

**Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Ústav regionálních a bezpečnostních věd**

**Moderní technologie a jejich význam pro rozvoj
netradičních forem cestovního ruchu**

Bc. Renáta Hloušková

**Diplomová práce
2014**

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Renáta Hloušková**
Osobní číslo: **E12583**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Regionální rozvoj: Urbanismus**
Název tématu: **Moderní technologie a jejich význam pro rozvoj netradičních forem cestovního ruchu**
Zadávající katedra: **Ústav regionálních a bezpečnostních věd**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem práce je prozkoumat možnosti uplatnění nových technologií (např. geocachingu, QR kódů apod.) v rozvoji nových forem a produktů cestovního ruchu a jejich cílené uplatnění a potenciální význam pro rozvoj (vybraného) regionu.

Zásady:

- Rešerše odborné literatury a dalších pramenů.
- Stanovení cílů práce a hypotézy, volba metod.
- Cestovní ruch v regionu.
- Vliv cestovního ruchu na ekonomiku a politiku daného regionu.
- Moderní technologie ovlivňující cestovní ruch.
- Formulace závěrů.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: cca 50 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

BHATIA, A. K. The business of tourism: concepts and strategies. New Delhi: Sterling, 2006. ISBN 81-207-3118-2.

FORET, M., TURČÍNKOVÁ, J. Cestovní ruch. Vyd. 1. V Brně: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 2005. 106 s. ISBN 80-7157-838-X.

PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J. Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-807-3803-407.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, 768 s. ISBN 978-807-2018-802.



Vedoucí diplomové práce:

doc. Ing. arch. Vladimíra Šilhánková, Ph.D.

Ústav regionálních a bezpečnostních věd

Datum zadání diplomové práce: **1. října 2013**

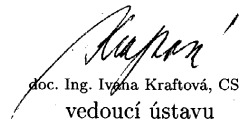
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2014**



doc. Ing. Renáta Myšková, Ph.D.

děkanka

L.S.



doc. Ing. Ivana Kraftová, CSc.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 1. října 2013

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 4. 2014

Bc. Renáta Hloušková

PODĚKOVÁNÍ:

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí práce doc. Ing. Arch. Vladimíře Šilhánkové, Ph.D. za její odbornou pomoc a cenné rady, které mi pomohly při zpracování diplomové práce. A dále bych ráda poděkovala organizacím, jež mi poskytovaly hodnotná data k potřebným analýzám.

ANOTACE

Diplomová práce „Moderní technologie a jejich význam pro rozvoj netradičních forem cestovního ruchu“ se zabývá popisem současného stavu cestovního ruchu v broumovském regionu a zároveň zhodnocením aktuálně využívaných moderních technologií v regionu. Pomocí dotazníkových průzkumů je zjišťováno možné uplatnění nových technologií v rozvoji nových forem a produktů cestovního ruchu a jejich význam pro rozvoj regionu.

KLÍČOVÁ SLOVA

Cestovní ruch, geocaching, QR kód, moderní technologie, Broumovsko

TITLE

Modern technologies and their meaning for the development of non-traditional forms of tourism.

ANNOTATION

The thesis „Modern technologies and their meanin for the development of non-traditional forms of tourism“ is description of the current state of tourism in broumovsky region and the evaluation of the currently used modern technologies in the region. Using questionnaire surveys investigated the possible application of new technologies and the development of new forms of tourism products and their importance for the development of the region.

KEYWORDS

Tourism, geocaching, QR code, modern technologies, Broumovsko

OBSAH

ÚVOD.....	11
1 CESTOVNÍ RUCH	13
1.1 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU.....	13
1.2 ÚČASTNÍK CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.3 SLOŽKY CESTOVNÍHO RUCHU	14
1.4 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	15
1.4.1 Druhy cestovního ruchu	16
1.4.2 Formy cestovního ruchu.....	17
1.4.3 Netradiční formy cestovního ruchu	18
1.5 PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU.....	19
1.6 MONITORING TURISMU ZEJMÉNA V ČR.....	20
1.6.1 Dělení statistického monitoringu.....	20
1.6.2 Organizace statistického monitoringu v ČR.....	21
2 CESTOVNÍ RUCH V REGIONU.....	22
2.1 PŘÍNOSY ČR PRO REGION	22
2.2 NEGATIVA ČR PRO REGION	23
2.3 UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	23
3 MODERNÍ TECHNOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU	25
3.1 PŘÍNOSY A NEGATIVA ZAVEDENÍ TECHNOLOGIÍ V CESTOVNÍM RUCHU	25
3.2 MODERNÍ TECHNOLOGIE	25
3.2.1 Moderní fotoaparát či kamerový systém	26
3.2.2 Letecká doprava.....	26
3.2.3 Internet.....	26
3.2.4 Mobilní datové technologie.....	27
3.2.5 Mobilní zařízení.....	28
3.3 VYUŽITÍ MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ	28
3.3.1 Foursquare	29
3.3.2 Geocaching.....	29
3.3.3 QR kódy	31
3.3.4 GEOFUN.....	33
4 CHARAKTERISTIKA REGIONU BROUMOVSKO	34
4.1 STRUČNÝ HISTORICKÝ VÝVOJ.....	34
4.2 POLOHA A ČLENĚNÍ REGIONU	35
4.3 DEMOGRAFICKÝ VÝVOJ A NEZAMĚSTNANOST	36
4.4 ATRAKTIVITY TURISMU	37
4.5 DOPRAVNÍ DOSTUPNOST	39
4.6 MATERIÁLNĚ TECHNICKÁ ZÁKLADNA PRO CESTOVNÍ RUCH.....	41
4.6.1 Organizace podporující ČR v regionu	43
5 ANALÝZA VYUŽITÍ MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ PRO CESTOVNÍ RUCH NA BROUMOVSKU	45
5.1 SOUČASNÉ ROZŠÍŘENÍ FOURSQUARE APLIKACE.....	45
5.2 ZHODNOCENÍ QR KÓDŮ V REGIONU	46
5.2.1 Optimálně zpracovaná zastavení	47
5.2.2 Kostel sv. Barbory v Otovicích a kostel sv. Anny ve Vižňově	47
5.2.3 Kostel sv. Prokopa v Bezděkově.....	48
5.2.4 Kostel sv. Máří Magdalény v Božanově a Kostel sv. Václava v Broumově	48
5.2.5 Kaple Panny Marie	49
5.2.6 Statistické údaje o stezce	49
5.2.7 Závěrečné zhodnocení QR stezky	50
5.3 SROVNÁNÍ STEZKY A GEOCACHINGU	51

6	VLIV MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ NA CESTOVNÍ RUCH NA BROUMOVSKU.....	53
6.1	GEOCACHING	53
6.1.1	Návštěvnost respondentů na Broumovsku	56
6.2	ZNALOST A VYUŽÍVÁNÍ MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ	57
6.2.1	Návštěvnost respondentů na Broumovsku	61
6.2.2	Potenciál využití moderních technologií u věkové skupiny do 25 let	62
6.3	EKONOMICKÉ VYČÍSLLENÍ PŘÍNOSU VYUŽITÍ MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ.....	63
6.3.1	Návrh na novou atraktivitu cestovního ruchu v regionu - geocaching	64
ZÁVĚR.....	69
POUŽITÁ LITERATURA	72
SEZNAM PŘÍLOH.....	76

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Druhy bezdrátové a mobilní technologie skupiny WWAN v ČR.....	28
Tabulka 2: Průměrný počet uživatelů geocachingu z ČR za měsíc v letech 2000 – 2013	30
Tabulka 3: Vliv ročního období na aktivitu uživatelů geocachingu za rok 2011 – 2013.....	31
Tabulka 4: Počet obyvatel od roku 2002 až 2013 (k 1. 1. daného roku).....	36
Tabulka 5: Vývoj nezaměstnanosti 2003 – 2012 (k 1. 1. daného roku).....	37
Tabulka 6: Četnost autobusových spojů ve městě Broumov.....	40
Tabulka 7: Četnost vlakových spojů ve městě Broumov	40
Tabulka 8: Počet ubytovacích zařízení a příjezdů hostů za roky 2004 – 2013	41
Tabulka 9: Teoretická naplněnost ubytovacích zařízení	42
Tabulka 10: Stravovací zařízení v obcích na Broumovsku	43
Tabulka 11: Foursquare body broumovské skupiny kostelů	45
Tabulka 12: Kostely s optimálně umístěným QR kódem.....	47
Tabulka 13: Kostel sv. Barbory a kostel sv. Anny	48
Tabulka 14: Kostel sv. Prokopa.....	48
Tabulka 15: Kostel sv. Máří Magdalény a Kostel sv. Václava	48
Tabulka 16: Kaple Panny Marie	49
Tabulka 17: Počty načtení QR kódu na stezce Broumovská skupina kostelů.....	50
Tabulka 18: Porovnání počtů nálezců či přihlášení (1. 7. – 31. 8. 2013)	51
Tabulka 19: Počty osob na keších kostelů.....	51
Tabulka 20: Žebříček druhů keší dle oblíbenosti	53
Tabulka 21: Porovnání návštěvnosti Broumavska za účelem odlovu.....	57
Tabulka 22: Využívání QR kódů.....	59
Tabulka 23: Vlastnictví moderních technologií	60
Tabulka 24: Monitoring Czechtourism – průměrné výdaje na osobu a den v regionu	64
Tabulka 25: Okruhy geocachingové série	64

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Vybrané druhy a formy cestovního ruchu	15
Obrázek 2: Druhy cestovního ruchu dle místa realizace	16
Obrázek 3: Předpoklady cestovního ruchu.....	19
Obrázek 4: Členění mikroregionu Broumovsko.....	35
Obrázek 5: Regionální značka produktu - Broumovsko	39
Obrázek 6: Mapa stezky Broumovská skupina kostelů.....	46
Obrázek 7: Navrhovaný okruh č. 1	65
Obrázek 8: Navrhovaný okruh č. 2.....	66
Obrázek 9: Navrhovaný okruh č. 3.....	67

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Vývoj průměrného počtu aktivních uživatelů geocachingu z ČR.....	30
Graf 2: Vliv ročního období na aktivitu uživatelů za roky 2011 – 2013.....	31
Graf 3: Vývoj počtu obyvatel od roku 2002 až 2013 (k 1. 1. daného roku).....	36
Graf 4: Vývoj počtu načtení QR kódů na stezce Broumovská skupina kostelů.....	50
Graf 5: Účast na geocachingu (individuální nebo kolektivní).....	54
Graf 6: Využívání stravovacích a ubytovacích zařízení při odlovu keše	54
Graf 7: Vliv FP (body oblíbenosti) na výběr lokality.....	55
Graf 8: Vliv série keší a FP bodů na atraktivitu lokality pro účastníky geocachingu	55
Graf 9: Porovnání návštěvnosti na Broumovsku a návštěvnosti za účelem odlovu keše.....	56
Graf 10: Věková struktura respondentů.....	58
Graf 11: Geografické rozložení respondentů.....	58
Graf 12: Znalost moderních pojmů z oblasti cestovního ruchu	59
Graf 13: Zdroj znalosti technologií Munzee a Geocachingu.....	60
Graf 14: Návštěvnost Broumovského regionu respondenty.....	61
Graf 15: Graf návštěvnosti obcí na Broumovsku	61
Graf 16: Znalost moderních pojmů z oblasti cestovního ruchu ve věkové skupině do 25 let..	62
Graf 17: Vlastnictví moderních technologií a možné použití ve věkové skupině do 25 let.....	63
Graf 18: Vývoj počtu logů na sérii PJH od publikace do února 2014.....	67

SEZNAM ZKRATEK

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EDGE	Enhanced Data rates for GSM Evolution
EU	Evropská unie
GPS	Global Positioning System (satelitní navigační systém)
HSDPA	High-Speed Downlink Packet Access
IC	Informační centrum
ICT	Informační a komunikační technologie
LBS	Location Based Service (Služby založené na lokaci)
LTE	Long Term Evolution
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
QR	Quick Response
ROP	Regionální operační program
TIC	Turistické informační centrum
UMTS	Universal Mobile Telecommunications Standard
ÚSC	Územní samosprávný celek
WWAN	Wireless Wide Area Network
ŽP	Životní prostředí

ÚVOD

Cestovní ruch se v posledních letech stává neodmyslitelnou částí životního stylu, a tím i stále podstatnější částí ekonomiky, díky značné přidané hodnotě, kterou přináší společnosti. Od roku 1989 prochází cestovní ruch progresivními změnami a stává se nejdynamičtěji se rozvíjejícím odvětvím ekonomiky regionů.

Moderní technologie, zejména oblast informačních technologií, jsou neustále se vyvíjejícím odvětvím a postupem času se nové technologie stávají součástí našeho každodenního života. Podobně tomu je i u začlenění moderních technologií do cestovního ruchu. Technologie v první řadě mění způsob a podmínky realizace služeb cestovního ruchu, a v posledních letech se prosazuje zejména mnoho trendů zaměřených na prožitek a způsob cestování turistů.

Diplomová práce má za cíl prozkoumat možnosti uplatnění nových technologií (např. geocaching, QR kódy apod.) v rozvoji nových forem a produktů cestovního ruchu a jejich cílené uplatnění a potenciální význam pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Broumova.

Broumovsko je známé jako krajina barokních památek a pískovcových skal, ale je zároveň ovlivněné řadou negativních historických událostí, které přivedly regionu do stavu, v jakém se dnes nachází. Jedním z důvodů, proč byl vybrán tento region, je možný úspěch ve zlepšení regionu jako celku při zvýšení cestovního ruchu, ale také aktivita místních organizací a snaha změnit současnou situaci. Zde vznikl i nápad zabývat se jedním z hlavních odvětví, jež může regionu pomoci, tedy cestovním ruchem. Vzhledem k bližší znalosti využívání moderních technologií v cestovním ruchu se práce zaměří na vliv a možné využití těchto technologií v regionu.

Prvotním úkolem je obecně charakterizovat poznatky z oblasti cestovního ruchu, jeho vlivu na region a propojení moderních technologií a jejich využití v turismu. Poté práce přejde ke konkrétní analýze cestovního ruchu na území Broumova. Součástí analýzy bude i terénní šetření stávajícího využití moderních technologií a zhodnocení jejich využívání, opírající se o jedinečnou turistickou atraktivitu v České republice, a to Broumovskou skupinu kostelů, kde je možné zaznamenat řadu způsobů využití moderních technologií. Zásadní částí analýzy využívání moderních technologií v cestovním ruchu budou dvě dotazníková šetření. Jeden z dotazníků je zaměřen na geocaching jako moderní trend v turismu a jeho využití a vliv

na cestovní ruch v regionu a druhý je orientován na obecnou znalost využití moderních technologií v turismu, ale i samotnou možnost jednotlivce se zapojit do jejich využívání.

Závěrečnou část práce tvoří konkrétní návrh a doporučení pro region Broumova ohledně zvýšení atraktivity území za pomoci geocachingu a následné vyčíslení ekonomického vlivu tohoto návrhu na základě komparace s podobnými aktivitami v jiných regionech. Součástí je i zhodnocení zájmu o návrh v samotném regionu.

Pro zpracování této diplomové práce je stěžejní komunikace s různými organizacemi a jejich spolupráce ohledně poskytování dat. Jedná se hlavně o organizace účastnící se na procesu začleňování moderních technologií do cestovního ruchu, a to oficiální veřejné instituce i soukromé organizace. Metody použité v této práci jsou zejména: analogie, analýza, dedukce, deskripce, dotazování, komparace, literární rešerše a syntéza.

1 CESTOVNÍ RUCH

O cestovním ruchu jak ho známe dnes, mluvíme od poloviny 19. století, ale pokusy o jeho přesné vymezení se datují k počátkům 20. století. Zprvu je nutné odlišit pojem cestování a cestovní ruch, kdy pod pojem cestování zahrnujeme přechodný pobyt na jiném místě. Cestovní ruch je oproti tomu širší pojem, o kterém lze mluvit až v momentě, kdy se cestování stává jevem masovým a je spojen s poskytováním specifických služeb. [20]

Zejména v posledních letech se cestovní ruch stává jedním ze základních odvětví, které ovlivňuje ekonomické, sociálně-kulturní, ale i environmentální stránky regionu či státu. CR jako fenomén poslední doby nese řadu pozitiv, ale i negativ, i přesto je významnou součástí hospodářského rozvoje v řadě států. CR nabývá nejen významu regionálního a národního, ale s rozvojem technologií i významu mezinárodního a to z několika důvodů [27]:

- jedná se o dobrovolnou činnost (CR není základní potřebou člověka)
- CR je důležitou součástí tempa růstu pro mnoho států,
- CR přináší více pracovních příležitostí (vláda vidí CR jako příležitost),
- CR jako jedna z částí pro hodnocení kvality života,
- právní zakotvení CR (nárok na dovolenou, která je často využívána k turismu),
- snižování cen letů (cestuje širší okruh obyvatel),
- platební možnosti v zahraničí (kreditní karty, společná měna aj.),
- snazší organizace a rezervace (internet).

1.1 Definice cestovního ruchu

Určit jednoznačnou a jasnou definici cestovního ruchu, která by obsahovala vše podstatné je při takto obsáhlém pojmu asi nemožné, proto v následujících odstavcích bude poukázáno na několik definic tohoto slovního spojení, ať už oficiálních slovníkových nebo různých vymezení cestovního ruchu z jiných literárních zdrojů.

V poslední době se spojení slov cestovní ruch začíná nahrazovat slovem turismus. Oba dva pojmy lze pokládat za totožné a v této práci budou často dále nahrazovány zkratkou CR.

Výkladový slovník cestovního ruchu udává, že CR je komplexní společenský jev, který je považován za „*souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro ÚCR včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby*

nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity, ekosystému na uvedené aktivity.“ [43]

Světová obchodní organizace (WTO) definuje CR jako „*dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, ne déle než 1 rok, zpravidla ve volném čase za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi*“.

Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu (AIEST) chápe CR jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“ . [33]

Jiný zdroj pohlíží na CR z dvou hledisek. První jako uspokojování potřeb (oblast spotřeby) a druhé jako oblast podnikatelských příležitostí jako významnou součást ekonomiky společnosti. Tzn., že CR lze chápat jako mnohostranný společenský ekonomický jev. Toto pojetí CR dle Ryglové je pro tuto práci nejužitečnější nadále bude chápán zejména takto. [33]

1.2 Účastník cestovního ruchu

Za účastníka turismu je považována každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž důvodem k cestě není výdělečná činnost. [42]

Pro správné pochopení pojmu účastník, je nezbytné uvést rozdíl mezi jím a návštěvníkem, neboť návštěvník dle UNWTO je vymezen jako účastník turismu podnikající cestu do hlavní destinace mimo své běžné životní prostředí na dobu neurčitou, nicméně kratší než jeden rok a za účelem jiným než zaměstnáním. [29]

1.3 Složky cestovního ruchu

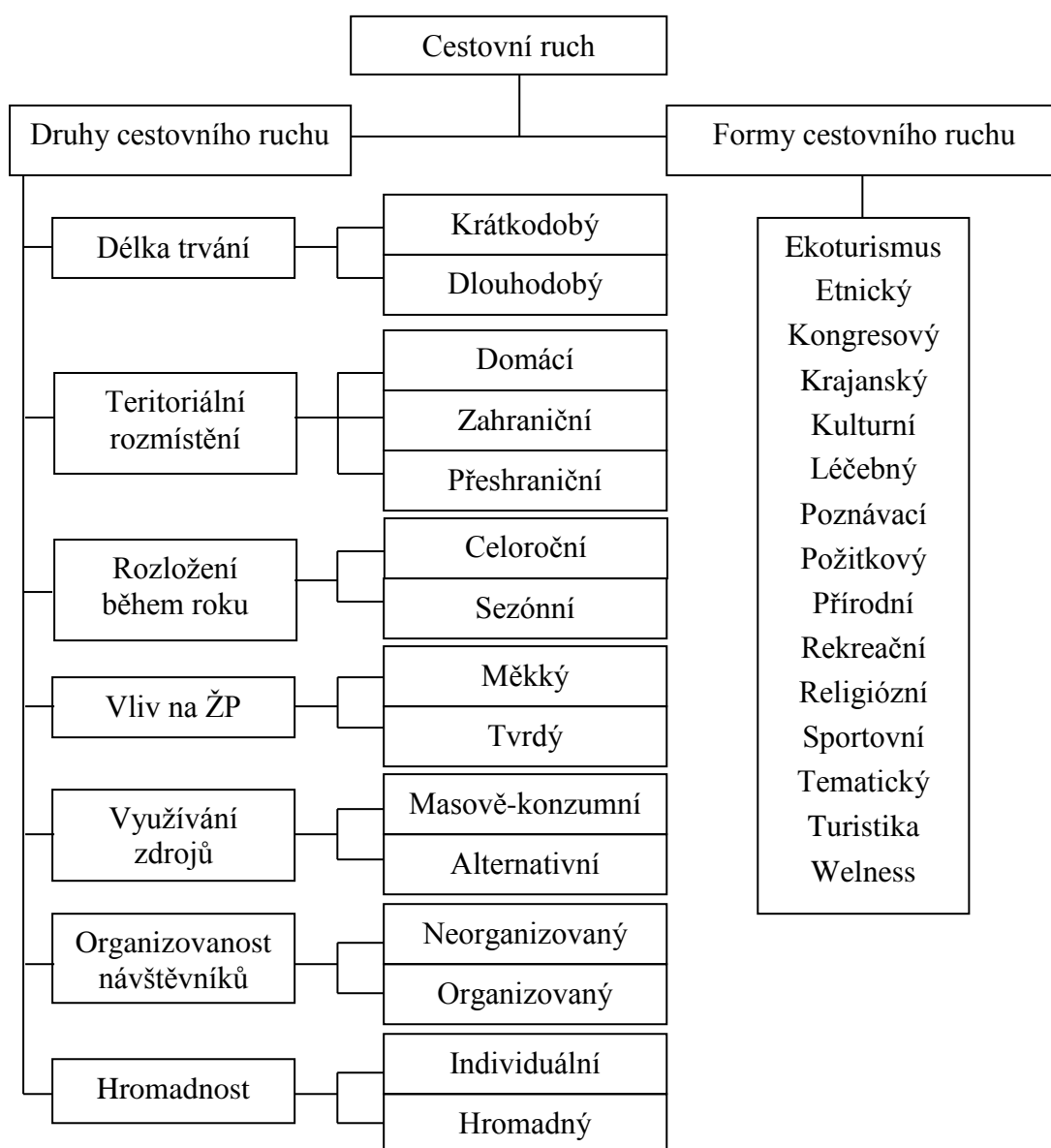
Podobně jako na jiných trzích, je na trhu nabídky a poptávky v turismu možnost najít různé subjekty a objekty, vyznačující se různými potřebami.

Za subjekty jsou v případě turismu považovány teoreticky stejné subjekty jako v obecné ekonomii. Prvotně jde o domácnosti, které díky turismu uspokojují řadu svých vyšších potřeb. CR by ale nefungoval bez firem jako dalšího subjektu, který zastupuje produkci služeb a výrobků zaměřenou na účastníky turismu. Posledním subjektem je stát, jenž má specifické postavení, přichází na trh zejména s cílem ovlivnit ho, odstranit negativní dopady, ale i stimulovat dopady pozitivní. Do kategorie subjektů lze zařadit i tzv. zprostředkovatelské subjekty, pod které zahrnujeme cestovní kanceláře a agentury, které usnadňují vztah mezi nabídkou a poptávkou na trhu CR. [28]

Objekt, jinak řečený jako prostředek směny mezi subjekty. Jedná se jak o statky v podobě služeb, které jsou rozhodujícím předmětem na trhu turismu tak o statky hmotné v podobě různých druhů zboží, které tvoří určitý doplněk k službám. Za objekt turismu je považována i řada volných statků, které vytváří atraktivní stránku lokality a lákají k navštívení. [28]

1.4 Typologie cestovního ruchu

Jednou ze základních vlastností CR je uspokojování potřeb, zejména potřeba poznání, změny, relaxace, nových sociálních kontaktů aj. Na základě různých potřeb lze oblast cestovního ruchu dělit do různých forem a druhů. Typologizace CR je velice obtížná, zejména z důvodů překrývání se různých forem CR nebo označování stejného jevu různými termíny.



