



# **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Regulace průvodcovských aktivit a její dopad na legislativu a ekonomiku ČR

Tour guide activities regulation and its impact on the legislation and economy of the Czechia

# **STUDIJNÍ PROGRAM**

Projektové řízení inovací v podniku

# **VEDOUCÍ PRÁCE**

doc. Dr. phil. Mgr. Lukáš Novotný, M.A.

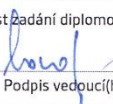
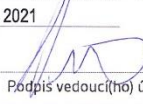

MOŠOVÁ  
MARKÉTA

**2020**

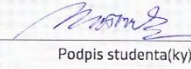
## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

|                         |                                       |        |         |               |        |
|-------------------------|---------------------------------------|--------|---------|---------------|--------|
| Příjmení:               | Mošová                                | Jméno: | Markéta | Osobní číslo: | 460760 |
| Fakulta/ústav:          | Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS) |        |         |               |        |
| Zadávací katedra/ústav: | Masarykův ústav vyšších studií        |        |         |               |        |
| Studijní program:       | Projektové řízení inovací             |        |         |               |        |
| Studijní obor:          | Regionální rozvoj                     |        |         |               |        |

## II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

|   |   |   |             |
|---|---|---|-------------|
| Název diplomové práce:  | Regulace průvodcovských aktivit a její dopad na legislativu a ekonomiku ČR  |   |             |
| Název diplomové práce anglicky:   | Guide activities regulation and its impact on the legislation and economy of the Czechia  |   |             |
| Pokyny pro vypracování:   | <p><b>CÍL PRÁCE:</b> Cílem diplomové práce je prozkoumat a posoudit současné přístupy k podnikání v oblasti průvodcovských aktivit a její dopad na současnou legislativu a ekonomiku České republiky. Na základě výzkumu bude vytvořen návrh řešení současné situace s ohledem na regulace spojené s touto činností v zahraničí.</p> <p><b>PŘÍNOS PRÁCE:</b> Přínosem diplomové práce je návrh na legislativní úpravu průvodcovské činnosti v reakci na současné problémy s těmito aktivitami v cestovním ruchu spojené.</p> <p><b>OSNOVA:</b> (1) Úvod; (2) Teoretická východiska, (3) Průvodci v ČR, (4) Právní úprava průvodcovských aktivit v ČR v komparaci se světem, (5) Současné problémy průvodcovské činnosti, (6) Aktuální právní úprava; (7) Aplikace metod výzkumného šetření, (8) Rozhovory; (9) Závěr.</p> |   |             |
| Seznam doporučené literatury:   | <p>1) Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání : redakční uzávěrka .. Ostrava: Sagit, 1995. ÚZ. ISBN 978-80-7488-364-4.</p> <p>(2) HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.</p> <p>(3) ORIEŠKA, Ján. Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-57-9.</p>   |   |             |
| Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:                                     | doc. Dr. phil. Mgr. Lukáš Novotný, M.A., ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií   |   |             |
| Jméno a pracoviště konzultanta(ky) diplomové práce:                                 |   |   |             |
| Datum zadání diplomové práce:   | 12. 12. 2019  | Termín odevzdání diplomové práce:   | 30. 4. 2020 |
| Platnost zadání diplomové práce:  | 30. 9. 2021   |   |             |
|  |    |  |             |
| Podpis vedoucí(ho) práce  | Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry   | Podpis děkana(ky)   |             |

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <u>25. 4. 2020</u>    |  |
| Datum převzetí zadání | Podpis studenta(ky)   |

MOŠOVÁ, Markéta. *Regulace průvodcovských aktivit a její dopad na legislativu a ekonomiku ČR*. Praha: ČVUT 2020. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 15. 05. 2020

Podpis:

## **Poděkování**

Děkuji panu doc. Dr. phil. Mgr. Lukáši Novotnému, M.A. za odbornou konzultaci a za poskytnuté cenné rady při vedení mé diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala panu Pavlu Hlaváčovi, PhDr. Stanislavu Volemanovi a paní Ing. Daniele Trnkové za poskytnutí rozhovoru a všem českým i zahraničním respondentům za spolupráci při mém výzkumném šetření pro potřeby praktické části práce.

# Abstrakt

Diplomová práce se věnuje problematice regulace průvodcovských aktivit v České republice. Cílem práce je prozkoumat a posoudit současné přístupy k podnikání v oblasti průvodcovských aktivit a její dopad na současnou legislativu a ekonomiku státu. Teoretická část vymezuje základní pojmy, aktuální právní úpravu průvodcovských aktivit v ČR, právní úpravu průvodcovství v komparaci se světem a současné problémy průvodcovských činností. Praktická část práce shrnuje výsledky vlastního šetření zaměřeného na odhalení zkušeností turistů a organizací s průvodci v ČR i ve světě a jejich názor na ně. Na základě výsledků šetření je vytvořen návrh na právní úpravu průvodcovských činností, změny v požadavcích na odbornou kvalifikaci, vzdělávání průvodců, kontrolu činnosti a v neposlední řadě spolupráce státních subjektů s nestátními organizacemi působícími v oblasti cestovního ruchu České republiky.

## Klíčová slova

Průvodcovská činnost, cestovní ruch, služby, průvodce, turista, legislativa, ekonomika, vzdělávání, organizace, Evropská unie, Česká republika

## Abstract

The master thesis is devoted to the regulations of tour guide activities in Czechia. The thesis aims to examine and evaluate current approaches to business in the field of guide activities and its impact on the legislation and the country's economy. The theoretical part defines the basic concepts, the current regulations regarding this topic in Czechia, as well as the comparison with the other countries and the current problems of tour guide activities. The practical part of the thesis is devoted to the data analysis collected as part of my research in organizations and the general public. Research is focused primarily on revealing the tourists' and organizations' experiences with tour guides and their opinion on them. Pursuant to the results, suggestions are made for the guide activities regulation, changes in requirements for professional qualifications, tour guide training, control activities, and last but not least the cooperation of state entities with non-state organizations that operate in the field of tourism in Czechia.

## Key words

Guide activity, tourism, services, tour guide, tourist, legislation, economy, education, organization, European Union, Czechia

# Obsah

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÚVOD .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....</b>                                  | <b>7</b>  |
| 1.1 Definice cestovního ruchu.....                                    | 8         |
| 1.2 Druhy a formy cestovního ruchu .....                              | 10        |
| 1.3 Služby a cestovní ruch .....                                      | 13        |
| <b>2 PRŮVODCI V ČR .....</b>  | <b>17</b> |
| 2.1 Průvodce – definice .....   | 17        |
| 2.2 Průvodcovské asociace .....                                       | 18        |
| 2.2.1 Asociace průvodců ČR .....                                      | 18        |
| 2.2.2 CzechTourism.....   | 20        |
| 2.2.3 A.T.I.C. ČR.....  | 21        |
| 2.3 Vzdělávání průvodců cestovního ruchu.....                         | 22        |
| <b>3 AKTUÁLNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVA PRŮVODCOVSTVÍ V ČR .....</b>              | <b>24</b> |
| 3.1 Vybrané zákony a jejich obsah .....                               | 24        |
| <b>4 PRÁVNÍ ÚPRAVA PRŮVODCOVSTVÍ V ČR V KOMPARACI SE SVĚTEM .....</b> | <b>27</b> |
| 4.1 Právní úprava průvodcovství v zemích EU .....                     | 27        |
| 4.2 Právní úprava průvodcovství v zemích mimo EU .....                | 29        |
| <b>5 SOUČASNÉ PROBLÉMY PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI .....</b>                | <b>30</b> |
| <b>6 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ .....</b>                                       | <b>33</b> |
| 6.1 Cíl.....  | 33        |
| 6.2 Metody .....  | 33        |
| 6.2.1 PEST analýza.....   | 36        |
| 6.2.2 Porterův model pěti sil.....                                    | 42        |
| 6.3 Respondenti .....   | 45        |
| <b>7 VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....</b>                             | <b>48</b> |
| 7.1 Vyhodnocení rozhovoru s předními členy organizací a MMR.....      | 48        |
| 7.2 Vyhodnocení dotazníkové šetření.....                              | 54        |
| <b>8 NÁVRHOVÁ ČÁST.....</b>   | <b>65</b> |
| 8.1 Pozitiva a negativa současné situace .....                        | 65        |
| 8.2 Návrhová část na změnu současné situace .....                     | 67        |
| <b>ZÁVĚR.....</b>   | <b>70</b> |
| <b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>                                | <b>71</b> |



|  |           |
|--|-----------|
| <b>SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ .....</b> | <b>75</b> |
| <b>SEZNAM OBRÁZKŮ.....</b>                         | <b>77</b> |
| <b>SEZNAM TABULEK.....</b>                         | <b>77</b> |
| <b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>                          | <b>77</b> |
| <b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>                         | <b>78</b> |

# Úvod

Diplomová práce se zabývá problematikou regulace průvodcovských aktivit. Právě tato problematika je v současné době, kdy dochází k velkému rozvoji cestovního ruchu v České republice, aktuálním a stále více diskutovaným tématem. V dnešní době je legislativní ukotvení těchto činností velmi volné, na trhu panuje velká hospodářská soutěž a stále více průvodců provádí své aktivity ilegálním způsobem. Také turisté jsou ze současné situace na trhu často zmateni a nevědí, pro kterého průvodce se z široké nabídky rozhodnout. Zda si mají průvodce předem rezervovat či si nějakého odchytil až v cílové destinaci, jestli dát přednost nižší ceně před kvalitou, nebo zda služeb průvodců vůbec nevyužít a spolehnout se na moderní technologie. V dnešní době je totiž již velmi snadné si stáhnout za menší finanční poplatek či zcela zdarma do svých mobilních zařízení aplikaci, která usnadní turistům pohyb v neznámé destinaci, doporučí jim místa, které stojí za návštěvu, a i jim třeba navrhone, kde se dobře najíst nebo kam si zajít pro nejlepší kávu ve městě.

Stát vkládá do rozvoje cestovního ruchu v České republice nemalé finanční prostředky. Odvětví tvoří důležitý podíl na tvorbě HDP i na zaměstnanosti ve státě. Přesto v porovnání o jak vysokých částkách se zde hovoří, cestovní ruch v České republice stále není strategicky dostatečně plánován, koordinován a činnosti osob kontrolovány. Z tohoto důvodu často dochází i k velkým ekonomickým ztrátám.

Cílem práce je prozkoumat a posoudit současné přístupy k podnikání v oblasti průvodcovských aktivit a její dopad na současnou legislativu a ekonomiku státu. Vytvořit návrh na právní úpravu průvodcovských činností, změny v požadavcích na odbornou kvalifikaci, vzdělávání průvodců, kontrolu činnosti a možnost rozvoje spolupráce orgánů státní správy s nestátními organizacemi působícími v oblasti cestovního ruchu České republiky.

Za využití odborné literatury jsou v rámci teoretické části práce vymezeny základní pojmy, aktuální právní úprava pro poskytování průvodcovských služeb v České republice, právní úprava v komparaci se světem. Také jsou vyjmenovány problémy, ke kterým, dle odborných článků a literatury, v rámci průvodcovských činností dochází.

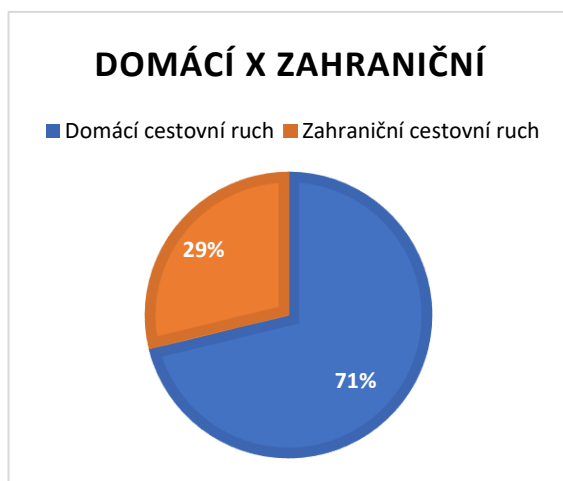
Praktická část práce shrnuje výsledky vlastního šetření založeného na rozhovorech s představiteli předních českých organizací působících v cestovním ruchu a Ministerstva pro místní rozvoj České republiky, dotazníkovém šetření a analýzy průvodcovských aktivit za pomoci dvou nástrojů strategického řízení. Výzkumnou otázkou je, jaké mají domácí a zahraniční turisté i organizace zkušenosti s turistickými průvodci a jak by se dala zvýšit kvalita jimi poskytovaných služeb a co by vedlo ke snížení rozsahu problémů, ke kterým v rámci činnosti dochází. Na základě výsledků budou vytvořeny návrhy na právní úpravu a změny v požadavcích na založení živnosti a poskytování průvodcovských služeb, tak aby se zamezilo negativním dopadům na legislativu a ekonomiku České republiky.

# TEORETICKÁ ČÁST

# 1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

**Cestovní ruch** je v současnosti **významnou ekonomickou činností**. Podle Světové rady pro cestovní ruch (wttc.org, 2019) má cestovní ruch vysoké tempo růstu, generuje **10,4 % globálního HDP**, tedy hodnotu přes 9 bilionů USD ročně. Vytváří 319 milionů pracovních míst, což je 1 z každých 10 pracovních míst na planetě. To odpovídá více než **10 procentům celkové pracovní síly na světě**. V Evropě pracuje v tomto odvětví 9,7 % pracujících lidí. V posledních pěti letech až jedna pětina všech nově vytvořených pracovních míst na světě byla právě v oblasti cestovního ruchu. Je to tedy hlavní síla v ekonomice světa a aktivita globálního významu. Hraje zásadní roli v hospodářském, sociálním a kulturním rozvoji většiny národů. Jak je znázorněno v grafu 1, v rámci cestovního ruchu je poměr na světovém HDP 29 % zahraničního cestovního ruchu k 71 % domácího. Graf 2 blíže ukazuje poměr zastoupení cest s pracovní tematikou (22 %) vůči volnočasovým výletům (78 %). Po celou dobu se cestovní ruch nadále rozvíjí jako významná společenská a hospodářská činnost, stále přináší velké hospodářské zisky i navzdory hospodářským krachům, přírodním pohromám či terorismu. Cestovní ruch neustále roste. S globálním růstem tohoto odvětví však roste i rozsah problémů. Podle Saarinenena (2006) vedl rostoucí rozsah odvětví k řadě existujících a potenciálních dopadů na životní prostředí, společnost, kulturu a politické systémy.

Graf 1 - Zastoupení cestovního ruchu na HDP



Zdroj: WTTC

Graf 2 - Poměr volnočasových a pracovních cest na HDP



Zdroj: WTTC

Jak je prezentováno v kampaních od agentury CzechTourism (youtube.com, 2015), Česká republika je zemí příběhů, kterou tvoří krásné krajiny pro relaxaci a odpočinek, středověké hrady a zámky, lázeňství a historická centra měst, plné magických příběhů.

Dle posledních údajů Satelitního účtu cestovního ruchu České republiky, zkráceně TSA, zveřejněných v únoru 2020 (czso.cz, 2020), navštívilo v roce 2018 Českou republiku 36,3 milionu zahraničních turistů. **Příjmy české ekonomiky** z oblasti cestovního ruchu tvořily celkem **295 miliard Kč**. Částka je tvořena 168,5 miliardami příjezdovým cestovním ruchem, což činilo až 57 % všech finančních prostředků vydaných turisty, kteří k nám dorazili ze zahraničí a zbylých 126,2 miliard, tedy 43 % celkových výdajů na cestovní ruch, je generováno turisty cestujícími

v rámci České republiky, tedy domácím turistickým ruchem. Odvětví tak tvořilo 2,9 % celkového ročního hrubého domácího produktu, což bylo v roce 2018 téměř 153 miliard Kč. Občané České republiky a zahraniční občané s trvalým pobytem na našem území za rok 2018 celkem podnikli 86 milionů cest a jednodenních výletů po českém území a 12,8 milionů cest a jednodenních výletů do zahraničí. Nejvíce cest do zahraničí bylo zaznamenáno do Chorvatska, Slovenska, Rakouska, Itálie, Řecka, Španělska a afrických zemí. Naopak do České republiky přijíždějí nejčastěji občané Německa, Slovenska a Polska. Cestovní ruch má významný dopad také na zaměstnanost. V cestovním ruchu bylo roku 2018 zaměstnáno 241 000 lidí, což tvořilo **4,4 % celkové zaměstnanosti ve státě**. Právě zaměstnanost v cestovním ruchu má od roku 2014 stále rostoucí trend. V rámci odvětví je nejvíce lidí zaměstnáno v ubytovacích službách a restauračním průmyslu (Český statistický úřad, 2020).

Pro snazší orientaci a pochopení následujících kapitol a provedeného výzkumného šetření budou blíže vysvětleny základní pojmy z oblasti cestovního ruchu a poskytování služeb v průvodcovství.

## 1.1 Definice cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu existuje mnoho. Jak uvádí Indrová (2004, s. 7), v průběhu vývoje cestovního ruchu se i jeho definice vyvíjela a neustále měnila. Záleželo, z hlediska jaké vědní disciplíny byl cestovní ruch zkoumán. Nejvíce pokusů o zavedení jednotné definice proběhlo ve 20. století. Všeobecně uznávaná definice, která měla pomoci především statistickým účelům zkoumání cestovního ruchu, byla přijata až roku 1991 na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu pořádanou Světovou organizací cestovního ruchu. Indrová (2004, s. 12) uvádí, že cestovní ruch byl během ní definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa odlišného od místa trvalého bydliště, po dobu kratší než jeden rok, za účelem jiným, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Cestovní ruch je jednou z hlavních hnacích sil hospodářského růstu v několika regionech světa. Mnoho zemí ekonomicky vzkvétalo díky příjmům z cestovního ruchu, ale tento velmi rychlý růst s sebou přinesl i negativní důsledky, jako je dopad na zdroje. Existuje celá řada hluboce zakořeněných problémů, které existují v operacích cestovního ruchu a představují zároveň i mnoho překážek v rozvoji udržitelného cestovního ruchu, jako je nedostatek vody, výpadky elektřiny, terorismus, změna klimatu. Tyto otázky se staly mnohem důležitějšími kvůli mnoha bezprostředním globálním výzvám, které mají přímý dopad na cestovní ruch tím, že ovlivňují čísla počtu turistů, dopad na životní prostředí, oslabování místních kultur či omezování turistických atrakcí. Teroristické útoky jsou jedním z faktorů ovlivňujících podnikání v cestovním ruchu a jeho celkový rozvoj. Globální oteplování způsobuje katastrofy po celém světě. Jak uvádí Crummenerl (2008, s. 4-6), v posledních 30 letech se výskyt katastrof, jako jsou povodně, zemětřesení, sopečné erupce či tsunami, postupně zvyšoval, povodně vzrostly o 30,7 procent, katastrofy způsobené větrem o 26,6 procenta a zemětřesení o 8,6 procenta. Infekční choroby pravděpodobně budou mít pandemický trend. Až do roku 2020 byla úmrtnost způsobená infekčními chorobami poměrně nízká, nyní se zde bohužel stává tento faktor čím dál větším problémem, na který se musí celý svět zaměřit. Nestabilita světové ekonomiky je přímo či nepřímo závislá na již výše uvedených faktorech. Hospodářská krize z roku 2008 měla dopad ještě

několik následujících let na rozvoj cestovního ruchu. Ekonomická krize, která postihla kvůli šíření koronaviru téměř celý svět, bude mít velký dopad i právě na cestovní ruch v České republice. Veškerý cestovní ruch se zde musel zcela zastavit. Jak vysoké budou dopady se zatím nedá přesně určit. Lidé si narychlo začali rušit své dovolené, které měli zarezervované, jak v termínu následujících měsíců, tak také na léto 2020. Zahraničním turistům byl zakázán veškerý vstup do země a českým turistům se doporučovalo zůstat doma a vycházet jen v nezbytně nutných případech. Asociace hotelů a restaurací spolu se společností Economic Impact vypracovala v březnu roku 2020 dva scénáře (MF DNES, 2020). Jedním ze scénářů je, že by tvrdá restriktivní opatření zavedená vládou ČR trvala do konce dubna 2020. V takové případě by se spotřeba cestovního ruchu za rok 2020 propadla o zhruba 47 %, což by znamenalo 142 miliard korun. Pokud by se vyplnil druhý modelový scénář, že by opatření trvala až do konce června 2020, spotřeba by se zřejmě propadla až o 67 %, tedy 202 miliard korun. Jak uvádí Indrová (2004, s. 85), v období krize se mění, jak počty turistů, tak také chování spotřebitelů v cestovním ruchu. A tak je již jisté, že dopad bude v oblasti cestovního ruchu, stejně jako v mnoha dalších odvětvích, opravdu velký.

Světové organizace hospodářské unie a spolupráce v cestovním ruchu, jako jsou EU, OECD, UNWTO, jsou, dle Ryglóvé (2009, s. 165-169), schopné problémy v tomto odvětví do určité míry ovlivnit. Mohou vytvářet cílené turistické projekty pro určité skupiny lidí. Může se jednat například o lékařskou, průzkumnou, náboženskou nebo třeba sportovní turistiku. Tyto turistické projekty mají rostoucí trend, protože jsou cílené a umí uspokojit konkrétní potřeby turistů.

Jak uvádí Novotný (2016, s. 169-181), zatímco lidé cestují za účelem uspokojení různých potřeb, jako je odpočinek a relaxace, únik z běžného života, zlepšení stavu nebo vzdělávání, státy a regiony sledují v cestovním ruchu hlavně ekonomické a sociální zájmy a hledají v něm nové možnosti, které jim jsou na trhu nabízeny.

Takový přístup v minulosti ale vždy nebyl. Cestovní ruch se neustále vyvíjí, stejně jako účel cestování. Podle UNWTO (unwto.org, 2014) zde cestování existovalo již ve starověku. Lidé cestovali po souši nebo moři a hledali lepší podmínky pro život. Nejstarší cestopisy o těchto cestovatelích sahají až do 6. století před naším letopočtem. Ve středověku se pak záměr cestování začínal již přetvářet. Začínali cestovat stále více zástupci nejvyšších vrstev evropské šlechty, nabírali tak bohaté životní zkušenosti, znalosti a učili se slušnému společenskému chování. Třinácté století bylo ve znamení zámořských cest. Lidé cestovali za obchodním, kolonizačním či objevitelským záměrem. Poznávali tak nové země, jejich kulturní zvyklosti a zvětšovali kromě jiného i své ekonomické bohatství. V novověku pak, stejně jako ve středověku, patřilo cestování především ke společenskému trendu vyšších vrstev. Jejich cesty byly doprovázeny větší skupinou lidí s mnoha znalostmi a zkušenostmi, využívali při tom poznatků chudých učenců, jež navštívené země dobře znaly a také byli schopni se dorozumět místními jazyky. Z těchto činností se postupně vyvinuli průvodcovské aktivity, jak je již známe dnes. Až 19. století přineslo velké změny. Velký rozmach průmyslu a dopravy vyvolal zcela nový pohled na cestovní ruch. Ten začal být považován za jeden z atributů moderní společnosti a představoval způsob poznávání a vzdělávání. Stal se tak běžnou součástí života jedinců. Také začal být stále více uznávaným hospodářským, politickým a sociálním činitelem. 20. století s sebou přineslo obrovský rozkvět cestovního ruchu. Na počátku 90. let 20. století se cestovní ruch stal největším průmyslovým odvětvím na světě a překonal ropný i automobilový průmysl. V posledních letech rostl

mezinárodní cestovní ruch dokonce rychleji než světový obchod se zbožím. Po celém světě se otevírá stále větší počet destinací investující vysoké částky do cestovního ruchu, díky čemuž se odvětví stalo klíčovou hybnou silou socioekonomického pokroku prostřednictvím příjmů z vývozu, vytváření pracovních míst a podniků a rozvoje infrastruktury (unwto.org, 2014).

## 1.2. Druhy a formy cestovního ruchu

Lidé ve 21. století cestují z mnoha důvodů – nejčastějšími jsou obchodní, rekreační a vzdělávací. Odvětví cestovního ruchu je propojeno s velkým množstvím dalších odvětví, jako jsou odvětví zaměřená na bydlení, jídlo, dopravu, cestování, zábavu a nakupování. Klasifikace v cestovním ruchu je složitá určit, neboť odborná literatura ho kategorizuje mnoha různými způsoby. Hesková (2011, s. 19) rozděluje **druhy** cestovního ruchu dle účelu cestování, to znamená, pokud rozhoduje dle motivace účastníků k cestování. Jestliže hovoříme o příčinách, které turistu ovlivňují a o důsledcích, jaké to přináší, pak se jedná o **formy** cestovního ruchu. Jak uvádí Hesková (2011, s. 35), druhy i formy se vyskytují ve vzájemných kombinacích. Mělo by tak docházet k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, stejně tak jako ke spokojenosti organizací a jednotlivců, kteří v oblasti cestovního ruchu podnikají.

Na základě uvedené formulace lze rozdělit cestovní ruch dle druhu tak, jak je uvedeno v tabulce 1. Pro lepší představivost jsou druhy doplněny také o praktické příklady.

Tabulka 1 – Druhy cestovního ruchu

| Druhy cestovního ruchu | Příklady   |
|------------------------|--|
| Kulturní               | Návštěvy divadel, muzeí, galerií, hudebních a filmových festivalů, architektura a historie |
| Rekreační              | Odpočinek u moře, v přírodě  |
| Obchodní               | Pracovní cesty   |
| Dobrodružný            | Cestování za novým nezapomenutelným zážitkem, odlehlé krajiny, adrenalinové sporty         |
| Sportovní              | Horská turistika, lyžování, cykloturistika   |
| Lázeňský               | Rehabilitace, léčebná péče pod odborným dohledem   |
| Náboženský             | Poutě na posvátná místa  |
| Kongresový             | Účelem je výměna odborných a vědeckých znalostí  |
| Zdravotní              | Wellness pobyty, pobyty pro zdraví a krásu   |
| Stimulační             | Snaha o stimulaci zaměstnanců k vyšší výkonosti  |
| Rybářský               | Lov ryb  |

Zdroj: Hesková.(2011, s. 19)

Druhů cestovního ruchu existuje mnoho a každý z nich obsahuje určité specifikace. Cestovním ruchem, při kterém se nejvíce využívají služby průvodců je kulturní cestovní ruch. Právě z tohoto důvodu je pro další zkoumání nezbytné se na něj blíže zaměřit,

vysvětlit, co zavedený pojem znamená a co všechno zahrnuje. UNWTO definuje kulturní cestovní ruch jako pohyb lidí, kteří jsou motivováni kulturními akcemi (unwto.org, 2014). Jedná se o formu mezinárodního cestování, které v sobě ukrývá prožívání místa, dědictví, krajiny, tradic a životního stylu místních obyvatel (en.unesco.org, 2003). Cílem uvedeného druhu turistiky je poznat místa a činnosti z minulosti, které jsou autenticky zastoupeny. Cestovní ruch v oblasti kulturního dědictví zahrnuje kromě toho i místa a činnosti ze současné doby. Kulturní cestovní ruch má široké zastoupení na trhu. Zahrnuje mimo jiné historické památky, muzea, divadla a výstavy, náboženská místa, národní parky a festivaly (mzv.cz, 2018).

Kulturní cestovní ruch má pozitivní sociální a ekonomické dopady, posiluje národní identitu, buduje image a pomáhá k zachování kulturního a historického dědictví země (en.unesco.org, 2003). Tyto aspekty z něj dělají velmi důležitým zastoupeným druhem cestovního ruchu. Corsane (2005, s. 133) ve své knize píše, že kulturní cestovní ruch by měl být něčím, co přináší výhody komunitám a poskytuje obyvatelům motivaci k udržitelnému zachování kultury a dědictví. Aby se dosáhlo udržitelného cestovního ruchu, je nutná spolupráce mezi zúčastněnými stranami. Těmi jsou často místní obyvatelé, podnikatelé v cestovního ruchu, politici a turisté. Napomáhá to chránit místní dědictví a kulturní zdroje pro budoucí generace. Kulturní cestovní ruch tlačí národ k vytvoření a posílení jeho identity. V důsledku plnění svých funkcí může pozitivně přispět k vytváření image země nejen v domácím, ale i v mezinárodním měřítku (en.unesco.org, 2003). Pokud funguje, jak má, podle Rosenfelda (2008, s. 85-94), vytváří v místních lidech pocit sounáležitosti s jejich vlastním národem, při zachování souladu s moderními trendy, a proto je pravděpodobné, že v této oblasti dojde k výraznému rozvoji cestovního ruchu.

Kromě pozitivních dopadů, má stejně jako každý další druh cestovního ruchu i negativní dopady. Jak uvádí Du Cross & McKercher (2015, s. 4), lidé mají sklony často definovat kulturní cestovní ruch dle jejich vlastních zájmů. Velkým problémem v této oblasti turistiky je, že většina turistických atrakcí je klasifikována jako sekundární či terciární atrakce. Sekundární atrakce mohou být lokálně důležité a stojí za návštěvu, ale většinou nebývají důvodem návštěvy dané destinace. Při návštěvě jen doplňují turistický zážitek. Podle Du Cross & McKercher (2015, s. 159), terciární atrakce jsou často založeny na pohodlí turistů a bývají až jednou z posledních atrakcí, které na svých cestách vyhledávají. Podporují tak pouze celkový dojem z navštívené destinace.

Poptávka po památkové turistice však nezávisí pouze na turistech. Podle Dallena (2011, s. 31) cestovní kanceláře, dopravní společnosti, společnosti pro správu destinací, klima a počasí také výrazně ovlivňují poptávku. V destinacích, kde jsou lidé silně závislí na přírodních podmínkách, je při nevyhovujícím počasí snadno viditelný negativní dopad na poptávku, tedy na zaměstnanost, regionální a daňové příjmy. V takových případech mohou, podle Dallena (2011, s. 41), zkusit zvýšit poptávku například snížením ceny vstupného do kulturních památek. Alespoň z části by tak došlo ke snížení mimosezónních dopadů.

Aby se v lokalitách udržovala, případně i navyšovala, návštěvnost, podle Indrové (2007, s. 12) je zásadní zachovávat kulturní autentičnosti. Zájem turistů o cestování velmi často souvisí se zájmem navštívit přírodní i kulturní památky. To historicky i současně vede různé destinace k tomu, aby se zaměřily na autentičnost, a tak výrazně zvýšily kulturní cestovní ruch. Touha turistů o lokální kulturní zážitky v ostatních zemích způsobilo, že je nezbytné, aby orgány



cestovního ruchu udržovaly originalitu a autentičnost kulturního dědictví. Zdroje kulturního dědictví jsou často nabízeny jako ústřední aspekt pro podporu rozvoje kulturního cestovního ruchu. Spotřeba preferenčních zážitků návštěvníků z kulturního dědictví pomáhá zvyšovat kulturní turistiku.

Jak uvádí Du Cross & McKercher (2015, s. 116), podle odhadů UNWTO až 40 % zahraničních turistů na svých cestách navštěvuje kulturní památky, muzea, divadla nebo se zúčastní některé kulturní akce (unwto.org, 2014). Lidé považují návštěvu památek často za příjemný čas strávený s rodinou nebo přáteli. Návštěvy si ale spojují i se vzdělávacími účely, a tak by při nich rádi nabyly nových znalostí a dovedností o jimi vybrané tématické (Dallen 2011, s. 35). Zachovaná autenticita kulturního dědictví návštěvníkům ještě přidává na příjemném dojmu a prohloubí jejich zážitek z navštíveného místa.

