrovolnického cestovního ruchu v České republice	117
8.3	Motivace účasti na dobrovolnickém cestovním ruchu	119
8.4	Negativní dopady dobrovolnického cestovního ruchu	121

9 Svatební cestovní ruch (Wedding tourism, Honeymoon tourism)

9.1	Vymezení pojmu	125
9.2	Svatební turismus — cesty za účelem uzavření sňatku	127
9.3	Svatební turismus — svatební cesty	128
9.4	Loučení se svobodou	129
9.5	Svatební turismus v České republice	130

10 Filmový turismus

10.1	Vymezení pojmu filmový turismus	131
10.2	Nabídka v oblasti filmového turismu	133
10.3	Typologie filmového turisty (účastníka filmového turismu)	136
10.4	Film jako efektivní nástroj marketingu destinace cestovního ruchu	137
10.5	Produkty filmového turismu	140

11 Vesmírný cestovní ruch

11.1	Vymezení pojmů	143
11.2	Historie vesmírného cestovního ruchu	144
11.3	Klasifikace vesmírného cestovního ruchu	145
11.4	Problémy vesmírného cestovního ruchu	148
11.5	Současnost a perspektivy vesmírného cestovního ruchu	148

Třetí část: Nové produkty z hlediska potřeb cílových skupin

12 Cestovní ruch seniorů a osob se zdravotním postižením

12.1	Senioři jako cílový segment cestovního ruchu	153
12.2	Segmentace seniorů jako cílové skupiny	153
12.3	Senioři jako účastníci cestovního ruchu — základní znaky	156
12.4	Marketingová komunikace a informační zdroje	158
12.5	Nové zájmy v cestovním ruchu seniorů	159
12.6	Omezení pro cestování seniorů	161
12.7	Cestovní ruch osob se zdravotním postižením	162
12.8	Podpora cestovního ruchu seniorů a osob se zdravotním hendikepem v Evropské unii a v České republice	165

13 Cestovní ruch zaměřený na segment LOHAS

13.1	Vymezení základních pojmů	169
13.2	LOHAS jako spotřebitelský segment	171
13.3	LOHAS a cestovní ruch	171

14 Cestovní ruch sexuálních menšin – LGBT tourism

14.1	Vymezení pojmů	177
14.2	Vývoj a současný stav LGBT turismu	178
14.3	Důvody růstu LGBT turismu	179
14.4	Organizace působící v oblasti LGBT turismu	180
14.5	Výzkumy v oblasti LGBT turismu	181

**15 Cestovní ruch „košer“ (Kosher tourism)
a „halal“ (Halal tourism)**

15.1	Košer turismus	183
15.2	Halal turismus	187

Závěr	191
--------------------	-----

Shrnutí	195
----------------------	-----

Summary	196
---------------	-----

Použitá literatura	198
---------------------------------	-----

Internetové zdroje	207
--------------------------	-----

O autorce

Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Vystudovala Fakultu ekonomiky služeb a cestovního ruchu v Banské Bystrici (1983). Titul Ph.D. získala v roce 2000. Pracovala v oblasti veřejného stravování a v cestovních kancelářích. Od roku 1995 působí na Univerzitě Palackého v Olomouci. Ve své pedagogické i odborné činnosti se zaměřuje na cestovní ruch a marketing. Několik semestrů přednášela cestovní ruch v Polsku a v Rakousku. Je autorkou učebních textů a odborných publikací s tematikou cestovního ruchu. Působí jako odborná konzultantka a lektorka v oblasti celoživotního vzdělávání, podílí se na řešení projektů Evropské unie zaměřených na vzdělávání v cestovním ruchu. Je členkou Komise cestovního ruchu Rady města Olomouc.

