

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Postoje rezidentů lázeňského města k rozvoji podnikatelských činností v oblasti
cestovního ruchu**

Resident's perception towards tourism development in a spa town

Linda Msalhová

Plzeň 2018

Zde je v tištěné verzi umístěno zadání práce.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Postoje rezidentů lázeňského města k rozvoji podnikatelských činností v oblasti cestovního ruchu“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

V Plzni, dne

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu mojí bakalářské práce, panu Ing. Petru Janečkovi, za jeho věcné a konstruktivní připomínky a odborné rady, které mi poskytl během tvorby této bakalářské práce.

Obsah

Úvod.....	6
1. Cestovní ruch.....	7
1.1. Základní pojmosloví cestovního ruchu.....	8
1.2. Druhy cestovního ruchu.....	10
1.3. Formy cestovního ruchu spojené s lázeňstvím	10
1.4. Projevy a dopady změn vyvolaných cestovním ruchem.....	11
1.4.1. Přínosy cestovního ruchu	12
1.4.2. Negativní dopady cestovního ruchu	14
1.5. Destinace cestovního ruchu	19
1.5.1. Atributy destinace	19
1.5.2. Životní cyklus destinace	21
1.5.3. Koncept únosné kapacity	24
1.5.4. Koncept společenské směny.....	26
2. Metodika.....	26
3. Lázeňské město Teplice	28
3.1. Cestovní ruch v Teplicích.....	29
3.1.2. Výsledky dotazníkového šetření	31
3.2. Interpretace výsledků a návrhy na zlepšení	44
Závěr.....	47
Seznam tabulek	48
Seznam obrázků	49
Seznam použité literatury	51
Seznam příloh.....	54

Úvod

Odvětví cestovního ruchu se posledních několik desetiletí stává čím dál tím více významnější součástí odvětví voleného času. Je nejrychleji se rozvíjející a nejproduktivnější část terciéru po celém světě. Země s vysokým počtem příjíždějících turistů mohou být na odvětví cestovního ruchu závislé. Cestovním ruchem je ovlivňována platební bilance země, tvoří se příjmy do státního rozpočtu a na lokální úrovni se zlepšují místní rozpočty.

Kromě výše zmíněných ekonomických dopadů má cestovní ruch velmi podstatný vliv na přírodní a socio-kulturní prostředí. Vlivy cestovního ruchu se neprojevují tak zřetelně a bezprostředně, jsou hůře identifikovatelné a měřitelné, méně medializované a zatím ne tak důsledně zkoumané.

Přesto však existuje několik studií, které se tímto problémem zabývají. Pro účely práce byly vybrány především studie zabývající se postoji residentů vůči cestovnímu ruchu. Ve studii Mohda a Shahrudina (2003), bylo zjištěno, že residenti vnímají rozvoj cestovního ruchu (ať už pozitivně nebo negativně) v souvislosti s tím, jak moc je tímto rozvojem ovlivňován jejich osobní život. Další studie od Transivediho (2003) byla zaměřena na věk residenta a délku residence. Bylo prokázáno, že čím starší dotazovaný byl, nebo čím déle v dané oblasti žil, měl dotazovaný tendenci vnímat cestovní ruch negativněji.

Tato problematika byla aplikována na lázeňské město Teplice. Tato práce byla inspirována vytvořením speciální pozice na Magistrátu města Teplice. Jedná se o pozici odborného konzultanta a tlumočnicka a náplní jeho práce je řešení a stírání negativních dopadů na socio-kulturní prostředí. (usti.idnes.cz, 2018)

Právě oblast působení speciálního pracovníka Magistrátu a už pouhá potřeba vytvoření takovéto pracovní pozice vedla k nápadu zjistit a pokusit se kvantifikovat postoje residentů města Teplice na rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Práce zjišťuje, zda je situace mezi návštěvníky a stálými obyvateli v Teplicích opravdu tak napjatá, jak udávají mnohá media, a zda funkce speciálního pracovníka Magistrátu zlepšila stav mezi stálými obyvateli a návštěvníky města Teplice.

Cílem práce je tedy zjistit postoje residentů lázeňského města Teplice k rozvoji podnikatelských činností v oblasti cestovního ruchu. Teoretická část práce se zabývá definicemi a druhy cestovního ruchu, dále pak dopady cestovního ruchu na okolní prostředí. V části analytické je stručně představeno město Teplice a dále jsou prezentovány výsledky dotazníkového šetření.

1. Cestovní ruch

Cestovní ruch lze pojmut jako souhrn ekonomických a sociálních aktivit souvisejících s uspokojováním lidských potřeb. (Nejdl, 2011, s. 11)

Cestovní ruch se stal důležitým odvětvím národního hospodářství České republiky. Je součástí terciálního sektoru a podílí se na utváření životního stylu současné generace. (Šimková, 2015)

Pod pojmem cestovní ruch rozumíme především cestování lidí za kulturními památkami, za účelem návštěvy přátel a příbuzných apod. (Goeldner & Ritchie, 2003) Jedná se o mnohostranné odvětví zahrnující dopravu, turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovní kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další služby cestovního ruchu. (Ašmerová a spol., 2010) Odvětví cestovního ruchu má mnoho významných společenských funkcí a je jedním z ukazatelů životní úrovně obyvatelstva. Cestovní ruch se například podílí na rozvoji osobnosti, slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy člověka, motivuje k získání jazykových dovedností, přispívá k vzájemnému poznání a porozumění mezi lidmi atd. (Ašmerová a spol., 2010)

Po druhé světové válce se turismus stal, především ve vyspělých zemích, běžnou součástí životního stylu mnoha lidí. (Jakubíková, Ježek & Pavlák, 1995, s. 18) Je součástí života jednotlivce a má přímou vazbu na lidské potřeby, jejich strukturu a priority uspokojování. (Nejdl, 2011, s. 11)

Na straně jedné je zdrojem mnoha přínosů, jako jsou například výše uvedené pozitivní společenské dopady, ale na straně druhé s sebou přináší i mnohá negativa. Negativa cestovního ruchu můžeme rozdělit do dvou základních skupin, jimiž jsou škody na životním prostředí a socio – kulturní změny lokality. (Ašmerová a spol., 2010) Jak negativní tak i pozitivní dopady cestovního ruchu se projevují ve sféře ekonomické, sociální a v oblasti životního prostředí. (Zelenka, 2014, s. 30)

Definice cestovního ruchu se postupně začaly utvářet po první světové válce. Původní definice zakládaly své pojetí především na vzájemných vztazích mezi návštěvníky a stálým obyvatelstvem. Jako zakladatele můžeme uvést například Simmela (1923, in Nejdl 2011) a von Weise (1930, in Nejdl 2011). Glücksmann čistě vztahový princip posunul do sociologické roviny a cestovní ruch definoval jako „*sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí přechodně v nějakém místě či bodě a mezi jeho obyvateli*“. V roce 1939 přichází Poser s novou definicí, která bere v úvahu i dopad na životní prostředí a jedná se o počátek ekologického pojetí cestovního ruchu. (Nejdl, 2011, s. 17)

Rok 1942 znamenal zásadní zlom v teorii cestovního ruchu, kdy v díle Hunzikera a Krapfa (1942, in Nejdí 2011, s. 18) byla uvedena nová definice: „*Cestovní ruch je souhrn vztahů a jevů, které vznikají na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a není s ním spojená žádná výdělečná činnost.*“ Po druhé světové válce se pozornost spíše než na definice zaměřovala na aplikovanou teorii a cílem bylo, co nejvíce přispět k rozvoji cestovního ruchu. Přesto však vznikaly další definice, mezi kterými můžeme uvést dikci Alliance Internationae de Tourisme (1953): „*Cestovní ruch je souhrn změn míst a z toho vyplývajících činností, kterými se projevuje v různé míře každému člověku vlastní pud k migraci.*“ (Nejdí, 2011, s. 19)

Na rozvoj nových typů (např. vznik obchodních cest, účast na kongresových akcích) cestovního ruchu musela samozřejmě reagovat i teorie. S tímto problémem se vypořádala až Světová organizace cestovního ruchu (WTO, dnes UNWTO), která v roce 1991 představila na mezinárodní konferenci v Ottawě definici: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její obvyklé prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ Přechodná doba je v mezinárodním cestovním ruchu stanovena na jeden rok a v domácím cestovním ruchu na šest měsíců. Jako obvyklé prostředí chápeme trvalé bydliště či místo, kde se osoba zdržuje pravidelně (např. místo trvalého pracovního poměru). Definice nevylučuje obchodní, služební a podobné cesty s pracovní motivací, které mají zdroj úhrady v pracovním poměru u zaměstnavatele v místě bydliště či firmy. (Nejdí, 2011, s. 19)

Z této definice vychází například i Jakubíková (2012, s. 18), která uvádí, že „*Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.*“

Z výše uvedených definic vyplývá, že se jedná o změnu místa, dočasnost pobytu i o nevýdělečnost činnosti v navštíveném místě. (Foret & Foretová, 2001, s. 16)

1.1. Základní pojmosloví cestovního ruchu

Ke sjednocení pojmů turista, rezident, návštěvník a dalších termínů spojených s cestováním, došlo na konferenci v Ottawě v roce 1991. (Jakubíková, Ježek & Pavlák, 1995, s. 27)

Byly ustanoveny tři základní kategorie cestovního ruchu:

- Vnitřní cestovní ruch
- Národní cestovní ruch

- Mezinárodní cestovní ruch

Vnitřní cestovní ruch zahrnuje domácí a aktivní zahraniční cestovní ruch. Domácí cestovní ruch zahrnuje cesty občanů po vlastní zemi. A aktivní zahraniční cestovní ruch neboli příjezdový cestovní ruch zahrnuje cesty cizinců do dané země. Národním cestovním ruchem rozumíme domácí cestovní ruch a pasivní neboli výjezdový cestovní ruch, který zahrnuje cesty občanů dané země do jiných zemí. Mezinárodní cestovní ruch se skládá z příjezdového a výjezdového cestovního ruchu.

Na pojem rezidenta lze nahlížet z pohledu mezinárodního cestovního ruchu a domácího cestovního ruchu. Z hlediska mezinárodního cestovního ruchu rezidentem rozumíme osobu, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. Z hlediska domácího cestovního ruchu se jedná o osobu, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců. (Jakubíková, Ježek & Pavlák, 1995, s. 28)

Návštěvníkem v mezinárodním cestovním ruchu rozumíme osobu, která cestuje do jiné země než má trvalé bydliště a mimo jeho obvyklé prostředí na dobu nepřekračující 12 měsíců, přičemž hlavní důvod cesty je jiný než výdělečná činnost v navštívené zemi. Z hlediska domácího cestovního ruchu se jedná o osobu, která má trvalé bydliště v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi mimo jeho obvyklé prostředí na dobu nepřekračující 6 měsíců, přičemž hlavní důvod cesty je jiný než výdělečná činnost v navštíveném místě. (Nejdl, 2011, s. 23)

Pojem turista v mezinárodním cestovním ruchu značí osobu, která v navštívené zemi stráví alespoň jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení nebo v individuálním zařízení. V domácím cestovním ruchu je turista osobou, která v navštíveném místě stráví alespoň jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení nebo v individuálním zařízení. (Nejdl, 2011, s. 23)

Jednodenní návštěvník neboli výletník je osoba, která v navštívené zemi nestráví ani jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení nebo v individuálním ubytování. Tato skupina zahrnuje i cestující výletních lodí kotvících v zemi, kteří se každou noc vracejí přenocovat na loď, i když tato loď zůstává v přístavu několik dní, dále vlastníci a cestující jachet a cestující skupinových zájezdů ubytování ve vlacích. Jednodenním návštěvníkem v domácím cestovním ruchu rozumíme osobu, která v navštíveném místě nestráví ani jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení nebo v individuálním ubytování. (Nejdl, 2011, s. 23)

1.2. Druhy cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu můžeme rozlišovat dle různých kritérií. Podle místa realizace se bude jednat o domácí či zahraniční cestovní ruch, podle času se bude jednat o krátkodobý a dlouhodobý, podle způsobu organizace o skupinový nebo individuální atd.

Za základní rozlišování cestovního ruchu se považuje členění dle účelu. (Foret & Foretová, 2001, s. 17 – 18; Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011, s. 17):

rekreační cestovní ruch,

kulturně-poznávací cestovní ruch,

náboženský cestovní ruch,

vzdělávací cestovní ruch,

společenský cestovní ruch,

sportovní cestovní ruch,

dobrodružná forma cestovního,

politický cestovní ruch,

nákupní cestovní ruch,

venkovský cestovní ruch,

lovecký cestovní ruch,

industriální cestovní ruch,

filmový cestovní ruch,

dark tourism.

1.3. Formy cestovního ruchu spojené s lázeňstvím

Lázeňský cestovní ruch

Díky nadprůměrným výdajům klientely, a tím pádem i vysokou návratností investic se jedná o jednu z klíčových a současně i nejstarších forem příjezdového cestovního ruchu do České republiky. Je charakteristický svým účelem regenerace, poznání a vytváření sociálních kontaktů. Moderní formou jsou tzv. wellness programy. (Zelenka & Pásková, 2012, s. 304)

Léčebný cestovní ruch

Účastníci této formy cestovního ruchu jsou motivováni zlepšováním vlastního zdravotního stavu, tělesné a psychické kondice. Často jsou zde využívány přírodní zdroje – minerální prameny, moře či vysoká nadmořská výška. (Zelenka & Pásková, 2012, s. 305)

Kongresový cestovní ruch

Tento cestovní ruch zahrnuje setkávání s odborníky a odborným programem na kongresech a sympoziích. Je typicky organizován pro předem známý počet účastníků a má zpravidla tematické zaměření a předem stanovený cíl jednání. (Zelenka & Pásková, 2012, s. 278)

Incentivní cestovní ruch

Jedná se o formu, která využívá motivačních nástrojů managementu a zaměstnanců zvyšuje míru ztotožnění s firmou. Pobyt bývá zpravidla hrazen zaměstnavatelem. Může mít náplň rekreační, poznávací i vzdělávací, např. teambuildingy. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011, s. 191)

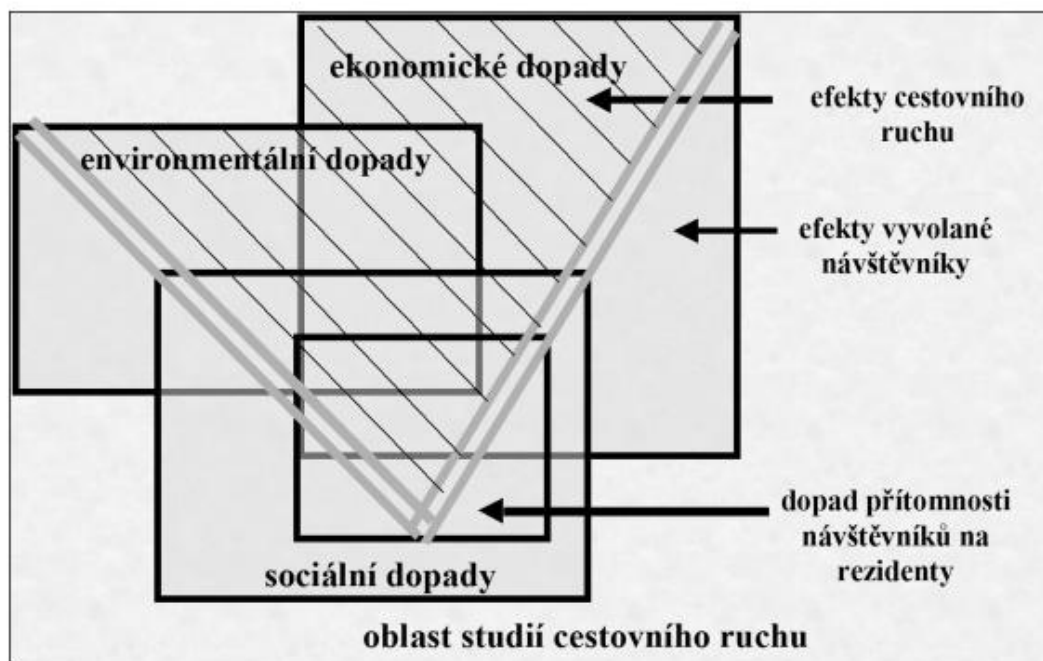
1.4. Projevy a dopady změn vyvolaných cestovním ruchem

Cestovní ruch je součástí globálního ekonomicko-sociálního systému a je spojen řadou vazeb se svým vnějším okolím. Tyto vazby mohou být buď pozitivní, nebo negativní a v tom případě hovoříme o přínosech nebo negativěch cestovního ruchu. V obou případech se jedná o dopady přímé neboli bezprostřední a dopady nepřímé, tzv. zprostředkované. (Nejdl, 2011, s. 25)

Bezprostřední dopady jsou patrné především ve sféře poskytování služeb cestovního ruchu. Jedná se hlavně o služby ubytovací, cestovních kanceláří a lázeňských zařízení. Služby jsou zde poskytovány přímo účastníkům cestovního ruchu, resp. poskytovatel služby je v přímém kontaktu s účastníkem. (Nejdl, 2011, s. 25)

Ve zprostředkovaném vztahu se již nejedná o přímý vztah s účastníkem, nýbrž jsou vytvářeny podmínky pro činnost oborů poskytujících služby cestovního ruchu (např. ubytovací a stravovací zařízení) nebo jsou vytvářeny předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, např. stavebnictví, sklářství, výroba porcelánu, určité segmenty textilního průmyslu, zemědělství, export speciálních komodit atd.) (Nejdl, 2011, s. 25)

Obr. č. 1: Průřezovost problematiky dopadů cestovního ruchu



Zdroj: Pásková, 2014, s. 50

1.4.1. Přínosy cestovního ruchu

„Přínosy cestovního ruchu je možno charakterizovat jako výsledky pozitivních procesů, tj. postupných, na sebe navazujících a vnitřně spojených změn jevů a věcí, resp. přírůstků užitek, nových rozvojových možností, snižování negativních jevů, k čemuž dochází v území v důsledku působení cestovního ruchu.“ (Nejdl, 2011, s. 25-26)

Přínosy cestovního ruchu lze rozdělit z hlediska sociálně-ekonomického na dvě základní skupiny: (Nejdl, 2011, s. 26)

ekonomické přínosy,

neekonomické, které lze členit na:

- sociální,
- životní prostředí a další.

Ekonomické přínosy

Ekonomické přínosy cestovního ruchu jsou často hodnoceny, popisovány a kvantifikovány podle různých indikátorů a v různé míře podrobností a v různé vypovídací hodnotě.