Dle hlavního motivu návštěvy rozděluje Dallen (2011, s. 22) návštěvníky kulturních památek do několika segmentů zákazníků. Mezi dva hlavní typy patří: vážní a příležitostní návštěvníci. Vážní turisté mají často velký přehled o historické a kulturní tématice. Při cestování mají specifický cíl a jejich návštěva kulturních památek je jedním z hlavních cílů cesty. Kultura a dědictví je jejich koníčkem, kterému dávají vysokou hodnotu. Dalším typem turistů jsou příležitostní návštěvníci. Tito návštěvníci nejsou zrovna kulturními nadšenci, ale i přesto na svých cestách rádi navštíví zajímavosti lokálního kulturního dědictví. Pro příležitostné návštěvníky se stávají kulturní památky až druhotnými atrakcemi, a proto v nich tráví také o poznání méně času, než vážní návštěvníci. Turisté zaměřeni na kulturu mají často tendenci zůstat v destinaci déle a utratit během svého pobytu také více peněz než turisté, kteří cestují za jinými účely. V posledních letech poptávka po kulturním dědictví a kultuře mezinárodně roste. Miliony turistů stále hledá kulturní zážitky, které by je zaujaly a jež by rádi navštívili.

Kromě druhů cestovního ruchu rozděluje Hesková (2011, s. 21) dle podstaty cestování také formy cestovního ruchu. Ty jsou vyjmenované i spolu s příklady v tabulce 2.

*Tabulka 2 – Formy cestovního ruchu*

| <b>Formy cestovního ruchu</b> | <b>Příklady</b>                                      |
|-------------------------------|--|
| Dle počtu účastníků           | Individuální, skupinový, masový                      |
| Dle druhu účastníků           | Dětský, zaměřený pro mládež, rodinný, seniorský      |
| Dle sociologického hlediska   | Sociální, komerční, etnický                          |
| Dle geografického hlediska    | Zahraniční, mezinárodní, domácí, národní, regionální |
| Dle dopravního prostředku     | Letecký, železniční, lodní, motorizovaný             |
| Dle ubytování                 | Horský, přímořský, městský, příměstský               |

*Zdroj: Hesková (2011, s. 21)*

Pokud bychom se podívali na cestovní ruch z pohledu cestovních kanceláří, dopravních společností a dalších institucí, které podnikají v oblasti cestovního ruchu, bylo by pro nás, dle Heskové (2011, s. 25), velmi přínosné si specifikovat formu cestovního ruchu, na kterou se chceme se svými službami zaměřit. Na základě formy se specifikují konkrétní cíle a potřeby účastníků a dá se lépe připravit produkt na trhu práce přímo na míru cílové skupině.

### 1.3 Služby a cestovní ruch

Při poskytování služeb vznikají, podle Oriěšky (2010, s. 23), mezi účastníky a podnikatelskými subjekty právní vztahy. Účastníci v oblasti cestovního ruchu mají určitá práva, podnikatelské subjekty z nich pak vyplývající povinnosti. Když podnikatelský subjekt poskytuje služby v oblasti cestovního ruchu, na základě dohody musí dbát na jejich včasné a řádné poskytnutí. Pokud tomu tak není, účastník má právo na odstoupení od smlouvy, případně na poskytnutí nové služby, získání přiměřené slevy nebo na bezplatné odstranění nedostatku. Těchto práv a povinností účastníků právních vztahů existuje mnohem více. Toto je jen krátkým výňatkem. Zbylé právní předpisy je možné vyhledat v zákoně o ochraně spotřebitele a v občanském zákoníku.

V rámci služeb v oblasti cestovního ruchu je třeba věnovat pozornost k řízení kvality potřeb turistů při plánování cesty, během samotné návštěvy i po návratu domů. Právě proto je nezbytné se zaměřovat na tři nejdůležitější oblasti. Jsou jimi informace a péče o návštěvníky, ubytování a stravování a v neposlední řadě aktivity, akce a kombinované produkty (zákon č. 159/1999 Sb., § 1a).

**Ubytovací služby** charakterizuje Indrová jako: „*umožnění přechodného ubytování mimo místo trvalého bydliště*“ (Indrová 2004, s. 31). Je jím nejen přechodné ubytování či přenocování, ale tato oblast zahrnuje i služby, které se vážou na pobyty hostů v ubytovacích zařízeních, jako je stravování, úschovna zavazadel a cenností, ranní buzení hostů, prodej vybraných druhů zboží a zážitků, zajištění přepravy na ubytování a z ubytování například na letiště nebo do přístavu, půjčovna společenských her a mnohé další. **Poskytování stravovacích služeb** zaštiťuje, dle Oriěška (2010, s. 16), uspokojování základních potřeb člověka, v oblasti cestovního ruchu napomáhá účastníkům se cítit komfortně a vytváří pro něj větší fond volného času. Může se jednat o služby základního stravování nebo jen doplňkového občerstvení. Stravování lze spojit také společensko-zábavnými akcemi, může být doprovázeno kulturním programem nebo hudební produkcí.

**Akce a kombinované produkty** zahrnují služby mnoha různých typů. Jak uvádí Oriěška (2010, s. 17-18), jedná se o kulturně-společenské, sportovně-rekreační, lázeňské, kongresové či animační služby.

Pro potřeby dalšího zkoumání, je však nejdůležitější věnovat hlavní pozornost první oblasti služeb, jež se zabývá **informovaností a péčí o návštěvníky**. Podle Oriěška (2010, s. 26) by měly být informace dostupné turistům kdykoli a ideálně kdekoliv. S využitím chytrých technologií a internetu by to v současné době neměl být žádný problém. Poskytované informace jsou konzistentní, úplné, prezentované atraktivní formou a v souladu s potřebami návštěvníků.

Na informovanost a péči o návštěvníky se specializují zejména cestovní kanceláře a cestovní agentury. Oriěška (2010, s. 174) jejich služby charakterizuje jako obstarávání a zprostředkování služeb cestovního ruchu, jež jsou výsledkem činností dodavatelských organizací, jimiž jsou například restaurace a hotely. Cestovní agentury se proto označují jako zprostředkovatelé či prodejci služeb. Oni však služby nejen obstarávají a prodávají, ale často i organizují. Tvoří balíčky služeb, které zahrnují zájezdy a pobyty, které pro účastníky nejprve zajistí a pak i zorganizují. Během organizace služeb dbají na to, aby během zájezdu či pobytu proběhlo vše v pořádku a účastníci se navraceli s co možná nejlepšími pocity a zážitky z cest. Pokud se cestovní

kanceláře a cestovní agentury rozhodnou i pro organizování služeb, na pobyty a zájezdy posílají se skupinou účastníků průvodce, kteří se po celou dobu konání služby starají o celý průběh poskytovaných služeb. Poskytují jim informace o navštívené destinaci, organizují jim program návštěvy i dále pečují o účastníky. Pokud mají účastníci dotazy či přání, průvodci udělají maximum pro uspokojení jejich potřeb.

Definic průvodcovských činností a průvodců existuje mnoho. Světová federace asociací turistických průvodců se zkratkou WFTGA například definuje turistického průvodce jako osobu, která provádí návštěvníky v jazyce podle jejich výběru a interpretuje kulturní a přírodní dědictví a obvykle má kvalifikaci pro danou oblast – vydanou či uznanou příslušným úřadem (wftga.org, 2014). Přestože existuje mnoho různých definic průvodce, mezinárodně uznávaná definice, vytvořená Mezinárodní asociací turistických manažerů (IATM) a Evropskou federací asociací turistických průvodců (EFTGA), říká, že průvodce je osoba, která vede skupiny nebo jednotlivé návštěvníky ze zahraničí nebo z domovské země po památkách, místech a muzeích města nebo regionu; interpretuje poutavým a zábavným způsobem, v jazyce dle výběru návštěvníka (feg-touristguides.com, 2014). Kvalifikovaný průvodce je jedním z nejcennějších aktiv, kterým může mít turistická společnost disponovat. V mnoha ohledech je průvodce „značkou“ firmy. Mnoho zahraničních návštěvníků má tendenci pohlížet na své turistické průvodce jako na zástupce regionu nebo země. Ačkoli Oxfordský slovník definuje průvodce jednoduše jako osobu, která ukazuje ostatním cestu, vědci zjistili, že role průvodce je mnohem širší.

Dle dřívějších studií zastával průvodce v moderním pojetí dvě role - roli průkopníka a roli mentora. Tyto dvě role charakterizovaly aktivity, kterými se průvodci věnovali. Bylo jimi zprostředkování a vedení lidí. Cohen (1985, s. 663-716) dále rozlišoval čtyři hlavní složky role průvodce: instrumentální, sociální, interakční a komunikativní. Další výzkumy popsaly roli průvodce jako „prostředníka“ nebo „zprostředkovatele kultury“. Toto označení dává jasně najevo, že průvodce hraje zásadní roli při interpretaci hostitelské kultury návštěvníkům (Huang a spol., 2010, s. 93-109). Průvodci mají v oblasti cestovního ruchu hodně povinností a odpovědností. Práce průvodce zahrnuje nejen přenos informací, ale také zajímavé a poutavé vyprávění s tím spojené. Kromě toho zastupují průvodci důležitou roli pro turisty, kteří preferují organizované zájezdy, při kterých mají již vše zajištěno a nemusí se o nic starat (Ap & Wong, 2001, s. 551-563.). Podle názoru mnoha výzkumných pracovníků v tomto oboru, je průvodce jakýmsi vůdcem, schopný převzít odpovědnost; mentor, který vede lidi; kulturní zprostředkovatel; pedagog, jenž turistům pomáhá lidem lépe pochopit místa, která navštěvují; vychovatel, pomáhající turistům porozumět mnoha tématům, jako je lokální politika, ekonomika, kultura, náboženství; hostitel, vytvářející příjemné prostředí pro turisty a osobu ovlivňující kvalitu poskytovaných služeb a výsledné ekonomické přínosy pro místní komunitu.

V první fázi – před prohlídkou je spokojenost zákazníka ovlivněna především předchozími zkušenostmi a očekáváním zákazníka. Během druhé fáze – při procesu prohlídky mají opět spokojenost zákazníka tendenci ovlivnit jejich očekávání, předchozí zkušenosti a dále pak chování návštěvníků a nepředvídatelné události. V závěrečné fázi – po prohlídce je spokojenost zákazníků většinou utvářena aktuálním prožitkem či opět předchozími zkušenostmi. Kromě toho Swarbrooke & Horner (2007, 133-135) uvádí, že je pravděpodobné, že tyto faktory spolu s charakteristikami produktů a služeb cestovního ruchu povedou ke spokojenosti zákazníků, částečné spokojenosti nebo nespokojenosti zákazníků se zkušenostmi s prohlídkami. Průvodci mají velmi zvláštní postavení. Někdy se od nich očekává, že vyřeší jakékoli problémy, například

i jako je špatné počasí či dopravní zácpy. Některé nepředvídatelné události bohužel nejsou v jejich silách. Podle Ap & Wong (2001, s. 551-563.) na základě jejich znalostí, komunikačních a organizačních dovednostech však umí změnit kulturní návštěvu v nezapomenutelný zážitek.

Průvodcovství zde existuje již od pradávna, ale až spolu se začátkem moderní masové turistiky se staly důležitou a téměř neoddělitelnou součástí cestovního ruchu. Průvodcovské aktivity se na Zemi vyskytovaly již před dvěma a půl tisíci lety. Jak uvádí Seifertová (2013, s. 11), lidé se potulovali po Zemi a předchůdci dnešních průvodců jim ukazovali cestu. Ve středověku se na průvodcovské činnosti často specializovali mniši a kněží, kteří prováděli poutníky během kolektivních návštěv poutními místy, jako jsou města Jeruzalém, Řím nebo Betlém. Tito lidé seznámovali návštěvníky také se svou kulturou, uměním, významnými pamětihodnostmi a místními zvyky. V novověku se stávali průvodci bohatých šlechticů nejčastěji studenti, kteří byli chudí, ale měli mnoho vědomostí a ovládali cizí jazyky. Rabotic (2008) uvádí, že v současné době je již cestovní ruch bez účasti vedoucích zájezdu, kteří doprovázejí skupinu během cesty, a průvodců, kteří doprovázejí skupinu v cílové destinaci, velmi obtížný.

V současnosti mají průvodci široký okruh zastoupení. Průvodce, kteří vykonávají své činnosti v rámci cestovního ruchu, můžeme rozdělit dle jejich specifického zaměření do několika skupin. Jedná se o rozčlenění dle toho, zda poskytují výklad uvnitř objektů či na veřejných místech a v chráněných přírodních rezervacích. Jak uvádí Seifertová a kol. (2013, s. 87–91), lze průvodce z tohoto pohledu dělit do 4 kategorií viz tabulka č. 3.

Tabulka 3 – Kategorie průvodců v cestovním ruchu

| Kategorie                                   | Příklady   |
|---|--|
| Regionální průvodce                         | Průvodce specialista pro region Praha, průvodce specialista pro region Jižní Morava.   |
| Místní průvodce                             | Průvodce Národního parku České Švýcarsko, průvodce krajinou a přírodou Šumavy, průvodce po Krkonošském přírodním parku, průvodce národního parku Podyjí. |
| Specificky zaměřený průvodce                | Průvodce řidič, průvodce sportovní, průvodce horský, průvodce okružních plaveb, průvodce pro návštěvníky se zdravotním postižením.                       |
| Průvodce po kulturně-historických památkách | Průvodce Národního divadla, průvodce Národního muzea, průvodce zámku Lednice.  |

Zdroj: Seifertová a kol. (2013, s. 87-91)

**Regionální průvodci** spolupracují s turistickými centry, které jejich služby zprostředkovávají a v některých případech i samy poskytují. O těchto průvodcích je důležité vzdělávání pro určitý region ČR. Na základě doplňujících vzdělávacích kurzů mohou získat certifikaci, stanou se tak „Certifikovaným průvodcem městem“. Právě průvodci vytvářejí konkurenční výhodu pro cestovní ruch určitého regionu, která do něj přivádí více turistů. Kritéria pro udělení certifikace definuje orgán obce spolu s místním turistickým informačním centrem či jinou organizací, kterou obec disponuje. Certifikací průvodce získává právo na užívání průkazu oficiálního průvodce, region mu pomáhá s propagací v rámci městských kampaní, průvodce se zavazuje ke dodržování předpisů a zapojuje se do systému celoživotního vzdělávání. Dle Seifertové a kol.

(2013, s. 88), certifikovaný průvodce by měl mít specifické znalosti geografie, historie a současného dění v daném regionu.

Příkladem může být průvodce Prahou. Takový to průvodce potřebuje ke získání certifikace absolvování vzdělávacího kurzu, na základě něho osvědčení o složení zkoušky Průvodce Prahou, další osvědčení o složení jazykové zkoušky v jazyce, v kterém chce provádět, doklad o ukončení minimálně úplného středoškolského vzdělání, jedna pasová fotografie a složení poplatku.

**Místní průvodci** jsou v ČR zatím formálně neupravenou formou podnikání. Tito průvodci organizují komentované vycházky po kulturních a přírodních dědictvích. Můžou jimi být buď amatéři nebo již kvalifikovaní pracovníci, kteří si prošli řadou kurzů zaměřené na komunikační, prezentační či třeba animační dovednosti. Průvodci, kteří se zaměřují na prezentaci přírodního dědictví, takzvaní eko-průvodci, musí dodržovat zvláštní režimy při pohybu v terénu. Spolupracují s orgány ochrany přírody dbají zvýšené bezpečnosti účastníků doprovázené skupiny.

**Specificky zaměřené průvodci** mají širokou oblast působnosti. Od sportovních aktivit, přes okružní plavby, až po provádění zdravotně postižených turistů. Každá z dílčích kategorií má svá specifika. Sportovní průvodci se zaměřují na organizované zájezdy se sportovním a turistickým programem. Tito průvodci se musí často řídit mezinárodními předpisy. Ty se u jednotlivých sportů liší.

Oblast průvodcovství okružních plaveb je specifická vysokým nárůstem turistů v posledních letech. Průvodce takového výletu pomáhá nejprve v přístavu s nalodováním a pak v průběhu cesty poskytuje odborný výklad o dané destinaci. Průvodci mají odbornou kvalifikaci.

Průvodci pro návštěvníky s tělesným, sluchovým, zrakovým, mentálním postižením musí být také kvalifikovaní, a to jak v cestovním ruchu, tak také specificky vzdělají pro práci s těmito návštěvníky. Musí jim přizpůsobovat trasu a obsah prohlídky, používané pomůcky i dopravní prostředky.

**Průvodci po kulturně-historických památkách** jsou významnou součástí poznávacího cestovního ruchu. V rámci tohoto odvětví vykonávají své průvodcovské aktivity ve vnitřních prostorech objektů – nejčastěji národně-historických památkách a umělecko-historických budovách. Pro tyto průvodce je velmi důležitá znalost historických souvislostí a prezentační dovednosti.

## 2 PRŮVODCI V ČR

Pracovníci, s kterými turisté v navštívené destinaci většinou přichází jako první do kontaktu, jsou průvodci. Průvodci jsou, podle Novotného (2020, s. 1-2), lidským faktorem poskytující služby přímo turistům či doplňující služby cestovních kanceláří. Zprostředkovávají informace o zemi, její historii a tradicích. Jak uvádí Weiler & Ham (2001, s. 549-563), průvodci se tak velkou mírou podílejí na formování celkového turistického dojmu z destinace. Proto je důležité, aby poskytované služby dosahovaly požadovaných kvalit.

Jak zákon průvodce v České republice definuje? Jaké organizace a instituce cestovního ruchu mají vliv na poskytování průvodcovských služeb a na vytváření nových právních předpisů? Jak je podchyceno, že průvodci jsou tím správným zdrojem informací v zemi?

### 2.1 Průvodce – definice

Turistický průvodce je oficiálně nazýván jako průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu. Jeho definice, dle nařízení vlády č. 278/2008 Sb., zní: „*Doprovázení skupiny osob nebo jednotlivců, při němž je v jazyku podle jejich výběru poskytován výklad o kulturním a přírodním dědictví země*“ (Živnostenské podnikání, 2019, s. 156-157). Výklad může být jakéhokoli typu. Záleží, na jakou kategorii cestovního ruchu se průvodci zaměřují a tomu také přizpůsobují svůj výklad. Může se jednat o informace o životním prostředí, kultuře, konkrétních lokalitách (jako jsou průmyslová, historická, městská a jiná centra), místech (příkladem mohou být kostely, muzea, divadla) a oblastech (krajích, turistických regionech a podobně). Průvodci mají také na starosti „*zajištění dalších nezbytných činností spojených s doprovodem skupiny osob nebo jednotlivců, vedením a kontrolou itineráře, zajištěním programu, obstaráním základních informací během cesty včetně praktických informací vztahujících se k místu pobytu, a poskytováním základní pomoci doprovázeným osobám.*“ (Živnostenské podnikání, 2019, s. 157). V souvislosti s těmito aktivitami mohou průvodci prodávat předměty související s cestovním ruchem. Myslí se tím například mapy, plány, tištěné průvodce, vstupenky či upomínkové předměty.

Čeští turističtí průvodci jsou osoby samostatně výdělečně činné, na které se vztahují zákony o podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu ve znění zákona č. 37/2004 Sb., zákona č. 39/2004 Sb., zákona č. 57/2006 Sb., zákona č. 214/2006 Sb., zákona č. 130/2008 Sb., zákona č. 301/2009 Sb., o živnostenském podnikání. Tyto předpisy navazují na zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník a zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Živnost průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu je v zákoně o živnostenském podnikání zakotvena v živnosti ohlašovací volné. Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu. Zákon č. 455/1991 Sb., § 25, definuje živnosti volné jako „*živnost opravňující výkonu činností, pro jejichž provozování tento zákon nevyžaduje prokazování odborné způsobilosti ani jiné způsobilosti*“ (Živnostenské podnikání, 2019, s. 18). To znamená, že i přesto, že je odborné vzdělávání a kompetence, jako komunikace a znalost cizích jazyků, doporučovány, není to podmínkou k výkonu podnikatelské činnosti. Pro získání živnosti je ale nutné mít způsobilost k právním úkonům, trestní bezúhonnost a dosáhnout minimálního věku 18 let.

Právní úpravy řešící problém průvodcovských aktivit v České republice byl v historii mnohokrát změněn, a ještě před novelizací živnostenského zákona roku 2008 spadaly průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu do živností ohlašovaných vázaných. Nyní již neplatí původní vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj č. 295/2001 Sb. a průvodci tak nejsou povinni být certifikováni, tedy mít složené zkoušky odborné způsobilosti pro výkon profese. Byl narušen systém odborného vzdělávání průvodců, a právě z tohoto důvodu je jen velmi obtížné udržovat kvalitu poskytovaných služeb průvodci. Poslanecká sněmovna i organizace, působící v oblasti cestovního ruchu, o tomto problému ví a mnoho let o něm již diskutují. Zatím však nejsou definitivně rozhodnuti, jakou právní úpravu by bylo vhodné přijmout, která by této situaci v České republice pomohla.

## 2.2 Průvodcovské asociace

V České republice působí v oblasti cestovního ruchu několik důležitých organizací a asociací. Organizace spolu spolupracují či se do určité míry vzájemně ovlivňují a podporují.

Ministerstvo pro místní rozvoj, zkráceně MMR, je orgánem státní správy a zároveň orgánem koordinující všechny subjekty cestovního ruchu České republiky. Ministerstvo si klade za cíl, za pomoci legislativních nástrojů vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a jasných pravidel dosáhnout lepší ochrany spotřebitele a vhodného fungování cestovních kanceláří a agentur. Významně se zapojuje do činností mezinárodních organizací a své aktivity prezentuje na odborně zaměřených konferencích a veletrzích. Za pomoci fondů z EU realizuje řadu projektů, jež by měly vést k rozvoji cestovního ruchu. Ve spolupráci s agenturou CzechTourism je Česká republika prezentována na domácích i zahraničních trzích, aby tak přilákala více turistů. Důležitým nástrojem pro ministerstvo je střednědobý strategický dokument - Koncepce státní politiky cestovního ruchu, který byl stanoven na období 2014 až 2020. Jsou v něm popsány možné postupy pro rozvoj cestovního ruchu pro dané období v ČR (mmr.cz, 2014).

Na české trhu cestovního ruchu působí však mnohem více organizací, než je státní správa. I ostatní subjekty se snaží zapojit do rozhodování v otázkách cestovního ruchu, vzájemně spolu koordinují, aby v rozhodování získaly co nejvíce hlasů, jejich služby dosahovaly určitých kvalit a zapojují do činnosti stále více veřejnost.

### 2.2.1 Asociace průvodců ČR

Prvním jmenovaným subjektem, působícím v oblasti cestovního ruchu, je Asociace průvodců ČR. Asociace je občanským sdružením průvodců, které shromažďuje průvodce různého zaměření, jež doprovázejí turisty, jak po území České republiky, tak i na zájezdech do zahraničí. Jsou mezi nimi místní odborní průvodci i průvodci v památkových objektech naší země. Jedná se o dobrovolný, profesní, nepolitický, nezávislý spolek, jež je členem dalších organizací – Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky, Evropské federace asociací turistických průvodců FEG a Světové federace asociací turistických průvodců WFTGA.

Asociace průvodců ČR byla založena roku 2001 v Praze za účelem společenského sdružování průvodců a snaze o jejich profesní vzdělávání a rozvoj. Podílí se na přípravě kvalifikačních zkoušek, hájí profesních zájmy členů, a to především v oblasti pracovně-právní a legislativní, poskytuje jim informace, pomáhá „*spoluvytvářet etické normy průvodcovské profese, zastávat arbitrážní funkci mezi členy a zastupuje členy v dalších domácích i zahraničních organizacích*“. Své členy také marketingově propaguje a prezentuje jejich služby veřejnosti. V rámci doplňkových aktivit poskytuje publikační a metodicko-poradenské služby.

Členem asociace může být jakýkoli občan České republiky či cizí státní příslušník s trvalým pobytem na území České republiky, jenž složil kvalifikační zkoušky pro průvodcovskou činnost v rámci cestovního ruchu. Se svými členy asociace komunikují v českém jazyce. Aby se stal průvodce řádným členem, musí odeslat vyplněnou přihlášku spolu s potvrzením o získané odborné kvalifikaci, fotografií pasového formátu a zaplacením prvotní platby 100 Kč a členského příspěvku. Ten je stanoven od roku 2020 ve výši 700 Kč a platí se jednou ročně. Občané, kteří jsou cizí národnosti, musí také doložit kopii povolení k trvalému pobytu na území České republiky. Obratem jim je zasláno členské číslo, které zastupují v asociaci a na základě něhož jsou identifikovány příspěvkové platby, také obdrží členský průkaz a Cultour Card. Členství zaniká vystoupením člena z asociace, úmrtím či rozhodnutím sněmu asociace průvodců o jeho vyloučení. K tomuto rozhodnutí se přistupuje nejčastěji z důvodu neplacení členských příspěvků, porušením stanov a etiky při průvodcovské činnosti nebo chováním, které nepodporuje zájmy organizace. Zájemci o členství v organizaci si mohou vybrat místo řádného členství přidružené členství. V takovém případě vzniká členství podpisem obou zúčastněných stran a zaplacením ročního členského příspěvku. Průvodce tak získá dohodu o přidruženém členství. Přidruženými členy jsou především vzdělávací zařízení (například Vysoká škola obchodní v Praze, Vyšší odborná škola Ostrava-Zábřeh, Vysoká škola polytechnická Jihlava, Střední odborná škola podnikání a obchodu Prostějov) a jiné instituce (jako je Český spolek horských průvodců, Pražská informační služba – Prague City Tourism, nebo Památník Tereziín národní kulturní památka). Každý z členů má vymezena určitá práva a povinnosti členství. Má právo volit, případně být volen, do orgánů asociace, být přítomen na sněmu a dalších akcích asociací organizovaných, být zastoupen jiným členem na konaném sněmu. Mezi povinnosti členů patří dodržování určitých stanov a placení členských příspěvků. Jejich výše je stanovena sněmem. Kromě práva volit a být volen do sněmu mají přidružení členové právě taková práva jako řádní členové. Právě sněm je nejvyšším orgánem asociace. Mezi další orgány patří Kontrolní komise, Rozhodčí komise a Výbor.

Sněm se sdružuje alespoň jednou ročně a je svoláván Výborem v případě, že o to písemně požádá Kontrolní komise nebo alespoň třetina členů. Sněm volí orgány asociace – tedy Kontrolní a Rozhodčí komisi i Výbor. Dále rozhoduje o aktivitách celé asociace, o nakládání s finančními prostředky, sloučení s jinými organizacemi nebo zániku. K takovému rozhodnutí by byla zapotřebí alespoň třípětinová většina hlasů. Aby bylo nově přijaté rozhodnutí platné, musí být uveřejněno do třiceti kalendářních dnů, jak na vývěsce v sídle asociace, tak v elektronické podobě.

Výbor se skládá z lichého počtu členů, kteří se schází minimálně jednou za dva měsíce a řídí aktivity organizace mezi sněmy. Výbor má na starosti volbu a odvolávání předsedy a místopředsedy celé asociace, tajemníka i hospodáře. Právě první tři uvedení tvoří výkonné předsednictvo výboru. Členové výboru využívají při svých rozhodování velmi často elektronická zařízení a o konečném stanovisku je rozhodnuto nadpoloviční většinou hlasů. Výsledky učiněné



zasedáním předsednictva jsou ještě potvrzeny a sdíleny s ostatními při následném nejbližším setkání výboru (asociacepruvodcu.cz, 2020).

## 2.2.2 CzechTourism

Druhou vybranou organizací, která má velký vliv na odvětví cestovního ruchu v ČR je agentura CzechTourism. „*CzechTourism je státní příspěvkovou organizací, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a jež vyvíjí svou činnost v souladu s cíli zřizovatele, zřizovací listinou a platným statutem*“ (czechtourism.cz, 2020). Mezi její hlavní činnosti patří: koordinace aktivit v cestovním ruchu, marketingová propagace a mediální prezentace České republiky, cestovního ruchu i samotné agentury, zajištění vzdělávacích a výzkumných aktivit, administrativního a ekonomického řízení uvnitř agentury. Toto vše vede ke splnění základního cíle organizace. Stanoveným cílem je propagace České republiky, a to jak na zahraničním, tak na českém trhu. Na základě svých aktivit chce přilákat co nejvíce turistů.

Agentura všestranně podporuje rozvoj cestovního ruchu a v rámci něj i spolupracuje s mnoha důležitými institucemi. Mezi nejdůležitější patří orgány státní správy a samosprávy, peněžní ústavy, vzdělávací a výzkumné instituce. Instituce společně vytvářejí a koordinují marketingové činnosti pro oblast cestovního ruchu, včetně „*image*“ České republiky jako turistické destinace, v které důležitost cestovního ruchu stále roste.

CzechTourism zakládá nové pobočky i mimo území ČR, aby tak zaujal širokou veřejnost i zahraniční novináře nabídkou cestovního ruchu, jež je uvnitř naší země opravdu rozmanitá. Zastupitelné agentury podporují prodej národních produktů určených pro turisty a dbají na to, aby se co možná nejvíce vyráběly způsobem šetrným k životnímu prostředí. Podílejí se na výrobě, tisku propagačních letáků o ČR v různých jazykových variantách, které jsou pak dostupné nejen na pobočkách v České republice, ale i mimo ni. Zaštiťují fungování informačního servisu pro odvětví cestovního ruchu, tedy šíření odborných informací v rámci regionů. Pro své kolegy a další subjekty v cestovním ruchu připravují a organizují školení a jiné vzdělávací aktivity, aby dosáhli co nejvyšších kvalit poskytovaných služeb a udrželi konkurenceschopnost také na zahraničním trhu. Českou širokou veřejnost se snaží přesvědčit, aby koukali na zahraniční turisty optimistickým pohledem a uvědomovali si jejich důležitost nejen pro ekonomiku naší země.

Při svých činnostech spolupracují s regiony v ČR, s domácími i zahraničními médii a novináři, se svými zahraničními kolegy v rámci CzechTourism a s dalšími organizacemi působícími v oblasti cestovního ruchu (například při vytváření celostátního turistického informačního systému). CzechTourism organizuje během celého roku mnoho akcí určených pro subjekty v cestovním ruchu, ale i pro nezasvěcenou veřejnost. Vytvářejí marketingové kampaně, brožury, prezentační akce, prezentace o činnostech agentury, zúčastní se evropských projektů, propagace zemí V4 a historicky se podíleli na organizaci Czech Republic Travel Trade Day, Press a Fam tripy i akci Společné století (czechtourism.cz, 2020).

### 2.2.3 A.T.I.C. ČR

Třetí vybraná, ale neméně důležitá, organizace je A.T.I.C. ČR. Tato organizace se prezentuje jako „*samostatné, dobrovolné, nezávislé profesní sdružení hájící zájmy turistických informačních center*“ (aticcr.cz, 2020). A.T.I.C. je zkratka vzniklá z počátečních písmen názvu Asociace turistických informačních středisek. Asociace vykonává svou činnost v souladu s normou ČSN EN ISO 9001:2009. Udržuje si svou získanou certifikaci o shodě systému jakosti již od roku 2006. Organizace byla založena 9. listopadu 1994, ale pod svým současným názvem byla zaregistrována až o tři roky později. Dnes působí jako informační centrum určené k oboustranné komunikaci a výměně informací mezi podnikatelskými subjekty, obyvateli obcí a měst a turisty, ke sledování a předávání zkušeností mezi jejími členy a ke vzdělávání svých členů. Staví se za zájmy svých členů a prosazuje je v domácím i mezinárodním prostředí.

Pro uvedené účely asociace organizuje akce, kde se členové pravidelně setkávají, dozvídají se důležité aktuální informace o asociaci a o činnostech členských informačních center, které tvoří webové stránky, propagační materiály a organizují veletrhy pro veřejnost. Svým členům umožňují navštěvovat vzdělávací semináře a organizují pro ně zájezdy se vzdělávacím programem. Administrativně zaštiťují certifikace Jednotné klasifikace turistických informačních center České republiky.