Obrázek 1: Vybrané druhy a formy cestovního ruchu

Zdroj:[42]

1.4.1 Druhy cestovního ruchu

Třídění na druhy CR je stanoveno dle několika kritérií, jak je možné vidět na obrázku 1. Dále v textu budou popsány nejdůležitější z nich. Jednotlivé druhy se navzájem překrývají a velice často nastávají zároveň. [42]

Za krátkodobý CR je považován pobyt v místě do tří přenocování, naopak dlouhodobý nad tři přenocování. [33]

Teritoriální rozdělení nebo také jinak členění dle místa realizace CR, nám nejlépe znázorňuje obrázek 2 níže. Za domácí CR je považováno cestování osob trvale sídlících v zemi a cestujících uvnitř hranic tohoto státu. Naproti tomu při zahraničním CR dochází k překročení hranic jednoho či více států. Zde se jedná jak o výjezdový CR (pasivní), který je spojen s výjezdy osob z tuzemska do zahraničí a příjezdový CR (aktivní), který je spojen s příjezdy osob ze zahraničí do tuzemska. V řadě destinací dochází také k tranzitivnímu CR, kde se jedná o průjezd cestujících přes území projížděného státu do jiného cílového státu, zpravidla bez přenocování, řadíme sem i pohyb cestujících v letištním prostoru při mezipřistání. Do této doby uvedené teritoriální druhy lze shrnout do 3 základních kategorií [33]:

- vnitřní CR (zahrnuje domácí CR, aktivní CR)
- národní CR (zahrnuje domácí CR, pasivní CR)
- mezinárodní CR (veškerý CR – aktivní i pasivní CR).



Obrázek 2: Druhy cestovního ruchu dle místa realizace

Zdroj: [33]

Další možné dělení je na základě organizovanosti návštěvníků (způsobu účasti), kdy rozlišujeme CR organizovaný, kdy je cesta a pobyt zajištěna zejména cestovní kanceláří nebo jiným zprostředkovatelem a neorganizovaný, kdy si služby volí účastník sám. [33]

Podle počtu účastníků dělíme CR na individuální, kdy se turista účastní CR sám, popř. s rodinou a kolektivní (hromadný), kdy je CR spojen s účastí více osob (skupinový, masový, rodinný). [33]

Dalším členěním je na tvrdý a měkký turismus, z pohledu k životnímu prostředí. Tvrdý turismus nebere ohled na svůj vliv na environmentální, sociální i kulturní vnější prostředí (zejména v případě masového turismu). Měkký turismus se naopak snaží uvědoměle a šetrně chovat k prostředí, v němž je realizován a vede tak k trvale udržitelnému rozvoji CR. [33]

Rozdíl mezi celoročním a sezónním turismem je zcela zřejmý. Zatímco celoroční CR probíhá zejména ve formě městské či kongresové a služební, sezónní CR probíhá v určitém časově vymezeném období, zejména forma letní a zimní. Sezónní CR, je obdobím s vysokou koncentrací návštěvnosti místa a tím i maximální nabídkou služeb. [33][42]

Využívání zdrojů, jako jedno ze zásadních dělení pro ekonomiku, dělí CR na masový a alternativní. Masový turismus se vyznačuje cestováním velkých skupin, kdy jsou hromadně využívána ubytovací a stravovací zařízení, ale i dopravních prostředků. Oproti tomu alternativní turismus je uskutečňován nejčastěji v malých skupinkách, respektujících životní styl, potřeby a zvyklosti místní komunity. [42]

V rámci turismu existuje nespočet členění, dalšími jsou např. dle způsobu financování (volný a vázaný), dle cíle cesty, podle použitého prostředku, dle destinace, způsobu ubytování a mnoho dalších. [33]

1.4.2 Formy cestovního ruchu

Klíčovým kritériem pro různé formy CR je motivace návštěvníka. Základními motivacemi obvykle jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi. Dále blíže rozeberu jen některé z forem, neboť jich existuje nepřehledné množství a často dochází k překrývání jednotlivých forem. [42]

V ČR je velmi oblíbená forma CR rekreační, která přispívá k regeneraci a reprodukci fyzických a duševních sil člověka. Realizuje se nejčastěji v prostředí vody, lesů a hor. Může jít např. o chataření a chalupaření. [33]

Dalším příkladem je sportovní turismus, který využívá zájmu lidí o aktivní odpočinek či aktivní účast na sportovních událostech (aktivní sportovci), ale obsahuje i organizování pasivní účasti na sportovních akcích (diváci). [33]

V oblasti ČR se díky geologickým podmínkám a řadě lázeňských měst lze často setkat s lázeňským či léčebným turismem, jenž využívá přírodní léčivé zdroje a je zaměřen na léčbu,

prevenci a relaxaci. Díky dlouholeté tradici je lázeňství jednou z klíčových forem CR v ČR. [33][42]

Posledním příkladem formy turismu bude pro naše území též velice významná oblast, a to kulturní CR, který je cílená na poznávání historie, kultury, tradic či zvyků. Motivem pro účastníky je zejména poznání (poznávací turismus). Cílem návštěvníků jsou zejména různé kulturní akce nebo historické stavby jako hrady a zámky. [42]

Příkladem dalších forem je např. cestovní ruch etnický, kongresový, tematická, mládežnický, seniorů, cykloturistický, nákupní, karavanový a mnoho dalších.

1.4.3 Netradiční formy cestovního ruchu

Vedle klasických forem CR jako je turistický, rekreační nebo poznávací, které jsou celkem běžně známé, existují i formy netradiční, ale s postupně vzrůstající oblibou a potenciálem pro další rozvoj.

Jako první příklad je uveden temný turismus, který se zaměřuje na místa spojená se smrtí a utrpením, místa bitev, koncentračních táborů či velkých katastrof (jako Alcatraz či Osvětim). Jedná se tedy o formu turismu v zásadě pozitivní, kdy jsou návštěvníci, zasaženi určitou mírou vzdělání a prožitku. [42]

V současné době se velmi oblíbeným stává tzv. dobrodružný turismus, jehož hlavním rysem je neočekávanost, neexistence pevně daného programu, určitá míra rizika a nebezpečí. Typické pro tuto formu je horolezectví, vysokohorská turistika, různé adrenalinové sporty a mnoho dalších. O oblíbenosti svědčí i rostoucí počet nabízených produktů a služeb v této oblasti. [42]

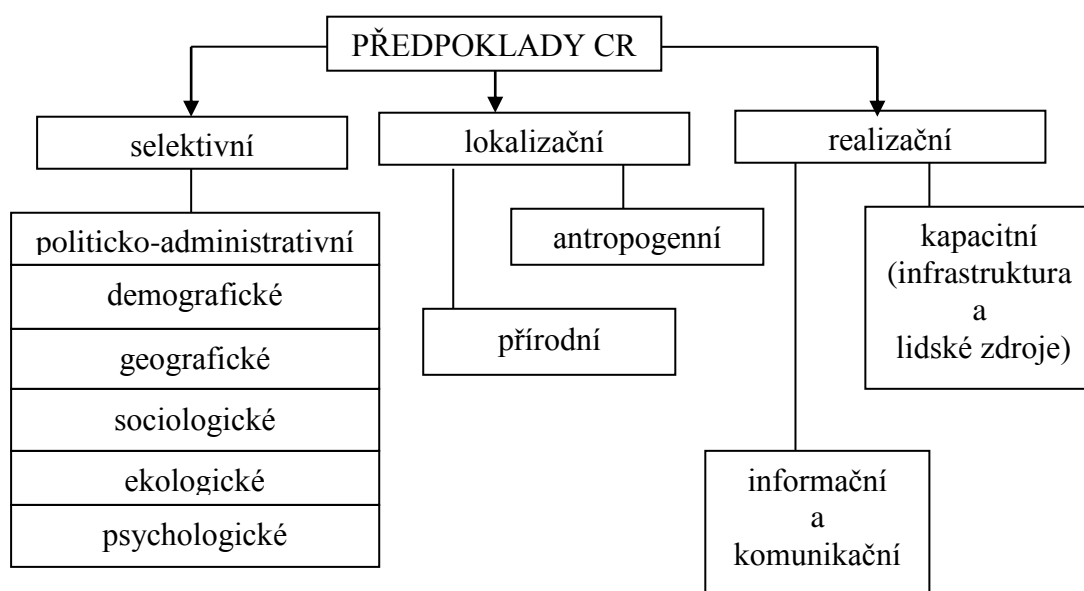
Gastronomický turismus neboli gurmánský či kulinářský cestovní ruch je chápán jako nedílná součást kultury daného území a v posledních letech se stává hlavním motivem navštívení některých destinací (např. oblast Pálavy v ČR). Přestavuje takovou formu turismu, kde hlavním motivem jsou kulinářské zážitky, ať už formou účasti na specializovaných akcích či seznámením se s gastronomickými tradicemi přímo v dané destinaci. [20]

K relativně novým formám CR řadíme i filmový turismus, který vznikl jako reakce na zvyšující se popularitu filmového průmyslu a částečně začal nahrazovat literární turismus. Nejčastějším motivem navštívení míst známých z filmu, je zejména porovnání filmových scén s reálnými místy. S filmovým turismem je spjato i navštěvování filmových festivalů či návštěva filmových studií. V České republice se filmový cestovní ruch vyskytuje spíše méně a spjatý právě s festivaly a některými hrady a zámky. [20]

Vesmírný turismus jako jeden z nejnovějších a nejnáročněji se rozvíjejících turismů je definován jako organizované cestování do vesmíru, které zajišťuje za úplatu vysoce specializovaná organizace disponující špičkovou technikou pro tuto činnost. Do dnešního dne navštívilo vesmír pouze 7 turistů. Zde je vidět, že nelze pokládat vesmírný turismus v žádném případě za masový, nicméně, do budoucna lze očekávat zvyšující se počet návštěvníků a rozvoj odvětví vesmírného turismu, který nezahrnuje pouze samotné cesty do vesmíru, ale i vesmírná muzea či speciální parky, kde lze zažít simulace letu do vesmíru apod. [20]

1.5 Předpoklady cestovního ruchu

Jedná se o souhrn přírodních a antropogenních aspektů, které ovlivňují realizaci CR. Jinak řečeno se jedná o činitele ovlivňující rozvoj turismu z ekonomického a geografického hlediska. Souhrnný pohled na předpoklady (činitele) nám ukazuje obrázek 3.



Obrázek 3: Předpoklady cestovního ruchu

Zdroj: [42]

Selektivní neboli stimulační faktory podporují vznik a v současné době zejména rozvoj cestovního ruchu na straně poptávky. Spadají sem předpoklady politicko-administrativní, jež jsou určitým souborem legislativních podmínek v turismu, ale i obecnou situací v oblasti jako politická stabilita, kriminalita, volný pohyb osob a kapitálu aj. Demografické faktory zahrnují různé skutečnosti od počtu obyvatel, přes ekonomickou aktivitu až k urbanizaci, ale podstatnou je považovat lidský faktor nejen jako pracovní sílu v turismu, ale i jako účastníka CR. Stránku ekologickou je nutno brát spíše z opačného hlediska, kdy masový turismus může ohrozit udržitelnou kvalitu životního prostředí a tím vést k demarketingu, který se snaží snížit

poptávku po destinaci. Psychologické vlivy souvisí zejména s chováním účastníka turismu, který je ovlivňován různými faktory jako motivace, vnímání, učení či postoje. [33]

Pod lokalizační předpoklady většinou zahrnujeme přírodní předpoklady k CR jako reliéf či strukturu oblasti, ale i klima, vodstvo, kvalitu vzduchu či faunu a flóru a dále kulturně municipální faktory, jenž jsou vytvořeny lidmi jako lidové tradice či umění. [42]

Realizační podmínky dominují v konečné fázi různých forem cestovního ruchu. V první řadě se jedná o infrastrukturu dopravní, která umožní dostupnost území a využívání materiálně-technické základny jako ubytovací či stravovací zařízení, sportovní či rekreační zařízení aj. [33][42]

1.6 Monitoring turismu zejména v ČR

Podobně jako v jiných odvětvích i v turismu dochází k sledování a vyhodnocování vybraných veličin a ukazatelů v prostoru a v čase. V poslední době je využívána zejména řada indikátorů, v cestovním ruchu zaměřených zejména na kvantitativní monitorování toků. Díky vývoji technologií lze většinu kvantitativního monitoringu provádět automaticky pomocí fotoelektrických, magnetických, tlakových či mechanických čítačů, turniketu nebo kamerového systému. Kvalitativní monitoring je oproti tomu složitější a probíhá zpravidla na základě dotazníkových šetření či řízených rozhovorů. K monitorování toků návštěvníků lze využít i různými způsoby mobilních telefonů. [42]

Nejpodstatnější v oblasti turismu je monitoring návštěvníků a jejich dopravních prostředků a to kvantitativní i kvalitativní. Data získaná zejména z kvantitativního monitorování slouží dále pro plánování rozvoje dopravních a všech druhů turistických stezek. Zatímco kvalitativní výzkum nám přináší spíše informace o profilu návštěvníků (věk, pohlaví, vzdělání aj.) a spokojenosti návštěvníků s poskytovanými službami a infrastrukturou. [42]

1.6.1 Dělení statistického monitoringu

Statistický monitoring můžeme dělit dle několika hledisek do 3 základních skupin. Pro nás je nejdůležitější dělení dle využití metody monitoringu, která zahrnuje následující druhy [28]:

- monitoring založený na dotazování účastníků turismu,
- monitoring využívající dotazování poskytovatelů a zprostředkovatelů služeb,
- monitoring vycházející z metody pozorování.

Další dělení monitoringu lze podle typu turismu (aktivní, pasivní, domácí aj.) či podle předmětu sledování (monitoring nabídky, poptávky, ekonomických efektů).

Monitoring v ČR se potýká s řadou problémů, zejména v oblasti časových řad, dochází k nemožnosti porovnání, neboť vzhledem k často se měnící metodice, nelze srovnávat řadu údajů. Zejména v minulosti docházelo k nedostatečnému či žádnému monitorování turismu na regionální úrovni. [28]

1.6.2 Organizace statistického monitoringu v ČR

Mezi hlavní instituce, které se zabývají statistickým monitoringem v České republice, patří ČSÚ, ČNB, MMR a Czech Tourism. Vedle těchto organizací se ale monitoringem zabývá i řada menších subjektů, které se zaměřují často pouze na monitoring CR v určité oblasti. Dalšími institucemi jsou např. Ministerstvo kultury, letiště, národní parky, kraje, obce. Monitoringem turismu se vedle oficiálních institucí zabývá i řada soukromých firem. Vedle místních statistických zdrojů lze využívat i některé zahraniční jako UNWTO (statistiky zahraničních destinací a zdrojových trhů), Eurostat, světová ekonomická fóra či národní turistické organizace. V případě využití zahraničních zdrojů, je nutné brát ohled na rozdílné metodiky a porovnávat zjištěná data s opatrností. [28]

2 CESTOVNÍ RUCH V REGIONU

Region je všeobecně považován za územní celek vyznačující se společnou úrovní výskytu určitých společenských znaků a procesů. Nejde pouze o znaky fyzicko-geografické, ale i sociogeografické. Z hlediska cestovního ruchu chápeme regiony jako homogenní celek, vyznačující se jistou atraktivitou (cokoli, co přináší zájem turistů o region). Je nutné zmínit, že hranice turistických regionů nejsou shodné s hranicemi krajů či jiných formálních celků. [42]

Jednou z hlavních otázek v regionu je jeho rozvoj (regionální rozvoj), který závisí na několika aspektech. Jedním z nich je právě cestovní ruch, jehož význam v posledních letech v rámci regionu výrazně stoupá a v řadě regionů je CR dokonce jedním z hlavních ekonomických hybatelů.

Turismus jak v regionu, tak v rámci národního hospodářství je spojen zejména s ekonomickými vlivy na region, které zahrnují zejména pozitivní ať už přímé, nepřímé či multiplikační efekty na region. Vedle pozitivních stránek je ale nutné sledovat i efekty negativní, zejména negativní externality ve fyzickém či sociokulturním prostředí. [28]

2.1 Přínosy CR pro region

V současné době je znám nespočet přínosů turismu pro region. Zejména v oblasti ekonomické plní cestovní ruch nezastupitelnou roli. Plní funkci vyrovnávací, kdy revitalizuje slabé či jinak postižené regiony. Dále funkci zaměstnanosti, kdy vytváří řadu pracovních míst a jednou z hlavních funkcí je i funkce daňová, kdy primární příjem plyne do regionální oblasti. [3]

Vedle vcelku dobře měřitelných ekonomických aspektů má CR i pozitivní vliv na sociokulturní prostředí destinace, zejména prostřednictvím rostoucích příjmů obyvatel a na to navazující zlepšení kvality života obyvatel, nárůst konkurence. Turismus je i určitým motivátorem pro udržování tradic jako festivaly, suvenýry a místní kroje. Díky rozvoji infrastruktury z důvodu zvýšení zájmu turistů o oblast se zlepší prostředí zároveň i pro místní obyvatelstvo. Hodnocení prospěšnosti turismu na sociokulturní prostředí je subjektivní záležitost, závislá na řadě aspektů, a proto nelze jednoznačně říci, že turismus je zcela pozitivní pro rozvoj destinace, neboť pro řadu lidí s sebou nese i škodlivé stránky. [28]

Obecně znamená turismus zviditelnění destinace a lepší image, což přináší oblasti mnoho možností k dalšímu rozvoji a zvýšení konkurenceschopnosti s okolními regiony.

2.2 Negativa CR pro region

Jak už bylo zmíněno výše, vedle pozitivních stránek je nutné sledovat i efekty negativní. Zejména negativní externality ve fyzickém či sociokulturní sféře, které jsou obtížně kvantifikovatelné, ale je nutné je identifikovat z důvodu dalšího udržitelného rozvoje. [28]

Především v oblasti životního prostředí dochází k poškozování všech složek přírodního prostředí, ať už zvýšením emisí či znečišťováním vodních toků nebo urychlením přirozené eroze. Turismus s sebou nese také záměrné poškozování přírodních hodnot jako rytí do skal, grafity či sběr vzácných rostlin. [3]

Negativní dopady v ekonomické oblasti se projevují prostřednictvím skrytých nákladů, které vznikají jako následek rozvoje CR, ekonomické závislosti místní komunity na turismu, pouze sezónní prací či finanční krizí. V případě nekoordinování cestovního ruchu v oblasti může dojít až k ohrožení dalšího rozvoje CR. [33]

Trochu opomíjeným negativním vlivem je přispívání turismu k dualizaci společnosti, kdy v intenzivně navštěvovaných destinacích vrstva podnikatelů profituje na cestovním ruchu, ale místní obyvatelé jsou zatíženi zvýšením cen a řadou dalších externalit. [3]

2.3 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu

Trvale udržitelný rozvoj je základní otázkou nejen v oblasti cestovního ruchu, ale i rozvoji regionu a celé lidské společnosti. Za samotný udržitelný rozvoj turismu se považuje CR, který díky koncepčnímu rozvoji a plánování dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí, ale naopak je jeho cílem ochrana a zachování kvalitního životního prostředí. Holistická definice nám říká, že aktivity a služby poskytované návštěvníkům a samotné aktivity návštěvníka by měly ovlivňovat prostředí pouze do takové míry, které neobnovitelně negativně nemění globální ani lokální životní prostředí, místní komunitu a biosféru a neovlivňuje tak budoucí využití destinace. Organizace UNWTO (United Nations World Tourism Organisation, neboli Světová organizace cestovního ruchu) označuje trvale udržitelný rozvoj CR spíše s ekonomicko-environmentálního hlediska, a to jako schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži s novými, historicky méně využívanými destinacemi, přitáhnout nové, ale i opakované návštěvníky, podržet si kulturní jedinečnost a být v rovnováze s životním prostředím. [42]

Udržitelný rozvoj celého turistického regionu je založen na řízení všech zdrojů a aktivit cestovního ruchu, tak aby byly uspokojeny současné i budoucí ekonomické, sociální a zážitkové potřeby a současně bude zachována kulturní integrita. [42]

Nicméně samotný turismus, ale i jeho udržitelný rozvoj by nemohl být prováděn bez podpory ze strany obcí, krajů, ale i státu. Proto je nutné neustále hledat možnosti nejen dalšího rozvoje cestovního ruchu, ale často i směry k samotnému udržení úrovně cestovního ruchu na současné úrovni. K udržitelnému rozvoji je třeba existence řady institucí a jejich vzájemná spolupráce a provázanost.

Jedním z hlavních orgánů působícím na podporu pro veškeré subjekty v oblasti cestovního ruchu je Ministerstvo pro místní rozvoj. V roce 2013 byla schválena nová Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 – 2020, jejímž cílem je zvyšování konkurenceschopnosti celého odvětví, udržení ekonomické výkonnosti a pozitivních sociokulturních i environmentálních dopadů. Tato koncepce udává hlavní směry, na které poté navazují kraje a obce se svými strategiemi, a tak je možné docílit udržitelného rozvoje turismu v ČR. [19]

3 MODERNÍ TECHNOLOGIE V CESTOVNÍM RUCHU

V současné době je už informace o velkém vlivu informačních a komunikačních technologií na cestovní ruch brána jako fakt. Moderní technologie mění a rozvíjejí řadu oblastí cestovního ruchu a nabízejí nespočet příležitostí, ale také hrozeb. Technologie obecně dynamizují CR. Díky novým technologiím dochází např. ke snížení ceny služeb, změně způsobu nabídky služeb, ale i ke změně podmínek pro konkurenci. [3]

Postupem času stále roste propojenost mezi ICT (informační a komunikační technologie) a cestovním ruchem a z oblastí jako je nabídka, poptávka a rezervace služeb, se přechází i na využití ICT v samotném cestování. [41]

3.1 Přínosy a negativa zavedení technologií v cestovním ruchu

Moderní technologie přináší zákazníkům nespočet výhod, a to zejména v oblasti informačních a komunikačních technologií. V současné době se díky ICT lidé dostanou ke spolehlivým informacím kdykoli a kdekoli, což umožňuje rychlejší reakce jak na straně poptávajících tak nabízejících, ale i pohodlnější způsob rezervace či platby nebo vyšší šance na levnější služby pro zákazníky a zefektivnění práce cestovních kanceláří. [41]

Zároveň s sebou moderní technologie nesou řadu nevýhod, ať už nebezpečí v podobě přehlcení informacemi, neosobním kontaktem nebo pro firmy finanční náročností implementace technologií nebo i neskutečně dynamický rozvoj, kdy každý rok se vyskytne nový trend, který hýbe celou oblastí. [41]

I přes tyto nevýhody s sebou nese zavedení moderních technologií tolik nových příležitostí, že pro firmy je téměř nutností jejich zavedení, poněvadž by jinak neobstály ve vysoké konkurenci v oblasti turismu. [41]

3.2 Moderní technologie

Veškerý technologický pokrok, vede i k rozvoji turismu, ať už pozitivnímu či negativnímu. Níže budou popsány základní moderní trendy v technologiích, ale i jejich vzájemné vztahy, neboť pokrok v jedné oblasti často iniciuje i vývoj v ostatních sférách cestovního ruchu.

3.2.1 Moderní fotoaparát či kamerový systém

Moderní fotoaparát nám přináší vývoj spíše ve vědecké a vývojové činnosti, kdy současná technika dokáže rozlišit mnohem větší detaily a zaznamenat vývoj v určité lokalitě, vliv turistů na prostředí aj.

