

## SOCIÁLNÍ A ENVIRONMENTÁLNÍ DOPADY TURISMU

### SOCIÁLNÍ DOPADY TURISMU

*Sociální důsledky turismu můžeme chápat jako způsoby, jimiž turismus mění u jednotlivců i sociálních skupin:*

- *způsoby chování* (např. změny postoje k turistům: pozitivní / negativní, nadšení / apatie / nepřijemnost / nepřátelství) – tyto posuny tak mohou např. vést až poklesu atraktivity destinace z důvodu odmítání návštěvníků místními obyvateli, hrozbou může být i rozpad místní komunity;
- *strukturu komunity* (rozdíly v postojích k rozvoji turismu, změny struktury podle majetku, ...);
- *životní styl a kvalitu života* (např. zvýšení cen zboží a služeb, růst drobné kriminality × zlepšení možností veřejné rekreace – např. zlepšení kvality pláží nebo naopak obsazení tradičních rekreačních míst nově příchozími turisty apod.);
- *hodnotové systémy* – např. zvláště silné narušení komunitních hodnot nastává v případě rychlé invaze masového turismu a s ním spojeného velkého množství turistů do místa s původním obyvatelstvem (Indiáni v Americe, Aboriginci v Austrálii apod. – viz údaje v tab. 1).

Tab. 1: Náklady a výnosy rozvoje turismu v lokalitě Broome (Austrálie)

Table 4.6: Costs and benefits of tourism development in Broome, Australia

Costs	Benefits
<ul style="list-style-type: none"><li>• Marginalisation of the Aboriginal and coloured people</li><li>• Too much power in vested interests</li><li>• Destruction of multicultural flavour of the town and the original form of Shinju Matsuri</li><li>• Increased racism</li><li>• High accommodation costs/shortage</li><li>• High local prices</li><li>• Less friendly/more local conflicts</li><li>• Environmental impacts (e.g. dune destruction)</li><li>• Loss of historical character of town and imposition of artificially created atmosphere</li><li>• More crime/domestic violence</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Expansion of new services and businesses</li><li>• More infrastructure and community facilities</li><li>• More sealed roads and kerbing and guttering</li><li>• Increased variety of restaurants/entertainment</li><li>• Restoration of Broome architecture</li><li>• Better health system</li><li>• Tidier town</li></ul>

Source: Hudson (1990b: 10)

Pramen: Hall, C. M., Page, S. J. 2002. (s. 149, tab. 4.6)

Výzkumy se většinou zaměřují na *studium sociálních dopadů turismu na obyvatelstvo turistických destinací*, tyto výzkumy se přitom často zaměřují na méně rozvinuté státy Třetího světa. Vlivy turismu na obyvatelstvo ve zdrojových oblastech (velká města apod.) a na turisty samotné jsou méně frekventované.

**Faktory**, které ovlivňují *vnímání turismu ze strany obyvatelstva turistických destinací*, lze rozdělit na:

- *vnější* = proměnné, které ovlivňují komunitu na makro úrovni, jinými slovy *působí na celou komunitu stejně* (např. stupeň turistického rozvoje destinace, poměr mezi počtem turistů a obyvatel, kulturní rozdíly mezi turisty a obyvateli, sezónnost, forma turismu – měkký × tvrdý apod.);

- *vnitřní* = proměnné, které se *mohou v rámci komunity lišit*, a to buď u skupin nebo i u jednotlivců (např. demografické charakteristiky, zapojení / nezapojení do turistického podnikání, „blízkost“ k atrakci, ...).

**K aktuálním problémům** z hlediska sociálních důsledků turismu patří dále např. i vztahy mezi rozvojem turismu a:

- *šířením nemocí* - zejména pandemie AIDS v souvislosti se sexuálním turismem;
- *prostitucí* - výzkum se zaměřuje především na méně rozvinuté státy, na téma genderu, souvislosti se sexuálním turismem apod., za zmínku stojí např. i formy propagace nočního a „prostopášného“ života v přímořských destinacích, které turistovi nenabízejí jenom slunce, pláž a moře, ale často také sex (hedonism, ecstacism, edenism);
- *kriminalitou* - souvislost mezi rostoucím počtem návštěvníků a zvyšující se kriminalitou;
- *původním (domorodým) obyvatelstvem* – zájem geografů jsou širší souvislosti – domorodé obyvatelstvo evokuje život v divoké přírodě, s tím souvisí vazby s ekoturismem apod.;
- *smyslem (percepce) místa* ('sense of place') – v důsledku rozvoje turismu se může změnit osobní vnímání určitých míst, tyto změny mohou ve svém důsledku vést až ke změně charakteru místní komunity (rozdílnost postojů jednotlivých členů komunity k turismu).