Pozitivní vztah cestovního ruchu k ekonomickému prostředí má za následek účast na tvorbě hodnot, o něž se zvětšuje hrubý domácí produkt a tudíž i celkové příjmy a bohatství státu. (Palatková, 2011, s. 16)

Ekonomický přínos se vyjadřuje většinou prostřednictvím přidané hodnoty cestovního ruchu a hrubým domácím produktem. (Nejdl, 2011, s. 29; Palatková, 2011, s. 17)

„Přidanou hodnotou cestovního ruchu se rozumí přidaná hodnota vytvořená jednotlivými charakteristickými součástmi cestovního ruchu a ostatními odvětvími národního hospodářství k uspokojení spotřeby vnitřního cestovního ruchu.“ (Nejdl, 2011, s. 29)

Hrubý domácí produkt cestovního ruchu je *„součet celkové přidané hodnoty vytvořené všemi odvětvími k uspokojení spotřeby vnitřního cestovního ruchu (tj. potřeby návštěvníků i poskytovatelů služeb cestovního ruchu) a hodnoty čistých daní.“* (Nejdl, 2011, s. 30)

Přínosy cestovního ruchu jsou patrné i ve vztahu ke státnímu rozpočtu. Jedná se o daně přímé, z příjmů právnických a fyzických osob, majetkové daně, tak i daně nepřímé, z přidané hodnoty a především u daně spotřební, vzhledem ke spotřebě alkoholu a pohonných hmot turisty. (Nejdl, 2011, s. 30) Nejčastější ekonomický přínos cestovního ruchu je pozitivní dopad na platební bilanci. Žádoucím efektem je zde co největší plusové saldo v části bilance služeb. Saldo bilance služeb označuje rozdíl mezi hodnotou vývozu a dovozu zboží/služeb. (Palatková, 2011, s. 21)

Rozvoj cestovního ruchu se podílí i na tvorbě podnikatelských a pracovních příležitostí. Jsou to příležitosti stálé (hotely) a sezonní (kempinky u vodních ploch). Z přímého hlediska se jedná o služby a zboží poskytované přímo účastníkům cestovního ruchu. Jde například o hotelnictví a další ubytovací služby, služby stravovací, sportovní, kulturní v místech cestovního ruchu, prodej vybraného sortimentu, vybrané bankovní služby nebo i komunální služby v místech cestovního ruchu. (Nejdl, 2011, s. 32-33)

Z nepřímého hlediska jde o vytváření pracovních příležitostí bez prostorové vazby na lokalitu cestovního ruchu, např. dodavatelé potravin do hotelů a restauračních zařízení či stavební firmy pracující pro hotely atd. (Foret & Foretová, 2001, s. 48) Dále můžeme jmenovat například příměstské zemědělství, outsourcingové služby, výroba suvenýrů z místních materiálů, výroba místních potravinových specialit atd. Můžeme zde zahrnout i export vyvolaný turismem (sklo Moser, Becherovka). (Nejdl, 2011, s. 33)

Sociální přínosy

Sociální přínosy úzce souvisí s přínosy ekonomickými. Díky novým pracovním a podnikatelským příležitostem cestovního ruchu přináší výhody ve formě relaxace, vzdělání, seznamování se s novými lidmi a pochopení cizí kultury. (Goeldner & Ritchie, 2003, s. 26) Zájem zahraničních návštěvníků o místo pobytu rezidentů může vést k odbourávání předsudků,

posilování sebevědomí, ke zvyšování hrdosti místních obyvatel na místo jejich bydliště atd. (Nejdl, 2011, s. 35)

Ekologické přínosy

Už z pouhé podstaty cestovnímu ruchu je patrné, že hlavním cílem je uchovat dobré životní prostředí, protože ho ke své existenci nutně potřebuje. Jedině tak má totiž zajištěné své fungování a další rozvoj. (Nejdl, 2011, s. 36) Přínosy cestovního ruchu pro destinaci mohou být ve formě příjmů ze vstupného do národních parků či ve formě daní a poplatků (např. lázeňské poplatky, pronájem rekreačních zařízení, daně z příjmů atd.). Tyto příjmy mohou být následně použity na financování ochrany přírody. Dále jsou v rámci ochrany životního prostředí vytvářeny chráněné krajinné oblasti a národní parky. (Királ'ová , 2003, s. 22)

1.4.2. Negativní dopady cestovního ruchu

Ekonomické dopady

Výše zmíněné přínosy mají i negativní dopad. Příjmy bývají často velmi nerovnoměrně rozloženy a posilují sociální nerovnosti v destinaci. Zaměstnanost bývá totiž sezonní a hůře placená, bývá málo kvalifikovaná a nezřídka prováděna cizinci. Investice do infrastruktury často nevychází z potřeb místních obyvatel, je pro ně velmi těžko dostupná a může docházet ke snižování kvality místního života. (Pásková, 2014, s. 73)

Daňové zisky velmi často plynou do míst sídel firem a ne do lokalit (destinací) provozoven. Čím menší je geografické měřítko, tím větší je míra importu do destinace. Toto je typické především pro mezinárodní hotelové řetězce, restaurační řetězce a velké mezinárodní touroperátory, kteří dodávají zboží a služby do destinace na úkor místního zboží a služeb. (Királ'ová, 2003, s. 26)

Z této problematiky vychází i kongesce veřejných prostor a komunikací, kdy dochází k přetížení prostranství a infrastruktury návštěvníky destinace. (Pásková, 2014, s. 74)

Sezonní a jádrová inflace představuje zvýšení cenové hladiny jako důsledek vysoké koncentrace nabídky na území destinačního jádra a v období turistické sezony. (Királ'ová, 2003, s. 26)

Jednou z dalších hrozeb je efekt turistické pasti. Jedná se o působení neregulovaného cestovního ruchu, který svými aktivitami znehodnocuje svůj vlastní kapitál a tím i své předpoklady pro svůj ekonomický, ekologický i společenský rozvoj. Velikost tohoto dopadu je dána především relativní návštěvností (vztažená na počet obyvatel a rozlohu destinace),

sezonností, zranitelností ekosystémů, mírou ekonomické závislosti místních obyvatel na cestovním ruchu a mírou regulace cestovního ruchu. (Pásková, 2014, s. 74)

Urbanistické dopady

Při vytlačování běžných funkcí sídla, jako je např. funkce obytná, dochází ke vzniku turistických ghett. Přední funkcí se stává funkce komerční, která je zaměřena na poskytování služeb cestovního ruchu. „Ghettizace“ je doprovázena zvýšením cenové hladiny, snížením dostupnosti zboží běžné denní spotřeby, kongescí veřejných prostor a komunikací. (Királ'ová, 2003, s. 26) Dalším souvisejícím jevem je derezidencializace, kdy se jedná o vytlačování obytné funkce zpravidla v turisticky vyhledávaných oblastech, a to zejména zařízeními cestovního ruchu a souvisejícími aktivitami návštěvníků i podnikatelů. (Pásková, 2014, s. 75)

Turistifikace je komplexní proces, jehož dopady jsou především urbanistického charakteru, ale dále zahrnuje i dopady ekonomické, socio-kulturní, estetické a psychologické. Je to pozvolný proces vytlačování základních funkcí oblasti – obytné, obslužné, socializační, spirituální, ekologické, vědecké, rekreační, hospodářské. V zásadě se jedná o proces změny prostředí a dochází k výměně funkcí z původní funkce na funkci turistickou. (Pásková, 2014, s. 75)

Vzhledem k potenciálu a původních atraktivit oblasti se dle Cohena (1972, in Pásková 2014, s. 75–76) jedná o „*tendenci transformovat nebo s nimi manipulovat za účelem jejich zpřístupnění pro masovou turistickou spotřebu. Jsou vybaveny zařízeními cestovního ruchu, rekonstruovány, krajinářsky upraveny, vyčištěny od nežádoucích elementů, inscenizovány, řízeny či jinak organizovány. Výsledkem je rozsáhlá ztráta jejich původní atmosféry a vzhledu a postupná izolace od běžného života a přirozené struktury hostitelské společnosti*“.

Sociální dopady

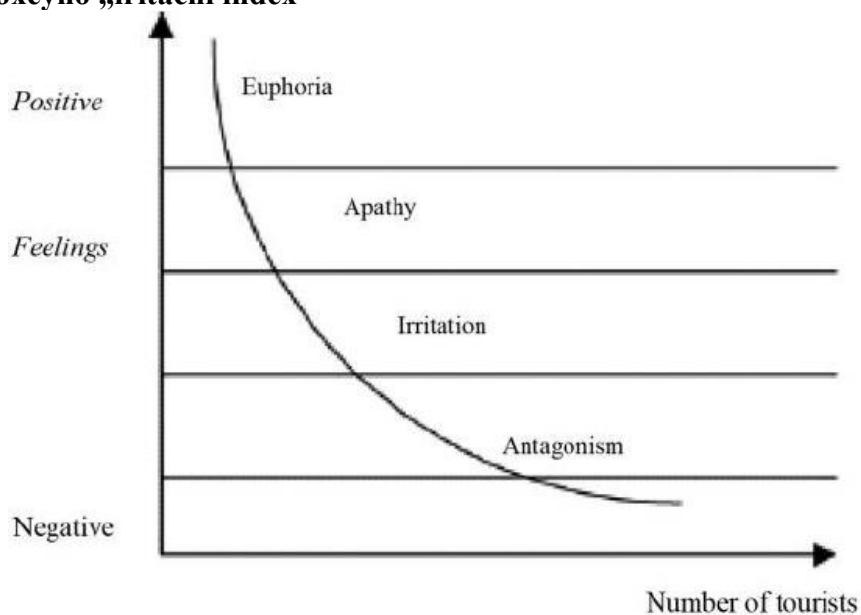
Jako nejčastější negativní dopad na sociální prostředí můžeme uvést efekt demonstrační. Dochází zde k napodobování chování návštěvníků rezidenty a rezidenti se stávají konzumenty služeb cestovního ruchu v dané lokalitě. Obdobou tohoto efektu je tzv. efekt módnosti. Efekt módnosti se projevuje při vysokém obecně sdíleném zájmu o destinaci, jak ze strany návštěvníků, tak i investorů. K tomuto samozřejmě přispívá prezentace destinací na veletrzích a v mediích, také způsob prezentací cestovních kancelářů a agentur anebo ústní doporučení mezi známými. Vnik tohoto efektu má vliv na životní cyklus destinace a přispívá ke zvyšování počtu návštěvníků v dané lokalitě. (Zelenka, 2014, s. 41) Dalším efektem je efekt duality. Společnost se rozděluje na dva základní tábory, na chudé a bohaté. Jedná se o případ, kdy podnikatelé

profitují z intenzity cestovního ruchu a místní obyvatelé spíše strádají, kvůli zvýšeným životním nákladům způsobené např. inflací v dané lokalitě. (Fialová, 2012, s. 32)

V případě marginalizace společnosti dochází, v rámci územní a místní politiky, k odsouvání potřeb místních obyvatel na poslední místa a k vytlačování místních obyvatel z prestižnějších částí města (zejména historických částí). Důsledkem tohoto efektu bývá častější výskyt patologického chování, např. prostituce, kriminality, gamblerství a toxikomanie. (Pásková, 2014, s. 66) Pojem turistická iritace souvisí s negativním vývojem vztahu místních obyvatel k návštěvníkům destinace. Jde tedy o míru „nevraživosti“ místních obyvatel ve vztahu k návštěvníkům. (Pásková, 2014, s. 66-67)

Míru této nevraživosti lze měřit na čtyřstupňové škále, na tzv. Doxeyho iritačním indexu. Tato škála se skládá z euforie, apatie, znechucení a antagonismu. V jaké fázi této škály se destinace nachází, závisí na počtu návštěvníků v destinaci. Iritačním indexem lze tedy měřit kvalitu života místních obyvatel a je významným indikátorem pro měření sociálně-kulturní míry únosnosti. (Cordero, 2007, s. 37)

Obr. č. 2: Doxeyho „iritační index“



Zdroj: *researchgate.net*, 2016

Etnické dopady

Globalizace zapříčiňuje proces vytlačování prvků typických pro místní etnikum. Tento proces je označován jako etnocida. Na tomto procesu se z velké části podílí aktivní cestovní ruch, spojený s uspokojováním potřeb návštěvníků a požadavků zahraničních investorů. (Pásková, 2014, s. 67)

Xenofobie je iracionální, podvědomí strach a obavy z cizinců, neznámých míst a jiných míst. Na jedné straně cestovní ruch přispívá k překonávání xenofobie, která vychází z neznalosti a z historické, politické, ekonomické či společenské izolovanosti a na straně druhé jí prohlubuje, především při vysokém rozdílu v životní úrovni a při nepochopení rozdílné komunity. Jedná se například o nadřazený způsob chování návštěvníků, zapříčiněný jejich vyšší kupní silou nebo negativní zkušenosti rezidentů s návštěvníky či s rozvojem cestovního ruchu. Xenofobie narůstá při překročení únosné kapacity destinace. Vyhraněná forma xenofobie může přejít až v terorismus mířený vůči návštěvníkům. (Venclová a spol., 2013, s. 21)

Kulturní dopady

Akultura je procesem změny kultury společnosti v důsledku dlouhodobého a opakovaného styku s odlišnou kulturou. Jde především o kontakt mezi kulturami odlišné úrovně, kdy jedna má výrazně nižší úroveň vyspělosti. Tento jev je patrný především při působení vlivu anglo-amerických zemí na méně vyspělé „rozvojové“ země. Prvky slabší kultury jsou postupně vytlačovány a nahrazovány prvky kultury vyspělejší. Tento proces akultury je samozřejmě významně posilován globalizací a medií. Proces akultury může mít záporný i kladný dopad. Dochází ke změně životního stylu obyvatel a tím se může ztrácet původní atraktivita destinace pro návštěvníky, současně však může vést ke zvýšení životní úrovně obyvatel (hygienické návyky, zvyšování znalosti cizích jazyků apod.). (Pásková, 2014, s. 67 - 68)

Jako další problematický jev můžeme uvést inscenizaci označovanou také jako hraná původnost či falešná kultura. Inscenizace dle Páskové (2008) znamená „*komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů zpravidla ve smyslu vžitých představ návštěvníků o kultuře daného etnika*“. Dochází k ožívání neprovozovaných tradic a obyčejů (pseudoudálostí) z důvodu maximalizace příjmů. Tím vznikají v destinaci dva rozdílné světy – svět inscenizovaný pro návštěvníky a reálný svět místních obyvatel. (Pásková, 2014, s. 69)

Mezi typické projevy inscenizace můžeme řadit například obřadní tance domorodců v exotických lokalitách či náboženské slavnosti. V České republice k tomuto jevu dochází v rámci skanzenů nebo v areálech hradů a zámků. Specifickým typem inscenizace je folklorizace, kdy dochází k umělému ožívání lidové kultury. (Pásková, 2014, s. 70)

Cestovní ruch lze pojmut jako typ interkulturální interakce působící v negativním slova smyslu na kulturní identitu místních obyvatel, která může vyvrcholit až v nacionalismus. (Pásková, 2014, s. 71) V interkulturální interakci se můžeme setkat s pojmem stereotyp. Dle Venclové a spol. (2013) jsou stereotypy „*obecně přijímané předpoklady o myšlení a způsobu*

chování národů, sociálních skupin a typů jednotlivců, v psychologii opakované, očekávané chování pro určitou situaci. “ Tento jev může významně ovlivnit vnímání návštěvníků místními obyvateli a naopak. (Venclová, 2013, s. 21)

Jedním z dalších negativních dopadů působení masového cestovního ruchu je ztráta autenticity místní kultury, architektury, všedního života místní komunity atd. je to postupný proces mizení nebo oslabování původnosti, reálnosti a pravdivosti určitého prostředí. (Sharpley & Telfer, 2002, s. 94)

Ekologické dopady

Souhrn dopadů na přírodní složky prostředí vyvolané cestovním ruchem se nazývají „turistické znečištění“. Činnosti cestovního ruchu ovlivňují buď přímo či nepřímo míru znečištění složek přírodního prostředí. Tím se snižuje potenciál rozvoje cestovního ruchu v dané lokalitě. Cestovní ruch ovlivňuje přírodní složky prostředí emisemi, především prostřednictvím silniční a letecké dopravy, nočním lyžováním, provozem zábavních podniků a center anebo při výstavbě a provozu zařízení, kde se spotřebovává elektrická energie, stavební a konstrukční materiál. Rozvoj cestovního ruchu přispívá svými činnostmi k emisím skleníkových plynů do atmosféry a tím se podílí na globálním oteplování. Dále je emisemi oxidu dusíku narušována ozonová vrstva, která chrání před UV zářením. (Pásková, 2014, s. 55-56)

Při hromadných odjezdech či příjezdech návštěvníků do destinace může docházet ke tvorbě smogu a smogových situací zapříčiněné nedostatečnou regulací cestovního ruchu (usměrňování turistických toků pomocí koordinace prázdninových termínů, mimosezónních slev, stimulací k využívání veřejné, zejména železniční dopravy). (Pásková, 2014, s. 56)

V blízkosti letišť, dálnic, velkých kulturních, sportovních a zábavních zařízení přirozeně dochází ke zvýšené hladině hluchosti. Tento negativní dopad se v přírodě může projevat změnou přirozeného chování živočichů. Dále se v místech vysoké koncentrace návštěvníků může objevovat znečišťování vody (spláskové vody, znečištění vody v okolí pláží, golfových hřišť, hnojení) a půdy (odpadky, exkrementy, komunální odpad). (Pásková, 2014, s. 57)

Aktivity cestovního ruchu mají za následek i šíření alochtonních druhů, tedy rostlinných a živočišných druhů, které se na daném místě nevyskytovaly a byly na ně zavlečeny aktivitami lidí. (Pásková, 2014, s. 58)

V neposlední řadě může docházet i k poškozování přírodních hodnot a biodiverzity. Jde o druh vandalizmu, kdy návštěvníci vytvářejí např. vrypy či grafity na skalních a jiných přírodních

útvarech, poškozují či sbírají vzácné živočišné a rostlinné druhy, nerosty, horniny a zkameněliny. (Pásková, 2014, s. 60)

Často se lze i setkat s jevem, kdy místní obyvatelé (především v rozvojových zemích) ve snaze vydělat peníze na cestovním ruchu loví či trhají ohrožené druhy za účelem výroby suvenýrů nebo přípravy exotických pokrmů pro turisty. (Pásková, 2014, s. 60)

1.5. Destinace cestovního ruchu

Dle oficiální definice uveřejněné v roce 1993 Světovou organizací cestovního ruchu je destinace „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh.*“ (Nejdl, 2001, s. 49)

V roce 2002 UNWTO vydala rozšířenou definici destinace, která zdůrazňuje nezastupitelnou roli místní (hostitelské) komunity: „*Lokální destinace cestovního ruchu je fyzický prostor, ve kterém turista stráví nejméně jedno přenocování. Zahrnuje turistické produkty tvořené atraktivitami cestovního ruchu a podpůrnými službami a soubor možností zábavy pro jednodenní návštěvníky. Má přírodní a administrativní hranice, jež vymezují její řízení, image a vnímání, které definují její tržní konkurenceschopnost. Lokální destinace zahrnují i hostitelskou komunitu a mohou být součástí všech destinací.*“ (Nejdl, 2001, s. 49)

Z výše uvedeného vyplývá, že destinace cestovního ruchu je ohraničeným územním celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací (Királ'ová, 2003, s. 15).

Destinaci lze chápat také jako:

- Jednotku fyzickou, představující konkrétní geografické území, s jejími přírodními a vytvořenými atraktivitami.
- Jednotku sociálně-kulturní, tvořenou historií i současným společenským, kulturním a politickým děním.
- Určitou představu v myslích skutečných i potencionálních návštěvníků. (Nejdl, 2001, s. 62)

1.5.1. Atributy destinace

Podstatu destinace cestovního ruchu tvoří několik nezastupitelných, neměnných a absolutních charakteristik, jimiž jsou (Nejdl, 2001, s. 51):

- Destinace je definována z pohledu návštěvníka, který si danou lokalitu vybírá.

