

Praha jako centrum zahraničního příjezdového cestovního ruchu

Bakalářská práce

Katsiaryna Akhrameika

Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r.o.

katedra cestovního ruchu

Studijní obor: Management destinace cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Monika Klímová

Datum odevzdání bakalářské práce: 2015-06-10

Datum obhajoby bakalářské práce:

E-mail: katerina.akhrameika@gmail.com

Praha 2015-06-10

Bachelor 's Dissertation

Prague as a center of inbound tourism

Katsiaryna Akhrameika

The institute of hospitality Managenent in Prague 8, Ltd.

Department of tourism industry

Major: Destination management in the tourism industry

Thesis Advisor: Mgr. Monika Klímová

Date of Submission: 2015-06-10

Date of Thesis Defense:

E-mail: katerina.akhrameika@gmail.com

Prague 2015-06-10

Prohlašuji,

Že jsem bakalářskou práci na téma Praha jako centrum zahraničního příjezdového cestovního ruchu zpracovala samostatně a veškerou použitou literaturu a další podkladové materiály, které jsem použila, uvádím v seznamu použitých zdrojů a že svázaná a elektronická podoba práce je shodná.

V souladu s § 47b zákona č. 552/2005 Sb., o vysokých školách v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené formě, v elektronické podobě ve veřejně přístupné databázi Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r.o.

.....

Katsiaryna Akhrameika

V Praze dne 2015-06-08

Poděkování:

Chtěla bych poděkovat své vedoucí bakalářské práce Mgr. Monice Klímové za pomoc a rady při zpracování této práce, za vstřícnost při konzultacích a trpělivost.

Děkuji také manažerce společnosti Sandemans New Prague Evě Hrobské za spolupráci a za pomoc s distribucí dotazníků.

Abstrakt

Bakalářskou práci s názvem Praha jako centrum příjezdového cestovního ruchu vypracovala studentka Vysoké školy hotelové v Praze 8, spol. s r.o., Katsiaryna Akhrameika v roce 2015.

Jedním z cílů této práce bylo identifikovat silné a slabé stránky příjezdového cestovního ruchu v Praze a získat informace o postavení Prahy jako destinace cestovního ruchu. Dalším cílem bylo získat informace o skutečnostech, které zahraničním návštěvníkům dovolenou v Praze znepríjemňují a navrhnout možná řešení.

V teoretické části jsou popsány nejčastěji používané pojmy z oblasti cestovního ruchu a je vysvětlena důležitost cestovního ruchu.

Druhá (analytická) část této práce se zabývá Prahou, jako destinací zahraničního příjezdového cestovního ruchu. V této části práce, pomocí dotazníkového šetření byla získána data, která byla vyhodnocena a zpracována v grafech.

V závěrečné části bakalářské práce jsou shrnuty poznatky, uvedeny návrhy, které byly již aplikované v praxi, a popsány celkové výsledky práce.

Při zpracování dané práce byli použity data a údaje z primárních a sekundárních zdrojů. Hlavním zdrojem primárních dat se stal dotazník, který byl poskytnut turistům z Německa, Ruska a USA. Pro získání sekundárních dat se pracovalo s dostupnou literaturou. Pro lepší pochopení situace v příjezdovém cestovním ruchu byla sestavena SWOT analýza cestovního ruchu v Praze.

Klíčová slova

Cestovní ruch, příjezdový cestovní ruch, zahraniční návštěvník, městská turistika, destinace, Praha, Česká republika, Německo, Rusko, USA.

Abstract

Bachelor thesis titled as Prague as a centre of inbound tourism was written by the student of The institute of hospitality Management in Prague 8, Ltd, Katsiaryna Akhrameika in 2015.

One of the goals of this thesis was to identify strong and weak links of the inbound tourism in Prague and gain information on the position of Prague as a tourism destination. The other goal was to find more information on unpleasant circumstances, which negatively influence tourists in Prague and suggest possible ways of improvement.

The theoretical part of the thesis describes terms, most frequently used in tourism, and explains the importance of tourism industry.

Second (analytical) part of this work deals with Prague as an inbound tourism center. For acquiring information in this part of thesis a questionnaire, which was later evaluated and arranged into graphs, was used.

All the acquired knowledge was summarized in the final part of this thesis, as well as suggestions, which have already been applied in practice, and the overall results of the work.

Primary and secondary sources were used during the processing of thesis for acquiring needed data. The questionnaire was the main source of primary data and was provided to German, Russian and American tourists. Secondary data was acquired from literature corresponding with the topic of this thesis.

SWOT analysis was used for better understanding of the situation in the inbound tourism of Prague.

Key words

Tourism, inbound tourism, foreign visitor, city tourism, destination, Prague, Czech republic, Germany, Russia, USA.

Obsah

Seznam grafů, obrázků a tabulek	
Seznam zkratk, symbolů a vysvětlivek	
Úvod.....	11
Teoreticko-metodologická část	13
1 Definice cestovního ruchu	13
2 Typologie turismu	15
2.1 Formy cestovního ruchu	16
2.2 Druhy cestovního ruchu	16
3 Význam a přínosy cestovního ruchu	18
3.1 Ekonomické přínosy	19
3.2 Sociální přínosy	19
3.3 Přínosy pro ekologii	21
4 Základní pojmy v cestovním ruchu	22
Analytická část	23
1 Praha	23
1.1 Základní informace	23
1.2 Dopravní vazby	24
1.3 Postavení Prahy jako Evropské destinace	26
1.4 Postavení Prahy jako centra cestovního ruchu v České republice	30
1.5 Nejnavštěvovanější cíle v Praze	31
1.6 SWOT analýza	32
1.7 Specifické charakteristiky návštěvníků České republiky a Prahy	37
4. Dotazník	41
Návrhová část	59
Závěr	62
Literatura	64
Příloha 1 - Dotazník	

Seznam grafů, obrázků a tabulek

Graf 1 – Počet žen a mužů	42
Graf 2 – Věk dotazovaných	43
Graf 3 – Je Praha jediným městem, které dotazované v průběhu cesty navštívili?	43
Graf 4 – Kolikrát je to návštěva pro dotazované?	44
Graf 5 – Jaký byl důvod návštěvy?	45
Graf 6 – Kolik času strávili v Praze?	46
Graf 7 – Jaký preferovali typ ubytování?	47
Graf 8 – Památky a osoby o kterých dotazované věděli před návštěvou	48
Graf 9 – Prohlášení: pomocí veřejné dopravy se dá snadno dostat kamkoliv	50
Graf 10 – Prohlášení: pomocí mapy a uličních cedulí se dá snadno dostat kamkoliv	51
Graf 11 – Prohlášení: Praha nabízí dobrý poměr cena-kvalita	51
Graf 12 – Prohlášení: Praha je čisté město	52
Graf 13 – Prohlášení: centrum Prahy je moc přeplněno a kvůli tomu je těžké si návštěvu města užít	52
Graf 14 – Prohlášení: před návštěvou jsem slyšel/a že místní lidé nejsou přátelští	53
Graf 15 – Prohlášení: místní obyvatelé jsou přátelští a jsou ochotní pomáhat	53
Graf 16 – Prohlášení: s místními se dá lehce komunikovat, protože mají dobrou znalost cizích jazyků	54
Graf 17 – Prohlášení: Praha je bezpečné místo	54
Graf 18 – Prohlášení: kvalita servisu je výborná	55
Graf 19 – Prohlášení: české jídlo je moc dobré	55
Graf 20 – Prohlášení: zaměstnanci v hotelu jsou přívětiví a kvalifikovaní	56
Graf 21 – Prohlášení: kamenné dlažby dělají potíže při chůzi	56
Graf 22 – Prohlášení: kamenné dlažby dělají z Prahy více romantické a hezké město	57
Graf 23 – Prohlášení: nabídka kulturních a zábavních akcí je uspokojivá	57
Graf 24 – Prohlášení: návštěva překročila moje očekávání	58
Obrázek 1 – Cestovní ruch jako mnohoovětvová kategorie	15
Obrázek 2 – Typy cestovního ruchu podle místa realizace	18

Obrázek 3 – Celkový potenciál cestovního ruchu za obvody ORP v bodovém vyjádření....	24
Obrázek 4 – Mapa české sítě dálnic a rychlostních silnic	25
Obrázek 5 – Navštívená místa zahraničními návštěvníky.....	31
Tabulka 1 – Pražské letiště v žebříčku The World's Top 100 Airports	26
Tabulka 2 – Pořadí Prahy podle počtu mezinárodních příjezdů	28
Tabulka 3 – Celkový počet přenocování	28
Tabulka 4 – S – strengths, silné stránky	32
Tabulka 5 – W – weaknesses, slabé stránky	34
Tabulka 6 – O – opportunities, příležitosti	35
Tabulka 7 – T – threats, hrozby.....	36

Seznam zkratk a vysvětlivek

atd. - a tak dále

ČNB - Česká národní banka

ČSÚ - Český statistický úřad

HDP - Hrubý domácí produkt

MHD - Městská hromadná doprava

UNESCO - Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu

UNWTO - Světová organizace cestovního ruchu

USA - Spojené státy americké

WTTC - Světová rada cestování a cestovního ruchu

Úvod

Dnes není možné určit přesný okamžik v historii kam sahají kořeny cestovního ruchu, ale je jasné, že to není nový fenomén. Cestovní ruch se vyvíjel během staletí, je nedílnou součástí společnosti v moderní době a je často nazýván odvětvím budoucnosti. Je to komplexní společenský jev, který se pořád mění, je v neustálém stavu pohybu, evoluce a vývoje. Jestliže dříve cestovní ruch sloužil k poznávání nových zemí a rozšíření znalostí, dnes jemně proniká do všech sfér společenského, kulturního, náboženského a dokonce i politického života.

V České republice cestovní ruch hraje významnou roli a výjimečné místo zaujímá Praha. Před třiceti lety Praha byla záhadou pro cestující v Evropě, ale teď je jednou z nejoblíbenějších destinací na kontinentu.

Tuto práci jsem vybrala z několika důvodů. Poprvé, Praha je nejvýznamnějším městem České republiky z hlediska cestovního ruchu. A podruhé, je to pro mně zajímavé a důležité téma vzhledem k tomu, že už několik let pracuji v cestovní kanceláři v Praze, a chtěla bych svoje znalosti o příjezdovém cestovním ruchu v Praze rozšířit.

Hlavním cílem mojí práce bude identifikovat a analyzovat skutečnosti které zahraničním turistům znepříjemňují návštěvu Prahy a navrhnout možná řešení. Jako cílovou skupinu jsem vybrala turisty přijíždějící do Prahy z Německa, Ruska a USA.

V zájmu naplnění cíle jsem stanovila následující hypotézu:

- v pražském zahraničním příjezdovém cestovním ruchu existuje nemálo problémů, na které musíme dát pozor, aby město udrželo svou atraktivitu.

Bakalářská práce je rozdělena do tří hlavních částí: teoreticko-metodologické, analytické a návrhové.

V první, teoreticko-metodologické části práce, se budu věnovat základní terminologii. Vysvětlím důležitost cestovního ruchu z ekonomického hlediska a jeho společenské funkce.

Ve druhé, analytické, části budu pracovat s informacemi získanými z primárních a sekundárních zdrojů. Pro získání primárních dat využiji dotazník, ve kterém budou otevřené, uzavřené a polouzavřené otázky. V poslední části dotazníku budou uvedena prohlášení, která respondenti zhodnotí verbálním způsobem. Dotazník bude poskytnut účastníkům příjezdového cestovního ruchu přijíždějícím do Prahy za účelem návštěvy památek. Vyhodnocení jednotlivých otázek naznačí, které problémy mají na návštěvníky největší vliv, a co jejich návštěvu naopak zpříjemňuje.

Pro získání sekundárních dat budu pracovat s dostupnou literaturou spojenou s vybraným tématem.

Na základě informací získaných z primárních a sekundárních zdrojů potvrdím nebo vyvrátím předem stanovenou hypotézu.

Ve třetí, návrhové, části budu vycházet ze závěrů stanovených v analytické části. Vyhodnotím získané poznatky a předložím návrhy na zlepšení situace v příjezdovém cestovním ruchu v Praze.

Ve své bakalářské práci budu pracovat se statistickými údaji a analýzami, mezi další základní uplatněnou metodiku patří: komparace, rešerše, dedukce. Pro lepší pochopení situace v příjezdovém cestovním ruchu v Praze jsem sestavila i SWOT analýzu.

Teoreticko-metodologická část

1. Definice cestovního ruchu

Význam cestovního ruchu by neměl být podceňován. Cestovní ruch je mnohostranný a multidimenzionální, propojuje životy mnoha lidí a mnoha různých hospodářských odvětví, proto není překvapením, že odborníci, jak čeští, tak i zahraniční, se nemohou dohodnout na definici už několik staletí po vzniku pojmu „tourism“, neboli „cestovní ruch“. (V angličtině se slovo objevilo na počátku 19. století)

Boniface a Cooper (2009) ve své publikaci vysvětlují důležitost definice cestovního ruchu:¹

1. Bez přesné definice je cestovní ruch neměřitelný. To znamená, že ostatní hospodářské odvětví, například ropný průmysl, budou tvrdit vládě jak jsou důležité, zatímco cestovní ruch to nedokáže udělat.
2. Dokud nebude existovat platná definice cestovního ruchu, nebudeme schopní přijmout zákony, které se vztahují buď k individuálním cestovatelům nebo k podnikům spojeným s cestovním ruchem.
3. Musíme definovat cestovní ruch pro náš vlastní pocit profesionality. Dokud nejsme schopní vyřešit hádanku, co cestovní ruch vlastně je, nemůžeme být opravdovými profesionály v oblasti cestovního ruchu.

Dnes existují desítky definic cestovního ruchu, skoro každý autor odborné literatury, se kterou jsem pracovala, uvádí svoji vlastní, ale obecně je akceptována definice Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO):

„Cestovní ruch je činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“ (Attl, 2004, s. 12)

¹ Vlastní předklad podle učebnice Worldwide destinations casebook, B. Boniface & C. Cooper, 2009, str. 16

Horner a Swarbrooke mají svoji vlastní definici cestovního ruchu - „cestovní ruch je krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností.“ (Horner, 2003, s. 53)

„Cestovní ruch je významná oblast hospodářství. Jedná se o součást sféry služeb, která se zabývá cestováním do určitých míst za účelem rekreace, návštěvy památek, lázeňské léčby a účasti na kongresových shromážděních. Aktivní cestovní ruch (finanční prostředky spojené s příjezdem zahraničních návštěvníků) i pasivní cestovní ruch (prostředky utracené občany při vycestování za hranice státu) jsou součástí státní platební bilance. V řadě států tvoří příjmy z cestovního ruchu významnou složku státního rozpočtu, jedná se například o Španělsko, Řecko a Itálii.“ (Ottova všeobecná encyklopedie, 2003, str. 201)

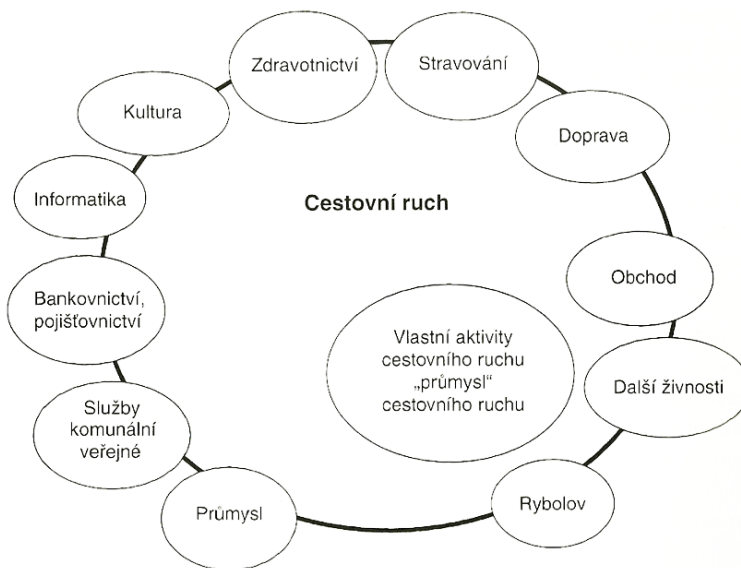
Cestovní ruch je definován mnoha způsoby, ale existuje několik specifických charakteristických znaků, které cestovnímu ruchu patří. Za hlavní charakteristicky cestovního ruchu bych označila:

1. uskutečnění ve volném čase cestujícího
2. dočasný pobyt mimo běžné prostředí
3. účelem cesty je uspokojení potřeb
4. účelem cesty není výdělečná činnost

Dalším důležitým rysem je mnohoodvětvovost cestovního ruchu. Jak je vidět na obrázku číslo 1, cestovní ruch je souborem mnoha různých odvětví, které vstupují do vzájemných vztahů.

Cestovní ruch nikdy nestojí na místě, je dynamický, pořád se mění. Tato charakteristika je příslušná cestovnímu ruchu kvůli tomu, že ten se pořád vyvíjí, mění se trendy v cestovním ruchu, mění se počet a struktura destinací, v poslední době se postupně mění i pohled na cestovní ruch jako hospodářské odvětví.

Obrázek 1 – Cestovní ruch jako mnohoovětvová kategorie



Zdroj: Management destinace cestovního ruchu, K. Nejd, 2011

Za další charakteristiku cestovního ruchu chci označit kontakt mezi lidmi a tvorbu nových vztahů. Podle mně je to jedna z nejdůležitějších charakteristik. Dochází k vytváření vztahů „mezi účastníky cestovního ruchu a místními obyvateli, mezi účastníky cestovního ruchu navzájem a mezi účastníky cestovního ruchu a poskytovateli služeb a prodejci zboží přímo či nepřímo zainteresovaných na cestovním ruchu.“ (Nejd, 2011, s. 16)

2. Typologie turismu

Pro lepší pochopení definice, fungování a organizace se cestovní ruch dělí na formy, druhy nebo typy. Nejčastěji se cestovní ruch dělí na formy a druhy.

Formy cestovního ruchu charakterizují motivace a potřeby účastníků cestovního ruchu k cestování. „Základní formy cestovního ruchu odpovídají nejširším potřebám, zatímco specifické formy uspokojují specifické formy uspokojují specifické požadavky jeho účastníků.“ (Ryglová, 2011, s. 19)

Druhy cestovního ruchu stanovujeme na základě toho, jakým způsobem, nebo v jakém místě je cestovní ruch realizován.

V následujících kapitolách budou popsány formy a druhy cestovního ruchu související s tématem práce.