Při svých aktivitách spolupracují s oborovými asociacemi, s kterými se podílí na rozhodování o legislativních úpravách a změnách v koncepcích pro informační centra. Své návrhy předkládají státním i nestátním institucím. S místními a státními orgány spolupracují dále také při snaze o rozvoj služeb v rámci cestovního ruchu v jednotlivých regionech, městech a obcích ČR. Asociace se během doby svého působení stala členem Fóra cestovního ruchu z.s., poradního orgánu Ministerstva pro místní rozvoj a Kolegia cestovního ruchu. Od roku 2016 spolupracuje také se Svazem venkovské turistiky.

I.T.I.C. se ročně zapojuje do desítek projektů. Prezentuje se na veletrzích cestovního ruchu (Holiday World v Praze, Regiontour v Brně, Dovolená a region, lázeňství v Ostravě a Regiony v ČR v Lysé nad Labem), čtyřikrát ročně vydává svůj vlastní zpravodajský časopis A.T.I.C. ČR v elektronické podobě, ve spolupráci s Czech Tourism a s Ministerstvem pro místní rozvoj vytvořili mapu České republiky, která obsahuje adresář všech certifikovaných turistických informačních center ČR, dále roku 2017 ve spolupráci s ministerstvem vydala brožuru Jednotné klasifikace Turistických informačních center ČR a o rok později brožuru Turistických informačních center od A do Z. Spolupracuje s časopisy TIM, KAM po Česku a C.O.T Business, v nichž se každoročně jako asociace prezentuje a popisuje aktivity, na kterých současně pracuje. Aby vtáhla veřejnost více do oblasti cestovního ruchu, organizuje pro ně soutěže různého charakteru. Téměř každoročně od roku 2015 ve spolupráci s dalšími institucemi vyhlašuje soutěž zvanou Informační centrum roku, dále pak Prázdninovou soutěž s ČT Děčko, Nejhezčí turistická pohlednice pro rok 2017, 2018, 2019 a soutěž promo materiálů nazvanou jako Turist propag. Provozují webové stránky asociace, na nichž pravidelně přidávají příspěvky o nejnovějších informacích v oblasti turistických center a cestovního ruchu. Při zveřejnění nového příspěvku na web jsou členové asociace automaticky elektronickou formou informováni. Obdrží odkaz na webovou stránku, kde si aktuality mohou přečíst. Ke správě evidence svých členů, žádostí o členství, certifikací turistických center, vytváření statistik návštěvnosti provozoven v určitých denních hodinách a dalšího sběru dat jim slouží takzvaný Elektronický systém administrace

Jednotné klasifikace TIC v ČR. Systém je v provozu od roku 2015 a různých úpravách je již schopný online sčítat návštěvníky dle libovolně zadaných parametrů. Parametrem se myslí jazyk, vyhledávané služby a podobně. V provozovnách informačních center jsou k dispozici stojánky na vizitky, návštěvní kniha, sáčky na pohlednice z recyklovatelného materiálu. Samotné pohlednice a suvenýry si jednotlivé provozovny zaštiťují již samy.

O kvalitě poskytovaných služeb vypovídá „*Mystery shopping*“, což je návštěva turistického informačního centra bez jakékoli vědomosti zaměstnance. Kontrolní štáb následně ohodnotí nabízené služby. Tuto aktivitu pro asociaci zaštiťuje organizace CzechTourism. Dříve byly kontroly prováděny každoročně, nyní však nově přistoupil ke konceptu kontrol jednou za dva roky. Kvalitě služeb by měly dopomáhat také vzdělávací semináře, které jsou určeny pro členy asociace a jsou asociací realizovány přibližně třináctkrát ročně. Roku 2015 získala certifikát 1. stupně Českého systému kvality služeb, jež byl platný po dobu tří let. Následně certifikace již obnovena nebyla. V posledních letech se asociace musela vypořádat se zaváděním elektronické evidence tržeb (EET) a zákonem o ochraně osobních údajů (GDPR), které byly v ČR plošně legislativně ustanoveny (aticcr.cz, 2020)

Všechny tři organizace se v mnoha ohledech liší (především v oboru zaměření), ale i přesto mají stále určité rysy společné. Hájí zájmy svých členů, podporují rychlou výměnu informací a podílí se na vzdělávání. Všechny uvedené tři oblasti jsou pro ně důležité. Často též vyzdvihují profesní kvalifikaci svých členů. Je pro ně důležitým měřítkem a věří, že právě pomocí kvalitního vzdělávání mohou docílit i vysoké kvality nabízených služeb.

### 2.3 Vzdělávání průvodců cestovního ruchu

Živnost průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu je nyní v zákoně o živnostenském podnikání zakotvena v živnosti ohlašovací volné „*Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu*“ (Živnostenské podnikání, 2019). Paragraf 25 zákona č. 455/1991 Sb. definuje živnosti volné jako „*živnost opravňující výkonu činnosti, pro jejichž provozování tento zákon nevyžaduje prokazování odborné způsobilosti ani jiné způsobilosti*“ (Živnostenské podnikání, 2019). Právní úpravy řešící problém průvodcovských aktivit v České republice byl v historii mnohokrát změněn, a ještě před novelizací živnostenského zákona roku 2008 spadaly průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu do živností ohlašovaných vázaných.

Nyní již neplatí původní vyhláška Ministerstva pro místní rozvoj č. 295/2001 Sb. Dle současně platné vyhlášky tedy není vzdělávání průvodců povinné a průvodci nepotřebují složit žádné zkoušky odborné způsobilosti (Živnostenské podnikání, 2019, s. 18). Byl tak narušen systém odborného vzdělávání průvodců, a právě z tohoto důvodu je jen velmi obtížné udržovat kvalitu poskytovaných služeb průvodců. Přední české organizace, sdružující průvodce, se však tímto problémem zabývají. Iniciují, aby se přistoupilo k dřívější úpravě zákona a aby tak průvodci k získání živnosti potřebovali získání kvalifikace. Organizacemi, které dávají najevo svou nespokojenost a obrací se na Poslaneckou sněmovnu Parlamentu ČR s požadavky na změnu, jsou

například Asociace průvodců ČR, Hospodářská komora ČR, Svaz obchodu a cestovního ruchu. Všechny uvedené organizace podporují vzdělávání průvodců, neboť současná právní úprava má negativní dopady nejen na kvalitu průvodcovských aktivit v České republice, ale také na postavení českých průvodců na evropské trhu. Hesková (2011, s. 54) uvádí, že na základě vynaloženého úsilí vznikly některé programy terciálního vzdělávání jako například bakalářský studijní obor průvodcovská činnost v cestovním ruchu zaštiťovaná Vysokou školou obchodní v Praze.

Organizace v cestovním ruchu se domnívají, že je v obecném zájmu, aby měli průvodci dostatečnou způsobilost a vyhláška jejich činnost opět zařadila do živností vázaných. Dokonce i Evropské normy uvádějí, že je nutné mít vymezené alespoň minimální požadavky na vzdělávání průvodců. EN 15565 2008 zní: *„Služby cestovního ruchu – požadavky na zajištění odborného vzdělávání a kvalifikačních programů pro turistické průvodce“* (wftga.org, 2020). Asociace průvodců spolu s hospodářskou komorou ČR a Svazem obchodu a cestovního ruchu se rozhodly řešit současnou problematiku a turistické průvodce vzdělávat. Asociace průvodců nabízí kurzy, semináře a další vzdělávání pro průvodce na svých webových stránkách. Vytvořila podle zákona č. 179/2006 Sb. o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání požadavky dílčí kvalifikace 65-021-N, který byl následně roku 2009 schválen Ministerstvem školství mládeže a tělovýchovy (asociacepruvodcu.cz, 2020).

Jak uvádí Hesková (2011, s. 55), celý vzdělávací program je tvořen dle vyhlášky č. 176/2009 Sb. Obsahem nové vyhlášky jsou kurzy rozděleny na teoretickou a praktickou výuku. Teoretická výuka má časový rámec 45 minut a praktická výuka 60 minut. Vzdělávací rámec má mít nejméně 600 výukových hodin. Kandidát se musí účastnit alespoň 80 % výuky, aby dle § 4 mohl přistoupit k závěrečné zkoušce. U závěrečné zkoušky přisedá tříčlenná zkušební komise a předseda komise, který je zároveň garantem kurzu. Při úspěšném absolvování závěrečné zkoušky získá kandidát dle NSK a zákona č. 179/2006 Sb. danou kvalifikaci.

# 3 AKTUÁLNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVA PRŮVODCOVSTVÍ V ČR

Kapitola pojednává o legislativním ukotvení průvodcovských činností a navazuje zejména na kapitulu 2.1. Průvodcovská činnost v ČR je legislativně upravena zákonem o živnostenském podnikání a občanským zákoníkem. Na průvodce v oblasti cestovního ruchu se vztahují zákony, kterými se musí řídit. Patří mezi ně zákon č. 37/2004 Sb., zákon č. 39/2004 Sb., zákon č. 57/2006 Sb., zákon č. 214/2006 Sb., č. 130/2008 Sb., zákon č. 301/2009 Sb., o živnostenském podnikání.

## 3.1 Vybrané zákony a jejich obsah

Zákon č. **130/2008 Sb.**, kterým se změnilo původní znění zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v části druhé a hlavně první uvádí, jaké jsou druhy živností ohlašovaných. Existují živnosti řemeslné, vázané a volné. Druhy živností se liší tím, jaká míra odborné způsobilosti je podmínkou pro provozování dané živnosti. Jak již bylo uvedeno v kapitole 2, podle přílohy č. 4 k zákonu č. 455/1991 Sb., „*provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu*“ (Živnostenské podnikání, 2019) spadá do živnosti volné. Pro provozování živnosti tedy není vyžadována žádná odborná způsobilost fyzických osob, podle § 25 se musí pouze splnit všeobecné podmínky. Tedy mít trestní bezúhonnost, dosáhnout věku 18 let a zároveň mít způsobilost k právním úkonům.

Na základě přijetí zákona č. **214/2006 Sb.**, o živnostenském podnikání, došlo k novelizaci zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Ten pojednává o fyzických a právnických osobách a definuje, jaké pro ně platí podmínky pro provozování živnosti. Pro provozování živnosti v oblasti cestovního ruchu platí, jak je uvedeno v zákoně č. 455/1991 Sb., že fyzická osoba musí dosáhnout minimální hranice 18 let věku, musí mít způsobilost k právním úkonům a zároveň bezúhonnost. Pokud daná fyzická osoba na území České republiky v minulosti již podnikala, neměla by mít evidovány žádné nedoplatky na platbách za sociální a zdravotní pojištění a ani žádné daňové nedoplatky na svém osobním účtu.

Přijetím zákona č. **301/2009 Sb.**, se změnil zákon č. 159/1999 Sb. „*o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu*“ (Občanský zákoník, 2019), dále pak zákon o ochraně státních hranic České republiky, zákon o ochraně spotřebitele, zákon o ochraně veřejného zdraví a některé další související zákony. Ke změně došlo v názvu zákona. Nyní se zákon č. 159/1999 Sb. nazývá „*o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu*“ (Občanský zákoník, 2019). Zákon v části první zpracovává příslušné předpisy Evropské unie, týkající se zájezdů a s nimi spojené cestovní služby, část druhá se věnuje úpravě činnosti horské služby a jejím výkonem. Zákon vymezuje podmínky pro zprostředkování, nabízení či prodej zájezdů, rozsah ochrany zákazníků v případě úpadku cestovní kanceláře a specifikuje podmínky pro výkon některých dalších činností státní správy v oblasti cestovního ruchu. Tento

zákon se vztahuje na zájezdy a s ním spojené cestovní služby, které trvají déle než 24 hodin nebo zahrnují alespoň jeden nocleh. Zájezdem se rozumí „*soubor dvou různých typů služeb cestovního ruchu pro účely téže cesty nebo pobytu*“ (Občanský zákoník, 2019). Služby cestovního ruchu jsou uvedeny a blíže specifikovány v kapitole 1.3 této práce. Jsou jimi ubytovací služby, péče o návštěvníky a aktivity, akce a kombinované produkty. Služby musejí představovat významnou část zájezdu, tedy tvořit alespoň 25 % celkové ceny zájezdu. Také by měly být vybrány a zaplacený již před zahájením poskytování uvedených služeb. Zájezd je oficiálně prodán v okamžiku, kdy je podepsána smlouva o zájezdu. V té by měly být uvedeny osobní informace o zákazníkovi, alespoň ve formě jména, adresy a způsobu platby. Zájezdy spolu se službami mohou být nabízeny na jakémkoli prodejním místě. Tím se rozumí kromě běžných kamenných prodejen také internetové stránky a online prodejní zařízení určené zákazníkům. Zájezdy a další služby mohou být identifikovány pod jménem cestovní kanceláře, cestovní agentury nebo také fyzické osoby.

**Cestovní kancelář**, je dle zákona č. 159/1999 Sb., „*podnikatel, který je na základě státního povolení k provozování živnosti oprávněn sestavovat služby cestovního ruchu pro účely zájezdu, nabízet a prodávat zájezdy nebo zprostředkovávat spojené cestovní služby*“ (Občanský zákoník, 2019). Tato činnost může být podnikána také z jiného státu, ačkoliv daná cestovní kancelář nemá zřízenou žádnou pobočku na území České republiky. Musí však dostat oprávnění státu k provozování aktivit cestovní kanceláře a mít své sídlo nebo místo podnikání v některém z členských států Evropské unie či v jiném smluvním státě Dohody o Evropském hospodářském prostoru. Cestovní kanceláře mají právo nabízet a prodávat své vlastní zájezdy a služby cestovního ruchu nebo působit jako distributoři pro jinou cestovní kancelář, cestovní agenturu, případně i pro jiné osoby, například pro dopravce, pořadatele společenských, kulturních, sportovních akcí a soukromé podnikatele. V rámci těchto činností mohou prodávat mapy států, regionů a měst, plány, tištěné průvodce, vstupenky a suvenýry.

Naproti tomu **cestovní agentura** je legislativně chápána jako „*podnikatel, který je oprávněn na základě ohlášení volné živnosti provozovat činnosti*“ (Občanský zákoník, 2019) v zákoně uvedeném rozsahu. Cestovní agentura může distribuovat prodej zájezdů pouze pro cestovní kanceláře a vždy musí být přesně uvedeno, pro jakou cestovní kancelář je prodej zájezdů zprostředkováván. Tato informace nesmí chybět ani v tištěných nabídkových a propagačních materiálech, ani na webových stránkách. Dále je cestovní agentura povinna ohlásit svou zprostředkovatelskou činnost ministerstvu pro místní rozvoj a doložit mu, že je agentura pojištěna pro případ úpadku cestovní kanceláře, pro jakou je prodej zájezdu zprostředkováván. Pokud kupující požádá o předložení těchto dokumentů, včetně opisu oprávnění k provozování cestovní kanceláře, je cestovní agentura povinna je předložit ještě před uzavřením smlouvy o zájezdu. Následně po uzavření smlouvy má přijmout jakékoli požadavky, zprávy a stížnosti od zákazníků a neprodleně je předat cestovní kanceláři, která zájezd pořádá. **Zákazníkem** je, podle české legislativy, osoba, jež uzavřela či chce uzavřít smlouvu s cestovní kancelář o zájezdu či spojených cestovních službách nebo také osoba, v jejíž prospěch byla smlouva uzavřena.

**Zákon č. 39/2004 Sb.**, jenž změnil zákon č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví a další související zákony, v části třetí upravuje zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. Každá cestovní kancelář je povinna mít sjednané pojištění záruky pro případ jejího úpadku. Toto pojištění však lze sjednat

pouze u pojišťoven oprávněných k této činnosti. Pojistné podmínky následně kontroluje ministerstvo financí, kterému je pojišťovna povinna toto pojištění na žádost předložit.

**Zákon č. 57/2006 Sb.** vznikl za účelem sjednocení dohledu nad finančním trhem. Podnikáním v cestovním ruchu se zabývá část dvanáctá. V té se píše o úpravě zákona č. 159/1999 Sb., zákona č. 455/1991 Sb., zákona č. 37/2004 Sb. a zákona č. 39/2004 Sb. Zákon č. 159/1999 Sb. definuje rozsah povinností cestovní kanceláře v souvislosti se sjednáním pojištění pro případ úpadku. Cestovní kancelář musí pojišťovně před uzavřením smlouvy o pojištění doložit údaje o svých aktivitách a hospodaření organizace. Údaje se týkají počtů a typů zprostředkovaných zájezdů a spojených cestovních služeb, včetně bližšího vysvětlení. V průběhu doby, na kterou je pojištění sjednáno, je cestovní kancelář povinna bezodkladně hlásit jakékoli změny, ke kterým dochází. Ať už dojde ke zvýšení tržeb z prodeje zájezdů nebo ze spojených cestovních služeb oznámených pojišťovně před uzavřením smlouvy, sjednané pojistné riziko se mění, a tak je nutností o tom informovat danou pojišťovnu. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, je zaměřen na ochranu spotřebitelů v rámci států Evropské unie a na území Evropského hospodářského prostoru. Pokud dojde k aktivitám cestovní agentury nebo cestovní kanceláře, kterými jsou porušovány společné zájmy spotřebitelů, živnostenský úřad je oprávněn zasáhnout a uložit podnikateli zákaz takovou činnost vykonávat. Ve zbylých uvedených zákonech došlo pouze k menším změnám ve znění zákona. Slova se například nahradila z původního znění „pojištění“ o doplňující slova „záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře“, slova „Ministerstvu financí na jeho“ na znění „České národní bance na její“ a podobně.

**Zákon 37** vydaný dne 17. prosince **2003** vypovídá o pojistné smlouvě a o zákonech se změnou spojených. Podle § 69 zákona tím došlo ke změnám v zákonech: č. 159/1999 Sb., č. 40/1964 Sb., č. 455/1991 Sb. a č. 39/2004 Sb. Jejich podstata je již blíže popsána v odstavcích kapitoly 3.

# 4 PRÁVNÍ ÚPRAVA PRŮVODCOVSTVÍ V ČR

## V KOMPARACI SE SVĚTEM

Čeští turističtí průvodci jsou osoby samostatně výdělečně činné, které mají právo vykonávat průvodcovskou činnost v oblasti cestovního ruchu na území České republiky, ale i v jiných zemích Evropské unie. Pokud chce osoba poskytovat služby mimo Českou republiku, je nezbytné určit, zda se jedná o pouze dočasné přeshraniční poskytování služeb, nebo jestli se jedná o založení živnosti v jiném členském státě. Pokud se průvodci rozhodnou dočasně poskytovat služby v jiné členské zemi, znamená to, že průvodce své služby musí poskytovat především na území České republiky a mimo toto území své služby poskytuje opravdu jen dočasně či příležitostně. Za těchto okolností musí mít průvodce podepsán formulář E 101, kde prohlašuje, že platí odvody za sociální a zdravotní pojištění právě v České republice, také musí vlastnit Evropský průkaz zdravotního pojištění. Kromě uvedených dokumentů je doporučeno mít s sebou v zahraničí raději i svůj živnostenský list a smlouvu, na jejímž základě své služby v hostitelské zemi poskytuje.

V České republice průvodcovská činnost není regulována, a tak mohou vzniknout komplikace při přeshraničním poskytování služeb v evropských zemích, kde tato činnost regulována je. Pokud k tomu dojde, měla by být činnost ohlášena na příslušném uznávacím orgánu spolu s doložením dokladu o státní příslušnosti žadatele a dokladu o oprávněnosti výkonu činnosti v domovské zemi. Všechny dokumenty je potřeba přeložit do příslušného jazyka hostitelské země.

### 4.1 Právní úprava průvodcovství v zemích EU

Při vstupu do Evropské unie se Česká republika zavázala k liberalizaci služeb a přeshraničního obchodu. Každá z evropských zemí však přistupuje k regulaci poskytování průvodcovských služeb rozdílně a čeští průvodci nemohou ani po vstupu České republiky do Schengenského prostoru vykonávat průvodcovské činnosti v ostatních zemích Evropské unie zcela bez omezení. Sice na území Schengenského prostoru platí dle směrnice 123 EU volný pohyb služeb, ale i přesto mnohé destinace stanovují další zvláštní podmínky (konecceskychpruvodcuvcr.cz, 2020). Každá evropská země zaujímá odlišný přístup k regulaci činnosti. Některé z nich průvodcovskou činnost neregulují a jiné naopak stanovují zvláštní požadavky, které jsou odůvodněny ochranou kulturně-historického dědictví. Zvláštními požadavky jsou především právní předpisy týkající se získané kvalifikace k výkonu průvodcovské činnosti. Jak je uvedeno ve Sněmovním tisku 247/0 (2018, s. 6-7), zemí EU, v nichž je průvodcovská činnosti regulována, je celkem třináct. Patří mezi ně Rakousko, Slovensko, Slovinsko, Maďarsko, Litva, Itálie, Španělsko, Francie, Malta, Řecko, Kypr, Rumunsko a Chorvatsko. V některých z těchto zemí, s regulovanou průvodcovskou činností, platí ještě zvláštní předpisy.

Ve **Francii** je povoleno poskytování průvodcovských služeb bez ohlášení, ale pouze pokud je činnost vykonávána mimo muzea a historické monumenty. Na jmenovaných místech jsou vyžadovány služby pouze licencovaných průvodců s profesním průkazem. Tato licence je



vydávána prefekturou resortu a pro její udělení je nezbytné být držitelem diplomu národního průvodce.

V **Itálii** dle směrnice 2005/36/ES je přeshraniční pracovník povinen ohlásit poskytování služeb na oddělení pro rozvoj a konkurenceschopnost turistiky úřadu vlády a ohlašovací formulář doplnit o doklad totožnosti, živnostenský list nebo výpis ze živnostenského zákona, doklad, že danou činnost provozuje ve své domovské zemi alespoň dva roky během posledních deseti let. Ohlášení je poté platné po dobu jednoho roku a při následném poskytování služeb je nezbytné opět zaslat příslušné ohlášení. Při opětovném zaslání nejsou již požadovány doprovodné doklady. Činnost průvodců je dále upravena regionálními předpisy. Jednotlivé regiony přijímají své vlastní pravidla (Sněmovní tisk 247/0, 2018, s. 6).

Pro turistické průvodce v **Maďarsku** platí, že podnikatel musí získat licenci turistického průvodce a být zaregistrován v národním registru, aby mohl vykonávat průvodcovské aktivity. Potřebnou licenci získá až po složení profesních zkoušek a doložení čistého trestního rejstříku. Pro přeshraniční poskytování turistických služeb se musí zaslat vyplněný ohlašovací formulář spolu s doplňujícími dokumenty na maďarský živnostenský úřad. Doprovodné doklady jsou shodné s těmi, které se zasílají v Itálii.

Ohlašování přeshraničního poskytování turistických služeb funguje obdobně také v **Rakousku**, kde se zasílá na federální ministerstvo hospodářství. Ohlášení jsou v zemi kontrolována a při porušení následují silné postihy.

Ohlašování je nutné zasílat také na **Kypru, Maltě** a v **Litvě**. Ve **Španělsku** jsou regulace rozdílně upraveny v jednotlivých autonomních oblastech. Některé regiony však nestanovují žádné zvláštní podmínky, a tak je například v Madridu složení zkoušky dobrovolné. Získáním kvalifikace obdrží průvodce titul „oficiální průvodce v cestovním ruchu Madridského společenství“. Ve zbylých státech EU s regulovanou činností, dle dostupných informací, ohlašování při přeshraničním výkonu turistických činností zatím vyžadováno není.

Ve zbylých zemích EU činnost turistických průvodců regulována není, tedy není nutné ohlášení kvalifikace. Jedná se například o Německo, Dánsko, Estonsko, Portugalsko, Polsko a Velkou Británii. V některých zemích i tak však platí určité specifické podmínky. Přestože se v **Německu** jedná o neregulovanou činnost, jak uvádí Ryšavá (2009, s. 18-19), v zemi mají nastavená velmi přísná pravidla pro přeshraniční poskytování služeb. Český turistický průvodce může své služby poskytovat pouze v případě, že uzavřel smlouvu s občanem či podnikem z Německa, případně při již delším pobytu na území Německa musí mít objednávky nebo smlouvy od různých německých klientů. Občané zemí mimo Evropskou unii a Švýcarska musí dostat v zemi nejprve pracovní povolení.

V **Dánsku** se k OSVČ přistupuje jako k zaměstnancům, a tak pro poskytované služby průvodců platí stejné podmínky, jako pro vyslané pracovníky. Tudíž se musí řídit místním zákoníkem práce, dodržovat pravidla pro stanovenou pracovní dobu i dobu odpočinku, odměna musí být alespoň ve výši minimální mzdy a podobně.

## 4.2 Právní úprava průvodcovství v zemích mimo EU

Země mimo EU, Evropský hospodářský prostor a Švýcarsko mají právní úpravy pro poskytování služeb turistických průvodců zcela rozdílné. Nelze je souhrnně určit, proto jsou vybrány tři země, jež budou názorným příkladem – Bosna a Hercegovina, Srbsko a Turecko. Podle Ryšavé (2009, s. 29-31), se v těchto státech uplatňuje pouze příslušná národní legislativa, neplatí pro ně žádný ze zákonů evropské legislativy, jejíž součástí jsou například pravidla pro volný pohyb osob, zboží a kapitálu.

V **Turecku** smí vykonávat činnost turistických průvodců pouze občané Turecka. Ti musí navštěvovat školení a složit příslušné zkoušky, aby získali kvalifikaci a mohli pracovat v daném oboru.

**Bosna a Hercegovina** povoluje občanům EU pracovat v turistickém ruchu, ale jen jako zaměstnancům podniků z Bosny a Hercegoviny. K oprávněnému výkonu činnosti potřebují pracovní povolení. To lze získat pouze jako zaměstnanec podniku sídlícího v Bosně a Hercegovině tak, že zaměstnavatel zašle na příslušný úřad práce žádost o pracovní povolení. Často se jedná o velice zdlouhavý proces.

Ve **Srbsku** platí pro průvodce shodné podmínky v přírodních rezervacích jako v kulturně-historických památkách či regionech. Pokud se občané Srbska rozhodnou pro výkon průvodcovské činnosti, musí obdobně jako v Turecku nejprve projít kurzy určenými pro průvodce a následně složit příslušné zkoušky. Ty se dělí na teoretickou a praktickou část. V rámci teoretické části jsou uchazeči zkoušeni z historie a geografie země. Při úspěšném dokončení obou dvou částí získají certifikaci a je jim umožněno poskytovat průvodcovské služby na celém území Srbska (autorův rozhovor se srbským průvodcem, 2020).

S přihlédnutím na regulace průvodcovských činností v cestovním ruchu zaváděné členskými státy Evropské unie i mimo ni, se Česká republika může inspirovat při přijímání vlastních opatření. Nyní totiž platí, že fyzické i právnické osoby, jež jsou oprávněny provozovat podnikatelskou činnost na území členského státu Evropské unie, mohou dočasně provozovat činnost svého podnikatelského oprávnění, na základě Smlouvy o fungování Evropské unie, i na území České republiky bez nutnosti dalšího oprávnění. Průvodcovské služby tu mohou poskytovat subjekty jak účastníkům zájezdu ze zahraničí, s kterými do České republiky přicestovali, tak i dalším turistům, kteří o služby jeví zájem. Není od nich požadováno splnění žádné specifické podmínky, ani doložení potvrzení o odborné kvalifikaci (Sněmovní tisk 247/0, 2018, s. 5).

## 5 SOUČASNÉ PROBLÉMY PRŮVODCOVSKÉ ČINNOSTI

S problémy týkajícími se průvodcovských činností se můžeme v posledních letech čím dál více setkávat na území celé České republiky. Pro výzkum této problematiky se však v rámci práce zaměřujeme především na města s vysokým výskytem turistů. Nejvíce turistů každoročně zamíří do hlavního města, tedy do Prahy. Je zde velký příliv jak domácích, tak zahraniční turistů. Tím se Praha také na součtu celorepublikového HDP z oblasti cestovního ruchu podílí velkým procentem (czso.cz, 2020). Česká republika jako země, která právně nereguluje průvodcovskou činnost, může jen velmi obtížně kontrolovat kvalitu poskytovaných služeb. Tento problém je právě v Praze, kde je největší kumulace průvodců, znatelný. V Praze z celkového počtu 4500 českých průvodců nabízí své služby přibližně pět set (ceskenoviny.cz, 2020).

Organizace, působící v cestovním ruchu, vynakládají statisíce korun ročně na propagaci českých destinací, jak pro občany České republiky, tak pro zahraniční klientelu. Poté, co se však při příjezdu turistů setkají s nekvalifikovanými průvodci, kteří postrádají základní vědomosti o destinaci, kde provádí, poškozují tím pověst celé země. Asociace průvodců uvádí, že registrovaní průvodci tvoří na území České republiky jen přibližně 15 až 20 procent ze všech průvodců poskytující své služby (asociacepruvodcu.cz, 2020). Výsledkem je, že průvodcovskou činnost zde dělá mnoho lidí bez živnostenského oprávnění. Riziko postihu je přitom jen velmi nízké. Je známo mnoho případů, kdy cestovní kanceláře z třetích zemí vyslaly do České republiky svého člověka, který měl za úkol po celou sezónu provádět turisty přijíždějící z jejich země. Daná osoba destinaci vůbec nezná, ale naučí se elementární výklad, který následně přeřikává turistům. V jiném případě si v České republice někdo chce jen prodloužit dovolenou a stane se tak na čas „odborným místním průvodcem“, aby na svůj prodloužený pobyt získal dostatečné množství finančních prostředků (konecceskychpruvodcuvcz.cz, 2020). Pražské zastupitelstvo se rozhodlo tuto problematiku řešit a už mnohokrát upozornilo ministerstvo na nekvalifikované průvodce, kteří poskytují turistům nepřesné, nepravdivé či zavádějící informace (novinky.cz, 2019). Uvádí též, že průvodcům chybí znalost historických souvislostí, proto se zaměřují hlavně na okrajová témata a říkají turistům výseče, které nedostatečně popisují českou historii spojenou s danými památkami. V Praze bylo od průvodců odposlechnuto například, že Prahou protéká Rýn a vlévá se u Tábora do moře nebo že na Václavském náměstí je jezdecká socha Zikmunda a také že vláda sídlí v budově Podolské vodárny (konecceskychpruvodcuvcz.cz, 2020).

Průvodci jsou jedni z prvních, s kterými se zahraniční turisté v českých městech setkají a často jedinými, s nimiž se zároveň plynule domluví. Mají tedy velký vliv na vytváření prvotního dojmu turistů z navštívené destinace. Mnohdy si na základě tohoto dojmu rovnou vytvářejí i názor na celý stát. Jak je známo z psychologie, hodně lidí podléhá tzv. Haló efektu, tedy efektu prvního dojmu. To, dle Jandourka (2007, s. 94), znamená, že dochází k převládnutí prvního dojmu, kterému lidé dávají nejsilnější důraz, ať už je pozitivní či negativní, a další vjemy dále potlačují. Brání se tak správnému zhodnocení skutečnosti a lze ho už jen stěží změnit. Při negativním prvním dojmu se turisté jen s malou pravděpodobností do dané destinace opětovně vrátí. Přitom právě průvodce, dle kodexu průvodce, vydaného Světovou federací asociací

turistických průvodců, by měl reprezentovat svou zemi, jednat se svými návštěvníky ve snaze upevňovat důvěru k navštívené zemi a propagovat ji jakožto vyhledávaný turistický cíl, poskytovat návštěvníkům profesionální služby, profesionální a odpovědnou péči a pravdivý výklad o navštíveném místě bez jakýchkoliv předsudků a propagandy a s jasným odlišením historických událostí od legend a příběhů (wftga.org, 2020).