Další využití je zejména při statistickém šetření, kdy moderní technologie jako kamery, fotoaparáty dokážou zaznamenat počty návštěvníků apod. a tím vytvářet databáze ke zjištění různých vlivů na návštěvnost či prostředí. [42]

3.2.2 Letecká doprava

Letecká doprava ovlivňuje rozvoj turismu již několik desítek let, ale zejména v posledních letech se letecké společnosti snaží přiblížit široké veřejnosti a vznikla tak řada nízkonákladových leteckých společností (např. Wizzair, Easy Jet nebo Ryan Air a další), což umožnilo poptávku po nových destinacích a efektivnější využití volného času. Na snížení cen letenek má vliv i obrovský rozvoj internetu a vyřizování služeb on-line jako rezervace, platba, ale i odbavení díky vytištěným nebo on-line letenkám. [33]

3.2.3 Internet

V cestovním ruchu se stal internet významným médiem propagace a komunikace. Při užívání služeb turismu lidé stále více využívají typických vlastností internetu jako aktuální informace, vyhledávání spojení, levný a rychlý způsob spojení, e-businessu či časová neomezenost informací. Internet, zejména prostředí webových stránek destinací, je v posledních letech základem pro kvalitní propagaci destinace a vytvoření pozitivní image. Internet je jednou z hlavních cest jak využívat moderní technologie jako jsou chytré telefony a s nimi spojené aplikace různého druhu. Mnoho informací na internetu vede i k růstu individuálního turismu oproti využívání cestovních kanceláří, neboť pro řadu lidí je to větší dobrodružství a nechtějí být vázáni programem na cestovní kancelář. Internetové prostředí a zejména sociální sítě umožňují lidem sdílet své zážitky kdykoli a kdekoli. [41]

Vedle řady pozitiv, které sebou nese používání internetu jak pro individuální uživatele, podnikatele ale i veřejnou správu, jsou i problémy, které sebou nese jako malá kvalita a propracovanost specializovaných portálů, nedůvěra v on-line prostředí, velké množství zdrojů informací a rozdílných koncepcí, nízká dostupnost kvalitního připojení k internetu a paušální dostupnost 24 hodin denně. [41]

3.2.4 Mobilní datové technologie

Pokročilý vývoj informačních a telekomunikačních technologií, klade čím dál větší nárok na nezávislost účastníka CR k pevnému přípojnému bodu do sítě a mobilní komunikace. Právě v turismu je důležitým prvkem v současné době bezdrátové a mobilní připojení, což je jeden z důvodů budování stále lepší bezdrátové a mobilní datové infrastruktury. Technologie zajišťující přístup k informacím v terénu se zpravidla dělí do skupin dle dosahu šířeného datového signálu. Bezdrátová typologie je členěna do následujících 4 skupin: [41]

- WPAN (vzdálenost v rámci metrů až několika desítek metrů),
- WLAN (dosah až několik stovek metrů),
- WMAN (dosah několik kilometrů),
- WWAN (dosah několik desítek kilometrů).

Typ WPAN (Wireless Personal Area Network) je reprezentován technologií bluetooth, která byla velice oblíbená zejména před vznikem chytrých telefonů a řady aplikací. Bluetooth jednou z možností bezdrátové komunikace a to na vzdálenost řádově několika metrů. Byla a stále je využívána jako zdroj sdílení informací např. na hradech a zámcích, kdy je technologie využita k vytváření virtuálních průvodců. Příkladem ve Východních Čechách může být zámek ve Slatiňanech. [42]

Technologie WiFi (Wireless Local Area Network) umožňuje připojení něco kolem 100 - 200 m. Jedná se o vysokofrekvenční bezdrátové připojení k lokální síti (např. připojení v restauračních a ubytovacích zařízeních, na dopravních terminálech, či jako speciální služba některých měst zejména v zahraničí). [42]

Pro potřeby práce je nejdůležitější skupina WWAN technologií umožňujících přístup na datovou síť i v hůře dostupném terénu či jiných místech, kde nelze umístit lokální připojení apod. V ČR se lze v současné době na většině míst ČR připojit přes technologii EDGE, UMTS, HSDPA a HSPA. Vedle těchto nejčastějších technologií se zejména ve městech začíná s infrastrukturou pro LTE technologii. Základní parametry o skupině WWAN nám udává tabulka 1.

Tabulka 1: Druhy bezdrátové a mobilní technologie skupiny WWAN v ČR

Název technologie	Max. teoretická rychlost přenosu dat	Max. teoretická vzdálenost vysílače/ přijímače
EDGE	237 kbit/s	30 km
UMTS	2 mbit/s	2 km
HSDPA	14,4 mbit/s	6 km
LTE	100 mbit/s	30 km

Zdroj:[41]

3.2.5 Mobilní zařízení

Trendem v turismu je stále větší informační podpora v terénu a růst on-line přístupu k informacím, což v dnešní době umožňuje řada zařízení jako GPS přístroj, mobilní telefony či tablety. Každé ze zařízení uživateli poskytuje odlišné služby a záleží na jedinci, které zařízení a za jakým účelem chce použít.

GPS přístroj neboli GPS přijímač je zařízení, které přijímá GPS signál, je vybaveno pro navigaci a orientaci, poskytováním aktuální polohy a případně může být propojen i s internetem. V ČR lze využít různé typy přístrojů, např. ruční přístroje na baterie či voděodolné, což umožňuje cestovat delší dobu bez zdroje elektřiny a do obtížnějších terénů, pevné či přenosné přístroje do aut, které zcela nahrazují v poslední době tištěné autoatlasy. Speciálním využitím outdoorového GPS přístroje se stává stále populárnější hra geocaching, která je popsána ve zvláštní kapitole. [42]

Spojení mobilní technologie, přijímače globálního navigačního systému a dalších zařízení v současnosti komplexně nabízí tzv. smartphone, neboli chytré telefony, které umožňují lidem instalovat nespočet aplikací a tím se účastnit různých aktivit ovlivňujících cestovní ruch jako munzee, geocaching, foursquare či geofun aj. Aplikací a způsobu využití chytrých telefonů neustále přibývá, jak na straně komerční, tak i ze strany měst či krajů, které se snaží nalákat turisty moderním a zajímavým způsobem.

3.3 Využití moderních technologií

Moderní technologie, zejména internet a různé druhy přenosných zařízení ovlivňují cestovní ruch prostřednictvím různých aplikací a her, založených na sloučení principů sociálních sítí a outdoorových aktivit. Některá z možných využití popíše následující podkapitoly.

3.3.1 Foursquare

Foursquare neboli geolokační služba, jenž umožňuje sdílení své polohy pomocí tzv. check-inů (úkonů, přihlášení) na konkrétních místech (venue). Používání foursquare je zcela zdarma, ale je k tomu zapotřebí přístup k internetu, tzn. lze ho využít pouze v místech, kde je přístup k wifi nebo v případě, že máte internet v mobilu. Pokud místo ještě nemá venue, lze ji snadno vytvořit a tím zvýšit povědomí o zajímavém místě. Podniky mají možnost využít foursquare k různým slevovým či jiným akcím za check-iny v jejich podniku (toto využití se v ČR zatím moc nevyskytuje, lze ho využívat zejména v zahraničí, v ČR funguje foursquare spíše na bázi sociální sítě a formy hry). Za každý check-in uživatel dostává různé druhy a počty bodů na základě několika aspektů hodnocení. Uživatel se má možnost stát mayorem neboli starostu v daném místě (přihlásí se nejvíce krát za posledních 60 dní). Uživatelé kromě bodů můžou za různé věci získávat i tzv. badges (odznáčky), což je další výzvou pro řadu uživatele.

Foursquare umožňuje sdílet svou polohu a znalosti o místě, podívat se kde jsou přátelé, zjistit informaci o místě, ale i soupeřit v podobě sbírání různých odznáček a bodů a možnost získání různých slev. Sloučení geolokační a sociální hry s možnou odměnou za logování přivedla v ČR k účasti již 47 867 uživatelů a jejich počet nadále roste a může se tak mít v budoucnu velký vliv na různé oblasti cestovního ruchu. [2]

3.3.2 Geocaching

Hra geocaching, v češtině také nazývaná hledání pokladů, se v poslední době stává velice oblíbeným způsobem jak trávit volný čas v celosvětovém měřítku. Jde o oficiální hru s řadou pravidel jak psaných tak nepsaných, ale prioritně je nutné říct, že jde o nekomerční hru, která by neměla být činěna za účelem zisku. I přesto je možné hru využít jako jeden ze způsobů propagace lokality či způsobu informování o zajímavých místech v regionech. Pro možnost se hry vůbec zúčastnit je nejlepší vlastnit GPS zařízení, ale je možné hledat poklady dle satelitních snímků a jiných metod, u kterých i většina tzv. kačerů (oficiální název pro účastníky geocachingu v ČR) začínala. Hra je založená na získání GPS souřadnic, které vám určí lokaci krabičky (pokladu - keše), který chcete najít. Velká skupina lidí si ale oblíbila nejen samotné hledání krabiček, ale i sbírání různých předmětů s geocachingem souvisejících. [7]

Zejména v poslední době se geocaching stává více sociální komunitou, která se schází i na jiných typech keší, než je samotná schránka schovaná na daných souřadnicích. Využívají se k tomu další typy keší jako event keš, kdy dochází k setkání kačerů za určitým cílem, ať už

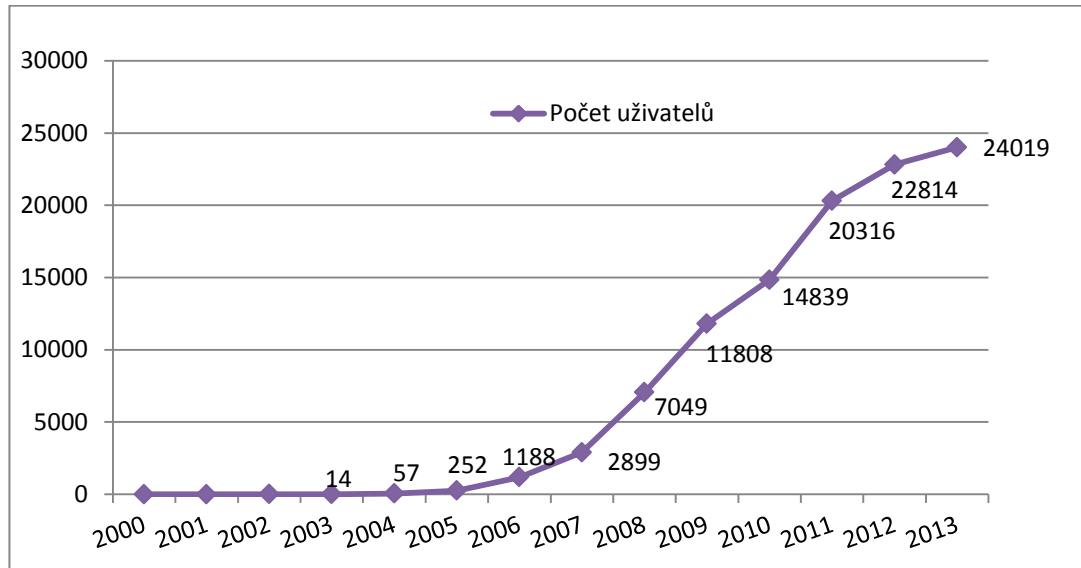
k příležitosti oslavy či speciálního výletu nebo jen obyčejné setkání a posezení v restauraci. Velmi podobný je i typ keše CITO (Cache In Trash Out Event), který je specifickým druhem eventů zaměřený na vyčištění a ochranu přírody, kdy se komunita sejde a uklízí odpadky, vysazuje stromky nebo buduje stezky. [7]

V březnu roku 2014 činil počet aktivních keší v ČR 35.838 téměř všech druhů a velikostí a počet účastníků hry geocaching z ČR byl ve stejné době podle serveru gcstat 121.601 zaregistrovaných. V tabulce 2 a grafu 1 je vidět vývoj aktivity uživatelů geocachingu z ČR od roku 2000 do roku 2013, která ukazuje na výrazné zvyšování počtu členů, kteří stále více ovlivňují směry v turismu v ČR. Jedná se o průměrnou měsíční hodnotu v daném roce. [32]

Tabulka 2: Průměrný počet uživatelů geocachingu z ČR za měsíc v letech 2000 – 2013

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Uživatelů	0,4	0,7	5	14	57	252	1188
Rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Uživatelů	2899	7049	11808	14839	20316	22814	24019

Zdroj: [15]



Graf 1: Vývoj průměrného počtu aktivních uživatelů geocachingu z ČR

Zdroj: [15]

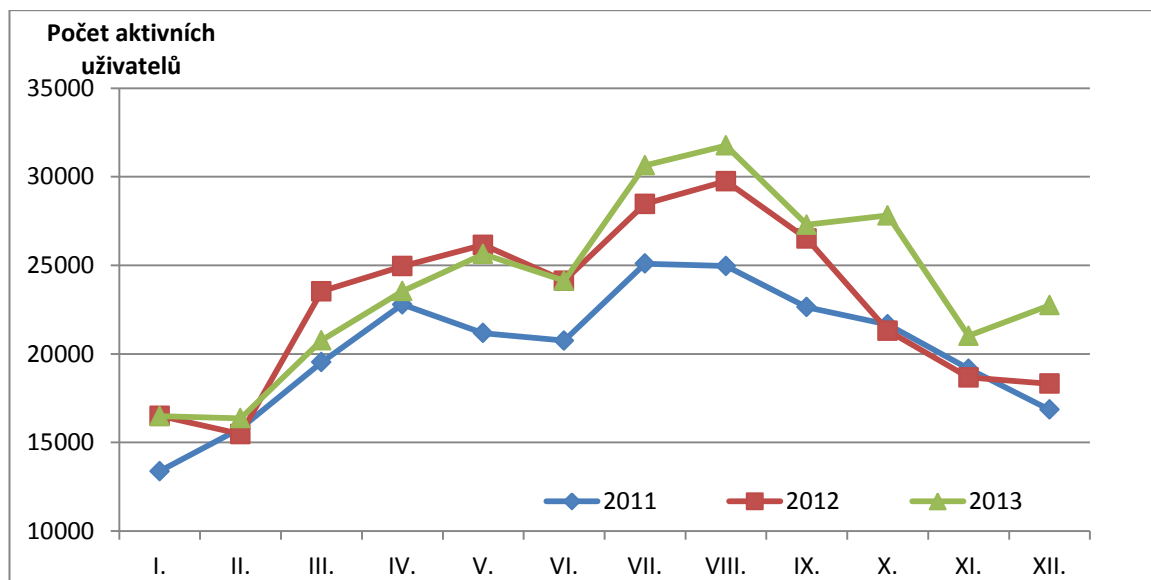
Následující graf 2 ukazuje na rozdílnou aktivitu kačerů v průběhu roku, která je důležitá pro plánování projektů měst či krajů, týkajících se geocachingu či jiné podobné aktivity, neboť v zimních měsících je aktivita přibližně na 50 % maximální aktivity, proto je nutné

směřovat projekty tohoto typu spíše do letních měsíců. Vyšší aktivita je způsobená vhodnějším počasím a vybírání si dovolených.

Tabulka 3: Vliv ročního období na aktivitu uživatelů geocachingu za rok 2011 – 2013

Počet aktivních kačerů	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013
Měsíc			
I.	13377	16501	16483
II.	15798	15474	16369
III.	19529	23534	20769
IV.	22792	24949	23545
V.	21178	26153	25639
VI.	20749	24132	24130
VII.	25096	28467	30646
VIII.	24963	29754	31767
IX.	22635	26507	27294
X.	21660	21312	27819
XI.	19158	18671	21020
XII.	16859	18317	22751

Zdroj: upraveno podle [15]



Graf 2: Vliv ročního období na aktivitu uživatelů za roky 2011 – 2013

Zdroj: upraveno podle [15]

3.3.3 QR kódy

Munzee je další s verzí outdoorových her, založená na skenování speciálních QR kódů, za které získáváte body a různé úrovně. Lze ji přirovnat ke geocachingu, ale zde nehledáte

krabičky, ale pouze známky s QR kódem. Na rozdíl od geocachingu, který už má více jak deseti-letou tradice, je munzee novým trendem, který vznikl v roce 2011 v Kalifornii. Pro možnost účastnit se hry je třeba mít telefon s fotoaparátem a GPS a nainstalovanou aplikaci munzee a datový tarif s přístupem na internet kdekoli a kdykoli. Zápis nálezu je totiž prováděn pomocí nasnímání QR kódu na nalezené známce, kdy se aplikace připojí k databázi a ověří GPS souřadnice. Munzee je založeno zejména na bázi soupeření s ostatními a označování míst je snazší než v geocachingu. [23]

Projekt, který se snaží do terénu vnést využití QR kódů jako doplnění a postupné nahrazení informačních tabulí je Doháje.cz, který přináší informace z naučných stezek a detaily zajímavých míst přímo na displej mobilního telefonu. Využití moderních technologií k novému přístupu k informacím pro návštěvníky přírodovědně nebo památkově cenných lokalit. Princip spočívá v označení jednotlivých zastavení naučných stezek informačními tabulkami tzv. tagglisty s 2D kódy, které lze číst běžným mobilním telefonem vybaveným fotoaparátem, přístupem k internetu a některou z volně dostupných aplikací pro čtení QR nebo BeeTagg kódů. Po načtení kódu se telefon připojí na webovou stránku místa vytvořenou speciálně pro mobilní telefony. Obsahem informací není pouze text, ale i obrázky, komiksy či zvuky a videa či aktuální informace. Prozatím utvořené stezky většinou doplňují nebo rozšiřují stávající naučné stezky, ale jsou případy, kdy dokonce nahrazují informační tabule. Zcela nové taggové stezky s sebou nesou řadu výhod jako výrazně nižší náklady, malá velikost (možnost použití na více místech, minimální zásah do přírody), možnost odnést si obsah s sebou v telefonu, zobrazení mapy daného místa s vyznačenými zastaveními, ale i riziko vzhledem k nutnosti vlastnění mobilního telefonu, který rozeznává QR kódy a má přístup k internetu, které je nutné podchytit. Aktuálně je tento typ naučných stezek podporován Ministerstvem pro životní prostředí a jsou zaváděny na mnoha místech ČR. Interaktivní on-line přenos může na reálné místo přinést netradiční představu, která zhmotní a prohloubí nejen prožitek, ale také potřebu ochrany dané lokality. Cílová skupina návštěvníků není sice omezena, ale systém je nejvíce zaměřen na mladší generaci, pro niž přináší do krajiny jimi běžně používané moderní technologie, které vzbudí vyšší zájem o pobyt v přírodě. [5]

Praktickou ukázkou ze zahraničí na využití QR kódů je město ve Velké Británii s bohatou historií, které se rozhodlo přiblížit mladé generaci. Městečko Monmouth neboli první zwikipedizované město připravilo společně s organizací Wikimedia UK jedinečný projekt zdokumentování celého města na Wikipedii. V každé ulici a snad na každém rohu ve městě lze narazit na různé destičky s QR kódy, které poskytují příslušné informace na stránce

na Wikipedii. Město instalovalo kolem 1.000 kódů a informace jsou poskytovány v několika jazycích. Zároveň s tvorbou kódů bylo přistoupeno k instalaci volně dostupného internetového připojení po celém městě, aby místní i turisté mohli informace zdarma načítat. Pro město znamenal projekt prozatím 550 nových článků v 29 jazycích a přibližně 400.000 zobrazení stránek za rok. [40]

3.3.4 GEOFUN

Hra založená na propracované mobilní aplikaci pro chytré telefony s operačními systémy Android a iOS zaměřená na regiony. Hra vychází z geocachingu, ale je zaměřená více na dobrodružnější stránku hry, zejména se podobá typu keší WIGO (Where I go). Stručně lze hru popsat jako geolokační zábavnou činnost, kde nestačí se pouze vyskytovat na určeném místě, ale i plnit různé úkoly, kterými vás provádí průvodce. Úkoly nejsou předem známy, čímž je hra dobrodružnější, nicméně každá hra je popsána 4 faktory (fyzický, mentální, trapnosti a zábavy) o hodnotě 1-5, kdy 5 znamená nejvyšší obtížnost a dle těchto faktorů může každý odhadnout, zda úkol zvládne nebo ne. Podobně jako jiné aplikace a hry výše je použití zcela zdarma, avšak může se stát, že při některých úkolech bude potřeba zaplatit vstupné či jízdné. Výhoda hry je, že po nahrání nejbližších úkolů již nepotřebujete internet, což se stává problémem u jiných her. Do budoucna se předpokládá vypůjčování chytrých telefonů prostřednictvím turistických informačních center, protože ne všichni vlastní vhodnou technologii. [8]

Hlavním rozdílem hry je že se dělá cíleně pro region a na jeho objednávku, což znamená, že samotné místo hry, průvodce či délku trvání hry si určuje region. Na základě sbírání bodů za splněné úkoly je možné vytvořit určitá ocenění, která motivují k návštěvě dané oblasti. Výhodou hry je naprostá virtuálnost a tudíž žádná nutnost instalace. [8]

Z dosavadních kapitol, týkajících se moderních technologií a cestovního ruchu vyplývá, že bez neustálého rozvoje v oblasti turismu a následování aktuálních trendů se regiony závislé na financích plynoucích z turismu neobejdou. V řadě regionů se v posledních letech začínají technologie využívat, ale ne vždy účelně a efektivně. Právě účelnost využití moderních technologií bude v následujících kapitolách ověřována na konkrétních příkladech v regionu Broumova. Pro tuto část práce je možno formulovat pracovní hypotézu, že moderní technologie mají pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v regionu.

4 CHARAKTERISTIKA REGIONU BROUMOVSKO

Mikroregion Broumovsko je jedinečnou oblastí ať už z pohledu historického, geografického či kulturního. Vzhledem k vývoji, ve kterém se nachází, je vhodnou lokalitou pro další rozvoj moderních technologií v cestovním ruchu, ale i místem, kde již řada projektů funguje a napomáhá tak celkovému rozvoji oblasti, což je jeden z hlavních důvodů, proč se práce bude zabývat právě tímto regionem.