## **ENVIRONMENTÁLNÍ DOPADY TURISMU**

Výzkum dopadů turismu a rekreace na fyzické prostředí představuje *významnou sféru angažovanosti geografů*. *Důvody*:

- úzká souvislost s *tradičním zaměřením geografie* na studium vzájemného ovlivňování obyvatelstva a jejich prostředí (navíc je v tomto případě ve hře možnost spolupráce fyzických a humánních geografů),
- *klíčová (fatální) významnost fyzického prostředí* pro vznik rekreace a turismu.

Velká pozornost začala být environmentálním dopadům turismu věnována **v 70. letech**, a to v důsledku *rychlého rozvoje masového turismu* v určitých destinacích (nárůst návštěvnosti, nárůst viditelných dopadů). Vzestup zájmu o tato témata je možné spojit také s *aktivitami environmentálních zájmových skupin*.

### ***Další poznámky:***

- většina studií se věnuje *vlivu turismu na život v přírodě a pošlapu vegetace*, relativně malá pozornost je věnována vlivům na kvalitu půdy, vzduchu a vody;
- většina studií je zaměřena na studium ovlivnění jednoho krajinného prvku, *schází širší zaměření na celkové změny prostředí* (na fungování celých ekosystémů);
- *rozdílnost skutečného stavu a vnímaného vzhledu* – jinými slovy, ekosystém může být silně narušen (zavlečení nepůvodních druhů, ...), ale i nadále je turisty vnímán jako zdravý a nenarušený;
- komplikací je také skutečnost, že řada negativních vlivů se projeví (stane zjevnými) až *po dlouhé době působení*,
- *omezená přenosnost závěrů* z jednoho území do jiného;
- věrohodnost studií je obvykle narušena také tím, že *není znám stav ekosystému před vlastním rozvojem turismu* (z toho důvodů je těžké precizovat změny vyvolané turismem);
- podobně je těžké *rozlišit mezi změnami indukovanými turismem a změnami vzniklými v důsledku jiných aktivit* (důsledek multiple use zdrojů);
- ...

**Turismus může kvalitu prostředí ovlivňovat mnoha způsoby** – širokou škálu možného působení turismu v městském prostředí přibližuje tab. 2.

Tab. 2: Dopady turismu na městské prostředí

Table 4.7: The impact of tourism on the urban physical environment

---

1	<i>The urban physical environment</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• land lost through tourism development which may have been used for other purposes</li><li>• changes to urban hydrology</li></ul>
2	<i>Visual impact</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• development of tourism/leisure districts</li><li>• introduction of new architectural styles</li><li>• potential reinforcement of vernacular architectural forms</li><li>• potential contribution to population growth</li></ul>
3	<i>Infrastructure</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• potential overloading of existing urban infrastructure with the following utilities and developments:<ul style="list-style-type: none"><li>– roads</li><li>– railways</li><li>– car-parking</li><li>– electricity and gas</li><li>– sewage and water supply</li></ul></li><li>• provision of new infrastructure</li><li>• additional environmental management measures to accommodate tourists and adapt areas for tourist use</li></ul>
4	<i>Urban form</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• changes to land use as residential areas are replaced by accommodation developments</li><li>• alterations to the urban fabric from pedestrianisation and traffic management schemes which have been constructed to accommodate visitation</li></ul>
5	<i>Restoration</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• the restoration and conservation of historic sites and buildings</li><li>• reuse of the facades of heritage buildings</li></ul>

---

Source: After Page (1995a: 147)

Pramen: Hall, C. M., Page, S. J. 2002. (s. 154, tab. 4.7)

Obecně však lze konstatovat, že **negativní vliv turismu na prostředí bývá pravděpodobně poměrně často přeceňován**, a to zejména z toho důvodu, že je **nesmírně těžké vlastní odlišení dopadů turismu od vlivu jiných lidských aktivit** (přelidnění, průmysl, zemědělství, ...).