Při poskytování služeb není důležitá pouze jen znalost destinace, ale také jde o jazykovou vybavenost a organizační schopnosti. Průvodci nemají povinnost ke složení jazykových zkoušek, a tak jejich dostatečnou znalost nelze zaručit. Novotný (2020) uvádí, že při vedení skupiny turistů městem je zapotřebí také základní znalost práce se skupinou a schopnost řešení mimořádných situací, které mohou nastat. Turisté by neměli nikdy zastavovat v místech, které by znesnadňovali průchodnost a také průvodci musí pohlídat, aby skupina nestála v ulicích, kde mohou projíždět auta, ale pohybovala se výhradně po chodnících.

Kromě toho problém neprofesionálních průvodců vede, dle Asociace malých a střední podniků a živnostníků ČR (podnikatel.cz, 2019), i k vysokým ekonomickým nákladům. Průvodci své činnosti často nabízejí jako „bezplatnou službu“, ale samozřejmě za své aktivity očekávají od zákazníků nižší či vyšší finanční ohodnocení ve formě spropitného. Jedná se tak o zdroj příjmů, které průvodci mají, ale jaký nedaní.

Dalším problémem, který z problematiky nekvalifikovaných průvodců plyne, je, že kvalifikovaní profesionální průvodci často mají nedostatek práce. Nekvalifikovaní průvodci nabízejí své služby mnohem levněji, či dokonce zadarmo a berou svou práci často jako vedlejší činnost. Profesionální průvodci tak takřka nemohou pracovat v této oblasti, a zároveň nevykonávat ještě vedlejší aktivity, neboť se jim nedostává dostatečného množství zakázek a dlouhodobě by se neuzivil. Práce jim stále ubývá, a tak čím dál častěji úplně přicházejí o svou práci. Pracovních i podnikatelských příležitostí pro české občany tohoto zaměření tak stále ubývá.

V březnu 2020 se tento problém ještě prohloubil. Kvůli státním opatřením na ochranu proti koronaviru, se úplně zastavil cestovní ruch v České republice. Zahraniční turisté mají úplný zákaz vstupu na české území a domácím turistům se doporučuje trávit čas doma, případně pobývat v přírodě. Občané by se měli vyhýbat místům s větším výskytem lidí, a tak se v ulicích centra města pohybují jen výjimečně. Průvodci, kteří většinou pracují jako OSVČ, často přicházejí o svůj jediný zdroj příjmu a hrozí jim, že se dostanou až do existenčních problémů (novinky.cz, 2020). Asociace průvodců České republiky uvádí, že se problém alespoň okrajově dotkne více než čtyř tisíc českých průvodců, z čehož přibližně třetina má průvodcovskou činnost jako své hlavní povolání a zároveň jako jediný zdroj obživy. Právě z tohoto důvodu, jak uvedlo Sdružení průvodců (ceskenoviny.cz, 2020), převážná většina průvodců již pár týdnů po vládou vyhlášených opatření přerušila či ukončila svou živnost a přihlásila se na úřad práce. Lze předpokládat, že část z těchto kvalifikovaných průvodců se po odeznění pandemie ke své práci již nevrátí.

# **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

Praktická část je zpracována na základě vlastního výzkumného šetření, jenž proběhlo v období od března 2020 do května 2020 formou rozhovorů se třemi významnými organizacemi působícími v cestovním ruchu v České republice a dotazníkovým šetřením se zapojením veřejnosti. Respondenti zvolení pro výzkumné šetření budou v další části práce blíže specifikováni. Dále byli za pomoci dvou nástrojů strategického řízení zanalyzovány průvodcovské činnosti. Data získaná z vlastního zkoumání jsou doplněna o údaje z veřejně dostupných zdrojů.

### 6.1 Cíl

Stanoveným cílem praktické části práce je odhalit názory průvodců i turistů na současnou právní úpravu průvodcovských činností v oblasti cestovního ruchu, najít její výhody a nevýhody a popsat, jaká je reálná situace na českém trhu. Nasbíraná data od jednotlivých respondentů budou mezi sebou porovnány a na základě nich následně vyvozeny určité závěry. Podle výsledků dojde k navržení způsobů, jak by se dala současná, ne zrovna přívětivá, situace řešit.

Aby bylo možné vytvořit návrhy na zlepšení, je nezbytné si správně položit otázky a získat na ně odpovědi buď od co největšího zkoumaného vzorku respondentů, nebo od osob, kteří se v průvodcovských činnostech přímo pohybují a zároveň hrají důležitou roli v rozhodování o klíčových otázkách. Po delších úvahách jsem se nakonec rozhodla, že by bylo vhodné, aby byly získány názory od obou stran, a tak jsem zahájila výzkumné šetření jak v rámci veřejnosti, tak také s vrcholnými představiteli tří vybraných organizací. Kdo jiný by měl vědět o problematice průvodcovství na území České republiky více než právě oni?

### 6.2 Metody

Pro výzkumné šetření byly použity tři různé metody získávání dat. Při prvním šetření, které bylo vedeno se třemi zástupci předních českých organizací, působícími v oblasti cestovního ruchu České republiky, byla využita kvalitativní metoda sběru dat - **metoda rozhovoru**. Hendl (2016, s. 65) popisuje kvalitativní metody, jako takové, které zachycují podrobnosti případu v delším časovém intervalu. Uvádí, že pokud chceme zjistit, co si respondenti myslí a čemu věří, je vhodné použít právě metodu rozhovoru. Dle Jermáře, Egerové a kol. (2014, s. 19) se jedná o způsob pokládání otázek respondentům, naslouchání a získávání jejich odpovědí. Rozhovor může být veden různými způsoby. Dle kontaktu s respondentem se rozlišují rozhovory telefonické, elektronické, osobní a písemné. Telefonický rozhovor, jenž byl pro výzkum použit, je založen na komunikaci s respondentem skrz telefonické zařízení. Výhodou této metody je vysoká spolehlivost získaných informací, nízká časová a organizační náročnost a možnost získání zpětné vazby od respondentů. Na druhou stranu za nevýhodu lze považovat absenci neverbální komunikace mezi tazatelem a respondentem.

Při vedení rozhovoru také záleží, jak moc se tazatel na rozhovor chce připravit a zda chce nechat rozhovor volnější průběh nebo ho mít zcela pod kontrolou. Dle těchto hledisek rozdělujeme rozhovor na strukturovaný, polostrukturovaný či nestrukturovaný. Strukturovaný

rozhovor je, podle Hendla (2016, s. 67), rozhovor s pevně danou strukturou otázek, uzavřenými otázkami, na které je často pevně stanovený časový limit. Naopak při nestrukturovaných rozhovorech jsou často pokládány otevřené otázky a odpovědi jsou spíše vyprávěním respondenta. Pro zkoumání bylo použito polostrukturovaného rozhovoru, který se značí velkou pružností celého procesu získávání dat a je střední cestou mezi strukturovanou a nestrukturovanou formou. Jeho cílem je získat komplexní a detailní informace o studovaném jevu. V rámci polostrukturovaného rozhovoru byl předem definovaný účel dotazování, zvoleny otevřené otázky se stanovenou osnovou otázek, které nakonec byly lehce doplňovány na základě průběhu rozhovoru. Rozhovory se členy organizací byly vedeny za pomoci podkladů tazatele. Otázky byly zaměřeny především na respondentovy zkušenosti a zaujetí postojů vůči současné právní úpravě a nutnosti její revize. Tazatel se snažil dozvědět, zda respondent považuje za nezbytné kontrolovat průvodcovské činnosti a v neposlední řadě, jestli je nutné průvodce dále vzdělávat. Celé znění tazatelem předem připravených otázek je k nahlédnutí v příloze A, B a C. Otázky ale bylo následně nutné upravit dle vývoje jednotlivých diskuzí.

Druhá použitá metoda šetření, stejně jako metoda rozhovoru, pracuje se subjektivními názory respondentů. Pro zjištění názoru veřejnosti na současnou problematiku poskytování průvodcovských služeb, byl respondentům předložen k vyplnění **dotazník**. Podle Švaříčka (2014, s. 13) se jedná o nástroj kvantitativního výzkumu, který často pracuje s velkým pozorovaným vzorkem subjektů a pomáhají při sběru primárních údajů. Kozel (2006, s. 160) k tomu dodává, že dotazníky představují formuláře s otázkami, na které respondenti buď sami odpovídají, nebo vybírají varianty odpovědí, s nimiž se ztotožňují. Dotazníky mohou být, dle Koubka (1997, s. 83), různého rozsahu a zaměřena na různá témata. Také varianty odpovědí mohou být uzavřené nebo otevřené. Za pomoci dotazníku, stejně jako při použití dalších kvantitativních nástrojů, můžeme do určité míry tvrdit, že názory a vztahy, které jsme zjistili, jsou zobecnitelné například na celou populaci českých turistů v definovaném věku. Způsob sběru dat má samozřejmě jak své výhody, tak i nevýhody. Pomocí dotazníku lze zkoumat velké množství respondentů při nízké časové náročnosti, je zajištěna standartní jednotná metoda pro zapisování údajů, které je následně snadnější zpracovat. Nevýhodou však je možné zkreslení odpovědí ze strany respondentů. Respondenti se do dotazníku jen málokdy rozepíší, a tak se jen stěží zjišťuje jejich přesný názor na tematiku. Respondenti mají tendenci vybírat odpověď, která je jejich názoru nejbližší, místo toho, aby napsali svůj vlastní názor.

I přes uvedené nevýhody považuji použití dotazníkové metody šetření za nejvhodnější variantu. Využitý dotazník zkoumá předchozí zkušenosti a názory veřejnosti s turistickými průvodci. Do zkoumání byli zapojeni lidé ve věku 18 až 50 let. Sestavený dotazník obsahuje v české verzi 11 otázek (v anglické verzi 12 otázek), přičemž tři z nich je možné přeskočit, pokud respondent zatím nemá dané zkušenosti. Většina otázek je uzavřených a respondenti volí pouze jednu variantu odpovědi. Uzavřené otázky byly zvoleny pro větší relevantnost a snazší zpracování výsledků. Otevřené otázky byly pouze tři. Dotazníkové šetření probíhalo formou písemného dotazování v období od dubna do května 2020. Zúčastnilo se ho napříč veřejností celkem 190 respondentů. Dotazník byl v elektronické podobě nahrán na webovou stránku Survio.com, kde ho měl kdokoli možnost vyplnit. Pro sdílení dotazníku bylo využito sociálních sítí Facebook a Instagram. V úvodu byl krátce představen účel, který by měl dotazník plnit a místo, kde budou výsledky zveřejněny. V této části byl uvedený také přibližný čas doby trvání pro vyplňování.

Dále bylo zanalyzováno, za pomoci dvou nástrojů strategického řízení – PEST analýzou a Porterovou analýzou pěti sil, makroprostředí a mikroprostředí poskytování průvodcovských služeb. Analýzou makroprostředí se zabývá **PEST analýza**, někdy nazývána jako SLEPT či STEEPLE analýza. Ta se snaží odhalit budoucí vývoj vnějšího prostředí firmy. Zabývá se všemi vnějšími faktory, které na organizaci působí a jež mohou ovlivňovat její chování. Kaplan (2010, s. 59) uvedl čtyři skupiny faktorů makrookolí, které mají na organizaci klíčový vliv. Označuje za ně politické, ekonomické, sociální a technologické faktory. Právě tyto faktory tvoří také akronym názvu uvedené analýzy. Pokud se organizace či podnik zabývá poskytováním služeb, ovlivňují jeho makrookolí často ještě legislativní a ekologické faktory, jak je znázorněno na obr. 1. Každá z těchto skupin v sobě, dle Sedláčkové (2006, s. 16), zahrnuje celou řadu faktorů, jež různou měrou působí na organizaci. V každém období a v každé zemi může mít největší vliv jiný faktor, proto se nedá přesně určit, jaký faktor bychom měly jako organizace sledovat nejvíce a na který si dávat největší pozor. Hanzelková (2009, s. 96) vysvětluje, proč by organizace měly analýze makroprostředí věnovat zvýšenou pozornost. Mohou při ní odhalit příležitosti a hrozby. A jen tím, že je předem odhalí se na ně mohou i strategicky připravit, nebo jich dokonce využít.

Obrázek 1 - Okolí organizace



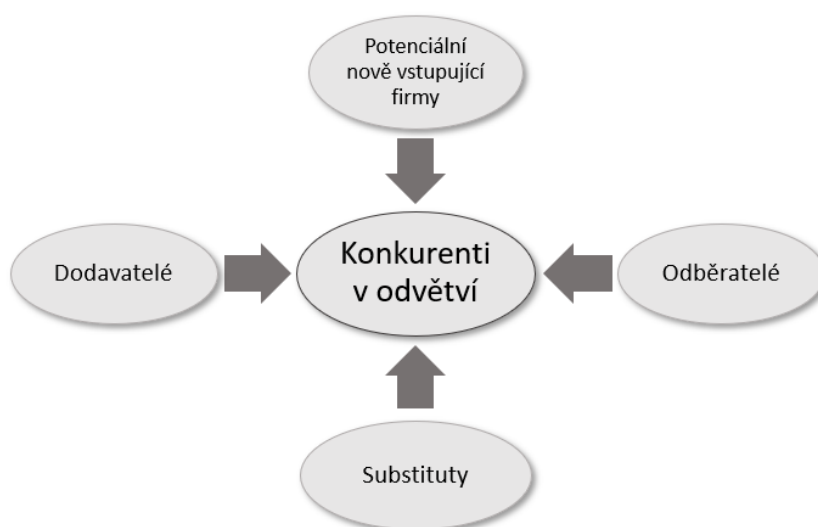
Zdroj: Sedláčková (2006, s. 13)

**Porterova analýza pěti sil** je, dle Portera (1994, s. 1-4), významným nástrojem, jenž se využívá k analyzování mikrookolí podniku. To představuje, dle Sedláčkové (2006, s. 29) přímé okolí, v němž podnik operuje. K analyzování mikroprostředí, tedy konkurenčního prostředí organizace vyvinul E. Porter „model pěti sil“, kterému se později začalo nazývat podle jména jeho autora. Jak uvádí Dedouchová (2001, str. 17), model definuje pět faktorů, které mají zásadní vliv na konkurenceschopnost firmy. Pomáhá tak odhalit sílu konkurenčních vlivů, a tím také ziskovost odvětví. Znalostí zdrojů konkurenčních tlaků je možné nalézt slabé i silné stránky organizace a pomáhá objevit místa, kde mohou strategické změny přinášet největší efekt, tedy jaké jsou příležitosti a hrozby organizace v odvětví. Porter (1994, s. 5) uvádí, že analýzu je možné použít pro rozbor odvětvové konkurence v kterékoli zemi, stejně tak jako na



mezinárodním trhu. Je si však vědom toho, že některé podmínky se mohou lišit. Model vychází z definice, že „konkurence v odvětví trvale tlačí dolů míru výnosů z investovaného kapitálu na dokonale konkurenční minimální hladinu míry výnosů nebo na míru výnosů, které by bylo možné docílit v ekonomově dokonale konkurenčním odvětví“ (Porter 1994, s. 5). Síla konkurenčních tlaků má vliv na velikost vloženého kapitálu a snaží se, aby firmy i nadále dosahovali nadprůměrných výnosů. Jak je znázorněno na obr. 2, mezi pět konkurenčních sil patří hrozba potenciálních nově vstupujících firem a substitučních výrobků či služeb, vyjednávací vliv dodavatelů a odběratelů a konkurence v odvětví, což zapříčiňuje soupeření mezi existujícími firmami (Porter 1994, s. 4).

Obrázek 2 - Hybné síly konkurence v odvětví



Zdroj: Porter (1994, s. 4)

Následující dvě kapitoly budou věnovány analýze mikroprostředí a makroprostředí průvodcovských činností, při využití dvou definovaných modelů.

### 6.2.1 PEST analýza

Nejprve bude na průvodcovskou činnost v České republice nahlédnuto za pomoci PEST analýzy. V rámci ní je blíže popsáno, jak šest klíčových faktorů makroprostředí ovlivňuje podnikání v průvodcovské oblasti cestovního ruchu.

#### Politické faktory

Holešinská (2012, s. 28) uvádí, že stát spolu se svými orgány zasahuje do oblasti cestovního ruchu za účelem dosažení stanovených cílů. Jedná tak za pomoci metod a nástrojů, které jsou politikou cestovního ruchu. Stát při svém rozhodování a hospodaření bere v potaz své institucionální zřízení, uspořádání moci, kulturně-společenské a historické základy a ideologické proudy národa. Ve vztahu k uvedeným faktorům přijímá nová rozhodnutí a vytváří svou strategii i dílčí cíle pro budoucí období. Jak uvádí Bieger (1996, s. 65), politické řízení může

probíhat na více úrovních. V rámci cestovního ruchu v České republice se tomu tak děje na národní, regionální nebo lokální úrovni. Pokud mluvíme o průvodcovských činnostech, pak se pohybujeme především v politice na národní úrovni řízení. Stát, dle Choy (1993), podporuje cestovní ruch ve čtyřech hlavních funkcích – v koordinaci, plánování, legislativě a po finanční stránce. V těchto oblastech výrazně ovlivňuje také průvodcovskou činnost. Státní subjekty tvoří legislativní úpravu tak, aby z cestovního ruchu jak organizace, tak stát ekonomicky profitovaly při zachování ochrany kulturního dědictví a nenarušení místních občanů. Přijímají nové zákony, jakými se průvodci při zakládání živností musí řídit a v souladu s kterými mohou vykonávat svou činnost. Hlavními nositeli změn pro průvodcovskou činnost jsou parlament, ministerstvo pro místní rozvoj, CzechTourism a Český statistický úřad. Tito političtí zástupci používají při své politické činnosti jak nástroje přímé, tak nepřímé nástroje. Přímými nástroji se zaštiťuje investiční činnost, vzdělávání průvodců, rozdělují se příspěvky jednotlivým státním organizacím a podporuje se statistika cestovního ruchu. Nepřímým nástrojem je územní plánování a nástroje hospodářské politiky státu. Své nástroje využívají především tak, aby došlo k dosažení vytyčených cílů politických subjektů. Chtěli by „*optimálně uspokojit potřeby cestovního ruchu pro všechny bez rozdílu*“ (Holešinská, 2012, s. 32).

Současné politické řízení cestovního ruchu s sebou přináší kladné, ale i záporné důsledky. Jistou výhodou pro cestovní ruch v České republice je členství v Evropské unii a existence Schengenského prostoru. Cestování je v rámci něj snadnější a pohodlnější. Turistům odpadla vízová povinnost, a právě i z tohoto důvodu došlo k velkému rozvoji cestovního ruchu v celé Evropě. S tím je také spojený mezinárodní obchod, včetně činnosti cestovních agentur a cestovních kanceláří. Zahraničních turistů do České republiky přijíždí stále více a také čísla domácího cestovního ruchu se zvyšují, zákazníků pro turistické průvodce tak stále přibývá. Problém však tkví v procesech turistických průvodců. Záleží, koho zákazníci osloví, případně naopak, kým jim budou služby nabídnuty. Některým průvodcům aktivity rostou, zatímco jiným klesají. Jednotliví průvodci mají rozdílnou propagaci svých služeb a též jejich ceny a především kvalita jejich služeb se liší. To vše vyplývá především ze samotného politického řízení. Pozitivní stránkou současného politického řízení u nás je absence teroristických útoků. V České republice k teroristickým útokům prozatím takřka nedochází, zatímco ve světě je hrozba teroristických útoků stále větší. Právě proto bylo potřeba přijmout bezpečnostní opatření, a i přes zvyšující se příliv turistů této hrozbě předejít. Je nezbytné však zůstat ostražití a být na možný teroristický útok řádně připraveni. Naopak negativní stránkou českého politického řízení by mohla být rychlost rozhodování a přijímání nových opatření. O tom, že v České republice vznikají problémy v činnostech průvodců se ví již od doby, kdy došlo k novelizaci živnostenského zákona a průvodcovská činnost se dle ní změnila z živnosti vázané na volnou. Od 1. července 2008 průvodcovská činnost tak patří dle zákona mezi živnosti ohlašovací volné a živnost si může založit téměř každý. Již velmi brzy poté lidé zpozorovali narůstající problémy a začalo se o nich diskutovat. I přesto však až do roku 2019 nedošlo vůbec k žádné změně. Dokonce i Magistrát hlavního města Prahy spolu s dalšími českými organizacemi začaly bojovat za změnu a požádaly Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s poslaneckou sněmovnou o projednání. Právě v Praze, kde je problematika nejvíce viditelná, dochází ke střetu zájmu profesionálních a neprofesionálních průvodců. Licencovaní průvodci, kteří procházejí školeními, vzdělávají se a své výdělků řádně daní často přicházejí o svou práci vlivem stále silnější konkurence z řad nelicencovaných průvodců (idnes.cz, 2018). Názory politiků se však různí, a proto dodnes nebyl přijatý žádný zákon, který by problematiku průvodcovství zcela vyřešil.

## **Ekonomické faktory**

Ekonomické faktory jsou stejně jako i ostatní vnější faktory ve vzájemném vztahu s faktory politickými. Jednotlivé faktory se mnohdy i vzájemně překrývají a je obtížné je od sebe odlišit.

Podle WTTC ([wttc.org](http://wttc.org), 2020), tedy Světové rady cestování a cestovního ruchu, v roce 2019 cestovní ruch generoval až 10,3 % světového hrubého domácího produktu (dále jen HDP), z něhož Evropa zahrnovala 9,1 % - v přepočtu přibližně 50 trilionů korun. Podíl celosvětového i republikového HDP se v posledních letech meziročně zvyšuje. Podle posledního výzkumu ve spolupráci s Oxford Economics, sektor cestovního ruchu v roce 2019 zaznamenal nárůst až 3,5 % oproti předchozímu roku. V České republice cestovní ruch tvořil v roce 2018 2,9 % ročního HDP, tedy téměř 153 miliard korun. Odvětví je proto velmi důležité pro ekonomiku celé země. V posledních pěti letech také jedna z pěti nově vytvořených pracovních pozic na světě byla právě v sektoru cestovního ruchu. To staví organizace cestovního ruchu do pozice dobrého partnera v podnikání ve vztahu k vládě, neboť významně napomáhají vyšší zaměstnanosti v zemi. V České republice pracovalo v tomto odvětví roku 2018 až 241 tisíc lidí, což tvořilo přibližně 4,4 % celkové zaměstnanosti ve státě.

Jak uvádí Český statistický úřad ([czso.cz](http://czso.cz), 2019), meziroční vzestup počtu turistů zaznamenávají všechny kraje, i přesto však z cestovního ruchu stále nejvíce profituje hlavní město Praha. Roku 2017 tvořila 31 % podílu celostátní zaměstnanosti a 36 % HDP v odvětví cestovního ruchu. I když odvětví cestovního ruchu tvoří významný podíl na HDP, ministerstvo financí si je vědomo skutečnosti, že v oblasti průvodcovských aktivit dochází k velkým daňovým únikům. Ministerstvo financí chce jednat spolu s odborníky z živnostenského úřadu, ministerstvem průmyslu a obchodu a ministerstvem pro místní rozvoj o častějších kontrolách turistických průvodců a o výši sankcí udílených za neplnění daňové povinnosti. Desítky průvodců totiž provádí po Praze pouze za spropitné. Propagují své služby jako bezplatné a neodvádí za ně státu daně. Často si však vydělají mnohem více než licencovaní průvodci, kteří poskytují placené služby a procento daně z příjmu státu odvádí ([idnes.cz](http://idnes.cz), 2020).

Se zvyšujícím se počtem příjíždějících zahraničních i domácích turistů, narůstá na významu odvětví cestovního ruchu pro národní hospodářství. Z výzkumů Českého statistického úřadu a WTTC vyplývá, že cestovní ruch, spolu se zahrnutím průvodcovských činností, má opravdu velký vliv na ekonomiku České republiky. Jedná se jak o nárůst HDP, tak o zvyšování příjmů do státního rozpočtu, příliv zahraničních investorů a zvyšování platební bilance. Aktivity cestovního ruchu vedou také ke snižování míry nezaměstnanosti, a tím i k menším státní výdajům na podporu občanů v nezaměstnanosti.

## **Sociokulturní faktory**

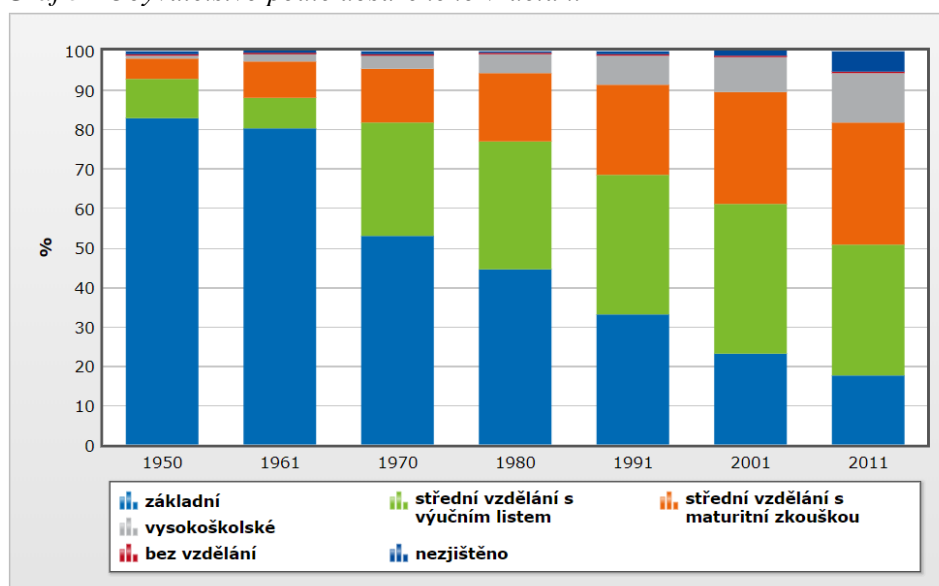
Jednou ze sociálních aspektů je stárnutí české populace. Tento fakt však vnáší do oblasti cestovního ruchu mnohé výhody i nevýhody. Jednou z výhod je, že právě starší generace občanů tvoří skupinu, která velmi často využívá služeb organizovaných zájezdů, jež zahrnují i činnosti průvodců. Dle cestovních kanceláří právě senioři představují stále větší část jejich klientů. CK Neckermann uvádí, že podíl lidí starších 55 let představuje již téměř pětinu klientů, další cestovní kanceláře, jako Fischer, Exim tours a Čedok nabízejí stále více výletů lidem staršího věku se slevou. Dostává se jim u klientů v tomto věkovém rozhraní stále vyššího zájmu. Cestovní

kanceláře se shodují na tom, že zvyšující se zájem není zapříčiněn pouze zlevněnými zájezdy a výlety, ale také tím, že se do seniorského věku začínají stále více dostávat generace, které mají již zkušenost s cestováním a jsou zvyklí žít aktivním způsobem života, také se do seniorského věku dostávají ročníky, kteří jako mladí cestovat nemohli, tak si to nyní chtějí vynahradiť (idnes.cz, 2020). Součástí zájezdu jsou i průvodcovské aktivity, kterých starší lidé rádi využívají. Zatímco mladí lidé a rodiny s dětmi velmi často preferují klidnější dovolenou u moře, starší generace chtějí navštívenou destinaci opravdu poznat a již s předstihem si zjišťují možnost výletů. Rádi objevují odlišné kultury, líbí se jim procházky městem i prohlídky historických budov. Senioři mají možnost cestovat i mimo turistickou sezónu, a tak nevědomky dopomáhají tomu, aby turističtí průvodci a cestovní kanceláře měli dostatek zakázek po celý rok. Na mimosezónní cestování je cestovní kanceláře také lákají mnoha slevovými akcemi.

Ani cestováním po České republice starší občané neopovrhují. Zájem o domácí cestování podporuje i státem dotovaný program zaměřený pro seniory. V rámci něj došlo v září 2018 k nejviditelnější změně v jízdném, při kterém starší lidé ušetří za vlakovou či autobusovou dopravu až 75 % z ceny jízdného. Snížená cena platí na všech vnitrostátních dálkových i regionálních autobusových a železničních spojích, pro integrované dopravní systémy i pro městskou hromadnou dopravu (idnes.cz, 2018). Akční jízdenky podporují cestování lidí staršího věku po České republice. Ti pak více navštěvují jak historická centra měst, tak i například přírodní památky UNESCO. Pro domácí turismus je služeb turistických průvodců také hojně využíváno, a to především pro prohlídky městských historických památek, stejně jako hradů a zámků. Právě průvodců na hradech a zámcích je v posledních letech nedostatek. Najímají se pro ně většinou jen sezónní pracovníci, které při nízké míře nezaměstnanosti je velmi obtížné najít (idnes.cz, 2019).

Dalším kladným faktorem pro rostoucí zájem o průvodcovské služby je zvyšující se úroveň vzdělanosti obyvatel.

Graf 3 - Obyvatelstvo podle dosaženého vzdělání



Zdroj: czso.cz (2020)

Jak je patrné z národního výzkumu sčítání lidu, domů a bytů, z něhož jsou výsledky znázorněny v grafu 3, podíl vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva stále narůstá. Naopak se snižuje počet obyvatel s ukončeným pouze základním vzděláním. Lidé se chtějí vzdělávat a využívají k tomu nejrůznější způsoby. Jednou z možností je navštěvování kulturně-vzdělávacích akcí či historických památek. Jsou do nich zahrnovány muzea, divadla, hrady, zámky, zříceniny. Využitím služeb průvodců si mohou projít celý objekt a k tomu se v krátkém čase dozvědět i historické souvislosti a poutavé příběhy s objektem spojené. Je to možnost, jak propojit čas strávený se svými blízkými a vzděláním.

Zvyšujícím se trendem firem je v rámci jejich benefitního programu nabízet svým zaměstnancům pět týdnů dovolené. Lidé tím získávají týden dovolené navíc oproti zákonem stanovené době. Zákoník práce uvádí, že „*výměra dovolené činí nejméně 4 týdny v kalendářním roce*“ (Zákoník práce, část devátá, § 213). Zaměstnanci tak mají větší fond volného času, než tomu bývalo v minulosti (peníze.cz, 2019). Tento čas lidé nejčastěji tráví se svými blízkými, případně ho využívají k cestování.

Negativním faktorem jsou teroristické útoky, války, infekční nemoci nebo přírodní katastrofy. Právě tyto události zapříčiňují vznik lidského strachu a v destinacích s větší hrozbou těchto události se cestovní ruch netěší přílišné oblibě. Turisté často dávají přednost místům, kde se cítí v bezpečí a mohou si tak svou dovolenou bez strachu a stresu užít. Pokud tedy dojde i v jinak klidné destinaci k nějaké neočekávané negativní události, chvíli trvá, než se do destinace turisté opět navrátí (e15.cz, 2020).

## **Technologické faktory**

Rychlý rozvoj technologií je již viditelný téměř v každém odvětví a ani u průvodcovských činností tomu není jinak. Technologie průvodcům pomáhají v marketingových aktivitách, usnadňují a zároveň urychlují jim komunikaci s klienty a mohou je využít i při svých komentovaných prohlídkách. Výhoda spočívá v možném překladu výkladu do jiného světového jazyka či jako k nadstavbový výklad. Je jen na průvodcích, jak si s technologiemi „pohrají“ a jak je využijí jako svou konkurenční výhodu.

Pro klienty jsou technologie také velmi užitečné. Využívají je k vybírání destinací, vyhledávání průvodců a ke komunikaci s nimi. Při hledání průvodců si často pročitají recenze, které průvodci získávají od svých dřívějších klientů. Lidé jim často dávají velkou váhu při rozhodování, a tak je pro průvodce velmi důležité poskytovat kvalitní služby a vytvářet si u klientů dobré jméno. Právě dle názoru druhých má průvodce možnost získat či ztratit mnoho budoucích potenciálních klientů.

