



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta  
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Diplomová práce

# Udržitelnost a odpovědnost v rozvoji destinace cestovního ruchu

Vypracovala: Bc. Veronika Kudláčková

Vedoucí práce: doc. RNDr. Renata Klufová, Ph.D.

České Budějovice 2021



# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta  
Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Bc. Veronika KUDLÁČKOVÁ  
Osobní číslo: E18425  
Studijní program: N6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání  
Téma práce: Udržitelnost a odpovědnost v rozvoji destinace cestovního ruchu  
Zadávající katedra: Katedra aplikované matematiky a informatiky

### Zásady pro vypracování

#### Cíl práce:

Aplikace zásad udržitelnosti a odpovědnosti v destinacích cestovního ruchu. Využití moderních metod a trendů pro rozvoj destinace cestovního ruchu s ohledem na zájmy stakeholderů v destinaci.

#### Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

#### Rámcová osnova:

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy). 2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše). 3. Metodika. 4. Řešení a výsledky (diskuze). 5. Závěr. I. Summary a key words in AJ. II. Seznam použitých zdrojů. III. Seznam obrázků, tabulek a grafů. IV. Seznam příloh. V. Přílohy.

Rozsah pracovní zprávy: 60-70 stran  
Rozsah grafických prací: dle potřeby  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

#### Seznam doporučené literatury:

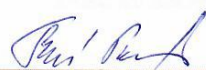
1. Leslie, D. (2012). *Responsible tourism: concepts, theory and practice*. UK: CABI
2. Nováková, L. & Ivankovič, G. (ed.) (2015). *Tourism & Hospitality – sustainability and responsibility*. Zeleněč: Profess Consulting.
3. Reisinger, Y. (2013). *Transformational Tourism. Tourist Perspectives*. Wallingford, Oxon, UK; Cambridge, Mass. USA: CABI Pub.
4. Pásková, M. (2014). *Udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus

5. Travis, A. S. (2011). *Planning for tourism, leisure and sustainability: international case studies*. Wallingford, Oxon, UK; Cambridge, Mass. USA: CABI Pub.

Poznámka: změna katedry a vedoucího práce

Vedoucí diplomové práce: **doc. RNDr. Renata Klufová, Ph.D.**  
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Datum zadání diplomové práce: **18. ledna 2019**  
Termín odevzdání diplomové práce: **14. dubna 2020**



**doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 12 (26)  
370 05 České Budějovice



**doc. RNDr. Tomáš Mrkvička, Ph.D.**  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 1. listopadu 2019

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. V platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Podpis studenta



## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce paní doc. RNDr. Renatě Klufové, Ph.D. za její vedení, čas, cenné rady a pomoc, při zpracovávání práce. Dále bych chtěla poděkovat všem účastníkům výzkumu včetně paní Ing. Marty Páskové, Ph.D. a pana Ing. Michala Buriana, Ph.D. za jejich odpovědi a názory.

Velké poděkování patří také mé rodině a všem blízkým, kteří mě podporovali po celou dobu studia.





## Obsah

1	Úvod.....	4
1.1	Cíl práce.....	5
1.2	Hypotézy.....	5
2	Přehled řešené problematiky.....	6
2.1	Cestovní ruch a jeho klasifikace.....	6
2.1.1	Cestovní ruch.....	6
2.1.2	Klasifikace cestovního ruchu.....	7
2.1.3	Negativní vlivy cestovního ruchu.....	7
2.1.4	Pozitivní vlivy cestovního ruchu.....	9
2.2	Udržitelnost a odpovědnost.....	10
2.2.1	Udržitelnost.....	10
2.2.2	Odpovědnost.....	10
2.2.3	Udržitelný a odpovědný rozvoj.....	11
2.2.4	Indikátory udržitelného a odpovědného rozvoje.....	13
2.3	Typy environmentálně šetrného cestovního ruchu.....	16
2.3.1	Udržitelný cestovní ruch.....	16
2.3.2	Odpovědný cestovní ruch.....	16
2.3.3	Komunitní cestovní ruch.....	17
2.3.4	Geoturistika.....	17
2.3.5	Ekoturistika.....	18
2.3.6	Venkovská turistika.....	18
2.3.7	Cykloturistika.....	19
2.3.8	Hipoturistika.....	19
2.4	Rozvoj destinace cestovního ruchu.....	20
2.4.1	Destinace.....	20
2.4.2	Subjekty působící v destinaci.....	22

2.4.3	Management destinace .....	24
2.4.4	Marketing destinace .....	28
2.4.5	Rozvojové přístupy .....	29
2.5	Historický vývoj principů udržitelného rozvoje.....	30
2.6	Direktiva v oblasti udržitelného cestovního ruchu.....	31
2.7	Certifikace .....	32
2.7.1	EMAS.....	32
2.7.2	Eco-Labeling.....	33
3	Metodika .....	35
4	Výsledky a jejich diskuse .....	36
4.1	Strukturované rozhovory .....	36
4.1.1	Rozhovor s Ing. Martinou Páskovou, Ph.D.....	36
4.1.2	Rozhovor s Ing. Michalem Burianem, Ph.D. ....	39
4.2	Situace v ČR a Jihočeském kraji .....	42
4.2.1	Situace v ČR.....	42
4.2.2	Situace v Jihočeském kraji .....	43
4.3	Dotazníkové šetření .....	44
4.4	Syntéza výsledků .....	58
4.4.1	Zhodnocení hypotéz .....	60
4.5	Návrhová část .....	67
4.5.1	Hra „Green Future“ .....	67
4.5.3	Webové stránky <a href="http://www.forGreenFuture.com">www.forGreenFuture.com</a> .....	71
4.5.4	Odborný časopis Green Future.....	71
4.5.5	Další návrhy .....	72
5	Závěr .....	73
I.	Summary and keywords.....	75
II.	Seznam literatury .....	77

III.	Seznam obrázků .....	82
IV.	Seznam tabulek .....	83
V.	Seznam grafů.....	84
VI.	Seznam příloh.....	85
VIII.	Přílohy .....	86

# 1 Úvod

Cestovní ruch je velmi dynamicky se rozvíjející odvětví. V souvislosti s jeho rozvojem je ale třeba zaměřit se i na přidružené stránky jako je udržitelnost a odpovědnost, které jsou pro cestovní ruch klíčové. Je nutné zabezpečit fungování procesů a aktivit tak, aby byly udržitelné v dlouhodobém časovém horizontu. Podstatnou roli hraje také kooperace veškerých subjektů působících v destinaci, bez které by zajištění udržitelnosti nebylo možné. Udržitelnost a odpovědnost jako taková se nachází v naší společnosti už velmi dlouhou dobu, avšak na své síle nabrala především v posledních letech. Odpovědně by se měly chovat nejen organizace, ale i každý jedinec.