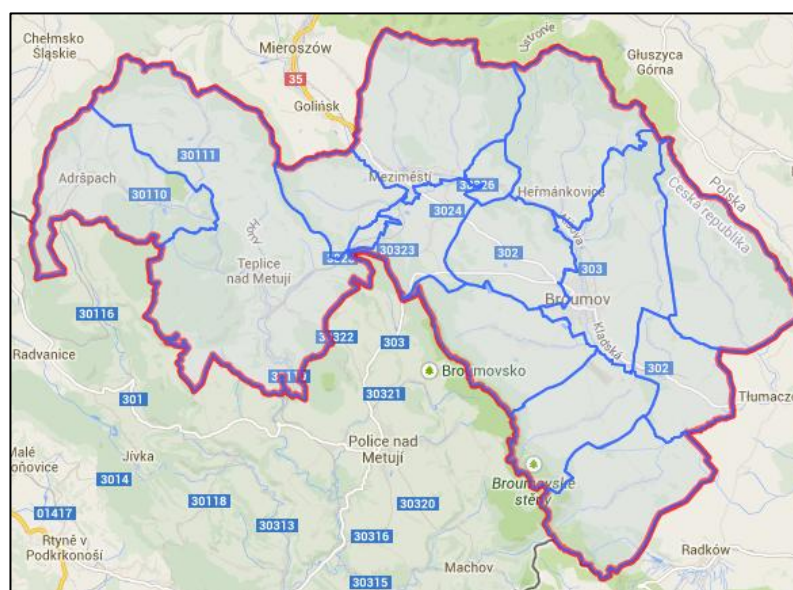
4.1 Stručný historický vývoj

Až do konce 12. Století byla Broumovská vrchovina přirozenou hranicí českého přemyslovského státu. Počátky Broumova jsou spojeny s působením řeholního řádu, který v roce 1213 získal území darem. Oblast byla zalidňována zejména německým obyvatelstvem. Již ve 13. století mělo významné postavení v oblasti textilní produkce a tato tradice se dochovala do dnes, neboť jedním z hlavních zaměstnavatelů je firma Veba, která vyrábí bavlněné žakárské tkaniny. Ve středověku bylo město několikrát zasaženo spory o trůn a drancováním. Až v polovině 19. Století se Broumov vymanil z původní středověké uzavřenosti a zejména po otevření železniční trati Choceň – Broumov v roce 1875 došlo k rychlému rozvoji. Rozvoj sebou nesl ale i sociální rozpory a národnostní nesnášenlivost. I. Světová válka poznamenala oblast zejména odchodem mužů na bojiště, ale i stagnací průmyslové výroby a problémy sociálně slabých vrstev. Německy orientovaní představitelé města odmítli vyhlášení československého státu a prohlásili Broumovsko za součást německé provincie a tyto názory neustaly ani po obsazení Broumovska českým vojskem. Roku 1938 bylo v Mnichově rozhodnuto o odloučení území Broumovska od Čech a ještě před obsazením odsud utekli příslušníci české menšiny. V květnu 1945 obsadili Broumovsko jednotky sovětské armády a politickou správu přebraly postupně české mocenské orgány, nicméně v této době docházelo k rabování a vyhánění německých civilistů. Během roku 1946 bylo z Broumovska vysídleno 22.000 osob německé národnosti, byla zkonfiskována zemědělská půda a byla dosídlena lidmi z přilehlých okresů. Přes postupně obnovenou výrobu v hlavních závodech, nesla téměř úplná obměna obyvatelstva sebou přerušeni všech tradičních forem společenského a kulturního života a poznamenala život v regionu na několik desetiletí. [9]

Historický vývoj po II. Světové válce v oblasti Broumovska i jeho geografické rozložení vytváří pro rozvoj Broumovska řadu překážek. Nicméně vzniká řada organizací a iniciativ, které se snaží zvýšit nejen povědomí o oblasti, ale i samotný pozitivní rozvoj v území.

4.2 Poloha a členění regionu

Mikroregion Broumovsko je území v Broumovském výběžku v severní části Královéhradeckého kraje, vymezené správním obvodem města Broumov. Hranice mikroregionu tvoří na severu Javoří hory, které současně vytyčují hranici České republiky s Polskem, na jihu Broumovské stěny a na západě Adršpašsko-teplické skály. Region je tvořen 14 obcemi, z čehož 3 nesou označení měst, jedná se o Broumov, Teplice nad Metují a Meziměstí. Dalšími obcemi jsou Adršpach, Božanov, Hejtmánkovice, Heřmánkovice, Hynčice, Jetřichov, Křinice, Martínkovice, Otovice, Šonov a Verněřovice. Zjednodušený pohled na členění regionu vám ukazuje obrázek 4. [13]



Obrázek 4: Členění mikroregionu Broumovsko

Zdroj:[13]

Celková rozloha území mikroregionu činila k 1. 1. 2013 25 940 ha, z čehož 14 920 ha tvoří zemědělská půda, 9 022 ha lesní pozemky a pouhých 305 ha zastavěná plocha. Hustota zalidnění byla 64,3 %, což pro představu je téměř 2 krát nižší hustota zalidnění než v celém Královéhradeckém kraji. Veškeré tyto základní údaje nám ukazují na spíše přírodní aspekty mikroregionu. [37]

Vzhledem ke své poloze má region několik spádových oblastí. Zejména jde o zbývající část Královéhradeckého kraje, ale i příhraniční oblast Polska. V širším okruhu se jedná i o Pardubický kraj. Tato spádová území jsou klíčová pro cestovní ruch a bude s nimi pracováno i v dalších kapitolách.

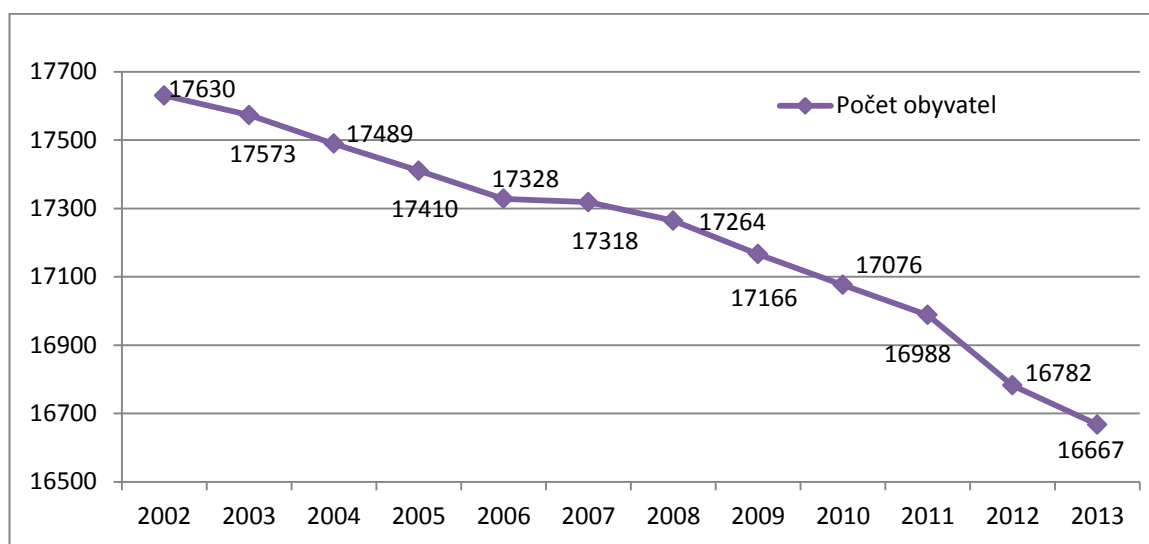
4.3 Demografický vývoj a nezaměstnanost

I přes úspěšné snahy místních orgánů zlepšit život na Broumovsku dochází postupně v regionu ke snižování počtu obyvatel, jak je možné vidět v tabulce 4 a grafu 3. Počet obyvatel tvoří pouhých 3 % celkového počtu obyvatel kraje. Snižování počtu obyvatel je způsobeno zejména převyšujícím počtem vystěhovalých proti přistěhovalým a také postupné stárnutí obyvatelstva.

Tabulka 4: Počet obyvatel od roku 2002 až 2013 (k 1. 1. daného roku)

Rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Počet obyvatel	17630	17573	17489	17410	17328	17318
Rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Počet obyvatel	17264	17166	17076	16988	16782	16667

Zdroj: [37]



Graf 3: Vývoj počtu obyvatel od roku 2002 až 2013 (k 1. 1. daného roku)

Zdroj: upraveno podle [37]

V roce 2013 žila téměř polovina obyvatel broumovského mikroregionu ve městě Broumov, což je dáno zejména občanskou vybaveností města. Zbylá dvě města Meziměstí a Teplice nad Metují, sice výrazně převyšují počtem obyvatel ostatní obce regionu, nicméně ani zdaleka nemůžou nahradit roli města Broumov jako centra celého regionu. Průměrný počet obyvatel dalších obcí je přibližně 380 obyvatel. [30]

Tabulka 5 udává hodnoty míry nezaměstnanosti za období 10 let. Je možné vidět celkem vyrovnané hodnoty, ale je nutné podotknout, že zároveň roste počet uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo. Je to dáno jak menším počtem registrovaných uchazečů

o zaměstnání, což může být způsobeno několika faktory, tak i zvyšujícím se podílem obyvatel ve věku nad 65 let, kteří tak snižují buď počet nezaměstnaných, ale i počet pracujících obyvatel.

Tabulka 5: Vývoj nezaměstnanosti 2003 – 2012 (k 1. 1. daného roku)¹

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Míra nezaměstnanosti (v %)	10,5	11,4	11,4	10,9	10,2	7,1	6,5	10,4	10,9	10,1

Zdroj: [37]

4.4 Atraktivita turismu

Broumovský region se může chlubit několika zajímavostmi, pro které stojí za to vydat se tam na výlet. Asi nejznámějším a nejnavštěvovanějším cílem jsou Adršpašsko-teplické skály, které jsou hojně navštěvovány i turisty ze zahraničí. Nicméně často se stává, že Adršpašské skály často zastíní další zajímavosti v regionu, které jsou ne méně významné pro svou jedinečnost. Některé z zajímavostí proto jsou popsány níže.

Benediktinský klášter

Klášter jako hlavní turistický cíl v Broumově tvoří dominantu města. Dnešní stav je výsledkem vrcholně barokní přestavby kostela sv. Vojtěcha z let 1728 – 1733, provedené především podle projektu K. I. Dientzenhofera. Poté došlo i k přestavbě klášterních budov a v návaznosti na to vzniká i řada kostelů v okolních vesnicích jak je popsáno níže. Komplex mohutných barokních budov se rozprostírá kolem dvou dvorů a součástí komplexu je i vzácně dochovaná klášterní knihovna, kde je uloženo přibližně 17.000 svazků. Klášter se může pyšnit svou velmi bohatou historií. Za zmínku určitě stojí klášterní školství (později gymnázium), kde studovali velice známé osoby jako Arnošt z Pardubic, Bohuslav Balbín či Alois Jirásek. V roce 1995 byl vyhlášen národní kulturní památkou. [18]

Broumovská skupina kostelů

Mezi unikátní architektonické stavby, nejen v regionu, ale i v celé ČR patří právě Broumovská skupina kostelů, které byly postaveny dle návrhů rodiny Dientzenhoferů. Kostely pocházejí z 18. století a jsou výsledkem rozmachu v regionu, jenž zapříčinil vliv opata Otmara Zinkeho. Do skupiny broumovských kostelů, ovlivněných Dientzenhofery patří: kostel sv. Máří Magdalény v Božanově, kostel sv. Václava v Broumově, kaple Panny

¹ míra nezaměstnanosti je vypočtena jako podíl registrovaných uchazečů o zaměstnání a obyvatel ekonomicky

Marie, kostel Všech svatých v Heřmánkovicích, kostel sv. Barbory v Otovicích, kostel sv. Jakuba Většího v Ruprechticích, kostel sv. Markéty v Šonově, kostel sv. Michaela ve Verněřovicích, kostel sv. Anny ve Vizňově, ale i kostel sv. Prokopa v Bezděkově nad Metují, který geograficky nespadá do oblasti Broumovsko. Do skupiny patří i kostely vybudované na základě jiného architektonického návrhu a to kostel sv. Petra a Pavla v Broumově a kostel sv. Jiří a Martina v Martínkovicích. [22]

Broumovské stěny

Útvar Broumovských stěn tvoří jakousi hranici mezi Broumovským výběžkem a Polickem. Dá se říci, že je i jistou překážkou pokud jde o dostupnost Broumova, neboť pro automobily vede cesta do broumovské kotliny pouze okolo severní části stěn. Na druhou stranu je jedním z oblíbených turistických cílů díky svým roklím, skalním útvarům, soutěskám či vyhlídkám. Ve skalnatém reliéfu se nachází i několik jeskyní a propastí, jež jsou dalším lákadlem této turistické lokality. Přístupnost Broumovských stěn je z několika míst jak na Polické tak na Brumovské straně, přístupné jsou stěny zejména pro pěší, ale částečně i pro cyklisty s horským či trekkingovým kolem. Vzhledem k prozatím nižšímu turismu než v jiných skalnatých oblastech se vyznačují stěny malým civilizačním narušením a lze tak vidět přírodní památku neporušenou a zejména nerušeně. [22]

Regionální architektura a gastronomie

Broumovsko je známé typickými klasicistními dvorkovskými statky, které začaly stavět již v letech 1850 – 1870. Vyznačují se výzdobou fasád a členěním. Statkům se říká podle oblasti statky broumovského typu. Ukázkou lidové architektury je obec Křínice u Broumova, která plně dokládá selskou osídlovací strukturu ve formě uzavřených dvorů, na které navazují dlouhé pruhy hospodářských pozemků a na ně pak navazují lesy. Pro turisty je významnost obce zdůrazněna statutem památkové rezervace a nachází se zde naučná stezka s 19 zastaveními.[22]

Broumovsko se vyznačuje také svou jedinečnou gastronomií. Nedaleko Broumova se nachází Olivětínský pivovar, který vyrábí tradiční české pivo a v současné době produkuje i speciální kvasnicová nefiltrovaná piva a piva bylinná. Jeho historie se začala psát již v roce 1348 a v současné době si lze výrobní prostory prohlédnout i v rámci exkurzí. [22]

Na Broumovsku se vyrábí i několik produktů, které získaly právo užívat symbol regionální značky (Obrázek 5). Jedná se např. o včelí produkty, výrobky z ovčího mléka, zejména sýry, jogurty aj., biodžemy, výrobky z vrbového proutí, voda Toma Natura. [17]



Obrázek 5: Regionální značka produktu - Broumovsko

Zdroj:[17]

4.5 Dopravní dostupnost

Fyzicko-geografické podmínky v území, zejména jeho členitost, způsobuje, že obyvatelstvo okrajových částí regionu trpí horší dopravní dostupnost. Ale i pro cestovní ruch a podnikání je doprava možná největším problémem celého Broumovska.

Nejdůležitější komunikací v regionu je silnice II/303, jenž vede z Náchoda přes Polici nad Metují až do Broumova. Jedná se vlastně o jedinou komunikaci jak se dostat do Broumovského výběžku autem, aniž byste přejeli hranice s Polskem. Broumov protíná ještě jedna silnice II. třídy a to II/302, která vede skrze celý výběžek od státních hranic s Polskem v Meziměstí až po státní hranice s Polskem v Otovicích. Další silniční infrastruktura je tvořena zejména silnicemi III. třídy a místních komunikací, které zajišťují dopravní obslužnost jednotlivých obcí. [14]

Vedle automobilové dopravy lze využít i dopravu autobusovou, která podobně jako v jiných regionech je zajišťována jak v rámci regionu, tak v podobě dálkových spojů do Prahy či Pardubic, jak je možné vidět v tabulce 6 (a podrobněji v příloze C). V tabulce jsou uvedena souhrnná data za příjezdy i odjezdy z Broumova a z počtu spojů lze dedukovat dobrou obslužnost města, ale je nutné brát ohled i na délku trasy, neboť ne všechny spoje končí až v cílové stanici a jezdí ve vhodnou dobu. Pro samotný cestovní ruch jsou podstatné spoje o víkendech a v prázdninovém období. V prázdninovém období lze zaznamenat mírný pokles spojů do i ze všech okolních destinací, nicméně pro potřeby běžného turistů jsou spoje přesto dostačující.

Tabulka 6: Četnost autobusových spojů ve městě Broumov

Broumov		Místní spoje v rámci regionu	Spojení na Prahu	Spojení do měst Východních Čech	Spojení celkem
Období	Den	spoje/den	spoje/den	spoje/den	spoje/den
Běžný rok	Pracovní den	142	20	96	259
	Sobota	38	13	33	84
	Neděle	38	12	34	84
Prázdninové období	Pracovní den	123	18	92	233
	Sobota	38	13	35	86
	Neděle	38	11	35	84

Zdroj: vlastní zpracování z [38]

Dále lze využít i dopravy železniční, neboť regionem prochází jednokolejná trať č. 026 a č. 048, které společně zajišťují dopravu ve městech regionu, ale i některých dalších obcí. V železniční dopravě téměř neexistují rozdíly mezi prázdninovým jízdním řádem a běžným jízdním řádem a v průměru z Broumova odjíždí 13 spojů za den, jak ve všední dny, tak o víkendu. Téměř všechny spoje jezdí minimálně do stanice Náchod, ale část i do vzdálenějších stanic. Železniční obslužnost stanice v Broumově ukazuje tabulka 7.

Tabulka 7: Četnost vlakových spojů ve městě Broumov

Broumov		Místní spoj (Meziměstí)		Spojení na Náchod		Celkem spojů za den
Období	Den	Odjezdy	Příjezdy	Odjezdy	Příjezdy	
Běžný rok	Pracovní den	2	3	13	12	30
	Sobota	1	3	14	11	29
	Neděle	1	1	12	11	25
Prázdninové období	Pracovní den	2	3	13	12	30
	Sobota	1	3	15	12	31
	Neděle	1	1	12	11	25

Zdroj: vlastní zpracování z [12]

Z hlediska turisty je nejlepší dopravit se do oblasti již zmíněnými prostředky, ale pokud jde o samotný pobyt, asi nejlépe si krajinu vychutnáte, pokud klid a nižší dopravu využijete k cykloturistice nebo pěší turistice. Pro oba typy je zde připraveno několik možných stezek a okruhů, které lze využít k navštívení veškerých zajímavostí regionu.

4.6 Materiálně technická základna pro cestovní ruch

Již bylo zmíněno několik důvodů, proč je oblast Broumovska atraktivní z hlediska cestovního ruchu, ale přírodní či jiné atraktivity sami o sobě nepřilákají turisty do oblasti. Proto je nutné mít i určitou základnu ubytovacích a stravovacích zařízení, která zahrne veškeré služby požadované turisty pro pobyt v lokalitě a síť turistických center (v Broumově, Adršpachu a Teplicích nad Metují) či jiných zařízení se zdrojem základních informací o regionu ať už v podobě ubytování, atraktivit či jiných informací.

Následující tabulka ukazuje vývoj ubytovacích zařízení, jež návštěvníci mohli využívat. V roce 2012 měli turisté větší možnost výběru ubytování, ale vzhledem k vývoji v předešlých letech, který naznačuje tabulka 8, je vidět kolísání počtu ubytovacích zařízení. Z údajů nelze vyvozovat velké závěry vzhledem k období hospodářské krize a dalším faktorům. Nicméně podstatný je pozitivní vývoj v posledních 3 letech, kdy počet hromadných ubytovacích zařízení i počet lůžek roste.

Tabulka 8: Počet ubytovacích zařízení a příjezdů hostů za roky 2004 – 2013

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ubytovací zařízení ²	20	22	21	23	24	20	23	21	27	33
Počet lůžek	1467	1593	1505	1687	1721	1481	1746	1475	1582	1826
Počet příjezdů hostů	20975	15284	14957	23055	27743	19934	16964	15234	- ³	21134

Zdroj: [37]

V návaznosti na počty lůžek i počty hostů za stejné roky. Vidíme, že podobně jako je hodně kolísavý počet lůžek, stejně tak jsou velké rozdíly v počtu příjezdů hostů do oblasti Broumovska.

Průměrný počet přenocování na Broumovsku se shoduje s celkovým průměrem za celou ČR a činí 2.9 nocí na jednoho hosta za rok 2012. Podobně můžeme srovnat správní obvod Broumovska s jiným správním obvodem např. Dvůr Králové nad Labem či Litomyšl, kde se pohybují počty příjezdů hostů také těsně nad 20.000. V regionu Broumovska, musí řešit ale jiný problém, a to soustředění se turistů zejména do oblasti Adršpašsko-teplických skal, a nadále nepokračování v cestě tu po zbylé části regionu. Následující tabulka 9 slučuje počet přenocování a teoretickou roční kapacitu lůžek a udává tak procento naplněnosti zařízení.

² zařízení s 5 a více pokoji nebo s 10 a více lůžky určenými pro cestovní ruch

³ důvěrný údaj

Zde je nutné podotknout, že celková kapacita je vypočítána jako počet lůžek násobených 365 dny v roce, což není zcela vypovídající, vzhledem k obdobím, kdy i penziony jsou zavřené nebo se lidé neubytovávají (např. Vánoce) a jde tak čistě o orientační a doplňující hodnoty vypočítané na základě teoretické konstrukce.

Tabulka 9: Teoretická naplněnost ubytovacích zařízení

Rok	2003	2004	2005	2006	2007
Roční kapacita lůžek	535 455	581 445	549 325	615 755	628 165
Počet přenocování	80406	56583	58904	95562	79975
Teoretická roční naplněnost	15 %	10 %	11 %	16 %	13 %
Rok	2008	2009	2010	2011	2012
Roční kapacita lůžek	540 565	637 290	538 375	577 430	666 490
Počet přenocování	62333	55869	52181	-	63385
Teoretická roční naplněnost	12 %	9 %	10 %	-	10 %

Zdroj: vyhodnoceno na základě dat z [24]

Vzhledem k velikosti území tvoří a bude tvořit cestovní ruch podstatnou roli při dalším nejen ekonomickém rozvoji regionu. V roce 2012 byl příjezdový turismus na hodnotě 21 134 hostů, z čehož 17 754 hostů pocházelo z ČR. Zde vidíme, že většinu hostů tvoří právě obyvatelé ČR, nicméně vzhledem k poloze, je nutné zaměřovat se i na přeshraniční spolupráci a pracovat na propagaci regionu i v sousedním Polsku. Příjezd hostů z ČR tvoří téměř 85 % celkových příjezdů a podobně tomu je i s počtem přenocování hostů, kdy 85 % (53.713) přenocování v roce 2012 tvořili opět tuzemští hosté. [25]

Ne méně podstatné pro oblast Broumova jsou i stravovací zařízení, neboť hodně návštěvníků využívá klidnou oblast k cykloturistice či pěší turistice a stravovací zařízení doplňují požadované služby turistů. Respektive je pro region i důležité, aby turisté měli kde utratit peníze v oblasti a nebyly pouhými návštěvníky, kteří nenesou žádný pozitivní vliv. V samotném Broumově se nachází několik restauračních zařízení, pro tuto práci jsou ale neméně důležitá i stravovací zařízení v okolních obcích, zejména v místech, kde se vyskytuje i broumovská skupina kostelů. Tabulka 10 shrnuje veškeré obce, mimo Broumova samotného, kde se nachází několik stravovacích zařízení, z Broumovské skupiny kostelů a udává počty stravovacích zařízení a vzdálenost nejbližšího z nich od kostela jako dominanty obce.

Tabulka 10: Stravovací zařízení v obcích na Broumovsku

Obec	Stravovací zařízení	Vzdálenost od kostela (metry)
Bezděkov nad Metují	2	300
Božanov	2	100
Heřmánkovice	1	400
Kaple Hvězda	1	80
Otovice	2	50
Ruprechtice	1	1500
Šonov	1	1900
Vernéřovice	1	560
Vižňov	1	100

Zdroj: vlastní zpracování

Téměř veškerá zařízení mají v pondělí zavřeno, což je ale běžné i v jiných regionech a shoduje se to se zavírací dobou u většiny památek, tudíž je to běžně známé. Skoro polovina zařízení má otevřeno zbylý týden již od doby obědů až do večera, ale druhá polovina zařízení je spíše koncipována pro místní obyvatelstvo a otevírací doba je až od pozdních odpoledních hodin, což znamená, že během dne ho turisté nemohou využívat. Co se týká ubytovacích zařízení v obcích, jedná se nejčastěji o penziony, či chalupy k pronajmutí nebo kempy. V každé z obcí se tedy nachází alespoň jedna možnost ubytování a alespoň jedna možnost ke stravování a dá se tedy říct, že obce jsou připraveny z tohoto pohledu na turistický potenciál.

4.6.1 Organizace podporující CR v regionu

V posledních zejména deseti letech vzniklo v oblasti Broumavska několik subjektů či institucí, které zajišťují další rozvoj území a snaží se o zatraktivnění oblasti v rámci celé ČR, ale i zahraničí.