Technologie jsou ale také důvodem, proč průvodci čím dál častěji přicházejí o práci. Rozvoj internetu a chytrých telefonů s sebou přinesl také chytré aplikace. V dnešní době je již velmi snadné si naplánovat cestu, vybrat si, na co se chceme jako turisté zaměřit, co během cesty vidět či navštívit, a dokonce si již i můžeme poslechnout výklad k navštíveným místům. Existuje již mnoho aplikací, které si jako turisté můžeme stáhnout do svých mobilních telefonů. Usnadní nám pohyb po městě, ukážou nám místa, které bychom určitě neměli vynechat i nám poradí, kam si můžeme dojít na chutnou kávu či výbornou večeři. Příkladem aplikace pro usnadnění

orientace ve městě může být MAPS.ME, Sygic Travel Maps, inCity; pro získání více informací o hradech a zámcích si stáhněte aplikaci Hrady a zámky České republiky, Hrady a zámky, Maxův průvodce; pro navštívení přírodních rezervací slouží aplikace Krkonoše, Jižní Morava, Outdooractive a mnoho dalších. Hodně turistů tuto cestu navštívení destinace dokonce upřednostňuje, neboť si svůj čas pak mohou lépe zorganizovat podle svých vlastních preferencí.

### **Legislativní faktory**

Legislativní faktory jsou velmi úzce spojeny s politickými faktory. Legislativní úpravy jsou stejně jako politické řízení cestovního ruchu do značné míry výsledkem rozhodování státních subjektů. Jak již bylo uvedeno u politických faktorů, průvodcovská činnost se nyní řadí mezi živnosti ohlašovací volné. Což znamená, že si živnost může založit každá fyzická osob, která splňuje všeobecné podmínky. K činnosti není vyžadována žádná odborná způsobilost. Protože je tohoto legislativního ukotvení v praxi čím dál více zneužíváno a průvodci se stávají lidé, kterým často chybí jak znalost destinace, tak i jazyková a organizační schopnost, mezi státními subjekty je stále více diskutováno o možné úpravě živnostenského zákona, podle níž by průvodci museli mít registraci od ministerstva pro místní rozvoj. Turisté by si tak sami mohli zvolit, jak kvalitního průvodce preferují. Jak bylo uvedeno v článku Mladé fronty DNES (MF DNES, 2020), senátoři navrhují ještě větší zpřísnění požadavků na průvodce, ale poslanecká sněmovna návrh odmítla. O novelizaci zákona se stále jedná, ale státní subjekty i organizace, působící v cestovním ruchu České republiky, se shodují na tom, že právní úprava je nezbytná a nemělo by se s ní již dlouho vyčkávat. Současná právní úprava platí již dvanáct let a problematika průvodcovských aktivit se od té doby neustále stupňuje.

### **Ekologické faktory**

Průvodcovská činnost by neměla mít žádný velký dopad na ekologii. Avšak planetu máme pouze jednu, a tak je nezbytné se o ni náležitě starat. Služby, které jsou poskytovány kvalifikovanými průvodci jsou navrženy často tak, aby pokud možno nijak nenarušovaly přírodu. U městských průvodců je nezbytné, aby průvodci disponovali dobrými organizačními schopnostmi a pohlídali, aby turisté chodili výhradně po chodnících nebo trasách k tomu určeným a chovali se v destinaci podle místních předpisů. Průvodci v národních parcích a přírodních rezervacích ukazují lidem zajímavosti navštívené destinace, ty nejlepší výhledy, vedou turisty po jednodušších trasách a vycházku často prokládají tajuplnými povídkami. Pokud si turisté chtějí objednat celý zájezd, a nejen službu průvodce v cílové destinaci, často mají zahrnutou i společnou dopravu na místo a zpět v ceně zájezdu (idnes.cz, 2020). Při takovýchto zájezdech mohou klienti nechat svůj dopravní prostředek zaparkovaný doma a do určité míry tak společnou dopravu ušetřit životní prostředí od množství emisí.

Pokud se podíváme na ekologické faktory a jejich působení na průvodcovskou činnost, podstatně záleží na konkrétním druhu cestovního ruchu. Pokud se jedná o druh cestovního ruchu, kdy se turista bude pohybovat převážně venku, je pro něj ekologický faktor velmi důležitý. Podle počasí, které se v dané destinaci v daném období očekává, se hovoří o sezónním či mimo sezónním období. V době mimo hlavní sezónu jsou zájezdy do destinací často výrazně

levnější než v době sezóny, kdy destinaci navštěvuje nejvíce turistů (novinky.cz, 2014). Sezónnost destinace je rozhodující především u rekreačního, sportovního a rybářského cestovního ruchu. Některé druhy sportů, stejně jako rybolov, by mimo sezónu nebyly možné realizovat.

Na zbylé druhy cestovního ruchu mají ekologické faktory významný vliv pouze v případě zasažení destinace přírodní katastrofou. Existují ale přírodní katastrofy, které téměř každoročně již zasahují určitá místa na planetě. Jako turisté bychom si měli předem přečíst bližší informace o destinaci, kterou chceme navštívit, ať do ní chceme vycestovat sami nebo si zakoupit organizovaný zájezd. Častými katastrofami, které stojí za zmínění, jsou, dle autorových zkušeností, rozsáhlé požáry v Kalifornii v USA (červen-září), požáry ve východní Austrálii (prosinec-leden), hurikány na Floridě v USA (srpen-říjen), povodně v asijských zemích (při období dešťů), vulkanická zemětřesení v Indonésii, kde se vyskytuje mnoho stále aktivních sopek (Crummerl, 2008, s. 24), zemětřesení tektonického původu v tzv. ohnivém prstenci. Jak vyznačuje Morris (2003, s. 4), tato oblast se táhne po okraji Pacifické litosférické desky, tedy od pobřeží Mexika směrem na jih a dále pak od japonského ostrova Honšú směrem k Filipínám.

## 6.2.2 Porterova analýza pěti sil

Pomocí Porterovy analýzy pěti sil bude zanalyzováno mikrookolí průvodcovských činností. Tvoří ho pět složek, z jejichž pohledu se na aktivity blíže nahlédne. Jedná se o stávající konkurenty, dodavatele, odběratele, substituty a potencionální nové konkurenty v daném odvětví cestovního ruchu.

### Stávající konkurence

Konkurenty v dnešní době jsou všichni jednotlivci, kteří vykonávají průvodcovskou činnost, ať už se jedná o průvodcovství jakéhokoli zaměření. Může se jednat o regionální průvodce (specialisty pro dané regiony), místní průvodce (průvodce národních parků a přírodních rezervací), specificky zaměřené průvodce (sportovní, horské průvodce) nebo průvodce po kulturně-historických památkách (průvodce v muzeích, divadlech, hradech, zámcích). Právě průvodci v jednotlivých kategoriích si navzájem nejvíce konkurují. Nemá smysl se zabývat konkurencí zcela jiného zaměření, spíše bychom měli sledovat svou vlastní kategorii, do které spadáme a inovace v ní.

Z důvodu novely zákona z roku 2008 není možné stanovit přesný rozsah stávající konkurence, počty průvodců se rychle mění a nejsou nikde dohledatelné. Tvoří ji kvalifikovaní průvodci, kteří jsou často členy organizací (příkladem může být Asociace průvodců České republiky), dále pak nekvalifikovaní průvodci, kteří mají založenou živnost a pracují často bez jakéhokoli členství, pouze na základě své vlastní živnosti a tzv. free průvodci, kteří poskytují průvodcovské služby, ale neprezentují se jako živnostníci, neboť vydělávají jen ze spropitného, které následně ani nedaní. Všechny tyto skupiny si jsou konkurencí, i přesto, že jejich kvalita poskytovaných služeb bývá často velmi rozdílná. Každý se však snaží mít, co nejvíce klientů a získat za své služby co nejvíce finančních prostředků. Tím, že je v současné době legislativní úprava

benevolentní a průvodcovské služby může poskytovat velké spektrum lidí, konkurence začíná být opravdu vysoká a jen malé procento lidí, se pomocí průvodcovských činností dokáže uživit.

## **Dodavatelé**

Dodavatelé představují v průvodcovské činnosti zastoupení pouze velmi malé, a tak jim nebude věnována ani v této práci velká pozornost. Průvodci s dodavateli koordinují spíše pro vedlejší činnosti svých služeb nebo jen ve výjimečných případech. Dodavatelé pomáhají s tiskem materiálů, výrobou propagačních předmětů, případně i přípravou *cataringu* v případě požadavku nadstandartních služeb. Dodavatelé však nejsou využívány pro běžnou náplň průvodcovských činností.

## **Odběratelé**

Odběrateli průvodcovských služeb jsou turisté, kteří se rozhodnout zúčastnit prohlídky či organizovaného zájezdu. Množství konkurentů v odvětví stále roste, a tak mají klienti stále vyšší rozhodovací pravomoc. V současné době turisté již nemusí rezervovat služby průvodců dlouho dopředu, mohou si v pohodlí domova vybrat, o jakou službu budou mít zájem případně odchytit svého průvodce až přímo v cílové destinaci takřka na ulici. V destinacích České republiky však působí v průvodcovských činnostech mnoho lidí, kterým zcela chybí odborná způsobilost, a tak je doporučováno si svého průvodce vyhledat již s předstihem.

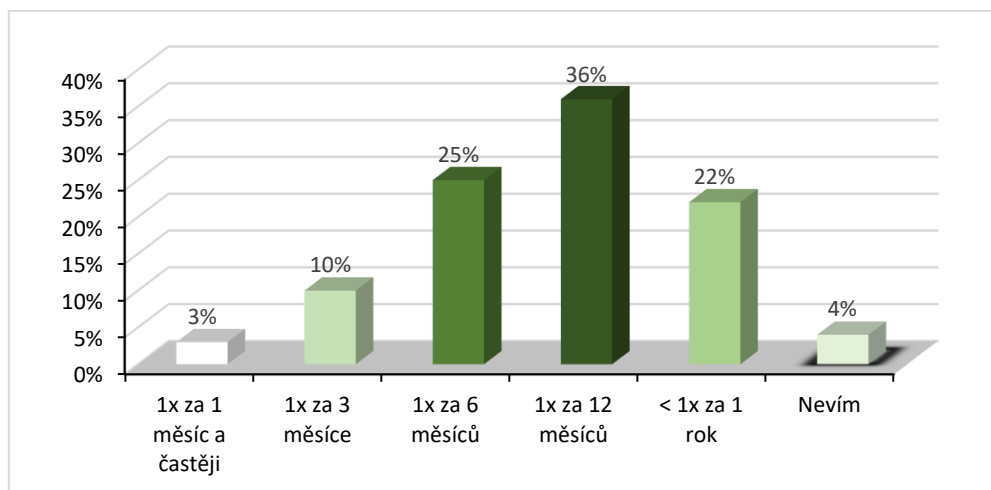
K vyhledání průvodců, poskytující kvalitní služby, mohou turisté využít informačních technologií a internetu. Právě na internetu jsou služby průvodce blíže popsány, lidé se z vytvořených webových stránek mohou dozvědět bližší informace, co všechno zahrnují služby průvodců, porovnat si ceny a prohlédnout si recenze k jednotlivým průvodcům. Až poté, co zjistí více informací, mohou se rozhodnout, kterého průvodce si nakonec pro prohlídku či zájezd vyberou. Následně pak průvodci napsat zase novou recenzi, aby budoucím cestovatelům poradili s výběrem. Informační technologie turistům v takovém případě pomohou najít průvodce podle svých představ s přihlédnutím na cenu versus kvalitu služeb.

Záleží však na každém klientovi, jaké má preference. Pokud turistovi nezáleží na kvalitě poskytovaných služeb, ale spíše na ceně, pak je možné, že když si svého průvodce předem nezarezeruje, narazí v ulicích centra města na takzvaného „free průvodce“, který nabízí své služby zcela bez oplatku. Turisté sice nemohou počítat s vysokou kvalitou služeb a průvodce očekává, že za službu i tak dostane zapláceno, avšak pak již záleží na samotných turistech, jak se jim prohlídka bude líbit a zda se rozhodnou průvodce ocenit menším spropitným za poskytnuté služby či nikoliv. Tyto služby by se sice neměli podporovat, na druhou stranu však záleží spíše na státních subjektech, jak se k této problematice postaví a zda zavedou kontroly.

Dle studie, kterou zpracovala INCOMA GfK pro ministerstvo pro místní rozvoj (csks.cz, 2010), poptávka po průvodcovských službách často roste s přibývajícím věkem. O tuto oblast cestovního ruchu má největší zájem skupina obyvatel starších šedesáti let. V této věkové skupině přibližně 22 % lidí využívá průvodcovské služby alespoň jednou za čtyři měsíce. Zbýlých 78 % dotazovaných využívá služeb méně často.



Graf 4 – Frekvence využívání služeb průvodců



Zdroj: czso.cz (2020)

Jak je z grafu 4 patrné, 74 % lidí využívá služeb průvodců alespoň jednou za rok. O služby průvodců, dle průzkumu, častěji žádají ženy než muži. Zákaznické zastoupení je vysoké, jak mezi lidmi v nižší příjmové kategorii, tak u lidí s vysokou příjmovou úrovní. Právě ti jsou obecně považováni za nejvýznamnější odběratele cestovního ruchu.

## Substituty

Potencionálními substituty průvodcovských činností jsou technologie. Již v současné době je možné průvodce technologiemi do značné míry nahradit a očekává se, že v blízké budoucnosti budou představeny ještě mnohé inovace, které by průvodce mohli nahradit úplně. Informační technologie tak představují do budoucna velkou hrozbu. Jak uvádí Seifertová (2013, s. 176), informační technologie s sebou přinášejí pro průvodcovskou činnost mnohé výhody, ale i hrozby. Výhodou informačních technologií je vyšší ekonomická i fyzická ochrana klientů, zefektivnění rozhodovacích procesů, urychlení opakujících se činností, a rychlejší výměna informací mezi subjekty. Informační technologie mohou přinášet nové metody podnikání a stávají se příležitostmi především pro menší firmy. Slabou stránkou technologií je snadné kopírování služeb od konkurence, možnost napadení systému počítačovými hackery nebo viry a následné zneužití citlivých údajů a obchodních tajemství. Starší turisté bývají k technologiím často nedůvěřiví a preferují osobní kontakt před virtuální realitou. Právě díky tomuto faktu se neočekává, že by technologie brzy plně nahradili práci turistických průvodců. Ale nejspíše ji budou stále ve zvyšující se míře doplňovat.

Samotní průvodci je dnes již ve vysoké míře využívají, jak pro komunikaci s klienty, tak také k propagaci svých služeb. Také audio průvodci se stále více využívají. Jedná se o elektronické zařízení, které může již dnes plně nahradit průvodce po kulturně-historických památkách. Nejčastěji se využívá v muzeích, galeriích, ale i zámcích a hradech. Audio průvodce předává návštěvníkům individuální výklad o navštíveném objektu, často doplněný o obrázky, videa nebo hudbu. Audio průvodce má nastavitelný jazyk a hlasitost. Návštěvníci mají často sami možnost si vybrat trasu, kterou se chtějí vydat v závislosti na délce prohlídky. Je snadný na ovládání, a tak ho dokáže ocenit široké spektrum zákazníků.

Substitutem mohou být stejně tak také mobilní aplikace. Rozdílem však je, že ty zatím ve velké míře nevyužívají průvodci pro doplnění svých služeb, ale spíše se pro ně rozhodují turisté sami jako plné nahrazení průvodcovské činnosti. Aplikace je většinou jen za malý finanční poplatek či zcela zdarma možné stáhnout. Turisté je pak mají již do několika málo sekund, případně minut přímo ve svých mobilních telefonech k dispozici. Některé aplikace fungují pouze s internetovým připojením, jiné už i v *offline* verzi. Je jen na turistech, pro kterou z možností se rozhodnou.

### **Potencionální nová konkurence**

Pravděpodobnost vstupu potencionální nové konkurence do odvětví je velká. Jak již bylo uvedeno, vstup nových průvodců na trh je velmi snadný. Od přijetí novely zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, je podmínkou založení nové živnosti pouze splnění tří všeobecných skutečností, tedy dosažení 18 let věku, být způsobilý k právním úkonům a nemít zápis v trestním rejstříku. Pokud jsme fyzickou osobou, která uvedené tři podmínky splňuje a chceme vykonávat průvodcovskou činnost, jsme povinni tuto skutečnost ohlásit na příslušném živnostenském úřadu či prostřednictvím kontaktního místa veřejné správy – v tzv. Czech point.

Získáním živnostenského oprávnění jsme oprávněni vykonávat živnost volnou, tedy i další činnosti uvedené v příloze č. 4 živnostenského zákona. Jedná se o činnosti, kde je předmětem podnikání výroba, obchod a služby, jako je například „*provozování cestovní agentury, ubytovací služby, mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů a školení, provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání výstav, veletrhů, prodejních a obdobných akcí*“ (Živnostenské podnikání, 2019). Živnost volná opravňuje fyzickou či právnickou osobu podnikat činnosti uvedené u živnosti volné, bez nutnosti prokazování odborné či jiné způsobilosti. Oprávnění k provozování živnosti vzniká, při splnění všech tří podmínek, dnem ohlášení. Živnostenský úřad následně podanou žádost zpracuje, provede zápis nové živnosti do rejstříku a do pěti dnů ode dne podání žádosti vydá žadateli výpis. Ohlášení živnosti je spojeno se správním poplatkem 500 až 1000 Kč. Záleží, zda se jedná o první vstup podnikatele do živnostenského podnikání nebo jen další ohlášení živnosti. Doklad o zaplacení poplatku se odevzdává spolu s žádostí o založení živnosti (praha1.cz, 2018).

## **6.3 Respondenti**

Ke zkoumání zkušeností s průvodcovskými činnostmi a získávání názorů na současné přístupy využívané v praxi, byly zvoleny dva okruhy respondentů. Do první skupiny patří organizace působící v oblasti cestovního ruchu v České republice a Ministerstvo pro místní rozvoj, druhou skupinou byla široká veřejnost.

### **Organizace**

První skupinou respondentů, která v rámci šetření byla analyzována, jsou zástupci tří předních českých organizací působících v cestovním ruchu. Názory a zkušenosti respondentů byly

zkoumání za pomoci rozhovorů. Jedná se o Asociaci průvodců ČR, A.T.I.C. ČR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Jednotlivé organizace byly již blíže popsány v teoretické části práce, proto jim zde nebude věnována přílišná pozornost.

### Asociace průvodců ČR

Za asociaci průvodců ČR byl pro rozhovor vybrán přímo předseda asociace. Již od roku 2016 je v čele asociace *PhDr. Stanislav Voleman* ([podnikatel.cz](http://podnikatel.cz), 2020). Stanislav Voleman působí v Asociaci průvodců ČR již řadu let, je regionálním zástupcem World Federation of Tourist Guide Association a zakladatelem cestovní kanceláře Voleman, jež je zaměřená na kongresovou a korporátní turistiku. Kromě toho se věnuje také publikační, pedagogické činnosti a je stále aktivním turistickým průvodcem ([grada.cz](http://grada.cz), 2020).

### A.T.I.C. ČR

A.T.I.C. ČR je profesní sdružení, které funguje již od roku 1997. Za asociaci, hájící zájmy turistických informačních center, byl v rámci třetího rozhovoru vyzpovídan prezident asociace – *Pavel Hlaváč*. Pavel Hlaváč zastupuje v asociaci kromě prezidentské funkce také funkci radního pro Středočeský kraj a zároveň je i jednatelem firmy PRUH POLABÍ, s.r.o. a ředitelem Zlatý pruh Polabí, o.p.s. V prezidentské funkci působí již od října roku 2016 a do rady asociace byl zvolen na dvouleté období. Členové rady zastupují jednotlivé kraje České republiky, zasedají desetkrát ročně a rozhodují o otázkách přijetí členů, zrušení členství a udělení členského listu ([linkedin.com](http://linkedin.com), 2020).

### Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Ministerstvo pro místní rozvoj představuje orgán státní správy, který koordinuje všechny subjekty cestovního ruchu České republiky. Jeho cílem je, za pomoci legislativních nástrojů, vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Pro výzkumné šetření byla vybrána pracovnice Odboru cestovního ruchu – *Ing. Daniela Trnková*.

## **Veřejnost**

Veřejnost je druhou skupinou respondentů, která byla zahrnuta do výzkumného šetření. Ta představuje odběratele průvodcovských služeb neboli zákazníky. Jedná se o turisty, kteří se rozhodnou podívat na jimi vybrané neznámé místo a najmou si průvodce, který je destinací provede a seznámí. S touto skupinou respondentů bylo provedeno dotazníkové šetření, kterého se mohly účastnit různé věkové kategorie. I když jsem si vědoma současného trendu, kdy s přibývajícím věkem se často zvyšuje ochota využití průvodcovských služeb, věkové skupiny budou porovnávány společně. Také názory a zkušenosti mezi muži a ženami se mohou v mnoha ohledech odlišovat. Avšak zastávám názor, že pohlaví výsledky z šetření příliš neovlivní, a tak i tyto dvě skupiny zůstanou pro porovnávání spojeny.

Skupiny respondentů, které ale bylo nezbytné od sebe důsledně oddělit, jsou čeští a zahraniční turisté. Čeští turisté využívají českých průvodcovských služeb především za účelem prohlídky kulturně-historických objektů, zatímco turisté ze zahraničí využívají služeb ve vysoké míře i v centrech měst a v přírodních rezervacích a národních parcích. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaký je názor a zkušenosti českých turistů se službami průvodců a jak na naši zemi a české průvodce nahlízejí zahraniční klienti. Také na základě recenzí samotných turistů porovnat kvalitu poskytovaných služeb v České republice oproti ostatním evropským i světovým destinacím. Pro účel rozdělení respondentů do dvou skupin, byl dotazník uveřejněn ve dvojjazyčném provedení – v české i anglické verzi.

## 7 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

Tato kapitola shrnuje výsledky z provedených výzkumných šetření. Jednalo se o dotazníkový průzkum veřejnosti a rozhovory se zástupci organizací. Výsledky z šetření jsou doplněny o grafy pro lepší čtenářovu představu a orientaci v textu. Celé znění otázek je uvedeno v příloze práce.

### 7.1 Vyhodnocení rozhovoru s předními členy organizací

V květnu 2020 proběhli v rámci výzkumného šetření tři rozhovory s předními členy českých organizací. Jednalo se o organizace, které se specializují na cestovní ruch v České republice a mají významný vliv na rozhodování o legislativních otázkách týkajících se průvodcovských činností. Je jí Asociace průvodců ČR, A.T.I.C. ČR a v neposlední řadě Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Pro třetí rozhovor byla nejprve vybrána agentury CzechTourism, zástupci agentury ale z časových důvodů rozhovor odmítli. Sekretariát agentury CzechTourism navrhl, aby se pro výzkum oslovilo přímo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Sekretariát ministerstva pro rozhovor vybral kolegyni, která se otázkou průvodcovských činností zabývá a rozhovor tak byl nakonec veden se zástupcem Ministerstva pro místní rozvoj ČR.

Pro *první rozhovor* byl vybrán předseda Asociace průvodců ČR pan Stanislav Voleman. Na úvod mu byla stručně představena diplomová práce, její zaměření a stanovený cíl, kterého by autor práce chtěl dosáhnout, univerzita a studijní obor, pro které bylo téma regulace průvodcovských činností vybráno. Po krátkém úvodu se již přešlo ke diskuzi o problematice průvodcovských aktivit v České republice.

#### **Pane předsedo, sdělil byste mi, prosím, kolik má Vaše asociace momentálně členů a kolik působí průvodců v rámci celé České republiky?**

V naší asociaci existuje více druhů členství. Máme jak řádné, tak přidružené členy a partnery. Řádní členové tvoří přibližně 400 průvodců. K našim členům však dále započítáváme i 4 000 průvodců v rámci přidružených organizací.

Kolik průvodců existuje v celé České republice není možné určit. Současně nastavený systém neumožňuje evidovat přesný počet průvodců. Ministerstvo průmyslu a obchodu v živnostenském rejstříku eviduje pouze počty vázaných živností. U volných živností mají poznamenáno, že jich je přibližně milion. Nikdo však jejich přesný počet nezná.

Tento problém následně vede i k problému dalšího profesního vzdělávání a rozvoje. Vzdělávací organizace mohou jen stěží vědět, na jakou oblast se při vzdělávání zaměřit. Všechny průvodcovské aktivity byly v České republice koncepčně neřízené, a nedává to tak možnost dalšího rozvoje a plánování cestovního ruchu.

#### **Podmínkou přidělení členství ve Vaší asociaci je předložení potvrzení o odborné kvalifikaci. Vzděláváte ještě dále své členy?**

Co se týká vzdělávání, jak jste již uvedla, podmínkou pro vstup do organizace a přidělení členství, je doložení potvrzení o odborné kvalifikace. Existuje několik způsobů, jak lze odbornou

kvalifikaci získat. Prvním způsobem je profesní kvalifikace, kterou mohou průvodci získat kurzem a následně ověřenou zkouškou. Druhým způsobem kvalifikace je získání kvalifikace v zahraničí, jež je uznávána na základě evropské směrnice i v České republice.

**Jak zajišťujete kvalitu služeb poskytovaných členy Vaší asociace? Máte zavedené pravidelné kontroly?**

Kontroly průvodcovských činností neprovádíme, ale v rámci zkvalitňování služeb máme v asociaci stanovený systém dobrovolné certifikace, který se týká dodržování etického kodexu a možnosti celoživotního vzdělávání.

**Jaký je Váš názor na současnou legislativu? Jakým způsobem máte možnost se jako asociace podílet na legislativních úpravách? Jak by měla vypadat legislativní úprava, kterou byste Vy osobně rád viděl v budoucnu?**

V připomínkách, které jsme k legislativě dávali, jsme stáli prvotně za názorem, aby byla živnost vázána na odbornou způsobilost. Protože to se v České republice bohužel nedá prosadit, a vysvětluje se to tím, že to bylo závazkem České republiky před vstupem do Evropské unie, že se náš trh bude liberalizovat, živnost nemůže být vázána na odbornou kvalifikaci.

**Souhlasíte s tím, aby zůstala průvodcovská činnost v živnostech volných?**

Do novely zákona jsme jako organizace velmi aktivně vstupovali a naše názory se dobře odrážejí v důvodových zprávách zveřejněných na webových stránkách poslanecké sněmovny a na webových stránkách Senátu ČR.

**Byl v poslední době nějaký návrh, který jste předložili státním institucím, ale nakonec byl zamítnut?**

Naše asociace se velmi aktivně zúčastnila celého rozhodovacího procesu. Byli jsme zúčastněni na každém jednání.

**Jaké jsou dle Vás hlavní problémy, jež v současnosti tkví v průvodcovských činnostech?**

Jde o celý komplex problémů. Nejprve se řešila pouze špatná kvalita poskytovaných průvodcovských služeb. To, že průvodci předávají turistům zavádějící až lživé informace. My jsme si ale vědomi toho, že se zde ukrývají i další problémy.

Prvním problémem je velká hospodářská soutěž. Je obtížné soutěžit jako průvodce, který splňuje veškeré legislativní povinnosti s někým, kdo je neplní. Řádní průvodci kvůli tomu stojí v konkurenční nevýhodě. Asociace se snaží dosáhnout lepší rovnováhy a spravedlnosti na trhu mezi poskytovateli těchto služeb. Současný velmi liberální přístup totiž umožňuje, aby službu poskytoval téměř kdokoli.

Druhým problémem je, že průvodcovská činnost je věcí nevynutitelnou. To znamená, že kontrolní systém není efektivní. Když cizinec úředníkům bude tvrdit, že v České republice nesídlí, je pro kontrolní orgány nemožné danou fyzickou či právní osobu dohledat. Jedná se tedy o následně nepostížitelné a nevymahatelné záležitosti.

Třetím problémem je, že průvodcovské činnosti kvůli špatné kvalitě poskytovaných služeb převážně nekvalifikovanými průvodci vrhají špatné jméno na všechny průvodce a poškozují tak jejich dobré jméno. Naši členové se vstupem do Asociace průvodců ČR zavázali, že nebudou vést skupiny s více než 25 turisty. Je to totiž jak na úkor kvality, tak to má i negativní dopad na

přetíženost destinací. Místní obyvatelé pak začínají mít hluboké výhrady k celému cestovnímu ruchu. Tento problém je nejvíce znatelný v městech s vysokým podílem turistiky, jako je Praha či Český Krumlov. Jsme si vědomi toho, že neřešená situace je dlouhodobě neudržitelná. Snažíme se proto, aby obyvatelé i průvodci porozuměli dopadům cestovního ruchu.

### **Jakým způsobem Vás jako asociaci podporuje stát?**

Jako každý jiný spolek nebo asociace v cestovním ruchu, i my spolupracujeme s naším rezortním ministerstvem a s příspěvkovou agenturou CzechTourism. Naším hlavním příjmem jsou však členské příspěvky od našich členů. Příspěvek od státu dostáváme pouze marketingovou formou. Státní agentura CzechTourism, stejně tak jako další restaurace a obchody, si například objedná inzerce do Katalogu průvodců, který každoročně vydáváme. Každému spolku a organizaci stát ale přispívá alespoň formou daňové úpravy. Z členských příspěvků, které pravidelně dostáváme od svých členů, již nemusíme odvádět peníze státu.

### **Již nyní spolupracujete s mnoha dalšími organizacemi. Víte o některé, s kterou ještě nespolupracujete, ale rádi byste s ní v budoucnu navázali spolupráci?**

Ne. Obsahem činností naší asociace je spolupráce s organizacemi v zahraničí, s evropskými i světovými, ale také organizacemi v České republice. Spolu s našimi partnery jsme zaštiťováni Fórem cestovního ruchu České republiky, kterého jsme členem. Po delší dobu jsme měli uzavřené členství i se Svazem obchodu a cestovního ruchu. Nejsme státním orgánem, tudíž nemáme placený sekretariát a všichni svou aktivitu vykonávají na dobrovolné bázi. Nemáme proto dostatečné kapacity k dalšímu rozvoji našich činností.

### **Jak se podílíte na rozvoji služeb v rámci cestovního ruchu obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tom využíváte?**

Prostřednictvím našich regionálních organizací se snažíme v krajích, kde je cestovní ruch hodně rozvinutý, podílet na jejich činnosti. Máme velmi dobrou spolupráci v Pardubickém kraji, v kraji Jihočeském a Jihomoravském i v Praze. Nyní zde máme materiál hlavního města Prahy, které připravuje obnovení cestovního ruchu po „koronavirové krizi“. Naše asociace dostala možnost k materiálu připsat připomínky. Snažíme se tedy, aby se do balíčku dostali i nabídky průvodcovských služeb.

K podpoře rozvoje průvodcovských činností využíváme dvou základních nástrojů. Je jimi Katalog průvodců, který každoročně vydáváme. Katalogy distribuujeme do cestovních kanceláří a na veletrhy cestovního ruchu v České republice i do zahraničí. Je v něm nabídka jazykových i odborných znalostí průvodců. Druhým nástrojem je organizování tzv. burzy, kdy se na nás obrací cestovní kanceláře s poptávkou po konkrétních průvodcovských službách. Nabídku našim členům bezplatně zveřejníme a kdo o ni má zájem, sám nás kontaktuje.

### **Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice? Myslíte, že plánovaný systém dvoustupňových karet by mohl problematiku vyřešit?**

Legislativní úprava vstoupí v účinnost 1. 1. 2021, tudíž zatím nevíme, jaký bude mít tento systém dopad. Každopádně asociace stála proti zavedení dvoustupňových karet.