V rámci cestovního ruchu s sebou konzumní společnost přináší úskalí, která mohou udržitelný rozvoj destinací brzdit. Někteří lidé vyhledávají únik od hektické současnosti a požadují zajištění nejvyšších standardů služeb, které jim poskytnou pohodlí. Na těchto požadavcích staví především velké řetězce ubytovacích, stravovacích a dopravních společností. Mnoho z těchto společností pak generují své zisky na úkor místních obyvatel a přírody. Nejen z těchto důvodů je důležité chránit naše okolí, přírodu a místní obyvatele včetně jejich zvyků, aby byly tyto krásy dostupné i pro budoucí generace.

Tato diplomová práce obsahuje nejdůležitější zákonitosti, jež se týkají cestovního ruchu z hlediska udržitelnosti a odpovědnosti. V přehledu řešené problematiky jsou vysvětleny základní pojmy včetně jejich vzájemných souvislostí, které se zaměřují na cestovní ruch, udržitelnost a odpovědnost, a rozvoj destinace. Přehled řešené problematiky je vytvořen na základě rozboru literárních prací a internetových zdrojů, zpracovaných od odborníků z oblasti dané problematiky. Na literární rešerši navazuje metodika zachycující způsob, kterým byla získána a zpracována data potřebná k praktické části.

Praktická část je postavena na několika dílčích částech. Konkrétně se jedná o dva strukturované rozhovory s odborníky z oboru, data získaná dotazníkovým šetřením a informace, jež se vztahují k problematice ochrany přírody v rámci České republiky a Jihočeského kraje. Všechna tato data jsou zanalyzována a shrnuta ve výsledcích výzkumu, kde jsou zhodnoceny i předem stanovené hypotézy.

Další částí diplomové práce je návrhová část, jež obsahuje návrhy opatření vedoucích ke zlepšení v situace na našem území. Veškeré informace a poznatky získané teoretickou a praktickou částí jsou použity ve shrnutí v závěru práce.

## 1.1 Cíl práce

Cílem práce je přiblížení problematiky udržitelného a odpovědného rozvoje destinace cestovního ruchu, analýza chování účastníků v rámci jejich cestovatelských návyků v souvislosti s udržitelností a následné vytvoření návrhů za využití moderních metod a trendů pro rozvoj destinace.

## 1.2 Hypotézy

Tato část diplomové práce obsahuje předem stanovené hypotézy. Hypotézy budou vyhodnoceny na základě výsledků dotazníkového šetření, které je buď potvrdí, nebo naopak vyvrátí.

### **Výzkumné otázky**

- Závisí odpovědné cestování na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?
- Souvisí odpovědnost v cestování se zvoleným druhem dopravy?
- Závisí způsob dopravy na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?
- Závisí ochota účastnit se údržby památek na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?
- Závisí znalost organizací a projektů týkajících se udržitelnosti na zdroji informací o udržitelnosti?
- Závisí respektování lokální kultury, obyvatel, jejich zvyků a tradic na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?
- Závisí nákup a podpora místních produktů na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?
- Závisí podpora ekologických forem cestovního ruchu na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?

## 2 Přehled řešené problematiky

V následující kapitole jsou diskutovány a vysvětleny základní pojmy, týkající se řešené problematiky. Nejprve je nutné pozastavit se u cestovního ruchu a jeho významu. Následně práce pokračuje zákonitostmi souvisejícími s udržitelností a odpovědností až k rozvoji destinace. Aby bylo možné porozumět principům udržitelného rozvoje, je třeba zaměřit se také na historický vývoj udržitelnosti, základní direktivu v této oblasti a certifikaci.

### 2.1 Cestovní ruch a jeho klasifikace

Cestovní ruch je velmi důležité odvětví, které se dynamicky rozvíjí. I přes nepříznivé podmínky, způsobené restrikcemi a omezeními cestování kvůli pandemii nemoci Covid-19, se jedná o jeden z nejdůležitějších sektorů. Jak je patrné z následujícího textu, tak cestovní ruch s sebou přináší pozitivní, ale i negativní vlivy. Tyto vlivy jsou klíčové pro udržitelný a odpovědný rozvoj destinace.

#### 2.1.1 Cestovní ruch

Dle UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) označujeme cestovní ruch jako „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Ryglová, Burian & Vajčnerová, s. 18, 2011).

Cestovní ruch můžeme označit za společensko-ekonomický fenomén, díky němuž dochází ke každoročnímu pohybu populace za účelem rekreace, poznání nebo naplnění vlastních snů. Je součástí života lidí a jejich spotřeby, a to především ve vyspělých ekonomikách. Cestovní ruch patří k nejvýraznějším světovým exportním odvětvím (spolu s automobilovým průmyslem a obchodem s ropou). Začátek moderního cestovního ruchu datujeme na přelom 19. a 20. století (Hesková, 2011).

Jedná se o změnu místa, kdy pobyt je pouze dočasný a nejde o výdělečnou činnost (Foret & Foretová, 2001).

Cestovní ruch může být definován jako forma uspokojování potřeb člověka, reprodukce jeho psychických a fyzických sil. Podstatnou roli hraje jeho volnočasový charakter a prostředí, které je mimo běžné životní prostředí účastníka cestovního ruchu (Kopšo, Baxa & Gúčík, 1979).

