

Teoretické koncepty rozvoje cestovního ruchu

Martin Šauer

Modely

- **Teorie životního cyklu destinace**
- Miossecův model rozvoje cestovního ruchu
- Prostorová hierarchie turistických proudů (Lundgren, 1982)
- Teorie jádro – periférie
- Mass vs. New Tourism

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Cohen (1979)

- Organizovaný masový turista (package, hotelové resorty, zavedené destinace – tradičně přímořská letoviska)
- Individuální masový turista (od CK kupuje pouze některé služby, svoboda, hlavní turistické trasy a cíle)
- Turista – průzkumník/objevitel (nevyužívá CK, vyhledává kontakt s místními, určitá úroveň komfortu a bezpečnosti)
- Turista – tulák (vymezuje se vůči turistickému průmyslu)

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Post-turista (Urry)

- Turista, který dává najevo, že neexistuje autentický turistický produkt,
- pokládá předstírané události za to, čím skutečně jsou.
- Cestovní ruch je pro něj hrou a on přestupuje z jedné kategorie turisty do druhé.
- Dnes se rozhodne pro objevování nových cest v necivilizované Papue Nové Guinei, příští rok zvolí určitou formu masového cestovního ruchu v některém přímořském letovisku.

Tento přístup činí dle Hornerové a Swarbrooka (2003) tradiční typologie turistů zbytečnými.

Autenticita a cestovní ruch



MATÚŠ KOŠÚT

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Post-turista (Urry)

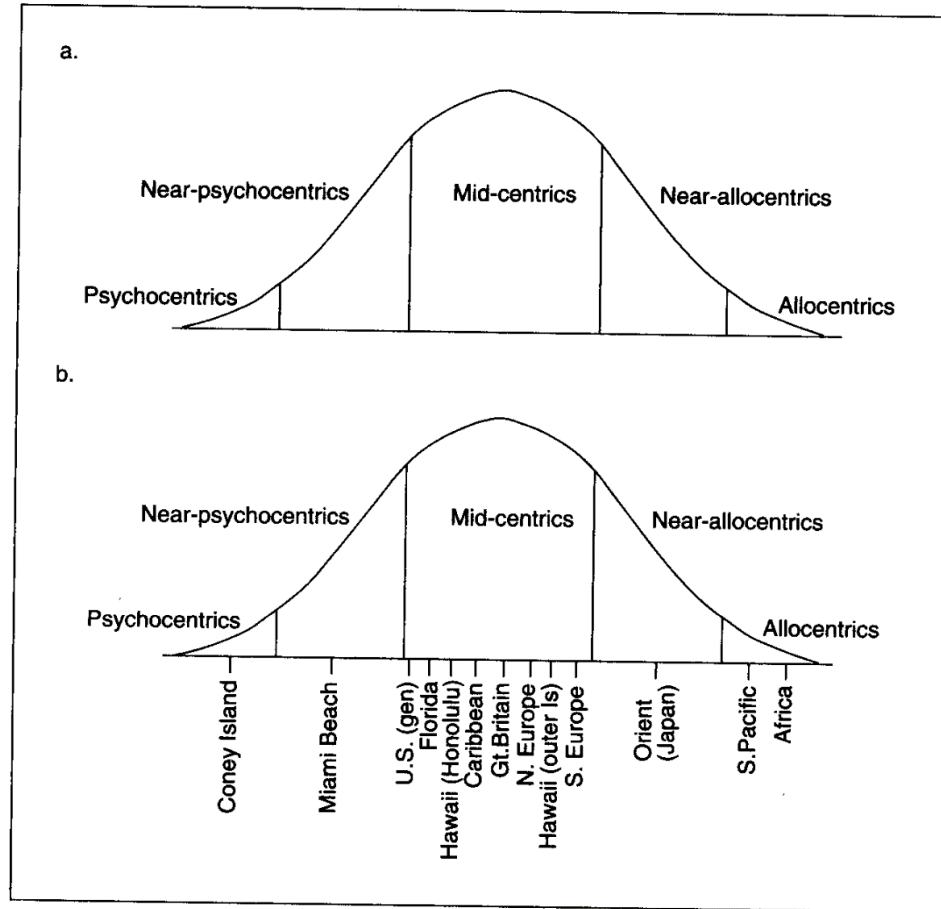
- Turista, který dává najevo, že neexistuje autentický turistický produkt,
- pokládá předstírané události za to, čím skutečně jsou.
- Cestovní ruch je pro něj hrou a on přestupuje z jedné kategorie turisty do druhé.
- Dnes se rozhodne pro objevování nových cest v necivilizované Papue Nové Guinei, příští rok zvolí určitou formu masového cestovního ruchu v některém přímořském letovisku.