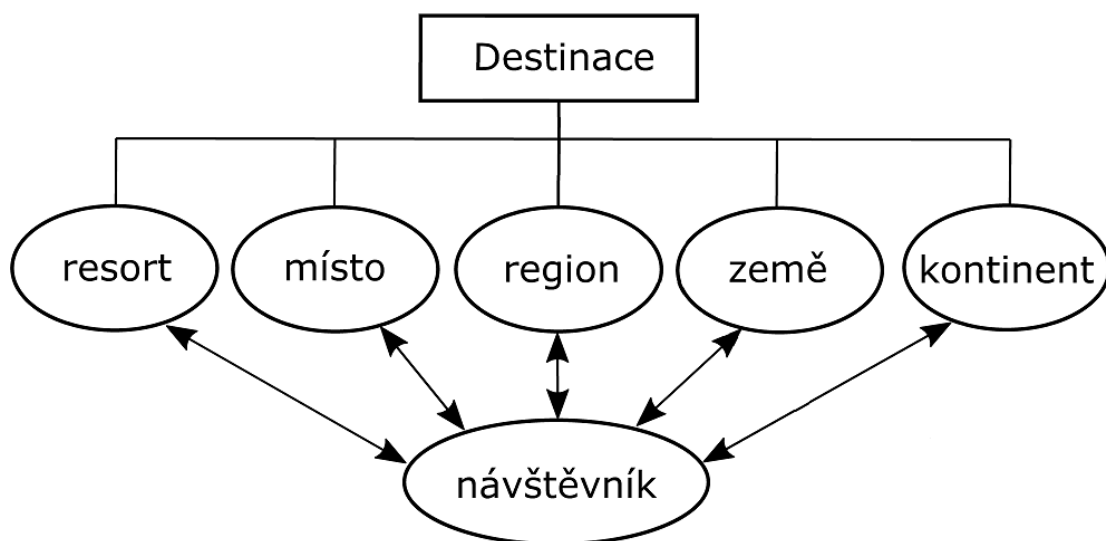
O tom, zda je nebo není určité území destinací, rozhoduje trh, kde se konkrétní územní celek, věřící, že je destinací, setkává s poptávkou, nikoli vůle či přání subjektů působících v daném místě. Tedy rozhodnutí zda je určité místo destinací, rozhodne pouze návštěvník nebo skupina návštěvníků, bez ohledu na přání nabídky. Existuje zde přímá kauzální vazba mezi potřebou návštěvníka a určitým prostorem. (Nejdl, 2001, s. 51)

Vytváření destinace je marketingový proces ze strany nabídky, který se snaží působit na poptávku, aby byla co nejvíce informovaná a pozitivně naladěná pro jeho akceptování. (Nejdl, 2001, s. 51)

- Je územním ohraničeným celkem – stát, region, místo, rezort.

Čím delší je vzdálenost území, které si potencionální návštěvník vybírá za destinaci, tím je rozloha destinace větší, naopak a dále čím je užší cíl cesty, tj. motivace k cestě, tím je destinace rozlohou menší a je často i omezena časově (např. kongres lékařů). Rozloha destinace je tedy pojmem relativním.

Obr. č. 3: Vztah návštěvníka k destinaci dle vzdálenosti



Zdroj: Nejdl, 2001, s. 53

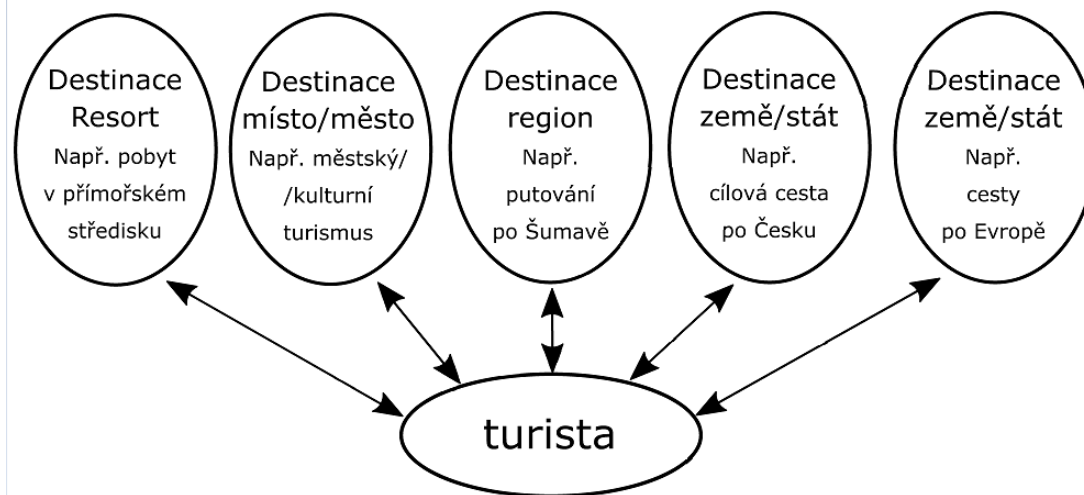
- Musí disponovat určitými atraktivitami a s nimi spojeným komplexem služeb (např. služby ubytovací), který poskytuje celiství zážitek.

Vzhledem k tomu, že destinace je komplexem atraktivit a s nimi svázanými službami, můžeme destinaci pojmut jako celkový produkt.

Zda si určitý klient vybere území za destinaci, závisí na jeho potřebách, jejich hloubce, šíři, na představách a očekáváních, dále na jeho vnímání, schopnosti a ochoty pochopit obsah

nabídky. Nabídka by tím pádem neměla být příliš složitá, měla by být zřetelná, jednoduchá a srozumitelná oslovenému segmentu poptávky. (Nejdl, 2001, s. 54)

Obr. č. 4: Destinace podle motivačních důvodů (uspokojení potřeby)



Zdroj: Nejdl, 2001, s. 55

Předpokladem pro vznik destinace a motivace k jejímu navštívení je rozsah a kvalita atraktivit cestovního ruchu. Atraktivity destinace členíme na přírodní (fauna, klima, horstvo apod.), kulturně-historické (světské a církevní architektonické památky, městské a venkovské rezervace, lidová architektura apod.) a kulturně-společenské (výstavy a veletrhy, folklórní akce, přehlídky apod.). (Nejdl, 2001, s. 56)

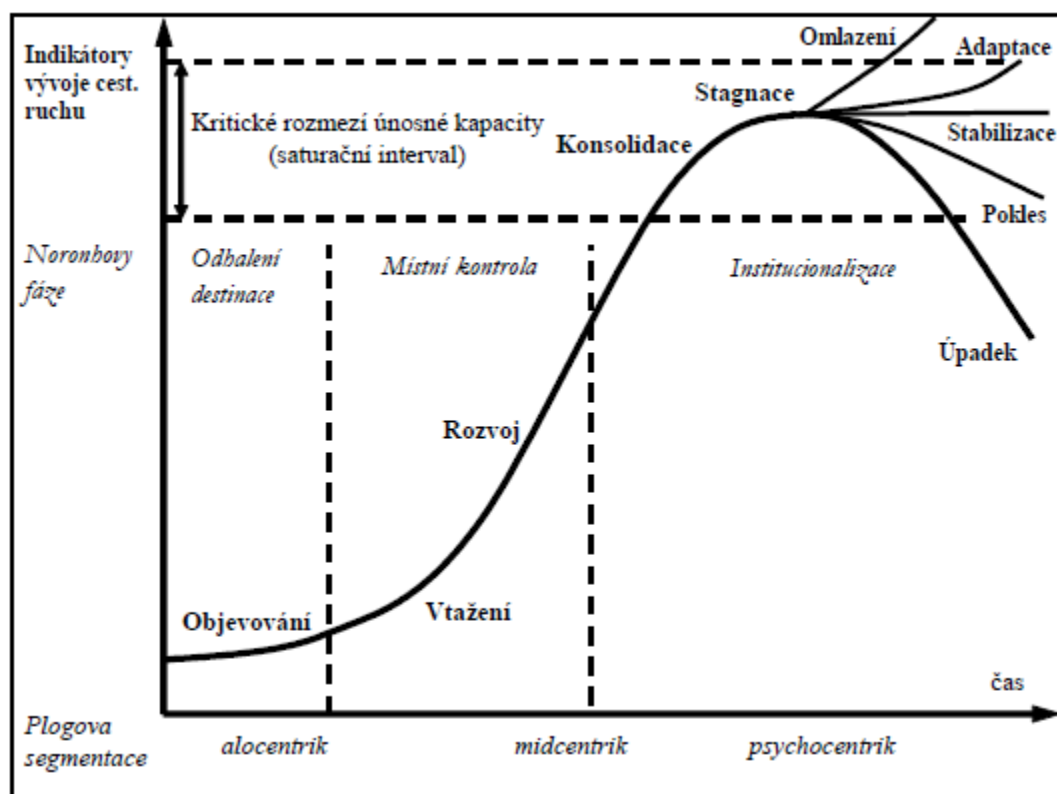
1.5.2. Životní cyklus destinace

Koncept destinačního životního cyklu tvoří základ pro studium vývoje destinace cestovního ruchu. Trajektorie životního cyklu znázorňuje vývoj destinace v čase a další s ním spojené jevy. Zachycuje potenciál vývoje cestovního ruchu destinace (počet návštěvníků, kapacita ubytovacích zařízení apod.) a dopadů efektů cestovního ruchu. (Zelenka, 2014, s. 62)

Koncept životního cyklu nabízí čtyři základní funkce: deskriptivní, explanační, prediktivní a preskriptivní. (Pásková, 2014, s. 89) Je používán například i v oblasti průmyslové ekonomie k objasňování dlouhodobých změn. (Pásková, 2014, s. 93) Butlerův koncept cestovního ruchu zachycuje vývoj destinace v šesti fázích: objevení, vtažení, rozvoj, konsolidace, stagnace a poststagnace. (Cordero, 2007, s. 37) Jako indikátory ovlivňující vývoj životního cyklu jsou používány především ukazatele jako růst počtu návštěvníků, růst podílu přenocujících návštěvníků, změna počtu konkurenčních destinací, průměrné výdaje návštěvníků; změna v

segmentační struktura, tržní podíl; intenzita a způsob propagace (náklady, účast na mezinárodních veletrzích) a cenová inflace tažená cestovním ruchem. (Pásková, 2014, s. 95)

Obr. č. 5: Životní cyklus destinace s vyznačením převažujících typů návštěvníků.



Zdroj: Zelenka, 2014, s. 64

Fáze životního cyklu destinace

Fáze objevování je fází počáteční, kdy ke vzniku destinace jako produktu vedou určité změny (ekonomické, sociální, kulturní, politické, institucionální a technologické) v lokálním prostředí. Do tohoto nově utvářeného prostředí přijíždí zpravidla neorganizovaný malý počet individuálních návštěvníků, především inovativního typu. Tento typ je otevřen novým možnostem, preferuje formu dobrodružnějšího cestování. Návštěvnost je zatím zpravidla neorganizovaná a nepravidelná. Vzhledem k prozatím nevytvořené infrastruktuře cestovního ruchu v destinaci, je míra využívání místní infrastruktury a intenzita kontaktu návštěvníků s místními obyvateli značná. Návštěvníci objevitelského typu jsou označováni jako alocentrici. Tento typ se snaží co nejvíce poznat místní kulturu a její obyvatele a jsou zpravidla místní populací kladně přijímáni. Nezastupitelnou roli, pro návštěvníka typu alocentrik, zde hraje autenticita prostředí. Dle svých zkušeností dávají tito návštěvníci požadovaný impuls pro další segmenty návštěvníků. (Pásková, 2014, s. 96)

Fáze vtažení značí realizaci místních obyvatel v podnikání cestovního ruchu. Míra této realizace závisí přímo úměrně na zvyšujících se nárocích návštěvníků. Kontakt mezi návštěvníky a místními obyvateli je i nadále intenzivní, ale dochází k jeho komercializaci. V této fázi se může začít projevovat sezonnost a také se může začít projevovat problém dualizace společnosti. Objevují se první tlaky na samosprávu a veřejné instituce ve smyslu zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu. (Pásková, 2014, s. 97)

Ve fázi rozvoje je destinace výrazně propagována. Původní atraktivita destinace jsou nadále rozvíjeny nebo dokonce doplňovány uměle vytvořenými atraktivitami. Změny v infrastruktuře jsou přijímány místními obyvateli velmi rezervovaně a začínají se projevovat první negativní dopady na ekonomické, ekologické, socio-kulturní prostředí. V této fázi je nezbytné predikovat vývoj cestovního ruchu a tím se snažit zamezit překročení únosné kapacity území. V hlavní sezoně může docházet k převýšení počtu návštěvníků nad místními obyvateli. Dochází také ke změně typu návštěvníka z alocentrika na midcentrika. Tato fáze se vyznačuje nabídkou organizovaných služeb (především zájezdů) specializovaných cestovních kancelářích. (Pásková, 2014, s. 98-99)

Fáze konsolidace se vyznačuje výrazným poklesem nárůstu počtu návštěvníků, ale i přes pomalejší růst může v sezoně docházet k převýšení počtu návštěvníků nad místními obyvateli. Příjem z cestovního ruchu se stává pro destinaci nezbytným, narůstá infrastruktura cestovního ruchu a dochází k dalšímu negativnímu jevu – vytváření „turistických ghett“. Typ návštěvníka se mění na kvazipsychocentrika (návštěvníka s psychocentrickými rysy). Destinace přestává být pro určité segmenty návštěvníky atraktivní a začínají ji vnímat jako podřadnou, přelidněnou a neschopnou poskytnout jim neobyčejné zážitky, které vyžadují. (Pásková, 2014, s. 100)

Ve fázi stagnace má destinace již ukotvenou image, ale již není nová a moderní. Počet návštěvníků již není možné navýšit a dochází k naplnění únosné kapacity destinace. Původnost destinace je nahrazena umělými atraktivitami, což láká především kvazipsychocentricky k příjezdu do destinace. Pro tento typ nepředstavuje autenticita destinace klíčovou motivaci k její návštěvě. Postoj místních obyvatel vůči tomuto typu návštěvníka začíná nabývat negativního charakteru. (Pásková, 2014, s. 101)

Poslední fáze poststagnace může proběhnout v pěti základních variantách, vzhledem k předchozímu vývoji.

Ve fázi úpadku není destinace schopna konkurovat novějším, modernějším destinacím, především díky vyčerpání zdrojů destinace. Životní styl je degradován a dochází ke snižování

kvality životního prostředí. Fáze poklesu znamená postupné snižování celkové návštěvnosti, zapříčiněné překročením únosné kapacity. Další variantou může být fáze stabilizace, po vyrovnání s předcházejícím poklesem dojde ke stabilizaci úrovně návštěvnosti. Při fázi adaptace dochází k přizpůsobení únosné kapacity území a umožní tak i jistou míru růstu návštěvnosti. Fázi omlazení začíná nový životní cyklus destinace, pomocí výstavby nové infrastruktury a změně image destinace, zvýšení únosné kapacity nebo použití nových technologií apod. (Pásková, 2014, s. 102)

1.5.3. Koncept únosné kapacity

V komplexním pojetí lze koncept únosné kapacity popsat jako maximální míru zatížení daného území. Je to míra, kdy ještě nedochází k nevratnému snížení hodnot přírodních složek a socio-kulturního prostředí. Jedná se tedy o dlouhodobě udržitelnou míru využívání destinačních zdrojů. (Zelenka, 2014, s. 53-54) Únosná kapacita se skládá z ukazatelů kvantity, kvality a citlivosti přírodních i lidmi vytvořených zdrojů. (Zelenka, 2012, s. 115)

Matematické vyjádření únosné kapacity k pro sledovaný typ jevu J_k a pro dané území G , se zvažováním, že hodnota únosné kapacity se mění v čase, lze vyjádřit ve tvaru:

$$Ú K_k^G(t) = fce(G, \sum P_{i,j}, \sum D_j, J_k t) \quad (1)$$

kde G vyznačuje vhodně vymezenou část geografického prostoru, v níž jsou vlastnosti území (včetně jeho obyvatel) takové, že únosná kapacita za jinak konstantních ostatních proměnných je stejná, $\sum P_{i,j}$ je souhrn působení jednotlivých vlivů majících vztah k D_j jako typu dopadu a t je čas. (Zelenka, 2014, s. 58)

Únosná kapacita se skládá z několika složek, jimiž jsou:

Fyzicky únosná kapacita

Tento typ určuje maximální objem rozvoje vyjádřený maximálním počtem uživatelů, které může dané území pojmout, aniž by došlo k nevratným škodám. Svým pojetím se tento druh nejvíce blíží běžné definici únosné kapacity. Určování fyzické kapacity má smysl pro uzavřené objekty s regulovaným vstupem (jeskynní prostory, zámecké zahrady apod.). (Pásková, 2014, s. 172)

Ekonomicky únosná kapacita

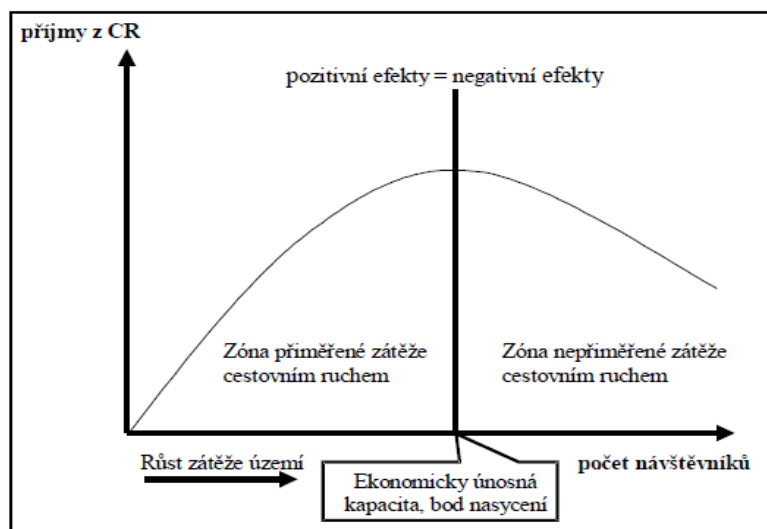
Dle Páskové (2014) se ekonomicky únosná kapacita stanovuje mírou maximálního ekonomického přínosu cestovního ruchu pro destinaci při současné minimalizaci čerpání kapitálu (exploataci neobnovitelných – primárních – zdrojů) cestovního ruchu (kvalita socio-

kulturního i přírodního prostředí destinace). S ekonomicky únosnou kapacitou je úzce spjat ekonomický podíl cestovního ruchu na celkovém výkonu ekonomiky destinace. Vysoká hodnota tohoto podílu činí destinaci velmi zranitelnou a závislou na podnikatelských činnostech v oblasti cestovního ruchu. (Pásková, 2014, s. 172)

Ekologicky únosná kapacita

Tato kapacita udává maximální možnou hodnotu turistické zátěže, kdy je ještě dané prostředí schopno vyrovnat se ze zátěží než dojde k trvalému poškození (pokles výskytu živočišného či rostlinného druhu). Tato úroveň je přímo úměrná autoregulační schopnosti daného ekosystému. (Pásková, 2014, s. 173)

Obr. č. 6: Vztah mezi zátěží životního prostředí a příjmy z cestovního ruchu s vyznačením ekonomicky únosné kapacity



Zdroj: Pásková, 2014, s. 174

Institucionálně únosná kapacita

Tento typ zahrnuje míru administrativní připravenosti pro rozvoj cestovního ruchu, úroveň managementu, úroveň spolupráce se státní správou, úroveň dotační a stimulační politiky, úroveň regulačních mechanismů, úroveň destinačního managementu apod. (Pásková, 2014, s. 174 – 175)

Socio-kulturně únosná kapacita

Tato „toleranční“ kapacita se zaměřuje na narušení lokálního životního stylu, postupnou ztrátu kulturní identity a změnu v tradiční hodnotové hierarchii. Značí hranici, kdy se tyto nežádoucí symptomy rozvoje cestovního ruchu začínají v destinaci prvně objevovat. V intenzivně navštěvovaných lokalitách se může začít projevovat problém tzv. „turistických ghatt“. Pomocí dotazníkových šetření lze velmi dobře zjistit akceptovatelnou úroveň návštěvnosti v daných

prostranstvích. Vhodnými ukazateli socio-kulturní složky je míra turistické iritace a Defertova funkce. (Pásková, 2014, s. 175)

Psychologicky únosná kapacita

Tato kapacita zohledňuje subjektivní pohled návštěvníka a jeho spokojenost v destinaci. Zjišťuje například, jak návštěvníci vnímají přelidněnost (intenzitu návštěvnosti). (Pásková, 2014, s. 175)

1.5.4. Koncept společenské směny

Tento koncept tvoří základ pro mnohé modely, zaměřených na vysvětlení a predikci společenských procesů v destinaci. (Zelenka, 2014, s. 75) Slouží k podchycování a analýze dopadů cestovního ruchu a také k pochopení postojů místních obyvatel. (Zelenka, 2014, s. 73 - 74) Podstatou sociálních procesů v cestovním ruchu je směna. Těžiště této teorie spočívá právě ve směně prospěchu (odměny) mezi lidmi. Během životního cyklu destinace dochází k významným změnám ve formě a intenzitě této společenské směny materiálních i nemateriálních hodnot mezi rezidenty a návštěvníky. Pomocí rozboru nákladů a přínosů této společenské směny lze ovlivnit postoje místních obyvatel. (Zelenka, 2014, s. 75)

Dle Apovi (1992, in Zelenka 2014) definice o společenské směně je „*společenská směna spjata s interpretací výměny zdrojů mezi jednotlivci a skupinami v situaci vzájemné interakce. Interakce jsou chápány jako proces, ve kterém se vzájemně aktéři cestovního ruchu zásobují hodnotnými zdroji a pojem aktér se vztahuje k individuu či kolektivu, který disponuje zdroji.*“ (Zelenka, 2014, s. 74)

2. Metodika

První část práce je věnována studiu a rešerši české i anglické literatury. Byly použity převážně tištěné publikace, odborné studie a články a také elektronické zdroje. Úvod praktické části je věnován stručnému představení města Teplice a jeho historii věnovanou především lázeňství. Informace o městě a lázních byly získány z oficiálních webových stránek města a lázní. Další část práce se zaměřuje na analýzu cestovního ruchu ve městě za posledních pět let. Tato analýza je prováděna z hlediska celkového cestovního ruchu, nikoliv pouze se zaměřením na lázeňství, jelikož informace o počtu lázeňských klientů v Teplicích není nikde zveřejněna. Údaje pro analýzu cestovního ruchu byly získány z Českého statistického úřadu. V práci jsou uvedena aktuální data, která byla v okamžiku psaní práce k dispozici. Výsledky analýzy jsou prezentovány pomocí grafů.