Dle Páskové (2002) cestovní ruch za každé situace zahrnuje cestování, ale na druhou stranu ne každé cestování je možné považovat za cestovní ruch.

Horner a Swarbrooke (2003) tvrdí, že na cestovní ruch bychom měli pohlížet jako na činnost, která je výsledkem služeb jiných odvětví (stravování, ubytování, doprava), nikoli jako na samostatné odvětví.

### 2.1.2 Klasifikace cestovního ruchu

Klasifikací cestovního ruchu se rozumí rozčlenění forem a druhů podle daného kritéria. Odborníci v této oblasti nezastávají zcela jednotný názor a existuje tedy mnoho způsobů, jak cestovní ruch dělit.

Pro účely této diplomové práce je klíčové klasifikační kritérium vlivu na krajinu a životní prostředí. Dle tohoto kritéria dělíme cestovní ruch na:

- měkký (udržitelný či zelený) – snaží se o rovnováhu mezi dopady a přínosy týkající se environmentálního, kulturního a sociálního prostředí,
- tvrdý – v tomto případě je hlavním cílem i měřítkem zisk, nebere ohledy na ostatní odvětví. Jedná se především o tzv. masový turismus (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011).

Dalším velmi důležitým kritériem rozdělení je účel. Díky stanovení účelu cestovního ruchu je možné lépe nastavit podmínky, které zajistí udržitelný a odpovědný rozvoj destinace. Podle Foreta & Foretové (2001) můžeme klasifikovat cestovní ruch dle účelu na rekreační, kulturně-poznávací, společenský, sportovní, náboženský, vzdělávací, zdravotní, dobrodružný, poznávání přírody, politický, nákupní, profesní a specifický.

Cestovní ruch lze dále členit dle různých kritérií jako je například místo realizace, způsob účasti, délka účasti, počet účastníků, rozložení během roku, způsob financování, způsob zabezpečení průběhu, vztah k platební bilanci apod. (Galvasová, Binek, Holeček & kol, 2008).

### 2.1.3 Negativní vlivy cestovního ruchu

Negativní vlivy, které cestovní ruch přináší můžeme rozčlenit na vlivy působící na socio-kulturní prostředí a vlivy působící na přírodní prostředí. Obě skupiny působí nepříznivým způsobem na udržitelný a odpovědný rozvoj destinace cestovního ruchu. Aby bylo možné těmto vlivům předcházet nebo je zmírnit, tak je nutné včasné a správné identifikace.

### Negativní vlivy na socio-kulturní prostředí

Tyto vlivy jsou velmi těžko identifikovatelné a rozpoznatelné. Projevují se v několika rovinách jako jsou psychologická, kulturní, sociální, ekonomická či urbanistická, a to jak materiálně, tak nemateriálně. Socio-kulturní prostředí a vlivy, které na něj působí z hlediska cestovního ruchu, považujeme spíše za subjektivní a nelze je snadno monitorovat. Nežádoucí účinky spadající do této skupiny je možné označit jako tzv. turistické znečištění, které zahrnuje stres místních obyvatel vyvolaný návštěvníky, akulturaci, kongesci veřejných prostor a komunikací apod. Dalším důležitým pojmem je demonstrační efekt, který se vyznačuje napodobováním chování návštěvníků lokálním obyvatelstvem a jeho modifikací je efekt módnosti. Efekt módnosti vyjadřuje takový stav, kdy je rozhodování lidí ovlivněné dalšími jedinci. Vznik módních destinací má výrazný vliv na jejich budoucí vývoj (Shaw & Williams, 2002). Díky cestovnímu ruchu rovněž dochází k posilování dualizace společnosti, tedy prohloubení rozdílů mezi chudými a bohatými. V některých destinacích může také dojít k vytlačování místních obyvatel z prestižnějších oblastí do méně atraktivních míst, což mnohdy napomáhá ke vzrůstajícímu procentu kriminality (Ryan, 1991). Negativní přístup místních obyvatel k účastníkům cestovního ruchu se dle Zelenky a Páskové (2002) označuje jako turistická iritace. Lze si pod tím představit jakousi míru nevraživosti, kterou mají místní ve vztahu k návštěvníkům. Doxey (1975) vytvořil čtyřstupňovou škálu, tzv. iritační index, obsahující složku euforie, apatie, znechucení a antagonismus. Postoj místních obyvatel se v časovém horizontu mění od euforie až k antagonismu. Hodnoty indexu jsou ale ovlivněny i dalšími aspekty jako je kvalita infrastruktury, rozdílnost kultur, formou cestovního ruchu atd.

### Negativní vlivy na přírodní prostředí

Tato skupina je lépe měřitelná a na rozdíl od socio-kulturního prostředí monitorovaná delší dobu. Také sem můžeme zařadit turistické znečištění, pod nímž si lze představit jakýkoli produkt cestovního ruchu, který snižuje potenciál dané destinace (Pásková 2012). Jedná se o přímé dopady (přímo způsobené cestovním ruchem), i nepřímé (spotřeba zdrojů, které byly vytěženy, zpracovány, upraveny a využity). Dalším negativním vlivem jsou emise, představující proces uvolňování škodlivých látek nebo energií (pevných, plyných i kapalných). V cestovním ruchu jde v první řadě o emise způsobené silniční a leteckou dopravou. Mimo jiné do vlivů působících na přírodní prostředí spadá i eroze, zavlečení nepůvodních živočišných druhů nebo poškozování