Úvod

Cestovní ruch se stal globálním fenoménem dnešní doby. Týká se téměř všech lidí – ať už vystupují v roli účastníků cestovního ruchu či v roli místního obyvatelstva v střediscích cestovního ruchu nebo v roli zaměstnanců služeb v oblasti cestovního ruchu. Dopady rozvoje cestovního ruchu jsou všeobecně známé a zejména pozitivní dopady jsou často neúměrně vyzdvihovány, na cestovní ruch se pohlíží jako na „panaceum“ – jakýsi „všelék“, který může vyřešit problémy rozvoje každého města, lokality či regionu. Téměř ve všech strategických rozvojových dokumentech na různých úrovních se hovoří o potřebě rozvíjet cestovní ruch a o potřebě podporovat jeho rozvoj. Ne každá destinace je ale schopna využít optimálně svůj potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Kniha *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* se zabývá aktuální situací na globálním trhu cestovního ruchu. Měla by být příspěvkem k diskuzi o budoucím směřování vývoje cestovního ruchu, o vytváření nových produktů, o uspokojování nových potřeb, o hledání nových cílových skupin.

Těžiště knihy spočívá v identifikaci nových trendů v nabídce cestovního ruchu, v poukázání na „výklenky“, které existují na současném trhu. Snaží se o komplexní přístup k předkládaným tématům – poukazuje nejen na pozitivní, ale i na potenciální negativní důsledky a kontroverzní otázky a problémy, které s sebou rozvoj nových produktů cestovního ruchu přináší.

Problematicke nových trendů a inovací v cestovním ruchu je v české odborné literatuře věnována pouze okrajová pozornost. Z toho důvodu byla základním předpokladem pro zpracování témat rozsáhlá sekundární analýza zahraničních pramenů. Jednalo se o nejnovější odborné knižní publikace a ve velké míře také o odborné články z recenzovaných zahraničních periodik, zejména *Annals of Tourism Research*, *International Journal of Tourism Research*, *Tourism Management* a řady dalších oborových časopisů podle témat jednotlivých kapitol.

Kniha je rozdělena do tří částí. První část se věnuje syntéze teoretických poznatků. Popisuje základní východiska týkající se definice a klasifikace cestovního ruchu. Obsahuje také problémovou otázku, zda cestovní ruch je samostatnou vědní disciplínou, nebo představuje možnost aplikací jiných vědních disciplín. Pozornost je věnována i rozdílům mezi masovým a alternativním

cestovním ruchem. Druhá část obsahuje přehled vybraných produktů cestovního ruchu, které jsou odrazem nových motivů účasti na cestovním ruchu. Jedná se o gastronomický (kulinářský) cestovní ruch, zdravotní cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, temný cestovní ruch, cestovní ruch na akce a události, dobrovolnický cestovní ruch, svatební cestovní ruch, filmový cestovní ruch a vesmírný cestovní ruch. Třetí část je zaměřena na nové produkty v nabídce cestovního ruchu s ohledem na potřeby různých cílových skupin. Jedná se o cestovní ruch seniorů a lidí se zdravotním postižením, cestovní ruch osob s menšinovou sexuální orientací, cestování muslimů a židů a cestovní ruch cílového segmentu LOHAS, který klade důraz na zdraví a zdravý životní styl. Každá kapitola obsahuje vymezení základních pojmů týkajících se příslušného tématu, podrobnější členění daného jevu, jeho vývoj a také konkrétní příklady, které ilustrují reálné využití v praxi. Publikace odpovídá multidisciplinárnímu chápání cestovního ruchu, což se projevuje v prolínání jednotlivých témat ve všech třech částech knihy.

Kniha *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* by měla sloužit odborníkům v cestovním ruchu jako možná inspirace pro tvorbu nových produktů a pro inovaci nabídky v cestovním ruchu. Při zpracování jednotlivých okruhů se ukázalo, jak existuje málo českých pramenů a publikovaných výsledků výzkumů v této oblasti. Kniha by proto mohla přispět i ke hledání nových směrů a témat dalších výzkumů v cestovním ruchu, zejména na vysokých školách.

První část:
Teoretická východiska

1 Cestovní ruch – vymezení základních pojmů

1.1 Definice cestovního ruchu

Pojem cestovní ruch je odvozen od slova cestování, ale je zřejmé, že oba pojmy se liší. Jestliže pod pojmem cestování rozumíme cesty spojené s přechodným pobytem na jiném místě, tak cestovní ruch je pojmem daleko širším. Obecně je možné konstatovat, že o cestovním ruchu (na rozdíl od cestování) mluvíme tehdy, když se cestování stává jevem masovým a je spojeno s poskytováním specifických služeb (ubytování, stravování, doprava a jiné), které zabezpečují specializované organizace. Pokud se budeme zabývat původem anglického slova *Tourism*, který je základem i pro současné označení *Tourismus* v němčině a mnoha dalších jazycích, zjistíme, že pochází z francouzského slova *Tour*, tedy cesta.