1.1 Formy cestovního ruchu

Mezi základní formy cestovního ruchu podle publikace K. Ryglové (2011, s. 20) patří:

- rekreační cestovní ruch – přispívá k obnovení duševních a fyzických sil člověka
- kulturně-poznávací cestovní ruch – zaměřen na návštěvu historicky významných míst a památek a návštěvu kulturních akcí. Je spojen s poznáváním tradic, historie, kultury a přírody navštíveného místa. Tento typ turismu je převládajícím v příjezdovém cestovním ruchu České republiky.
- sportovně-rekreační cestovní ruch – zaměřen na účast návštěvníků na různých sportovních akcích
- zdravotně orientovaný cestovní ruch – sem patří lázeňský a léčebný cestovní ruch, zaměřený na relaxační a léčebné pobyty. Tyto pobyty jsou cílené na relaxaci, prevenci nebo léčbu.

Existuje mnoho dalších forem cestovního ruchu, které považujeme za specifické. Sem patří například cestovní ruch spojený s profesními motivy, neboli tzv. business tourism: kongresový (spojený s účastí na kongresových akcích) a incentivní cestovní ruch (motivační cesty neboli turistika za odměnu používaná například zaměstnavatelem k motivaci a zvýšení výkonnosti zaměstnanců). Patří sem i cestovní ruch mládeže, seniorů, golfová turistika, cykloturistika a mnoho dalších.

„Specifické formy cestovního ruchu uspokojují vlastní potřeby nejrůznějších specializovaných spotřebitelských/cestovatelských segmentů, přičemž nabídka se bude i nadále rozšiřovat v souladu s nejnovějšími trendy v cestovním ruchu.“ (Ryglová, 2011, s. 20). Mezi specifické formy cestovního ruchu teď patří formy cestovního ruchu, které před několika lety naprosto neexistovaly a považujeme je za nové trendy. Jsou to například geocaching, filmový cestovní ruch, gay and lesbian tourism, pivní turistika, dark tourism, voluntary tourism.

1.2 Druhy cestovního ruchu

Důležité je také opomenout některé druhy cestovního ruchu, jelikož v práci se s některými z nich setkáme. Cestovní ruch dělíme na druhy podle následujících kritérií.

1.2.1 Podle délky pobytu

Podle délky pobytu se cestovní ruch dělí na:

- krátkodobý – s dobou pobytu v navštíveném místě do 3 přenocování
- dlouhodobý – „turismus zahrnující 4 a více přenocování, avšak celková doba pobytu je omezena v rámci domácího turismu na 6 měsíců a v rámci mezinárodního turismu délkou 1 roku“ (Palatková, 2011, s.13)

1.2.2 Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

Palatková (2011, s.22) dělí cestovní ruch podle tohoto kritéria na:

- neorganizovaný – účastník cestovního ruchu si zajistí služby a pobyt sám. V současné době podíl a význam tohoto typu cestovního ruchu neustále roste.
- organizovaný – zajištění cesty zprostředkovatelem jako například cestovní kancelář

1.2.3 Podle místa čerpání služeb, resp. podle vztahu k platební bilanci

v publikaci K. Ryglové (2011, s. 20) jsou uvedeny následující druhy CR:

- domácí cestovní ruch – rezidenti dané zemi cestují uvnitř země a nepřekračují její hranice
- zahraniční cestovní ruch – při zahraničním cestovním ruchu dochází k překročení hranic státu. Sem patří:
 - výjezdový cestovní ruch (pasivní cestovní ruch, angl. outgoing, outcoming) – dochází k cestování rezidentů dané země do zahraničí. „Dle IRTS 2008 výjezdový turismus zahrnuje aktivity rezidentního návštěvníka mimo území dotčeného státu, které jsou součástí cesty v rámci výjezdového turismu nebo domácího turismu.“ (Palatková, 2011, s. 19)
 - příjezdový cestovní ruch (aktivní cestovní ruch, anlg. inbound, incoming) – příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země. „Dle IRTS 2008 příjezdový turismus zahrnuje aktivity nerezidentního návštěvníka na území dotčeného státu během cesty v rámci příjezdového turismu.“ (Palatková, 2011, s. 19)

Obrázek číslo 2 ukazuje jak jsou výše uvedené druhy cestovního ruchu propojeny mezi sebou.

Obrázek 2 – Typy cestovního ruchu podle místa realizace



Zdroj: Ryglová, 2011, s. 21

- tranzitní cestovní ruch – je specifickou formou příjezdového cestovního ruchu. „Jedná se o průjezd cestujících přes území projížděného státu do jiného cílového státu, zpravidla bez přenocování, resp. V rámci lhůty stanovené projížděným státem, anebo se jedná o pohyb cestujících v letištním prostoru při mezipřistání letadla, aniž prochází celním odbavením a pasovou kontrolou.“ (Ryglová, 2011, s. 20)

Příjezdovému a výjezdovému cestovnímu ruchu se také říká aktivní a pasivní vzhledem k platební bilanci státu. Platební bilanci státu je možné zjednodušeně popsat jako výkaz transakcí, provedených mezi národní a zahraniční ekonomikou. Palatková ve své publikaci (2011) charakterizuje aktivní cestovní ruch jako příjezdy zahraničních turistů a jejich výdaje na produkty cestovního ruchu, což znamená příliv devizových prostředků. Pasivní cestovní ruch ovlivňuje platební bilanci naopak záporně, jelikož znamená výdej devizových prostředků do zahraniční ekonomiky. Z toho je vidět, že příjezdový cestovní ruch má velký ekonomický význam, neboť znamená příliv devizových prostředků ze zahraničí.

3. Význam a přínosy cestovního ruchu

„Přínosy cestovního ruchu je možno charakterizovat jako výsledky pozitivních procesů. tj. postupných, na sebe navazujících a vnitřně spojených změn jevů a věcí, resp. přírůstků

užitků, nových rozvojových možností, snožování negativních jevů, k čemuž dochází v území v důsledku působení cestovního ruchu.“ (Nejdl, 2011,s. 25-26)

„Pro praktické zhodnocení významu přínosů cestovního ruchu je žádoucí analyzovat je podle různých kritérií, což umožní vyjádřit komplexnost, hloubku a plastičnost jejich působení na území, za něž jsou posuzovány.“ (Nejdl, 2011,s. 26)

Přínosy cestovního ruchu se obvykle v literatuře dělí na:

- ekonomické
- sociální
- environmentální

1.3 Ekonomické přínosy

Cestovní ruch a cestování jsou dohromady považovány za jedno z nejvýznamnějších a nejrychleji rostoucích ekonomických odvětví. V některých rozvojových zemích je hlavním zdrojem příjmu, růstu a zaměstnanosti. Cestovní ruch je první nebo druhý zdroj příjmů z exportu v 20 z 48 nejméně rozvinutých zemí. (UNWTO, 2011)

WTTC každý rok provádí výzkumy zaměřené na ekonomické přínosy cestovního ruchu pro jednotlivé regiony a země, a na konci roku vydává „Výroční ekonomické zprávy“ které v roce 2014 pokrývali 184 zemí a 25 regionů na světě. Podle posledních výzkumu cestovní ruch v roce 2014 vygeneroval 10% světového HDP (7.6 bilionu US\$) a 277 milionů pracovních míst (1 z 11 pracovních míst). V České republice cestovní ruch zaměstnal 242,000 osob což je 4.9% z celkového počtu pracovních míst, a 498,500 (10.0%) včetně pracovních míst nepřímo spojených s cestovním ruchem.

1.4 Sociální přínosy

Některé ze sociálních přínosů jsou navázány na přínosy ekonomické. Jsou spolu těsně propojeny. Cestovní ruch vytváří „nové podnikatelské příležitosti a nová pracovní místa, které mají pozitivní dopad na sociální složení a profil populace navštěvovaných míst.“ (Nejdl, 2011, s. 34)

Při zvýšení návštěvnosti určitého místa mezi místním obyvatelstvem dochází k zájmu o kulturu návštěvníků, o jejich životních zvyklosti, dochází k zájmu o studium jejich jazyků. To znamená, že cestovní ruch přispívá „k zájmu o vzdělávání, k formování aktivního přístupu k životu, k osobnímu rozvoji místní populace.“ (Nejdl, 2011, s.35)

„Zájem zahraničních návštěvníků o místo pobytu rezidentů může vést ke zvyšování jejich hrdosti na místo a zemi jejich bydliště, posilování jejich sebevědomí, ale i odbourávání předsudků atd. a zároveň ke zvyšování hrdosti místní populace na místo kde žijí, když je navštěvováno a obdivováno zahraničními návštěvníky.“ (Nejdl, 2011, 35)

Pro účastníky výjezdového cestovního ruchu přínosem je snaha připravit se na cestu ještě před skutečnou návštěvou místa a to studiem kultury, historie, zvyklostí rezidentů atd. „Tím si budoucí turista rozšiřuje své vědomosti. Po návratu domů srovnávají navštívené místo s domácím prostředím a opět může docházet k určitému osobnostnímu rozvoji navracejících se turistů.“ (Nejdl, 2011, s. 35)

Cestovní ruch může mít na místní obyvatele i negativní vlivy. Může dojít k přebírání kulturních hodnot a zvyků od návštěvníků, což přivede k tlumení místních tradic a kultury. Při rychlém a nekoordinovaném rozvoji příjezdového turismu, dochází jednak k „neúměrným zastavením území pro účely cestovního ruchu a jednak k růstu cenové hladiny zboží a služeb, která se přizpůsobuje ekonomické síle zahraničních návštěvníků a nikoli místního obyvatelstva atd.“ (Nejdl, 2011, s. 35)

Existuje několik nástrojů jak měřit a sledovat důsledky vysoké koncentrace turismu. Například Defertova funkce cestovního ruchu, kde se měří počet stálých lůžek v destinaci s počtem rezidentů ($\text{počet stálých lůžek} \cdot 100 / \text{počet rezidentů v místě}$). Předpokládá se, „že vysoká, resp. až příliš vysoká návštěvnost místa vyvolává nevráživost rezidentů vůči návštěvníkům destinace, a proto se o indexech zjišťovaných Defertovou funkcí hovoří také jaké o iritačním indexu“ (Nejdl, 2011, s. 36). Dalším nástrojem je Doxeyho iritační index, charakterizující nevráživost rezidentů vůči turistům „pomocí slovní škály – od euforie přes apatii, znechucení k antagonismu“ (Nejdl, 2011, s. 36).

1.5 Přínosy pro ekologii

Cestovní ruch je ve značné míře závislý na stavu životního prostředí v daném území. „Území s nepříznivým životním prostředím je zcela nebo do značné míry vyloučeno z využití pro cestovní ruch a cestovní ruch sám je ochuzen o část možností svého rozvoje“ (Nejdl, 2011, s. 36.).

„Jako každá hospodářská činnost i cestovní ruch znečišťuje životní prostředí. V důsledku nadměrné koncentrace turismu dochází ke znehodnocování rekreačního potenciálu krajiny se všemi negativními jevy, jakými jsou hluk, znečišťování vody a ovzduší, devastace flóry a fauny, poškozování památek, problémy spojené s likvidací odpadů“ (Ašmerová, 2010) V současné době cestovní ruch zasahuje do životního prostředí mnoha území, proto je nezbytné chránit již existující destinace cestovního ruchu před negativními vlivy turismu a současně dávat pozor při vzniku nových oblastí se zvyšující se koncentrací návštěvností.

V současné době na významu udržitelný cestovní ruch. „Udržitelný je takový cestovní ruch, kdy aktivity poskytovatelů služeb návštěvníkům a vlastní aktivity návštěvníků ovlivňují místní komunitu, místní ekosystémy a biosféru pouze tak, že nevratně nemění místní komunitu, místní ekosystémy a biosféru a neomezují tak funkce biosféry a lidské aktivity v budoucnosti“ (Pásková, 2002). „Udržitelnost cestovního ruchu je vymezována nejen definicemi, ale také deklarativně ve formě etických kodexů, chart a specificky také v Agendě 21 pro cestovní ruch vydané Světovou radou cestovního ruchu (World Travel & Tourism Council - WTTC), UNWTO a Rady Země. Tyto principy nezávisí na druhu cestovního ruchu, jsou uplatnitelné v jeho každé kategorii. To znamená, že trvale udržitelný cestovní ruch není jedna z kategorií cestovního ruchu (jako například venkovský cestovní ruch, poznávací cestovní ruch, rekreace u moře apod.), ale je to přístup k cestovnímu ruchu jako takovému.“ (Ašmerová, 2010)

Nejdl ve své publikaci (2011) jako přínosy cestovního ruchu pro životní prostředí uvádí:

- trvale udržované životní prostředí dotváří kvalitu produktu lázeňských míst
- turismus přispívá k vytvoření, zachování a obnovování přírodních útvarů a chráněných přírodních celků, jako jsou národní parky, přírodní rezervace atd., zvyšuje povědomí o přírodních celcích a unikátech

- pomáhá při tvorbě turistických tras, naučných a podobných stezek, což pomáhá minimalizovat negativní důsledky pohybu turistů v přírodním území
- pomocí turismu získáváme finanční zdroje na péči o část enviromentálního prostředí, které využívá
- pomocí turismu hodně lidí získává zaměstnání v oblasti ekologie, pečují o ekologické prostředí a pomáhají zachránit přírodu

4. Základní pojmy v cestovním ruchu

Konference, provedená Světovou organizací cestovního ruchu v roce 1991 v Ottawě, přijala soubor Doporučení pro statistiku cestovního ruchu, obsahem kterého bylo i základní pojmosloví turismu, vymezující nejčastěji používané pojmy z oblasti cestovního ruchu.

Stálý obyvatel – osoba, která se zdržuje na území dané země minimálně jeden rok.

Návštěvník – „jedná se o osobu, která cestuje do jiné země, než má své trvalé bydliště a mimo jeho obvyklé prostředí na dobu nepřekračující 12 měsíců, přičemž hlavní důvod cesty je jiný než výdělečná činnost v navštívené zemi“ (Nejdl, 2011)

Turista – návštěvník, který se s navštívené zemi zdrží alespoň jednu noc, ale délka pobytu nepřekročí jeden rok

Destinace - „místo s atraktivitami s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatele přinášejí na trh“ (Nejdl, 2011)

Analytická část

1. Praha

Níže uvedené kapitoly se budou zabývat Prahou, jako destinací zahraničního příjezdového cestovního ruchu.

1.1 Základní informace

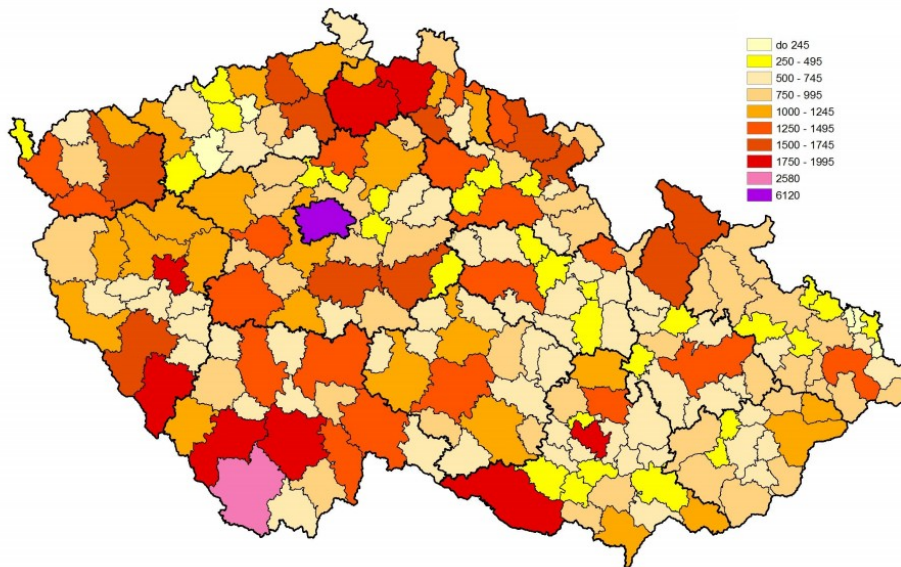
Praha je důležitým evropským historickým městem a nejvyspělejším centrem České republiky. Zde sídlí vláda, prezident, parlament a senát. Hlavní město je centrem nejen politiky a ekonomiky, ale i kultury, vzdělání a cestovního ruchu.

Praha se nachází ve středu Čech a má výhodnou polohu v Evropě. Nachází se skoro v samém centru kontinentu, ve vzdálenostech 365-490 km od tří moří (vzdušnou čarou): Baltského 365 km, Severního 495 km a Jaderského 490 km.

Prahou protéká řeka Vltava. Je nejdelší řekou v České republice. Má délku 433 km, povodí řeky je kolem 28 090 km² z toho 27 006,70 km² v Česku.

V roce 2010 Ústav územního rozvoje zpracoval dokument Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice. Praha má největší (6120 bodů) potenciál cestovního ruchu v České republice (obrázek 3). Na druhém místě za Prahou je v celostátním srovnání Český Krumlov (2580 bodů)

Obrázek 3 – Celkový potenciál cestovního ruchu za obvody ORP v bodovém vyjádření



Zdroj: Ústav územního rozvoje, 2010

Praha je jedním z nejoblíbenějších a nejkrásnějších měst Evropy. V roce 1992 na 16. zasedání výboru pro světové kulturní dědictví v Santa Fe bylo do seznamu kulturního dědictví UNESCO, jako prvé v Československé republice, zapsáno historické centrum Prahy společně s historickými centry měst Telč a Český Krumlov.

Podle Národního památkového ústavu se na území České republiky nachází 2111 nemovitých kulturních památek, 3 památkové rezervace (Pražská památková rezervace a 2 památkové rezervace vesnické (Stodůlky a Ruzyně)), 11 městských památkových zón a 7 vesnických památkových zón. Pražská památková rezervace je největší v České republice a je jednou z největších na světě, má velikost 895 hektarů.

1.2 Dopravní vazby

“V návaznosti na význam, polohu a postavení Prahy byla historicky vytvořena široká škála dopravních vazeb. Nejbližší jsou oboustranné regionální vazby na Středočeský kraj. Postavení Prahy jako hlavního města ČR podmiňuje také významnou dojížďku i z území celé republiky. Naopak občané Prahy neomezují své vyjížďky za rekreací na blízké okolí, ale rozptylují se po území celého státu. Výrazně středová poloha a atraktivita v rámci ČR i Evropy předurčila Prahu k roli nejen důležitého cíle cest, ale také místa křížení řady významných tranzitních tras. Praha je již tradičně i největším centrem mezinárodní

přepravy v ČR, a to ve směru západ-východ a sever-jih. Současně je i největším dopravním uzlem propojujícím jednotlivé kraje republiky.“ (ČSÚ, 2007)

Praha, jak je vidět na obrázku číslo 4, je na křižovatce všech dálničních tras.