*Druhý rozhovor* byl veden s prezidentem A.T.I.C. ČR panem Pavlem Hlaváčem. Po úvodních slovech se rovnou přešlo k rozhovoru o průvodcovství v České republice.

**Pane prezidente, mohl byste nám, prosím, sdělit, kolik má Vaše sdružení momentálně členů?**

Asociace turistických informačních center České republiky má přibližně 350 až 400 členů.

**Jakým způsobem vzděláváte své členy? Je vzdělávání pro všechny členy asociace povinné či dobrovolné? Jak často pořádáte vzdělávací akce?**

Každý radní za svůj kraj má určitý rozpočet a poptává živnostníky, které školení by preferovali. Podle výsledků z hlasování se zvolí konkrétní zaměření kurzu. Školení probíhají jednou za rok v každém jednotlivém kraji. Pro všechny členy asociace jsou tato školení povinná.

**Jak zajišťujete kvalitu služeb poskytovaných členy Vašeho sdružení? Je kontrola jednou za dva roky dostačující? Je prováděna vždy jako „Mystery Shopping“ organizací Czech Tourism nebo používáte i jiné způsoby kontroly?**

Naše sdružení provádí dva druhy kontrol. K jednomu dochází dle radního v rámci certifikace a druhá kontrola je prováděna jako „Mystery Shopping“ agenturou Czech Tourism, který probíhá, jak jste již uvedla, jednou za dva roky. Myslíme, že je tento systém kontrol dostačující a zatím v něm neplánujeme provést žádné změny.

**Jaký je Váš názor na současnou legislativu? Jakým způsobem máte možnost se jako asociace podílet na legislativních úpravách? Byl v poslední době nějaký návrh, který jste předložili státním či nestátním institucím, ale nakonec byl zamítnut?**

Návrhy na úpravu legislativy předkládáme již mnoho let, ale bohužel dosud nebyly schváleny. Jediným návrhem, který byl v posledních letech akceptován je, že byly Ministerstvem práce a sociálních věcí do katalogu prací zařazeny dvě nové profese. Jedná se o pracovníka informačního centra a vedoucího pracovníka informačního centra. Do budoucna bychom rádi prosadili návrh na DPH 10 %, zařazení turistických informačních center do veřejné služby a zákon o cestovním ruchu.

**Jakým způsobem Vás jako sdružení podporuje stát?**

Asociace státem podporována není.

**Již nyní spolupracujete s mnoha organizacemi. Víte o některé, s kterou ještě nespolupracujete, ale rádi byste s ní v budoucnu navázali spolupráci?**

V rámci profesních sdružení v České republice spolupracujeme již se všemi. Jen v rámci V4 bychom měli rádi nějaké seskupení v rámci informačních center, ale to je v blízké budoucnosti zatím v nedohlednu.

**Jak se podílíte na rozvoji služeb v rámci cestovního ruchu obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tomu využíváte**

Na rozvoji obcí se podílíme stoprocentně, protože většina informačních center je dotováno rozpočtem obcí a měst. U rozvoje krajů je to různorodé, některé kraje poskytnou dotaci, jiné vyčkávají.



Nástroji, které v rámci rozvoje využíváme, jsou nejčastěji naše informační centra. Živnostníci dále využívají sociálních sítí, webových stránek a veškerých propagačních materiálů k propagaci svého centra.

**Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice? Myslíte, že plánovaný systém karet je dobrým řešením?**

Já osobně jsem pro novelizaci zákona na živnost vázanou. Také v rámci návrhů naší asociace jsme prosazovali, aby průvodcovské činnosti spadali do vázané živnosti. Na plánovaný dvoustupeňový systém karet nahlížíme nedůvěřivě a nejraději bychom ho nezaváděli. Lidé si zaplatí 1000 Kč, aby obdrželi kartu, ale žádný problém se tím reálně nevyřeší.

**Jak si myslíte, že by mohli být průvodci kontrolováni?**

Měli by být zastavováni při své činnosti na ulicích a podrobeni náhodným kontrolám (prokázat se svým průvodcovským odznakem). Takovéto kontroly sice neprokáží reálné znalosti destinace a schopnosti průvodců, ale alespoň by bylo evidováno, kteří průvodci na českém trhu působí.

Pro *třetí rozhovor* byla vybrána pracovnice odboru cestovního ruchu Ministerstva pro místní rozvoj ČR paní Daniela Trnková. Rozhovoru předcházelo krátké představení.

**Paní inženýrko, sdělila byste mi, prosím, kolik osob se na ministerstvu specializuje na cestovní ruch? Má někdo obor zaměření přímo jen na průvodcovskou činnost?**

Odbor cestovního ruchu má v současnosti dvě oddělení. Jedno oddělení se zabývá koncesí na provozování cestovních kanceláří, druhým oddělením je strategické oddělení, jehož část se specializuje na mezinárodní smlouvy v cestovním ruchu. Odbor cestovního ruchu má celkem 15 pracovníků. Naše oddělení, oddělení právních předpisů a koncesí v cestovním ruchu, má v rámci organizační struktury jednoho vedoucího a čtyři pracovníky. Na práci společně spolupracujeme, nikdo z nás není specializován pouze na průvodcovskou činnost.

**Eviduje Ministerstvo pro místní rozvoj přesný počet průvodců v České republice?**

Přesný počet průvodců v České republice není evidován. Průvodcovská činnost nyní patří mezi živnosti volné, společně s předmětem činnosti na provozování cestovní agentury. My tedy bohužel nemáme přesné údaje o tom, kdo provozuje jen průvodcovskou činnost nebo naopak pouze cestovní agenturu. Počty těchto dvou oborů činností nejsou rozděleny.

**Organizujete odborná školení či jiné vzdělávací akce pro lidi pracující v cestovním ruchu?**

Pravidelná školení pro průvodce jako ministerstvo nepořádáme, ale jsme pravidelně zvaní k jednáním a na sněmy Asociace průvodců ČR, kde ministerstvo pro místní rozvoj přednáší své příspěvky a odpovídá na odborné dotazy týkající se průvodcovské činnosti.

**Jak je podle Vás zajištěna kvalita služeb poskytovaných průvodci? Kdo by měl za kvalitu ručit a kdo by měl práci průvodců kontrolovat?**

Roku 2008 došlo k novelizaci zákona, kdy se z živnosti vázané přešlo na živnost volnou, jak je uvedeno i v zákoně o živnostenském podnikání. Kontrola činností je proto poměrně obtížná, ale měly by je provádět živnostenské úřady.

**Od ledna 2021 je pro průvodce v cestovním ruchu plánováno zavedení dvoustupňového systému karet. Je do budoucna plánována nějaká další změna případně legislativní úprava, která by měla dopad na průvodcovskou činnost v ČR? Existují nějaké návrhy, o kterých se v současnosti ještě jedná?**

Ministerstvo pro místní rozvoj ve spolupráci s Magistrátem hlavního města Prahy připravilo Sněmovní tisk 247, kde je průvodcovská činnost regulována. Budou zavedeny dvoustupňové průkazy, které bude průvodcům vydávat Ministerstvo pro místní rozvoj. Průkaz prvního a druhého stupně by od sebe měl být barevně odlišen. Průvodci s odbornou kvalifikací budou držiteli průkazu druhého stupně. Průkaz prvního stupně nebude vyžadovat splnění žádných kvalifikačních předpokladů. Pro získání průkazu prvního stupně je nezbytné mít pouze založenou živnost v daném oboru činnosti. Průvodce druhého stupně musí splňovat předepsanou kvalifikaci.

Od úpravy regulace průvodcovské činnosti se očekává, že tím bude posílena kvalita poskytování služeb. Zákazník si bude moci vybrat, pro jakého průvodce se rozhodne, zda preferuje kvalifikovaného průvodce či průvodce s nižším odborným vzděláním. Dopad bude znatelný na poskytování průvodcovských služeb. Mělo by to pokrýt také neoprávněné podnikání. Průvodci budou muset nosit průkazy na viditelném místě. Když by přišla kontrola, okamžitě bude vidět, zda průvodce má průkaz či nemá, případně bude mít povinnost průkaz na vyžádání ke kontrole předložit. Za kontroly budou zodpovídat jednotlivé živnostenské úřady, které budou na místě kontrolovat činnost průvodců.

Jak je uvedeno i v důvodové zprávě, při úpravě regulace průvodcovských činností se bral ohled také na porovnání regulace v jednotlivých zemích Evropské unie. Předkladatelem regulace byl magistrát hlavního města Prahy. Ministerstvo s nimi konzultovalo některé části a k některým se vyjadřovalo. Původním návrhem magistrátu bylo, aby se dostala průvodcovská živnost opět do živností vázaných, ale během legislativního procesu, vlivem politického spektra a vnějších vlivů nebylo možné tuto podmínku splnit a změnu přijmou, a tak zůstala průvodcovská činnost mezi živnostmi volnými, ale došlo k právním úpravě. Byl napsán pozměňovací návrh, který bude rozdělovat průvodce – držitele průkazů prvního a druhého stupně. Magistrát hlavního města Prahy navrhoval, aby vznik živnostenského oprávnění byl vázán na střední vzdělání v oboru historie či cestovního ruchu, vyšší odborné nebo vysokoškolské vzdělání. Případně, že by průvodci, dle zákona č. 179/2006 Sb., o uznávání výsledků dalšího vzdělávání, ve znění pozdějších předpisů, absolvovali příslušnou odbornou kvalifikaci či rekvalifikaci pro průvodcovskou činnost.

**Jak podporujete rozvoj služeb cestovního ruchu v rámci obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tom využíváte?**

Jedním z nástrojů, které pro rozvoj cestovního ruchu v České republice používáme, jsou strategické dokumenty. Patří mezi ně Konceptce státní politiky cestovního ruchu, Akční plán ke Konceptci státní politiky cestovního ruchu. Konceptce se stanovuje na delší časové období (na cca 6 let), akční plán se pak stanovuje na dvouleté období. Tyto strategické dokumenty se zabývají i problematikou průvodcovských služeb a její regulací.

**Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice?**

S problémy průvodcovských aktivit se na nás obracují profesní organizace. Ministerstvo se vybranými problémy následně zabývá a jednotlivé předložené návrhy se snaží zapracovat do jednotlivých dokumentů.

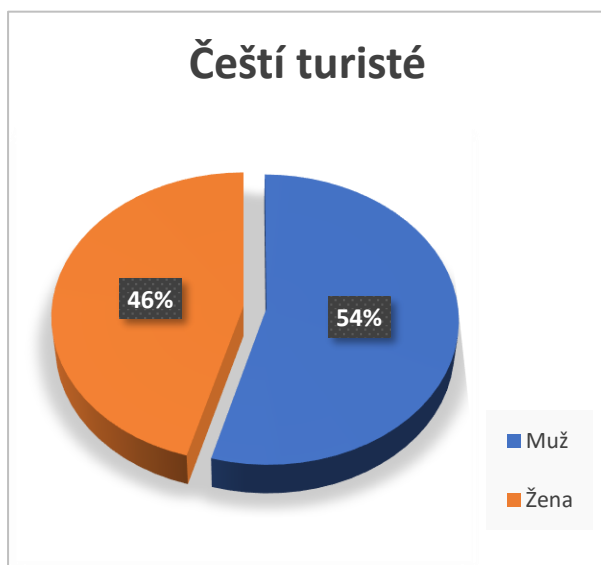
## 7.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření probíhalo v období od dubna do května 2020 formou písemného dotazování. Napříč veřejností se šetření zúčastnilo celkem 190 respondentů. Jednalo se o 90 českých a 100 zahraničních zástupců. Otázky byly sestaveny tak, abychom se nejprve seznámili s respondentem, zjistili, jaké jsou jeho cestovatelské zkušenosti, jak nahlíží na činnosti českých turistických průvodců a v neposlední řadě, jaké má od průvodců očekávání a jak by rád viděl jejich činnost v budoucnu.

Dotazník obsahoval 11 otázek v české verzi a 12 otázek ve verzi anglické. Otázky byly stanovené tak, aby bylo možné, co v nejkratším čase, od respondenta získat co nejvíce informací. Jeho vyplňování je odhadováno na 2-4 minuty. Záleží, kolik má respondent zkušeností s průvodci. Byly zvoleny převážně uzavřené otázky pro snadnější a přesnější porovnání výsledků. Jen uzavřené otázky však zvolit nešlo, vzhledem k povaze dotazníku, a tak bylo respondentům kladeno osm uzavřených a tři otevřené otázky (čtyři otevřené v dotazníku pro zahraniční turisty). Celé znění otázek a možných odpovědí je dostupné v příloze D a E.

První dvě otázky měly za cíl přiblížit, jaké skupiny respondentů byly pro dotazníkové šetření vybrány. **První otázka** se dotazovala na pohlaví respondentů a **druhá** na jejich věk. Pro průzkum není nezbytné znát přesný věk respondentů, ale pro lepší představu a interpretaci výsledků je důležité vědět alespoň věkovou skupinu, do které respondenti zapadají. Výsledky jsou rozčleněny dle odpovědí českých a zahraničních turistů.

Graf 5 – Jakého jste pohlaví?



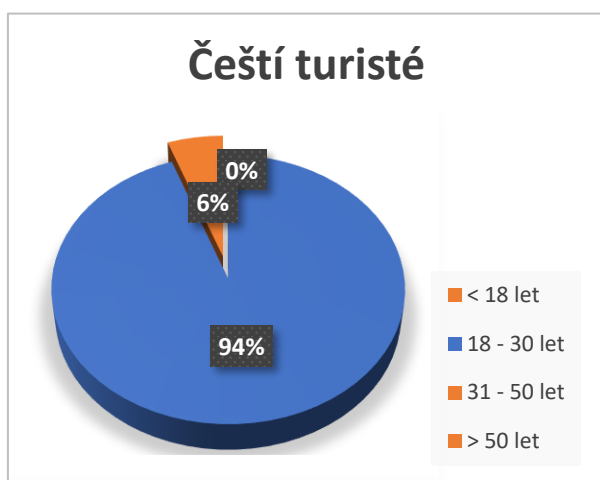
Zdroj: vlastní šetření

Graf 6 – What gender are you?



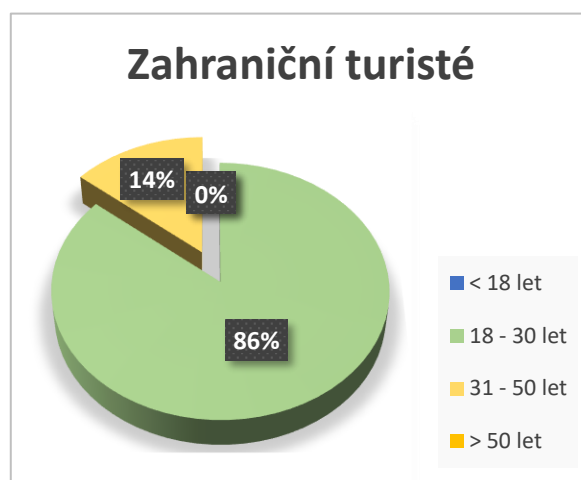
Zdroj: vlastní šetření

Graf 7 - Jaký je Váš věk?



Zdroj: vlastní šetření

Graf 8 - How old are you?



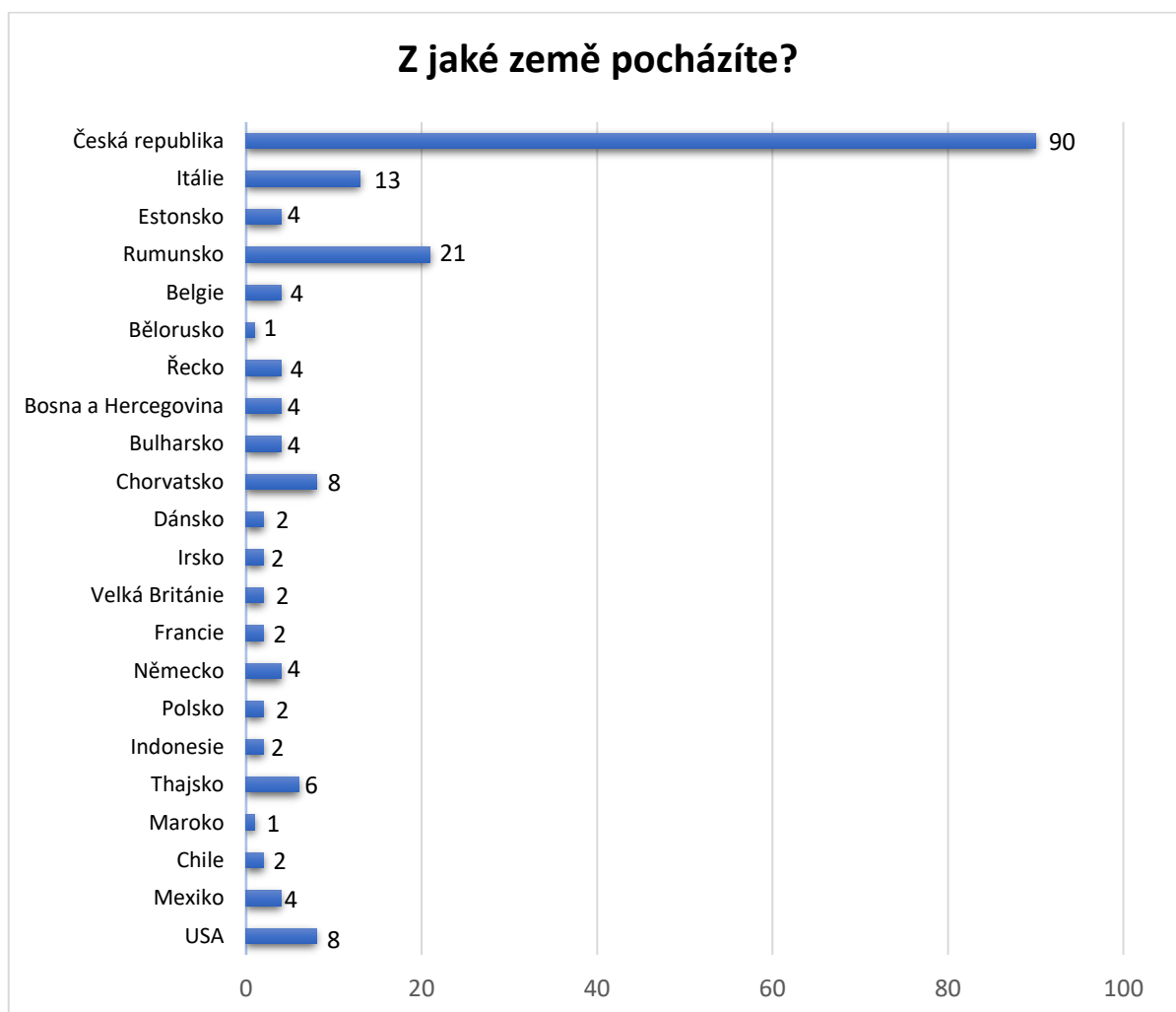
Zdroj: vlastní šetření

Jak je znázorněno v grafu 5, *čeští turisté*, kteří se dotazníkové šetření zúčastnili, byli z 54 % muži a 46 % ženy. Jejich věkovou skupinou je v naprosté většině dotazovaných skupina 18-30 let. Do této skupiny patří až 85 dotazovaných osob, které společně tvoří 94 %. Pouhých pěti respondentům je 31-50 let a zbylým věkovým kategoriím zde zastoupení zcela chybí – viz graf 7.

Výsledky dotazování zahraničních turistů jsou vedeny v grafech 6 a 8. *Zahraniční turisté* byli v zastoupení 68 mužů a 32 žen. Z celkového počtu 100 respondentů je 86 respondentům, tedy 86 % dotazovaných, 18-30 let, ve věkové skupině 31-50 bylo zastoupeno 14 respondentů a žádné zastoupení nebylo ve věku nižším 18 let, ani ve věku starším 50 let. Z výsledků můžeme říci, že byl zkoumán vzorek respondentů pouze od 18 do 50 let věku, s tím, že převážná část respondentů byla spíše nižšího věku.

**Následující otázka** byla určena pouze zahraničním turistům. Dotazovala se jich, z jaké pochází země. Výsledky odpovědí jsou znázorněny v grafu 9.

Graf 9 - Z jaké země pocházíte? (Where are you from?)



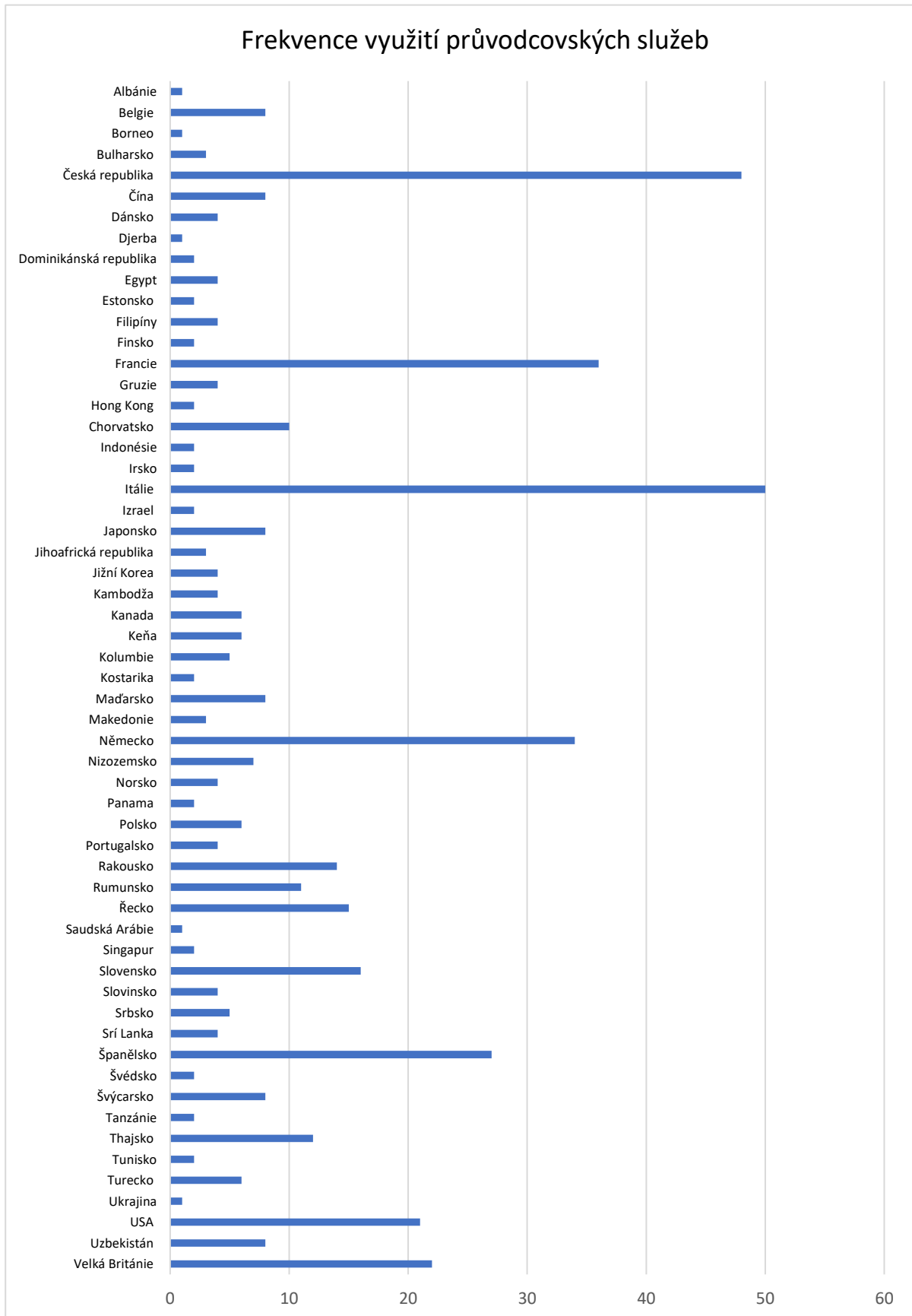
Zdroj: vlastní šetření

Z grafu je patrné, že se do dotazníkového šetření zapojil poměrně rozsáhlý vzorek respondentů. Ze zahraničních turistů bylo největší zastoupení z Rumunska (21 osob), dále z Itálie (13 osob), USA a Chorvatska (po 8 lidech).

**Otázka třetí** se týká cestovatelských zkušeností respondentů. Dotazuje se jich, v kterých zemích se již setkali s průvodcovskými činnostmi. Údaje znázorněné v grafu 10 jsou již výsledkem odpovědí domácích i zahraničních turistů.

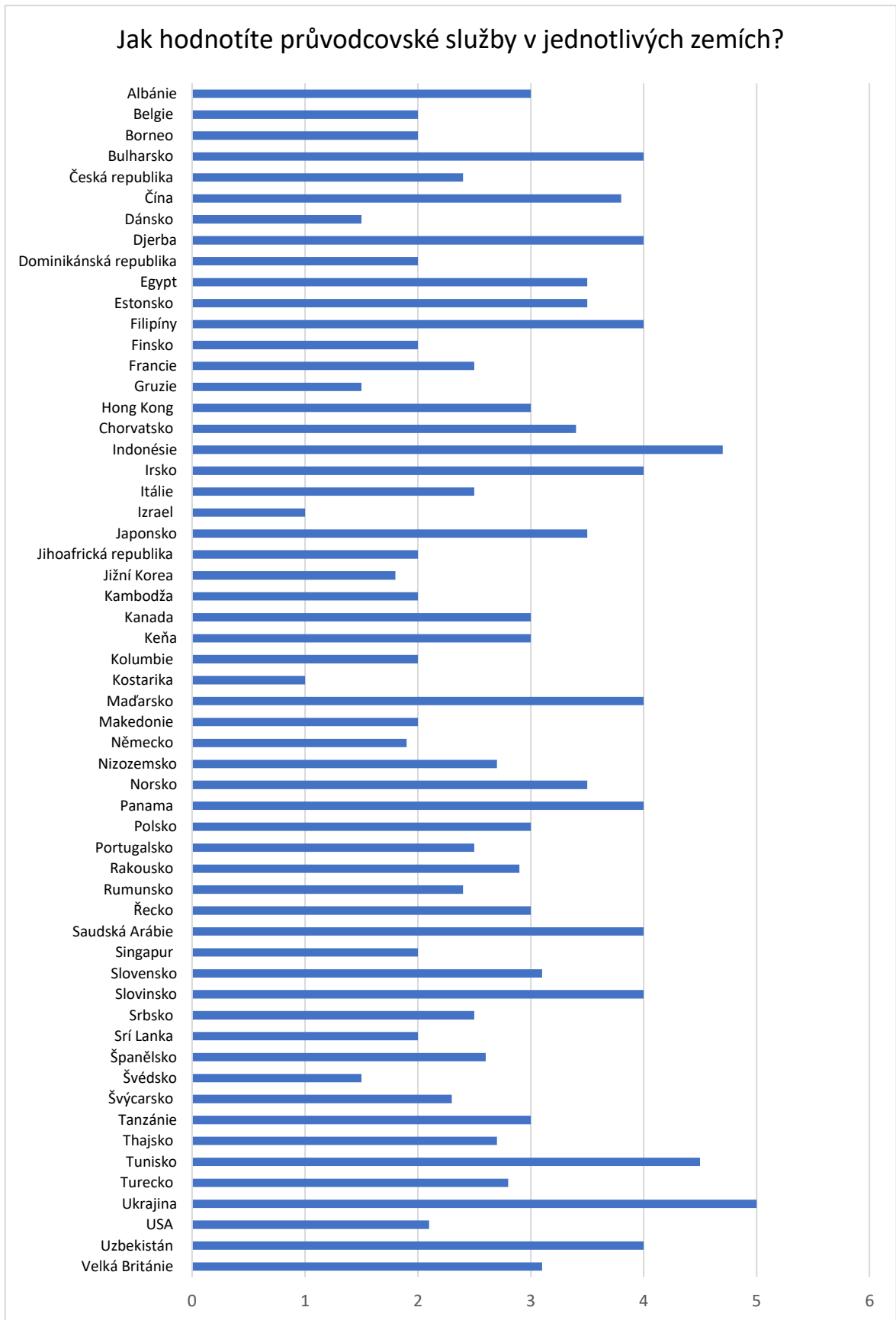
Nejvíce turistů zavítalo do Itálie (až 50 dotázaných). Jen o 2 turisty méně se setkalo s průvodcovskými činnostmi v České republice (48 dotázaných). Nesmíme však zapomínat na fakt, že bylo osloveno 90 českých turistů v poměru ke 100 zahraničním. Pozitivní stránkou však zůstává, že až 78 z 90 českých turistů má s činností českých průvodců již zkušenost. Dále měli respondenti nejvíce zkušeností s průvodci ve Francii, Německu, Španělsku, Velké Británii a v USA.

Graf 10 - V jakých zemích jste využil/a průvodcovských služeb?



Zdroj: vlastní šetření

Graf11 - Jak hodnotíte průvodcovské služby v jednotlivých zemích?



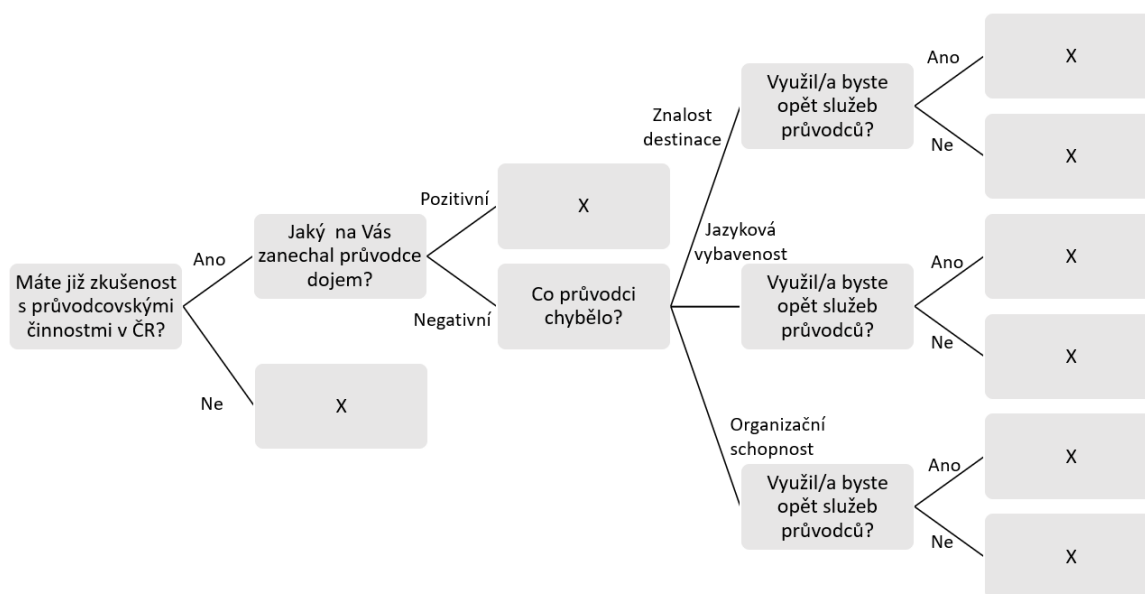
Zdroj: vlastní šetření

**Čtvrtá otázka**, viz graf 11, zněla: „Jak hodnotíte průvodcovské služby v jednotlivých zemích?“. Hodnocení odpovědí bylo stanoveno dle školní bodové stupnice od 1 do 5. Kde „1“ znamená nejvyšší kvalitu poskytovaných služeb a „5“ naopak nejnižší kvalitu. Země jsou vypsány v abecedním pořadí.