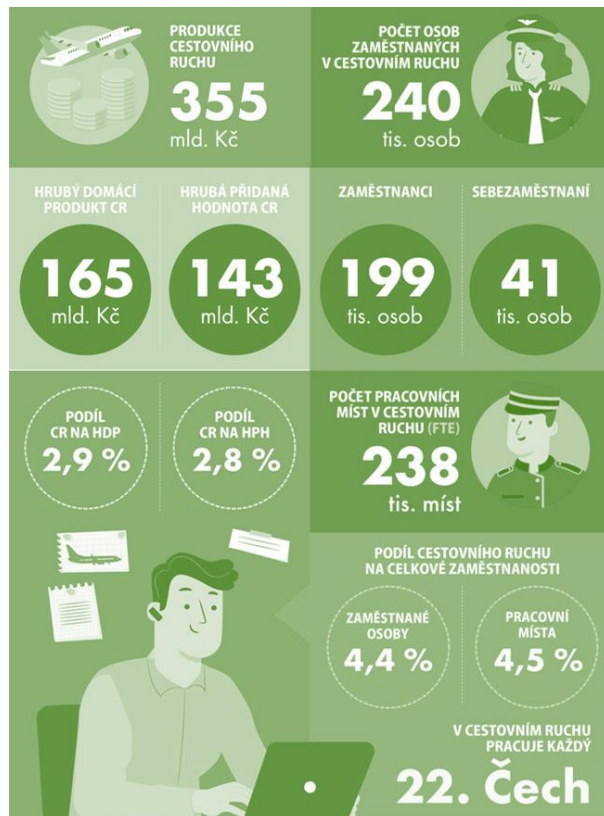
biodiverzity a přírodních památek vandaly (Pásková, 2009). Co se týče krajiny, důsledkem cestovního ruchu dochází k jejímu ničení, fragmentaci, snižování její rozmanitosti, estetičnosti a ekologické stability.

#### 2.1.4 Pozitivní vlivy cestovního ruchu

Cestovní ruch s sebou ale nepřináší pouze negativní vlivy. Příznivě působí například v otázkách ekonomických, jelikož nemálo destinací je existenčně závislých na příjmech plynoucích z cestovního ruchu. Dále přispívá ke světové globalizaci, zlepšení životních podmínek, rozvoji vzdělanosti, např. z pohledu jazykové vybavenosti. Díky cestovnímu ruchu dochází k tlumení nežádoucích účinků ekonomické restrukturalizace na krajinu, formou podpory alternativních přístupů a péče o krajinu, dále k růstu kulturní identity místních i přijíždějících návštěvníků, ke zvyšování přístupnosti míst, k rozvoji technologií nejen v oblasti dopravy a ubytování, k ochraně udržitelného a odpovědného vývoje a mnoho dalšího (Pásková, 2009). Pozitivní vlivy jsou klíčové pro rozvoj destinace.

Hlavní přínosy cestovního ruchu za rok 2019 jsou vyjádřeny v obrázku č.1.

*Obrázek 1 Ekonomický význam cestovního ruchu v ČR za rok 2019*



Zdroj: ČSÚ (2021)

## 2.2 Udržitelnost a odpovědnost

V následující kapitole jsou představeny a vysvětleny pojmy týkající se udržitelnosti a odpovědnosti, udržitelného a odpovědného rozvoje a jeho indikátorů. Udržitelnost a odpovědnost jsou jednou z klíčových složek v souvislosti s dlouhodobým rozvojem destinace cestovního ruchu.

### 2.2.1 Udržitelnost

Jde o praktickou schopnost člověka uspokojit základní potřeby dneška bez ohrožení schopnosti uspokojení potřeb dalších generací. Původem pochází tento termín z ekologie, kde představoval schopnost ekosystému udržet ekologické systémy, funkce a produktivitu do budoucnosti (James, Magee, Scerri & Steger, 2015).

V praxi se udržitelnost prolíná do mnoha odvětví jako např. udržitelnost měst, udržitelná energetika, udržitelná architektura, udržitelná měna, udržitelné zemědělství atd. (Phys.org, 2020).

Opakem udržitelnosti je situace:

- kdy lidská společnost využívá nerostné bohatství a zdroje rychleji, než se obnoví či zregenerují,
- kdy není možné zastavit nebo alespoň omezit populační růst,
- kdy společnost produkuje látky rychleji, než mohou být rozloženy přírodními procesy atd. (Phys.org, 2018).

### 2.2.2 Odpovědnost

Každý člověk, skupina lidí, organizace či stát by měl přijmout následky aktivit, které provozuje. Jinými slovy je nutné být odpovědný.

Pojem odpovědnost má mnoho významů v závislosti na odvětví, ve kterém je použit. Obecně se pod tímto pojmem skrývá povinnost člověka pečovat o další osobu či věc, tak, aby nevznikla žádná újma. V souvislosti s oblastí pracovních vztahů může být odpovědnost myšlena jako povinnost pracovníka plnit zadané úkoly (Management Mania, 2018). V právu je právní odpovědností míněna povinnost člověka nést sankční následky svého (výjimečně i cizího) jednání (Iuridictum, 2013).

Z výše uvedených definic je možné nastínit základní myšlenku odpovědnosti, a tedy to, že je nutné brát v potaz důsledky svého jednání. To se týká nejen sféry pracovní či právní, ale i cestovního ruchu.

### 2.2.3 Udržitelný a odpovědný rozvoj

Podle komise OSN pro životní prostředí a rozvoj (1987) se jedná o takový rozvoj, jenž neohrozí rozvoj budoucí. Jeho strategie je zaměřená na uchování harmonie mezi lidskými bytostmi, lidskou společností a přírodou (Nováček, 2011).

Dle Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) představuje udržitelný rozvoj stav dynamické rovnováhy mezi environmentálními, sociálními a ekonomickými aspekty vývoje v podmínkách globalizace (Nováček, 2011).

Evropský parlament popisuje udržitelný a odpovědný rozvoj jako takový rozvoj, jenž přináší zvyšování životní úrovně a blahobytu lidí ve společnosti, v mezích, které vymezuje ekosystém při zachování biologických a přírodních hodnot pro současné, ale i příští generace (Nováček, 2011).

Nárt (2005) popisuje udržitelný rozvoj jako zajišťování podmínek nutných k uchování života na planetě.

Udržitelný a odpovědný rozvoj se opírá o tři základní pilíře známé jako tzv. **Triple bottom line** viz. obrázek 2.

*Obrázek 2 Základní pilíře udržitelného a odpovědného rozvoje*



Zdroj: Vinventions (2020)

- Planet (planeta) – představuje ekologickou stránku.
- People (lidé) – zastupuje sociální stránku.
- Prosperity (blahobyt) – reprezentuje finanční stránku.