Jednou z v poslední době asi nejvíce aktivních skupin působících ve prospěch Broumovského výběžku je občanské sdružení Omnium, které se cíleně věnuje vytváření podmínek pro získávání finančních či materiálových prostředků pro záchranu a obnovu, většinou nevyužívaných architektonických památek v regionu. Sdružení se nezabývá pouze získáváním finančních prostředků, ale i předáváním zkušeností formou vzdělávacích

a výchovných programů pro děti a mládež i veřejnost. Omnium o. s. se stalo i partnerem projektu „Pro život kostelů Broumovska“, realizovaného Římskokatolickou farností v Broumově od roku 2012, který zahrnuje jak samotnou stavební obnovu barokních kostelů, tak i aktivity spojené s navrácením života do těchto památek. [26]

V roce 2005 byla založena Místní akční skupina Broumovsko+ (MAS Broumovsko+). Sdružení bylo založeno především z důvodu vytvoření pravidel pro spolupráci obcí, měst, podnikatelů a jiných subjektů. Sdružení je jedinou organizací, která se může účastnit programů Ministerstva zemědělství LEADER+ a LEADER ČR, které jsou zaměřeny na podporu venkovských regionů. Organizace je ale aktivní i v dalších směrech jako koordinátor při práci na Integrovaném plánu rozvoje Broumovska a stala se tak nepostradatelnou organizací v regionu. [31]

Mezi organizace mající vliv na cestovní ruch v regionu je určitě nutné zařadit i Agenturu pro rozvoj Broumovska. Jako nezisková organizace se snaží rozvíjet diskuzi ohledně dlouhodobých cílů regionu a tím nasměrovat region správným směrem. Agentura se poté účastní naplnění dílčích cílů vize, vytváří řadu projektů a zejména se soustředí na zainteresování mladých lidí, kteří mají zájem o region a jeho další vývoj. Agentura je i společníkem ve firmě CK Broumovsko, která zajišťuje speciální zájezdy a zážitky právě v oblasti Broumovska. [36]

Vedle výše zmíněných organizací vzniká i řada menších subjektů, které projevují zájem o rozvoj regionu. Podpora cestovního ruchu na Broumovsku plyne i z celorepublikových organizací, a to zejména Czechtourismu a jeho portálu Kudy z nudy a jiných projektů.

5 ANALÝZA VYUŽITÍ MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ PRO CESTOVNÍ RUCH NA BROUMOVSKU

Informační technologie, jak už bylo zmíněno v předešlých kapitolách, jsou v poslední době jednou z nejrychleji se rozvíjejících oblastí, a proto je důležité znát jejich vliv na rozvoj regionu. Pro možnost zjišťování vlivu moderních technologií na cestovní ruch na Broumovsku je nejdříve nutné rozebrat jednotlivé využití nových aplikací či her ve vybraném regionu, se zaměřením na Broumovskou skupinu kostelů.

5.1 Současné rozšíření foursquare aplikace

Několik záchytných bodů v aplikaci foursquare lze najít již i na Broumovsku, nejvyšší koncentrace bodů je jako obvykle ve městech, kde jsou vytvořeny body k samotnému městu i k jeho zajímavostem, restauračním a ubytovacím zařízením či některým obchodům. Pro nás bude podstatnější průzkum vzniklých bodů v návaznosti na broumovskou skupinu kostelů a restauračních zařízení v nejbližším okolí zobrazených v tabulce 11.

Tabulka 11: Foursquare body broumovské skupiny kostelů

Foursquare bod	Počet návštěvníků	Počet Check-inů	Doporučení
Šonov - kostel	2	2	-
Ruprechtice – kostel	3	3	-
Verněřovice – kostel	3	3	-
Božanov – kostel	4	6	1
Bezděkov nad Metují – kostel	4	11	-
Hvězda	40	43	1
Chata Hvězda	83	95	12
Bezděkov – Hotel na Mýtě	50	65	4
La Sahula – Otovice	12	15	2
Hospůdka u Oldy - Božanov	9	13	1

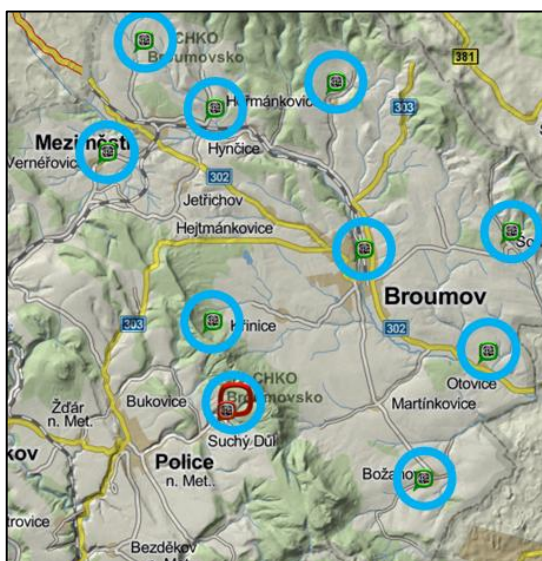
Zdroj: vlastní průzkum na [6]

Z hlediska historie foursquare je i zde patrný rozdíl mezi body u kostelů v první polovině tabulky 11, kde se prozatím vyskytují návštěvníci v řádu jednotek, a restauračních zařízení, kde se jedná se o desítky návštěvníků. Můžeme vidět i souvislost a vliv doporučení na návštěvnost zařízení, neboť řada z návštěvníků si pomocí aplikace najde vhodné zařízení, které navštíví.

Dá se konstatovat, že foursquare body prozatím nemají velký vliv na cestovní ruch jako takový, nicméně ovlivňují alespoň z části útratu turistů v místě turistických cílů. Tudíž mohou být vhodným doplňkem pro zvýšení atraktivity místních zařízení, zejména z důvodu nulových nákladů na vznik foursquare bodu a vytvoření zdarma určité pozitivní propagace, která je přístupná komukoli a kdekoli. To je jeden z důvodů, proč vytvořit body i u zbývajících kostelů a u restauračních zařízení v každé obci.

5.2 Zhodnocení QR kódů v regionu

Analýza použití QR kódů v mikroregionu byla provedena na jedné ze stezek, které je možné na Broumovsku vidět. Stezky jsou tvořeny firmou Taggmanager s. r. o. a veškeré základní informace ke stezkám lze zjistit na webu Dohaje.cz. Vzhledem k velikosti stezky CHKO Broumovsko a k zaměření se spíše na blízké okolí Broumova se práce orientuje na druhou možnost, a to stezku Broumovské skupiny kostelů. Stezka má deset zastavení, vždy jedno u každého z kostelů, patřících do celé skupiny. Jejich rozložení dle serveru Taggmanager můžete vidět na obrázku 6.



Obrázek 6: Mapa stezky Broumovská skupina kostelů

Zdroj: upraveno podle [5]

V rámci terénního šetření byly zjišťovány údaje o druhu a síle internetového signálu, který je nutný ke stažení informací na základě naskenování QR kódu a dále bylo hodnoceno zejména samotné umístění QR kódu, neboť se jedná o informační sdělení, které by mělo být umístěno na viditelném místě. K měření byla využita volně dostupná aplikace Gsm Signal Monitoring, která se dá využít na mobilních telefonech i tabletech. Měření proběhlo 1. 4. 2014 a to vždy u 3 hlavních operátorů v ČR (tzn. T-Mobile, Vodafone a O2). Během měření byly zjištěny 4 různé druhy signálu, které se liší svojí rychlostí. Jednalo se

o technologii HSDPA, HSPA +, EDGE a UMTS. Měření takového signálu je v jednotkách decibel miliwatt (dBm), která nám udává odchylku oproti plnému signálu.

5.2.1 Optimálně zpracovaná zastavení

V rámci 10 zastavení byla pouhá 4 naprosto bezproblémová. Jednalo se o kostely v Heřmánkovicích, Ruprechticích, Šonově a Verněřovicích. Kód byl umístěn většinou u jiné informační tabule, nebo na stromě u cesty ke kostelu a často byl vidět už z dálky. V tabulce 12 můžeme vidět rozdíly signálu. Z měření lze snadno usoudit, že většina území Broumovského výběžku je pokryta technologií EDGE, ale jsou místa, kde lze stahovat data i rychlejším způsobem HSDPA a HSPA+, i přes odchylku, která dělá v průměru - 81 dBm lze stáhnout data u každého z kostelů a vzhledem k jednoduchým informacím jsou data stažena i dostatečně rychle.

Tabulka 12: Kostely s optimálně umístěným QR kódem

Umístění	Druh signálu - Síla signálu (dBm)					
Operátor	T-Mobile		Vodafone		O2	
Kostel Všech svatých	EDGE	- 91	EDGE	- 77	EDGE	- 91
Kostel sv. Jakuba Většího	HSDPA	- 93	EDGE	- 75	HSPA+	- 93
Kostel sv. Markéty	EDGE	- 81	EDGE	- 81	EDGE	- 77
Kostel sv. Michaela	EDGE	- 75	EDGE	- 77	EDGE	- 63

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.2 Kostel sv. Barbory v Otovicích a kostel sv. Anny ve Vižňově

Další dvě zastavení u kostela sv. Barbory v Otovicích a kostela sv. Anny ve Vižňově, kterým je společné horší umístění QR kódů. V Otovicích je kód umístěn celkem viditelně, ale pouze pro turisty, kteří si půjdou kostel i obejít, kód je sice vidět od klasických informačních tabulí (cca 7 metrů za nimi), ale i ty jsou umístěny za branou a kostelní zdí, což může vést k tomu, že řada návštěvníků si informace vůbec nepřečte či nestáhne. U kostela ve Vižňově jde o velice podobný problém jako v Otovicích, neboť kód je sice viditelný, ale zde je umístěn na opačné straně stromu, než lze vidět při příchodu k ostatním informačním tabulím a před kostel. Tzn. kód lze vidět jen při cestě přímo z kostela zpět na hlavní silnici.

U obou kostelů to může odlákat řadu turistů, kteří by po zjištění informací z kódu mohli zamířit k dalším cílům, chtít se podívat na zajímavosti v samotném kostele aj. Nicméně v případě nálezu kódu nebyl zjištěn žádný problém s připojením na internet a se stažením

informací. U obou kostelů byla dostupná pouze mobilní technologie EDGE s velice podobnými odchylkami u všech operátorů, jak ukazuje Tabulka 13.

Tabulka 13: Kostel sv. Barbory a kostel sv. Anny

Umístění	Operátor			
	Signál EDGE	T-Mobile	Vodafone	O2
Kostel sv. Barbory	Síla signálu (dBm)	- 71	- 75	- 65
Kostel sv. Anny	Síla signálu (dBm)	- 57	- 55	- 71

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.3 Kostel sv. Prokopa v Bezděkově

O tohoto kostela došlo k jedinečnému problému, kdy zadané souřadnice kostela jsou téměř 5 km od umístění kódu a samotného kostela. Z hlediska náhodného turisty, který půjde ke kostelu, je kód perfektně umístěn a signál je zde dostačující. Nicméně pro turistu, který bude kostel hledat dle zadaných souřadnic, se ocitne naprosto na jiném místě.

Tabulka 14: Kostel sv. Prokopa

Kostel sv. Prokopa			
Signál EDGE	T-Mobile	Vodafone	O2
Síla signálu (dBm)	- 77	- 71	- 71

Zdroj: vlastní zpracování

5.2.4 Kostel sv. Máří Magdalény v Božanově a Kostel sv. Václava v Broumově

Další skupinu kostelů tvoří kostel v Božanově a samotném Broumově. Zde se slučují 2 problémy, a to že kostel se nenachází na uvedených souřadnicích, ale zároveň se na souřadnicích, ani u kostela nenachází ani kód. Zde jsem se rozhodla změřit signál u kostela v místech současných informačních tabulí, kde je i možný potenciál, že kód by měl být do budoucna umístěn někde v okolí.

Tabulka 15: Kostel sv. Máří Magdalény a Kostel sv. Václava

Umístění	Druh signálu - Síla signálu (dBm)					
	T-Mobile		Vodafone		O2	
Kostel sv. Máří Magdalény	EDGE	- 79	EDGE	- 89	EDGE	- 71
Kostel sv. Václava	HSDPA	- 87	EDGE	- 83	HSPA+	- 73

Zdroj: vlastní zpracování

Kostel v Božanově je jednou z nově opravených památek společně i s prostorem okolí kostela (parkovací místa) a kostel přímo navazuje na náměstíčko v Božanově, kde se nachází i restaurace a v místní obci i kempy a další zajímavé cíle, i proto je u tohoto vhodné daný kód mít umístěný a upozornit na zdejší vhodný prostor pro turisty.

Samotné měření vytyčilo podobné hodnoty jako u předešlých zastavení, nicméně u kostela sv. Václava je rozdíl v technologiích, kdy je vidět vliv umístění kostela ve městě Broumov, kde lze stahovat i rychlejšími technologiemi než EDGE.

5.2.5 Kaple Panny Marie

Prostor u kaple Panny Marie, neboli častěji nazývanou Hvězda je velice často navštěvovanou lokalitou a tudíž i dobrým způsobem propagace formou QR kódu, který poukáže i na další zajímavosti v blízkém okolí. Bohužel při terénním šetření byla podobně jako u 2 kostelů předešlé kapitoly zjištěna nepřítomnost tabulky s kódem v okolí cíle. Udané souřadnice zavedou turistu na správné místo, nicméně zde naleznete jen klasické informační tabule. Nedaleko kaple Hvězdy se nachází i vysílač a na místě před kaplí bylo naměřeno opět i lepší rychlosti signálu v podobě UMTS a HSPA+. Nicméně v případě O2 a signálu HSPA+ se odchylka vyšplhala už na -103 dBm.

Tabulka 16: Kaple Panny Marie

Kaple Panny Marie u kaple			
	T-Mobile	Vodafone	O2
Druh signálu	UMTS	EDGE	HSPA+
Síla signálu (dBm)	- 97	- 77	- 103

Zdroj: vlastní zpracování

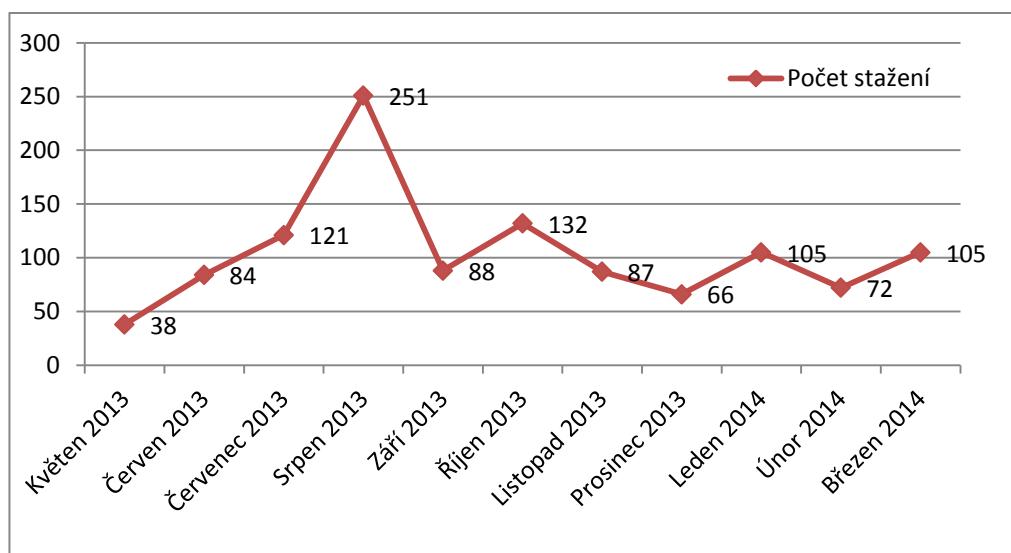
5.2.6 Statistické údaje o stezce

Tabulka 17 a graf 4 ukazují na trend v počtu stahování na stezce. Nejvyšší počet stažení byl v období letních prázdnin, ale i měsíce října, což kopíruje období nejvyšší návštěvnosti v regionu. Otázka zní, zda jednotlivá zastavení přivedou uživatele i k dalším cílům v regionu, nebo využijí QR kód pouze jako náhradu za informace z jiného zdroje.

Tabulka 17: Počty načtení QR kódu na stezce Broumovská skupina kostelů

Měsíc	V. 2013	VI. 2013	VII. 2013	VIII. 2013	IX. 2013	X. 2013	XI. 2013	XII. 2013	I. 2014	II. 2014	III. 2014
Stezka celkem	38	84	121	251	88	132	87	66	105	72	105

Zdroj: upraveno podle [16]

**Graf 4: Vývoj počtu načtení QR kódů na stezce Broumovská skupina kostelů**

Zdroj: upraveno podle [16]

Z počtů stažení nelze prozatím vyvozovat jakékoli závěry a je nutné podívat se na statistiky následujících let, kdy bude stezka využívána nově přijíždějícími turisty. Vzhledem k vytvoření stezky v roce 2013 se dá očekávat postupný nárůst stažení a vyšší využívání tohoto typu informací.

5.2.7 Závěrečné zhodnocení QR stezky

Celou stezku bych vzhledem k zjištěním zhodnotila spíše kriticky, neboť u více jak poloviny zastavení se vyskytuje určitý problém, ať už s umístěním či se vůbec na místě nenacházejí. I přes zjištěné problémy jsou v tabulce 17 a grafu 4 vidět vcelku vysoké počty stažení kódů za celou stezku. Lze vidět vyšší množství stažení v období letních měsíců, což je spojeno zejména s obecně vyšším turismem v celé oblasti Broumova. Velkou otázkou je, jak bude vývoj pokračovat, vzhledem k prozatím krátkému životu QR stezky se nedá ještě s jistotou říci, že bude mít pozitivní vliv na turismus, ale vzhledem k trendu přecházet k formám informování turistů způsobem, jenž méně zasahuje prostředí a navíc je atraktivní pro mladou generaci, můžeme předpokládat spíše rostoucí počet stažení v jednotlivých měsících, avšak za předpokladu opravy chyb, které se na stezce vyskytují.

5.3 Srovnání stezky a geocachingu

Z důvodů krátké existence QR kódové stezky k broumovské skupině kostelů, nelze porovnávat více období. Jelikož nejvyšší turistický ruch probíhá v období letních prázdnin, tzn. měsíce července a srpna, bylo zvoleno toto dvouměsíční období, jako čas pro porovnání návštěv geocachingových zastavení v místech kostelů oproti QR kódovým zastavením.

Z důvodů neposkytnutí údajů ohledně jednotlivých QR kódových zastavení lze porovnávat pouze celkový počet uživatelů na stezce, který činí 372, a lze předpokládat, že v tomto počtu jsou zahrnuti i stejné osoby, které se vyskytli na více zastaveních. V případě geocachingu šlo z logů jednotlivých účastníků a na jednotlivých zastaveních vyselektovat konkrétní údaje a pro vykreslení jsou uvedeny v tabulkách níže.

Tabulka 18: Porovnání počtů návštěv či přihlášení (1. 7. – 31. 8. 2013)

Kostel (obec)	Počet uživatelů		
	Geocaching	Stezka	
Bezděkov nad Metují	29	372	
Božanov	60		
Broumov	91		
Hvězda	152		
Heřmánkovice	40		
Otovice	35		
Ruprechtice	49		
Šonov	32		
Vernéřovice	49		
Vižňov	34		
Celkem	571		372

Zdroj: zpracováno na základě [7]

Již při samotném porovnání jednotlivých „přihlášení“ u zastavení lze vidět převahu geocachingu nad QR stezkou, což může být dáno různými faktory od špatné dostupnosti QR kódů přes prozatím menší znalosti tohoto typu informací aj.

Tabulka 19: Počty osob na keších kostelů

Počet odlovů	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Celkem
Nicků	202	44	8	11	4	1	1	2	6	11	290

Zdroj: upraveno podle [7]

Tabulka 19 ukazuje celkový počet jedinečných nicků za období měsíců července a srpna roku 2013, kteří našli keše, týkající se Broumovské skupiny kostelů, ale zejména poukazuje na trend počtu účastníků geocachingu při odlovu. Celá série, pokud nezapočítáme bonusovou keš, čítá 10 zastavení, která přesně odpovídají zastavením na stezce QR kódové. Počet osob zájímavých se o geocaching v oblasti je značný, nicméně, nelze říci, že série tohoto typu a takto provedená je dostatečným motivem navštívit více jak jeden objekt, což dokazuje v tabulce počet nicků, které našly pouze jedinou keš ze série, ale na další místa se již nevydali. Nutné je zde zmínit, že z 202 nicků, bylo 110 pouze u Kaple Panny Marie (Hvězda). Nicméně vzhledem ke statistice pouze za poslední letní prázdniny, nelze činit definitivní závěry ohledně počtů a lze pouze odhadovat, neboť řada účastníků geocachingu, zejména ti co už ze série odlovili více jak 3 keše, se s nejvyšší pravděpodobností do oblasti opět vrátí a sérii budou chtít dokončit. Podobně nejde brát počet nicků jako rovný počtům osob, neboť geocaching je často vykonáván ve skupinách či párech a mají často společný účet. Tudíž lze předpokládat že geocaching přivedl do oblasti více jak 290 osob.

Závěrem lze k využívání technologií na Broumovsku konstatovat, že jediné využití, které by se dalo hodnotit jako atraktivita, neboť sama o sobě přivede do regionu více turistů, je geocaching, což dokazují i vyšší počty osob navštěvující keše oproti stáhnutým QR kódům. Foursquare je vzhledem ke geografickému rozložení v Broumovském výběžku velice málo rozšířen, neboť prozatím je v ČR provozován zejména ve městech, což je znát i v této lokalitě, kdy v Broumově samotném vzniklo již několik bodů, ale v okolních obcích buď neexistují vůbec, nebo ve většině případů pouze jeden. Prozatím lze hodnotit využití moderních technologií jako doplněk stávajících služeb regionu a určitou formu propagace konkrétních míst.

6 VLIV MODERNÍCH TECHNOLOGIÍ NA CESTOVNÍ RUCH NA BROUMOVSKU

Po rozebrání moderních technologií a jejich využití, které lze na Broumovsku využívat se podíváme na zájem a znalost těchto technologií, který je prokazován skrze 2 dotazníková šetření, jež poukáží na cílové skupiny a možný další rozvoj technologií v oblasti.

6.1 Geocaching

Vliv geocachingu na cestovní ruch je nadále prokázán formou dotazníkového šetření (dotazník A), které proběhlo u 54 respondentů, kteří jsou aktivními účastníky geocachingu. Bylo jim položeno 13 otázek (viz Příloha B), a to formou on-line vyplnění na serveru vyplto.cz. Dotazníkové šetření by mělo poukázat na preference jednotlivých uživatelů z hlediska druhů keší a jejich vliv na atraktivitu lokality pro účastníka. Dotazník zodpovědělo 60 % mužů a 40 % žen, z čehož 52 % tvořili respondenti do 25 let věku, 37 % tvořila věková skupina 26 – 40 let a 11 % tvořili respondenti od 41 – 64 let.

Tabulka 20 udává oblíbenost určitého druhu keše u kačerů. Respondenti měli na výběr z 10 druhů keší a mohli je tak obodovat hodnotou od 1 do 10, kdy 1 byla pro nejvíce preferovaný typ a 10 pro nejméně. U této otázky je nutné říci, že je spíše orientační, hodně respondentů mělo problém se rozhodnout v tak široké škále a řada z nich preferuje všechny druhy stejně a byl kladen důraz pouze na malé odlišnosti v jejich preferencích.