Tento přístup činí dle Hornerové a Swarbrooka (2003) tradiční typologie turistů zbytečnými.

Životní cyklus destinace - vstupy

Issues and approaches • 11

Figure 1:3 Plog's psychographic tourist profile



Source: Plog (1974).

Životní cyklus destinace - vstupy

Iritační index (Doxey, 1975)

ilustruje jak interakce mezi turisty a residenty může vyústit do různých stupňů iritace (nevraživosti).

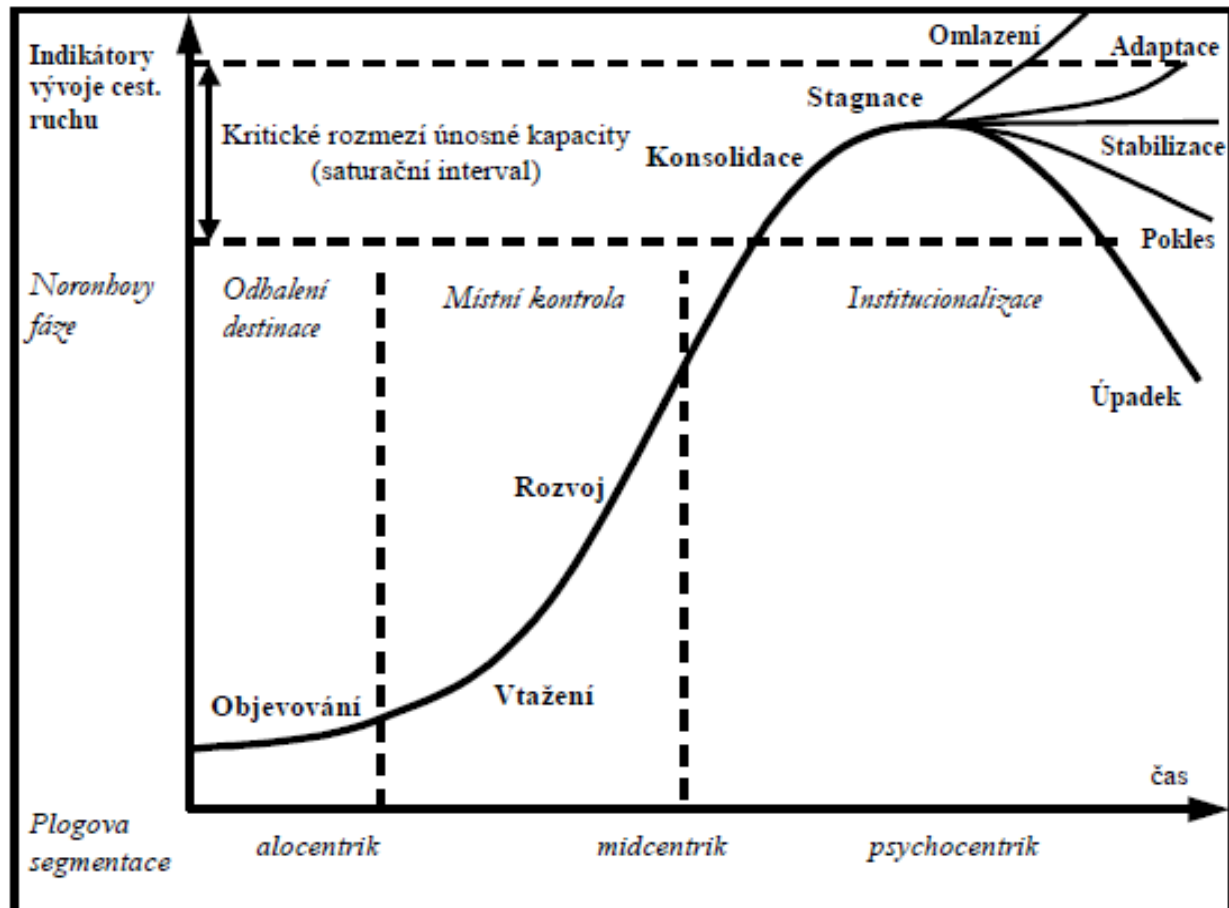
Příčemž residenti prochází čtyřmi stádii:

- **euforie** – počáteční fáze rozvoje, kdy jsou návštěvníci i investoři vítáni a kdy existuje ze strany místní správy minimální plánování a kontrolní mechanismus;
- **apatie** – návštěvníci jsou bráni na milost a dochází k přímému kontaktu návštěvníka s residentem, vztah je spíše formální až komerční, proces plánování zahrnuje spíše marketing;
- **znehucení** – dovršení bodu saturace, kdy residenti mají obavy z cestovního ruchu jako průmyslu, nositelé rozhodnutí *hledají řešení ve zvyšování infrastruktury na místo omezení růstu turistů*;
- **antagonismus** – otevřené vyjádření odporu, kdy jsou návštěvníci vnímání jako tvůrci problémů.

Únosná kapacita území - vstupy

- Fyzicky únosná kapacita
- Ekonomicky únosná kapacita (ekonomické přínosy vs. náklady)
- Ekologicky únosná kapacita
- Institucionálně únosná kapacita (organizační kapacita ovlivňovat CR)
- Socio-kulturně únosná kapacita
- Psychologicky únosná kapacita

Životní cyklus destinace



I. Fáze - Objevování

- Neorganizovaní návštěvníci, v malém počtu, otevření novým myšlenkám, trendům, dobrodružství; zajímají se o místní kulturu, prostředí a autentičnost (alocentrici, objevitelé)
- Zpravidla jde o návštěvnost ze vzdálených zdrojových zemí. Dnes nové destinace v zemích třetího světa
- Žádná pravidelnost
- Neexistence specifické turistické infrastruktury, využívání místní
- Iritační index – euforie
- Následně dochází ke zprostředkování zkušeností – impuls k rozvoji CR



MUNI
ECON









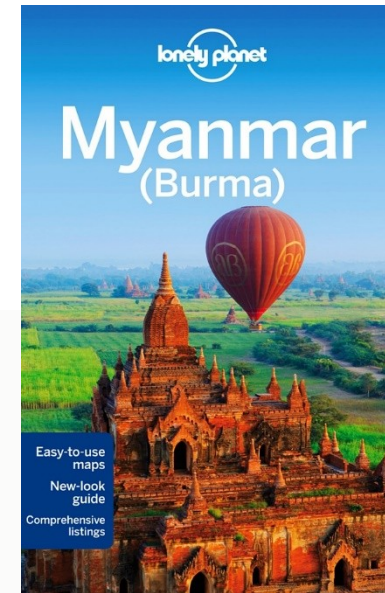


II. Fáze - Vtažení

- Růst návštěvnosti a pravidelnosti
- Místní začínají podnikat v CR
- Kontakt s místními je relativně intenzivní
- Iritační index – kombinace euforie s jistou mírou apatie
- Formuje se propagace
- Začínají se krystalizovat zdrojové oblasti návštěvnosti
- Sezónnost
- Růst rozdílů mezi obyvatelstvem
- Vliv na veřejnou správu