Investováním do udržitelnosti je naším cílem zlepšit dopady na životní prostředí a ekologii, ale také podporovat lidi, jejich komunity a sociální prostředí a zároveň vytvářet zisk (Vinventions, 2020)

*„Udržitelný rozvoj je cílený proces změn v chování lidské společnosti k sobě samé i ke svému okolí (krajině a jejím zdrojům), směřující ke zvyšování současného i budoucího potenciálu uspokojování potřeb lidí i jiných bytostí, s ohledem na možnosti (limity) krajiny a jejích zdrojů“ (Topercer in Nováček, s. 217, 2011).*

Dle zprávy „Pečujeme o Zemi“ byly vytvořeny základní principy udržitelného rozvoje. Těmito principy se rozumí:

- zlepšování kvality života lidí,
- úcta ke společenství života a péče o ně,
- ochrana rozmanitosti a vitality Země,
- změna osobních praktik a přístupů,
- dodržování mezních hranic únosnosti Země,
- poskytování možnosti jednotlivcům i komunitám pečovat o Zemi,
- tvorba globálních aliancí na podporu udržitelnosti,
- budování národních struktur pro integraci ochrany a rozvoje (Nováček, 2011).

Další principy udržitelného rozvoje určil Huba a kol. (2000), podle něhož sem spadá např. princip předběžné opatrnosti, ekologický princip, princip efektivnosti, princip nenásilí, princip solidarity, princip autoregulačního vývoje, princip přijatelných chyb atd.

Podle Ministerstva pro místní rozvoj je možné rozlišit tři koncepty pojetí udržitelného rozvoje:

- 1. koncept – obecně formulovaný koncept. Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí nynější potřeby, aniž by ohrozil potřeby budoucích generací a na úkor jiných národů.
- 2. koncept – stavba tří základních, již výše zmíněných pilířů. Musí být zajištěna vyváženost mezi ekonomickou, sociální a environmentální stránkou, aniž by se jedna vyvíjela na úkor jiné.
- 3. koncept – udržitelný rozvoj je postaven na potenciálu kapitálových aktiv. Tím je myšlen lidský kapitál, sociální, přírodní, produkční a finanční. Vývoj můžeme pokládat za udržitelný, pakliže úhrnný kapitál dlouhodobě poroste (MMR, 2020).

*„Udržitelný rozvoj znamená integraci ekonomických, sociálních a environmentálních cílů, vytvořit takový rozvoj, který je sociálně žádoucí, ekonomicky životaschopný a ekologicky udržitelný.“ (Nath, Hens & Devuyt, 1996).*

#### 2.2.4 Indikátory udržitelného a odpovědného rozvoje

Udržitelný rozvoj je možné monitorovat v mnoha rovinách. Pro účely této diplomové práce se zaměříme na rovinu zahrnující indikátory obecného udržitelného rozvoje a na rovinu, jenž se soustředí na indikátory udržitelného rozvoje přímo spojené s cestovním ruchem.

##### Indikátory udržitelného rozvoje

Jedním z nejvíce používaných ukazatelů prosperity je hrubý domácí produkt (HDP). Je však nutné podotknout, že vyšší domácí produkt nemusí vždy znamenat i vyšší životní úroveň, jedná se tedy spíše o ukazatel vypovídající o výkonnosti celé ekonomiky.

Pro určení měření udržitelnosti rozvoje je mnohem lepší využívat nástroj zvaný Index trvale udržitelného blahobytu (Index of Sustainable Economic Welfare – ISEW). ISEW je jakýmsi složeným indikátorem, jenž bere v potaz osobní spotřebu ve vztahu ke kvalitě životního prostředí.

Mezi další indikátory, které byly vytvořeny, a mohou být využitelné v souvislosti s udržitelným rozvojem řadíme tzv. Index lidského rozvoje (Human Development Index – HDI), Panel udržitelnosti, Index environmentální udržitelnosti, Index environmentální výkonnosti, Index stavu budoucnosti, Index ekonomického blahobytu, Index živé planety, Index šťastné planety, Ekologická stopa, Sociální stopa, Index kvality života atd. Indikátory rozlišujeme na místní, regionální, národní a celosvětové (Nováček, 2011).

##### Indikátory udržitelného rozvoje cestovního ruchu

V roce 1992 byly díky UNWTO (Světové organizaci cestovního ruchu) stanoveny tzv. Indikátory udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Tyto ukazatele jsou rozděleny do dvou částí. První část vytyčuje indikátory, které jsou použitelné pro jakoukoli destinaci a jsou tedy klíčové. Druhá skupina je tvořena indikátory specifickými, ty je možné aplikovat v závislosti na druhu destinace (horské oblasti, ostrovní a přímořské destinace, CHKO apod.)

Mezi klíčové indikátory spadá:

- ochrana území,
- stres,
- intenzita užívání,
- odpady,
- sociální dopady,
- kontrola rozvoje,
- ohrožené ekosystémy,
- spokojenost místních obyvatel,
- spokojenost návštěvníků,
- plánovací proces.

Indikátory vyhrazené pro lokální stupeň:

- negativní dopady na přírodu,
- snížení kulturního kapitálu,
- sezónnost.

Mezi specifické indikátory řadíme:

- únosnou kapacitu,
- atraktivnost,
- tlak na místo (UNWTO, 1998).

Existuje ještě mnoho dalších indikátorů udržitelného cestovního ruchu v závislosti na tom, o jakou oblast se jedná. Např. specifické indikátory v horských oblastech:

- znečištění,
- ztráta estetičnosti,
- dopravní dostupnost,
- rozsah eroze,
- reprodukce vybraných druhů,
- spokojenost zákazníků,
- přítomnost volně žijících zvířat apod.

Specifické indikátory v přírodních parcích:

- diverzita druhů,
- rychlost reprodukce druhů,

- změna složení druhů,
- úroveň pytláčení,
- nebezpečí způsobené interakcí mezi lidmi,
- nebezpečí způsobené interakcí lidí se zvířaty,
- aktivity lidí v parku,
- lidská populace v parku a jeho okolí.