Obrázek 4 – Mapa české sítě dálnic a rychlostních silnic



Zdroj: České dálnice, 2015

Praha je důležitým železničním uzlem, ale pro zajištění konkurenceschopnosti to nestačí, hlavně když mluvíme o mezinárodních spojích. Při porovnání kvality dostupnosti států a regionů dopravní infrastruktura v České republice zaostává za státy, se kterými země hraničí. Pro Českou republiku byl vypracován dokument Dopravní politika ČR pro období 2014 – 2020 s výhledem do roku 2050. „Hlavním cílem Dopravní politiky je: vytvářet podmínky pro rozvoj kvalitní dopravní soustavy postavené na využití technicko-ekonomicko-technologických vlastností jednotlivých druhů dopravy, na principech hospodářské soutěže s ohledem na její ekonomické a sociální vlivy a dopady na životní prostředí a veřejné zdraví.“ (Ministerstvo dopravy, 2013)

Je plánován další rozvoj železniční sítě, hlavně příprava výstavby tratí Rychlých spojení mezi Prahou a Drážďany, Mnichovem a Vratislavem, co zlepší napojení Prahy na mezinárodní železniční tratě.

Mezinárodní Letiště Václava Havla v Praze má nejvýznamnější postavení v České republice. V provozu je od roku 1937 a od té doby se postupně rozvíjelo a zvětšovalo. Letiště odbavuje přes 11 milionů cestujících ročně a počet cestujících stále roste. Pražské letiště je ve třicítce nejvýznamnějších letišť Evropy a získalo několik důležitých ocenění v posledních deseti letech. V letech 2005, 2006 a 2008 letiště v Praze vyhrálo v sekci Nejlepší letiště východní Evropy. Průzkum byl proveden společností Skytrax, která je odpovědna za každoroční globální průzkumy mezi cestujícími a udělení cen World Airport Awards. V roce 2015 Praha obsadila 8. místo v sekci Nejlepší letiště centrální Evropy, ale celosvětově byla Praha jen na 85. místě. Popularita Pražského letiště mezi cestujícími postupně klesá, jak je to ukázáno v tabulce 1.

Tabulka 1 – Pražské letiště v žebříčku The World's Top 100 Airports

Rok	Místo
2015	85
2014	70
2013	61
2012	54
2011	44

Zdroj: vlastní zpracování podle World Airport Awards

„V roce 2014 do Prahy létalo 54 leteckých společností na pravidelných linkách do celkem 119 destinací. Nejvíce cestujících směřovalo do Velké Británie, Německa, Ruska, Itálie a Francie.“ (Letiště Praha, 2015) Do Prahy létalo i několik nízkonákladových společností (Vueling Airlines, Smart Wings, Easy Jet, German Wings atd.), které umožňují cestujícím se rychle a levně dostat do Prahy z různých částí světa a zpět.

1.3 Postavení Prahy jako Evropské destinace

Poradenská firma Roland Berger Strategy Consultants v roce 2012 zveřejnila výsledky svého průzkumu nejatraktivnějších měst Evropy. Cílem studie bylo zjistit silné stránky evropských měst v oblasti turismu a naznačit problémy na trhu, nové trendy. Byl vyhodnocen počet přenocování, růst kapacity lůžek, dopravní dostupnost, poměr kvalita-cena, počet kongresů. Celkem průzkumu zúčastnilo 24 evropských měst, nejen hlavní

města, ale města nejvýznamnější z hlediska cestovního ruchu země. Praha získala 9. místo z 24.

Další výsledky průzkumu:

1. Praha získala 3. místo v počtu přenocování s ohledem na počet obyvatel města. Amsterdam a Lisabon získali první a druhé místo. Praha měla nejlepší výsledek v centrální a východní Evropě.
2. Střední počet přenocování za návštěvu je v Praze docela vysoký (2.5 přenocování za návštěvu), Praha je na 2. místě za Londýnem (2.6 přenocování).
3. Při průzkumu dostupnosti leteckou dopravou byl kladen velký důraz na přítomnost nízkonákladových leteckých společností a na možnost si koupit levné letenky do sledovaného města. První tři místa obsadili Londýn, Paříž a Amsterdam, Praha byla až na 13. místě.
4. Praha, Madrid a Berlín mají podle průzkumu podprůměrnou cenu lůžka a podprůměrnou obsázenost. Příčinou by mohl být nadbytek hotelových lůžek.
5. V kongresovém cestovním ruchu na prvním místě byla Vídeň už třetí rok po sobě. Praha získala 10. místo, na druhém a třetím místě byly Paříž a Berlín. Z uvedených v průzkumu dat je zřejmé, že počet kongresů je značně závislý na počtu přímých leteckých spojů s daným městem a že existuje závislost mezi počtem kongresů a počtem přenocování. U kongresového cestovního ruchu můžeme mluvit o multiplikačním efektu který působí dlouhodobě. Dá se říct, že při organizaci úspěšného kongresu kladné důsledky pro město budou trvat mnohem déle, než doba přípravy, organizace a realizace samotného kongresu. Kongresy zvyšují povědomí o městě, pomáhají při rozšiřování informací, získávání nových kontaktů a zkušeností.

Společnost Euromonitor International (2015) zveřejnila žebříček světových měst podle počtů mezinárodních příjezdů (Tabulka 2).

Tabulka 2 – Pořadí Prahy podle počtu mezinárodních příjezdů

Rok	Celkové pořadí	V rámci EU
2013	21	4
2012	19	4
2011	29	7
2010	24	6
2009	24	8
2008	25	7
2007	19	7
2006	20	8

Zdroj: vlastní zpracování podle Euromonitor International

Statistiky městského turismu a počtů přenocování z 115 evropských měst jsou uvedeny v 10. vydání ECM Benchmarking Report. Praha má poměrně vysoký počet přenocování ve srovnání s ostatními evropskými městy a při porovnání počtu lůžek s počtem přenocování (Tabulka 3).

Tabulka 3 – Celkový počet přenocování

Město	Počet přenocování v r. 2013
1. Londýn	53 696.680
2. Paříž	36 679.245
3. Berlín	26 942.082
4. Řím	24 160.505
5. Barcelona	16 485.074
6. Madrid	14,873.643
7. Praha	14,654.282
8. Istanbul	14,597.845
9. Vídeň	13,544.798
10. Mnichov	12,894.504

Zdroj: vlastní zpracování podle PragueCityTourism

Milióny cestujících každoročně hodnotí nejatraktivnější městské destinace světa na cestovatelském serveru TripAdvisor. Hodnoceny jsou restaurace, kvalita ubytovacích zařízení, turistické atraktivity, služby nabízené v destinacích atd. Zveřejňují se i údaje o městech, kde se nejvíce krade. V Praze cestující mohou hodnotit v současné době 662 hotelů, 4538 barů a restaurací, mohou hodnotit turistické atraktivity města a taky služby cestovních kanceláří nabízejících prohlídky města.

Na stránkách serveru je Praha popsána jako výborná destinace pro lidi hledající místo plné kultury a unavené plážemi. Z turistických cílů jsou zmíněné nejpopulárnější atrakce jako Pražský hrad, Staroměstské náměstí, Staroměstská radnice a Orloj a dále pražské restaurace, bary a hospody. Karlův most v krátké charakteristice města zmíněn nebyl.

Pozice Prahy se na serveru každoročně zlepšuje, což ukazuje vyšší spokojenost návštěvníků s každým dalším rokem. V roce 2012 získala Praha 15. místo v celosvětovém srovnání. V roce 2013 byla dokonce „skokanem roku“ a posunula se do 9. místa. Tento rok na prvním místě byla Paříž a na druhém New York. Praha je podle hlasování turistů nejoblíbenějším městem střední a východní Evropy. V roce 2014 Praha vylepšila svou pozici o další 4 místa a získala 5. místo. První místo obsadil turecký Istanbul.

Nejlepší města 2014:

1. Istanbul, Turecko
2. Řím, Itálie
3. Londýn, Velká Británie
4. Peking, Čína
5. Praha, ČR
6. Marrákeš, Maroko
7. Paříž, Francie
8. Hanoj, Vietnam
9. Siem Reap, Kambodža
10. Šanghaj, Čína

V současné době na významnosti nabývá cestovatelský server TripAdvisor. Server je největším cestovním webem na světě a pomáhá milionům cestovatelů plánovat svůj pobyt pomocí recenzí ostatních uživatelů a sdílet svoje vlastní zkušenosti a zážitky s lidmi

z celého světa. Má kolem 78 milionů uživatelů, kteří každou minutu napíší přes 139 recenzí restaurací, barů, hotelů nebo turistických cílů.

Na konci každého roku TripAdvisor zveřejňuje seznamy nejen nejatraktivnějších měst, nejlepších restaurací, hotelů ale i seznamy měst, kde se nejvíc krade. V roce 2009 byla Praha na 3. místě, následující rok se pozice zlepšila a Praha se posunula na 6. místo. Na prvních pozicích jsou i další evropská města, například Barcelona, Řím, Madrid a Paříž. V Barceloně cestující dokonce přirovnávají kapesní krádeže k obecně uznávanému sportu - fotbalu. Co se týká Prahy, zde nebezpečnými místy, podle cestujících, jsou Karlův most a Pražský Hrad. „Ze statistických výstupů vyplývá, že v roce 2013 bylo na území Prahy oznámeno 9075 případů kapesních krádeží, což bylo nejvíce od roku 2009.“ (Pravá Praha, 2014)

V poslední době oblíbeným místem pro kapesní krádeže je tramvaj číslo 22. Na zastávce tramvaje Malostranská nastupuje obrovské množství lidí, kteří jedou na Pražský Hrad, a za několik minut cesty jím mizí peněženky a další cennosti. Kvůli velkému počtu stížností v srpnu roku 2014 kriminalisté udělali kontrolu na zastávce a jen během čtvrtka 7.8.2014 zadrželi 4 osoby. V roce 2014 byl boj proti pouliční kriminalitě jednou z priorit pražských policistů. Z vlastní zkušenosti a zkušeností turistů, kteří navštívili Prahu v posledních měsících, je zřejmé, že situace na Malostranském náměstí nezlepšila a případy s kapesními krádežemi pokračují. Bez stálé kontroly se situace nedá ovlivnit tak, aby výsledky byly uspokojivé.

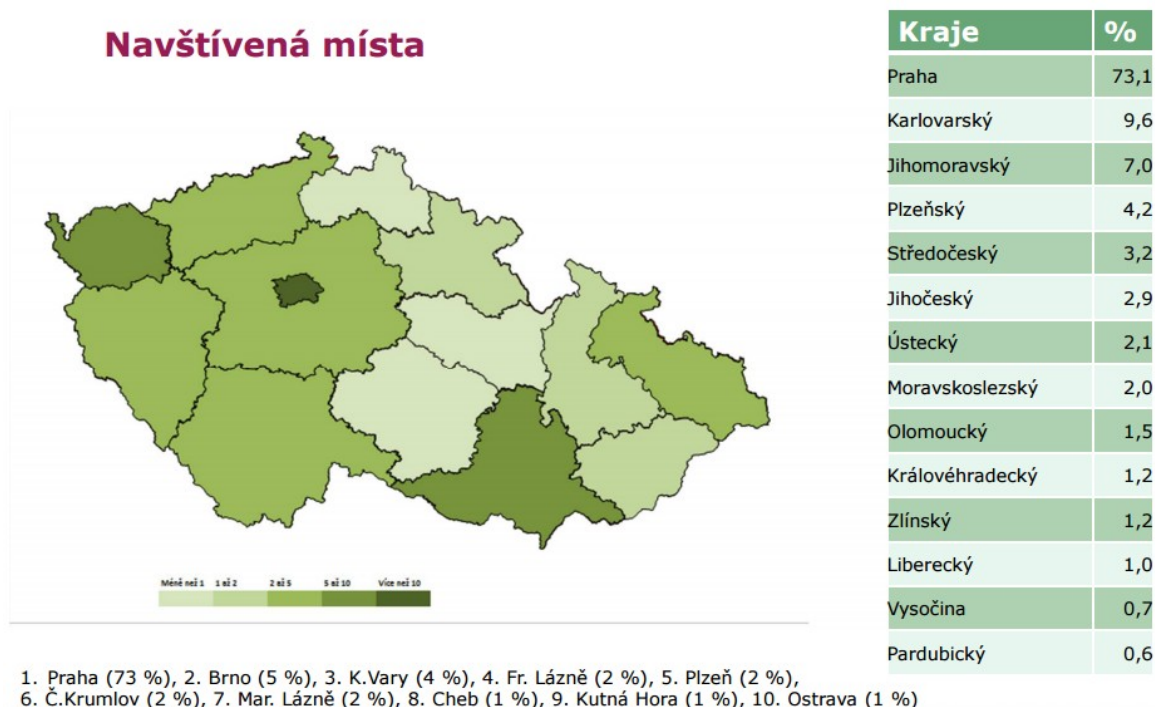
1.4 Postavení Prahy jako centra cestovního ruchu v České republice

Praha je už dlouho hlavním cílem v destinaci Česká republika. Podle výzkumu agentury Czechtourism Praha jako destinace cestovního ruchu se značkou je silnější než značka České republiky. Praha je hlavním identifikačním prvkem země. V současnosti je Praha vnímána spíše jako samostatná destinace a má silnější image než země celkem.

Z hlediska podílu na návštěvnosti České republiky zahraničními turisty má Praha přední postavení. Podle výzkumu agentury STEM/MARK v roce 2013, jak je vidět na obrázku 5, do Prahy přijelo nejvíce zahraničních návštěvníků v porovnání s ostatními krají Českého republiky. Jednodenní návštěvníci preferovali příhraniční kráje a jezdili do krajů jako

Ústecký (20,7%), Plzeňský (16,2%), Karlovarský (15,5%), Jihomoravský (15,2%) a Jihočeský (10,7%). Z 14 krajů České republiky si Prahu vybrali jenom 1,8% jednodenních návštěvníků.

Obrázek 5 – Navštívená místa zahraničními návštěvníky



Zdroj: MMR, 2013

1.5 Nejnavštěvovanější cíle v Praze

O tom že Praha je turistickým centrem České republiky svědčí i to, že z deseti nejnavštěvovanějších cílů v zemi Praze patří šest.

Podle údajů na stránkách PIS nejnavštěvovanějším cílem v Praze v roce 2014 byl Pražský hrad. Počet návštěvníků se zvyšuje každý rok. Tak v minulém roce 2013 hrad navštívilo 1,748 tisíc lidí, v roce 2014 se jednalo o 1.799,301 platících návštěvníků. Podle odhadů, hrad celkem navštívilo více než šest milionů lidí, včetně platících návštěvníků a lidí, které areálem jenom prošli. Pražský hrad je největším starobylým hradem a je zapsán do Guinnessovy knihy rekordů.

Na druhém místě byla Zoologická zahrada. Pražské zoo se v roce 2007 dostalo do seznamu osmi nejlepších zoologických zahrad ve světě podle článku v časopise Forbes Travel, a v roce 2014 byla na 7. místě podle hodnocení uživatelů cestovatelského serveru

TripAdvisor. V roce 2014 pražskou Zoologickou zahradu navštívilo 1.382,283 lidí, což je o 267 tisíc lidí víc než v předchozím roce.

Třetím nejnavštěvovanějším turistickým cílem v Praze se stala Staroměstská radnice s celkovým počtem 739 793 návštěvníků a čtvrtým cílem v Praze bylo Židovské muzeum, které si nenechalo ujít 579 960 návštěvníků.

1.6 SWOT analýza

SWOT analýzy používají v praxi pro včasnou identifikaci hrozeb a příležitostí, pro posouzení současného stavu silných a slabých stránek a je obvykle součástí strategických nebo marketingových plánů. Pomocí SWOT analýzy můžeme zjistit nové alternativy vývoje a najít způsoby řešení problémů. Pro Prahu, jako hlavní město České republiky, jsou připravovány strategické koncepce a plány, které obsahují SWOT analýzy skoro každé městské části Prahy, ale neexistuje žádná SWOT analýza cestovního ruchu města.

Během práce nad daným tématem jsem kontaktovala různá oddělení Pražské Informační služby. Dostala jsem odpovědi z oddělení marketingu a odpověď odborného konzultanta, ve kterých jsem byla přesměrována na webové stránky czechtourism.cz a praguecitytourism.cz bez přímé odpovědi na otázku o existenci SWOT analýzy cestovního ruchu v Praze. Odpověď z PR oddělení potvrdila neexistenci analýzy cestovního ruchu hlavního města.

Z důvodů neexistence SWOT analýzy cestovního ruchu Prahy, připravila jsem následující analýzu turismu na základě analýzy města uvedené v dokumentu Strategický plán hl. m. Prahy z roku 2008. V uvedených níže tabulkách 4, 5, 6 a 7 jsou uvedeny body, které jsem vybrala z celkové analýzy města.

Tabulka 4 – S – strengths, silné stránky

1. Poloha Prahy ve středu Evropy
2. Trvající atraktivita a všeobecná prestiž města
3. Tradiční postavení Prahy jako střediska české státnosti a správy státu, vzdělanosti a kultury
4. Unikátní kulturně-historické dědictví světového významu
5. Zlepšené napojení města na kontinentální i celosvětovou komunikační a informační síť

6. Dobrá pozice Prahy jako atraktivní turistické destinace, kvalitní základní materiální vybavenost cestovního ruchu
7. Dlouhodobě vysoké hodnocení od renomovaných zahraničních ratingových agentur
8. Jedinečný a obecně uznávaný genius loci
9. Atraktivní a příjemné prostředí historicky cenných částí města s vysokým počtem památkově hodnotných objektů a celků
10. Pestrý potenciál městské a příměstské krajiny s výrazným fenoménem Vltavy
11. Výrazné zastoupení zeleně
12. Dobře fungující městská veřejná doprava
13. Informační středisko (call centrum) sloužící Pražanům i návštěvníkům města během významných událostech a v krizových situacích

Zdroj: vlastní zpracování podle Strategického plánu hl. m. Prahy

Praha má vysoký potenciál cestovního ruchu vzhledem ke svoji poloze a kulturně-historickému dědictví. Poloha v centru Evropy znamená dobrou dopravní dostupnost z většiny Evropských zemi a dobré napojení na dopravní síť. Poloha Prahy umožňuje poměrně rychlou dopravu do města i z nejbližších zemí vlakem nebo autem. Letecká doprava a počet spojů s ostatními evropskými městy jsou taky na vysoké úrovni. Nejvýznamnější je tady dostupnost nízkonákladových společností, která umožňuje se rychle a levně dostat do Prahy z většiny hlavních měst Evropy.

Praha má unikátní postavení v České republice jako historické, kulturní, intelektuální a správní centrum. Je vnímána jako samostatná destinace, když ostatní města jsou zahraničními návštěvníky většinou považována za součást destinace Česká republika, což ještě jednou ukazuje, že Praha sama o sobě tvoří významný, světově významný centrum cestovního ruchu. Přítomnost parků v centru města je dalším důležitým znakem města, nejen kvůli možnostem využití parků pro různé rekreační aktivity ale i jejich poloha. Z parku Letná nebo z Riegrových sadů jsou nejlepší výhledy na Prahu. Oba parky mají pivní zahrady, kde návštěvník může nejen ochutnat nejlepší piva České republiky, ale i zažít příjemnou atmosféru města s pěknými výhledy.