Ve třetí části byla použita metoda dotazníkové šetření s cílem zjistit postoje a názory obyvatel Teplic na přítomnost turistů ve městě. Respondenti byli především stálí obyvatelé Teplic či osoby dojíždějící do města denně za prací. Jak bylo zmíněno výše, práce se zaměřuje na přítomnost turistů obecně, nikoliv pouze na přítomnost lázeňských hostů. Ale už z charakteru města lze usoudit, že lázeňská klientela bude činit většinovou část z celkového počtu přijíždějících turistů. Vzhledem k délce pobytu lázeňských hostů, má tato skupina největší vliv na proces turistifikace a soci-kulturní prostředí města.

Pro získání dat bylo použito anonymního dotazníkového šetření, které umožňuje získat celkem velké množství dat za velmi krátkou dobu. Anonymní dotazník byl zvolen především kvůli povaze daného problému. Nevýhody dotazníkového šetření se mohou projevit ve formě nepochopení otázky, či ve formě lhostejnosti, neupřímných a odbytých odpovědí. Byl tedy vytvořen rozsáhlejší dotazník, který umožňoval upřesnit či rozvést stěžejní otázky. Srozumitelnost otázky byla ověřena v několika pilotních šetřeních se zpětnou vazbou.

Dotazník byl vytvořen v elektronické a tištěné podobě. Pomocí webu Survio.cz byl vytvořen online dotazník a k jeho rozšíření bylo použito sociální sítě, kde byl mezi obyvateli Teplic tento online dotazník sdílen. Aby byly obsáhnuty všechny věkové kategorie, bylo nutné vytvořit i tištěný dotazník, s jehož distribucí velmi pomohl pracovník Magistrátu města Teplice, který zde působí jako tlumočnický a odborný asistent. Dotazník byl koncipován s předpokladem, že respondenti, žijící ve městě celý život, mají tendenci vnímat přítomnost turistů negativněji a dále, že jsou obyvatelé obtěžováni pohybem velkého množství turistů v městě.

V šetření se podařilo získat celkem 170 vyplněných dotazníků, z toho bylo 18 dotazníků, z výše uvedených důvodů, nepoužitelných pro další zpracování.

Respondenti byli rozděleni do osmi věkových kategorií (15-20, 21-25, 26-35, 36-45, 46-55, 56-65, 65-75, nad 76 let) do pěti vzdělanostních kategorií (základní, středoškolské, vyšší odborné, vysokoškolské, postgraduální) a do jedenácti kategorií dle počtu let residence ve městě (méně než 5 let, 5-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, 31-35, 36-45, 46-55, 56-65, 66-75, 76 a více) a dále dle pohlaví.

Dotazník se skládal z 27 otázek. Časová náročnost dotazníku činila přibližně 5-10 minut. Otázky byly uzavřené, umožňující pouze jednu odpověď. V prvních dvou částech bylo využito tzv. škálových otázek, u kterých je možno odpovědi zkvantifikovat.

První část dotazníku se zaměřuje na postoj residenta vůči rozvoji cestovního ruchu v Teplicích. Tato část se skládá ze šesti tvrzení, u kterých residenti projevovali svůj souhlas či nesouhlas

s tvrzením na škále od 1 do 5. Druhá část dotazníku se týká vlivu cestovního ruchu na destinaci. Skládá se z dvanácti tvrzení a respondenti zde měli možnost rovněž ohodnotit tvrzení na škále od 1 do 5. Tato tvrzení byla převzata ze studie S. V. Lankforda a D. R. Howarda (1993), týkající se vývoje škály pro měření postojů residentů vůči dopadu cestovního ruchu (TIAS method).

Při zpracování dotazníků bylo nutné u škálovitých otázek převrátit hodnoty odpovědí u negativně položených otázek, aby měl celkový výsledek správnou vypovídací hodnotu o postoji residenta.

Dalších pět otázek zjišťovalo opět postoj residenta vůči cestovnímu ruchu, postoj vůči turistům a čím je nejvíce obtěžován, a nakonec zda vůbec přijde do kontaktu s turisty. Poslední čtyři otázky se zabývaly demografickými údaji residenta.

Vzor tištěného dotazníku je k nahlédnutí v příloze práce (příloha č. 1).

3. Lázeňské město Teplice

Lázně Teplice patří k nejstarším lázním v České republice a patří mezi nejstarší lázně v Evropě. Nacházejí se v údolí mezi Českým středohořím a hřebeny Krušných hor. (kudyznudy.cz, 2018) Počet obyvatel v Teplicích k 1. 1. 2016 činí 49 959 osob a je tedy čtvrtým nejlidnatějším městem Ústeckého kraje. (czso.cz, 2018)

První horký pramen byl v Teplicích objeven roku 762, avšak osídlení této oblasti se datuje již v době bronzové. (kudyznudy.cz, 2018; teplice.cz, 2018) Za zakladatelku lázní Teplice se považuje královna Judita (manželka Přemyslovce Vladislava II.), která se v 11. století zapříčinila o první organizované užívání tohoto termálního pramene.

Lázně Teplice lákaly k návštěvě mnohé významné osobnosti, jako např. Ludwiga van Beethovena, který v lázních začal psát svou nejslavnější 9. symfonii, básníka Johanna Wolfganga von Goethe či císaře Františka Josefa I. a jeho manželku císařovnu Sissi. Právě tento císařský pár začal nazývat Teplice Malou Paříží či Salonem Evropy. Na počest návštěvy císařovny byly v Teplicích v roce 1911 otevřeny nové Lázně císařovny Alžběty. (lazneteplice.cz, 2018)

Díky bohaté historii se v Teplicích nachází mnoho zajímavých památek, například zámek z 16. století, morový sloup z roku 1718, zámecký park v anglickém stylu rovněž z 18. století apod. V současné době nabízejí Teplice rozsáhlý zrekonstruovaný lázeňský komplex, zrekonstruované Krušnohorské divadlo, nový plavecký areál, množství restaurací a kaváren. Lázeňský komplex se skládá ze sedmi lázeňských budov, jimiž jsou: sanatorium Beethoven,

Nové lázně, Vojenské lázně, Hadí lázně, Kamenné lázně, Sadové lázně a Císařské lázně. (teplice.cz, 2018)

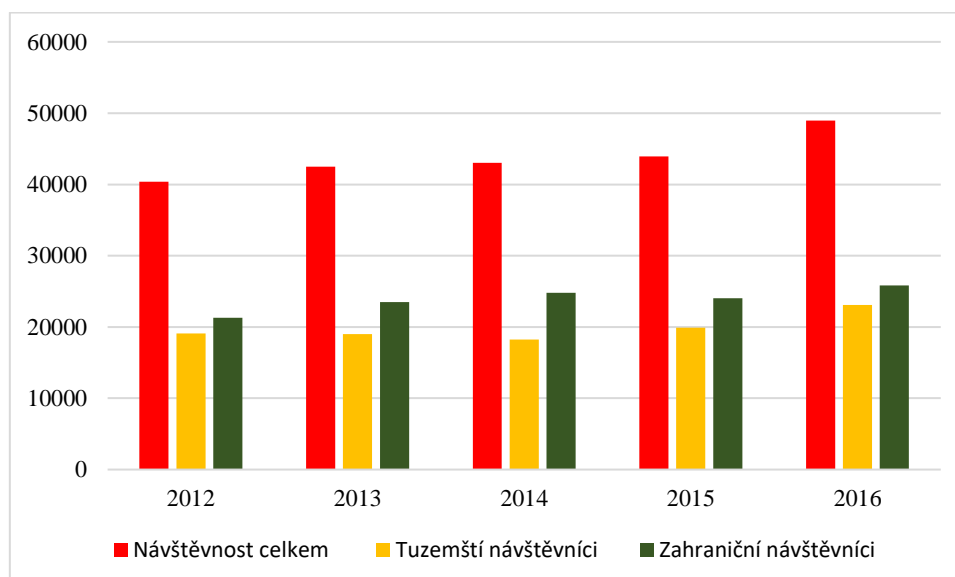
V nabídce lázní nalezneme rekreační i léčebné procedury. Lázně se specializují na léčbu pohybové soustavy a nervových onemocnění. Nové lázně se specializují na léčení těchto nemocí u dětí již od šesti měsíců. (lazneteplice.cz, 2018)

3.1. Cestovní ruch v Teplicích

V roce 2016 do Teplic přijelo 48 956 turistů a v témže roce zde žilo 49 959 obyvatel. (vdb.czso.cz, 2018) Je třeba si však uvědomit, že údaje o počtu turistů přijíždějících do dané lokality se získávají v hromadných ubytovacích zařízeních a neodpovídají tak skutečnému počtu turistů, kteří do města přijíždějí. Například arabská klientela přijíždí na několik týdnů či měsíců i se svým širokým příbuzenstvem a služebnictvem a využívají soukromého ubytování, které není klasifikováno jako hromadné ubytovací zařízení a není tudíž zahrnuto do statistik. (usti.idnes.cz, 2018) Počet turistů, kteří do města přijíždí, je tak několikanásobně vyšší než udávají statistická šetření.

Jak je vidět z obrázku č. 7, počet přijíždějících turistů od roku 2012 do roku 2016 narůstal, přičemž převažovaly příjezdy zahraničních turistů. Největší nárůst nastal v roce 2016, kdy se počet turistů zvýšil na 48 956 osob, tedy více než o 5000 osob.

Obr. č. 7: Počet příjezdů turistů do Teplic v letech 2012-2016

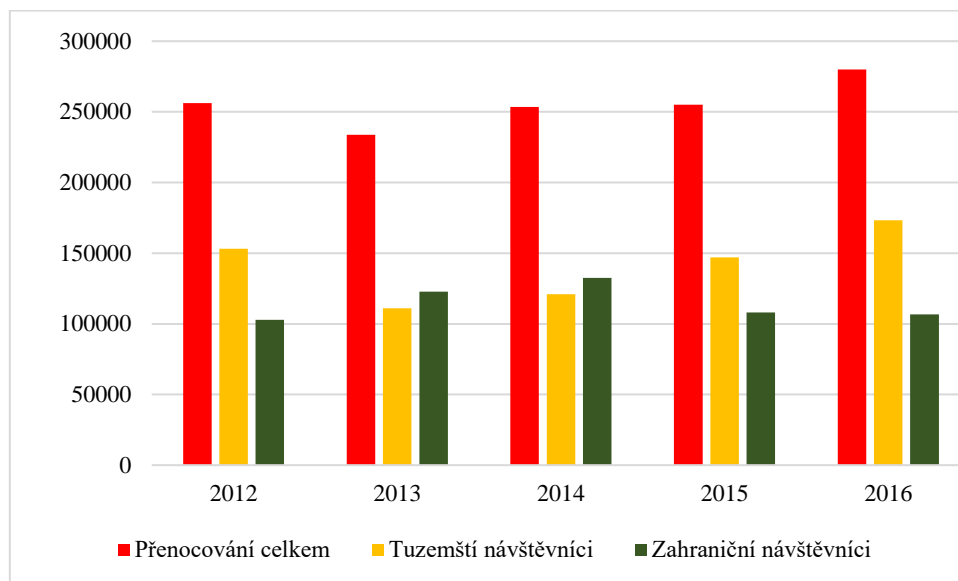


Zdroj: Vlastní zpracování dle Veřejné databáze ČSÚ, 2018

Turisté realizovali v roce 2016 v Teplicích 279 917 přenocování, průměrná délka pobytu tedy byla 5,7 dne. Tato hodnota je oproti průměrnému počtu přenocování vyšší než je tomu

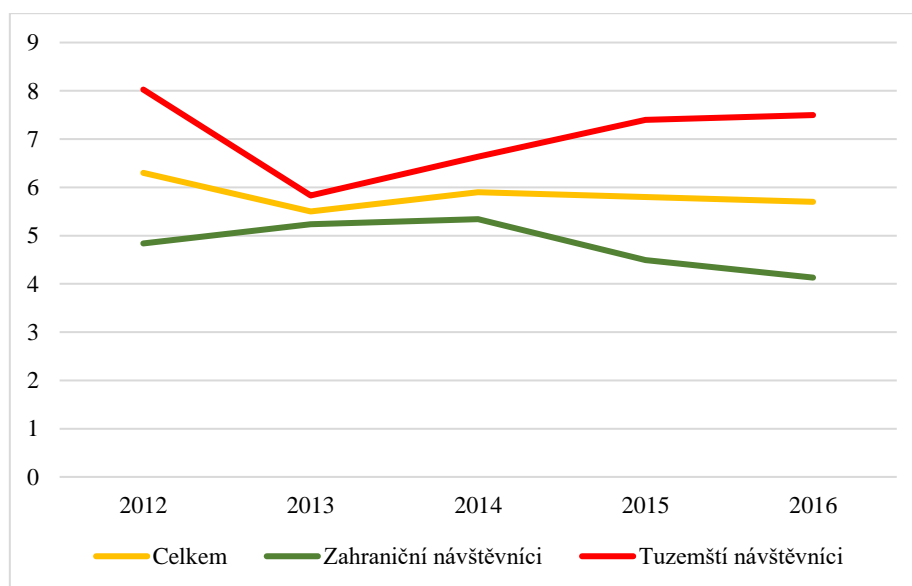
u celkového údaje pro Českou republiku, kdy hodnota činí 2,7 dne za rok 2016. (vdb.czso.cz, 2018) Tato hodnota je ovlivňována především lázeňským charakterem cestovního ruchu, pro něhož je typická několikanásobně větší délka pobytu než u cestovního ruchu obecně. Z obrázku č. 8. je zřejmé, že v posledních dvou letech v počtech dnů přenocování převládají tuzemští turisté. Tento jev lze vysvětlit také tím, že někteří zahraniční turisté dávají přednost soukromému ubytování a nejsou tudíž zahrnováni do statistik.

Obr. č. 8: Počet přenocování turistů v Teplicích v letech 2012 – 2016



Zdroj: Vlastní zpracování dle Veřejné databáze ČSÚ, 2018

Obr. č. 9: Průměrný počet přenocování turistů v Teplicích v letech 2012-2016



Zdroj: Vlastní zpracování dle Veřejné databáze ČSÚ, 2018

Z hlediska připravenosti turistické infrastruktury lze konstatovat, že současný počet ubytovacích a stravovacích zařízení plně dostačuje poptávce. V současné době se v Teplicích

nachází 27 ubytovacích zařízení, z toho jsou 4 hotely s označením 4 hvězdiček, 11 hotelů s označením 3 hvězdiček, 1 hotel s označením jedné hvězdičky, 2 hotely spadající do kategorie „garní“, 4 penziony a 5 lázeňských domů spadajících do kategorie „ostatní zařízení jinde nespecifikovaná“. Celková kapacita ubytovacích zařízení za rok 2016 činila 2 216 lůžek. Největší kapacitu z hlediska počtu pokojů má sanatorium Beethoven s více než 100 pokoji. (vdb.czso.cz, 2018)

3.1.2. Výsledky dotazníkového šetření

V dotazníkovém šetření se na celkovém počtu 152 dotazníků se podílelo 51,97 % žen a 48,21 % mužů. Více než polovina respondentů (56,58 %) uvedlo středoškolské vzdělání jako nejvyšší dosažené vzdělání, 17,76 % uvedlo vyšší odborné, 13,16 % uvedlo vysokoškolské vzdělání, 10,53 % uvedlo základní vzdělání a pouhých 1,97 % uvedlo vzdělání postgraduální.

Nejpočetnější věkové kategorie tvořily skupiny mezi 26 až 35 a 36 a 45 lety. Obě tyto skupiny tvořily 22,36 % na celkovém počtu. Druhou nejpočetnější skupinu tvořila věková kategorie mezi 56 až 65 lety s 17,1 % na celkovém počtu. Nejmenší skupinu pak tvořila věková kategorie od 76 let a více s 1,32 %. Ze získaných odpovědí je také patrné, že 48 % respondentů žije v Teplicích celý život.

Kompletní výsledky demografických údajů respondentů jsou uvedeny v tabulce č. 1.

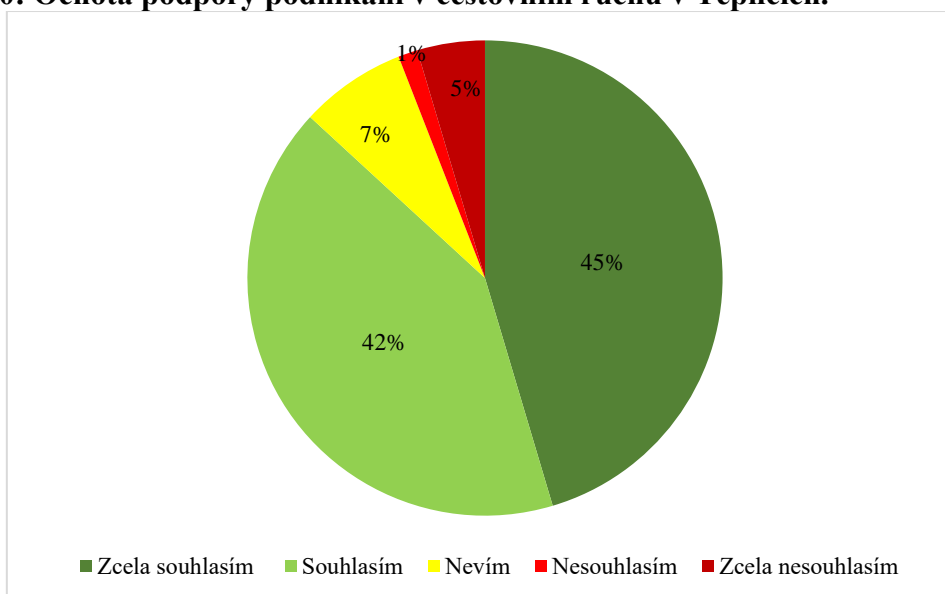
Tab. č. 1: Demografické údaje respondentů

Pohlaví	Počet respondentů	Délka residence	
žena	79	méně než 5 let	7
muž	73	6 až 10	7
Věk		11 až 15	2
15 až 20	6	16 až 20	9
21 až 25	18	21 až 25	7
26 až 35	34	26 až 30	21
36 až 45	34	30 až 35	17
46 až 55	22	36 až 45	25
56 až 65	26	46 až 55	26
66 až 75	10	56 až 65	16
76 a více	2	66 a více	4
Vzdělání			
Základní	16		
Středoškolské	86		
Vyšší odborné	27		
Vysokoškolské	20		
Postgraduální	3		

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Další část dotazníku, složená ze šesti tvrzení, byla zaměřena na postoj residenta k cestovnímu ruchu. Z obrázku č. 10 je patrné, že 87% dotázaných s uvedeným tvrzením souhlasilo. Průměrná hodnota odpovědí činí 1,8 a lze tedy usoudit, že většinová část respondentů je nakloněna k rozvoji cestovnímu ruchu v Teplicích.