Specifické indikátory v kulturních oblastech:

- jazyk lokálního obyvatelstva,
- kriminalita,
- sociální dopady,
- spokojenost místního obyvatelstva
- cena za restaurátorství,
- úroveň znečištění vzduchu (WTO, 2004).

Indikátory byly diskutovány na konferencích v letech 2001 až 2002, kde byl organizací European LIFE vytvořen systém indikátorů. Indikátory můžeme rozčlenit do čtyř nadřazených skupin:

1. Politické indikátory – místní vlády, zainteresované subjekty, inventáře kulturních památek.
2. Environmentální indikátory
  - Doprava – environmentálně šetrné způsoby dopravy.
  - Únosná kapacita – hustota zalidnění, počet návštěvníků, vývoj volnočasových aktivit atd.
  - Indikátory týkající se užívání energie – obnovitelná energie a z jaké části je využívána, energie podle typu turistického zatížení.
  - Indikátory týkající se užívání vody – udržitelné využívání vodních zdrojů.
  - Indikátory zabývající se odpadovým hospodářstvím – recyklace, skladování, spalování, přehledy množství odpadů.
3. Sociální a kulturní indikátory – poměr rezidentů a turistů, množství nerezidentů zaměstnaných v oblasti cestovního ruchu, délka smluv se zaměstnanci cestovního ruchu atd.

4. Ekonomické indikátory – průměrná délka pobytu, zaměstnanost v cestovním ruchu, účast na HDP, kapacita ubytovacích zařízení (Mihalič, 2006; Evropská komise, 2016).

## 2.3 Typy environmentálně šetrného cestovního ruchu

Jak již bylo zmíněno na začátku diplomové práce, cestovní ruch lze kvantifikovat z mnoha hledisek. Jelikož tedy existuje nepřehledné množství forem cestovního ruchu, je nutné podrobněji si přiblížit některé další formy, které se týkají environmentální oblasti, aby nedocházelo k mylnému pochopení, výkladu či záměně.

Alternativní formy cestovního ruchu vznikají z několika příčin. Prvním důvodem může být tzv. únik lidí před všedními starostmi, stresem a městským shonem. Lidé jsou v této moderní době zahlcováni ze všech stran a nemají čas na odpočinek. Příroda se tedy může zdát jako nejlepší místo pro rekreaci a znovu nabytí fyzických a psychických sil. Dalším důvodem může být touha po znalostech o fungování procesů přírody, zemědělství, geologie apod. nebo například zájem o jiný způsob života či podpora environmentálních přístupů.

### 2.3.1 Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch (anglicky sustainable tourism) je forma cestovního ruchu, která by měla optimálně využívat zdroje životního prostředí, chránit přírodní dědictví, přispívat k mezinárodnímu porozumění a toleranci, respektovat sociokulturní autentičnost komunit a zajistit životaschopné hospodářské operace. Tedy cestovní ruch, jenž se zabývá takovými aktivitami, které by neohrozily potřeby budoucích generací a zároveň plní potřeby generací současných (Gomez, 2020).

### 2.3.2 Odpovědný cestovní ruch

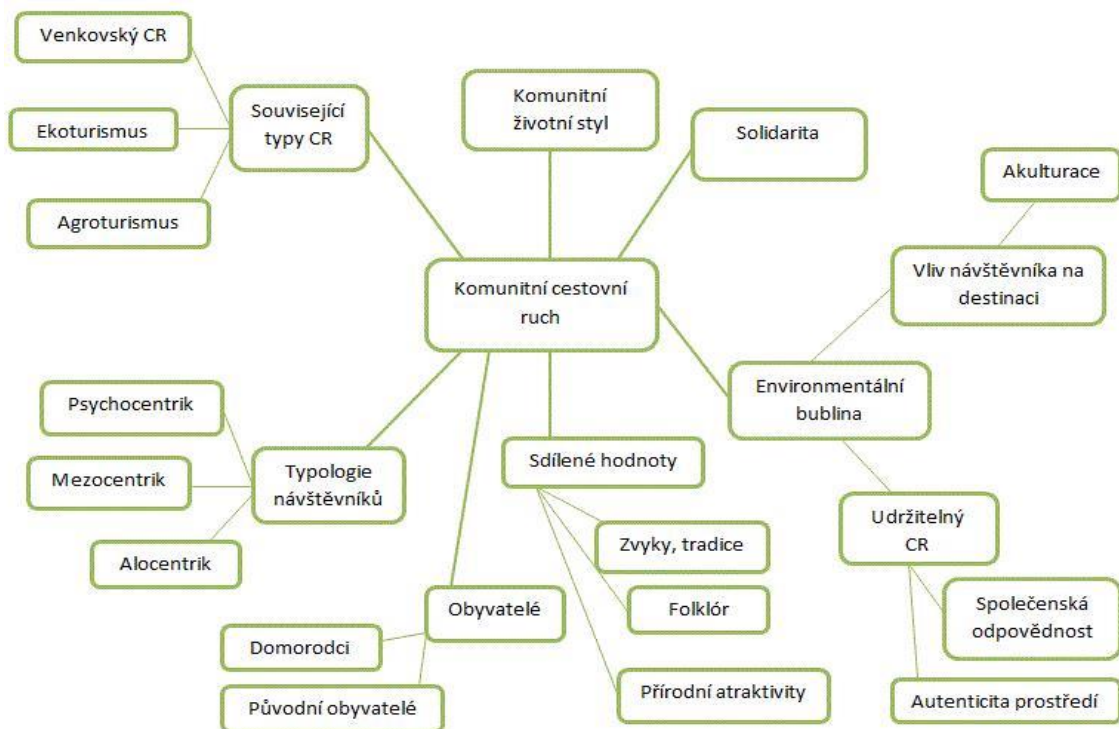
Odpovědný cestovní ruch (anglicky responsible tourism) je taková forma cestovního ruchu, která se zaměřuje na ohleduplnost k přírodě, snaží se minimalizovat negativní dopady cestování, jako je například znečištění či ničení životního prostředí, globalizace, přelidněnost, škodlivé sociální návyky a mnoho dalších. Odpovědný turismus se mimo zmírnění a prevenci negativních dopadů zabývá i odpovědností návštěvníků jako takovou. Tedy odpovědností, kterou nesou přímo účastníci cestovního ruchu. Odpovědný turista se vyznačuje rozhodováním, které bere v potaz to, co je nejlepší pro místní komunitu v dlouhodobém horizontu (Gomez, 2020).