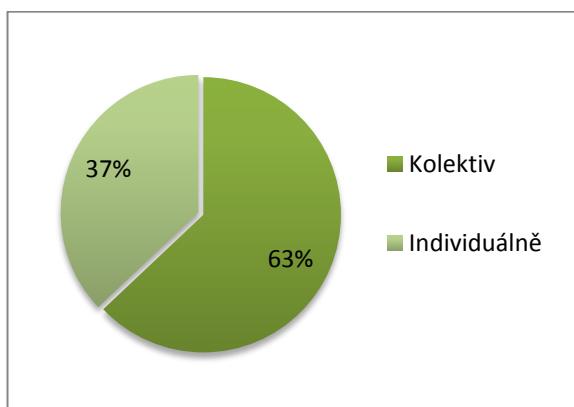
Tabulka 20: Žebříček druhů keší dle oblíbenosti

Typ keše	Průměrné pořadí	Rozptyl	Medián	Nejčastější výskyt	Součet pořadí
Tradiční	2,50	6,55	1	1	135
Multi	4,31	5,03	4	2	233
Mystery	4,72	7,05	4	4	255
WIGO	6,13	10,30	6	10	331
Letter box	6,22	5,80	6	6	336
Virtual	6,69	4,99	7	7	361
Webcam	7,39	4,50	8	8	399
Event	4,5	5,62	4	3	243
CITO	6,43	7,06	7	9	347
Earth	6,11	6,47	6	8	330

Zdroj: vlastní zpracování [10]

Právě obtížné stanovení žebříčku u každého uživatele se odráží i v tabulce 20, kde zelenou barvou je zvýrazněna vždy nejlepší hodnota, oranžovou barvou druhá nejlepší hodnota a červenou barvou 3. nejlepší hodnota. Na stanovené preference bylo pohlíženo různými statistickými metodami, z důvodu vyšší průkaznosti otázky. I přes použití více metod se jednoznačně ukázal jako nejpreferovanější typ keše tradiční, který ve všech čtyřech hodnoceních zaujímá první pozici. Hodnocení dalších typů keší již bylo velice vyrovnané a bylo znát právě obtížné odlišení preferencí, ale dají se vyčlenit ještě 2 typy keší a to Multi a Event, které oproti ostatním mají ještě značně lepší hodnoty.

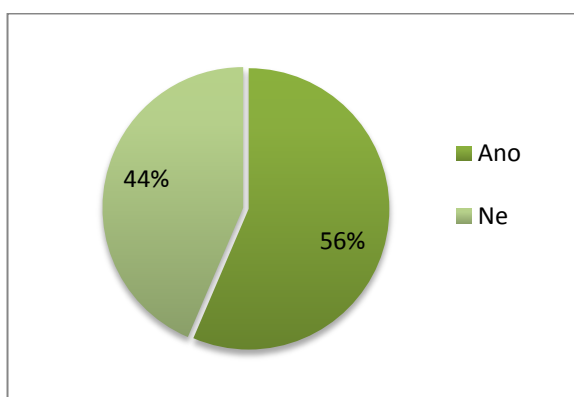
Následující graf 5 udává procento uživatelů geocachingu, kteří se účastní geocachingu spíše v kolektivu či spíše individuálně. Z grafu je patrné, že i přesto, že se jedná i o určitou sociální hru, 20 respondentů přesto preferuje individuální odlov.



Graf 5: Účast na geocachingu (individuální nebo kolektivní)

Zdroj: vlastní zpracování [10]

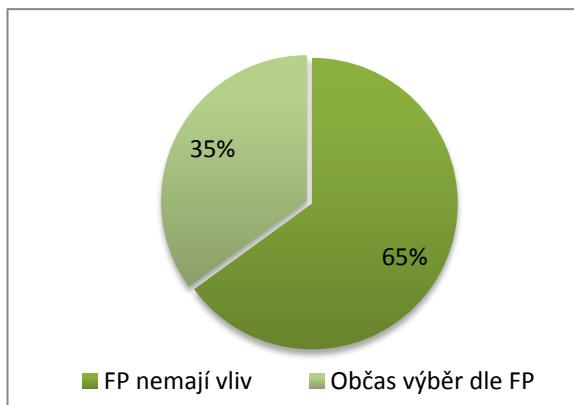
Graf 6 udává procenta využívání stravovacích či ubytovacích zařízení v místě lokality odlovu. Více jak polovina respondentů tato zařízení využívá a dá se říci, že tato část turistů má hlavní vliv na cestovní ruch, neboť 43 % uživatelů pouze odloví keš či se koukne na zajímavost poblíž, nicméně neutratí v regionu žádné peníze.



Graf 6: Využívání stravovacích a ubytovacích zařízení při odlovu keše

Zdroj: vlastní zpracování [10]

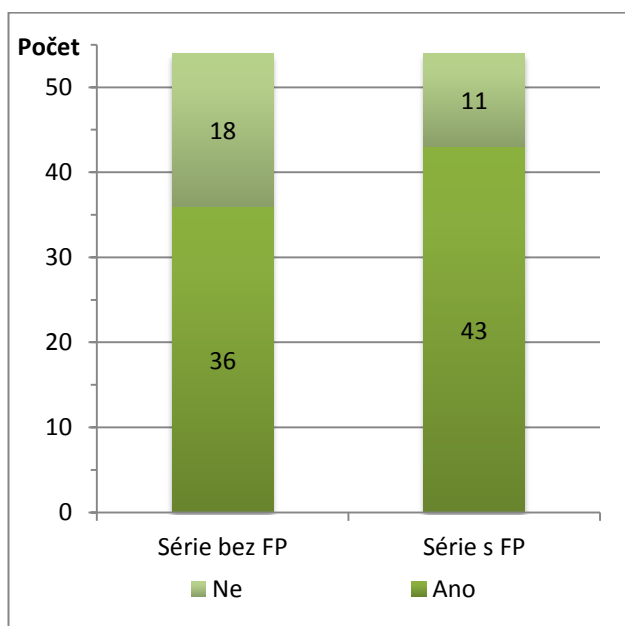
Vliv FP bodů na výběr lokality je dle grafu 7 spíše nepodstatná. Pro celých 65 % respondentů nemá hodnocení oblíbenosti vůbec vliv na atraktivitu keše, dalších 35 % dotazovaných volí dle oblíbenosti jen některé ze svých výletů a pouze dle počtů FP si lokalitu nevybírání ani jeden respondent.



Graf 7: Vliv FP (body oblíbenosti) na výběr lokality

Zdroj: vlastní zpracování [10]

V případě vytvoření série v lokalitě Broumovska, která bude čítat více, jak 10 keší se zvýší zájem 36 respondentů o tuto lokalitu, což odpovídá 66% respondentů. U respondentů, kteří by i tak o lokalitu neměli zájem, byla položena doplňující otázka ohledně hodnocení FP body. V situaci, kdy by měla série vysoké hodnocení oblíbenosti, došlo u 7 respondentů ke změně názoru a o lokalitu by také začali mít zájem. Tzn. v případě spojení obou aspektů (vytvoření série o vysokém hodnocení FP), zájem 43 dotazovaných, což činí celých 80 % respondentů a na pouhých 20 % by keše neměly vliv, jak ukazuje graf 8.

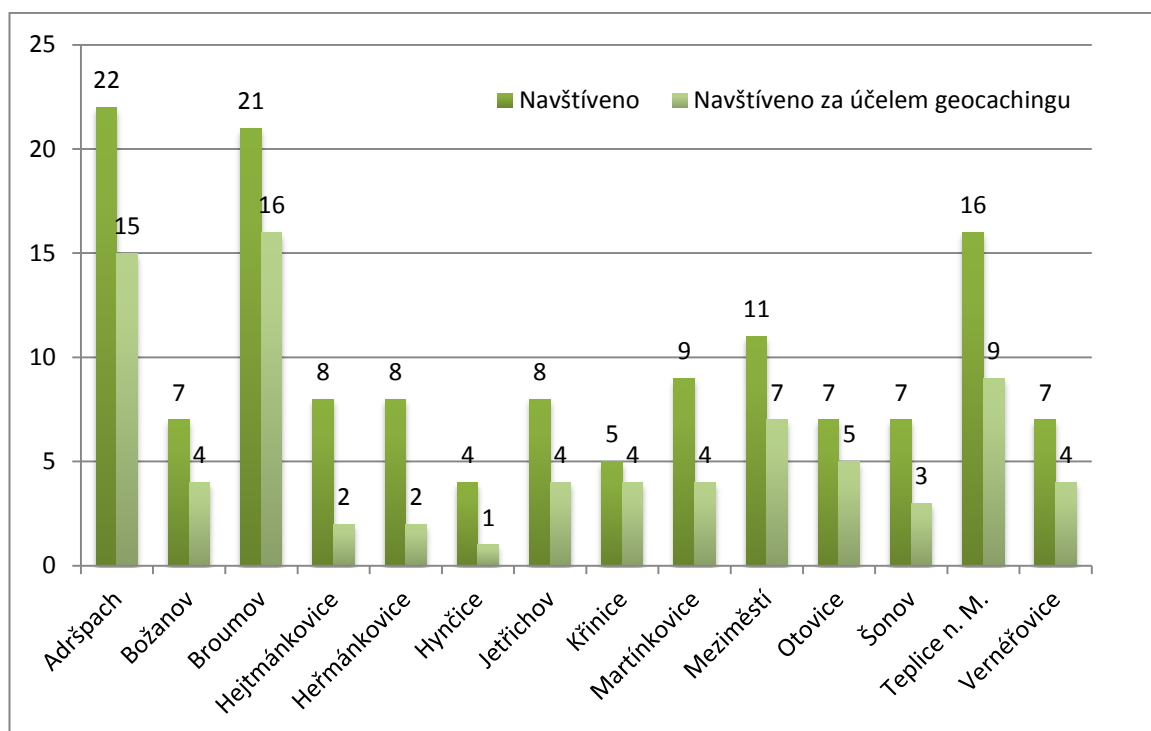


Graf 8: Vliv série keší a FP bodů na atraktivitu lokality pro účastníky geocachingu

Zdroj: vlastní zpracování [10]

6.1.1 Návštěvnost respondentů na Broumovsku

Nadále bylo zjišťováno navštívení lokality Broumovska a účelu návštěvy, jak je možné vidět v grafu 9.



Graf 9: Porovnání návštěvnosti na Broumovsku a návštěvnosti za účelem odlovu keše

Zdroj: vlastní zpracování [10]

Celkem navštívilo lokalitu již 46 % respondentů a 54 % ještě v lokalitě nikdy nebylo. Pokud jde o samotné navštívení lokality, je zde potvrzen vliv velké turistické aktivity Adršpašsko-teplických skal a nadále značný rozdíl v návštěvnosti měst oproti obcím. Tabulka 21 udává průměrný podíl na návštěvnosti obcí za účelem odlovu keše, který činí 53 %. Zde je vidět značný vliv geocachingu na návštěvnost, zejména menších obcí, kdy např. u malé obce Křinice činí podíl návštěvnosti za účelem geocachingu celých 80 %.

Obec	Návštěvnost	Návštěvnost za účelem odlovu	Podíl odlovu na návštěvnosti (v %)
Adršpach	22	15	68
Božanov	7	4	57
Broumov	21	16	76
Hejtmánkovice	8	2	25
Heřmánkovice	8	2	25
Hynčice	4	1	25
Jetřichov	8	4	50
Křinice	5	4	80
Martínkovice	9	4	44
Meziměstí	11	7	64
Otovice	7	5	71
Šonov	7	3	43
Teplice nad Metují	16	9	56
Vernéřovice	7	4	57
Průměr	-	-	53 %

Tabulka 21: Porovnání návštěvnosti Broumovska za účelem odlovu

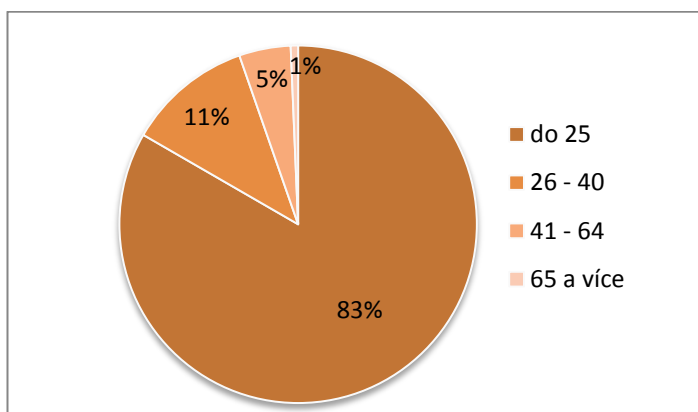
Zdroj: vlastní zpracování [10]

Průzkum mezi účastníky geocachingu prokázal, že i pouhé založení několika, zejména tradičních keší je důvodem pro navštívení lokality, což přináší velký potenciál ohledně využití geocachingu, jako určitého druhu atraktivity v regionu, nebo zejména jako doplňku ke stávajícím zajímavostem a jejich zviditelnění. Vzhledem k využívání stravovacích a ubytovacích zařízení u 56 % respondentů nejsou uživatelé pouhým tranzitivním turistou, ale mají vliv i na rozvoj regionu v podobě ekonomického přínosu. I na průměrném procentu návštěvnosti jednotlivých obcí za účelem geocachingu, které činí 53 %, je patrné, že v případě kačerů, je obec často navštívena pouze z důvodu odlovu keše jako velké atraktivity pro tento typ účastníků cestovního ruchu.

6.2 Znalost a využívání moderních technologií

Vliv a zejména základní znalost moderních trendů v cestovním ruchu a vůbec možnost moderních technologií je ukázána na základě druhého dotazníkového šetření s názvem Moderní technologie v turismu (dotazník B). Dotazník byl opět formou on-line vyplnění na serveru vyplnto.cz a zodpovědělo ho celkem 150 respondentů ve složení 63 % žen a 37 %

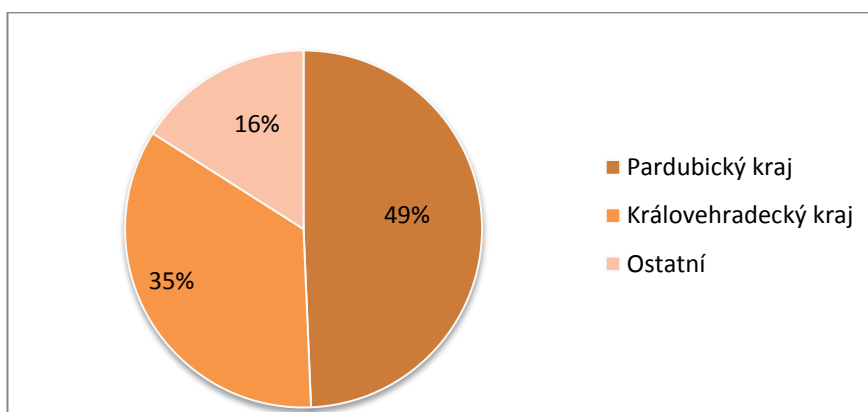
můžu, kterým bylo položeno maximálně 16 otázek (viz příloha B). Věková struktura respondentů je uvedena na grafu 10.



Graf 10: Věková struktura respondentů

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Vzhledem k zaměření se dotazníku na moderní technologie, budou vyhodnocovány data jak z hlediska všech respondentů, tak pouze pro tuto oblast nejdůležitější skupiny, a to do 25-ti let, která tvoří cílovou skupinu a byli z ní vyloučeni respondenti z oblasti Broumova. Dotazník byl předkládán zejména obyvatelům Pardubického a Královéhradeckého kraje jako nejbližší a tudíž spádové oblasti pro oblast Broumova, ale bylo umožněno ho vyplnit i určitému procentu z jiných krajů ČR. Geografické rozložení respondentů ukazuje graf 11, kde 35 % tvoří Královéhradecký kraj, z čehož 5 osob pochází přímo z oblasti Broumova.

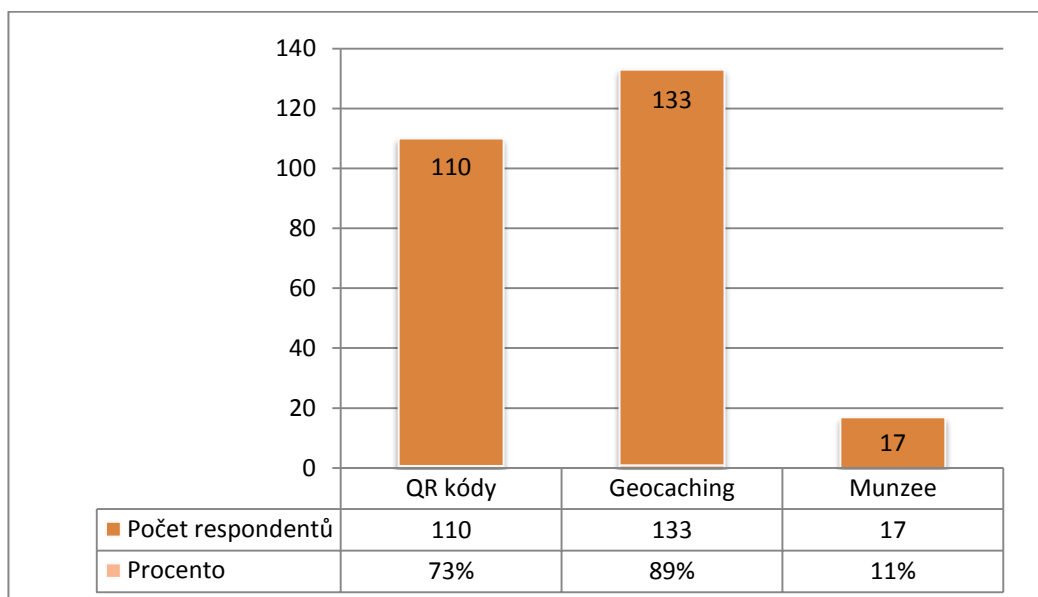


Graf 11: Geografické rozložení respondentů

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Graf 12 nám udává základní procenta týkající se znalosti využívání moderních technologií. Nejlépe pokud jde o samotnou znalost je na tom geocaching a QR kódy, vedle toho Munzee se ještě do podvědomí většiny lidí nedostalo a pouhých 17 respondentů vědělo, o co se jedná.

Nicméně samotná procenta znalosti využití moderních technologií jsou spíše orientačním číslem a tvoří možný potenciál budoucích účastníků těchto her či aplikací.



Graf 12: Znalost moderních pojmů z oblasti cestovního ruchu

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Důležitějším údajem, který nám umožní určit vliv na cestovní ruch, ukazuje tabulka 22, jež udává procento osob, které využívá QR kódy. Z celkového počtu respondentů využívá aktivně QR kódy v terénu 30 lidí, což činí celkem pouhých 20 % respondentů (globální údaj). Z celkového počtu 110 osob, které vědí co je QR kód ho používá 30 dotazovaných, což činí 27 % (lokální údaj). Údaje nám dokládají, že technologie QR kódů je teprve u svých počátků a pravděpodobně až s postupem času se dostane více do podvědomí a začne ji používat více osob.

Tabulka 22: Využívání QR kódů

Odpověď	Počet	Lokálně	Globálně
Ano	30	27%	20%
Ne	80	73%	53%

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Pro využívání moderních technologií je i nutná jejich dostupnost a to buď v podobě vlastnictví samotných obyvatel nebo např. možnost vypůjčení si technologie v informačních centrech či jiných městských zařízeních. Tabulka 23 vyčísluje právě vlastnictví jednotlivých technologií u dotazovaných. Pro čtení QR kódů v terénu je nutné mít buď chytrý telefon, nebo jiné zařízení, které disponuje funkcí čtení QR kódů, ale také přístup k internetu, neboť informace si lze načíst pouze v režimu on-line. Zde je vidět menší problém ve využívání

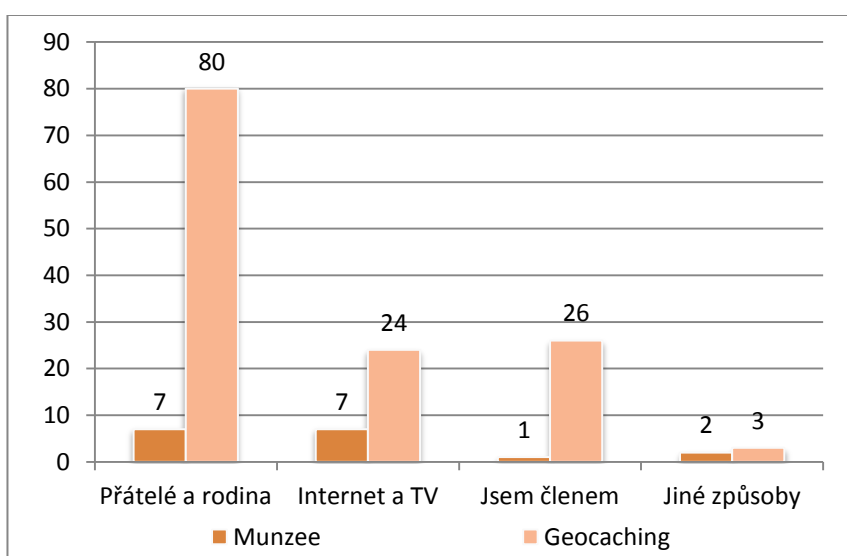
v terénu, neboť i přes celkem vysoké procento vlastníků telefonu s vhodnou technologií (69 %), ale pouze 55 % z celkového počtu respondentů se může připojit k internetu kdekoli. Sloučením obou podmínek se dostáváme k pouhým 70 dotazovaným (47 %), kteří mají možnost kód stahovat. Oproti tomu technologii pro geocaching vlastní celkem 119 respondentů (79 %), v čemž jsou zahrnuti jak vlastníci samotných GPS přístrojů tak i ti, kteří nemají GPS přístroj, ale vlastní alespoň chytrý telefon, které v dnešní době mají GPS technologii.

Tabulka 23: Vlastnictví moderních technologií

	SMART telefon		Internet v mobilu		GPS přístroj	
Ano	104	69 %	83	55 %	44	29 %
Ne	46	31 %	60	40 %	106	71 %
Nevím	-	-	7	5 %	-	-

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Pro vlastnictví technologií, je také nutná samotná znalost možného využití, jež jednotlivci získávají z různých zdrojů, jak ukazuje následující graf 13. Nejčastěji, se o možnosti různých forem zábavy v cestovním ruchu dozvědí skrze rodinu nebo přátelé, což je bráno i jako jeden z nejlepších způsobů šíření, neboť jednotlivci nemusí sami tápat, jak využití funguje, ale jsou „zaučeni“ někým zkušenějším. Z dotazovaných respondentů je 26 osob aktivním členem geocachingu, u kterého právě jednou z důležitých vlastností je určitá znalost základních pravidel, jinak by docházelo k ohrožení samotných schránek, ale i prostředí apod.