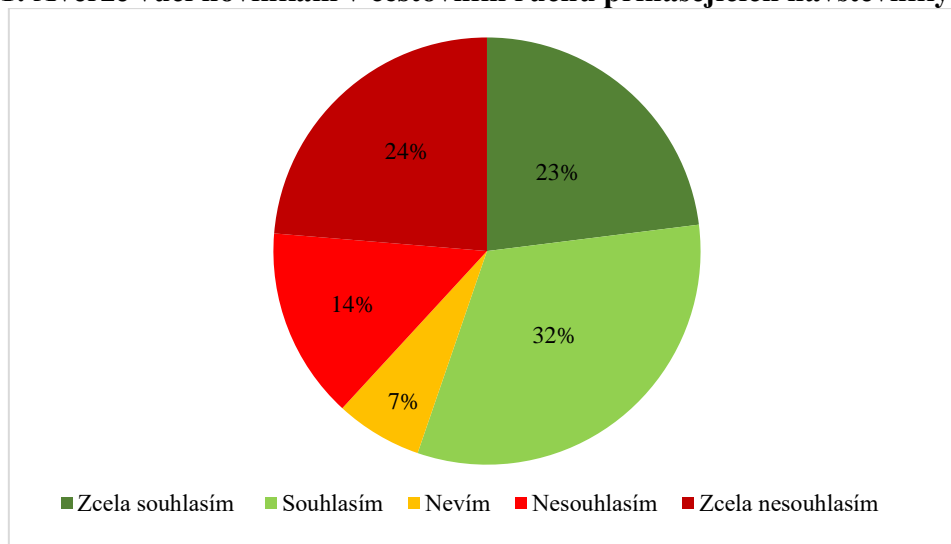
Obr. č. 10: Ochota podpory podnikání v cestovním ruchu v Teplicích.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Další tvrzení bylo zaměřeno na postoj vůči počtu návštěvníků ve městě. Více než polovina dotázaných (55%) odpověděla, že je proti přílivu dalších návštěvníků, zbylých 38% dotázaných je pro další příliv návštěvníků. V porovnání s obrázkem č. 10 je patrné, že procentuální podíl odpovědí s kladným postojem vůči cestovnímu ruchu je zde patrně nižší. Z tohoto jevu lze usoudit, že i přes prvotní kladný postoj by se dalším zvýšením počtu návštěvníků výrazně zvýšila nespokojenost stálých obyvatel. Průměrná hodnota z uvedených odpovědí činí 3,2.

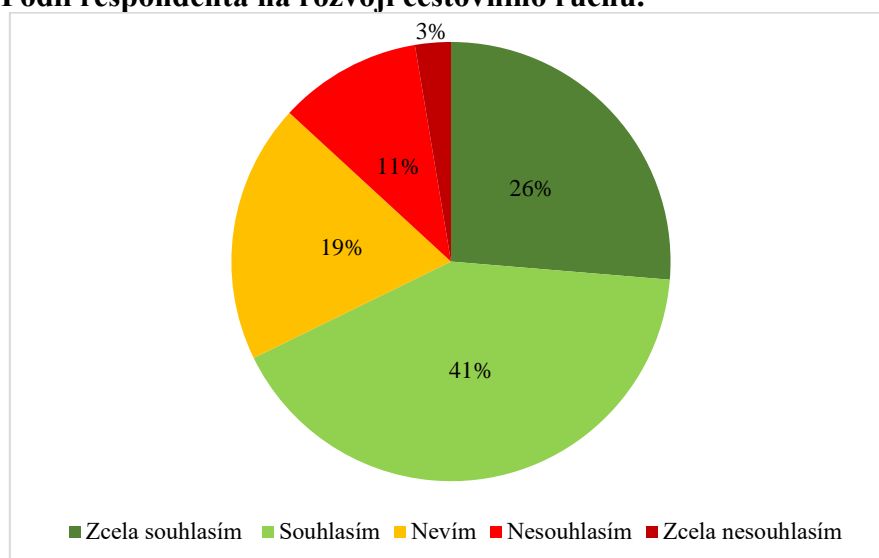
Obr. č. 11: Averse vůči novinkám v cestovním ruchu přinášejících návštěvníky do Teplic.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Z obrázku číslo 12 je patrné, že 67% dotázaných se podílí na rozvoji cestovního ruchu. Z toho lze usuzovat, že obyvatelé města Teplice často nacházejí v oblasti cestovního ruchu pracovní uplatnění. Průměrná hodnota odpovědí je zde 2,2.

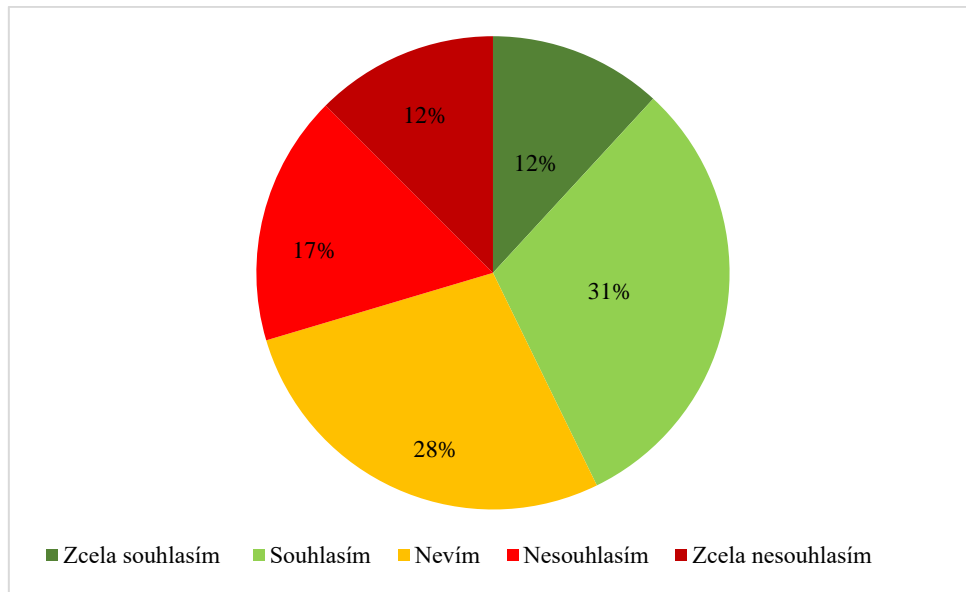
Obr. č. 12: Podíl respondenta na rozvoji cestovního ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Na obrázku číslo 13 lze pozorovat velký procentuální podíl u odpovědi „nevím“. Jedná se nejspíš o nezájem velkého podílu respondentů o místní politiku nebo mohlo dojít k nepochopení tvrzení. Průměrná hodnota odpovědí činí 3,2.

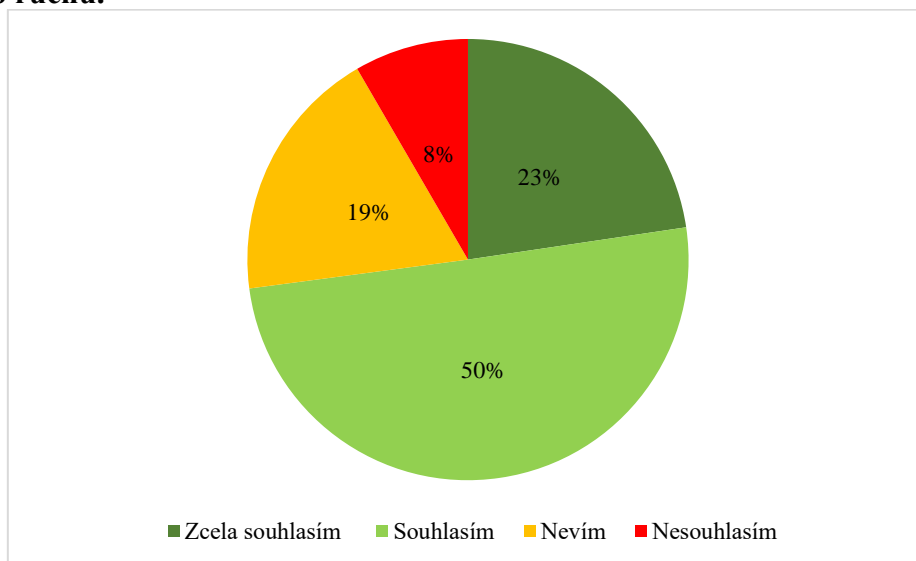
Obr. č. 13: Nesouhlas s místní politikou rozvoje cestovního ruchu v místě mého bydliště.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Další tvrzení bylo zaměřeno na názor respondentů, zda by se vedení města mělo více zapojit do rozvoje města Teplice jako destinace cestovního ruchu. Většinová část dotázaných (73%) s tvrzením souhlasila a pouhých 8% procent uvedlo negativní odpověď. Tento výsledek tedy potvrzuje většinový názor obyvatel Teplic (viz obr. č. 10), že cestovní ruch má být v Teplicích podporován. Průměrná hodnota odpovědí činí 2,2.

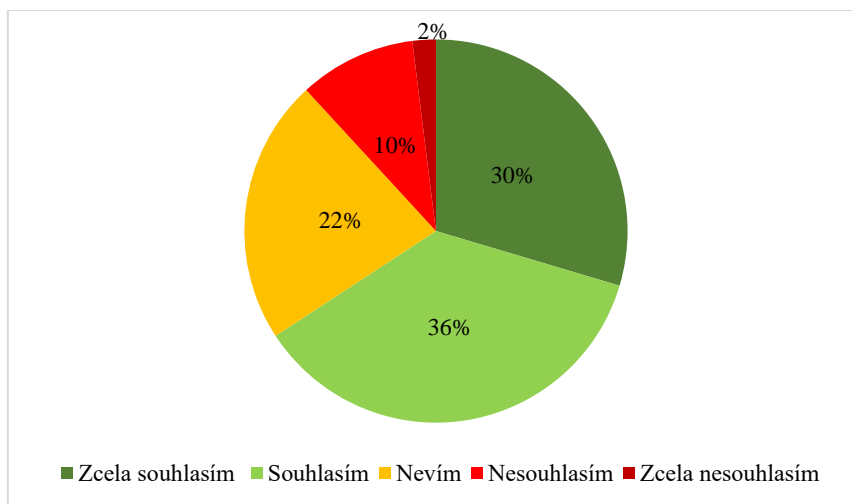
Obr. č. 14: Vedení města by se mělo více zapojit do rozvoje města jako destinace cestovního ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Z níže uvedeného obrázku vyplývá, že 66% respondentů vnímá dopad rozvoje cestovního ruchu na zvýšení životní úrovně. Z obrázku je také patrný velký podíl (22%) u odpovědi „nevím“. Může se zde jednat opět o nezájem respondentů o cestovní ruch obecně. Průměrná hodnota uvedených odpovědí činí 2,2.

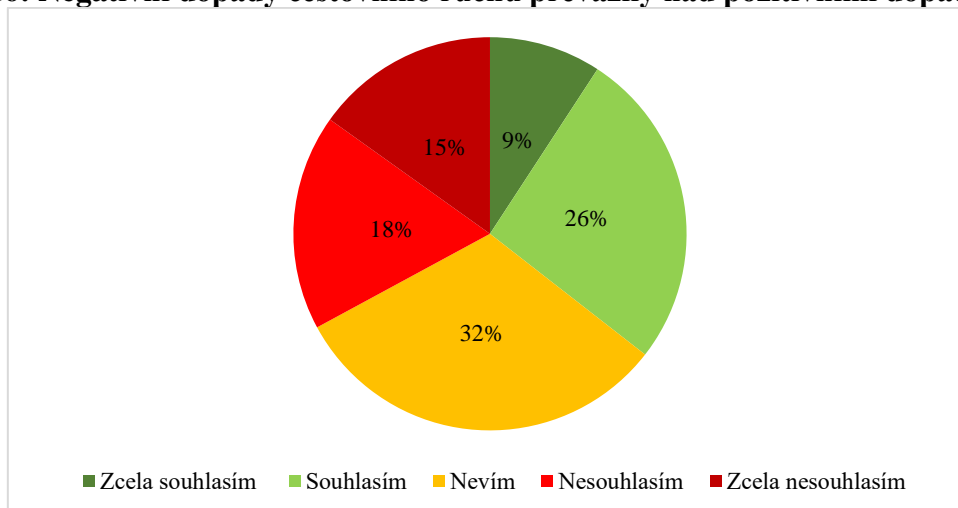
Obr. č. 15: Jednou z největších výhod cestovního ruchu je zvýšení životní úrovně.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Druhá část škálových otázek se skládá z 12 tvrzení a zaměřuje se na vnímání vlivu cestovního ruchu v destinaci. První tvrzení zjišťovalo, zda respondenti vnímají dopady cestovního ruchu spíše jako pozitivní či negativní. Odpovědi zde byly celkem rovnoměrně rozloženy. U 33% respondentů bylo uvedeno, že pozitivní dopady převážily nad negativními a u dalších 35% respondentů byla uvedena opačná odpověď. U 32% respondentů byla uvedena odpověď „nevím“, což může být zapříčiněné opět nezájmem o oblast cestovního ruchu. Průměrná hodnota uvedených odpovědí činí 3.

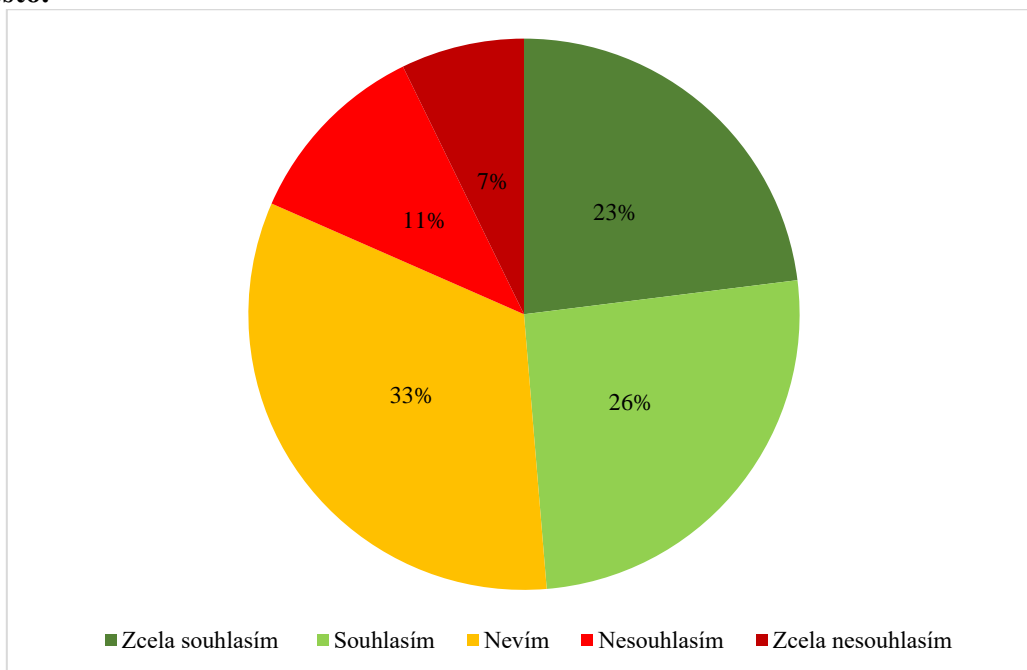
Obr. č. 16: Negativní dopady cestovního ruchu převážily nad pozitivními dopady.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Většinová část (49%) respondentů u dalšího tvrzení uvedla kladnou odpověď, pouze 18% s tvrzením nesouhlasilo. Další velkou skupinu činila odpověď „nevím“ s podílem 33%. Průměrná hodnota odpovědi činí 2,5.

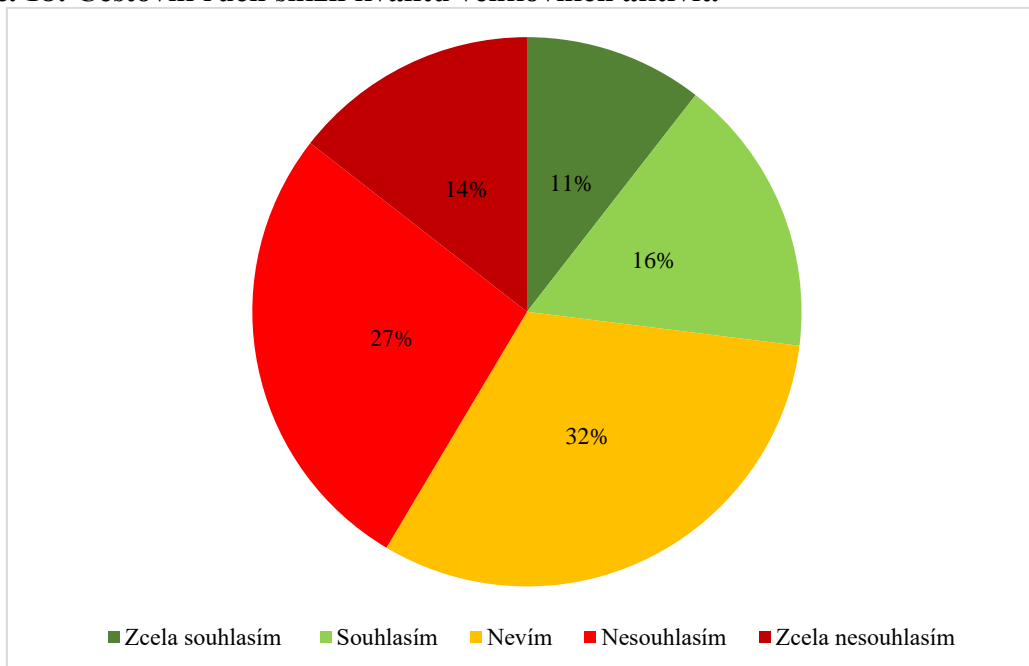
Obr. č. 17: Vedení města se snaží dlouhodobě snižovat negativní dopady cestovního ruchu na město.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

S tvrzením, zda cestovní ruch snížil kvalitu cestovních aktivit, souhlasilo 27% dotázaných, 32% uvedlo svoji odpověď jako „nevím“ a nesouhlasnou odpověď uvedlo 41% dotázaných. Průměrná hodnota odpovědi činí 2,8.