Co se týká městské dopravy, v roce 2013 agentura ROPID společně s organizací CZECH Consult provedla průzkum spokojeností s PID. Kolem 90 % respondentů byli spokojené s

MHD. Pro zahraniční návštěvníky je občas údivem přesnost při dodržování jízdních řadů, u turistů z Ruska je zaznamenán údiv nad dostupností nočních spojů.

Tabulka 5 – W – weaknesses, slabé stránky

1. Napojení na evropské dopravní síť (vyjma letecké dopravy) neodpovídající úrovni nejvýznamnějších konkurenčních měst západní Evropy
2. Málo rozvinutá koordinace aktivit a spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem při prosazování zájmů města
3. Přetížení památkové rezervace hl. m. Prahy (historického jádra města) automobilovou dopravou, nevhodnými komerčními aktivitami a dalšími negativními vlivy
4. Nekomplexní a místy nedostatečná péče o historické památky zejména mimo památkovou rezervaci hl. m. Prahy (historické jádro města)
5. Časté projevy vandalismu, nedostatečná čistota mnoha veřejných prostranství a místy zanedbaná údržba budov
6. Existence lokalit s dlouhodobou koncentrací pouliční kriminality, málo účinná opatření proti vandalismu

Zdroj: vlastní zpracování podle Strategického plánu hl. m. Prahy

Ze slabých stránek chci zdůraznit 3 poslední body. Péče o památky v Praze není na nutné úrovni. Jedním z příkladů je stav Stavovského divadla. Ze stany Rytiřské ulice je budova v docela dobrém stavu, ale ze strany Karlové univerzity stav budovy je nevyhovující a budova je v současném stavu už dlouhou dobu. Před několika týdny začala rekonstrukce divadla, ale dosud nejsou vidět žádné změny. Rekonstrukce začala spolu s hlavní turistickou sezonou, což je podle mne zase chybou. Je docela těžko vnímat divadlo jako jednu z hlavních atrakcí města, když za lešením není nic vidět. Stejná situace je v případě oprav Národního muzea. Z dálky budova vypadá docela dobře, ale z blízkosti vypadá jako opuštěná, historicky významná továrna.

Praha je zahraničními návštěvníky vnímána jako čisté město, ale ne vždy. Během vánočních a velikonočních trhů na náměstích v centru Prahy jsou vždy přeplněny popelnice. Velkým problémem je i vandalismus, hlavně v historickém centru Prahy. Typickým příkladem je dům naproti bývalému kostelu sv. Michala v Michalské ulici, který

je skoro celý nastříkán sprejem. Zdi nastříkané sprejem a rozbitá okna v domech nejsou ale v Praze velkým problémem ve srovnání s Budapeští.

Nakonec míra pouliční kriminality dělá z Prahy jedno z nebezpečnějších měst Evropy.

Tabulka 6 – O – opportunities, příležitosti

1. Vymezení a upevnění pozice Prahy na trhu metropolí Evropy jako perspektivně orientovaného, dynamického, dlouhodobě stabilního, bezpečného a inovativního města – prezentace Prahy jako „spokojeného“ města
2. Lepší zahraniční spolupráce při ochraně mimořádného kulturně-historického bohatství města a při zapojení multikulturních aktivit
3. Udržení turistické atraktivity Prahy, růst úlohy města jako místa pro mezinárodně významné aktivity
4. Vyvolání trvalého celoročního zájmu o město podporou udržitelného turistického ruchu, nabídkou atraktivních akcí a programů i v mimosezónním období
5. Zhodnocení multikulturní tradice Prahy, využití kulturního významu města ke zvýšení jeho atraktivity
6. Zlepšení systému památkové péče včetně legislativního rámce a kontrolních mechanismů
7. Trend zdůrazňování ekologické i rekreační funkce vodních toků a ploch
8. Větší rozproštění turistických cílů v rámci památkové rezervace hl. m. Prahy (historického jádra města) i mimo ni
9. Poměrně vysoká preference veřejné dopravy obyvateli a návštěvníky Prahy, její podpora dalšími významnými investicemi

Zdroj: vlastní zpracování podle Strategického plánu hl. m. Prahy

Praha má nemálo možností pro další rozvoj a každý rok se připravují nové akce pro přilákání většího počtu návštěvníků a pro zvyšování povědomí o městě. V roce 2013 byla vyhlášena kampaň Pražské informační služby – Nenechte Prahu jen Pražákům. Zaměřená byla na domácí cestovní ruch a na zvýšení poptávky po Praze mimo hlavní turistickou sezónu. Tato kampaň dostala v Brně na veletrhu GO & Regiontour 2014 druhé místo v kategoriích Nejlepší turistický produkt. Je třeba i dále připravovat podobné akce zaměřené nejen na domácí cestovní ruch ale i na zahraniční. Zvýšení povědomí o festivalech jako

Fringe a Festival krátkých filmů může přilákat do Prahy více zahraničních návštěvníků a milovníků divadla a kina.

Městská doprava v Praze je v docela dobrém stavu, ale pro zkvalitnění a zpříjemnění cesty je potřeba dalších investic. Zlepšení dopravních spojů by mohlo vést ke snížení intenzity automobilové dopravy a odlehčení centra města. Náhrada starých tramvají novými, hlavně v očích zahraničních návštěvníků, přemění Prahu v moderní město srovnatelné s ostatními evropskými metropolemi.

Tabulka 7 – T – threats, hrozby

1. Rychlý růst konkurence jiných evropských měst
2. Ztráta mezinárodní pozice Prahy jako památkově unikátního celku, vyřazení
3. historického jádra Prahy ze Seznamu světového dědictví (UNESCO)
4. Nedostatek finančních prostředků pro další rozvoj města, zlepšování městské dopravní a technické infrastruktury a na dokončení napojení Prahy na mezinárodní síť
5. Nárůst cizích vlivů překračujících míru tolerance občanů
6. Znehodnocení památkových objektů (území) v důsledku jejich nevhodného využívání a necitlivých stavebních nebo urbanistických zásahů
7. Nešetrné aktivity, které by mohly vést k narušení panoramatu Prahy a ke ztrátě genia loci
8. Úbytek zeleně a nezastavěných (nezpevněných) ploch vhodných k ozelenění
9. Rostoucí ohrožení globálními jevy – terorismus, mezinárodní kriminalita, nakažlivé choroby, změny klimatu
10. Stupňující se xenofobní postoje, projevy rasismu a extremismu

Zdroj: vlastní zpracování podle Strategického plánu hl. m. Prahy

Jedním z problémů města je přístup místních obyvatel k zahraničním návštěvníkům. Přístup občanů je občas arogantní a nevyhovující. Počet cizinců se v Praze zvětšuje každý rok a s tím i celková nespokojenost občanů s počtem zahraničních návštěvníků. V roce 2012 se na webových stránkách Expats.cz objevil článek „Do czechs hate foreigners?“. (Lisette Allen, 2012) Petr Berka, Aleš Palan a Petr Šťastný napsali o tom, jak Češi nesnášejí cizince celou knihu s názvem Xenophobe's guide to the czechs. Například pro návštěvníky

z USA je docela neobvyklé, jak s nimi mluví číšníci v restauracích a občas i obyčejní lidé na ulici. Američané jsou zvyklí na kvalitní servis s úsměvem, v Praze je to skoro vždy výjimkou, hlavně v tradičních českých restauracích mimo historické centrum. Návštěvníci si stěžují i na to, že lidé v Praze nejsou ochotni pomáhat turistům.

Podobná situace se stála o víkendu 24.5 ve vlaku Praha-Brno. Skupina s průvodcem jela na prohlídku Kostnice v Sedlci. Průvodčí se při kontrole jízdenek zeptal průvodce skupiny: „Tí tmaví jsou taky s Vámi? Nechci se jich ptát.“. Jednalo se o skupinu tří lidí z Indie.

Aby Praha udržela svou pozici na mezinárodním trhu je třeba pracovat nejen nad přilákáním zahraničních turistů, ale i nad zvýšením povědomí mezi občany o důležitosti rozvoje cestovního ruchu. Je nutné vysvětlit všechny pozitivní stránky zahraničního příjezdového cestovního ruchu i lidem nezměstnaným v cestovním ruchu.

Znehodnocení historických památek je nejen hrozbou ale i současným problémem. Jedním z posledních příkladů je oprava Karlova mostu. Bylo nahrazeno více kamení, než bylo potřeba, nové zábradlí je křivé, má úplně jiný vzhled a porušuje autenticitu historické památky. Při provedení nekvalitních rekonstrukcí se snižuje historická významnost a lákavost místa. Karlův most je pořád jedním z nejnavštěvovanějších objektů v Praze, ale podle památkové inspekce má úplně jiný vzhled než původní. Další nekvalitní oprava by mohla ohrozit postavení Karlova mostu jako významné historické památky.

1.7 Specifické charakteristiky návštěvníků České republiky a Prahy

Vzhledem k objemu informací souvisejícími s daným tématem, v práci se zaměřím na 3 hlavní zdrojové trhy podle počtu příjezdů do Prahy – Německo, Rusko a USA.

Pro agenturu CzechTourism v roce 2009 byla vypracována analýza v rámci projektu Integrovaného operačního programu Rebranding a marketingová podpora příjezdového cestovního ruchu, ve které jsou popsány vývoje počtu turistů, nejčastější činnosti a preference návštěvníků pocházejících z hlavních zdrojových zemí během dovolené. V roce 2013 M. Palatková a kol. připravili dokument Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013), ve kterém byli popsány hlavní zdrojové trhy České republiky. Na základě daných dokumentů a informací z Českého statistického úřadu byly vypracovány následující kapitoly.

1.7.1 Německo

Podle analýzy, návštěvníci z Německa během dovolené preferují kontakt s místními tradicemi a obyvateli. Vyhledávají místa plné kultury, jako jsou muzea a výstavy a dávají přednost návštěvě historických památek. Až potom během dovolené vybírají aktivity jako koncerty a divadelní představení. Vyžadují vysokou úroveň služeb za poměrně nízkou cenu. Podle výzkumů cena je nejdůležitějším prvkem při rozhodování o dovolené pro 61 % německých návštěvníků, a v případě lidí s nižšími příjmy se mluví o 74 %. Z toho vyplývá i fakt, že jsou nejpočetnějšími zahraničními návštěvníky Prahy, ale mají nejnižší denní výdaje mezi návštěvníky ze sledovaných zemí. Výhodou je nejen poměrně nízká cena služeb a ubytování v Praze, ale i dobrá dopravní dostupnost a dálniční spojení s městy jako Drážďany, Norimberk a ostatními příhraničními městy.

Nejmenší počty příjezdů do České republiky mezi návštěvníky z Německa jsou zaznamenávány v listopadu, což je odlišné od zbytku trhu, kde návštěvnost obvykle nabývá nejnižších hodnot v zimních měsících. Od listopadu návštěvnost postupně narůstá a pak zase náhle klesá.

1.7.2 Rusko

Návštěvníci z Ruska jsou druhými nejpočetnějšími v Praze. Pro dovolenou nejčastěji vyhledávají místa s teplým počasím a preferují dovolenou u moře. Rusové, kteří se zajímají o poznávání a kulturu, vnímají Prahu jako jednu z nejméně atraktivních destinací. Rusko je jedním z nejnáročnějších trhů, ale je i trhem s nejvyššími denními výdaji. Vyžadují vysokou kvalitu služeb v kombinaci s rozmanitou kulturní a historickou nabídkou destinace. Pro Rusy jsou nejaktivnější například výhledy na Prahu z rozhledny na hradě a „červené střechy“ města, česká kuchyně, pivo a celkově příjemná atmosféra hlavního města.

Při sledování počtu zahraničních turistů od roku 2000 je nárůst ruských návštěvníků nejvýraznější. Zatímco v roce 2000 sem přijelo 50,220 turistů, v roce 2013 jich bylo 516,555 a podíl na celkovém počtu zahraničních turistů činil 10,9 %. Počet turistů z Ruska postupně narůstal do roku 2014, ale během roku 2014 se zmenšil o 12,7 %. V prvním čtvrtletí byl počet návštěvníků z Ruska o 6,261 hostů větší ve srovnání se stejným obdobím roku 2013 a vyšší než počet Němců za stejné období. Za první pololetí roku 2014

úbytek podle počtu návštěvníků činil -23 067 osob, což je -8,6 % ve srovnání se stejným obdobím roku 2013. Největší procentuální úbytek (-23,3 %) za stejné období byl zaznamenán u návštěvníků z Ukrajiny, což bylo důsledkem konfliktu v dané zemi. Válečný konflikt na Ukrajině výrazně ovlivnil i počty Ruských návštěvníků. Rusko-ukrajinská krize vedla nejen k poklesu kurzu ruského rublu, ale i negativně ovlivnila vízovou politiku. Ještě před rokem se mluvilo o zrušení viz, nebo o nastavení jednodušších pravidel při udělení viz pro občany Ruské Federace do EU, ale v současnosti se ten proces pozastavil s ohledem na ukrajinský konflikt a kvůli sankcím mezi Ruskem a EU.

Na začátku roku se mluvilo o tom, že menší počet Ruských turistů může být i důsledkem toho, že Česká republika je v poslední době vnímána jako nepřátelská destinace. Kvůli tomu jsem porovnála počty ruských návštěvníků v Praze s několika dalšími evropskými městy a zeměmi.

Vídeň zaznamenala ještě větší pokles počtu příjezdů z Ruska, tam přijelo o 14,1 % turistů méně. Do Paříže přijelo o 12 % ruských turistů méně. Ve Švýcarsku počet turistů klesl již v prvním pololetí o 13 %. Je zřejmé, že ve srovnání s předchozím rokem počty návštěvníků z Ruska zaznamenaly pokles skoro všude. Jenom dvě země zaznamenaly nárůst - Kypr a Maďarsko. Do Maďarska většinou jeli za termální vodou v Budapešti a na Kypr za sluncem a plážemi.

Podle uvedených dat je zřejmé, že úbytek ruských turistů v Praze souvisí hlavně s nepříznivou ekonomickou situací v zemi, hlavně s rusko-ukrajinskou krizí a kurzem rublu. V době krize lidé nejsou ochotni utrácet za cesty do zahraničí. Jedním z důvodů snížení počtu ruských návštěvníků by mohla být i průměrná cena letenek z ruských měst do Prahy. Ceny nejlevnějších letenek se pohybují kolem 6000-8000 Kč a průměrná mzda v Rusku činí přibližně 33,500 rublů (15,585 Kč), v Moskvě je o něco vyšší – 55,100 rublů (25,634 Kč).

Snížení počtu ruských turistů se odhadovalo na -15-20 %, ale nakonec nebylo tak dramatické. Agentura CzechTourism v roce 2014 vynaložila víc než 26 milionů korun na propagaci České republiky v Rusku. Již od začátku roku byly spuštěny akce pro zmírnění propadu počtu ruských návštěvníků. Na některých TV stanicích se propagační video České republiky přehrávalo skoro během každé komerční přestávky. Ve videu byl kladen důraz

především na pražské památky, hokej, kulturní nabídku, kvalitní a luxusní ubytování a služby, nákupy a možnost spa procedur. Překvapivé je to, že ruské holky ve věku do 30 let ve videu nejen chodí po kamenných dlažbách na Staroměstském náměstí na vysokých podpatcích, ale navíc k tomu mají na sobě koktejlkové šaty, mezitím za nimi jsou vidět lidi oblečené v bundách a čepicích. Hlavním problémem je podle mne jídlo, které holky ochutnávají v restauraci u Karlová mostu. Malé porce luxusního jídla, které nemá nic společného s českou kuchyní. Je možné, že tato reklama České republiky a Prahy v Rusku pomohla s udržení počtu návštěvníků na vysoké úrovni, ale použité materiály k propagaci měly hodně nedostatků a nebyly kvalitně připraveny.

1.7.3 USA

Co se týče návštěvníků z USA, počet turistů se od roku 2000 postupně zvyšoval, kromě roku 2009 v době ekonomické krize. Nejméně populárními měsíci pro návštěvu České republiky jsou mezi americkými turisty leden a únor, největší počty turistů za posledních 10 let byli zaznamenáni v červenci. Podle průzkumu společností STEM/MARK (2010) z USA do České republiky přijíždí nejvíce mladých lidí ve věku od 15 do 29 let (52 %).

Ve srovnání s rokem 2013 počet příjezdů z USA zaznamenal přírůstek o 8,3 %, což je víc než přírůstek v roce 2013 (5,9 %). Jedním z důvodů byla intervence ČNB do devizového kurzu. Oslabení české koruny zlevňuje návštěvu zahraničním turistům, což má pozitivní vliv na příjezdový cestovní ruch. Prvního června roku 2013 kurz dolaru byl 19.9 Kč za 1\$, v roce 2014 – 20.2Kč za 1\$ a v roce 2015 se kurz 1. července pohyboval kolem 25Kč za dolar, což je docela významný nárůst. V případě dalšího oslabení české koruny můžeme očekávat ještě větší nárůst počtu návštěvníků ze Spojených států amerických.

Turisté z USA mají jeden z nejvyšších průměrných denních výdajů. Výdaje se pohybují kolem 3,500 Kč za den. Obvykle za své peníze vyžadují i dobrou kvalitu. Do Evropy jezdí hlavně za poznáním historie, kultury a tradic. Většina lidí přijíždějících do České republiky navštěvuje během cesty jen Prahu (80 %). Přijíždí sem i hodně mladých lidí, narozených v letech 1980-1999, tzv. „Generace Y“, které očekávají během pobytu rychlý servis, přístup k wifi v hotelu, restauracích a barech a vybavení moderními technologiemi.

2. Dotazník

Pro lepší pochopení současného stavu cestovního ruchu v Praze a pro získání informací o spokojenosti zahraničních turistů s návštěvou Prahy jsem sestavila dotazník. Dotazník byl poskytnut účastníkům zahraničního příjezdového cestovního ruchu ze tří různých zemí. Vybrala jsem země, které jsou hlavními zdrojovými trhy v České republice a Praze: Německo, Rusko a Spojené státy americké.

Dotazník byl poskytován lidem ze zvolených zemí během trojhodinové prohlídky Prahy s průvodcem. Jednalo se o společnost Sandemans New Prague Tours, která v Praze funguje už více než 10 let a nabízí různé prohlídky ve městě, denní výlety do Kutné Hory a Terezína. Společnost je propagována v několika pražských hostelech a hotelech, ve Starbucksu na Staroměstském náměstí a několika jiných místech. V současné době je jedničkou mezi agenturami nabízejícími prohlídky města na cestovatelském serveru Tripadvisor. Nejvíce navštěvovanou túrou ve společnosti je Free Tour. Denně i mimo hlavní sezonu služeb průvodců dané agentury využívá více než 100 návštěvníků. Během hlavní sezony počty lidí občas překračují hranice 300 lidí za den.

Průvodci dané společnosti procházejí stálými kontrolami a při přijetí do práce musejí projít 3 kolovým výběrovým řízením, písemnými testy a zkouškami, některé z průvodců mají za sebou oficiální průvodcovské zkoušky. Je to jednou z příčin vysoké popularity agentury a vysokého ocenění návštěvníky. Občas se ale objevují i negativní recenze a stížností, v takových případech je průvodce odstraněn od práce.