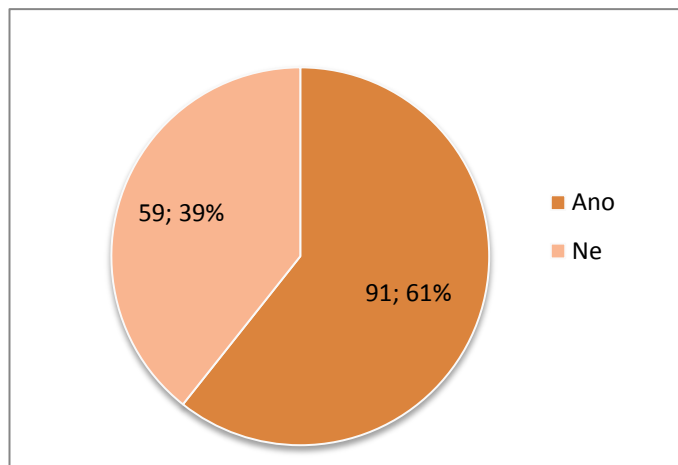


Graf 13: Zdroj znalosti technologií Munzee a Geocachingu

Zdroj: vlastní zpracování [11]

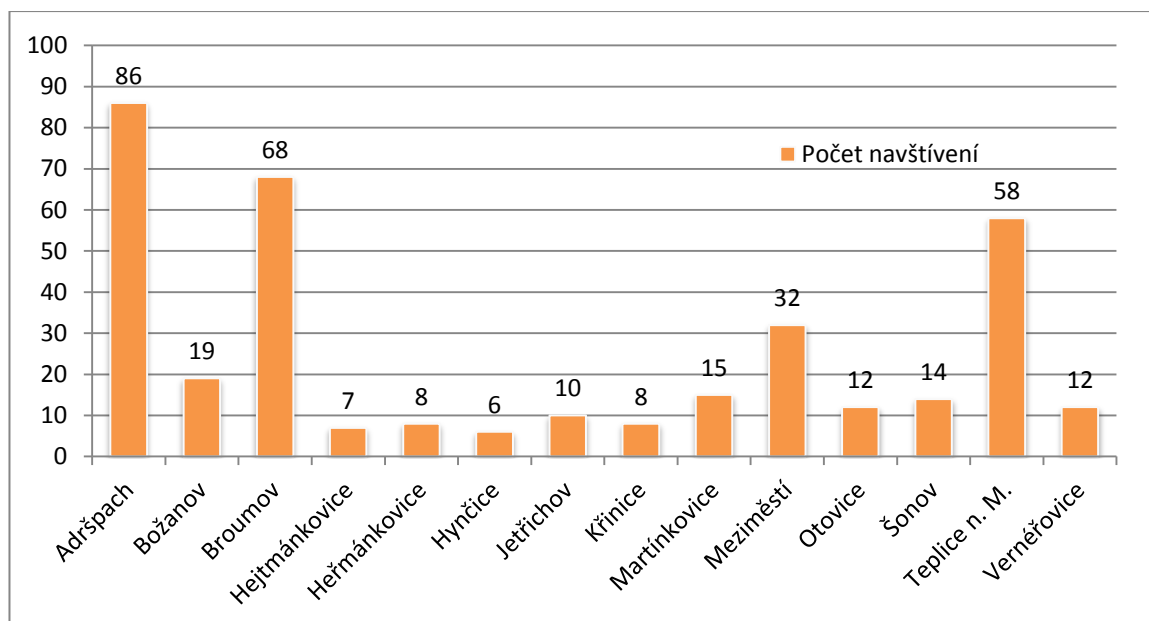
6.2.1 Návštěvnost respondentů na Broumovsku

Podobně jako v průzkumu A, bylo i v tomto dotazníku zjišťována návštěvnost regionu. V grafu 14 lze vidět, že vzhledem k bydlišti dotazovaných zejména v Pardubickém a Královéhradeckém kraji navštívilo oblasti již 61 %.



Graf 14: Návštěvnost Broumovského regionu respondenty

Zdroj: vlastní zpracování [11]



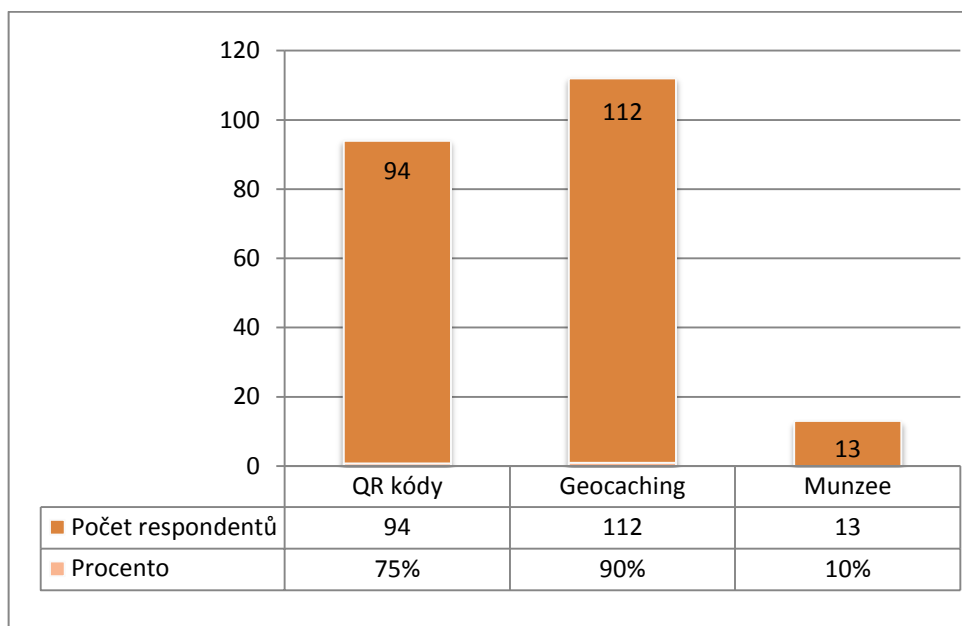
Graf 15: Graf návštěvnosti obcí na Broumovsku

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Graf 15 doplňuje údaje o návštěvnosti o oblíbenost jednotlivých obcí při návštěvě regionu. Vidíme, že z 91 respondentů téměř všichni navštívili obec Adršpach a hodně z nich navštívili dvě hlavní města regionu Broumov a Teplice nad Metují. I na tomto grafu je patrná nižší návštěvnost ostatních obcí.

6.2.2 Potenciál využití moderních technologií u věkové skupiny do 25 let

Zaměření právě na tuto skupinu bylo sledováno již při samotném zadávání dotazníku, který byl předkládán zejména mladší věkové kategorii, u které je i předpoklad častějšího využívání moderních technologií. Dalším důvodem bylo zaměření projektu QR kódů v oblasti Broumova, které mělo stanovenou cílovou skupinu na do takto nízkého věku a ověření tak vůbec potenciálu v této věkové kategorii. Celkový počet respondentů ve věkové kategorii do 25 let bylo 125, z čehož 79 bylo žen a 46 mužů.

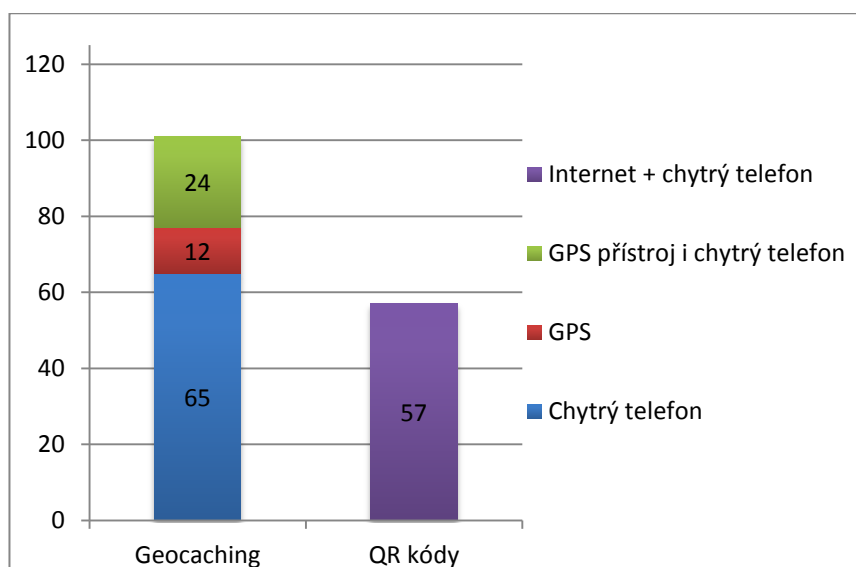


Graf 16: Znalost moderních pojmů z oblasti cestovního ruchu ve věkové skupině do 25 let

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Znalost jedné z možných aplikací munzee se vyskytuje u pouhých 10 % respondentů a tudíž prozatím není produktem, o který by se region měl více zajímat a vynakládat do něj úsilí či náklady. Oproti tomu znalost QR kódů a geocachingu, se pohybuje nad 75 % a mohlo by být zajímavým přínosem pro region. Z respondentů využívá prozatím pouhých 20 osob kódy v terénu a 23 osob je aktivním členem geocachingu. Jedním z důvodů nízkého využívání QR kódů v terénu může být, jak ukazuje graf 17 níže, nevlastnění příslušných technologií.

Ve věkové skupině do 25 let je potenciál účasti na geocachingu z hlediska technologického základu 81 % respondentů, neboť stačí vlastnit buď chytrý telefon, nebo GPS přístroj. Oproti tomu potenciál této skupiny ke stahování QR kódů je 46 %, což je dáno zejména nutností jak vlastnit chytrý telefon tak zároveň i možnost k připojení na internet.



Graf 17: Vlastnictví moderních technologií a možné použití ve věkové skupině do 25 let

Zdroj: vlastní zpracování [11]

Průzkum B prokázal, že znalost QR kódů a geocachingu je na vysoké úrovni, a proto je nutné s tímto využitím moderních technologií počítat do budoucna, a to zejména u kategorie do 25 let, ale postupem času i vyšší věkové kategorie, neboť zařízení vhodné pro geocaching vlastnilo ze 125 osob 81 %. Nová forma využití QR kódů (Munzee) byla pro všechny věkové kategorie spíše neznámá, ale je otázkou jak rychle se začne aplikace vyvíjet, neboť prozatím se v ČR nachází ve svých počátcích. Pro využívání QR kódů v terénu se vyskytuje problém s vlastnictvím internetu a zařízení vhodného ke stáhnutí kódů najednou, což částečně řeší možné načtení kódu off-line a následné stažení informací až po návratu, nicméně poté ztrácí QR kódy význam jako aktuální informace v terénu.

6.3 Ekonomické vyčíslení přínosu využití moderních technologií

Jakékoli ekonomické vyčíslení a určení dopadů vnitřního turismu na region je velice komplikované. Konkrétní čísla ohledně turismu lze získat zejména ze satelitního účtu cestovního ruchu, nicméně pokud se jedná o regionální statistiky, tento účet člení údaje pouze v některých případech a maximálně do velikosti krajů ČR. Podstatnou částí vyčíslení vlivu jakýchkoli forem cestovního ruchu je průměrná hodnota jednoho turistu, kterou utratí v regionu. Určitý odhad hodnoty je uveden v tabulce 24, která je z části získána z monitoringu Czechtourism, jenž pravidelně zjišťuje pomocí dotazníkových šetření přímo v regionu odpověď na řadu otázek. Pro zjištění průměrných výdajů turistu na den tedy bylo využito respondentů za letní období let 2010 – 2013 a četnosti jejich odpovědí v určitých cenových kategoriích. Celkem bylo dotázáno 1904 osob vybírajících z 5 možných cenových intervalů.

Na základě intervalů byla určena střední hodnota intervalu, dále používaná k vyčíslení nákladů za přesný počet osob, který celkem činil 1.180.385 Kč.

Tabulka 24: Monitoring Czechtourism – průměrné výdaje na osobu a den v regionu

Kategorie	Procento dotazovaných	Střední hodnota částky (v Kč)	Přepočtený počet osob	Odhadované výdaje celkem
Do 200 Kč	5,8 %	100	110	11043
201 až 500 Kč	39,4 %	350	750	262562
501 až 1000 Kč	46,7 %	750	889	666876
1 až 2 tis. Kč	7,4 %	1500	141	211344
Více než 2 tis. Kč	0,6 %	2500	11	28560
Celkem	99,9 %	-	1902	1180385

Zdroj: upraveno podle [35]

Z vypočtených údajů v tabulce 24 je možné pomocí podílu celkových výdajů v regionu, ku celkovému počtu návštěvníku (respondentů) vyčíslit průměrné výdaje jednoho návštěvníka na den, které činí 621 Kč.

6.3.1 Návrh na novou atraktivitu cestovního ruchu v regionu - geocaching

Vzhledem k dotazníkovému šetření A zaměřeného na komunitu geocachingu se dále pokusíme vyčíslit možný ekonomický vliv na region, v případě založení série keší o celkové délce trasy 54 km, složené ze zejména tradičních keší menší velikosti a speciálních mystery keší jako mezníků na trase. Vzhledem k delšímu úseku série, lze předpokládat minimálně dvoudenní pobyt v regionu a využití jak ubytovacího tak stravovacího zařízení.

V dotazníku byl zjištěn zvýšený zájem o lokalitu v případě založení již 10 keší bez vlivu na FP body, z důvodu vyššího vlivu série, lze vytvořit sérii keší po celém Broumovském výběžku, a to s následujícími okruhy a parametry, jak uvádí tabulka 25. Terén je hodnocen na stupnici od 1 do 5, kdy 5 značí nejobtížnější terén, který nelze zvládnout bez technického vybavení.

Tabulka 25: Okruhy geocachingové série

Okruh	Délka	Terén	Počet keší
1	26 km	3	19
2	19 km	2	12
3	26 km	3	18

Zdroj: vlastní zpracování

Každý z okruhů začíná i končí v Broumově, jak je možné vidět na obrázcích níže a v příloze D. Každý okruh by měl svá specifika, zejména co se týče vhodnosti pro děti, cyklisty a jiné kategorie. Vzhledem ke třem okruhům by bylo vytvořeno i jejich propojení skrze speciální krabičky obsahující indicie pro poslední „bonusovou“ keš, která by byla největší velikosti a umístěná na zajímavém místě v Broumově. Zde bych např. doporučila na základě získaného kódu volný vstup do některé z památek, kde by mohl být umístěn i logbook na speciálním místě. Celkem by série obsahovala 50 keší zejména tradičního typu, ale i mystery keše a jednu bonusovou mystery keš. Krabičky lze nejjednodušeji řešit v podobě ukrytí u stromu, na značce či v lese v různých pařezech.

Okruh č. 1 vede z náměstí v Broumově přes Heřmánkovice, Ruprechtický špičák a zpět na náměstí v Broumově. Celý okruh vede po turistických trasách a zahrnoval by celkem 19 keší cca ve vzdálenosti 1 km od sebe. Co se týká výškového profilu, maximální nadmořská výška se vyšplhá až na 865 m n. m. a trasa asi 2 km vede po hřebeni Javořích hor.

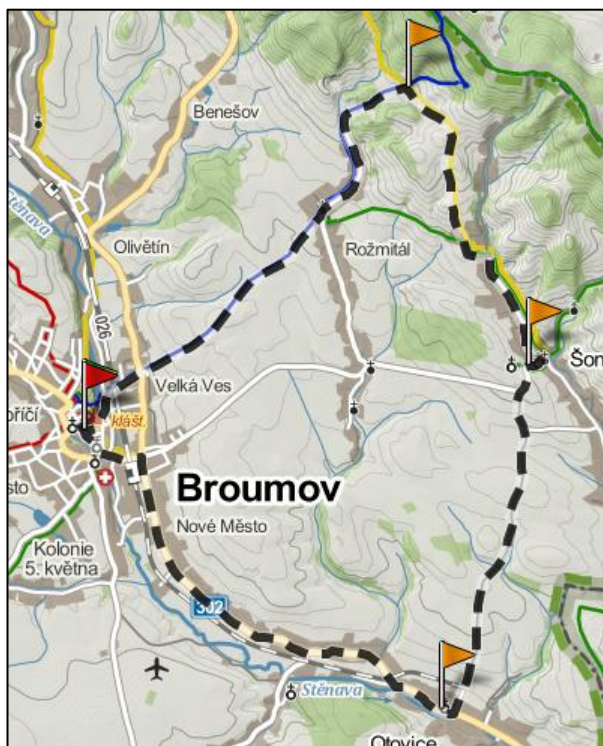


Obrázek 7: Navrhovaný okruh č. 1

Zdroj: vlastní zpracování [21]

Okruh č. 2 vede z náměstí v Broumově přes Otovice, Šonov, Rožmitál a zpět na náměstí v Broumově. První část trasy vede po místních komunikacích a z Šonova se již pokračuje po turistických trasách. Okruh by zahrnoval celkem 12 keší cca ve vzdálenosti 1 km od sebe.

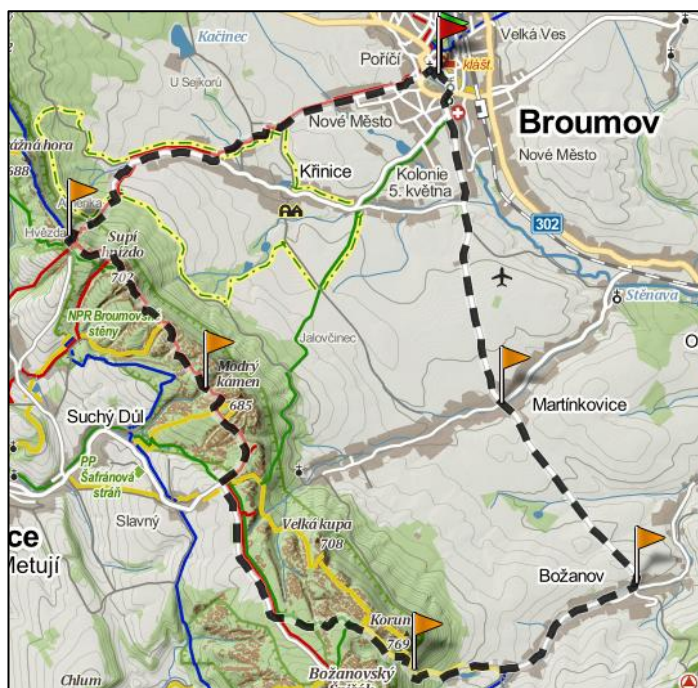
Výškový profil je ideální pro cyklisty nebo rodiny s dětmi, neboť nejvyšší nadmořská výška je 573 m n. m.



Obrázek 8: Navrhovaný okruh č. 2

Zdroj: vlastní zpracování [21]

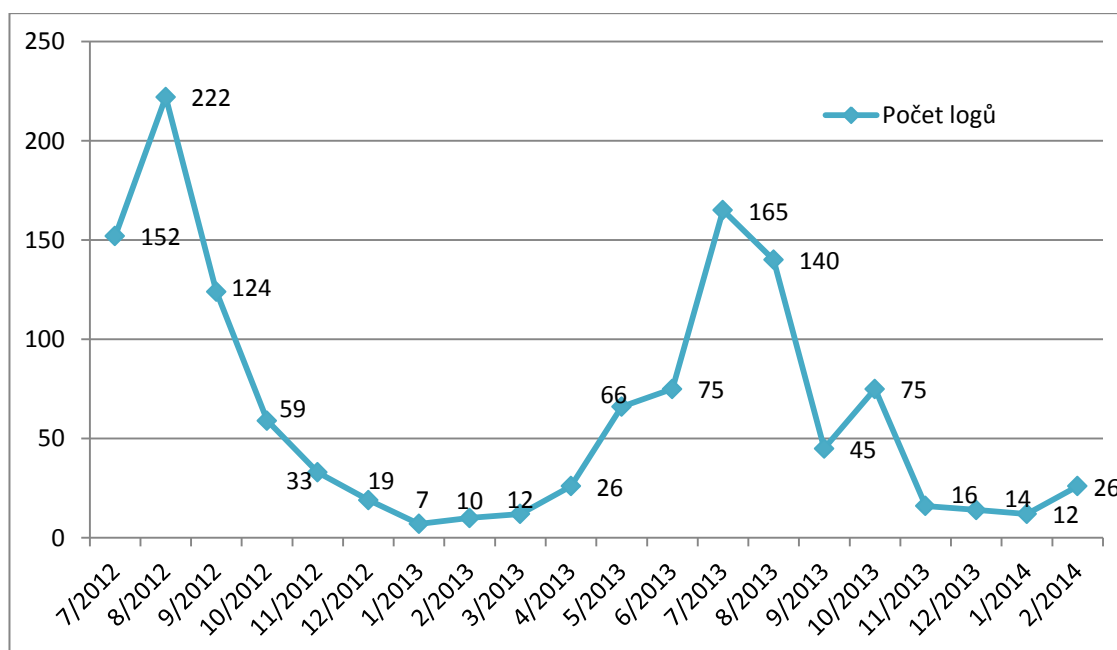
Poslední okruh vede z náměstí v Broumově přes Martínkovice, Božanov, Broumovské stěny, Křinice a zpět na náměstí v Broumově. První část trasy vede po místní komunikaci lemované starou alejí. Z Božanova se napojí na turistické trasy vedoucí skrz zajímavosti v Broumovských stěnách s cílem u kaple sv. Anny. A odtud prudkým sestupem do Křinic. Nejvýše se návštěvníci dostanou v bodě broumovských skal na 730 m n. m. Stezka je zajímavější zejména vzhledem k lokalitě skal, nicméně nebude tolik vhodná pro cyklisty a bude více fyzicky náročná. Tento okruh by mohl zahrnovat 18 keší.



Obrázek 9: Navrhovaný okruh č. 3

Zdroj: vlastní zpracování [21]

Odhadovaný průměrný počet příjezdů na sérii odvodíme z podobné série s názvem PJH (Pod Jestřebími Horami), která byla publikována 14. července 2012 a k datu 19. dubna 2014 ji navštívilo v průměru 1348 osob. Následující graf 18 ukazuje počty osob za měsíce jednotlivých let.



Graf 18: Vývoj počtu logů na sérii PJH od publikace do února 2014

Zdroj: zpracováno na základě [7]

Za prvních 12 měsíců navštívilo sérii 818 nicků. Pro zjednodušení budeme považovat 1 nick jako jednu osobu, ale často se vyskytuje pod jedním jménem pár či celá rodina. Lze předpokládat, že vytvoření série v oblasti Broumovského výběžku přivede do lokality podobný počet osob. Průměrné výdaje dle tabulky 24 jednoho turistu v oblasti na den činí 621 Kč. Série je vytvořená tak, aby většina osob přenocovala nebo se do oblasti brzy vrátila. To znamená, že můžeme počítat přibližně 2 dny pobytu na každou osobu. Vynásobením dostáváme celkovou částku 1.015.956 Kč za rok života série. Je nutné konstatovat, že výpočty jsou čistě teoretické, a také že v regionu nezůstává celá částka, protože část příjmů ubytovacích, stravovacích a jiných zařízení je odvedena a zůstává v státním rozpočtu.

Využitím dotazníkového šetření můžeme vypočítat i případné výdaje v situaci, kdy se bude jednat pouze o jednodenní návštěvníky. Zde využijeme hodnotu 57 % respondentů, kteří v oblasti navštěvují stravovací a ubytovací zařízení, čímž dostaneme 466 osob, kteří sebou nesou výdaje v hodnotě 289.347 Kč. Je zde vidět i vliv jednodenních turistů na region.

K přesnějšimu výpočtu vlivu turistů na rozvoj regionu lze využít aktuální studii poradenské společnosti KPMG Česká republika Přínosy cestovního ruchu, která na základě různých zdrojů vypracovala multiplikační model pro odvětví turismu, na základě kterého zjistila, že z každé utracené 100 Kč plyne do státního rozpočtu 41 Kč, to znamená, že v krajích a regionech nadále zůstává 59 Kč. Na základě této částky lze vypočítat přesnější částku, která plyne do regionu. V případě výše uvedených celkových výdajů turistů v hodnotě 1.015.956 Kč by plynulo do rozpočtů regionu 599.414 Kč.

Návrh byl předveden a konzultován s představitelem společnosti Omnius o. s. Ing. Jakubem Dědem, který se snaží o zlepšení současného stavu památek na Broumovsku, ale i celkového rozvoje regionu. Vzhledem k možnosti vytvoření atraktivity území bez jakékoli nutné finanční podpory a na základě udaných hodnot dokládajících přínos pro region byl projeven o návrh zájem a v budoucnu dojde s největší pravděpodobností k jeho realizaci.

ZÁVĚR

Cílem práce bylo prozkoumat možnosti uplatnění moderních technologií v rozvoji nových forem a produktů cestovního ruchu, jejich cílené uplatnění a potenciální význam pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Broumova.