V souvislosti s výše uvedenými environmentálními problémy spjatými s turismem vyvstaly logicky také otázky týkající se **trvalé udržitelnosti turismu** a otázky **ochrany turistických zdrojů přírodní povahy**. V souvislosti lze hovořit o dvou konceptech:

- **koncept únosné kapacity**,
- **koncept hranic přijatelné změny (Limits of Acceptable Change – LAC)**.

### **Únosná kapacita**

Významnou myšlenkou, rozvinutou v zájmu hodnocení dopadů turismu na **kvalitu přírodních zdrojů** v určitém území, je **koncept tzv. únosné kapacity**, který začal být rozvíjen zhruba v 70. letech (zpočátku především v kontextu široce pojímaného **rustického turismu**). Únosná

kapacita je jedním z nejsložitějších a zároveň nejzmatenějších pojmů, s nimiž geografové pracují ve snaze ***pochořit schopnost rekreačních míst (turistických destinací) „unést“ určitou úroveň rekreačního a turistického využití.***

Únosnou kapacitu můžeme chápat jako ***nástroj***, který má schopnost *dlouhodobé organizace zdrojů a lidských aktivit* a který je specifický duální charakteristikou *ochrany* na jedné straně a *využitím* na straně druhé (jinými slovy: rekreační využití daného území je možné pouze do té míry, aby nedocházelo k nepříjemnému zhoršení charakteru a kvality rekreačního zdroje). Cílem aplikace tohoto nástroje totiž je:

- *ochrana destinace a zdroje turistické nabídky před nadměrným využitím* (a následným zničením),
- *dosažení / nalezení rovnováhy mezi úrovní využití a maximálním možným turistickým „zážitkem“ z daného místa.*

Ve své podstatě tak jde o předchůdce mnohem širě chápaného *konceptu trvalé udržitelnosti*, v němž však turismus a rekreace představují pouze malou část problematiky.

V rámci toho konceptu je možné identifikovat ***čtyři dílčí typy únosné kapacity***:

- ***fyzická únosnost*** = tento prvek se primárně vztahuje ke kvantitativnímu vyjádření počtu osob nebo množství aktivit (druhy, počet účastníků), které je schopno dané místo „vydržet“, *aniž by došlo k jeho destrukci*; v důsledku tohoto prvku je možný:
  - *zákaz vstupu* na některá místa (např. v ČR se do NPR smí jen po značených turistických cestách apod.),
  - *omezení* počtu návštěvníků určitého místa (např. na Rejvíz pustí jen určitý počet návštěvníků);
- ***ekonomická únosnost*** = tento typ únosnosti se primárně vztahuje k možnosti *vícenásobného (multiple) využití zdrojů*; a to zvláště pokud jde o *kompatibilitu* těchto způsobů využívání jednak vzájemně mezi sebou a jednak vzhledem *k širě chápaným společensky přijímaným záměrům* využití daného místa;

Tab. 3: Prostorové standardy ekologické (environmentální) únosnosti

Table 4.2: Suggested space standards for environmental capacity

Type of recreation area	Notional environmental capacity
Major scenic route	20 persons per mile
Minor scenic route	4 persons per mile
Major scenic feature	20 persons per square mile
Major historic site	30 persons per square mile
Woodland area	100 persons per square mile
Picnic area	60 persons per square mile
Enclosed land	50 persons per square mile
Rough or hill land	5 persons per square mile
Coast or lake shore (basic level)	50 persons per square mile
Attractive and accessible coast/beach	400 persons per mile

Source: Lavery (1971a: 46)

Pramen: Hall, C. M., Page, S. J. 2002. (s. 135, tab. 4.2)

- **ekologická (environmentální) únosnost** se primárně zaměřuje na stanovení (nalezení, odhad) *maximální úrovně využití ve smyslu počtu osob a aktivit*, které mohou být daným místem (ekosystémem) přijaty, aniž by došlo *k nepřijatelnému nevratnému poklesu jeho ekologické hodnoty* (ve srovnání s fyzickou únosností jde o *jemnější vymezení*);

Hlavní problém zde leží v pojmu '*přijatelná změna*' - ten bývá nahrazován odhadem environmentální kapacity, kterou je daný ekosystém (zdroj turismu) schopen unést *v jakémkoliv okamžiku*, výsledkem čehož je stanovení jakýchsi *prostorových standardů* (viz údaje v tab. 3).