V připraveném mnou dotazníku bylo celkem 32 otázky a z toho 5 otázek otevřených, 7 uzavřených, 4 polouzavřené a 16 prohlášení, které respondenti hodnotili verbálním způsobem. Kopíí dotazníku jsem vložila do příloh.

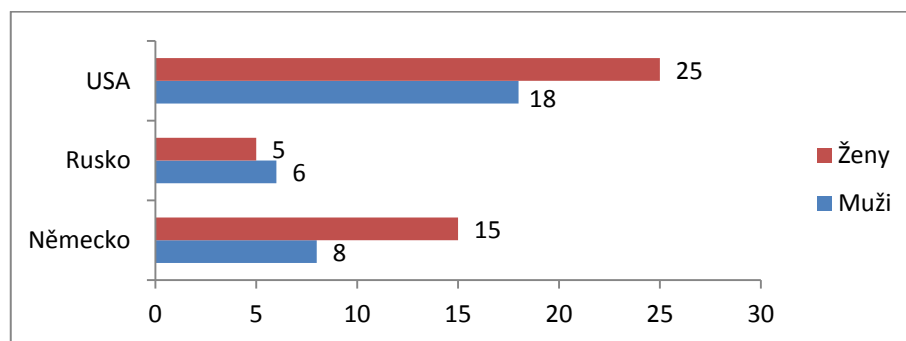
Před poskytnutím dotazníku jsem se představovala jsem se osobně a vysvětlovala k čemu ten dotazník je. Dotazník byl poskytnut jen lidem, které strávili v Praze aspoň jeden celý den a noc.

Vyhotoveno bylo 150 exemplářů. Doba dotazování byla stanovena na 30 dní. Během stanovené doby bylo vyplněno 77 kusů.

V první otázce jsem se ptala na to, odkud dotazované pocházeli. Z 77 vrácených dotazníků 43 (56%) byli vyplněny návštěvníky z USA, 23 (30%) z Německa a 11 (14%) z Ruska. V poslední době se počet ruských turistů, které přejí jít na prohlídku města vedenou v anglickém jazyce zmenšil. Je to vidět i z počtu vyplněných dotazníků. Jak bylo uvedeno v předchozí kapitole, se celkový počet turistů z Ruska zmenšil ve srovnání s předchozími roky.

Druhá otázka se týkala pohlaví respondentů. Na níže uvedeném grafu č.1 je vidět, že většina respondentů byly ženy. Jen u návštěvníků z Ruska to bylo naopak, dotazník vyplnilo o jednoho muže víc. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 32 mužů a 45 žen.

Graf 1 – Počet žen a mužů

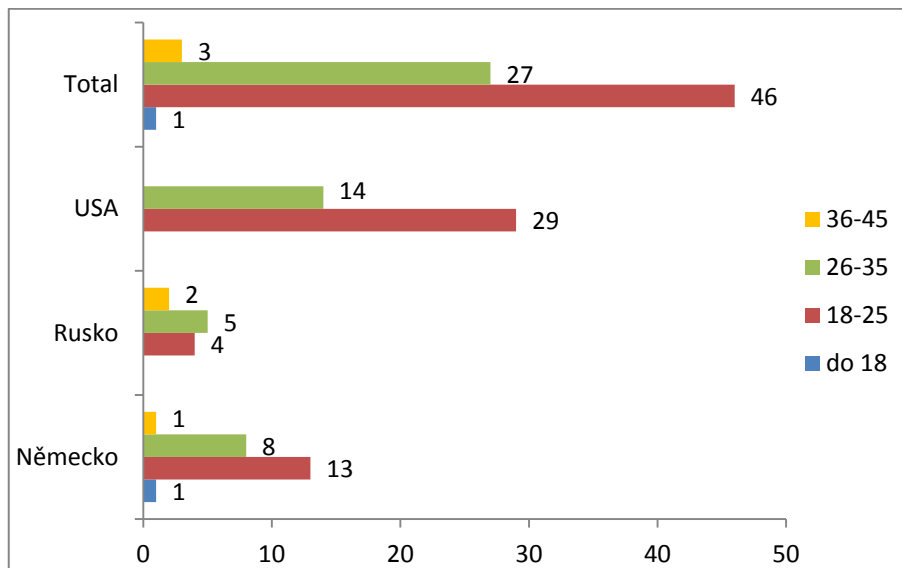


Zdroj: vlastní zpracování

Další otázka se týkala věku dotazovaných. Jak je vidět na grafu č.2, dotazník většinou vyplňovali mladí lidé ve věku do 45 let. Tahle skutečnost svědčí o tom, že na prohlídky vybrané mnou společností chodí většinou mladší generace.

Naprostá většina dotazovaných, 46 lidí (60%), byla ve věkové kategorii 18-25 let. To nám říká, že mladí lidé se taky zajímají o historii města a vybírají si k tomu Free tour. Podle průzkumu, provedeného společností, většina lidí najde tuhle agenturu přes vyhledávač Google, na druhém místě bylo doporučení známých a na třetím místě – najdou si turu na TripAdvisoru. Free Tour si mladí lidé vybírají hlavně vzhledem k tomu, že nemusí za to nic platit (mohou ale nechat peníze na konci tury ve formě spropitného) a proto, že většina průvodců jsou taky mladí lidé, kteří dělají z prohlídky nejen seminář o dějinách města bez žádných emocí při výkladu, ale povídají o zajímavých věcech a v zábavné formě. Tomu svědčí i větší zájem mladších lidí o takové prohlídky.

Graf 2 – Věk dotazovaných

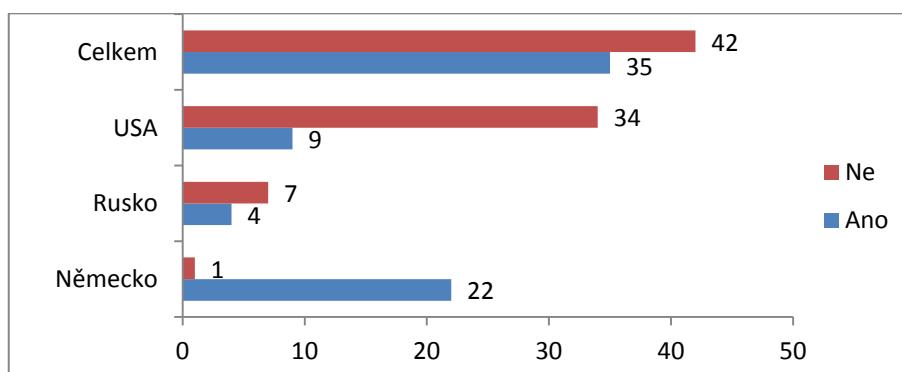


Zdroj: vlastní zpracování

Dále mně zajímalo jestli do Prahy přijížděli samostatně nebo byli účastníci organizovaného cestovního ruchu. Sami si cestu zorganizovalo 90% dotazovaných, jenom 10% bylo v Praze na organizovaném skupinovém výletu. V posledních letech a hlavně mladí lidé preferují neorganizované cesty a nezávislost na cestovní kanceláři. Tento trend se začal rozšiřovat v posledních letech a je jedním z projevů globalizace. Teď si každý člověk sám může rychle a pohodlně vybrat a rezervovat letenky a bydlení přes internetové stránky různých portálů, jako například Booking.com nebo Skyscanner.com, a při tom ještě přečíst recenze jiných cestovatelů a na základě toho udělat správný výběr.

V otázce číslo pět jsem se ptala na to, jestli během cesty navštívili jenom Prahu, nebo i nějaká jiná evropská města. Výsledky jsou uvedeny na grafu č.3.

Graf 3 – Je Praha jediným městem, které dotazované v průběhu cesty navštívili?

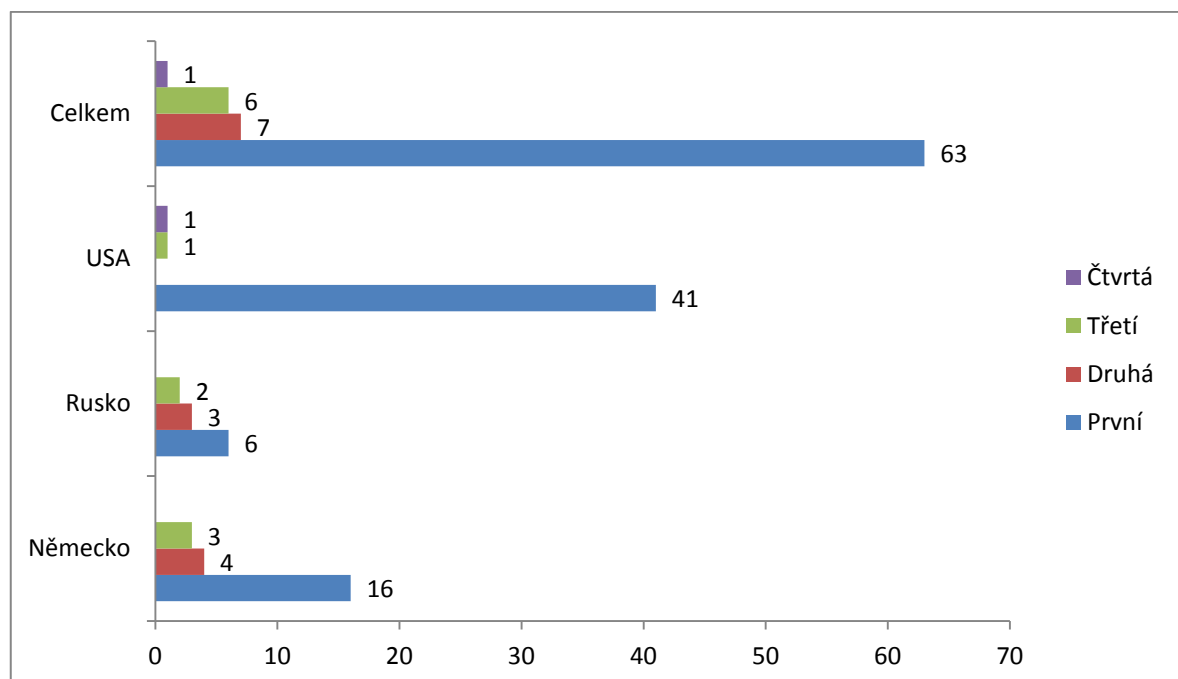


Zdroj: vlastní zpracování

Z uvedených výsledků je vidět, že z Německa jeli jen do Prahy, z Ruska i do jiných zemí. Cestující z USA při cestě do Evropy jezdili většinou i do ostatních evropských zemí. Nejdříve ve své učebnici (2011) o tom napsal - „čím je delší vzdálenost území, které si vybíráme za destinaci, tím je rozloha destinace větší a naopak, čím je užší cíl cesty, tj. motivace k cestě, tím je destinace rozlohou menší a je často omezena i časově“. Tak si lidé při cestě z USA jako destinace vybírají celou Evropu, a Němci jedou jen do Prahy, protože do ostatních měst mohou vyrazit za několik týdnů nebo měsíců. Američan ale do Evropy každý měsíc létat nebude, je to moc časově náročná cesta a vyžaduje poměrně vysoké peněžní prostředky.

Zajímalo mně taky jestli jsou v Praze poprvé, nebo to byla opakovaná návštěva. Z dat uvedených na grafu č.4 je zřejmé, že pro 82% respondentů to byla první návštěva. Ostatní Prahu navštěvovali podruhé nebo potřetí, jeden člověk v Praze byl už počtvrté.

Graf 4 – Kolikátá je to návštěva pro dotazované?



Zdroj: vlastní zpracování

Většina dotazovaných v Praze byli poprvé. Zajímavé je, že i lidé, kteří v Praze byli podruhé nebo potřetí šli na prohlídku města. Návratnost turistů z evropských zemí byla 54,5 %, což je velmi pozitivní výsledek a znamená to, že Praha je atraktivní destinací. Celková návratnost byla jenom 14 %. Návštěvníci z USA se nejčastěji nevracejí do Prahy. Ze 43 lidí jenom 2 byli v Praze více než jednou. Mohla bych ale odhadnout, že Američané se vracejí

do Prahy ve vyšším věku se svou rodinou. Respondenti z USA, které Prahu navštívili několikrát, byli staršího věku.

V další otázce jsem se ptala na základě čeho si vybrali Prahu pro návštěvu. Byla to polouzavřená otázka. Za výjimkou 13 lidí odpověď na tuhle otázku skoro všichni odpověděli stejně. Rozhodujícím faktorem pro výběr Prahy bylo doporučení přátel, rodiny a kolegů. Danou variantu odpovědi si vybralo 83% lidí. Na druhém místě (3.9%) byla návštěva konferencí, kongresů nebo programy výměny studentů. Jenom jeden člověk uvedl že pro jeho rozhodnutí rozhodujícím faktorem byli reklamní kampaně, TV promoce nebo internet. Z dalších důvodů byli uvedeny následující: návštěva známých, cestu do Prahy obdrželi jako dárek, návštěva koncertu a taky že si Prahu vybrali, protože je levná. Jeden muž se v Praze oženil. Praha přitahuje kvůli tomu stovky lidí každý rok. V rámci propagace Prahy jako výborného místa pro svatbu byl pro webové stránky Prague.eu připraven článek, ve kterém je uvedeno 10 důvodů, proč je Praha nejlepší lokalitou. Pro milovníky romantických pobytu Praha je jedním z nejoblíbenějších měst.

Osmou otázkou jsem se ptala na důvod návštěvy. Otázka byla uzavřená s více možnostmi odpovědí. Nejpočetnější odpovědí (Graf 5) byla návštěva historických památek, což ještě jednou ukazuje, že Praha má vysoký historický potenciál.

Graf 5 – Jaký byl důvod návštěvy?

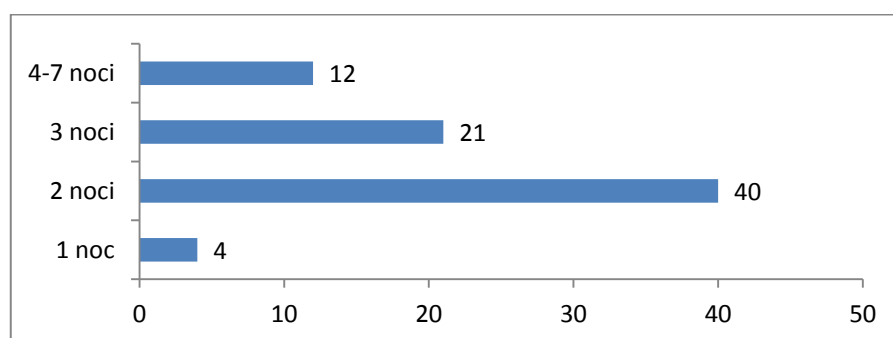


Zdroj: vlastní zpracování

Dále mně zajímalo kolik času návštěvníci stráví v Praze. Celkem k výběru bylo 5 odpovědí. Poslední možnost si ne zvolil nikdo, to znamená, že z 77 lidí v Praze nezůstal nikdo déle než

jeden týden. Nejvíce dotázaných (52% nebo 40 lidí) v Praze přespalo 2 noci. Porovnala jsem taky svoje výsledky s výsledky ČSÚ za první čtvrt roku 2015. Průměrná doba přenocování podle výsledků dotazníku byla přibližně 2.6 noci, podle ČSÚ- 2.5. Výsledky nebyly stejné ale hodnoty byly podobné. A mohla bych říct, že výsledky moje práce se shodují s výsledky Českého statistického úřadu. Většinou respondenti byli mladší lidé, které v Praze zůstávají na maximálně 3 noci jak je vidět na grafu číslo 6.

Graf 6 – Kolik času strávili v Praze?



Zdroj: vlastní zpracování

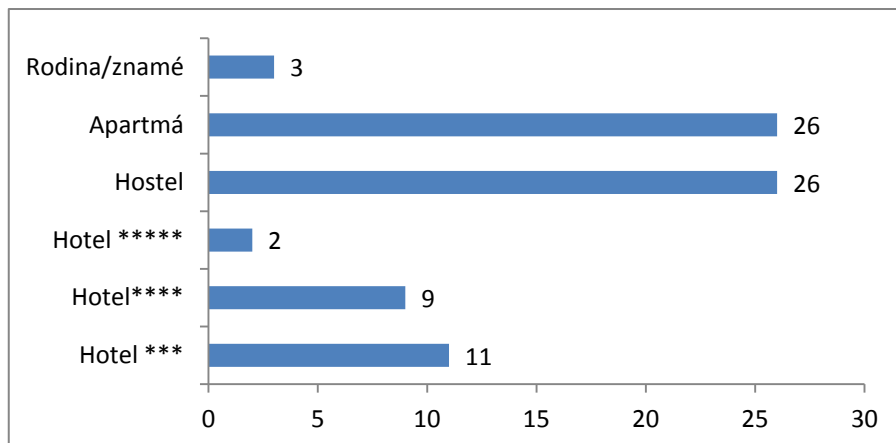
Další otázka byla o typu ubytování, který si při návštěvě Prahy vybrali (Graf 7). Nikdo z respondentů si nevybral jednohvězdičkový nebo dvouhvězdičkový hotel. Většinou si vybírali hostel (34% neboli 26 lidí) nebo pronajímali na dobu pobytu v Praze byt (34%). Obvykle jsou uvedené typy ubytování snahou ušetřit peníze a při bydlení v hostelu taky potkat nové lidi. Hostely navíc mají moderní technologie a skvělý design, co je pro mnohé mladé cestující rozhodujícím faktorem při výběru ubytování. Za skvělou cenu i v Praze se dá najít pokoj v hostelu, který bude připomínat luxusní hotel. V jednom z nejlépe hodnocených hostelů v Praze, Mosaic House, se ceny lůžka pohybují mezi 10 až 80€ a pokoje nejsou horší, než v pětihvězdičkovém hotelu.

Dále si vybírali tříhvězdičkové hotely (14%, 11 lidí), čtyřhvězdičkové hotely (12%, 9 lidí) a dva lidé si pro pobyt v Praze vybrali pětihvězdičkový hotel (2%). U rodiny nebo přátel zůstalo během návštěvy Prahy 4% dotazovaných.

Vzhledem k vysokému počtu lidí, které nebydlí v hromadných ubytovacích zařízeních, je těžko odhadnout přesný počet návštěvníků Prahy. Údaje z individuální ubytovacích zařízení se nedá žádným způsobem zjistit a proto statistiky, které jsou sestavovány

Českým statistickým úřadem neukazují celkový počet návštěvníků. Podle ČSÚ celkový počet turistů v Praze může být až o 20-25% větší.