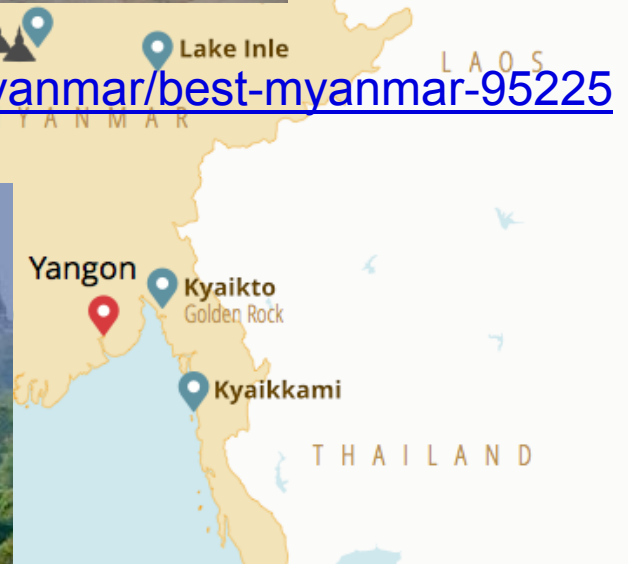


VE GONG / PHO / AFP / GETTY IMAGES



CHINA

<http://www.intrepidtravel.com/burma-myanmar/best-myanmar-95225>



III. Fáze - Rozvoj

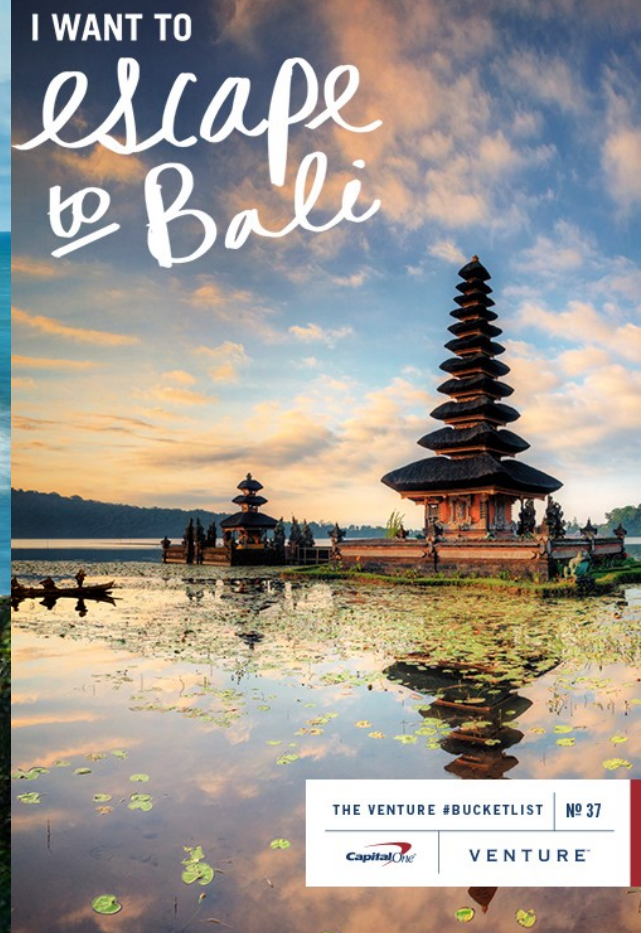
- Dobře vymezené zdrojové oblasti podpořené propagací
- Kontrola místních nad rozvojem CR klesá
- Růst zahraničních investic do infrastruktury
- Destinace se dostává do katalogů CK a touroperátorů
- V hlavní sezóně převyšuje počet návštěvníků počet místních obyvatel
- Dle iritačního indexu – nastupuje apatie
- Nástup komercializace nabídky, ztráta autenticity
- Pokles kontaktů s místním obyvatelstvem (frekvence a spontánnosti); růst zprostředkovanosti vztahů a jejich obchodní motivace
- Plánování CR se zdá být nevyhnutelné

Vanuatu



IV. Fáze - Konsolidace

- Zřetelné zpomalování tempa růstu návštěvnosti; absolutně však ještě roste
- Převážná část místní ekonomiky je vázána na cestovní ruch
- Narůstá infrastruktura cestovního ruchu, místo získává monokulturní charakter – turistická ghetta
- Marketing nabývá značné intenzity – nutno vynaložit velké úsilí k získání nových návštěvníků
- Snaha o rozšiřování turistické sezóny
- Návštěvníci hledají „turistický ráj“
- Místní mohou být znechuceni negativními dopady CR
- Někteří návštěvníci ztrácí o destinaci zájem





V. Fáze - Stagnace

- Nejkritičtější etapa destinačního cyklu
- Počet návštěvníků dosahuje vrcholu, průměrná délka pobytu výrazně klesá, klesají i výdaje na hlavu
- Nasycení většiny rozměrů únosné kapacity destinace
- Image destinace je pevně ukotvena, především jako turistické místo masového CR
- Kapacity již nejsou plně využity, ani v sezónně
- Organizování masoví turisté
- Přírodní a kulturní atraktivity jsou nahrazovány uměle vytvořenými
- Antagonistický postoj místních k turistům (znehucení a nepřátelství)

Tourism in Cancún: Success or Disaster?