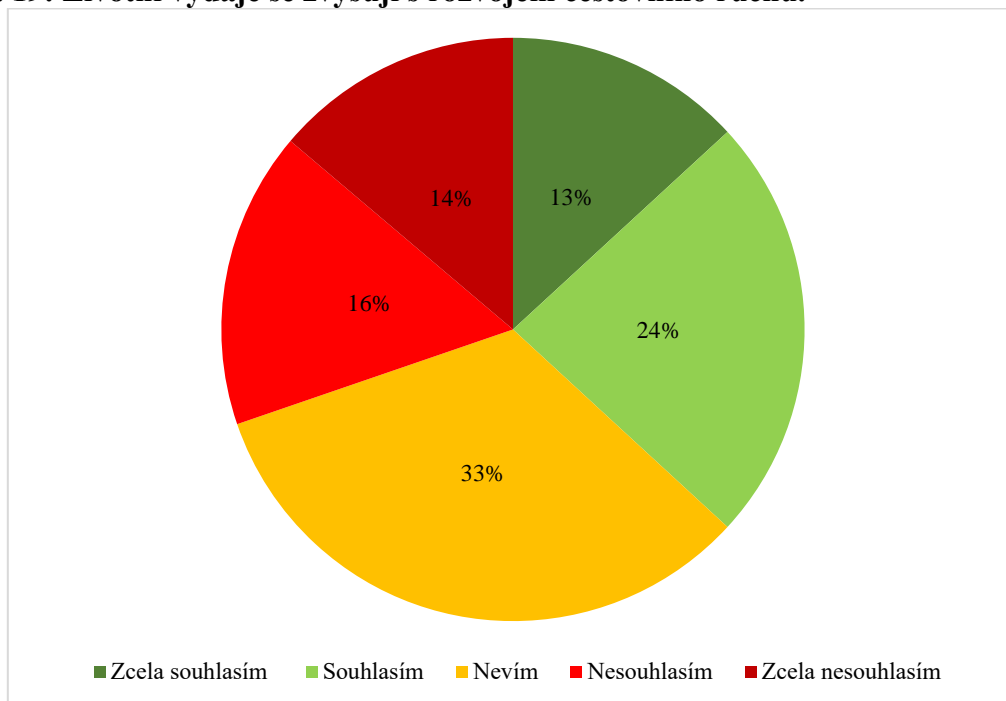
Obr. č. 18: Cestovní ruch snížil kvalitu venkovních aktivit.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Rozdíly v odpovědích, zda se životní výdaje zvyšují s rozvojem cestovního ruchu, zde nejsou moc patrné. Největší část (37%) činily souhlasné odpovědi, 33% uvedlo „nevím“ jako odpověď a 30% respondentů s tvrzením nesouhlasilo. Průměrná hodnota odpovědí činí 3.

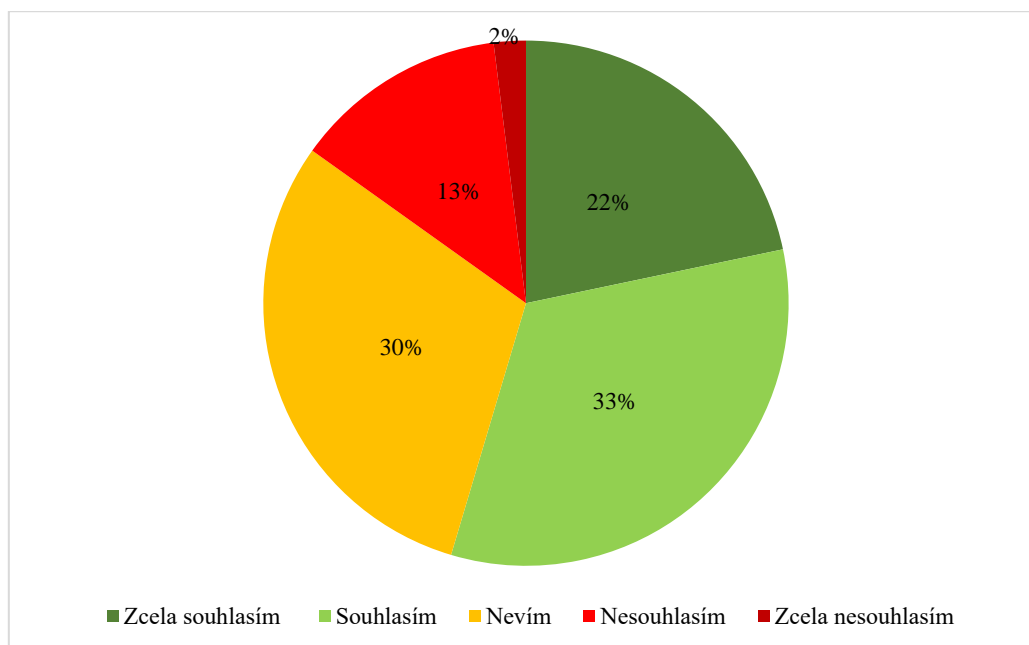
Obr. č. 19: Životní výdaje se zvyšují s rozvojem cestovního ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Více než polovina respondentů (55%) s níže uvedeným tvrzením souhlasila, pouze 15% nesouhlasilo a 30% uvedlo „nevím“. Průměrná hodnota odpovědí činí 2,4.

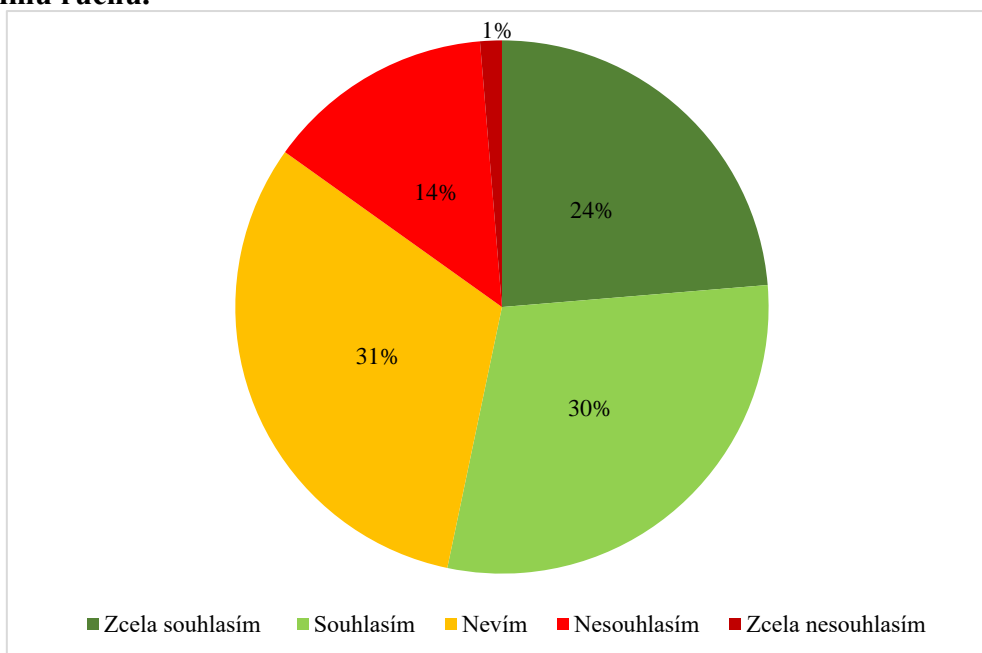
Obr. č. 20: Díky přílivu turistů se v Teplicích zvýšila nabídka rekreačních aktivit.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

S dalším tvrzením opět souhlasila více než polovina dotázaných, tedy 54%. 15% s uvedeným tvrzením nesouhlasilo a 31% uvedlo „nevím“. Průměrná hodnota odpovědi činí 2,4.

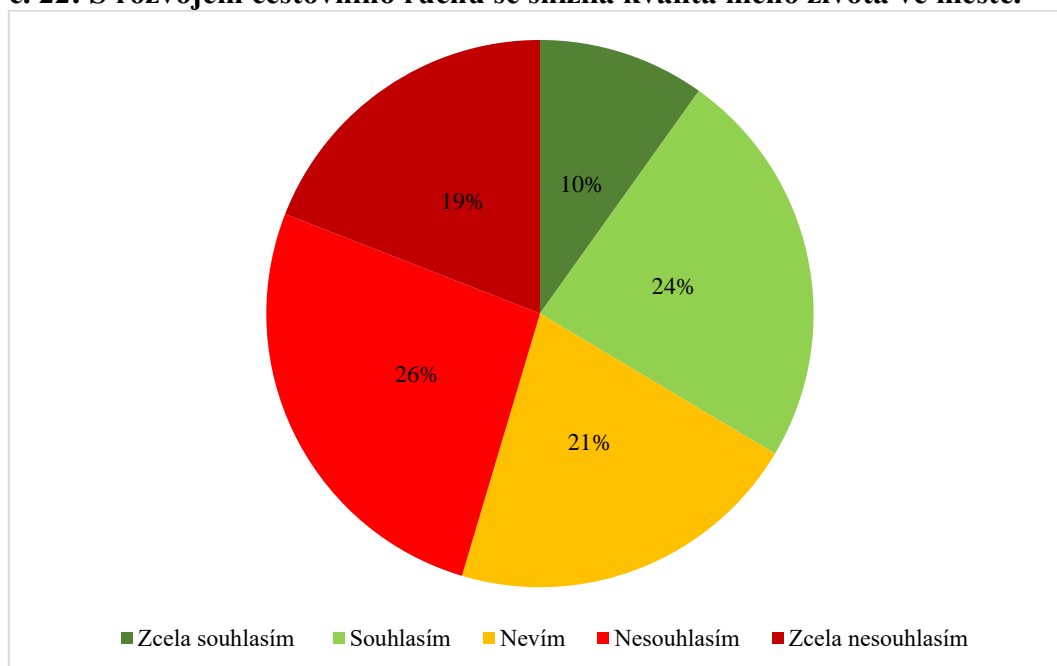
Obr. č. 21: Kvalita veřejných služeb se v Teplicích zvýšila díky rozvíjejícímu se cestovnímu ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Odpovědi u níže uvedeného tvrzení jsou opět celkem rovnoměrně rozděleny, 34% respondentů uvedlo, že v důsledku rozvoje cestovního ruchu se snížila kvalita jejich života. Naopak 45% dotázaných s uvedeným tvrzením nesouhlasilo. Průměrná hodnota odpovědi zde činí 2,8.

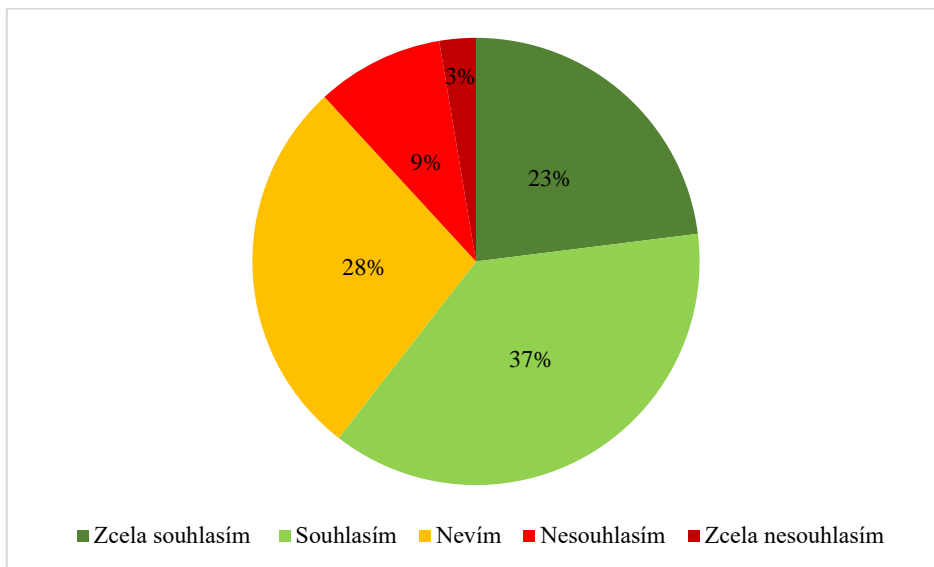
Obr. č. 22: S rozvojem cestovního ruchu se snížila kvalita mého života ve městě.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Podíl kladných odpovědí (60%) u níže uvedeného tvrzení, potvrzuje výsledek patrný z obrázku číslo 12, že obyvatelé města Teplice často nacházejí pracovní uplatnění v oblasti cestovního ruchu. Pouhých 12% respondentů uvedlo negativní odpověď a 28% respondentů uvedlo odpověď „nevím“. Průměrná hodnota odpovědí činí 2,3.

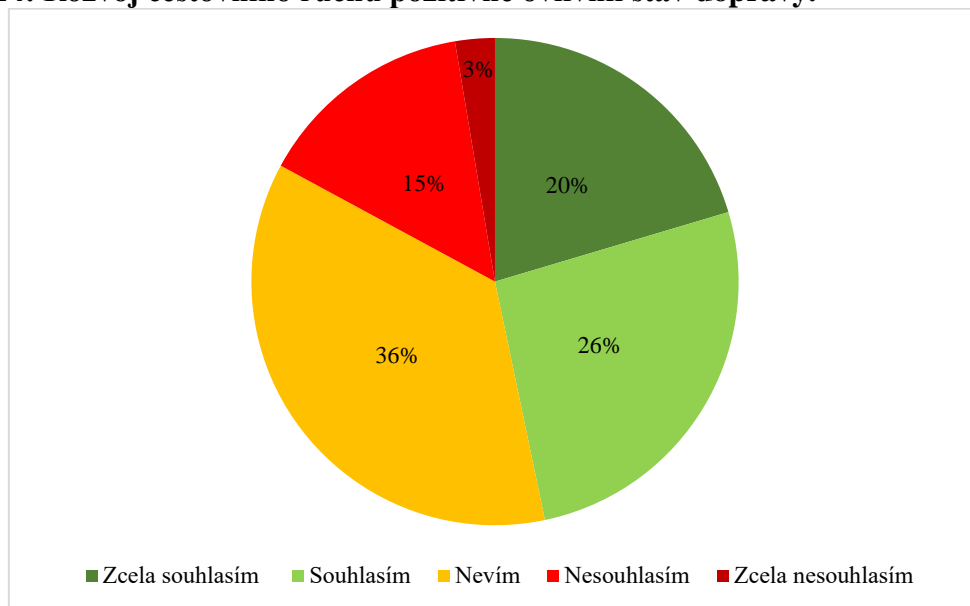
Obr. č. 23: Obyvatelé města Teplice mohou nalézt pracovní uplatnění v oblasti cestovního ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Z obrázku číslo 24 je opět patrný nezájem o oblast cestovního ruchu, 36% dotázaných uvedlo svoji odpověď jako „nevím“ v souvislosti se stavem dopravy vzhledem k rozvoji cestovního ruchu. 46% dotázaných pak odpovědělo, že stav dopravy se zlepšil a 18% dotázaných uvedlo opačnou odpověď. Průměrná hodnota odpovědí činí 2,5.

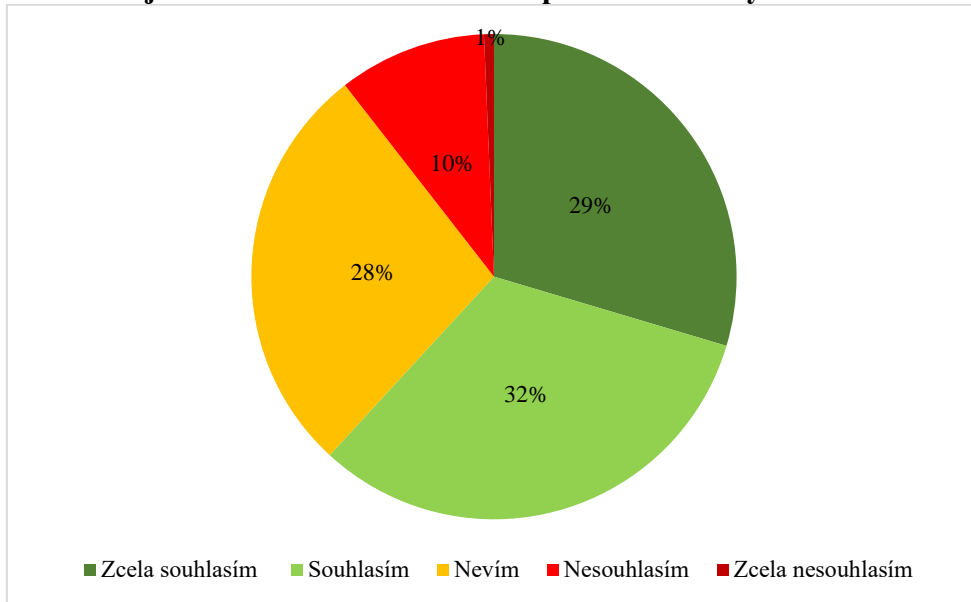
Obr. č. 24: Rozvoj cestovního ruchu pozitivně ovlivnil stav dopravy.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Z níže uvedeného obrázku vyplývá, že více než polovina dotázaných (62%) s tvrzením, že s rozvojem cestovního ruchu se rozrostly i možnosti nákupu, souhlasí, 28% respondentů uvedlo svoji odpověď jako „nevím“ a zbylých 11% dotázaných s tvrzením nesouhlasí. Průměrná hodnota odpovědí činí 2,2.

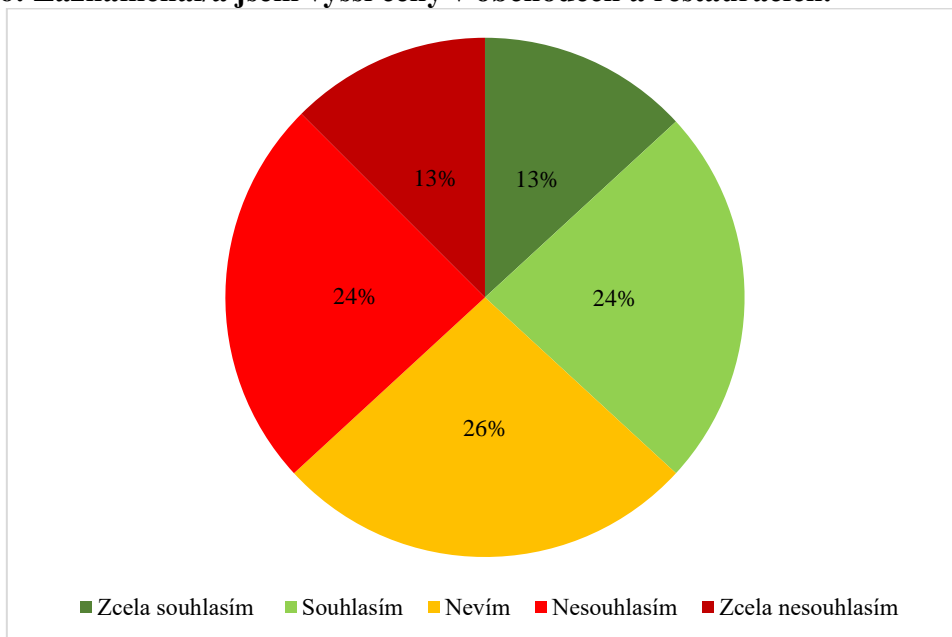
Obr. č. 25: S rozvojem cestovního ruchu se v Teplicích rozrostly i možnosti nákupu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Procentuální podíly odpovědí jsou v níže uvedeném obrázku téměř rovnoměrně rozděleny, 27% dotázaných uvedlo, že nezaznamenali vyšší ceny v obchodech a restauracích s rozvojem cestovního ruchu, 27% uvedlo opačnou odpověď a 26% uvedlo odpověď „nevím“. Procentuální hodnota odpovědí činí 3.