Takové přístupy se sice vzhledem k použití *absolutně stanovených údajů* (fixní kapacita jednotlivých míst) stávají snadným terčem *kritiky*. Jejich význam tak spočívá především v tom, že poskytují jakýsi výchozí *odrazový můstek* k další diskusi.

- **sociální únosnost** = tento prvek posouvá celý koncept únosné kapacity směrem *k uživateli* (návštěvníkovi) a zdůrazňuje význam *vnímání (percepce)* daného místa a míru návštěvníkova *uspokojení* (satisfakce); z toho důvodu je sociální únosnost označována též jako únosnost *percepční, psychologická* nebo *behaviorální*.

Sociální únosnost můžeme definovat jako *maximální úroveň rekreačního využití ve smyslu počtu účastníků a aktivit, po jejímž překročení následuje z pohledu návštěvníka pokles kvality zážitku*. Její myšlenkový základ je tak vztažen ke schopnosti jednotlivců a skupin *tolerovat ostatní a jejich aktivity*.

Jinými slovy lze sociální únosnost definovat jako počet návštěvníků, který může daná destinace pojmout, dokud poslední přichodící nezačne vnímat tuto oblast jako *přehněnou* (crowding).

**Stanovení únosné kapacity určitého místa** zahrnuje přinejmenším *osm kroků*:

1. *specifikace cílů (standardů)*, tedy stavu, jakého by měla lokalita dosáhnout a v němž by měla být udržována, zároveň by v této fázi měl být stanoven typ preferovaného turistického (rekreačního) zážitku;
2. poznání současné *úrovně využití* lokality v různých fázích různě definovaných *časových období* (např. hodina, den, týden, měsíc, rok);
3. *stanovení vhodných indikátorů* pro měření biofyzikálních, sociokulturních, psychologických a jiných prvků;
4. *změření současného stavu indikátorů*;
5. *identifikace zjevných vztahů* mezi hodnotami indikátorů a úrovní využití;
6. *analýza (posouzení) důsledků stávajícího stavu* a rozhodnutí o jejich *přijatelnosti / nepřijatelnosti*;
7. rozhodnutí o tom, zda současná návštěvnost je ve srovnání s únosnou kapacitou *menší / stejná nebo větší*;
8. přijetí a zavedení *řídící strategie* k zabezpečení toho, aby *únosná kapacita nebyla překračována*.

Příklad – stanovení únosné kapacity v komplexu Angkoru (Kambodža):

- v jednom okamžiku se v komplexu smí nacházet jen 300 až 500 návštěvníků,
- roční návštěvnost přitom nesmí překročit 500 tisíc osob.

Největší problém únosné kapacity představuje stanovení ***kompromisu mezi jednotlivými dílčími kapacitami*** – řešení:

- průměr;
- typičtějším řešením je však přijetí hodnoty, která zastupuje nejcitlivější nebo nejohroženější faktor (často nejnižší hodnota).

*Navzdory tomu, že koncept únosné kapacity je starý přes 30 let a je poměrně podrobně teoreticky zpracovaný, nebyl dosud v praxi příliš úspěšně zaveden.*

### **Hranice přijatelné změny (Limits of Acceptable Change – LAC)**

Jistou modifikací konceptu únosné kapacity představuje systém *hranic přijatelné změny*, který na prvním místě zdůrazňuje *nalezení vhodných podmínek pro aktivitu návštěvníků* a za hlavní úkol *managementu* považuje *dosažení těchto podmínek a jejich ochranu*. Klíčové je přitom zodpovězení otázky, zda jsou tyto podmínky *v rámci přijatelných standardů*, tedy zda je *změna ještě přijatelná*.

Tím se LAC zcela vyhýbá řešení složitých vztahů mezi úrovní využití a úrovní důsledků, jak je tomu při hledání únosné kapacity.