Z výše uvedeného vyplývá, že i když lidé cestovali od pradávna, cestovní ruch se začal rozvíjet teprve od poloviny 19. století. Snahy o přesné vymezení tohoto pojmu se datují na začátek 20. století a jsou spojené s rozvojem vzdělávání v cestovním ruchu a se vznikem cestovního ruchu jako teoretické disciplíny i jako předmětu výzkumů.

Začátek formování cestovního ruchu jako teoretické disciplíny je spojen se jmény Kurta Krapfa a Waltera Hunzikera, autory publikace *Grundriss der Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Tito švýcarští vědci jsou také autory jedné z prvních definic cestovního ruchu. Podle nich se jedná o „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hunziker a Krapf, 1942, 21). Tato definice posloužila jako východisko pro tzv. St. Gallenskou definici cestovního ruchu, přijatou na konferenci cestovního ruchu v St. Gallen v roce 1971: „Cestovní ruch je souborem vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani hlavním místem bydliště ani místem výdělečné činnosti“ (in Kopšo, 1979, 10).

Výše uvedená definice se stala oficiální definicí přijatou Mezinárodním sdružením expertů v cestovním ruchu AIEST (*Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme*). V této souvislosti je třeba zmínit definici cestovního ruchu, která vznikla v roce 1978 v tehdejší Československu

a jejímž autorem byl profesor Gúčik z Vysoké školy ekonomické v Bratislavě: „Cestovní ruch je formou uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka, ke kterému dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase“ (in Kopšo, 1979, 12). Poslední zmíněná definice stojí za povšimnutí především proto, že se nesnaží popsat cestovní ruch pouze jako určitý specifický jev, ale zdůrazňuje potřeby, které jsou během účasti na cestovním ruchu uspokojovány, čímž prezentuje moderní přístup blízký marketingovému pojetí.

Mezníkem při definování cestovního ruchu se stala konference Světové organizace cestovního ruchu (WTO) v Ottawě v roce 1991, kde byla naformulována definice cestovního ruchu, která byla následně přijata jako oficiální definice cestovního ruchu v roce 1993:

Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely. (Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998)

Definice WTO se liší od předchozích zejména tím, že nechápe cestovní ruch pouze jako volnočasovou aktivitu, ale vymezuje ho jako činnost lidí spojenou s cestováním a výslovně uvádí jako možný účel cestování kromě využití volného času i obchod a jiné motivy.

Je však nutné zdůraznit, že tato definice vymezuje cestovní ruch hlavně pro zpřehlednění a sjednocení mezinárodních statistik v cestovním ruchu, proto redukuje tento fenomén na „činnost lidí“ a nerozvíjí jeho další vazby. Z toho důvodu je v dalším textu uvedena podrobnější charakteristika tohoto pojmu.

Výkladový slovník cestovního ruchu definuje cestovní ruch jako „komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících na těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob,

kteří tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“ (Zelenka, Pásková, 2012, 83). Tato definice chápe cestovní ruch jako komplexní jev, který se týká jak účastníků cestovního ruchu (poptávky), tak cílového místa – destinace cestovního ruchu a stejně tak i poskytovatelů služeb, tedy nabídky cestovního ruchu.

V současné české odborné literatuře se používá oficiální termín cestovní ruch a jeho mezinárodní ekvivalent turismus. Ostatní termíny jako např. turistika či turistický ruch nejsou pro označení cestovního ruchu (angl. *Tourism*) terminologicky správné (Kotíková, 2009). Problém správné terminologie v oblasti cestovního ruchu a nesprávné používání pojmu „turistika“ zmiňuje i Nejdí (2012), který cestovní ruch charakterizuje jako „ekonomicko-sociální kategorii, resp. ucelený systém množství aktivit a vzájemných vazeb, které vytvářejí bohatě strukturovanou pavučinu, soubor vztahů a více či méně pevných a unikátních nebo širěji platných vazeb, přičemž tyto vzájemné vztahy a vazby se jednak opakují a mají všeobecnou platnost, jednak se jedná o vazby a vztahy jedinečné, odvislé od charakteristiky jednotlivých míst cestovního ruchu včetně sociální situace a času“ (Nejdí, 2012, 8). Stejný autor označuje turistiku jako pohybovou aktivitu spojenou s přesunem konkrétní osoby z jednoho místa na druhé, přičemž tento pohyb vyžaduje vynaložení vlastní energie, event. energie zvířat ovládaných přesouvající se osobou. Jedná se o uspokojování lidské potřeby zaměřené na vyžití prostřednictvím aktivního sportu, fyzického pohybu, který může být spojen i s novým poznáním (Nejdí, 2012).