VI. Fáze - Poststagnace

- Úpadek – vyčerpání zdrojů destinace, snížení kvality životního prostředí, degradace místního životního stylu, ztráta genia loci.
- Stabilizace – udržování stabilní návštěvnosti v důsledku inovace nabídky a poklesu návštěvnosti na úroveň únosné kapacity
- Omlazení – nalezení nových forem CR (Atlantic City) a oslovení nových segmentů návštěvníků

Impacts Analysis	Introduc-tion	Growth	Maturity	Saturation	Decline
SITUATION	New trendy destination	More people interested Investment on accommodation & facilities	Maximum visitation Increasing facilities	Oversupply, Original demand moves	Reduction of demand Special offers to boost visitation
DESTINATION CHARACTERISTICS					
Visitor Number of Tourists	Few	Many	Too Many	Many	Many
Growth rate	Low	Fast growth	Fast growth	Slow growth	Decline
Accommodation Capacity	Very low	Low	High	Very High	Very High
Occupancy levels	Low	Very High	Very High	High	Low
Prices of Services	High	Very High	High	Low	Very Low
Expenditure per capita	High	Very High	Very High	Low	Very Low
Visitor types	Drifters	Innovators	Innovators	Followers	Cheap-mass market
Image and attractions	Low	Very High	High	Low	Very Low
Tourists are perceived as	Guests	Guests	Customers	Customers	Foreigners
MARKETING RESPONSE					
Marketing Target	Awareness	Inform	Persuade	Persuade	Loyalty/new market
Strategic Focus	Expansion	Penetration	Defence	Defence	Reintroduce
Marketing Expenditure	Growing	High	High	Falling	Consolidate
Product	Basic	Improved	Good	Deteriorates	Decay
Promotion	Introduction	Advertising	Travel Trade	Travel Trade	Travel Trade
Price	High	High	Lower	Low	Below cost
Distribution	Independent	Independent	Travel Trade	Travel Trade	Travel Trade

Impacts Analysis	Introduc-tion	Growth	Maturity	Saturation	Decline
SITUATION	New trendy destination	More people interested Investment on accommodation & facilities	Maximum visitation Increasing facilities	Oversupply, Original demand moves	Reduction of demand Special offers to boost visitation
ECONOMIC IMPACTS					
Employment	Low	High	Very High	High	Low
Foreign Exchange	Low	Very High	Very High	High	Low
Profitability of private sector	Negative	Growing	Very High	High	Decline
Income of residents	Low	Very High	Very High	Low	Very Low
Investments	Low	Very High	Very High	Low	Very Low
State revenue & Taxes	Low	Very High	Very High	Low	Very Low
Economic Structure	Balanced	Tourism oriented	Tourism dominated	Tourism Depended	Unbalanced and not self sufficient
Dependency on intermediaries	Negligible	Low	High	Over-dependent	Over-dependent
Imports	Low	Very High	Very High	Very High	High
Inflation	Low	Very High	Very High	High	Low
SOCIAL IMPACTS					
Types of tourists	Allocentrics	Allocentrics	Midcentrics	Psychocentrics	Psychocentrics
Relationships between locals and tourists	Euphoria	Apathy	Irritating	Antagonism	Final
Demographics at destination	Immigrations and Older residents	Youth stays to work in tourism More balanced	Balanced	Balanced	Immigrations as no jobs available and Older residents
Migration to the destination	Low	High	Very High	High	Low
Crime at the destination	Low	High	High	Very High	Very High
Family structure	Traditional	Effected	Modern	Modern	Modern
ENVIRONMENTAL IMPACTS					
Environment and landscape	Unspoilt	Improved	No respect	Polluted	Damaged
Conservation and heritage	Unspoilt	Improved	No respect	Decay	Damaged
Ecological disruption	Unspoilt	Improved	No respect	Decay	Damaged
Pollution related to tourism	Negligible	Low	High	Very High	Very High
Water pollution	Negligible	Low	High	Very High	Very High
Congestion and traffic	Low	Low	Very High	Very High	Low
Erosion	Low	High	Very High	Very High	Very High