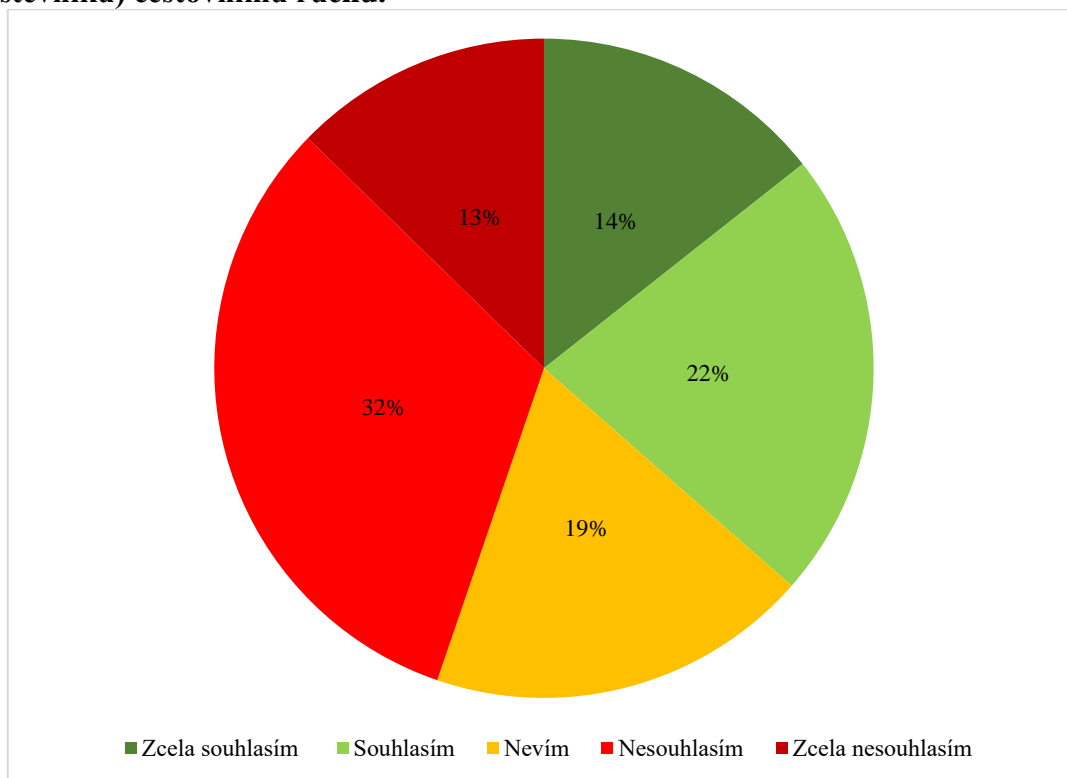
Obr. č. 26: Zaznamenal/a jsem vyšší ceny v obchodech a restauracích.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Téměř polovina dotázaných (45%) souhlasilo s tvrzením, že je v Teplicích obtížné najít parkovací místo kvůli vysokému počtu návštěvníků, 36% dotázaných vedlo opačnou odpověď a 19% uvedlo odpověď „nevím“. Průměrná hodnota odpovědi činí 3,1.

Obr. č. 27: Ve městě je obtížné najít parkovací místo kvůli vysokému počtu účastníků (návštěvníků) cestovnímu ruchu.



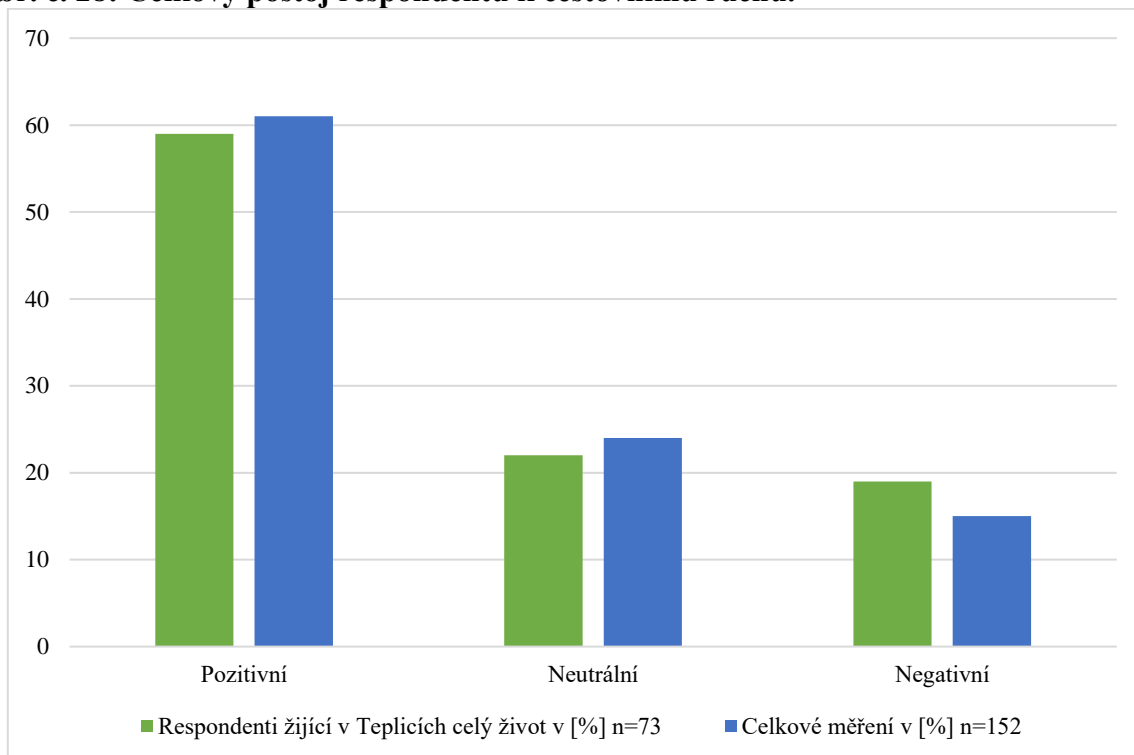
Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Třetí část dotazníku se skládala z pěti otázek a byla zaměřena na postoj residentů vůči turistům a cestovnímu ruchu obecně. Výsledky mohou být prezentovány i vzhledem k demografickým údajům, v rámci této práce jsou dále uvedeny výsledky vzhledem k délce stálého pobytu residenta ve městě. Z uvedených demografických údajů je zřejmé, že 73 respondentů žije v Teplicích celý život.

V první části dotazníku průměrná hodnota odpovědí respondentů, kteří žijí v Teplicích celý život, činí 2,5. V druhé části průměrná hodnota činí 2,7.

První otázka třetí části se týkala celkového postoje residentů vůči cestovnímu ruchu. Z obrázku č. 28 nejsou příliš viditelné rozdíly mezi odpověďmi respondentů žijících v Teplicích celý život a celkovým měřením, je zde patrný pouze malý rozdíl u odpovědi „negativní“, kdy je u celkového měření zjištěn lehce negativnější postoj vůči cestovnímu ruchu.

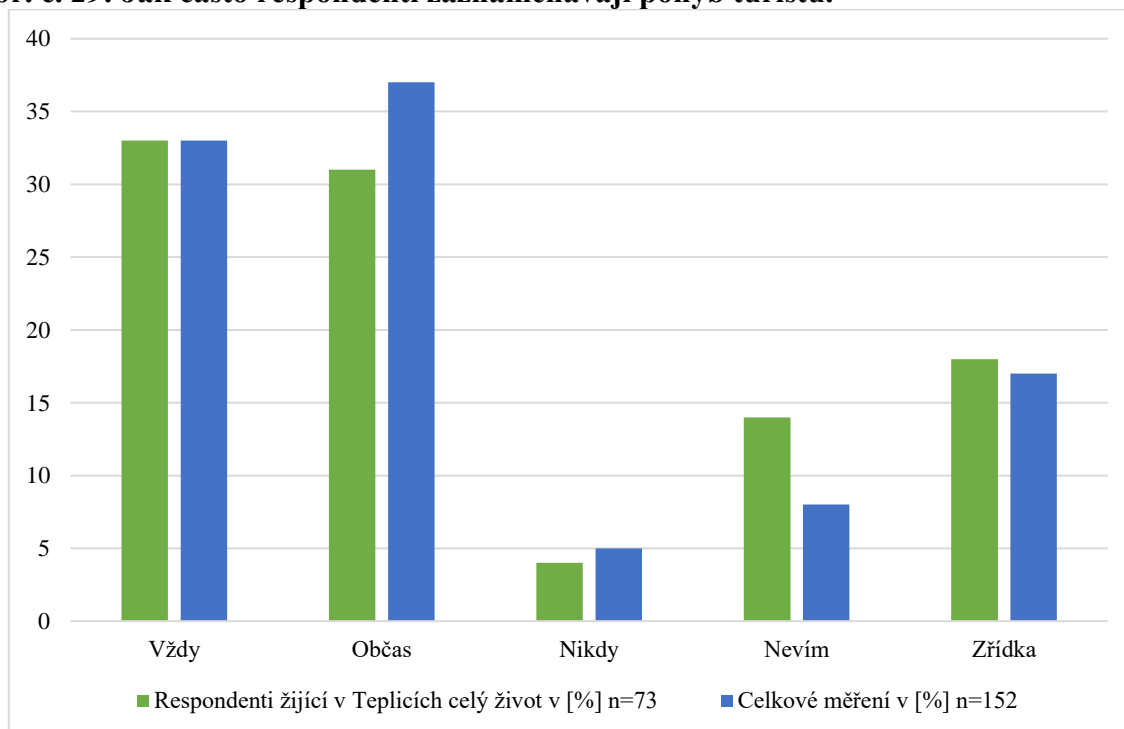
Obr. č. 28: Celkový postoj respondentů k cestovnímu ruchu.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

V další otázce týkající se pohybu turistů je zaznamenán patrný rozdíl u odpovědi „občas“ a „nevím“. U respondentů žijících v Teplicích celý život je patrný o něco málo větší nezájem o cestovní ruch vzhledem k rozdílu v odpovědi „nevím“.

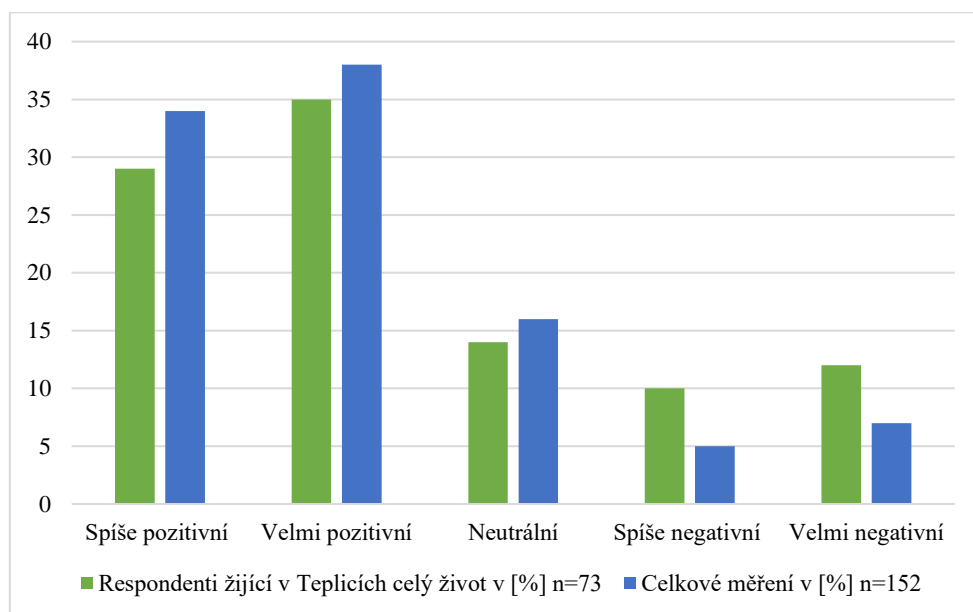
Obr. č. 29: Jak často respondenti zaznamenávají pohyb turistů.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Z obrázku číslo 30 je již viditelný negativnější postoj vůči přítomnosti turistů u respondentů žijících v Teplicích celý život.

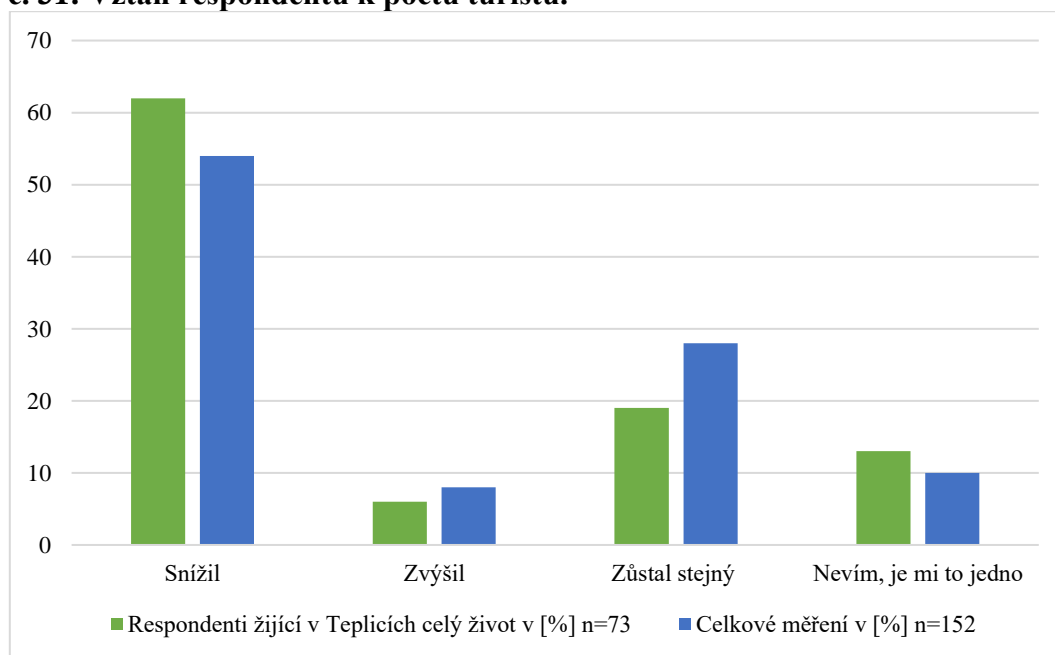
Obr. č. 30: Subjektivní vztah respondentů k přítomnosti turistů v Teplicích.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

I přes kladný postoj respondentů vůči cestovnímu ruchu je z obrázku číslo 31 patrné, že dle přání více než poloviny (54%) respondentů by se počet turistů ve městě měl snížit či zůstat stejný. Tento výsledek potvrzuje odpovědi v obrázku číslo 10, kdy respondenti byli z velké části proti dalšímu přílivu turistů do města. Také zde opět můžeme pozorovat negativnější postoj k počtu turistů, než je tomu u celkových odpovědí.

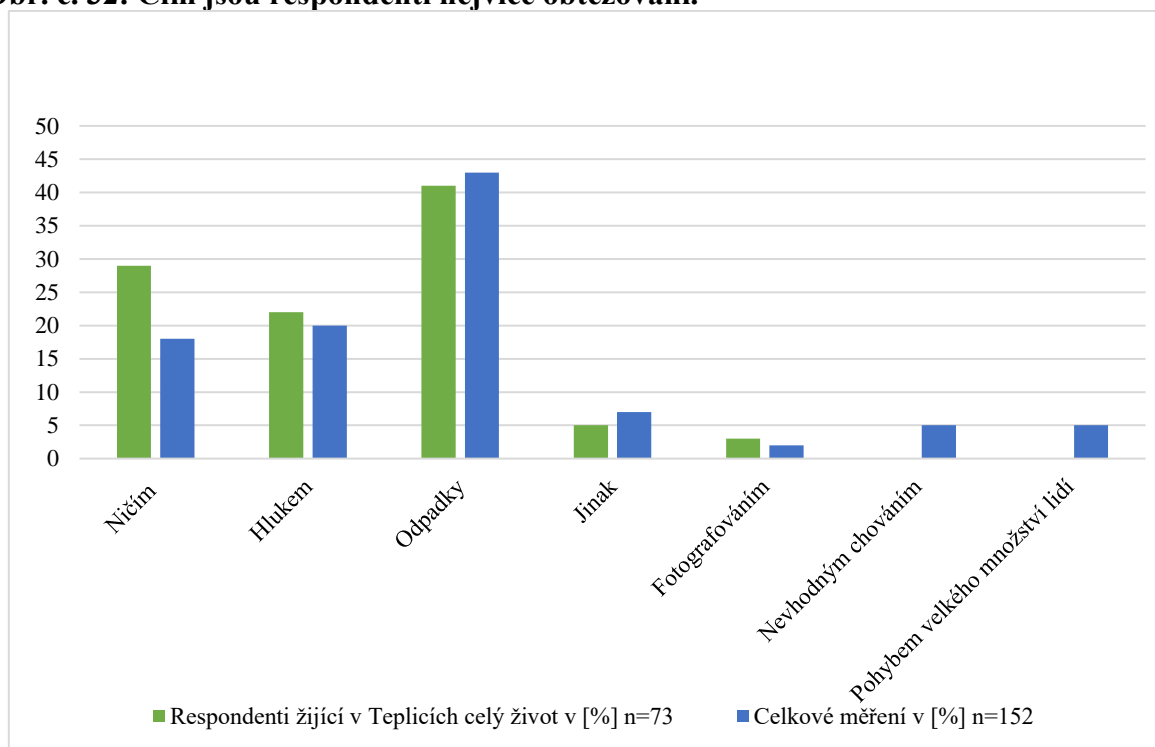
Obr. č. 31: Vztah respondentů k počtu turistů.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

V poslední otázce respondenti odpovídali, jakými činnostmi turistů jsou nejvíce obtěžováni. Téměř polovina dotázaných odpověděla, že jsou obtěžováni odpadky a dále hlukem, 18% dotázaných uvedlo, že nejsou obtěžováni ničím. I přes negativnější postoj residentů k turistům, je z obrázku 32 patrné, že podíl u odpovědi „ničím“ je o 11% větší u respondentů žijících v Teplicích celý život.

Obr. č. 32: Čím jsou respondenti nejvíce obtěžováni.



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

3.2. Interpretace výsledků a návrhy na zlepšení

Z dotazníkového šetření vyplývá, že průměrná hodnota výsledků z otázek na škále od 1 do 5 z prvních dvou částí dotazníku činí 2,6, tedy spíše kladný postoj, což bylo potvrzeno i ve třetí části dotazníku. Kladný postoj respondentů lze vysvětlit vysokou zaměstnaností obyvatel města Teplice v oblasti cestovního ruchu. Z průměrného výsledku je patrné, že respondenti dotazníkového šetření jsou spíše nakloněni k rozvoji cestovního ruchu, ale s dalším přílivem turistů by mohlo dojít k větší nespokojenosti na straně residentů. Předpoklad, že obyvatelé jsou nejvíce obtěžováni pohybem velkého množství turistů, se nepotvrdil. Současný počet turistů se zde tedy také nejvíce neprojevuje jako problém. Obyvatelé jsou nejvíce obtěžováni hlukem a odpadky, z čehož může plynout právě obava z dalšího přílivu turistů do města.

Dotazníkové šetření dále prokázalo, že se potvrdil předpoklad negativnějšího postoje u respondentů, kteří žijí v Teplicích celý život vůči příjíždějícím turistům. Průměrná hodnota z prvních dvou částí dotazníku je však shodná jako u celkového měření, tedy 2,6.

Dle Defertovy funkce lze vyjádřit turistickou iritaci podílem počtu stálých lůžek v destinaci a stálým obyvatelstvem.