*Ani tento modifikovaný systém však nebyl příliš úspěšný, pokud jde o praktické uplatnění – jeho aplikace byla provedena ve větší míře pouze ve „wilderness“ oblastech Severní Ameriky a v menší míře byl zaveden též v Austrálii.*

### **Důvody neúspěšnosti praktické aplikace konceptu únosné kapacity a systému LAC**

Hlavním důvodem je patrně skutečnost, že *oba systémy byly vyvinuty ochránci přírody* (Ministerstva životního prostředí, národní parky apod.) *s hlavním cílem ochrany přírody* – v první fázi se v systému se příliš nepočítalo s *účastníky z řad zástupců místních komunit či podnikatelů v cestovním ruchu*.

Ze strany místních komunit a podnikatelů mohou jako problematické působit zejména následující *prvky*:

- *užití termínu limit, hranice, únosnost*, což může být ze strany podnikatelů chápáno a interpretováno jako snaha omezit růst jejich oboru;
- *konvenční, úzké zaměření systémů na podmínky přírodního (fyzického) prostředí*, a to včetně souvisejících typů turistických zážitků; ostatní důležité aspekty jako např. charakteristiky trhu, ekonomické aktivity v turistickém „průmyslu“, sociokulturních rysů místní komunity nebyly vůbec zahrnuty;
- *nedostatečné zapojení zástupců podnikatelů a komunit do procesu identifikace indikátorů a standardů*, což by umožnilo nalezení standardů akceptovatelných i touto stranou; dokud k takové spolupráci nedojde, budou hodnoty indikátorů stále *překvapivé a kontroverzní a budou předmětem sporů*.

## ROLE VEŘEJNÉHO A SOUKROMÉHO SEKTORU V TURISMU

### ZAPOJENÍ VEŘEJNÉ SFÉRY DO SEKTORU TURISMU

Důvody zapojení veřejné sféry do sektoru turismu mohou být *různé*. Působení veřejné sféry může být obvykle motivováno následujícími *důvody* (bližší specifikaci viz v tab. 2):

- *ekonomické*,
- *politické*,
- *sociální*,
- *environmentální*.

V sektoru turismu lze nalézt a identifikovat následující hlavní *oblasti zájmu veřejné sféry*:

- *koordinace*,
- *plánování*,
- *legislativa* (zákonné normy),
- *regulace*,
- *podpora investic*;
- *sociální role turismu*, která je velmi významná zvláště v evropském prostředí,
- *ochrana zájmů*.

Tab. 2: Specifikace důvodů vládních zásahů do rozvoje turismu

Table 3.6: Some reasons for government involvement in tourism

#### *Economic reasons*

- to improve the balance of payments in a country;
- to attract foreign exchange;
- to aid regional (or local) economic development;
- to diversify the economy;
- to increase income levels;
- to increase state revenue from taxes;
- to generate new employment opportunities.

#### *Social and cultural reasons*

- to achieve social objectives related to 'social tourism' to ensure the well-being and health of families and individuals;
- to protect cultural mores, traditions, resources and heritage;
- to promote a greater cultural awareness of an area and its people;
- to promote international understanding.

#### *Environmental reasons*

- to undertake the stewardship of the environment and tourism resources to ensure that the agents of development do not destroy the future basis for sustainable tourism development;
- to create a natural resource which will serve to attract tourists.

#### *Political reasons*

- to further political objectives by promoting the development of tourism in order to broaden the political acceptance of a government among visitors;
- to control the development process associated with tourism;
- to protect the public interest and the interests of minorities;
- to further political ideology.

Sources: Jenkins and Henry (1982); D.G. Pearce (1989); Hall (1994); Hall and Jenkins (1995)

Pramen: Hall, C.M., Page, S. J. 2002 (s. 118, tab. 3.6)

## MOŽNÉ FORMY ZÁSAHŮ VEŘEJNÉ SFÉRY

Žádný zásah ze strany státu do oblasti turistického průmyslu nemůže být zdůvodněn pouze velikostí či ekonomickým významem tohoto odvětví. **Zdůvodnění státních intervencí je možné přes zdůraznění následujících aspektů:**

- *selhání trhu*, respektive existence jeho *nedokonalosti*,
- *veřejné / sociální zájmy*.

