

- c) Stonehenge, megalitická kultura
 - d) Hadriánův val, zbytky římského obranného valu
 - e) Florencie, historické renesanční centrum
 - f) Castel del Monte, unikátní hrad ze 13. století
-

2.6 Regionalizace cestovního ruchu Evropy, aktuální situace poptávky



RYCHLÝ NÁHLED TÉMATU

Evropa jako kontinent, na kterém žijeme a který jako turisté nejlépe známe, je i z celosvětového hlediska oblíbenou destinací. Pro potřeby geografie cestovního ruchu bývá různě dělena do regionů, které vykazují podobné společné rysy jak přírodního tak společenského charakteru. Rozdělení, zvolené v tomto tématu, není jediné možné, ale protože se v dalších částech kapitoly budeme věnovat vybraným evropským zemím, není toto rozdělení už dále blíže specifikováno.

Pozornost je raději věnována soudobým trendům v cestovním ruchu Evropy, které jsou i námětem k samostatnému úkolu.



CÍLE TÉMATU

- Objasnit pozici Evropy v cestovním ruchu v celosvětovém měřítku.
 - Vysvětlit současné trendy cestovního ruchu v Evropě.
 - Analyzovat aktuální situaci v poptávce.
-



KLÍČOVÁ SLOVA TÉMATU

Geografie cestovního ruchu v Evropě; aktuální poptávka; soudobé trendy turismu; larp.

2.6.1 GEOGRAFIE CESTOVNÍHO RUCHU EVROPY

Evropa patří k hospodářsky nejvyspělejším regionům světa, což dokazuje i poptávka po cestovním ruchu. Domácí cestovní ruch má zcela mimořádné rozměry (dovolená spojená s cestováním mimo domov je naprosto běžnou součástí života obyvatel), ale Evropa je také oblastí s největší koncentrací mezinárodního cestovního ruchu. Tomu odpovídá postavení cestovního ruchu jako integrální součásti ekonomiky jednotlivých zemí. Historie a kulturní dějiny Evropy vyvažují menší počet přírodních zajímavostí.

Podoba cestovního ruchu se v zemích Evropy liší nejen podle jejich atraktivity, dané přírodními a klimatickými podmínkami jako např. ve Středomoří, ale i podle péče, která mu byla věnována v minulých letech a která vytvořila tradici v návštěvnosti řady míst např. v alpské oblasti, zatímco totalitní režimy cestování silně omezovaly a dnes musí leccos „dohánět“.

V Evropě se také zformovaly hlavní zásady, formy a způsoby zabezpečování cestovního ruchu, takže se stala sídlem Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) v Madridu. Podle metodiky této organizace se region Evropa dělí na pět subregionů: Severní Evropa, Západní Evropa, Střední a východní Evropa, Jižní Evropa a Východostředomořská Evropa.

NÁMĚT NA TUTORIÁL



Podle domluvy připravte geografický profil některého evropského státu, která bude zahrnovat jeho fyzicko-geografickou (povrch, podnebí...) a humánně-geografickou (historický, politický a ekonomický vývoj, obyvatelstvo a sídla...) charakteristiku.

2.6.2 AKTUÁLNÍ SITUACE POPTÁVKY

Mezinárodní cestovní ruch charakterizuje expanze do celého světa. Neexistuje už jen několik vybraných států, mapa turisticky zajímavých regionů se stále rozšiřuje. Vzhledem k tomu musí evropské země hledat stále nové způsoby, jak nalákat turisty popř. i k opakované návštěvě. Na druhé straně se musí pokusit eliminovat faktory, jež cestovní ruch ovlivňují negativně. Velmi složité je to u živelních pohrom, náročné v případě výskytu chorob a nejnověji cíleně ohrožuje cestovní ruch terorismus.

2.6.3 VYBRANÉ TRENDY

Trendy cestovního ruchu v Evropě jsou odrazem společenských změn, k nimž v řadě zemí v posledních desetiletích došlo. Závěry expertů, kteří se vývojem těchto trendů za-

bývají, nejsou zcela jednotné. V minulosti nabídka určovala poptávku, dnes je tomu spíše naopak, řada spotřebitelů dává přednost nezávislému cestování.

V rámci organizovaného cestovního ruchu roste stále podíl seniorů, kteří se dožívají vyššího věku a v lepší kondici, jsou aktivní a mají slušné příjmy. S nimi vzrůstá poptávka po kvalitě a bezpečnosti, po nadstandartních službách, po cestování mimo hlavní sezónu, po relaxačních zařízeních.

Zvyšující se vzdělanost vede k zájmu o specializované cesty za historií a uměním, často s vysoce kvalifikovanými odbornými průvodci, dále k zájmu o pobyty spojené s nějakou výukou, kurzem apod. Roste ale i význam cest s duchovním rozměrem, např. na poutní místa, meditačního charakteru apod.

Speciální skupinou jsou také mladí cestovatelé, kteří vesměs volí individuální turistiku, která je pro ně díky internetu a sociálním sítím snadno realizovatelná, včetně využití různých forem tzv. sdílené ekonomiky.



SAMOSTATNÝ ÚKOL

Vyberte místo (oblast) ve „svých“ zemích a připravte reklamní nabídku imaginární cestovní kanceláře, která k jeho návštěvě naláká a) seniory, b) zájemce o historii a kulturu, c) mladé cestovatele.

Snaha o zvláštní zážitky se neodráží jen v oblibě adrenalinových sportů, ale také v existenci tzv. larpů.



SAMOSTATNÝ ÚKOL



Pokud nevíte, najděte si charakteristiku tohoto fenoménu a přečtěte si v e-learningovém kurzu popis jednoho dne takové akce.

(https://www.respekt.cz/tydenik/2019/14/vyletdostredoveku?utm_source=www.seznam.cz&utm_medium=sekce-z-internetu)

Jaký typ larpu by lákal vás?