Nejlépe hodnocení průvodci jsou z Kostariky a Izraele (ti dostali hodnocení 1,0), jen o něco horší hodnocení mají průvodci ze Švédska, Gruzie a Dánska (známka 1,5), následuje Jižní Korea (s 1,8) a Německo (s 1,9). Více zemí již má známku 2,0. Je mezi nimi Belgie, Borneo, Dominikánská republika, Finsko, Jihoafrická republika, Kambodža, Kolumbie, Makedonie, Srí Lanka a Singapur. Naopak s nejhorším hodnocením průvodců se setkáváme na Ukrajině (hodnocení 5,0), v Indonésii (4,7) a v Tunisku (4,5). Česká republika dopadla s průměrným výsledkem (známkou 2,4). Pozitivněji na její průvodcovské služby nahlízejí čeští turisté než turisté zahraniční. Čeští turisté jim dali průměrně známku 2,2, zatímco zahraniční turisté 2,7. Dosud s žádnými průvodcovskými činnostmi nemají zkušenost pouze 2 % českých turistů a 8 % zahraničních.

Následující tři otázky, tedy **otázka pátá až otázka sedmá**, se odvíjely od stromového diagramu znázorněném v grafu 12. Kmenovou otázkou pro ně bylo, zda respondenti již v minulosti využili služeb průvodců v České republice. Pokud jejich odpověď bylo, že využili, pokračovali k následující otázce. Jestli-že služeb nevyužili, tři otázky v dotazníkovém šetření přeskočili a mohli rovnou pokračovat v otázce osmé. Druhá otázka stromového diagramu zněla: „Jaký na Vás zanechal průvodce dojem?“. Respondenti, na které působil průvodce převážně pozitivním dojmem, ve stromové diagramu už dále také nepokračovali. Turisté, kteří měli z průvodců špatný dojem, pokračovali k otázce třetí, která byla zaměřená na nedostatky průvodců. Tázala se respondentů, co podle nich průvodcům chybělo. Ti měli na výběr tři typy odpovědí. Dle první odpovědi průvodci neměli dostatečnou znalost destinace, druhá říká, že průvodcům chyběla dobrá jazyková vybavenost a třetí se zaměřuje na organizační schopnosti průvodců. Poslední otázkou, dle grafu, bylo, jestli by respondenti jako turisté využili služeb takových průvodců znovu. Odpověďet bylo možné pouze „ano, využili“ či „ne, nevyužili“.

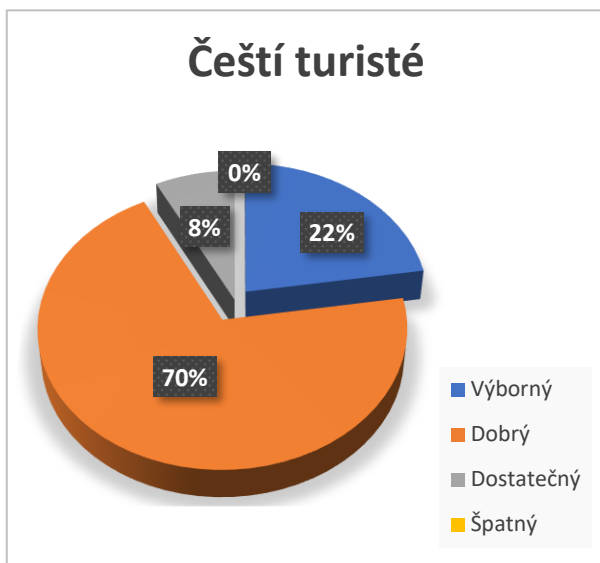
Graf 12 - Stromový diagram



Zdroj: autor práce

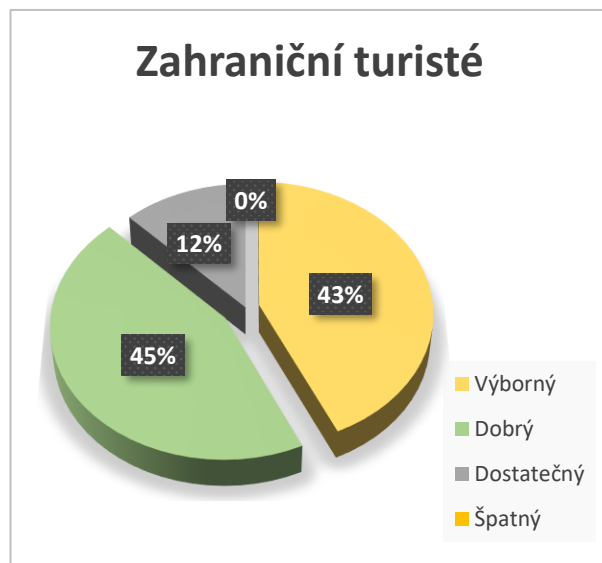


Graf 13 - Jaký na Vás čeští průvodci zanechali dojem?



Zdroj: vlastní šetření

Graf 14 - How was the level of Czech tour guide services?

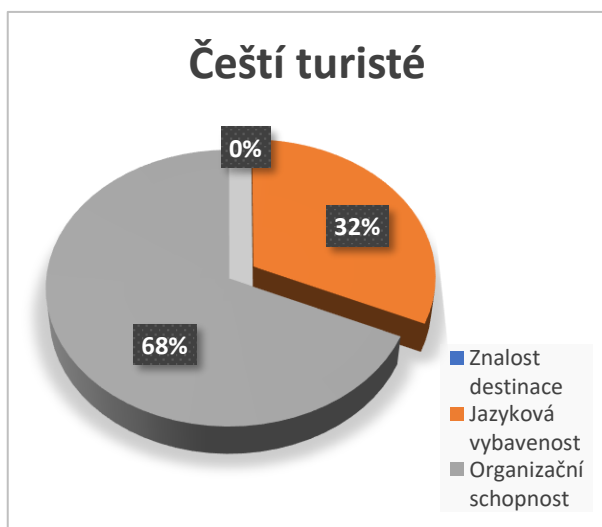


Zdroj: vlastní šetření

Jak je znázorněno v grafu 13, čeští turisté pouze v 22 % odpověděli, že na ně čeští průvodci zanechali výborný první dojem a byli s jejich službami velmi spokojeni. 56 respondentů z 90 dotazovaných, tedy 70 %, uvedlo, že na ně zanechali průvodci dobrý dojem a 8 % mělo z průvodců dostatečný. Z výsledků je zřejmé, že je v České republice u průvodcovských služeb stále ještě velký prostor pro zlepšení.

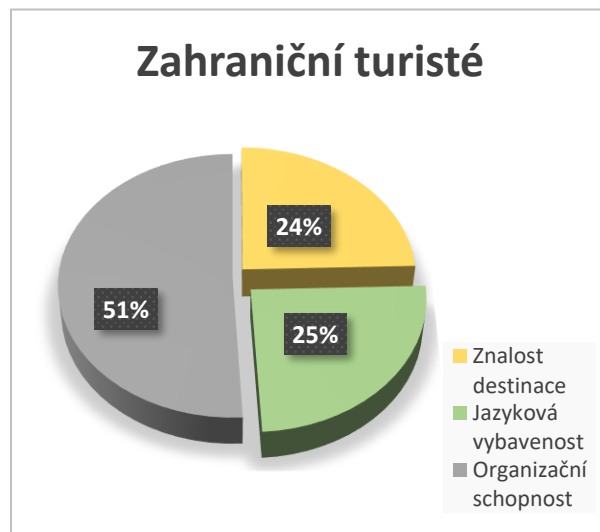
Zahraniční turisté hodnotí kvalitu poskytovaných průvodcovských služeb v České republice o něco pozitivněji. Dle grafu 14, 43 % dotazovaných má s činnostmi průvodců výbornou zkušenost, jen o 2 % více, tedy 45 % respondentů považuje služby za dobré a 12 % za dostatečné. Stejně jako u českých turistů, ani žádný zahraniční turista nemá s průvodci vyloženě špatnou zkušenost.

Graf 15 - Co průvodcům chybí?



Zdroj: vlastní šetření

Graf 16 - What are the tour guides missing?



Zdroj: vlastní šetření

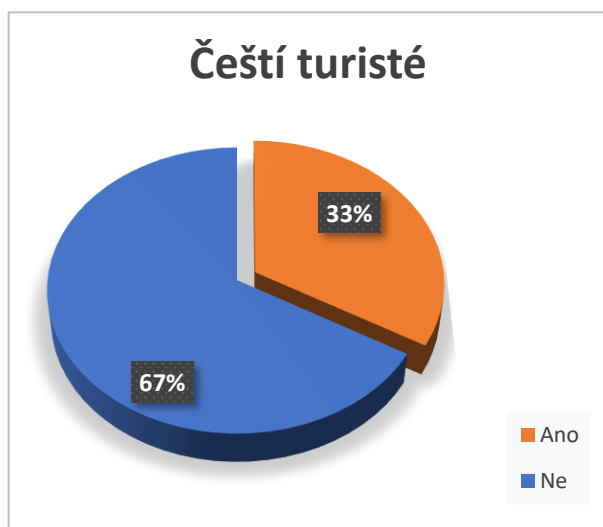
Jak je znázorněno graficky v grafu 15, čeští turisté na otázku, co průvodcům nejčastěji chybělo, když s nimi měli negativní zkušenost, v 32 % odpověděli, že důvodem byla špatná jazyková vybavenost. 68 % turistů připisuje negativní zkušenost s průvodci jejich nedostatečným organizačním schopnostem. Žádný český turista se nedomnívá, že by za to mohla nízká znalost destinace.

Zahraniční turisté uvádějí až ve 24 %, že je to způsobeno právě znalostí destinace, 25 % to přisuzuje jazykové vybavenosti a 51 % organizačním schopnostem průvodce – viz graf 16. Jak čeští, tak zahraniční respondenti se shodli, že průvodcovskou největší slabinou bývá nejčastěji nedostatečná organizační schopnost.

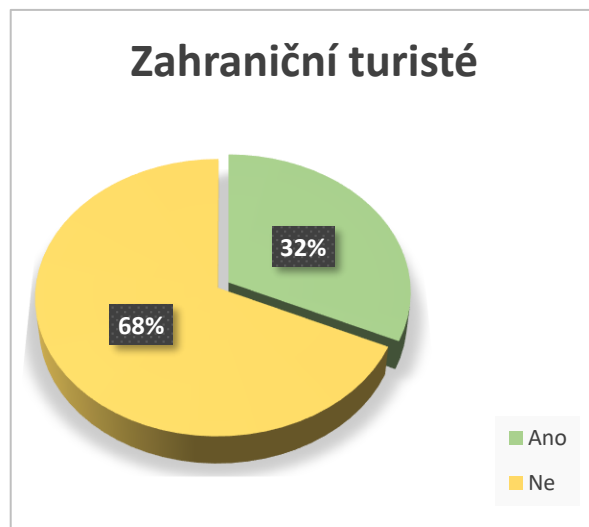
Sedmá otázka se respondentů jakožto turistů tázala, zda by po negativní zkušenosti s průvodci opět využili jejich služeb. Čeští turisté v 33 % uvedli, že by služeb opět využili, a naopak dvě třetiny (67 %) odpovědělo, že už ne.

Zahraniční turisté zaujmají velmi podobný postoj. Jen o 1 % více respondentů, tedy 68 %, uvedlo, že by služeb již znovu nevyužilo a 32 % by služeb i přes negativní zkušenosti opět využilo.

Graf 17 – Využil/a byste opět průvodcovských služeb? Graf 18 - Would you use the services again?



Zdroj: vlastní šetření



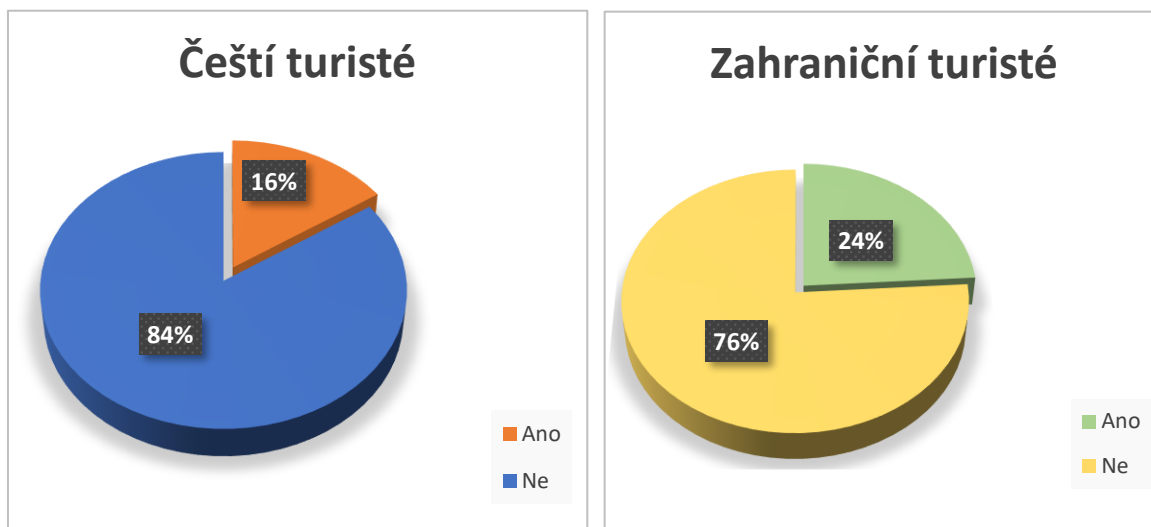
Zdroj: vlastní šetření

**Otázka osmá** zněla: „Setkal/a jste se již v České republice s průvodcem poskytující tzv. bezplatnou službu?“. Bezplatnou službou se myslí taková průvodcovská činnost, která je zákazníkům nabízena zdarma. Výsledky jsou znázorněny v grafech 19 a 20.

Z českých turistů pouze 16 % uvedlo, že se s bezplatnou službou v České republice již setkala a zbylých 84 % doposud nesetkalo.

Zahraniční turisty, kteří mají s bezplatnou průvodcovskou službou již zkušenosti, je o poznání více. 24 respondentů (24 %) uvedlo, že se se službou setkala a 76, že zatím ne. Domnívám se, že je procentní rozdíl respondentů, kteří se se službou setkala, z důvodu kategorie průvodcovských služeb, které při svých cestách využívají.

Graf 19 – Setkal/a jste se s tzv. bezplatnou službou? Graf 20 - Have you seen „free tour services“?



Zdroj: vlastní šetření

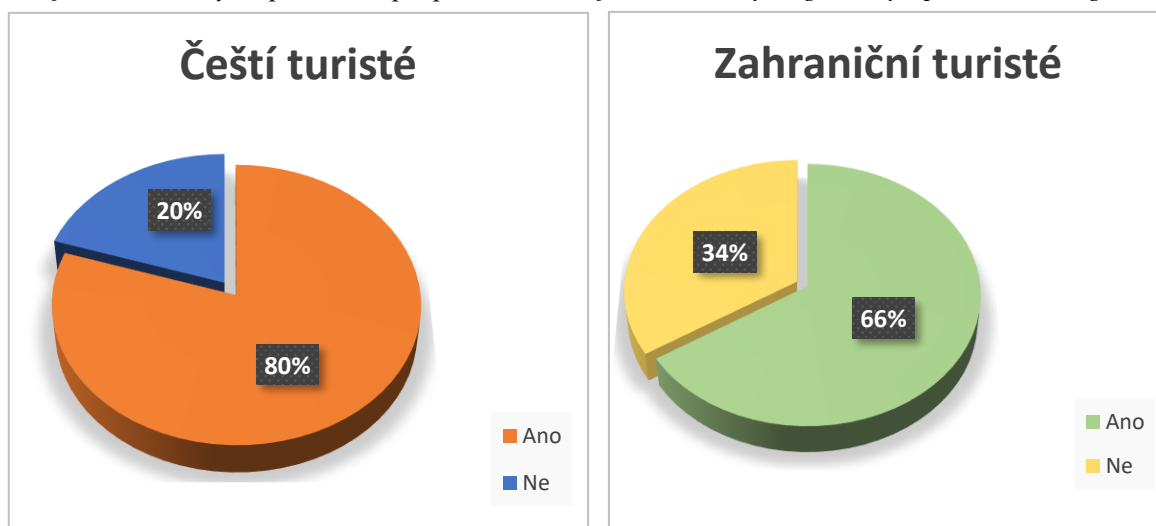
Zdroj: vlastní šetření

**Devátou otázkou** se od respondentů dozvídáme, zda by dali průvodci spropitné i přesto, že jeho služba byla prezentována jako „bezplatná služba“.

Jak je možné vidět v grafech 21 a 22, více než tři čtvrtiny českých turistů odpovědělo, že pokud by byli se službami spokojeni, průvodci by spropitné určitě dali a pouhých 20 % by průvodci spropitné nedalo.

Zahraníční turisté jsou o něco skromnější. Spropitné by průvodci dali dvě třetiny dotázaných, zbylá třetina by si finance raději nechala.

Graf 21 – Dal/a byste průvodci spropitné? Graf 22 - Would you give any tips to the tour guide?



Zdroj: vlastní šetření

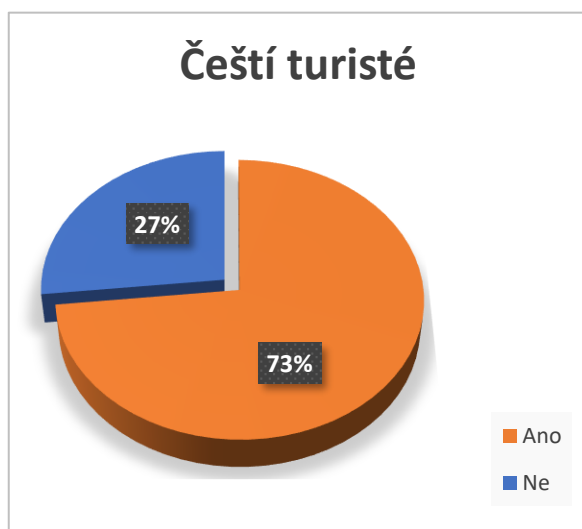
Zdroj: vlastní šetření

**Desátá otázka** se respondenty dotazovala, zda by byli rádi za možnost volby mezi kvalifikovaným a nekvalifikovaným průvodcem.

Z českých turistů 73 % uvedlo, že by si rádo zvolilo průvodce dle vlastních preferencí. Naopak 27 % nepovažuje možnost vlastní volby za důležité.

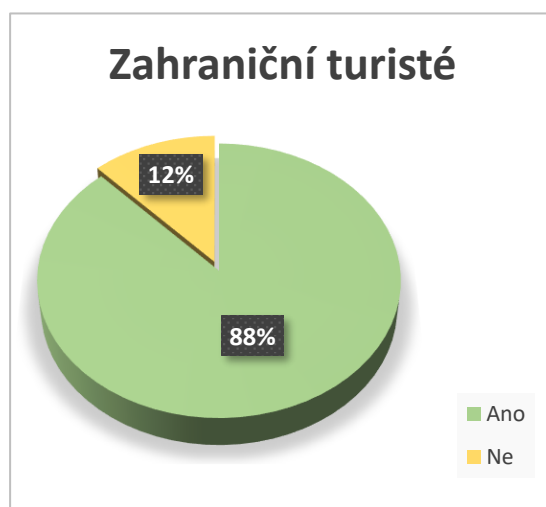
Zahraniční turisté o poznání více preferují možnost vlastního rozhodování, a tak 88 % jejich odpovědí hlasovalo pro možnost vlastního výběru průvodce a pouhým 12 % by nechalo rozhodnutí na jiných.

Graf 23 – Chtěl/a byste mít možnost volby?



Zdroj: vlastní šetření

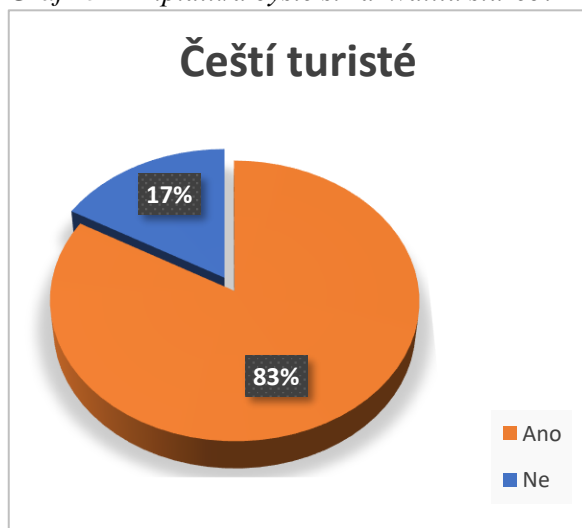
Graf 24 - Would you like to have the possibility to choose?



Zdroj: vlastní šetření

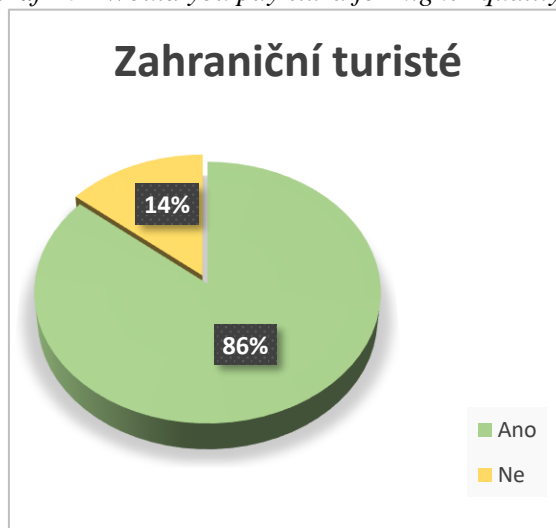
Poslední **jedenáctá otázka** má za cíl zjistit, zda by si turisté byli ochotni připlatit za služby kvalifikovaného průvodce, a tak zaručeně vyšší kvalitu poskytovaných služeb. Výsledky z dotazování jsou znázorněny v grafech 25, 26.

Graf 25 - Připlatil/a byste si za kvalitu služeb?



Zdroj: vlastní šetření

Graf 26 - Would you pay extra for higher quality?



Zdroj: vlastní šetření

I přesto, že 27 % českých turistů nepovažovalo možnost volby průvodce za důležité, jen 17 % respondentů uvedlo, že by si za lepší kvalitu služeb nepřiplatilo. Mnoho turistů (83 %) přímo vyžaduje vysokou kvalitu služeb a nechce se jen tak s ledačím smířit. Jsou dokonce ochotni si za pravdivost poskytovaných informací, průvodcovu dobrou jazykovou vybavenost a organizační schopnost i připlatit.

Zahraniční turisté odpověděli podobně jako čeští respondenti. 86 % dotazovaných by si za služby bylo ochotno připlatit a 14 % kvalitu služeb nepovažuje za důležitou nebo ji naopak bere jako samozřejmost.

# 8 NÁVRHOVÁ ČÁST NA ZMĚNU SOUČASNÉ SITUACE

Aby bylo možné určit návrhy na změnu současné situace, je nezbytné nejprve shrnout, jaké jsou pozitiva a negativa současně zavedeného systému. Negativní stránka regulace průvodcovských činností bude zanalyzována a na základě ní budou vytvořeny návrhy, jak by tato negativa bylo možné v blízké budoucnosti odstranit, případně je přeměnit na pozitiva.

## 8.1 Pozitiva a negativa současné situace

### Pozitiva

Jak již bylo v teoretické části uvedeno, průvodcovské činnosti patří do živností volných, a tak tuto aktivitu může provádět téměř kdokoli, kdo se pro ni rozhodne. To přivádí nejen do oblasti průvodcovství mnoho problémů, ale na druhou stranu také pozitiv.

Vytvoření živnosti je v dnešní době velmi snadné a rychlé. Není potřeba se prokazovat žádnou odbornou způsobilostí a pokud fyzická či právnická osoba splňuje tři všeobecné podmínky, stačí jen dojít na živnostenský úřad, ohlásit živnost, zaplatit správní poplatek a vyčkat na potvrzení založení živnosti z živnostenského úřadu. Proces netrvá dlouho a každý ho jednoduše zvládne.

I přesto, že v průvodcovských činnostech existuje řada problémů, domácí i zahraniční turisté nahlíží na poskytované průvodcovské služby poměrně optimisticky a jsou s nimi spokojeni. I v komparaci s ostatními světovými destinacemi, dle provedeného dotazníkového šetření, je služba českých průvodců hodnocena na dobré úrovni. Výhodou může být vstup země do Evropské unie a existence Schengenského prostoru. Právě ten dopomohl ještě snadnějšímu a pohodlnějšímu cestování a obchodování. Turistům odpadla vízová povinnost a lidé začali ještě více cestovat. Právě cestování je velkým trendem současné doby. Meziroční vzestup počtu turistů zaznamenávají všechny kraje České republiky. Nejvíce z něj profituje hlavní město Praha. Se zvyšujícím se počtem přijíždějících zahraničních i domácích turistů, narůstá na významu odvětví cestovního ruchu pro národní hospodářství. Cestovní ruch, spolu se zahrnutím průvodcovských činností, má velký vliv na ekonomiku České republiky a vede ke snižování míry nezaměstnanosti. Podle výsledků z dotazníkového šetření zahraniční i čeští turisté poměrně hojně využívají průvodcovských služeb na českém území. Přestože jsou s nimi spokojeni, i oni si jsou vědomi faktu, že by se na nich dalo mnohé zlepšovat. Většina z nich by ráda využila v blízké budoucnosti možnosti individuálního výběru mezi kvalifikovaným a nekvalifikovaným průvodcem. Právě pomocí nově zavedeného systému dvoustupňových karet, který bude platit od 1. 1. 2021, by jim tato možnost mohla být nabídnuta.

Nikdo zatím neví, jestli plánovaný systém bude fungovat dle očekávání, ale organizace spolu se státními subjekty dělají maximum, aby se současná problematika vyřešila. Organizace, působící v cestovním ruchu, navzájem spolupracují a snaží se ještě o větší podporu rozvoje

cestovního ruchu. Spolupracují v rámci měst, regionů i krajů a snaží se provázat celý cestovní ruch v rámci státu v jeden ucelený celek.

## Negativa

Nestátní asociace, které se snaží o podporu rozvoje cestovního ruchu a o lepší kvalitu poskytovaných průvodcovských služeb, bohužel nejsou státem téměř podporované, a tak jsou jejich činnosti velmi omezené. Svou činnost provádějí spíše na dobrovolné bázi a chybí jim prostředky pro realizaci.

Možnost rozvoje průvodcovských aktivit a celého cestovního ruchu znesnadňuje kromě finančních prostředků také **absence evidence** mnoha statistických údajů. V evidenci například zcela chybí přesné počty průvodců poskytujících své služby na českém území. To má více negativních dopadů. Jedním z nich je nemožnost provádění kontrol. Při současně nastaveném systému není nastavená žádná strategie na kontroly průvodců, jak by se dohlíželo například na kvalitu poskytovaných služeb či na řádné odvádění daní státu. Legislativního ukotvení průvodcovských činností v živnostech volných je v praxi čím dál více zneužíváno a průvodci se stávají lidé zcela bez znalostí destinace, se špatnými jazykovými a organizačními schopnostmi. Průvodcovství je ale věcí nevynutitelnou. A tak i kdyby by po provedení kontroly došlo ke zjištění, že průvodce neplní své povinnosti, nehrozil by mu téměř žádný postih. Na základě poskytovaných kvalit průvodců jsou často hodnoceny zároveň i cestovní kanceláře, pro které průvodci pracují. A tak by mělo být v jejich vlastním zájmu si hlídat, jak kvalitní služby jejich zaměstnanci poskytují.

Při chybějící evidenci průvodců se také jen stěží dá plánovat jejich další **vzdělávání**. Ani vzdělávací instituce nevědí, na kterou oblast vzdělávání se pro oblast cestovního ruchu či průvodcovství zaměřit. Nemají k dispozici dostatečná statistická data, pomocí nichž by zjistily, kde je mezera na trhu a v které oblasti působí naopak již příliš vysoká konkurence. V oblasti průvodcovství je velká hospodářská soutěž. Právě ti nekvalifikovaní průvodci, kteří provádí až příliš velké skupiny turistů, často berou práci průvodcům s odbornou kvalifikací. Špatná **kvalita** poskytovaných služeb však není způsobena pouze chybějícím odborným vzděláním a nízkou znalostí destinace. I když často poskytují turistům nepravdivé a zcela zavádějící informace o navštívené destinaci, je důležité také chování v navštívených destinacích. Nekvalifikovaní průvodci často mají velmi špatné organizační schopnosti a tím dochází ke špatné **průchodnosti** danou destinací místními obyvateli a vytvářejí tak konflikty mezi rezidenty a příjezdějíci turisty. Místní obyvatelé pak nahlízejí, kvůli nekvalifikovaným průvodcům, negativně na celý cestovní ruch. Neuvědomují si přitom důležitost cestovního ruchu pro ekonomiku České republiky.

Průvodci často využívají velmi volné právní úpravy průvodcovských činností, neprezentují své činnosti jako průvodcovské a tvrdí, že provádí jen dobrovolnou bezplatnou aktivitu. Turisté jejich služeb tak čím dál více využívají a jsou jim často ochotni i zaplatit za tzv. bezplatné služby spropitné a tím jejich **ilegální činnost** ještě podpořit. Právě takovýto průvodci svých služeb často ještě využívají k propagační činnosti svých prodejních míst a restaurací, popřípadě k propagaci firem, s nimiž mají uzavřené smlouvy.

V oblasti průvodcovství je stále zvyšující se konkurence, i přesto, že jsou průvodci stále nahraditelnější **moderními technologiemi**. Už nyní je technologií ve velké míře využíváno a předpokládá se, že jejich rozvoj se v blízké budoucnosti ještě několikanásobně zvýší. Průvodce není obtížné substituovat, ale lidé si jsou vědomi i negativních dopadů, které by to způsobilo, a tak jsou před rychlým rozvojem obezřetní.

O mnoha problémech v průvodcovské činnosti se ví a o možné úpravě legislativy se diskutuje. Od poslední novelizace zákona, která proběhla roku 2007 však nedošlo k žádným změnám a politici často odkazují nemožnost úpravy na členství v Evropské unii. Vysvětlují to tím, že se Česká republika při vstupu do Evropské unie zavázala, že bude na trhu více liberalizovat své služby a průvodcovské činnosti by toho měly být součástí.

## 8.2 Návrhová část na změnu současné situace

Pokud se zváží závažnost všech problémů, které v průvodcovských činnostech nyní panují, měla by se co nejdříve vytvořit strategie na jejich postupné odstraňování. Dle preferencí a rozsahu problémů pak pokračovat krok po kroku k postupné úpravě legislativy a změně současné situace v oblasti cestovního ruchu České republiky. Nejsnazším způsobem by samozřejmě bylo přijít s novelizací zákona a přejít k původnímu znění zákona č. 455/1991, aby živnost opět patřila mezi živnosti vázané. Pokud to však není možné, jak mnozí zástupci předních českých organizací působících v cestovním ruchu tvrdí, pak zde bude navržena jiná strategie. Jejím cílem je najít takovou regulaci průvodcovské činnosti, aby došlo k odstranění co nejvíce výše uvedených negativ současné situace.

Zavedení plánovaného dvoustupňového systému karet by mohlo mít pozitivní dopad na průvodcovské služby, ale pouze při zavedení více právních úprav současně. V České republice by mělo být pouze jedno středisko určené pro skládání závěrečných zkoušek a vydávání odborných kvalifikací pro průvodce. Kvalifikovaní průvodci by byli ještě dále děleni do skupin dle svého oboru zaměření. Kvalifikovaní průvodci by se dělili do čtyř kategorií, jak je znázorněno v tabulce 4. Tato tabulka vychází z kategorií průvodců, uvedených v tabulce 3 v teoretické části práce.