Z obecných charakteristik v prvních kapitolách práce vyplývá, že začlenění moderní technologií v odvětví cestovního ruchu není pouhou možností, ale v současné době spíše povinností a nutností každého regionu, cestovních kanceláří, organizací a jiných subjektů. Je to dáno zejména zvyšujícími se nároky turistů na poskytované služby a vyšší informovaností každého jednotlivce. Důležitým aspektem je i nahlížení na moderní technologie nejen po stránce rychlejšího zajištění služeb, rezervací apod. ale i možností, jak učinit cestovní ruch zajímavější z hlediska prožitku uživatele, který chce patřit do určité komunity. Bez následování aktuálních trendů v oblasti cestovního ruchu se tedy regiony závislé na financích plynoucích z turismu neobejdou, nicméně často dochází k situacím neúčelného či neefektivního vynaložení finančních prostředků do oblasti moderních technologií, neboť dochází ke špatné aplikaci daných technologií.

Hypotézou pro stěžejní část práce bylo, že moderní technologie mají pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v regionu. Tato hypotéza byla ověřována pomocí terénních šetření a dotazníkových průzkumů.

V regionu Broumova se uplatňuje několik způsobů využití moderních technologií, jedním z nich je technologie QR kódů. Na principech této technologie byly v regionu založeny do roku 2013 dvě stezky. Práce se zaměřila pouze na stezku Broumovské skupiny kostelů, která se vyskytuje zejména v samotném Broumovském výběžku. Problém v tomto případě je s použitím QR kódů. Byly zjištěny chyby v samotném umístění kódu a jejich absence na určených místech. Celá stezka disponuje velkým potenciálem ke zvyšování zájmu o tuto technologii, ať už z pohledu atraktivního zjištění informací pro mladou generaci nebo menšímu zásahu tabulek s QR kódy do prostředí. Nicméně růst zájmu lze předpokládat pouze za podmínky opravení nedostatků, které se na stezce vyskytují.

Další technologií využívanou v terénu jsou v poslední době oblíbené chytré telefony, s možností nainstalování si různých druhů aplikací. Jednou z aplikací ovlivňující cestovní ruch je foursquare, který umožňuje uživateli přístup ke speciální mapě s body zájmu. Tato aplikace je založena na jisté formě benefitů pro uživatele a soutěživosti jednotlivých osob. Na Broumovsku se prozatím vyskytují body zejména k restauračním zařízením, která jsou uživateli hodnocena veskrze pozitivně. Foursquare prozatím v regionu zastává roli spíše

doplňující aplikace k určité propagaci a reklamě daných bodů zájmů, ale do budoucna lze očekávat rostoucí počet uživatelů a možnosti dalšího využití aplikace v terénu.

Poslední využívaná technologie, na kterou se práce zaměřila, je geocaching. Zde byl cílem práce zjistit v komunitě uživatelů zájem o určité typy keší, ale i atraktivitu regionu pro každého jednotlivce. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že i založením malé série keší v oblasti Broumovska dojde ke zvýšení zájmu o navštívení místa, což přináší vysoký potenciál využití geocachingu jako samostatné atraktivity v území. Z dotazníků také vyplynulo, že 56 % respondentů využívá při své návštěvě stravovací či ubytovací zařízení, čímž se stávají určitým ekonomickým přínosem pro region a komunitou, se kterou je nutné počítat při dalším rozvoji regionu. To je potvrzeno i návštěvností některých obcí pouze za účelem odlovení keše jako hlavní atraktivity pro uživatele geocachingu.

V jedné z dílčích částí páté kapitoly je uvedena i komparace technologie QR kódů a geocachingu založená na výskytu stejných bodů zájmů na stezce Broumovské skupiny kostelů i na geocachingové sérii. Z dostupných údajů o přihlášení či zalogování na daném místě vyplynulo, že v letních měsících roku 2013 došlo k vyšší geocachingové návštěvnosti, která činila 571 zalogování, oproti využití QR kódu, na které došlo k 372 přihlášením a stažením informací. V rámci podrobnějších dat týkajících se geocachingu bylo možné vyloučit duplicitní osoby, čímž se získal údaj o konkrétním počtu osob, které navštívili lokalitu se zájmem odlovit keš (celkem 290 osob). U QR kódů toto upřesnění není možné vzhledem k nedostupnosti údajů, ale lze předpokládat, že jedna osoba se přihlásila na více místech.

Druhý dotazník poukázal na znalost technologií a jejich možnost využití v terénu jednotlivými respondenty. Znalost QR kódů a geocachingu se prokázala na velmi vysoké úrovni, proto je nutné s nimi počítat i do budoucna a zamyslet se nad jejich rozvojem v regionu. Cílovou skupinou pro možné zařazení do hry geocachingu se ukázala skupina do 25 let, kde ze 125 respondentů 81 % vlastnilo zařízení vhodné k účasti na této formě cestovního ruchu. V případě QR kódů se vyskytl problém s dostupností technologií nutných ke stažení kódu v terénu. Přestože technologii QR kódů zná z celkového počtu 150 respondentů 73 % osob, tak pouhých 20 % jej opravdu používá. To je způsobeno právě dostupností technologií, kdy v případě možnosti využití QR kódů je nutná jak technologie mobilního internetu tak zařízení vhodných pro čtení kódů. Zde se ukázalo právě na možnost využití kódů pouze u 70 respondentů (47 %), což oproti geocachingu činí rozdíl 32 %, neboť z celkového počtu respondentů může geocaching využívat 79 % osob. Zjištěné údaje poukazují i na současný vývoj využití technologií, kdy řada z možností se nachází ve svých

počátcích a je předpoklad, že s postupem času se nejen technologie dostanou více do podvědomí, ale většina z obyvatel bude vlastnit technologie vhodné k jejich využití.

Závěrečnou fází práce bylo vytvoření konkrétního návrhu a doporučení. Na základě zjištěných informací z dotazníkových šetření bylo navrženo vytvoření nové atraktivity cestovního ruchu v regionu formou vytvoření série keší v oblasti Broumovského výběžku. Návrh byl komparován s podobnou sérií keší v oblasti lesní krajiny u Trutnova, která obsahuje stejný počet keší a na základě zjištěných údajů ohledně počtu návštěvníků dané série mohl být vyčíslen i ekonomický přínos pro region. V prvních 12 měsících existence série je dle analogií předpokládána návštěvnost v podobě 818 nicků. Průměrné výdaje jednoho turistu na den v oblasti Broumova byly vyčísleny na základě průzkumu monitoringu Czechtourism a činí 621 Kč. Tyto dva základní údaje umožnily výpočet celkových výdajů, plynoucích z navštívení série keší, a to 1.015.956 Kč. Tuto částku ale nelze brát jako definitivní, neboť celá suma neplyne pouze do rozpočtu regionu. Zde bylo využito studie společnosti KPMG Česká republika, která zjistila, že z každé utracené 100 Kč plyne do rozpočtů krajů a obcí 59 Kč, čímž se dostáváme na částku 599.414 Kč, která plyne do rozpočtů kraje či samotného regionu Broumova. Návrh této atraktivity byl předveden a konzultován před představiteli místní společnosti zabývající se rozvojem regionu a s největší pravděpodobností dojde v blízké době i k jeho realizaci. Přijetí návrhu je logickým krokem, neboť vzhledem k nulovým nákladům na založení série keší z hlediska regionu znamená ekonomický přínos na další rozvoj regionu.

Na závěr je nutné konstatovat, že je nutné brát moderní formy cestovního ruchu jako geocaching, QR stezky či foursquare, spíše jako vhodný doplněk informovanosti o turistické lokalitě a za jistý způsob pozitivní a nízkonákladové propagace regionu.

Práce může sloužit do budoucna jako inspirace pro řadu regionů či samotných obcí, které nepatří k ekonomicky nejsilnějším, jak zvýšit atraktivitu v jejich oblasti, a tím docílit zvýšení ekonomických zisků, které lze dále využít k rozvoji regionu.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BHATIA, A. K. *The business of tourism: concepts and strategies*. New Delhi: Sterling, 2006. ISBN 81-207-3118-2.
- [2] Co je foursquare. *GoSquare* [online]. 2013 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.gosquare.cz/co-je-foursquare/>
- [3] *Czech Journal of Tourism*. Brno: Masarykova Univerzita, 2012, I., č. 1. ISSN 1805-3580.
- [4] *Czech Journal of Tourism*. Brno: Masarykova Univerzita, 2012, I., č. 2. ISSN 1805-3580.
- [5] *Doháje.cz: ...nápadý na výlety!* [online]. 2011 - 2012 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.dohaje.cz/>
- [6] *Foursquare* [online]. NYC & SF, 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <https://foursquare.com/>
- [7] *Geocaching: The Official Global GPS Cache Hunt Site* [online]. 2000, 2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.geocaching.com/>
- [8] *GEOFUN - hra, co svět neviděl* [online]. 2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.geofun.cz/>
- [9] Historie města. OTTE, M. *Město Broumov* [online]. 2006 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: http://arch.broumov-mesto.cz/mesto/mesto_historie.html
- [10] HLOUŠKOVÁ, R. – *Geocaching jako moderní trend: výsledky průzkumu*. 2014. Dostupné z <http://geocaching-jako-moderni-tren.vyplnto.cz>.
- [11] HLOUŠKOVÁ, R. – *Moderní technologie v turismu: výsledky průzkumu*. 2014. Dostupné z <http://moderni-technologie-v-turism.vyplnto.cz>.
- [12] IDOS - Vlaky - Vyhledání spojení. *Jizdnirady.idNES.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://jizdnirady.idnes.cz/vlaky/spojeni/>
- [13] Informace o místní akční skupině a regionu. *LEADER: databáze regionů* [online]. 2004 - 2013 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://leader.isu.cz/region/610/Mistni-akcni-skupina-Broumovsko>
- [14] Infrastruktura regionu. *Podnikatelský klub Broumovska* [online]. 2012 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://pkb.broumovsko.cz/infrastruktura-regionu/charakteristika-regionu/infrastruktura-regionu>

- [15] *Interní zdroje: korespondence s webové stránky project-gc.com*. 2014. Dostupné z: <http://project-gc.com/Home/Overview>
- [16] *Interní zdroje: korespondence s taggmanager.cz*. 2014
- [17] Katalog certifikovaných produktů. *Broumovsko: regionální produkt* [online]. 2010 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.regionalni-znacky.cz/broumovsko/cs/certifikovane-produkty/>
- [18] Klášter Broumov. *Klášter Broumov: Česká republika* [online]. 2011 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.klaster-broumov.cz/historie/benediktini/klater-broumov>
- [19] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 2014 [cit. 2014-03-20]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-\(1\)](http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-(1))
- [20] KOTÍKOVÁ, H. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [21] *Mapy.cz: Turistická* [online]. Seznam cz, a.s., 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://mapy.cz/>
- [22] *Město Broumov: oficiální web* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://broumov-mesto.cz/>
- [23] *Munzee. 21st Century Scavenger Hunt* [online]. 2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://www.munzee.com/>
- [24] Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v SO ORP. *Český statistický úřad* [online]. vygenerováno 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?vo=null&childsel0=3&cislotab=CRU9010PU_OR&kapitola_id=39&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=3&cas_1_98=2008
- [25] Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ve vybraném území. *Český statistický úřad* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?>
- [26] OMNIUM O.S. *OMNIUM O.S.: Pro život kostelů Broumovska* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.omniumos.cz/omnium.html>
- [27] PAGE, *Stephen J. Tourism management. Repr.* Oxford [u.a.]: Butterworth-Heinemann, 2003. ISBN 07-506-5752-9.

- [28] PALATKOVÁ, M. a ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [29] PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní turismus*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.
- [30] Počet obyvatel v obcích k 1. 1. 2013. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/1301-13>
- [31] Představení MAS. *MAS Broumovsko+* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: http://www.mas.broumovsko.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=70
- [32] Přehled. *Project Geocaching* [online]. 2014 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://project-gc.com/Home/Overview>
- [33] RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: Soubor studijním materiálů*. Ostrava: KEY Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [34] ŠPAČEK, O. *Přínosy cestovního ruchu*. KPMG Česká republika, s.r.o., 2013, 36 s. Dostupné z: <http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Documents/KPMG-Prinosy-Vydaje-CR-krajske-cleneni-2013.pdf>
- [35] Tabulkové sestavy: Informace: Návštěvník. *Ipsos - CzechTourism* [online]. 2010 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://monitoring.czechtourism.cz/CzechTourism/tourism.aspx>
- [36] Vize a poslání Agentury pro rozvoj Broumovska. *Agentura pro rozvoj Broumovska* [online]. 2010 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: http://www.aprb.broumovsko.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=4
- [37] Vybrané ukazatele za správní obvod Broumov v letech 2001 - 2012. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xh/redakce.nsf/i/casova_rada_vybrane_ukazatele_za_so_orp_broumov/\\$File/525201.pdf](http://www.czso.cz/xh/redakce.nsf/i/casova_rada_vybrane_ukazatele_za_so_orp_broumov/$File/525201.pdf)
- [38] Výpis linek projíždějících obcí: Broumov [NA]. *Celostátní informační systém o jízdních řádech: Jízdní řády veřejné linkové osobní dopravy* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://portal.idos.cz/Search.aspx?c=7&mi=4&tt=473,1&sv=&ttnm=Broumov+%5bNA%5d>

- [39] VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-807-3803-407.
- [40] Wikipedia:GLAM/MonmouthpediA. *Wikipedia, the free encyclopedia* [online]. 2012 [cit. 2014-03-25]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/MonmouthpediA>
- [41] ZELENKA, J. a KYSELA, J. *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. Vyd. 4., přeprac. a dopl. Hradec Králové. ISBN 978-80-7435-242-3.
- [42] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012, 768 s. ISBN 978-807-2018-802.
- [43] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A Dotazník Geocaching jako moderní trend

Příloha B Dotazník Moderní technologie v turismu

Příloha C Četnost autobusových spojů v Broumově

Příloha D Mapa navrhovaných okruhů geocaching

Příloha A: Dotazník Geocaching jako moderní trend

Dobrý den,

chtěla bych Vás poprosit o vyplnění tohoto dotazníku, který dále použiji pro svou diplomovou práci. Účelem dotazníku je zjistit zájem o geocaching a konkrétní typy keší. Dotazník je určen aktivním členům geocachingu. Dotazník je zcela anonymní a zabere vám maximálně 5 minut.

Hloušková

1. Jste aktivním účastníkem hry geocaching? (Máte svůj nick, odlovené keše)

Ano Ne

2. Seřad'te typy keší podle jejich zajímavosti pro vás osobně. (1-nejlepší, 10-nejhorší).

Typ / Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tradiční keš										
Multi keš										
Mystery keš										
WIGO – Where I go										
Letter box										
Virtual keš										
Webcam keš										
Event keš										
CITO event										
Earth keš										

3. Děláte geocaching spíše individuálně nebo v kolektivu?

Kolektiv (rodina či přátelé) Individuálně

4. Využíváte při odlovu kešek stravovací či ubytovací zařízení v lokalitě odlovu? (pokud alespoň občas využíváte, zvolte Ano)

Ano Ne

5. Jak ovlivňuje váš výběr lokality odlovu (výletu) hodnocení keší jinými uživateli? (Počet FP – favourite points)

FP pro mě nemá vliv na výběr lokality

Občas jedu na výlety na základě hodnocení, ale jezdím i na méně „kvalitní“ keše

6. V případě vytvoření série o více jak 10 keších nedaleko od sebe v oblasti Broumovska (viz mapa) se zvýší váš zájem o to vycestovat do této oblasti?

Ano Ne



7. V případě, že daná série bude mít navíc vysoké hodnocení FP body, změní se vaše hodnocení z předešlé otázky?

Ne, nezmění se (stále nebudu mít o lokalitu zájem)

Ano, změní se (zvýší se můj zájem)

8. Navštívili jste již lokalitu Broumovska?

Ano Ne

9. Které obce jste již navštívili? Zaškrtněte všechny, kde jste byli.

Adršpach

Křínice

Božanov

Martínkovice

Broumov

Meziměstí

Hejtmánkovice

Otovice

Heřmánkovice

Šonov

Hynčice

Teplice nad Metují

Jetřichov

Vernéřovice

10. Které obce jste již navštívili za účelem odlovu kešky nebo stage? Zaškrtněte všechny, kde jste byli.

Adršpach

Křínice

Božanov

Martínkovice

Broumov

Meziměstí

Hejtmánkovice

Otovice

Heřmánkovice

Šonov

Hynčice

Teplice nad Metují

Jetřichov

Vernéřovice

11. Jakého jste pohlaví?

Muž Žena

12. Jaký je váš věk?

Do 25

26 – 40

41 – 64

65 a více

13. Z jakého kraje pocházíte?

Královéhradecký

Pardubický

Ostatní.....

Příloha B: Dotazník Moderní technologie v turismu

Dobrý den,

chtěla bych Vás poprosit o vyplnění následujícího dotazníku, který bude sloužit jako hlavní podklad pro mou diplomovou práci. Měl by posloužit k potvrzení využívání technologií v cestovním ruchu. Dotazník je zcela anonymní a zabere Vám maximálně 5 minut. Je určen zejména pro obyvatele Královéhradeckého a Pardubického kraje, ale v případě zájmu mohou vyplnit i osoby z jiných krajů. Děkuji moc.

Renáta Hloušková

1. Víte co je to QR kód?

Ano Ne

2. Využíváte QR kódy v případě, že jsou k dispozici? (zejména v turistických oblastech, jako doplněk turistických informačních tabulí apod.)

Ano Ne

3. Vlastníte Smart phone (chytrý telefon), případně jiný přístroj (tablet apod.), který umí číst QR kódy

Ano Ne

4. Můžete se se svým telefonem připojit na internet kdekoli? (i v přírodě apod.)

Ano Ne Nevím (napíšte typ telefonu).....

5. Slyšeli jste někdy pojem Munzee?

Ano Ne

6. V jaké souvislosti jste především slyšeli pojem Munzee?

Jsem aktivním členem Internet Přátelé a rodina
 Jiné, stručně popište.....

7. Znáte pojem geocaching?

Ano Ne

8. V jaké souvislosti jste slyšeli pojem geocaching?

Jsem aktivním členem Internet Přátelé a rodina
 Jiné, stručně popište.....

9. Vlastníte GPS přístroj? (přístroj jako takový, ne jako součást telefonu)

Ano Ne

10. Navštívili jste již lokalitu Broumovska? (viz mapa)

Ano Ne



11. Které obce jste již navštívili? Zaškrtněte všechny, kde jste byli.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Adršpach | <input type="checkbox"/> Křínice |
| <input type="checkbox"/> Božanov | <input type="checkbox"/> Martínkovice |
| <input type="checkbox"/> Broumov | <input type="checkbox"/> Meziměstí |
| <input type="checkbox"/> Hejtmánkovice | <input type="checkbox"/> Otovice |
| <input type="checkbox"/> Heřmánkovice | <input type="checkbox"/> Šonov |
| <input type="checkbox"/> Hynčice | <input type="checkbox"/> Teplice nad Metují |
| <input type="checkbox"/> Jetřichov | <input type="checkbox"/> Verněřovice |

12. Jakého jste pohlaví?

Muž Žena

13. Jaký je váš věk?

- Do 25
 26 – 40
 41 – 64
 65 a více

14. Z jakého kraje pocházíte?

- Královéhradecký
 Pardubický
 Ostatní.....

15. Bydlíte v lokalitě Broumovska?

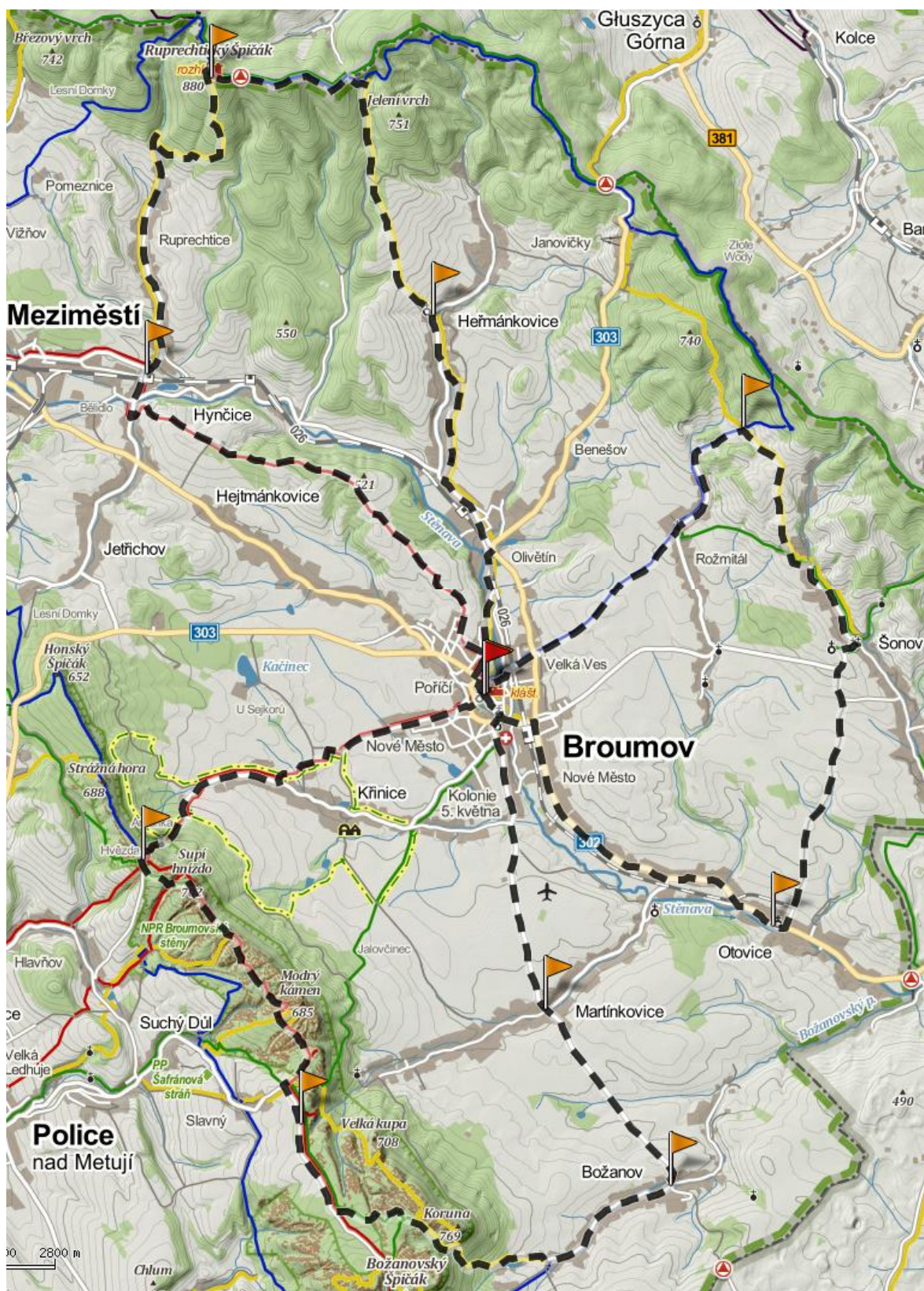
Ano Ne

Příloha C: Četnost autobusových spojů v Broumově

Broumov		Místní spoje v rámci regionu		Spojení na Prahu		Spojení na Náchod		Spojení na Trutnov		Spojení na Pardubice		Celkem spojů za den
Období	Den	Odjezdy	Příjezdy	Odjezdy	Příjezdy	Odjezdy	Příjezdy	Odjezdy	Příjezdy	Odjezdy	Příjezdy	
Běžný rok	Pracovní den	75	67	10	10	19	20	23	24	5	5	258
	Sobota	19	19	5	8	10	9	6	8	-	-	84
	Neděle	19	19	8	4	8	10	8	6	1	1	84
Prázdninové období	Pracovní den	60	63	9	9	16	17	23	24	6	6	233
	Sobota	19	19	5	8	11	10	6	8	-	-	86
	Neděle	19	19	7	4	9	10	8	6	1	1	84

Zdroj: vlastní zpracování z [38]

Příloha D: Mapa navrhovaných okruhů geocachingu



Zdroj: vlastní zpracování [21]