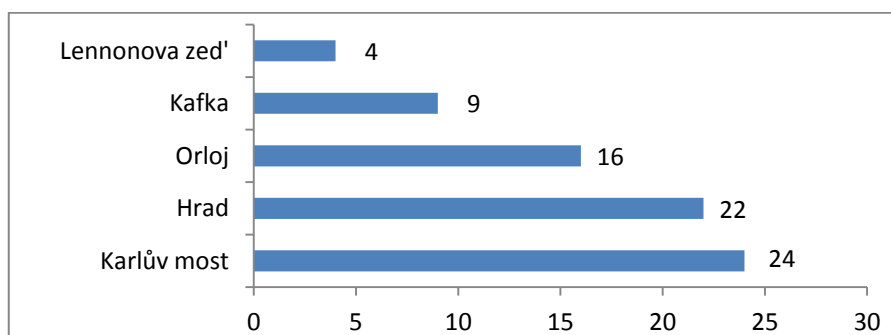
Graf 7 – Jaký preferovali typ ubytování?



Zdroj: vlastní zpracování

Zajímalo mně taky jestli dotazované před návštěvou Prahy věděli něco o památkách nebo významných osobnostech Prahy nebo České republiky. Otázka byla polouzavřená, respondenti si mohli vybrat jednu ze dvou možností: první možností odpovědi bylo, že nic o Praze nebo České republice nevěděli a druhou – že ano, a potom uváděli s jakými znalostmi do Prahy přijeli. 38% neboli 29 lidí o Pražských památkách nebo osobnostech nic nevědělo a s užitím dat z otázky číslo 7 se dá říct, že z 29 lidí 26 do Prahy přijelo jen proto, že jim to někdo doporučil a řekl, že Praha za to stojí a nevěděli nic jiného o tom kam vlastně jedou, jestli jsou v Praze nějaké významné památky nebo je spojená s nějakou významnou osobností. Ostatní výsledky jsou uvedený ve grafu číslo 8. Tam jsem uvedla 5 nejpopulárnějších odpovědí. 24 osob uvedlo Karlův most, což je 31%, a tím je to nejpopulárnější památka v Praze. Mezi další odpovědi patřilo: Vaclavské náměstí (2 lidi, 2.6%), V. Havel (3 lidi,3,9%), dále někdo uvedl hokejistu J. Jagra, Dvořaka, Jana Palacha a Jana Husa.

Graf 8 – Památky a osoby o kterých dotazované věděli před návštěvou



Zdroj: vlastní zdroj

Ve dvanácté otázce jsem se ptala jestli by přijeli do Prahy znova. Jenom jeden člověk odpověděl, že ne a napsal k tomu vysvětlení, že na světě je ještě hodně zajímavých měst, které chce vidět.

Další otázka se zabývala tím, jakou památku měli návštěvníci nejraději. Šest lidí odpověď na tuto otázku nevedli a vysvětlili to tím, že nemohou si rozhodnout a nebo, že si jím líbí úplně všechno. Pro vyhodnocení jsem proto počítala 71 kus dotazníků, kde odpověď na otázku byla uvedená. Otázka byla otevřená a někteří z ostatních lidí uvedli dvě nebo až 3 památky. Nejpopulárnější památkou, kterou si vybralo 29% lidí, byl Pražský hrad. Tato skutečnost vysvětluje i to, že hrad v Praze je nejnavštěvovanější památkou České republiky. Za Pražským Hradem nasledoval Karlův most (25%), na třetím místě uváděli Staré město (22%) a potom Orloj (8%). Dále se lidem líbil Týnský chrám, Václavské náměstí a Zlatá ulička na Pražském hradě.

Pomocí čtrnácté otázky jsem chtěla zjistit, zda se lidem v Praze něco chybí a co by mohlo jejich návštěvu Prahy zpříjemnit. 35 lidí neboli 45% nevedlo nic. Odpovědi ostatních dotazovaných vyplývali z toho, že šetření probíhalo během února. Největší skutečností, která návštěvníkům znepříjemňovala pobyt v Praze bylo špatné počasí. Takto odpovědělo 20% lidí, na druhém místě byla kvalita servisu, tu by přálo zlepšit 5% lidí. Je možné, že kdyby šetření probíhalo v normálním počasí, servis by mohl být na prvním místě. Je třeba sledovat práce zaměstnanců, hlavně v restauracích a hotelech a v místech, kde se turisté objevují nejčastěji, aby image Prahy nebyla poškozená nekvalitním a nepřátelským servisem. Následující místo rozdělili dvě skutečnosti – neexistence nadpisů a uličních znaků v angličtině a taky uliční krádeže, tyto měly po 3% každá. Jedna holka si stěžovala na

to, že v Praze nejsou k dispozici mapy města, které si může vzít zadarmo. Toto je ale výsledkem neinformovanosti. Mapy se dá najít skoro všude na Staroměstském náměstí, i ve Starbucksu, v informačních centrech atd.

Patnáctá otázka mého dotazníku se zabývala tím, co se dotazovaným v Praze nejvíce líbilo. Otázka byla otevřená. Zajímalo mě, co na ně v Praze udělalo největší dojem. 4 lidi (5%) odpověď nevedlo z důvodu, že ještě neviděli vše, a proto nedokázali odpovědět. Vzhledem k tomu, že několik lidí si zvolilo více než jednu odpověď, celkem jsem získala 94 odpovědí. Z toho jsem vypočítala procentuální zastoupení jednotlivých odpovědí. Nejpopulárnější odpovědí byla pražská architektura. Tu si zvolilo 68% lidí. Z toho je zřejmé, že na návštěvníky Prahy činí největší dojem kulturně-historické památky města. Na dalším místě byly ceny zboží (18%). Že má Praha výhodnou cenu spotřebního koše potvrzují i výsledky průzkumu provedeného evropským automobilovým klubem ADAC v roce 2014, kde byly porovnávány ceny 20 typických produktů v oblastech města, kde se turista pohybuje nejvíc. Podle výsledků byla Praha na 4. místě mezi 20 evropskými městy oblíbenými z hlediska městské turistiky. Jídlo obdrželo 8 a pivo 7%. Dále to byla vzdálenost Prahy od Drážďan (3%), tuto odpověď uvedli návštěvníci z Německa. Vzdálenost se v odpovědích odrazila ještě dvakrát (2%), ale teď už měla jiný význam. Dotazovaným se líbilo, že Praha je menším městem a dá se projít celým historickým centrem pěšky. Mezi další odpovědi patřil noční život, lidé v Praze, malé uličky a nádech východní Evropy.

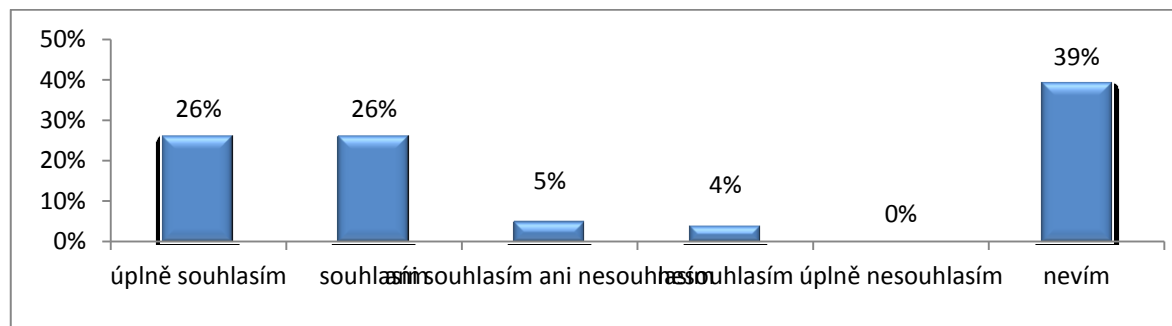
Poslední otázkou v dané sekci dotazníku jsem chtěla zjistit, co se lidem v Praze nejvíce nelíbilo. 16 lidí, neboli 21%, nevedlo nic. 10% lidí napsalo, že nejvíc se jim nelíbilo počasí. Odpověď na danou otázku byla podobná s odpovědí na otázku číslo 14, kde lidem nejvíce v Praze chybělo teplo a hezké počasí. Druhé místo si rozdělili bezdomovci na ulicích a přeplněné centrum Prahy (9%). Jako příklad bych chtěla uvést dvě místa v Praze- park před chrámem Sv. Mikuláše na Staroměstském náměstí a taky Wimmerovou kašnu na Uhelném trhu. Uvedená místa jsou oblíbenými místy odpočinku pro bezdomovce. Prahou se pohybují stovky lidí bez domova a jejich počet se zvyšuje s každým rokem. Myslím, že daný problém se dá ovlivnit pomocí zlepšení práce sociálních pracovníků, zavedením většího počtu nocleháren pro lidi bez domova a větší kontrolou ze strany městské policie. Přeplněné historické centrum Prahy je problém, který se městské úřady snaží vyřešit už

dlouhou dobu. Půjde mi, že jedním z problémů na Staroměstském náměstí jsou restaurace a jejich stoly na ulici před Orlojem. Před několika týdny bylo několik stolů odstraněno, tím došlo k částečnému uvolnění prostoru, což přechodně výrazně zlepšilo situaci, ale uvolnění ještě většího prostoru by mělo větší pozitivní dopad. Dále lidem vadila dlažba v centru města, kouření v restauracích a barech, pouliční kriminalita, český jazyk, kvalita MHD a divní čeští lidé.

V další části mnou připraveného dotazníku návštěvníci verbálním způsobem hodnotili různá prohlášení. Celkem jich bylo šestnáct a měli k výběru 5 možností odpovědi – od úplného souhlasu až po úplný nesouhlas s uvedeným prohlášením a další možností odpovědi bylo – nevím.

První prohlášení: veřejnou dopravou se dá snadno dostat kamkoliv. Jak je vidět na grafu číslo 9, většina návštěvníků považovala dopravní systém v Praze za vyhovující. To, že skoro 40% na danou otázku nevedlo odpověď, svědčí, že při návštěvě města hodně lidí dopravní prostředky nevyužívá.

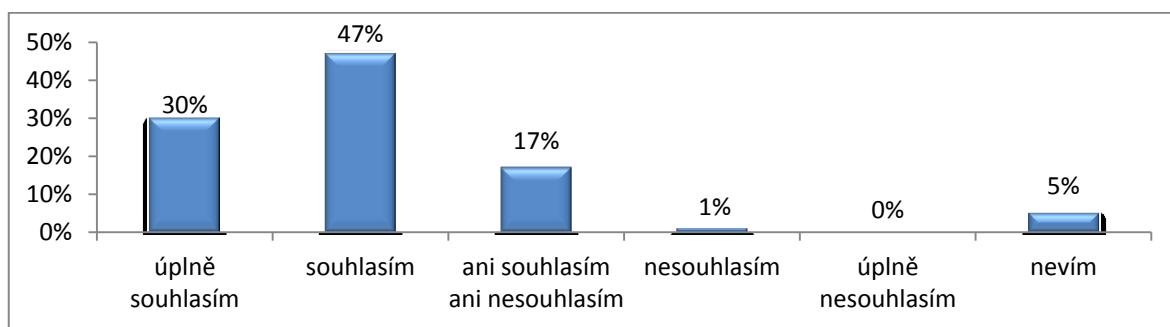
Graf 9 – Prohlášení: pomocí veřejné dopravy se dá snadno dostat kamkoliv



Zdroj: vlastní zpracování

Druhé prohlášení: pomocí mapy a uličních cedulí se dá snadno dostat kamkoliv. S uvedeným tvrzením většina lidí úplně nebo částečně souhlasila, ikdyž v předchozích bodech si někteří stěžovali na nedostatek nápisů v angličtině. Jenom jeden člověk uvedl, že s tímto tvrzením nesouhlasí. Celkové výsledky jsou uvedeny v grafu č.10.

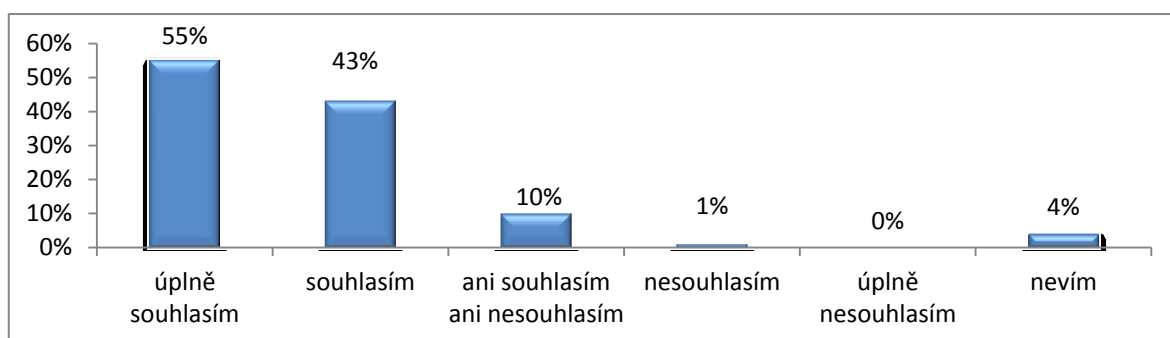
Graf 10 – Prohlášení: pomocí mapy a uličních cedulí se dá snadno dostat kamkoliv



Zdroj: vlastní zpracování

Třetí prohlášení: Praha nabízí dobrý poměr cena-kvalita. Naprostá většina lidí, jak je uvedeno v grafu číslo 11, s daným prohlášením souhlasila. S tvrzením nesouhlasil jen jeden návštěvník z Ruska. To se dá vysvětlit nižšími příjmy Ruských občanů. Dovolím si ale odhadnout, že tento člověk nepocházel z velkoměsta jako je Moskva, která je jedním z nejdražších měst na světě. To ještě jednou ukazuje, že ruští turisté vyžadují nejlepší kvalitu služeb za vynaložené peníze a jsou náročnými klienty.

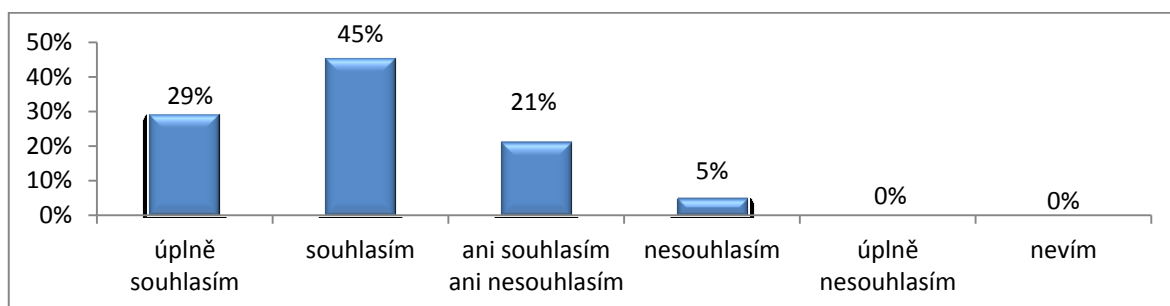
Graf 11 – Prhohlášení: Praha nabízí dobrý poměr cena-kvalita



Zdroj: vlastní zpracování

Čtvrté prohlášení: Praha je čisté město. Graf číslo 12 ukazuje, že s čistotou města bylo spokojeno mnoho lidí. Také ale hodně lidí uvedlo, že nebyli ani spokojení, ani nespokojení. A 5% dotazovaných s tím, že ulice jsou čisté, nesouhlasilo. Takové výsledky se shodují s výsledky k otázce číslo 16 z předchozí sekce, kde stejný počet lidí uvedl, že jim v Praze nejvíce znepríjemňuje pobyt špinavé ulice. Výsledky dané otázky bych hodnotila následujícím způsobem: ulice v Praze, hlavně v místech pohybu turistů, musí být více kontrolovány a v případě potřeby by úřady měli nařídit častější odvoz odpadků z odpadkových košů a úklid ulic v centru města.

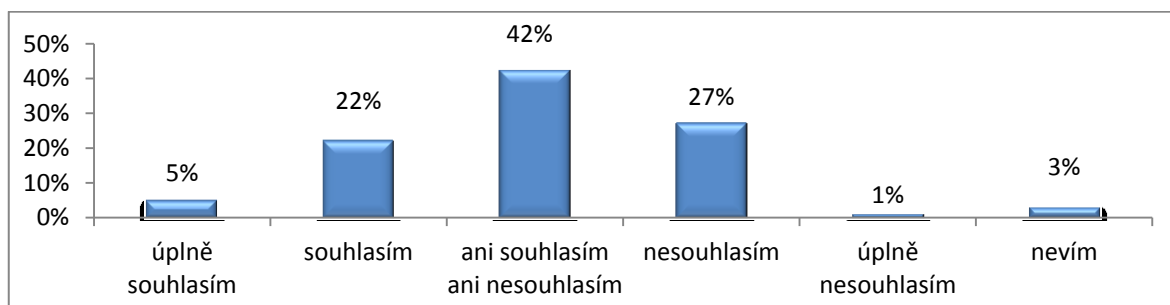
Graf 12 – Prohlášení: Praha je čisté město



Zdroj: vlastní zpracování

Páté prohlášení: centrum Prahy je příliš přeplněné, kvůli čemuž je obtížné užít si návštěvu města. Výsledky jsou uvedeny v grafu číslo 13 a rozdělili návštěvníky skoro stejným počtem na 2 skupiny – polovina dotazovaných s tvrzením souhlasila a polovina ne. Toto ještě jednou ukazuje na nezbytnost odlehčení centra města. Koncentraci návštěvníků v určitých místech částečně způsobuje neinformovanost o tom, co by mohli prohlédnout a nedostačující propagace ostatních památek. Je třeba vzít na vědomí, že většinou dotazovaných jsou návštěvníky z Ameriky. Podle Netko (2000, s.60) návštěvník ze vzdálenější a odlišnější země se zajímá o zúženější okruh památek.

Graf 13 – Prohlášení: centrum Prahy je moc přeplněno a kvůli tomu je těžké si návštěvu města užít

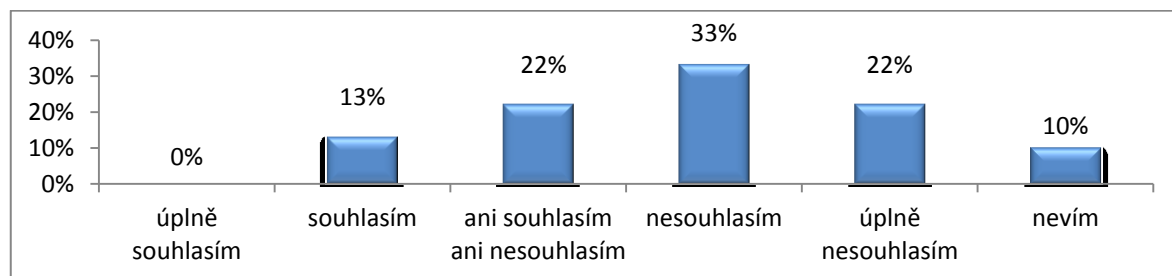


Zdroj: vlastní zpracování

Dále mě zajímalo, jestli dotazovaní před návštěvou Prahy slyšeli, že Pražané nejsou přátelskými lidmi. Na to jsem se ptala dalším prohlášením. Nikdo nevěděl, že s tím úplně souhlasí, ale počet lidí, kteří řekli, že o tom slyšeli aspoň něco, byl poměrně vysoký, jak je ukázáno v grafu číslo 14. To znamená, že v zahraničí poměrně často říkají, že Česko není přátelskou zemí a to poškozuje image České republiky a Prahy jako destinace cestovního

ruchu. Měli bychom se zaměřit na zvýšení kvality servisu a služeb a na více přátelské jednání se zahraničními návštěvníky.