### 2.3.3 Komunitní cestovní ruch

Komunitní cestovní ruch je jednou z forem udržitelného cestovního ruchu. Hlavní myšlenkou této formy turismu je, že vychází z potřeb a činností dané komunitní skupiny s ohledem na udržitelnost, tedy tak, aby byly hodnoty zachovány pro následující generace (Zelenka & Pásková, 2012). V komunitním cestovním ruchu je nutné zabezpečit potřeby účastníků za současného rozvoje daného území a využití přírodního a kulturního bohatství (Závodná, 2015). Horáková a Fialová (2014) uvádí, že popularita tohoto cestovního ruchu stoupá a je oblíbena především u účastníků mladého a středního věku (např. cesty za komunitami domorodých kmenů Afriky apod.).

Obrázek 3 Komunitní cestovní ruch



Zdroj: Fakulta informatiky a managementu, UHK (2020).

Dle Páskové a Zelenky (2012) se s komunitním cestovním ruchem překrývají i další typy (např. venkovský, krajanský, etnický cestovní ruch atd.) viz obrázek 3.

### 2.3.4 Geoturistika

Geoturistika je takový druh cestovního ruchu, který dbá na zachování zdrojů a biologické rozmanitosti, respektuje cítění místních obyvatel a spojuje všechny prvky z geologického prostředí dohromady tak, aby měli návštěvníci s různými zájmy co nejlepší zážitek (National Geographic, 2015). Můžeme ji definovat jako nový druh

cestovního ruchu, který se zaměřuje na oblast geologie jako na základ podpory udržitelného rozvoje turismu. Vše začíná pochopením abiotického (neživého) prostředí, následuje postupný přechod až k živým organismům a kulturnímu bohatství (Dowling, 2013).

### 2.3.5 Ekoturistika

Ekoturismus nebo také ekoturistika je cestovní ruch zaměřující se na ochranu přírody a divoké zvěře. Cílí především na environmentální aspekty (Gomez, 2020). Mezinárodní společnost pro ekoturistiku roku 1991 definovala ekoturismus jako zodpovědné cestování chránící životní prostředí, přírodu, ale také životní úroveň obyvatel. Dle Organizace spojených národů pro životní prostředí (UNEP – United Nations Environment Programme) je ekoturismus označován za nástroj udržitelného rozvoje a je jedním z nejrychleji se rozvíjejících odvětví cestovního ruchu (UNEP, 2008).

### 2.3.6 Venkovská turistika

Venkovská turistika neboli venkovský cestovní ruch je forma cestovního ruchu, která probíhá na venkově, mimo oblasti rekreačních center. Tato forma se vyznačuje šetrným nakládáním s přírodou, decentralizovaností a určitým omezením ubytovacích kapacit. Účastníci cestovního ruchu nejčastěji využívají ubytovací služby v soukromí či v zemědělském zařízení (farmě atd.). Pod tuto formu spadají následující druhy cestovního ruchu (Stříbrná, 2005).

#### Vesnická turistika

Tento druh se vyznačuje ubytováním na vesnici, možnostmi poznávání místních tradic a kontaktem s přírodou. Může jít např. o účast na kulturních akcích jako jsou pivní slavnosti, grilování, folklorní představení, vinobraní, zabijačky apod. (Němčanský, 1996).

#### Agroturistika

Forma cestování, která spojuje šetrný přístup k přírodě se zemědělstvím. Ministerstvo zemědělství ji definuje jako formu venkovské turistiky, jež je nabízena provozovateli zemědělské výroby a slouží jako dodatečný finanční zdroj k udržení primární zemědělské činnosti. Tato forma je nejvíce rozšířena v Rakousku, Německu a Itálii, a to především v alpských oblastech (Hesková, 2011).

### Ekoagroturistika

Jedná se o specifický druh agroturistiky, přičemž provozovatelé zemědělské činnosti produkují bio produkty. To znamená, že provozovatelé služby např. nepoužívají hnojiva, chemikálie nebo hormonální přípravky atd. (Němčanský, 1996).

### Chataření a chalupaření

Jde o fenomén z období socialismu, který si však stále drží svoji tradici. Lidé z měst mají potřebu unikat do klidnějších míst, kde si mohou odpočinout. Tuto možnost nabízejí právě chaty a chalupy. V posledních letech navíc dochází k pronajímání chat a chalup účastníkům cestovního ruchu. Dle Páskové a Zelenky (2002) se chataření liší od chalupaření tím, že chata není postavena jako objekt, který je určen pro bydlení, ale pouze pro rekreaci.

#### 2.3.7 Cykloturistika

Mezi šetrné formy cestovního ruchu můžeme zařadit i tzv. cykloturistiku. Ta představuje aktivní způsob poznávání okolí a může probíhat jak na zpevněných, tak nezpevněných cestách. Celková délka cyklistických tras v České republice je přibližně 28 tisíc kilometrů. Do zelených forem cestovního ruchu ji řadíme hlavně proto, že v mnohých případech nezpůsobuje takové znečištění jako některé jiné druhy dopravy. Existují však i případy, kdy i cykloturistika způsobuje zatížení přírody (MMR, 2008).

#### 2.3.8 Hipoturistika

Další z možných šetrných forem cestovního ruchu může být i hipoturistika. Tato forma je spojena s poznáváním, výlety nebo výukovými lekcemi formou vyjížděky na koních. Jezdecká turistika má blahodárné účinky nejen na fyzickou, ale i psychickou stránku člověka. Tento způsob cestování má bohatou historii, ale například jako sportovní disciplína byla jízda na koni považována až od 19. století (Kurková, 2003).