V této publikaci budou používány pojmy cestování i cestovní ruch. Pojem cestování pro označení dočasných cest jednotlivců s určitým motivem, pojem cestovní ruch pro označení cestování s určitým motivem na omezenou dobu, které je doprovázeno poskytováním specifických služeb a vytvářením speciálních produktů, které poskytují zvlášť k tomu zřízené podnikatelské nebo i neziskové subjekty.

Výše uvedené vymezení vychází ze skutečnosti, že nemůžeme hodnotit cestovní ruch pouze jako jev, jako je tomu u definice WTO, ale musíme zohlednit i skutečnost, že cestovní ruch je důležitou součástí ekonomiky a významným společenským fenoménem. Vedle toho můžeme chápat cestovní ruch i jako označení pro teoretickou nebo vědeckou disciplínu.

1.2 Cestovní ruch jako předmět výzkumu, nebo samostatná vědní disciplína?

Přístup k cestovnímu ruchu jako oblasti vědeckého zkoumání nebyl jednotný ani v minulosti a není jednotný ani v současné době. Odborníci na mezinárodní úrovni se přou, zda je cestovní ruch vědeckou disciplínou či nikoli. Na jedné straně se prosazuje názor, že cestovní ruch je samostatnou vědeckou disciplínou. Jako argument se uvádí, že cestovní ruch splňuje obecně platná kritéria vědního oboru, jelikož používá přesně vymezený pojmový aparát, jeho dílčí části vytvářejí určitý konkrétní systém, je předmětem vzdělávání na všech úrovních – pregraduálního i postgraduálního, je také předmětem rozsáhlých výzkumů a v neposlední řadě existuje řada mezinárodních institucí a vědeckých společností, které se zabývají teorií cestovního ruchu a výzkumy v cestovním ruchu. V poslední době se můžeme setkat i se snahou o zavedení označení *tourismology* nebo *tourology* jako názvu nově vznikající vědní disciplíny. Je třeba ale poznamenat, že tyto pojmy se používají ojediněle jen v několika málo zemích světa, např. v Turecku a v Kazachstánu. Velká skupina odborníků a teoretiků cestovního ruchu však zastává opačný názor a přiklání se k tvrzení, že cestovní ruch není samostatným vědním oborem, ale je předmětem výzkumů řady jiných vědních oborů, např. geografie, ekonomie, psychologie, sociologie, antropologie apod. Tento postoj je podložen zejména argumentem, že cestovní ruch jako samostatný vědní obor nemá své vlastní výzkumné metody, které by byly typické právě pro něj. Tvrzení, že takovou metodou je metoda životního cyklu destinace od Butlera (1980), lze snadno vyvrátit, jelikož i tato metoda je pouhou aplikací metody hodnocení životního cyklu produktu. Tato skupina odborníků podtrhuje význam cestovního ruchu jako aplikační disciplíny. Shrnující přehledovou stať na téma cestovního ruchu jako samostatného vědního oboru publikovali v roce 2012 Frédéric Darbellay a Mathis Stock v odborném časopise *Annals of Tourism Research* pod názvem *Tourism as complex interdisciplinary research object*.

Je nesporné, že cestovní ruch (jakkoli bude vnímán jako samostatná vědní disciplína nebo prostor pro aplikaci jiných vědních oborů) má charakter výrazně průřezový. Vychází to ze samotné podstaty cestovního ruchu jako velmi složitého fenoménu, který má výrazně multidisciplinární/interdisciplinární charakter. V této souvislosti je na místě zdůraznit poněkud odlišný přístup některých autorů (např. Przeclawski, 1993), kteří akcentují rozdíl mezi