Vždy je tedy zdůrazňována **role státu jakožto korektivu / opravné alternativy vzhledem k trhu**.

### Možné konkrétní formy působení státu v turismu:

- tržní metody přerozdělování zisku nejsou vždy vhodné, proto se *vládní zásahy často snaží změnit zejména distribuci (rozložení) příjmů a zisků*, a to prostřednictvím *zásahů do cenového systému* (snahy o změnu ceny zboží a služeb - přímé finanční podpory, regulace tarifů, daně, granty, ...);
- **stát jako investor rozvoje turismu** = jde o podporu investic formou *vložení části kapitálu na projekty, k jejichž uskutečnění by nebylo možné sehnat potřebný soukromý kapitál* (často jde o zabezpečení infrastrukturních potřeb, dopravních sítí apod., tedy o doplnění nezbytně nutné podpůrné technické infrastruktury), množství podpůrných nástrojů tohoto typu (zvýhodněné úroky, levné poskytnutí pozemků, ...);
- **podpora marketingu a propagace** = cílem je *vytvoření poptávky po určité turistické destinaci*, cílem ale může být i podpora kapitálových investic do výstavby turistických zařízení a atrakcí.

## VZTAH VEŘEJNÁ × SOUKROMÁ SFÉRA

Rozdělení činností podle charakteru jejich poskytovatele bylo v rámci turistického „průmyslu“ v dřívějším období (do konce 60. let 20. století) poměrně jednoznačné:

- **činnosti sloužící k přímé saturaci potřeb turistů zajišťuje převážně soukromá sféra**; základní motivací tohoto sektoru je dosažení *zisku*, v případě nekontrolovaného vývoje této sféry lze očekávat vznik různých *konfliktů*;
- **za realizaci činností sloužících k podpoře, kontrole nebo omezení rozvoje turismu prostřednictvím zabezpečení základní infrastruktury, plánování a regulace je zodpovědná převážně veřejná sféra** – konkrétní činnost přitom vykonává různý *správní stupeň* (centrální vláda × regionální vlády × místní úřady).

V průběhu 70., 80. a 90. let došlo v téměř všech západních společnostech ze strany veřejné sféry k významné **proměně vztahu** k zajištění činností pro cestovní ruch – zřetelná je zejména tendence k **privatizaci a komercializaci** funkcí (Velká Británie – *thatcherismus*, USA – *reaganismus*). V důsledku toho se zde výrazně změnilo zapojení národních vlád do turistického průmyslu – **důvody**:

- snížení závislosti veřejných podniků na veřejných rozpočtech = *omezení veřejných výdajů*;
- *snížení veřejného dluhu* prodejem státního majetku;
- *zvýšení efektivity činností* v důsledku jejich komercializace.

Důsledkem uvedených změn bylo **celkové znejasnění pozice veřejné a soukromé sféry**, dřívější tradiční model uspořádání vztahů tak byl nahrazen **korporativistickým přístupem**, který zdůrazňuje:



- *efektivitu,*
- *investiční návratnost,*
- *roli a význam trhu,*
- *vztahy s podílňiky* (rozvoj spolupráce veřejných a soukromých subjektů – Public and Private Partnership = PPP).

Větší díl odpovědnosti byl takto přenesen na **nižší správní úroveň** (regionální, místní úřady). Tímto způsobem se dříve jasně definovaná činnost státu kontrolovaná z jedné hierarchické úrovně **přenesla a rozptýlila na množství odlišných, nevládních (a tudíž zároveň nevolených) subjektů**. Přenesení výkonu některých činností na nevolené subjekty může být z určitého hlediska vnímáno jako *problém*.

Ze strany státu je možná nežádoucím důsledkem uvedených změn také **omezení kontroly nad podporovanými turistickými produkty**, neboť stát sice dává peníze, ale jeho schopnost kontroly je v důsledku delegace pravomocí jen malá.