$48\ 956/2216 = 22$ - významná, ale nepřevažující turistická aktivita (Királ'ová , 2003)

Je třeba si zde ale uvědomit, že tato funkce počítá pouze s lůžky hromadných ubytovacích zařízení a je tudíž zkreslená, skutečná hodnota měla být vyšší, což prokázal i výsledek dotazníkového šetření.

Lze také usoudit, že životní fáze destinace města Teplice se nachází v přechodu mezi fází rozvoje a konsolidace, kdy jsou atraktivity destinace i nadále rozvíjeny, místní obyvatelé se sami podílejí na rozvoji cestovního ruchu a začínají se projevovat negativní dopady na ekonomické, ekologické a socio-kulturní prostředí.

Největším problémem v Teplicích je vztah residentů vůči příjíždějícím turistům, nikoliv vůči cestovnímu ruchu jako takovému, i vzhledem k faktu, že velká část dotázaných v oblasti cestovního ruchu pracuje. Možným řešením zde může být soustředění se převážně na výdělečnější segment klientely. V Teplicích se v současné době nenachází žádný hotel s označením 5 hvězdiček a právě jeho vystavěním by se mohla přilákat v menším počtu zámožnější klientela a mohlo by se tedy upustit od klientely méně výdělečné. Touto cenovou regulací by se mohl snížit počet turistů ve městě.

Jelikož negativní vztah místních obyvatel k přítomnosti turistů ve městě souvisí nejspíše se střetem dvou rozdílných kultur a mnohdy je důsledkem vzájemného nepochopení, je nezbytné zvýšení informovanosti na obou stranách. Najmutí interkulturního konzultanta Magistrátem města Teplice se zde tedy jeví jako správný krok.

Zmíněný konzultant by mohl být nápomocný s vytvářením informačních letáků, které budou nenásilnou formou (například v kombinaci s obecnými informacemi o atraktivitách města a jeho okolí) informovat o místní kultuře, zvyklostech a pravidlech. Tyto informační letáky by měly být poskytnuty především každému příjíždějícímu lázeňskému hostu hned na počátku a být dostupné v místech, kde se tito hosté pohybují. Tyto letáky by mohly zlepšit problémy s výskytem velkého množství odpadků ve městě či pomoci s udržováním nočního klidu.

Interkulturní konzultant by mohl být nápomocný i v krizových či problémových situacích a měl by tak spolupracovat s městskou a státní policií., např. při problémových situacích v silničním provozu. Další náplní práce speciálního konzultanta mohlo být pořádání kulturních a společenských akcí, kde by se odlišná kultura měla možnost prezentovat (samozřejmě s příslušným překladem) a tím by se mohla zvýšit informovanost místních obyvatel o kulturních odlišnostech příjíždějících turistů.

Místním obyvatelům by mohlo být vysvětleno, že projevy chování některých hostů nesouvisí s arogancí a nerespektováním místních pravidel, ale často rovněž s odlišnými kulturními návyky. Tyto kulturní akce (hudební, filmové či přednáškové) by mohly být zaměřeny střídavě na cizí kulturu a byly by určeny pro místní obyvatele a střídavě na českou kulturu a byly by určeny pro hosty. Zvýšení povědomí o odlišné kultuře může bezpochyby vést k vzájemnému pochopení, uznání, navázání pozitivního vztahu a dlouhodobě mít vliv na odstranění předsudků, konfliktů a napětí. Kultury, které se ve městě střetávají, jsou jedinečné a nezaměnitelné a mohou se tedy vzájemně obohatit.

Závěr

Cestovní ruch je nejrychleji se rozvíjejícím odvětvím v posledních desetiletích. U států s výrazně rozvinutým cestovním ruchem můžou příjmy z cestovního ruchu tvořit hlavní příjem státu. Dopady cestovního ruchu na okolní prostředí se mohou projevovat pozitivně i negativně. Je nutné, snažit se negativní dopady cestovního ruchu eliminovat, aby nenabourávaly původní vzhled a charakteristiku prostředí či aby nedošlo k jeho úplnému zničení. Dopady cestovního ruchu se mohou projevovat ve sféře ekonomické, ekologické a socio-kulturní.

Tato práce byla zaměřena na dopady na socio-kulturní prostředí a hlavním cílem bylo zjistit postoje residentů lázeňského města Teplice k rozvoji podnikání v oblasti cestovního ruchu.

Teoretická část práce byla zpracována za pomoci české i anglické literatury zabývající se tématem cestovního ruchu a jeho dopady na okolní prostředí. Tato teoretická část tvořila základ pro realizaci praktické části.

V praktické části bylo pomocí dotazníkového šetření osloveno více než 170 respondentů a vráceno bylo 152 správně vyplněných dotazníků vhodných pro další zpracování. Dotazník se skládal ze tří částí a 27 otázek celkem. Dotazník zjišťoval postoj respondenta vůči cestovnímu ruchu, postoj vůči turistům a jaký má respondent subjektivní pocit týkající se vlivu cestovního ruchu na okolní prostředí.

Z dotazníku vyplynulo, že většinová část respondentů je zaměstnána v cestovním ruchu či se nějakým jiným způsobem podílí na rozvoji cestovního ruchu, a tudíž má k němu pozitivní vztah. Naproti tomu bylo zjištěno, že s dalším přílivem turistů by došlo k větší nespokojenosti respondentů. Respondenti tedy zauímají negativnější postoj k turistům jako takovým a jako největší problém vnímají velké množství odpadků a hluk.

Dále byly výsledky prezentovány vzhledem k délce residence ve městě. Z demografických údajů bylo zjištěno, že 73 respondentů žije ve městě celý život. Z odpovědí bylo patrné, že respondenti žijící v Teplicích celý život zauímají negativnější postoj vůči turistům než je tomu u celkového měření.

Na základě těchto výsledků zřízení funkce interkulturního konzultanta doporučuji. Tato speciálně vytvořená pozice by mohla pomoci zlepšit vztah mezi stálými obyvateli a příjíždějícími turisty, a pomoci tak dalšímu rozvoji v Teplicích.

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Demografické údaje respondentů	32
--	-----------

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Průřezovost problematiky dopadů cestovního ruchu	12
Obr. č. 2: Doxeyho „iritační index	16
Obr. č. 3: Vztah návštěvníka k destinaci dle vzdálenosti	20
Obr. č. 4: Destinace podle motivačních důvodů (uspokojení potřeby)	21
Obr. č. 5: Životní cyklus destinace s vyznačením převažujících typů návštěvníků	22
Obr. č. 6: Vztah mezi zátěží životního prostředí a příjmy z cestovního ruchu s vyznačením ekonomicky únosné kapacity	25
Obr. č. 7: Počet příjezdů turistů do Teplic v letech 2012-2016	29
Obr. č. 8: Počet přenocování turistů v Teplicích v letech 2012 – 2016	30
Obr. č. 9: Průměrný počet přenocování turistů v Teplicích v letech 2012-2016	30
Obr. č. 10: Ochota podpory podnikání v cestovním ruchu v Teplicích	32
Obr. č. 11: Averzze vůči novinkám v cestovním ruchu přinášejících návštěvníky do Teplic	33
Obr. č. 12: Podíl respondenta na rozvoji cestovního ruchu	33
Obr. č. 13: Nesouhlas s místní politikou rozvoje cestovního ruchu v místě mého bydliště	34
Obr. č. 14: Vedení města by se mělo více zapojit do rozvoje města jako destinace cestovního ruchu	34
Obr. č. 15: Jednou z největších výhod cestovního ruchu je zvýšení životní úrovně	35
Obr. č. 16: Negativní dopady cestovního ruchu převážily nad pozitivními dopady	35
Obr. č. 17: Vedení města se snaží dlouhodobě snižovat negativní dopady cestovního ruchu na město	36
Obr. č. 18: Cestovní ruch snížil kvalitu venkovních aktivit	36
Obr. č. 19: Životní výdaje se zvyšují s rozvojem cestovního ruchu	37
Obr. č. 20: Díky přílivu turistů se v Teplicích zvýšila nabídka rekreačních aktivit	37

Obr. č. 21: Kvalita veřejných služeb se v Teplicích zvýšila díky rozvíjejícímu se cestovnímu ruchu	38
Obr. č. 22: S rozvojem cestovního ruchu se snížila kvalita mého života ve městě.....	38
Obr. č. 23: Obyvatelé města Teplice mohou nalézt pracovní uplatnění v oblasti cestovního ruchu.....	39
Obr. č. 24: Rozvoj cestovního ruchu pozitivně ovlivnil stav dopravy	39
Obr. č. 25: S rozvojem cestovního ruchu se v Teplicích rozrostly i možnosti nákupu	40
Obr. č. 26: Zaznamenal/a jsem vyšší ceny v obchodech a restauracích	40
Obr. č. 27: Ve městě je obtížné najít parkovací místo kvůli vysokému počtu účastníků (návštěvníků) cestovnímu ruchu	41
Obr. č. 28: Celkový postoj respondentů k cestovnímu ruchu	42
Obr. č. 29: Jak často respondenti zaznamenávají pohyb turistů.....	42
Obr. č. 30: Subjektivní vztah respondentů k přítomnosti turistů v Teplicích.....	43
Obr. č. 31: Vztah respondentů k počtu turistů.....	43
Obr. č. 32: Čím jsou respondenti nejvíce obtěžováni.....	44

Seznam použité literatury

Bibliografie

AŠMEROVÁ a spol. *DIDAKTICKÉ METODY PRO VÝUKU CESTOVNÍHO RUCHU NA ZÁKLADNÍCH A STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH*. Ostrava: AHOL-Vyšší odborná škola, 2010.

CAVUS, Senol a Abdullah TANRISEVDI. Resident's attitudes toward tourism development: A case study in Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 2003. 7(3), 259-269 ISSN 1083-5423.

CORDERO, Monterrubio a Juan CARLOS. Residents Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review. *Ciencia Ergo Sum*, 2008. 15(1), 35-44 ISSN 1405-0269.

FIALOVÁ, Dana. *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty: vzdělávací modul Geografie: výukový a metodický text*. Praha: P3K, 2012. ISBN 978-80-87186-81-7.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. Manažer. ISBN 80-247-0207-X.

GOELDNER, Charles a J. R. Brent RITCHIE, J. *Tourism: principles, practices, philosophies and tourism*. 11. vydání. Hoboken: Wiley, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Jiří JEŽEK a Miroslav PAVLÁK. *Cestovní ruch: pro 2. ročník FEK*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1995. ISBN 80-7082-185-X.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRÁLOVÁ, Alžběta.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Ekopress, Praha 2003, 173 s., ISBN 80-86119-56-4.

NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-673-8.

NURHAZANI Mohd Sharif and SHAHARUDDIN Tahir. "Residents" Attitudes toward Impacts of Tourism: A Case Study of Langkawi, Malaysia. *Malaysian Management Journal*, 2003. 7(2) 13–24 ISSN 0128-6226.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení*

kvality v destinaci a informační systém destinace. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost cestovního ruchu. 3. vydání, přepracované. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

SHARPLEY, Richard a David J. TELFER. Aspects of tourism : Tourism and development: Concepts and Issues. Great Britain: Cromwell Press, 2002. 397 s. ISBN 1-873150-35-0.

ŠIMKOVÁ, Eva. Aktuální témata rozvoje venkovského cestovního ruchu v ČR. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. Recenzované monografie. ISBN 978-80-7435-624-7.

VENCLOVÁ, Kateřina, Jiří ŠTÝRSKÝ a Jiří ŠÍPEK. Multikulturní rozdíly návštěvníků: multikulturalismus jako problém, komunikace a etiketa v odlišném kulturním prostředí, interkulturní rozdíly a jejich překonávání v turismu. Chrudim: Vodní zdroje Chrudim, 2013. ISBN 978-80-87883-02-0.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

ZELENKA, Josef. Aplikace umělé inteligence a kognitivní vědy v udržitelnosti cestovního ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-354-3.

ZELENKA, Josef. Únosná kapacita v cestovním ruchu. Czech Journal of Tourism. 2012, 1(2), 114-134.

Elektronické zdroje

Historie – Lázně Teplice [online] lazneteplice.cz, MEDIA FACTORY Czech republic a.s, 2012, [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.lazneteplice.cz/o-nas/historie/>.

Hromadná ubytovací zařízení ČR [online] vdb.czso.cz, 2018, [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=567442>.

Kudy z nudy – Teplice [online] kudyznudy.cz, 2018, [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Kam-pojedete/Severozapadni-Cechy/Krusne-hory-a-Podkrusnohori/Teplice.aspx>.

Lázeňské domy – Lázně Teplice [online] lazneteplice.cz, MEDIA FACTORY Czech Republic a.s, 2012, [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <http://www.lazneteplice.cz/lazenske-domy/>.

Lázně: turisticky atraktivní místa [online] teplice.cz, 2018, [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.teplice.cz/lazne/os-1135/p1=1059>.

O městě: Teplice [online] teplice.cz, 2018, [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <http://www.teplice.cz/o-meste/ms-52/p1=52>.

Počet obyvatel, průměrný věk k 1.1. [online] czso.cz, 2016, [cit. 2018-03-21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/pocet-obyvatel-prumerny-vek>.

Skupování pozemků Araby zastavit nemůžeme, vzkázal kraj do Modlan [online] usti.idnes.cz, 2015, [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: https://usti.idnes.cz/petice-modlany-arabove-skupuji-pozemky-fc6-/usti-zpravy.aspx?c=A150422_162724_usti-zpravy_alh.

Teplicím pomáhá s problémy s Araby tlumočnick, platí ho ministerstvo [online] usti.idnes.cz, 2015, [cit. 2018-04-02]. Dostupné z: https://usti.idnes.cz/tlumocnik-pro-araby-v-teplicich-dng-/usti-zpravy.aspx?c=A150702_155521_usti-zpravy_alh.

Výstupní objekt VDB [online] vdb.czso.cz, 2018, [cit. 2018-03-29]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&f=TABULKA&z=T&filtr=G~F M~F Z~F R~F P~ S~ U~501 null &katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1306&c=v3~8 RP2017&v=v1339 KAT 154 1&u=v1306 VUZEMI 43 567442>.

Seznam příloh

Příloha 1: Otázky z dotazníku

Příloha 1: Otázky z dotazníku

1. Na stupnici od 1 do 5 ohodnoťte, jaký máte postoj k cestovnímu ruchu.
(kdy 1 znamená zcela souhlasím; 2 souhlasím; 3 nevím; 4 nesouhlasím; 5 zcela nesouhlasím)

Podnikání v oblasti cestovního ruchu by mělo být v Teplicích podporováno.	1	2	3	4	5
Jsem proti novým příležitostem cestovního ruchu, které by měly za následek příliv návštěvníků do Teplic.	1	2	3	4	5
Sám/sama se podílím na rozvoji cestovního ruchu a rád/a bych, aby se stal důležitou součástí města Teplice.	1	2	3	4	5
Nesouhlasím s místní politikou rozvoje cestovního ruchu v místě mého bydliště.	1	2	3	4	5
Vedení města by se mělo více zapojit do rozvoje města jako destinace cestovního ruchu.	1	2	3	4	5
Jednou z největších výhod cestovního ruchu je zvýšení životní úrovně.	1	2	3	4	5

2. Ohodnoťte následující tvrzení týkající se vlivu cestovního ruchu v destinaci na stupnici od 1 do 5.
(kdy 1 znamená zcela souhlasím; 2 souhlasím; 3 nevím; 4 nesouhlasím; 5 zcela nesouhlasím)

Negativní dopady cestovního ruchu převážily nad pozitivními dopady.	1	2	3	4	5
Vedení města se snaží dlouhodobě snižovat negativní dopady cestovního ruchu na město.	1	2	3	4	5
Cestovní ruch snížil kvalitu venkovních aktivit.	1	2	3	4	5
Životní výdaje se zvyšují s rozvojem cestovního ruchu.	1	2	3	4	5
Díky přílivu turistů se v Teplicích zvýšila nabídka rekreačních aktivit.	1	2	3	4	5
Kvalita veřejných služeb se v Teplicích zvýšila díky rozvíjejícímu se cestovnímu ruchu.	1	2	3	4	5
S rozvojem cestovního ruchu se snížila kvalita mého života ve městě.	1	2	3	4	5
Obyvatelé města Teplice mohou nalézt pracovní uplatnění v oblasti cestovního ruchu.	1	2	3	4	5
Rozvoj cestovního ruchu pozitivně ovlivnil stav dopravy.	1	2	3	4	5
S rozvojem cestovního ruchu se v Teplicích rozrostly i možnosti nákupu.	1	2	3	4	5
Zaznamenal/a jsem vyšší ceny v obchodech a restauracích.	1	2	3	4	5
Ve městě je obtížné najít parkovací místo kvůli vysokému počtu účastníků (návštěvníků) cestovnímu ruchu.	1	2	3	4	5

3. **Můj postoj k rozvoji cestovního ruchu v Teplicích je celkově:**
- Pozitivní
 - Neutrální
 - Negativní
4. **Jak často zde zaznamenáte pohyb turistů?**
- Vždy nebo téměř vždy
 - Občas
 - Zřídka
 - Téměř nikdy
 - Nevím / nevšímám si
5. **Jaký je Váš subjektivní vztah k přítomnosti turistů na tomto místě?**
- Velmi pozitivní
 - Spíše pozitivní
 - Neutrální, je mi to jedno
 - Spíše negativní
 - Velmi negativní
6. **Přál/a byste si, aby se počet turistů na tomto místě:**
- Zvýšil
 - Snížil
 - Zůstal stejný
 - Nevím / je mi to jedno.
7. **Čím Vás nejvíce obtěžují turisté na tomto místě?**
- Hlukem
 - Odpadky
 - Fotografováním
 - Nevhodným chováním
 - Pohybem velkého množství lidí
 - Pohybem velkého množství automobilů
 - Jinak:....
 - Ničím
8. **Jak dlouho ve městě žijete?**
- méně než 5 let
 - 5-10
 - 11-15
 - 16-20
 - 21-25
 - 26-30
 - 31-35
 - 36-45
 - 46-55
 - 56-65
 - 66-více

9. Jaký je Váš věk?

- 15-20
- 21-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66-75
- 76-více

10. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Středoškolské
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské
- Postgraduální

11. Jste?

- Žena
- Muž

Abstrakt

MSALHOVÁ, L. Postoje rezidentů lázeňského města k rozvoji podnikatelských činností v oblasti cestovního ruchu. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 54 s., 2018

Klíčová slova: postoje residentů, únosná kapacita, dopady cestovního ruchu, Teplice

Cílem předložené bakalářské práce bylo zjistit postoje residentů lázeňského města k rozvoji podnikatelských činností v oblasti cestovního ruchu. V první části práce jsou zpracované teoretické podklady k cestovnímu ruchu a jeho dopadům na okolní prostředí. V další části práce je představeno lázeňské město Teplice a jeho rozvoj v oblasti cestovního ruchu za posledních 5 let. Součástí práce je dotazníkové šetření, ve kterém je zjišťován vztah mezi stálými obyvateli a příjezdějíci turisty. Město Teplice má potenciál k dalšímu rozvoji cestovního ruchu za předpokladu zlepšení a ustálení vztahů právě mezi residenty a příjezdějíci turisty.

Abstract

MSALHOVÁ, L. Resident's perception towards tourism development in a spa town. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 54 p., 2018

Key words: resident's attitude, carrying capacity, impacts of tourism, Teplice

The purpose of submitted bachelor work was to find out the resident's perception towards tourism development in a spa town. In the first part of work the theoretical background of tourism and its impacts on environment are studied. In the second part the spa town Teplice and its development in tourism in last 5 years is introduced. A survey, which the relationship between residents and incoming tourist is detected in, is also part of the work. The town Teplice has potential for further growth in tourism development in case of improvement and stabilization of relationship between residents and incoming tourists.