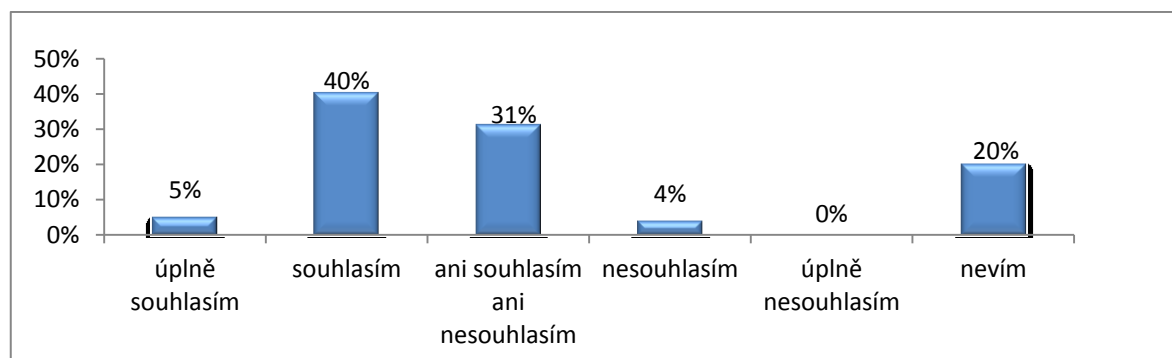
Graf 14 – Prohlášení: před návštěvou jsem slyšel/a že místní lidé nejsou přátelští



Zdroj: vlastní zpracování

Dále jsem chtěla porovnat, co dotazovaní slyšeli o Praze a místních obyvatelích před návštěvou a co si o tom též mysleli sami během dovolené v Praze. Jenom 4% návštěvníků nesouhlasili s tím, že Češi jsou přátelským národem a jsou ochotni pomáhat ostatním. Poměrně vysokým ukazatelem nespokojenosti bylo i to, že 31% lidí s tímto tvrzením ani souhlasilo, ani nesouhlasilo, a jenom 5% zcela souhlasilo. Dalších 40% souhlasilo, ale ne úplně. Výsledky jsou uvedeny na grafu 15.

Graf 15 – Prohlášení: místní obyvatelé jsou přátelští a jsou ochotní pomáhat

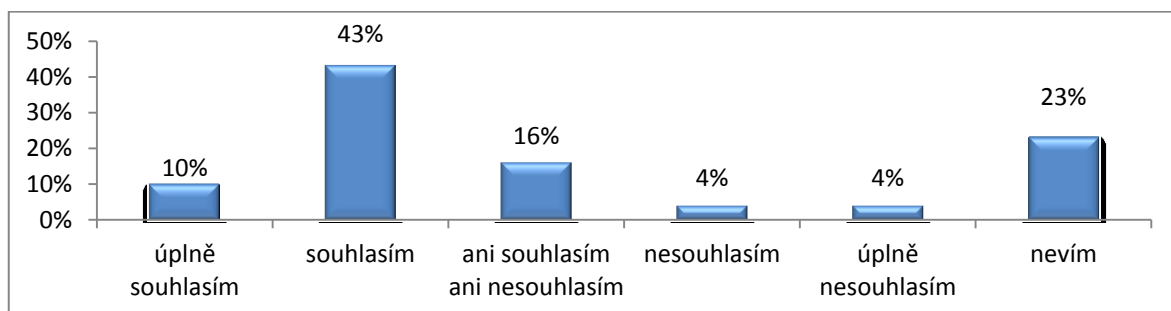


Zdroj: vlastní zpracování

Osmé prohlášení: s místními se dá lehce komunikovat, protože mají dobrou znalost cizích jazyků. Zajímavé je, že na toto prohlášení nemělo, v porovnání s ostatními dotazy, odpověď nejvíce lidí. To by mohlo znamenat, že mezi místními obyvateli a turisty nedochází ke styku a na základě odpovědí na předchozí otázky bych mohla odhadovat, že místní obyvatelé se styku s turisty vyhýbají. Ostatní dotazovaní znalost cizích jazyků

místními obyvateli ohodnotili jako vyhovující a úplně nebo částečně souhlasili s mnou uvedeným prohlášením, jak je vidět na mnou níže uvedeném grafu 16.

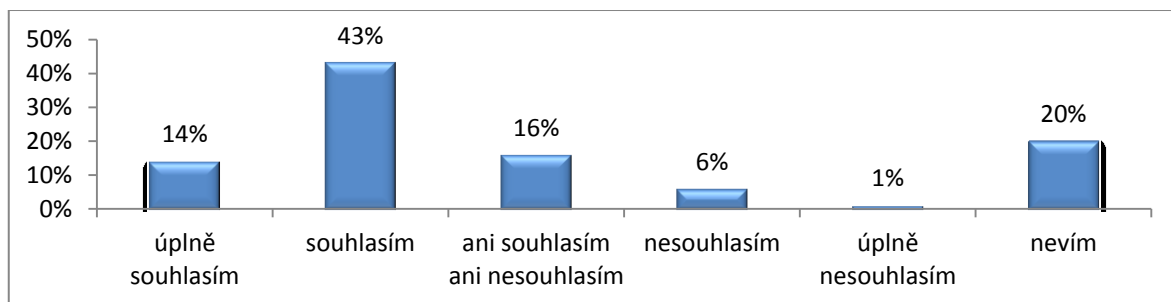
Graf 16 – Prohlášení: s místními se dá lehce komunikovat, protože mají dobrou znalost cizích jazyků



Zdroj: vlastní zpracování

Deváté prohlášení: je to bezpečné město pro návštěvu. 20% dotazovaných o tom nic nevědělo. S daným prohlášením nesouhlasilo 7% dotazovaných, ale to byl výsledek, který jsem očekávala. Praha má docela vysokou úroveň pouliční kriminality, a to hlavně v místech pohybu turistů. Počet bezdomovců a užívání drog na ulicích u návštěvníků vyvolává pocit nejistoty a nebezpečí. Graf 17 znázorňuje celkové výsledky.

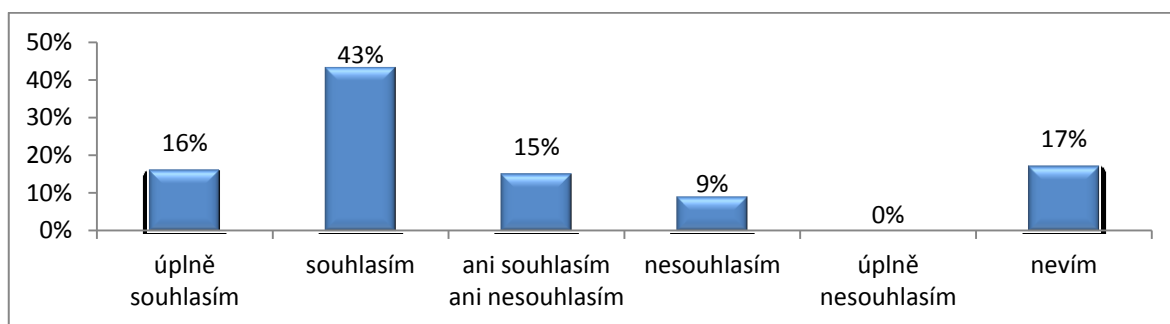
Graf 17 – Prohlášení: Praha je bezpečné místo



Zdroj: vlastní zpracování

Další prohlášení se týkalo spokojenosti se službami: kvalita servisu služeb je výborná. S tím většina lidí souhlasila, nikdo nenapsal, že s daným tvrzením vůbec nesouhlasí, ale částečně by servis chtělo zlepšit přes 9% dotazovaných. Otázce kvality servisu jsem se již věnovala v předchozích bodech, a to, že i tady odpovědi dotazovaných, uvedené na grafu 18, ukazovaly nespokojenost, potvrzuje moje předchozí myšlenky.

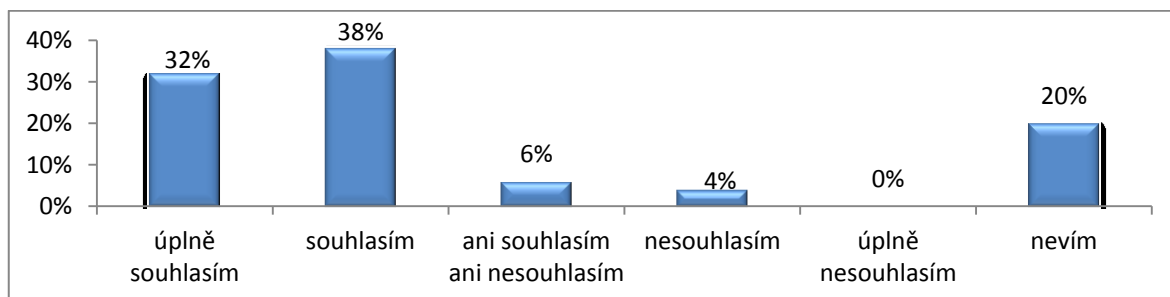
Graf 18 – Prohlášení: kvalita servisu je výborná



Zdroj: vlastní zpracování

Dále mě zajímalo, jak jak návštěvníkům vyhovovalo české jídlo. 15 lidí na otázku neodpovědělo, a když jsem se několika lidí zeptala, proč tam nic nenapsali, řekli mi, že jedli v Praze jen pizzu, kebab, vegetariánské jídlo, nebo jídla jiných kuchyní a v tradiční české restauraci nebyli. Ostatním české jídlo chutnalo. Navrhla bych nějakým způsobem zvýšit povědomí o českých specialitách a pro vegetariány propagovat jídla jako smažený sýr, nakládaný hermelín, palačinky a bramboráky s různými náplněmi. Na níže uvedeném grafu číslo 19 jsou vidět podrobnější výsledky šetření.

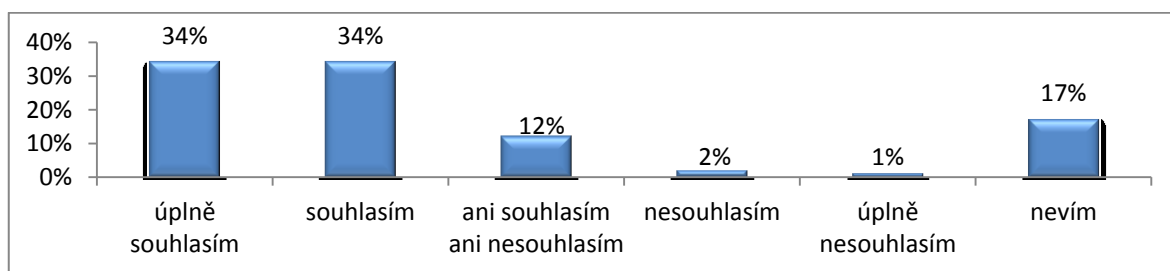
Graf 19 – Prohlášení: české jídlo je moc dobré



Zdroj: vlastní zpracování

Dvanácté prohlášení: zaměstnanci v hotelu jsou přívětiví a kvalifikovaní. Celkovou spokojenost hodnotím jako vyhovující. Skoro všichni s kvalitou servisu v hotelech byli spokojení, jak je vidět na grafu číslo 20.

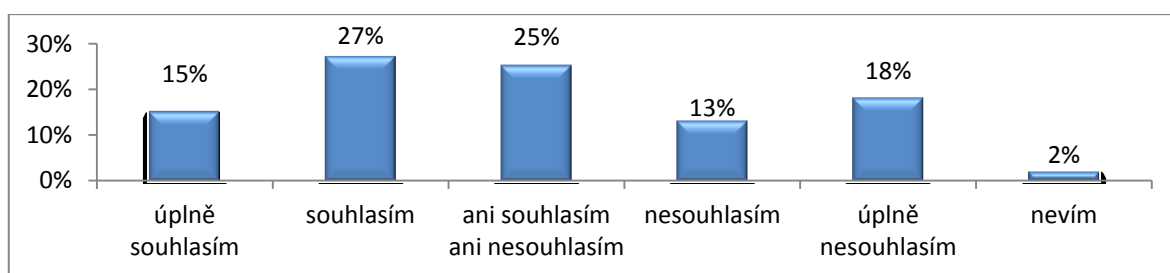
Graf 20 – Prohlášení: zaměstnanci v hotelu jsou přívětiví a kvalifikovaní



Zdroj: vlastní zpracování

Třinácté a čtrnácté prohlášení se zabývali kamennou dlažbou v centru Prahy. Na začátku jsem se ptala, jestli kameny nedělají lidem potíže při chůzi, a potom, jestli si myslí, že kamenné dlažby dělají z Prahy romantické a hezké město. U odpovědi na první otázku se hlasy rozdělily tak, jak je uvedeno v grafu číslo 21. Většině dotazovaných se kamenné dlažby nelíbily.

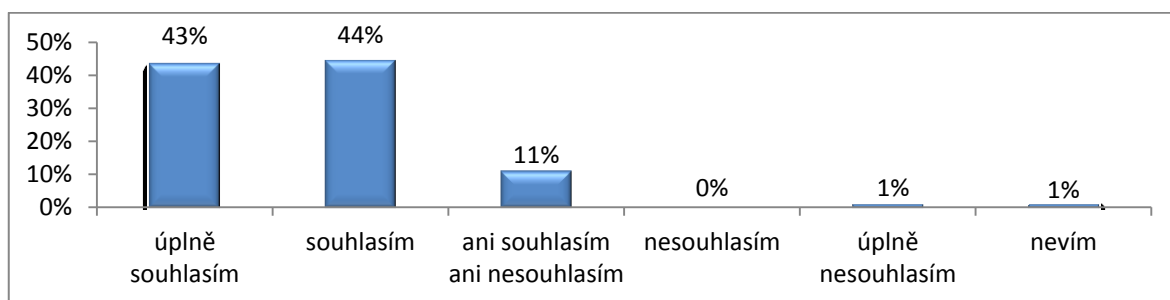
Graf 21 – Prohlášení: kamenné dlažby dělají potíže při chůzi



Zdroj: vlastní zpracování

S čtrnáctým prohlášením skoro všichni souhlasili, za výjimkou jednoho člověka (Graf 22). V roce 2011 byl vyhlášen chodníkový program. Pro webové stránky Idnes.cz byl o tom napsán článek, který popsal tento program z pozitivních a negativních hledisek. „Podobou svých chodníků se Praha vrací do prvorepublikových časů, kdy bylo dláždění skoro všude. Po druhé světové válce však často padlo za oběť tehdejšímu “asfaltovému šílenství”... V pražské dlažbě je navíc schována i řada zajímavých artefaktů. Jedná se například o pražský poledník nebo dvacet sedm křížů na Staroměstském náměstí či malé památníky obětem holokaustu...Dobrá zpráva pro staromilce, špatná pro ženy na vysokých podpatcích.” (Pavel Švec, 2011). Pro mně, jako milovníka vysokých podpatků, dlažby v centru Prahy nejsou příjemnou skutečností, a podle výsledků mnou provedeného šetření s tím souhlasí víc než 32% lidí.

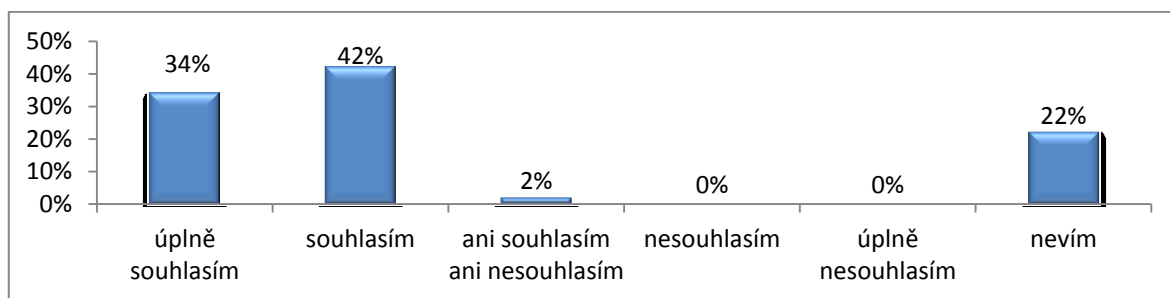
Graf 22 – Prohlášení: kamenné dlažby dělají z Prahy více romantické a hezké město



Zdroj: vlastní zpracování

Patnácté prohlášení: nabídka kulturních a zábavních akcí je uspokojivá. Všichni se s tvrzením souhlasili, jak je uvedeno v grafu 23. Znamená to, že Praha má vysoký výběr kulturních akcí, koncertů, divadelních show atd. Oznamovala bych to za sílnou stránku města.

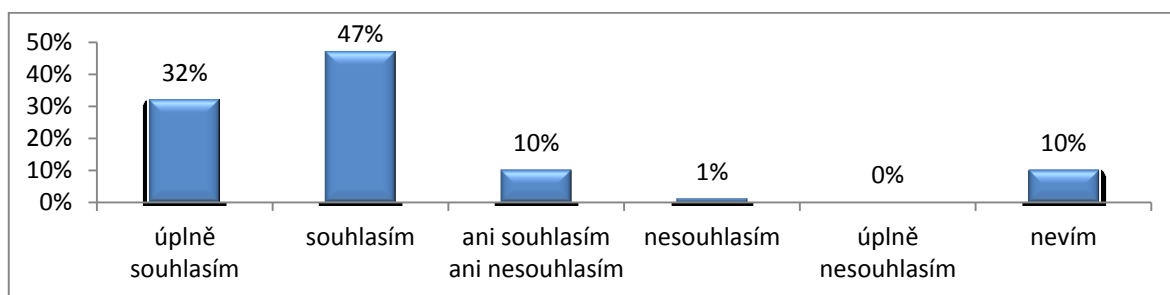
Graf 23 – Prohlášení: nabídka kulturních a zábavních akcí je uspokojivá



Zdroj: vlastní zpracování

Šestnácté prohlášení: návštěva překročila moje očekávání. S uvedeným tvrzením nesouhlasil jenom jeden člověk. Z grafu 24 je zřejmé, že pro většinu lidí návštěva Prahy byla něčím víc, než očekávali. Je to moc dobrým znamením a znamená to, že Praha je zajímavou evropskou destinací s velkým potenciálem, existuje ale potřeba zvýšení povědomí o tom, co město nabízí a co všechno by lidé mohli od návštěvy očekávat, aby město mohlo přilákat ještě víc návštěvníků.