V souvislosti s **omezením role státu** došlo k **restrukturalizaci činnosti národních a regionálních turistických organizací** - změny jejich činnosti lze vyjádřit těmito tezemi:

- omezení *plánovací, politické a rozvojové role* a vzestup významu *marketingových a propagačních funkcí;*
- *zvýšení počtu partnerů* těchto organizací (zásady PPP, korporace, zvýšení rozsahu spolupráce + snaha přivést externí zdroje financí), tyto změny byly vedeny snahou výrazněji zapojit do těchto procesů i *místní komunity*, což však nebylo příliš úspěšné. Snadné zapojení „průmyslových“ partnerů totiž není skutečnou široce pojímanou veřejnou diskusí, *apriori z takovýchto skupin byla vyňata / zcela ignorována řada členů komunity* (méně majetní, s „nesprávným“ životním stylem, s nedostatečnou silou, ...).

Důsledky popsanych změn výstižně shrnuje D. G. Pearce (1989. s. 44), když podotýká:

The public sector then is by no means a single entity with clear cut responsibilities and well-defined policies for tourist development. Rather, the public sector becomes involved in tourism for a wide range of reasons in a variety of ways at different levels and through many agencies and institutions... [and] there is often a lack of coordination, unnecessary competition, duplication of effort in some areas and neglect in others.

### **Situace v ČR**

**Česká centrála cestovního ruchu – Czechtourism** (dále ČCCR, zdroj:

www.czechtourism.cz):

1. státní příspěvková organizace, zřízená rozhodnutím ministra hospodářství v roce 1993 k plnění úkolů v oboru cestovního ruchu;
2. zřizovatelem ČCCR je Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen MMR), jakožto ústřední orgán státní správy ČR ve věcech cestovního ruchu;
3. ČCCR v rámci svého poslání koordinuje státní propagaci cestovního ruchu s aktivitami prováděnými podnikatelskými subjekty a rozvíjí střednědobou a aktuální strategii pro marketing produktů cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu.

*Hlavní úkoly ČCCR:*

1. Základním cílem ČCCR je propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice. K dosažení tohoto cíle plní ČCCR tyto hlavní úkoly:
  - zajišťování, podpora a koordinace marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu,

- podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu,
- spolupráce v oblasti cestovního ruchu s orgány státní správy a samosprávy, profesními organizacemi, peněžními ústavy, školami, výzkumnými a poradenskými institucemi a analogickými zahraničními institucemi,
- vytváření příznivého image turistické destinace "Česká republika" a její prosazování na domácím a zejména zahraničním trhu,
- stanovení a rozpracování prioritních produktů, charakteristických pro destinaci Česká republika,
- podpora tvorby produktů cestovního ruchu s šetrným přístupem k životnímu prostředí,
- zabezpečování spolupráce s domácími i zahraničními novináři a médii,
- informační servis pro odvětví průmyslu cestovního ruchu v České republice, zejména vydávání odborných zpráv, jejichž náplní a obsahem budou především marketingové a regionální informace,
- spolupráce při vytváření celostátního turistického informačního systému,
- vydávání propagačních materiálů o České republice v příslušných jazykových verzích,
- spolupráce s regiony v ČR, angažovanost při vzniku přirozených oblastí cestovního ruchu, působení při jejich turistickém rozvoji a zatraktivnění,
- působení na českou veřejnost s cílem povzbudit vstřícné chování vůči zahraničním hostům a zdůraznění významu cestovního ruchu pro Českou republiku,
- zakládání zastoupení v zahraničí s cílem informovat zahraniční novináře, odbornou i nejširší veřejnost o nabídce cestovního ruchu v České republice a všestranně podporovat prodej národních produktů cestovního ruchu

2. Výše vymezené úkoly uskutečňuje ČCCR formou:

- propagační, reklamní, inzertní činnosti,
- výstavnické činnosti, workshopy
- vydavatelské a nakladatelské činnosti neperiodických tiskovin,
- překladatelskou činností,
- sběrem, zpracováním, analýzou, distribucí a prezentací informací,
- zprostředkovatelskou činností v oblasti informatiky,
- obchodní činností,
- přednáškovou a poradenskou činností,
- výroby obrázkových a zvukových nosičů.

Zastřešující orgán státní správy: Ministerstvo pro místní rozvoj

Další orgány veřejné sféry: kraje, obce

Sdružení

Podnikatelské subjekty