*Tabulka 4 – Požadavek odborné kvalifikace dle kategorií průvodců*

| Kategorie                                   | Požadovaná kvalifikace  |
|---|---|
| Regionální průvodce                         | Střední vzdělání v oboru historie či cestovního ruchu   |
| Místní průvodce                             | Střední vzdělání v oboru cestovního ruchu či přírodovědného oboru                                 |
| Specificky zaměřený průvodce                | Středoškolské vzdělání ukončené maturitní zkouškou + specificky zaměřený kurz (ukončený zkouškou) |
| Průvodce po kulturně-historických památkách | Vyšší odborné vzdělání v oboru cestovního ruchu či vysokoškolské vzdělání                         |

*Zdroj: autorova tvorba*



Na základě získaného osvědčení by si průvodce mohl zažádat o získání karty druhého stupně, určené pro kvalifikované průvodce. Na kartě by bylo viditelně napsáno, že se jedná o kvalifikovaného průvodce a jeho kategorie zaměření. Každý průvodce, ať již kvalifikovaný (s kartou druhého stupně) či nekvalifikovaný (s kartou prvního stupně), by měl za povinnost nosit kartu viditelně zavěšenou na svém oblečení. Kartou by byl odznak, jehož grafický návrh vzhledu je znázorněn na obrázcích 3 a 4.

Obrázek 3 - Odznak kvalifikovaného průvodce



Zdroj: autorova tvorba

Obrázek 4 - Odznak nekvalifikovaného průvodce



Zdroj: autorova tvorba

Je potřeba, aby byly odznaky viditelně odlišeny, proto byla zvolena odlišná barva štítku s nápisem. Organizace, která by byla pověřena vydáváním odznaků, by měla na starost také náhodné kontroly průvodců. Ve spolupráci s městy, regiony i kraji by probíhaly náhodné kontroly přímo při výkonu činnosti, a to minimálně jednou měsíčně v každém regionu České republiky a zároveň v každém jednotlivém zaměření průvodců. Pokud by průvodce na sobě neměl viditelně zavěšenou kartu, pak by se jednalo o hrubé porušení zákona a průvodci by hrozila pokuta až ve výši 100 000 Kč. Ti průvodci, kteří by měli kartu druhého stupně, by byli ještě navíc zkontrolováni. Při kontrole by museli předložit svůj průkaz totožnosti a v systému evidence kvalifikovaných průvodců by se ověřilo, zda se opravdu jedná o osobu, které karta pro průvodce s odbornou kvalifikací náleží. Pokud by se zjistilo, že průvodce v systému evidován není, opět by mu hrozila finanční sankce. Aby takovéto vydávání odborné kvalifikace a provádění náhodných kontrol bylo uskutečnitelné, je zapotřebí spolupráce a finanční výpomoci státu.

Druhým typem kontrol, které by byly pověřenou organizací vykonávány by byl tzv. *Mystery Shopping*. Kontrolní orgány by se tvářily jako běžný turista, který by při své exkurzi hodnotil kvalifikovaným průvodcem prováděné služby. Tyto kontroly by však mohli provádět pouze fyzické osoby se speciálně složenými zkouškami, tak aby měli dobrou znalost destinace, v které kontroly provádí. Pokud by bylo hodnocení předložené na základě „*Mystery Shopping*“ na stupnici 1-10 bodů horší než 5 bodů, průvodci by byl odebrán druhý stupeň a z kvalifikovaného průvodce by se tak okamžitě stal minimálně na období 2 let průvodce nekvalifikovaný. Po uplynutí 1 roku by měl průvodce nárok se znovu přihlásit ke zkouškám na obdržení potvrzení o odborné kvalifikaci. Kontrola formou „*Mystery Shopping*“ by byla prováděna na každém turisticky frekventovaném místě v České republice alespoň jednou za čtvrt roku, tedy přibližně ve tříměsíčních obdobích.

Existence jednotné evidence kvalifikovaných průvodců by byla veřejně dostupná a sloužila by také turistům ke psaní recenzí a udělení hodnocení. Ostatní turisté by pak měli možnost v systému vidět, jak s individuálními průvodci byli klienti spokojeni a na základě toho se rozhodnout, kterého průvodce si pro prohlídku zvolí. Aby vše fungovalo v souladu se zákonem a nedošlo ke zneužití osobních údajů, v evidenci by veřejnosti byla přístupná pouze jména průvodců, jejich zaměření a hodnocení k nim. Žádná bližší osobní data či kontakty by zveřejněny nebyly. Ty by si potencionální klienti již museli sami dohledat. Jednotnou evidencí průvodců a prováděním pravidelných kontrol by se docílilo i možného plánování a rozvoje dalšího vzdělávání. Organizace, působící v cestovním ruchu České republiky, by nabízely vzdělávací kurzy dle aktuálních potřeb na trhu práce. Také vzdělávací instituce, jako střední a vyšší odborné školy by věděly, na kterou oblast výuky se více zaměřit. Měly by tak dostupná souhrnná statistická data z prováděných kontrol a na základě nich uzpůsobovaly výuku svých žáků – budoucích potencionálních průvodců.

Všichni průvodci, ať už kvalifikovaní či nekvalifikovaní, by měli mít za povinnost provádění skupin turistů pouze menších než 25 osob ve skupině. Zamezilo by se tím neprůchodnosti destinace a konfliktům s rezidenty destinace. Také průvodce by mohl skupinu snadněji koordinovat a poskytovat lepší kvalitu průvodcovských služeb. Turisté by ho lépe slyšeli a měli by více prostoru pro případné dotazy. I tato povinnost by byla kontrolována během „*Mystery Shopping*“ a bylo by na ni přihlíženo při následném hodnocení poskytovaných služeb.

Průvodcem by byl dle legislativy označen každý, který provádí skupinu více než 3 osob. Tím by se zamezilo nelegálním činnostem průvodců, kteří tvrdí, že neposkytují průvodcovské služby a následně ani neplní daňovou povinnost. Očekává se, že takový průvodce, který po exkurzi 3 osob vybral spropitné, nemohl by se ani sám uživit, a tak tyto činnosti praktikovat nebude. Proto by kontroloři mohli snadněji rozpoznat, kdo průvodcovské služby opravdu provádí a kdo ne. V centrech měst, v přírodních rezervacích či v kulturně-historických památkách by se zaměřili pouze na skupiny, které jsou větší než 4 osoby pohromadě, případně na skupiny, kde je průvodce zřetelně odlišen například barevným tričkem nebo deštníkem.

Tímto způsobem by se vyřešila většina stávajících a dlouhodobě přetrvávajících problémů. Vše však začíná u orgánů státní správy a jejich ochotě tuto činnost podporovat a situaci reálně řešit. Žádné změny se totiž nedosáhne pouhým přihlížením a aktivním nečiněním.

Jediným identifikovaným problémem, který se nedá tak snadno řešit, je možnost substituce průvodců moderními technologiemi. Svět se vyvíjí a moderní technologie s ním. Velký rozvoj technologií v posledních letech se zřejmě ani v blízké budoucnosti nezastaví a je jen otázkou času, kdy k úplnému nahrazení pracujících lidí v jednotlivých oborech lidské činnosti dojde.

## Závěr

Diplomová práce seznamuje čtenáře s problematikou průvodcovských služeb a regulací jejich činnosti. Průvodcovská činnost a podmínky k výkonu této podnikatelské činnosti jsou definovány zákonem, kterým se fyzické i právnické osoby podnikající v oblasti cestovního ruchu mají povinnost řídit. V praxi však dochází v rámci poskytování služeb k celé řadě problémů. Vznikajících problémů si je již vědoma také Poslanecká sněmovna, Magistrát hlavního města Prahy a organizace, působící v cestovním ruchu a mnoho let o nich diskutují. K jedinému jednotnému rozhodnutí, ke kterému se v jednáních za posledních 12 let dospělo, je přijetí právní úpravy dvoustupňových karet. Ta nabyde své účinnosti začátkem roku 2021. Cílem práce bylo analyzovat a posoudit nejčastější přístupy k podnikání v oblasti průvodcovských aktivit, odhalit problémy, ke kterým dochází a určit jejich dopad na legislativu a ekonomiku České republiky.

V teoretické části práce jsou obsaženy definice, statistická data a názory autorů odborných publikací, kteří se zaměřují na činnosti turistických průvodců. Průvodcovská činnost je v práci popsána dle aktuální právní úpravy zákona o živnostenském podnikání a zákoníku práce. Uvádí, jak je podchyceno, že průvodci jsou těmi správnými nositeli zdrojů informací v zemi a jaké organizace a instituce cestovního ruchu mají největší vliv na vytváření nových právních předpisů a na poskytování průvodcovských služeb.

Praktická část práce je založena na výzkumné šetření autorky. Při šetření bylo využito tří různých metod sběru dat. Jednalo se o rozhovory s představiteli dvou českých organizací, působících v cestovním ruchu a Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, jako orgánem státní správy koordinující všechny subjekty cestovního ruchu v České republice. Druhou použitou metodou bylo dotazníkové šetření, které pracovalo se subjektivními názory domácích i zahraničních turistů. Cílem uvedených dvou metod bylo získání od respondentů šetření informace o jejich zkušenostech s českými turistickými průvodci, o tom, jak nahlíží na jejich činnosti a v neposlední řadě, jaké mají od průvodců očekávání a jak by rádi viděli jejich činnost v budoucnu. Účelem třetí metody bylo, za pomoci dvou nástrojů strategického řízení, analyzovat mikroprostředí a makroprostředí poskytovaných průvodcovských služeb.

Z výsledků šetření bylo odhaleno, že největším problémem je nízká kvalita poskytovaných služeb. Nejde pouze o jeden problém, ale celý komplex problémů. Z důvodu snadného vstupu subjektů do odvětví panuje na trhu velká hospodářská soutěž. V oblasti průvodcovských služeb již funguje takové množství subjektů, že je není možné evidovat, ani následně kontrolovat a postihovat. Při neprovádění kontrol se kvalita služeb postupně zhoršuje a průvodci turistům předávají zavádějící až lživé informace. Aby bylo možné jako živnostník přežít, fyzické i právnické osoby podnikají stále více ilegální aktivity, na základě nichž dochází k přetížení destinací a ústí to až ke konfliktu místních obyvatel s cestovním ruchem v dané destinaci.

Na základě výsledků z jednotlivých šetření jsou v práci uvedeny návrhy na právní úpravu a změny v požadavcích na založení živnosti a poskytování průvodcovských služeb tak, aby došlo ke zmírnění, ideálně odstranění, negativních dopadů na legislativu a ekonomiku České republiky. Při vytváření návrhů se vycházelo z preferencí a rozsahu problémů, ke kterým na trhu aktuálně dochází.

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

**AP, John. & Kevin K. F. WONG**, 2001. Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*.

**BRADBURY-HUANG, Hilary**, 2010: *What is good action research?: Why the resurgent interest?*.

**COHEN, Jean L**, 1985. *Social Research: An International Quarterly*.

**CORSANE, Gerard**, 2005. *Heritage, Museums And Galleries : An Introductory Reader*. Psychology Press. ISBN 9780415289467.

**CRUMMENERL, Rainer**, 2008. *Přírodní katastrofy*. Plzeň: Fraus. ISBN 978-80-7238-707-6.

**ČTK**, 2019. Senioři cestují čím dál víc, pochvalují si cestovky. A nabízí jim slevy. *Mladá fronta DNES*.

**ČTK**, 2020. Schillerová chce řešit průvodce bez licence, řešením by mohla být registrace. *Mladá fronta DNES*.

**DALLEN, J. Timothy**, 2011. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications. ISBN 1845412265.

**DEDOUCHOVÁ, Marcela**, 2001. *Strategie podniku*. Praha: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9603-4.

**DRAHOŠOVÁ, Blanka**, 2018. Kolik ušetří senioři od určitého věku za MHD, vlak a autobus. *Mladá fronta DNES*.

**DU CROSS, Hilary a Bob MCKERCHER**, 2015. *Cultural Tourism*. United States: Routledge. ISBN 0415833973.

**GERLACH, Gail J. a George R. BIEGER**. *Educational Research : A Practical Approach*. United States: Wadsworth. ISBN 0827368348.

**HÁNYŠ, Rostislav**, 2019. Památky bojují s nedostatkem průvodců, penězi nemohou konkurovat průmyslu. *Mladá fronta DNES*.

**HANZELKOVÁ, Alena**, 2009. *Strategický marketing: teorie pro praxi*. Praha: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-120-8.

**HENDL, Jan**, 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-485-4.

**HENDL, Jan**, 2016. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0982-9.

- HESKOVÁ, Marie**, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea**, 2012. *Organizace a řízení cestovního ruchu v České republice*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6078-4.
- CHOY, Lee Khoon**. *Diplomacy of a Tiny State*. World Scientific Publishing Co Pte, 1993.
- INDROVÁ, Jarmila**, 2004. *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0799-4.
- INDROVÁ, Jarmila**, 2007. *Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1287-7.
- JANDOUREK, Jan**, 2007. *Sociologický slovník*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-269-0.
- JERMÁŘ, Milan a Dana EGEROVÁ**, 2014. *Psychologie v organizační a ekonomické praxi*. 2., upr. vyd. V Plzni: Západočeská univerzita. ISBN 978-80-261-0402-5.
- JUNEK, Jan a kol.**, 2008. *METODIKA ZKOUŠKY DK 65-021-N: Průvodce cestovního ruchu*.
- KAPLAN, Robert S. a David P. NORTON**, 2010. *Efektivní systém řízení strategie: nový nástroj zvyšování výkonnosti a vytváření konkurenční výhody*. Praha: Management Press. Knihovna světového managementu. ISBN 978-80-7261-203-1.
- KOUBEK, Josef**, 1997. *Řízení lidských zdrojů: základy moderní personalistiky*. 2. vyd. Praha: Management Press. ISBN 80-85943-51-4.
- KOZEL, Roman**, 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-x.
- LIEBREICH, Jiří**, 2020. *Cestovní kanceláře čekají miliardové ztráty, varuje odbornice*. E15.
- MORRIS, Neil**, 2003. *Zemětřesení: [proč dochází k zemětřesením? kde k nim dochází?]*. Brno: Computer Press. Přírodní katastrofy. ISBN 80-7226-935-6.
- NOVOTNÝ, Lukáš**, 2016. *Přeshraniční cestovní ruch na příkladu Evropského regionu Dunaj-Vltava*. AUC IURIDICA.
- NOVOTNÝ, Lukáš**, 2020. *Fighting Unlicensed Tour Guides: a Case from the Czech Republic*. LEX LOCALIS.
- ORIEŠKA, Ján**, 2007. *Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu*. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-57-9.
- ORIEŠKA, Ján**, 2010. *Cestovní ruch*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PETROV, Jan**, 2019. *Občanský zákoník: komentář*. 2. vydání. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-80-7400-747-7.

**POON, Auliana**, 2003. *Competitive strategies for a new tourism*, Cooper, Chris. Classic review in tourism. Buffalo: Channel View Publications. ISBN 18-731-5045-8.

**ROSENFELD, Steven**, 2008. *COUNT MY VOTE: A CITIZEN'S GUIDE TO VOTING*. United States: Alternet Books. ISBN 0975272454.

**PORTER, Michael E.**, 1994. *Konkurenční strategie: Metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-856-0511-2.

**RABOTIC, Branislav**, 2008. *Tourist guides as cultural heritage interpreters: Belgra de experience with municipality-sponsored guided walks for local residents*.

**RUX, Jaromír**, 2006. *Metodika průvodcovské činnosti*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

**RYGLOVÁ, Kateřina**, 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Ostrava: Key Publishing. ISBN 978-80-7418-28-6.

**RYŠAVÁ, Jitka a Stanislav VOLEMAN**, 2009. *Pravidla pro volný pohyb průvodcovských a doprovodných služeb v oblasti cestovního ruchu*. Praha: Asociace průvodců České republiky. ISBN 978-80-254-4865-6.

**SAARINEN, Jarkko**, 2006. Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*. University of Oulu.

**SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA**, 2006. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.

**SEIFERTO VÁ, Věra**, 2013. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada. ISBN 978-80-2474807-8.

**SHAW, Gareth a Allan M. WILLIAMS**, 2002. *Critical issues in tourism: a geographical perspective*. 2nd ed. Malden, Mass.: Blackwell Publishers. ISBN 06-312-2414-9.

**SHAW, Gareth a Allan M. WILLIAMS**, 2004. *Tourism and tourism spaces*. Thousand Oaks: Sage. ISBN 07-619-6992-6.

**SWARBROOKE, John a Susan HORNER**, 2007. *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN 0750667354.

**ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ**, 2014. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0644-6.

**ZELENKA, Josef**, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

**WEILER, Sam a Betty HAM**. *The Encyclopedia of Ecotourism: Tour guides and interpretation*. 2001, 549-563. ISBN 0 85199 3868 0.

*Document of EUROPEAN COMMISSION: SUMMARY Towards quality urban tourism Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations*. Brussels, 2000.

*Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 - 2020.* Ministerstvo pro místní rozvoj, 2013. ISBN 978-80-87147-40-5.

*Průzkum potřeb zákazníků pro sektor průvodců: Závěrečná souhrnná zpráva.* Praha: INCOMA GfK, 2010.

*Oxford studijní slovník.* Oxford: Oxford University Press, 2010.

*Zákoník práce.* Praha: Verlag Dashöfer, 2019. AZ (Dashöfer). 2019. ISBN 978-80-7635-001-4.

*Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání: redakční uzávěrka.* Ostrava: Sagit, 1995. ÚZ. ISBN 978-80-7488-364-4.

# SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

[online]. [cit. 2020-04-02]. Dostupné z: <https://www.penize.cz/pracovni-pomer/410665-vy-pocet-dovolene-se-zmeni-ma-byt-spravedlivejsi>

[online]. [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.praha1.cz/faq/pruvodcova-cinnost-v-oblasti-cestovniho-ruchu/>

[online]. [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zisk-z-cestovniho-ru-chu-v-cesku-dosahl-295-miliard>

[online]. [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/konec-dest-nikaru-poslanci-chteji-regulovat-pruvodcove-sluzby-pro-turisty-40305396>

[online]. [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/>

[online]. [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.asociacepruvodcu.cz/>

[online]. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/>

[online]. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/>

[online]. [cit. 2020-03-24]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pruvodci-v-praze-mesicne-prichazeji-o-20-mil-kc/1870888>

[online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: [https://sdeleni.idnes.cz/usti/ceske-svycarsko-s-certifikovany-pruvodcem.A200330\\_112455\\_usti-sdeleni\\_rest](https://sdeleni.idnes.cz/usti/ceske-svycarsko-s-certifikovany-pruvodcem.A200330_112455_usti-sdeleni_rest)

[online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <http://wftga.org/tourist-guiding/code-guiding-practice>

[online]. [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/z-cestovniho-ruchu-nejvice-profituje-praha>

[online]. [cit. 2020-04-23]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Vt5B64tjZSg>

[online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.praha.eu/jnp/cz/o-meste/magistrat/tiskovy-servis/rozhovory-a-clanky-clenu-rhmp/rhmp/namestek-ing-vaclav-notvny/pruvodci-v-praze-uz-nebudou-moci-lakat.html>

[online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/cestovani/poradna-ack-cr/clanek/vyhody-pro-seniory-v-mimosezone-250182>

[online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://janderova.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=648460>

[online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/krimi/clanek/falesny-pruvodce-vybral-v-praze-od-studentu-penize-a-zmizel-40281434>



[online]. [cit. 2020-04-27]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/koronavirus/clanek/koronavirus-dopada-i-na-cestovni-ruch-je-to-katastrofa-rika-prazska-pruvodkyne->

[online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.gradac.cz/autor/voleman-stanislav/>

[online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/pavel-hlav%C3%A1%C4%8D-8bb528128/>

[online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/rejstrik/osoby/stanislav-voleman-2785776/>

[online]. [cit. 2020-05-05]. Dostupné z: <https://www.survio.com/en/>

[online]. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://en.unesco.org/>

[online]. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.mzv.cz/jnp/https://en.unesco.org/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni-ucet-cestovniho-ruchu>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://wttc.org/en-gb/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <http://wftga.org/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://feg-touristguides.com/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <https://www.csks.cz/>

[online]. [cit. 2020-05-12]. Dostupné z: <http://www.konecceskychpruvodcuvcz.cz/>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

|  |    |
|--|----|
| Obrázek 1 Okolí organizace.....                  | 35 |
| Obrázek 2 Hybné síly konkurence v odvětví.....   | 36 |
| Obrázek 3 Odznak kvalifikovaného průvodce.....   | 68 |
| Obrázek 4 Odznak nekvalifikovaného průvodce..... | 68 |

## SEZNAM TABULEK

|   |    |
|---|----|
| Tabulka 1 Druhy cestovního ruchu.....                               | 10 |
| Tabulka 2 Formy cestovního ruchu.....                               | 12 |
| Tabulka 3 Kategorie průvodců v cestovním ruchu.....                 | 15 |
| Tabulka 4 Požadavek odborné kvalifikace dle kategorií průvodců..... | 67 |

## SEZNAM GRAFŮ

|   |    |
|---|----|
| Graf 1 Zastoupení cestovního ruchu na HDP .....                   | 7  |
| Graf 2 Poměr volnočasových a pracovních cest na HDP .....         | 7  |
| Graf 3 Obyvatelstvo podle dosaženého vzdělání.....                | 39 |
| Graf 4 Frekvence využívání služeb průvodců.....                   | 44 |
| Graf 5 Jakého jste pohlaví?.....                                  | 54 |
| Graf 6 What gender are you? .....                                 | 54 |
| Graf 7 Jaký je Váš věk? .....                                     | 55 |
| Graf 8 How old are you?.....                                      | 55 |
| Graf 9 Z jaké země pocházíte? (Where are you from?) .....         | 56 |
| Graf 10 V jakých zemích jste využil/a průvodcovských služeb?..... | 57 |

|   |    |
|---|----|
| Graf 11 Jak hodnotíte průvodcovské služby v jednotlivých zemích?..... | 58 |
| Graf 12 Stromový diagram.....   | 59 |
| Graf 13 Jaký na Vás čeští průvodci zanechali dojem? .....             | 60 |
| Graf 14 How was the level of Czech tour guide services?.....          | 60 |
| Graf 15 Co průvodcům chybí?.....                                      | 60 |
| Graf 16 What are the tourist guides missing?.....                     | 60 |
| Graf 17 Využil/a byste opět průvodcovských služeb?.....               | 61 |
| Graf 18 Would you use the services again?.....                        | 61 |
| Graf 19 Setkal/a jste se s tzv. bezplatnou službou?.....              | 62 |
| Graf 20 Have you seen „free tour services“?.....                      | 62 |
| Graf 21 Dal/a byste průvodci spropitné?.....                          | 62 |
| Graf 22 Would you give any tips to the tour guide? .....              | 62 |
| Graf 23 Chtěl/a byste mít možnost volby?.....                         | 63 |
| Graf 24 Would you like to have the possibility to choose?.....        | 63 |
| Graf 25 Připlatil/a byste si za kvalitu služeb?.....                  | 63 |
| Graf 26 Would you pay extra for higher quality?.....                  | 63 |

## SEZNAM PŘÍLOH

|  |    |
|--|----|
| Příloha A - Rozhovor s Asociací průvodců ČR.....               | 79 |
| Příloha B - Rozhovor s A.T.I.C. ČR.....                        | 79 |
| Příloha C - Rozhovor s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR..... | 80 |
| Příloha D - Dotazník pro veřejnost (česká verze) .....         | 81 |
| Příloha E – Dotazník pro veřejnost (anglická verze).....       | 83 |

## PŘÍLOHA A – Rozhovor s Asociací průvodců ČR

Uvedené otázky byly zpracovány jako podklad pro vedení polostrukturovaného rozhovoru s předsedou Asociace průvodců ČR – PhDr. Stanislavem Volemanem. Rozhovor zkoumal názory organizace na současnou právní úpravu průvodcovských aktivit a činnosti organizace, které vedou k podpoře rozvoje cestovního ruchu v České republice.

1. Kolik má Vaše asociace momentálně členů?
2. Podmínkou vstupu do Vaší asociace je předložení potvrzení o odborné kvalifikaci. Vzděláváte ještě dále své členy?
3. Jak zajišťujete kvalitu služeb poskytovaných členy Vaší asociace? Máte zavedené pravidelné kontroly?
4. Jaký je Váš názor na současnou legislativu? Jakým způsobem máte možnost se jako asociace podílet na legislativních úpravách? Byl v poslední době nějaký návrh, který jste předložili státním institucím, ale nakonec byl zamítnut? Případně, jakou byste vy osobně viděl legislativní úpravu v budoucnu?
5. Jakým způsobem Vás jako asociaci podporuje stát?
6. Již nyní spolupracujete s mnoha dalšími organizacemi. Víte o některé, s kterou ještě nespolupracujete, ale rádi byste s ní v budoucnu navázali spolupráci?
7. Jak se podílíte na rozvoji služeb v rámci cestovního ruchu obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tom využíváte?
8. Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice? Myslíte, že plánovaný systém dvoustupňových karet by mohl problematiku vyřešit?

## PŘÍLOHA B – Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Předem připravené otázky sloužily tazateli jako podklad pro vedení polostrukturovaného rozhovoru s pracovnící Ministerstva pro místní rozvoj ČR – Ing. Danielou Trnkovou.

1. Kolik osob se na ministerstvu specializuje na cestovní ruch? Má někdo v oboru zaměření přímo jen průvodcovskou činnost?
2. Organizujete odborná školení či jiné vzdělávací akce pro lidi pracující v cestovním ruchu?
3. Jak je podle Vás zajištěna kvalita služeb poskytovaných průvodci? Kdo by za kvalitu měl ručit a kdo by měl jejich práci kontrolovat?
4. Od ledna 2021 je pro průvodce v cestovním ruchu plánováno zavedení dvoustupňového systému karet. Je do budoucna plánována nějaká další změna případně legislativní úprava, která by měla dopad na průvodcovskou činnost v ČR? Existují nějaké návrhy, o kterých se v současnosti ještě jedná?
5. Jakým způsobem podporujete organizace zabývající se problematikou průvodcovských aktivit?
6. Již nyní spolupracujete s mnoha dalšími organizacemi. Víte o některé, s kterou ještě nespolupracujete, ale rádi byste s ní v budoucnu navázali spolupráci?

7. Jak podporujete rozvoj služeb cestovního ruchu v rámci obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tom využíváte? Co bylo splněno z konceptu a čeho se naopak nepodařilo dosáhnout?
8. Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice? A jaké to má dopady na stát?

## PŘÍLOHA C – Rozhovor s A.T.I.C. ČR

Tyto otázky sloužily tazateli jako podklad pro vedení rozhovoru se prezidentem Asociace turistických informačních center České republiky – panem Pavlem Hlaváčem.

1. Kolik má Vaše sdružení momentálně členů?
2. Jakým způsobem vzděláváte své členy? Je vzdělávání pro všechny členy asociace povinné či dobrovolné? Jak často pořádáte vzdělávací akce? Máte v plánu do budoucna provést nějaké změny v oblasti vzdělávání svých členů?
3. Jak zajišťujete kvalitu služeb poskytovaných členy Vašeho sdružení? Je kontrola jednou za dva roky dostačující? Je prováděna vždy jako „Mystery Shopping“ organizací Czech Tourism nebo používáte i jiné způsoby kontroly?
4. Jaký je Váš názor na současnou legislativu? Jakým způsobem máte možnost se jako asociace podílet na legislativních úpravách? Byl v poslední době nějaký návrh, který jste předložili státním či nestátním institucím, ale nakonec byl zamítnut? Jaký je Váš osobní názor na právní úpravu průvodcovských činností?
5. Jakým způsobem Vás jako sdružení podporuje stát?
6. Již nyní spolupracujete s mnoha organizacemi. Víte o některé, s kterou ještě nespolupracujete, ale rádi byste s ní v budoucnu navázali spolupráci?
7. Jak se podílíte na rozvoji služeb v rámci cestovního ruchu obcí, měst a krajů ČR? Jaké nástroje k tomu využíváte?
8. Jaké jsou dle Vás hlavní problémy průvodcovských aktivit v České republice? Myslíte, že plánovaný systém karet je dobrým řešením?

## PŘÍLOHA D – Dotazník pro veřejnost (CZ)

Tento dotazník byl zpracován pro dotazníkové šetření, které bylo uveřejněno na webových stránkách Survio.com. Položené otázky zkoumají, jaké mají respondenti cestovatelské zkušenosti, jak nahlíží na činnosti českých turistických průvodců a jaká je úroveň českých průvodcovských služeb v komparaci se světem.

1. Jakého jste pohlaví?
  - a. Žena
  - b. Muž
  
2. Jaký je Váš věk?
  - a. < 18 let
  - b. 18–30 let
  - c. 31–50 let
  - d. > 50 let
  
3. V jakých zemích jste se vy osobně již setkal/a se službami průvodců?  
.....
  
4. (Vycházejte z otázky 3). Ohodnoťte kvalitu průvodcovských služeb v jednotlivých zemích. (Nejvyšší kvalita dostane číslo 1, nejnižší stupeň kvality dostane nejvyšší číslo a žádné položky nesmí být stejného stupně kvality).
  
5. Pokud máte již zkušenosti s průvodci v ČR, jaký na Vás zanechali dojem?
  - a. Výborný
  - b. Dobrý
  - c. Dostatečný
  - d. Špatný
  
6. Pokud na Vás zanechali průvodci špatný dojem, co jim nejčastěji chybělo?
  - a. Znalost destinace
  - b. Jazyková vybavenost
  - c. Organizační schopnost
  
7. Pokud máte s průvodci převážně negativní zkušenost, využil/a byste opět jejich služeb?
  - a. Ano
  - b. Ne
  
8. Setkal/a jste se již v České republice s průvodcem poskytující tzv. bezplatnou službu?
  - a. Ano
  - b. Ne

9. Dal/a byste průvodci za tzv. bezplatnou službu spropitné?
- a. Ano
  - b. Ne
10. Uvítal/a byste, kdyby byla možnost volby mezi kvalifikovaným a nekvalifikovaným průvodcem?
- a. Ano
  - b. Ne
11. Byl/a byste ochotný/á si připlatit za služby kvalifikovaného průvodce, který by zaručoval pravdivost poskytovaných informací, měl by dobrou jazykovou vybavenost i organizační schopnost?
- a. Ano
  - b. Ne

# PŘÍLOHA E – Dotazník pro veřejnost (ENG)

Tento dotazník byl zpracován pro dotazníkové šetření jako duplikace české verze dotazníku uvedené v příloze D. Účelem anglické verze dotazníku je zjistit, jak na Českou republiku a české průvodce nahlíží zahraniční turisté a na základě výsledků porovnat kvalitu poskytovaných služeb v naší zemi oproti ostatním světovým destinacím.

1. What gender are you?
  - a. Man
  - b. Woman
  
2. How old are you?
  - a. < 18 years old
  - b. 18–30 years old
  - c. 31–50 years old
  - d. > 50 years old
  
3. Where are you from?  
.....
  
4. In which countries have you personally experienced the tour guides  
.....
  
5. How was the quality of their services?  
.....
  
6. If you have already experienced the tour guide services in Czechia how was your first feeling?
  - a. Great
  - b. Good
  - c. Not bad
  - d. Horrible
  
7. If you had a bad feeling what was missing?
  - a. Destination knowledge
  - b. Language skills
  - c. Organizational ability
  
8. If you have mostly bad experiences with the tourist guides, would you use their services again?
  - a. Yes
  - b. No



9. Have you already seen „free tour guide services“ in Czechia?
- a. Yes
  - b. No
10. Would you give any tips the tourist guides for „free services“?
- a. Yes
  - b. No
11. Would you like to have the possibility to choose between professional and non-professional tourist guides?
- a. Yes
  - b. No
12. Would you be willing to pay extra for the services of a professional tourist guide who would guarantee the truthfulness of the information provided and have good language and organizational skills?
- a. Yes
  - b. No