Graf 24 – Prohlášení: návštěva překročila moje očekávání



Zdroj: vlastní zpracování

Z informací získaných v dotazníku je zřejmé, že cestovní ruch v Praze je na docela vysoké úrovni. Jedním z největších problémů je průměrná délka pobytu, která je v Praze jen 2.5 noci. Prodloužení průměrné délky pobytu by mělo být jednou z hlavních priorit města. Jestli se to nedá udělat, Praha musí alespoň zaujmout návštěvníky takovým způsobem, aby se do města vrátili v budoucnosti.

Na základě vyhodnocených dotazníku za silné stránky města chci označit historické památky a kvalitu služeb v poměru k nabízeným cenám. Za slabé stránky bych označila nedostačující ochranu návštěvníků před pouliční kriminalitou, vysokou koncentraci lidí v centru města a špinavé ulice.

Návrhová část

Uvedené v této kapitole návrhy vycházejí z informací, které jsem získala v průběhu zpracovávání této bakalářské práce a v průběhu práce se společností Sandemans New Prague. Některé z návrhů jsem již aplikovala v praxi a výsledky budou popsány níže.

Jako poděkování za spolupráci, navrhla jsem společnosti Sandemans New Prague Tours plán zvětšení spokojenosti návštěvníků. Během tříapůlhodinové prohlídky města průvodci dělají přestávku v restauraci, kde lidem nabízejí občerstvení a nápoje a taky možnost si koupit lístky na další tury. Denně tam chodili 3 až 5 skupiny, každá po 20-40 lidí. Číšníci v původní restauraci byli Češi staršího věku, se špatnou znalostí angličtiny ale většina z nich mluvila ruský. Navíc byli moc pomalé a neměli žádný zájem o obsluhu návštěvníků. Kvůli tomu společnost dostala několik špatných recenzí na cestovatelském serveru TripAdvisor. Taky jsem zjistila, že restaurace byla zaměřená na ruskou klientelu. Proto jsem navrhla změnit místo, kam by společnost chodila na její půlhodinové přestávky. Spolu s manažerkou společnosti jsme našli jinou restauraci a podmínkou spolupráce bylo to, že restaurace zaměstná 2-3 člověka, které budou obsluhovat jenom skupiny společností. Další podmínkou byla dobrá znalost angličtiny a/nebo španělštiny a taky přátelská a příjemná obsluha. Za tři měsíce spolupráce s novou restaurací se zásadním způsobem zlepšily recenze a celková spokojenost návštěvníků nejen s kvalitou obsluhy ale i s prohlídkou města celkem, neboli přestávku návštěvníci vnímali jako součást prohlídky. V původní restauraci několik číšníků dostalo výpověď proto, že kvůli nim restaurace ztratila výhodného partnera. Je to příkladem toho, že problém nekvalitního servisu se dá ovlivnit výběrem zkušených, odpovědných a kvalifikovaných pracovníků.

Návrh číslo 2: Pro zvýšení informovanosti návštěvníků jsem nabídla ještě na začátku prohlídky varovat návštěvníky před pouliční kriminalitou. Hlavně v letních měsících se často stávalo, že během prohlídky lidem mizeli peněženky, mobilní telefony a ostatní osobní věci. Navrhla jsem aby hlavně před začátkem prohlídky Pražského hradu, kam skupiny dojíždí tramvají číslo 22, průvodci několikrát varovali lidi aby dávali pozor na osobní věci. Počet krádeží v jarních měsících minulého roku byl větší, než tento rok a situace se výrazně zlepšila. Později jsem zjistila od průvodců, že o kapesních krádežích na

lince 22 byli lidé varováni i před mým návrhem a zlepšení situace by mělo být výsledkem dobré práce Městské policie nebo zvýšením celkové informovanosti návštěvníků o tom, na co v Praze mají dávat pozor.

Návrh číslo 3: Navrhla jsem taky připravit brožuru, kde budou uvedeny základní a důležité informace pro návštěvníky Prahy. Manažerka společnosti tento návrh odmítla a vysvětlila to tím, že společnost na to nemá peníze a že má vlastní mapy, které lidem nabízí zadarmo, a tam jsou uvedeny alespoň názvy několika restaurací a barů. Proto jsem nabídla, aby společnost připravila 50 kusů potažených plastovou folií papírů, které budou ležet na stolech v restauraci a během přestávky si návštěvníci tento papír přečtou nebo vyfotí.

Během vyhodnocování odpovědí z dotazníku jsem zjistila, že někteří návštěvníci nebyli spokojeni s městskou hromadnou dopravou. Při hlubším zkoumání problému jsem zjistila, že někteří z nich nevěděli, že jízdenky se měli vkládat do validátorů, a proto museli zaplatit pokutu. Nebo nevěděli, jestli mohou přestupovat a kupovali si několik jízdenek, jednu na metro a druhou na tramvaj atd. Ještě jedním problémem bylo to, že na mnoha stanicích nejsou automaty a hlavně v noci se jízdenky nedá nikde koupit. Proto jsem nabídla, aby brožura obsahovala základní pravidla využívání MHD.

Dále jsem navrhla aby společnost do brožury přidala seznam tradičních českých restaurací, hlavně v centru Prahy, o které by návštěvníci mohli mít zájem. Taky by tam měla být aspoň jedna restaurace vegetariánská.

Dalším bodem by mohl být seznam nejlepších tanečních klubů a barů, vzhledem k tomu, že většina lidí, které využívají služeb dané společnosti, jsou lidé mladší generace. Nabídla jsem vynechat ze seznamu klub Karlovy Lázně kvůli vysokému počtu negativních recenzí.

Dalším důležitým bodem by měl být seznam důležitých telefonních čísel, aby v případě nehody návštěvníci byli informováni o například telefonním čísle záchranné služby.

Brožura ještě není připravena. V současné době se obsah projednává s pracovníky společnosti. Měla by obsahovat i další informace, které teď připravují průvodci spolupracující, se kterými společnost spolupracuje. Každý si připraví nějaký návrh a využity budou nejlepší a nejdůležitější informace. Nabídla jsem aby na tom, co bude v

brožůře, rozhodovali průvodci, protože mají nejvíce zkušeností s tím, co návštěvníkům v Praze dělá problémy.

Závěr

Podle odhadů, Českou republiku v roce 2014 navštívilo kolem 25.7 milionů zahraničních návštěvníků, včetně jednodenních a tranzitujících. Cestovní ruch zaměstnává nejvíce lidí, než ostatní průmysly, 231,3 tis. osob, a je významnou součástí ekonomiky České republiky. Praha hraje nejdůležitější roli v příjezdovém cestovním ruchu, neboli kolem 66% z celkového počtu zahraničních návštěvníků přijíždí do hlavního města.

V roce 2014 Prahu navštívilo 6,1 milionů hostů, které se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních, což bylo o 3,7% více, než v předchozím roce. Nejpočetnější skupinou zahraničních návštěvníků už po dobu několika let byli hosté z Německa. Na druhém místě byli hosté z Ruska i přes to, že celkový počet návštěvníků, v důsledku válečných konfliktů na sousední Ukrajině a z toho vyplývajícího poklesu kurzu rublu, klesl o 12.3%. Znamená to, že Česká republika pro ruské turisté zůstává jedním z nejoblíbenějších míst pro dovolenou.

Ve hromadných ubytovacích zařízeních Prahy v roce 2014 bylo evidováno 14,808 tisíc přenocování a z toho ve skoro 91% týkalo o zahraničních hostů. Přetrvávajícím problémem je snižující se průměrný počet přenocování. V předchozím roce zahraniční hosté v Praze zůstali v HUZ v průměru 2.5 noci. Tento výsledek jsem dostala i při vyhodnocení připraveného mnou dotazníku.

Důležité informace jsem získala i v průběhu vyhodnocování dotazníků. Zjistila jsem, že při návštěvě Prahy hodně turistů nevyužívá pro přenocování služeb HUZ. To znamená, že celkový počet návštěvníků Prahy se nedá zjistit přesně. ČSÚ odhaduje, že celkový počet turistů by mohl být až o 25% větší.

Podle dat získaných z dotazníku, nejoblíbenějším cílem v Praze je Pražský hrad. Podle statistických dat, je i nejnavštěvovanějším turistickým cílem v Praze. Další nejčastěji uváděnou památkou byl Karlův most.

Největší potíže lidem při návštěvě Prahy dělalo špatné počasí. To je jednou z příčin snížené návštěvnosti Prahy v zimních měsících. Na druhém místě byla kvalita poskytovaných služeb, a to hlavně gastronomických.

Na základě získaných z dotazníkového šetření dat, připravila jsem několik doporučení pro zvýšení spokojenosti návštěvníků, používajících služeb sledované mnou společnosti. Výsledky mohou být vyhodnoceny jako pozitivní.

V úvodu práce jsem stanovila hypotézu. Na základě získaných při zpracování této bakalářské práce dat, hodnotím stanovenou hypotézu za potvrzenou. Hlavně z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že Praha má nad čím pracovat, aby udržela svou popularitu. Za hlavní problémy chtěla bych označit: přelidněné historické centrum města, pouliční kriminalitu a kapesní krádeže, nedostačující kvalitu poskytovaných služeb, nekvalitní provedení dláždění v pražských ulicích a nedostačující péči o stavu dlážděných chodníků v historickém centru města.

Dále jsem zjistila, je potřeba zvýšit informovanost zahraničních návštěvníků o tom, co Praha nabízí a na co si mají při návštěvě dávat pozor. Tím se podle mě musejí zabývat nejen městské úřady a Pražská informační střediska, ale i ostatní lidé zaměstnané v cestovním ruchu. Mluvím hlavně o recepčních v hotelech a průvodcích, které jsou v kontaktů s návštěvníky více než ostatní lidé pracující v daném oboru.

Cílem práce bylo stanovit, jaké skutečnosti návštěvníkům nejvíce znepríjemňují pobyt v Praze a rozšířit poznatky o příjezdovém cestovním ruchu. Cíle se mi podařilo naplnit. Získala jsem hodně důležitých a užitečných informací, které mi pomohli lépe pochopit současný stav příjezdového cestovního ruchu v Praze a to, jak Prahu vnímají zahraniční návštěvníky.

Literatura

- [1] AŠMEROVÁ, Ivana. *DIDAKTICKÉ METODY PRO VÝUKU CESTOVNÍHO RUCHU NA ZÁKLADNÍCH A STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH* [online]. In: . S. 247 [cit. 2015-04-09]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getmedia/26d3b784-dae3-4fa6-9c09-d7c89780a21d/22_04_13_didakticke_metody.pdf.aspx
- [2] ATTL, Pavel a Karel NEJDL. *Turismus I*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004, 178 s. ISBN 80-865-7837-2.
- [3] B2B SERVICE FOR THE TOURISM INDUSTRY. Source Markets [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://b2b.wien.info/en/statistics/data/source-markets>
- [4] *Cestovní ruch a Evropská unie: vybrané kapitoly : sborník prací*. Vyd. 1. V Praze: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2000, 174 s. ISBN 80-245-0084-1.
- [5] COOPER, Brian Boniface and Chris, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Worldwide destinations casebook: the geography of travel and tourism*. 2nd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009, 213 s. ISBN 978-185-6175-388.
- [6] COOPER, Chris, Joanne CONNELL a Ida VAJČNEROVÁ. *Tourism: principles and practice*. 4th ed. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times, 2008, xxix, 704 p. ISBN 978-027-3711-261.
- [7] České dálnice. *Mapa české sítě dálnic a rychlostních silnic* [online]. 12-03-2009 [cit. 2015-06-06]. Dostupné z: <http://www.ceskedalnice.cz/dalnicni-sit/rychlostni-silnice>
- [8] Český statistický úřad. *Statistická ročenka Hlavního města Prahy: Charakteristika Hlavního města Prahy* [online]. 2007, 30-06-2007 [cit. 2015-05-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/3e0049dbac>
- [9] Expats. *Do Czechs Hate Foreigners?* [online]. 2012, 30-10-2012 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://www.expats.cz/prague/article/czech-culture/do-czechs-hate-foreigners-part-1/>
- [10] FRANKE, Antonín a Karel NEJDL. *Statistiky cestovního ruchu: [aplikovaný marketing služeb]*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, x, 230 s. ISBN 978-80-7357-717-9.
- [11] FRIDGEN, Joseph D. a Karel NEJDL. *Tourism and the hospitality industry*. Vyd. 1. East Lansing, Mich: Educational Institute, American Hotel, 1996, 178 s. ISBN 08-661-2123-4.
- [12] HORNER, Susan a Karel NEJDL. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

- [13] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a Karel NEJDL. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. Aktualiz. A rozš. Vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [14] MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY. *Prague Zoo* [online]. 2007, 6-3-2012 [cit. 2015-05-01]. Dostupné z: <http://www.pravapraha.cz/cs/clanek/kapsari-si-oblibili-zastavku-malostranska>
- [15] NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- [16] *Ottova všeobecná encyklopedie ve dvou svazcích*. Vyd. 1. Praha: Ottovo nakladatelství - Cesty, 2003, 735 s. ISBN 80-718-1959-X.
- [17] *Ottova všeobecná encyklopedie ve dvou svazcích*. Vyd. 1. Praha: Ottovo nakladatelství - Cesty, 2003, 751 s. ISBN 80-718-1959-X.
- [18] PAGE, Stephen, Joanne CONNELL a Ida VAJČNEROVÁ. *Tourism: a modern synthesis*. 3rd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009, 663 s. ISBN 978-140-8009-161.
- [19] PALATKOVÁ, Monika a . *Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013 - 2020* [online]. In: . [cit. 2015-05-05]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getmedia/fa20d069-2d8b-4d19-8591-b19083531b33/11_12_13_marketingova_strategie.pdf.aspx
- [20] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *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, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [21] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013): Německo* [online]. In: . 2013 [cit. 2015-06-2]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getmedia/f22530a7-9ee0-47ff-9e10-2c360f32d66a/country_report_nemecko_2013.pdf.aspx
- [22] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013): Rusko* [online]. In: . 2013 [cit. 2015-06-2]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getmedia/1f54daa2-13fa-44f6-9b6d-c896daf5f36b/country_report_rusko_2013.pdf.aspx
- [23] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013): USA* [online]. In: . 2013 [cit. 2015-06-2]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getmedia/a2f28135-cd6f-47a0-b134-f57113cf11ad/country_report_usa_2013.pdf.aspx

- [24] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 224 s.
- [25] Prague City Tourism. *10 Reasons to Have Your Wedding in Prague* [online]. [cit. 2015-06-06]. Dostupné z: <http://www.prague.eu/en/read-more/10-reasons-to-have-your-wedding-in-prague-10722>
- [26] Prague City Tourism. *Hosté a přenocování* [online]. [cit. 2015-05-025]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky-a-analyzy/hoste-a-prenocovani>
- [27] Prague City Tourism. *Kampaň "Nenechte Prahu jen Pražákům!" ocenili odborníci* [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/pis-pct/oceneni/oceneni-1-10138>
- [28] Prague City Tourism. *Statistiky návštěvnosti pražských památek* [online]. [cit. 2015-05-025]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky-a-analyzy/statistiky-navstevnosti-prazskych-pamatek>
- [29] Prague City Tourism. *Zdrojové země TOP 10* [online]. [cit. 2015-05-025]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky-a-analyzy/zdrojove-zeme-top-10>
- [30] Pravá Praha. *KAPSÁŘI SI OBLÍBILI ZASTÁVKU MALOSTRANSKÁ* [online]. 2014, 4-8-2014 [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: <http://www.pravapraha.cz/cs/clanek/kapsari-si-oblilibi-zastavku-malostranska>
- [31] Pražská Integrovaná Doprava. *Anketní průzkum názorů cestujících PID 2013* [online]. 2014 [cit. 2015-05-28]. Dostupné z: http://www.ropid.cz/anketni-pruzkum-nazoru-cestujicich-pid-2013__s274x2300.html
- [32] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [33] SKYTRAX. *The Best Airports in the World - by Region* [online]. [cit. 2015-06-09]. Dostupné z: http://www.worldairportawards.com/Awards/best_airports_by_world_region.html
- [34] SKYTRAX. *The World's Top 100 Airports - 2015 Ranking* [online]. [cit. 2015-06-01]. Dostupné z: http://www.worldairportawards.com/Awards/world_airport_rating.html
- [35] WTTC. *Travel & Tourism Economic impact* [online]. [cit. 2015-06-8]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%20reports/world2014.pdf>

Příloha 1 - Dotazník

1. Your country of origin:

.....

2. You are

a. Male

b. Female

3. Age

b. Under 18

f. 46-55

c. 18-25

g. 56-65

d. 26-35

h. Above 60

e. 36-45

4. Which tourism type do you belong to?

a. Organized group tourism

b. Personal tourism

5. Is Prague the only European city you are going to visit during this trip (visits with a minimum of 1 night stay)?

a. Yes

b. No

6. Is this your first visit to Prague?

a. Yes

b. No, how many times have you already been to Prague?.....

7. What made you choose Prague as your next destination?

a. Promotional videos and ads on TV or social networking sites.

b. It was recommended by friends, family or colleagues.

c. You are attending a conference, congress, seminar, study abroad program etc.

d. Other:.....
.....

8. What is the aim of your holidays?

- a. Visiting relatives and/or friends
- b. Visiting sights/attractions
- c. Business reasons
- d. Nightlife and/or festivals
- e. Health
- f. Shopping
- g. Rest and relaxation

9. How long is your stay in Prague?

- a. 1 night
- b. 2 nights
- c. 3 nights
- d. 4-7 night
- e. 8 and more

10. What kind of accommodation are you using?

a. Hotel:

- a) *
- b) **
- c) ***
- d) ****
- e) *****
- b. Hostel
- c. Apartment
- d. Friends/family

11. Before your visit, did you know about any monuments in Prague or famous Czech people?

- a. No
- b. Yes (please name which ones)

.....

12. Would you like to visit Prague again?

- a. Yes
- b. No (explain why).....

13. Which place/monument in Prague is your favorite?

.....

14. What do you think Prague lacks to be a perfect destination for you?

.....

.....

15. What do you like most about Prague?.....

.....

.....

16. What don't you like most about Prague?

.....

.....

How would you rate the following statements about Prague.

	1- I strongly agree		=>	5- I strongly disagree		I don't know
	1	2	3	4	5	
1. It is very easy to get around using public transport.						
2. I easily get around the city with the help of a map and street signs.						
3. It offers good value for money.						
4. It is a clean city.						
5. The center of Prague is very crowded which makes it difficult to enjoy the city.						
6. Before visiting Prague I heard locals are unfriendly.						
7. Local people are very friendly and eager to help.						
8. It is easy to communicate with locals because they have a good knowledge of foreign languages.						
9. It is a safe place to visit.						
10. Service quality in restaurants is great.						
11. Local food is very good.						

12. My hotel staff is friendly and qualified.						
13. The cobblestones make walking uncomfortable.						
14. The cobblestones make the city beautiful and create a romantic atmosphere.						
15. The offer on cultural events and entertainment is satisfying.						
16. The visit exceeded my expectations.						