## 2.4 Rozvoj destinace cestovního ruchu

Pro rozvoj destinace hraje podstatnou roli destinační management. Ten představuje soubor nástrojů, opatření a technik vedoucích k zajištění nejen konkurenceschopnosti destinace, ale i k její udržitelnosti, kladnému vztahu k přírodě či monitorování a sběru dat (Zelenka, Těšitel, Pásková, & Kušová, 2013).

### 2.4.1 Destinace

Destinací cestovního ruchu se rozumí místo, jež navštívil účastník cestovního ruchu. Pod tímto označením se může skrývat celá země, region, město nebo jen určité místo.

Podle UNWTO se destinací cestovního ruchu rozumí takové místo, které nabízí různé atraktivity a s nimi související zařízení a služby cestovního ruchu, které jsou vybírány účastníkem cestovního ruchu nebo skupinou pro svoji návštěvu. Z geografického pohledu se jedná o územní celek, vyznačující se určitým potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu (Pásková, 2002).

Palatková (2006) popisuje destinaci cestovního ruchu jako svazek služeb koncentrovaných v určitém prostředí, které jsou v závislosti na potenciálu destinace poskytovány.

Destinace je určitý přirozený celek, který má ze strany podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné aspekty, jež se liší od jiných destinací (Királová, 2003).

Co se týče potenciálu destinace, tak jej můžeme vymezit jako možnosti destinace cestovního ruchu. Potenciál se skládá z primární nabídky, která zahrnuje přírodní, kulturně-historické či kulturně-společenské aspekty (hrady, zámky, tematické parky, památkové rezervace, festivaly, slavnosti atd.), tedy to, za čím návštěvníci jezdí, a ze sekundární nabídky. Pod tou si lze představit turistickou a všeobecnou infrastrukturu a je potřebná k dopravě do destinace a možnosti setrvání či pohybování se v ní (např. ubytovací a pohostinská zařízení, infocentra, cestovní kanceláře a agentury, dopravci) (Boruta, 2007).

Jednotlivé turistické destinace se mezi sebou odlišují například velikostí, úrovní infrastruktury, ekonomickou závislostí na cestovním ruchu, přínosem pro účastníky cestovního ruchu nebo fyzickými atraktivitami. Buhalis (2000) stanovil tzv. 6A, které označují komponenty charakteristické pro turistickou destinaci.

- attraction – tento výraz zastupuje primární nabídku destinace, která svými vlastnostmi vyvolává návštěvnost (přírodní nebo kulturně historický potenciál),
- accessibility a ancillary services – pod těmito dvěma pojmy se skrývá všeobecná infrastruktura, díky níž je možné dostat se (přicestovat) do destinace, pohybovat se v ní, ICT infrastruktura a další služby, které jsou primárně určeny pro místní obyvatele (bankovníctví, zdravotnická zařízení atd.),
- amenities – označuje suprastrukturu a infrastrukturu cestovního ruchu (ubytovací, stravovací, kulturní nebo např. sportovně-rekreační zařízení),
- available packages – zahrnuje již vytvořené balíčky produktů,
- activities – tento poslední z šesti komponentů vyjadřuje celé spektrum všech možných aktivit, které je možné v turistické destinaci provozovat.

Čím vyšší je geografická úroveň, tím roste rozmanitost nabídky destinace, přičemž se zároveň mění propagované benefity. Např. menší destinace cílí svoji propagaci na klidné prostředí a kvalitu ubytování, zatímco ty větší mohou nabídnout pestré doplňkové aktivity moderní image atd. Při tvorbě produktových balíčků je povinnost brát na zřetel i měnící se chování zákazníků a jejich preference (Boruta, 2007).

S rozvojem destinace souvisí její životní cyklus. Životní cyklus se zabývá monitorováním dynamiky destinačního managementu – tedy změnami, které jsou způsobeny v daném prostředí primárně cestovním ruchem. Jedná se o spleť konstrukt složený z mnoha sledovaných proměnných. Např. vývoj návštěvnosti, segmentační struktury, hodnocení únosné kapacity, míry využití ubytovacích kapacit, množství odpadů, hluk, typické spotřební chování atd. (Cohen, 1972). Tento cyklus je tvořen z několika fází od objevení až po fázi poststagnace. Přičemž během jednotlivých fází dochází ke změně počtu návštěvníků a změně chování jak návštěvníků, tak místních obyvatel (Christaller, 1963).

#### Koncept únosné kapacity území

Vývoj cestovního ruchu je stejně jako všechna odvětví závislý na adekvátní míře zatíženosti geografického prostředí. Jedním ze základních měřítek udržitelnosti jsou kvantitativní a kvalitativní stránky návštěvnosti lokality poměřované s hodnotou únosné kapacity území. Obecně lze únosnou kapacitu vyjádřit jako maximální zatížení určitého

území antropogenními vlivy. V cestovním ruchu pak hovoříme o maximální míře zatíženosti daného území činnostmi, které souvisejí s cestovním ruchem. V podstatě lze říci, že jde o dlouhodobě udržitelnou míru využívání zdrojů, jež destinace nabízí (Pásková, 2009). Tato koncepce obsahuje několik následujících dimenzí:

- fyzicky únosná kapacita – je vyjádřena primárně maximálním počtem účastníků cestovního ruchu, jež může daná destinace obsáhnout, aniž by došlo ke zničení či částečnému zničení,
- ekologicky únosná kapacita – stanovuje maximální míru dlouhodobého rozvoje (tzv. turistické zátěže), aniž by došlo k trvalým následkům, jež by negativně ovlivnily životní prostředí,
- ekonomicky únosná kapacita – vyznačuje se rovnováhou mezi ekonomickou výnosností a kvalitou životního prostředí. Vyjadřuje tedy maximálně možnou úroveň ekonomického přínosu za současně minimálního čerpání zdrojů,
- socio-kulturně únosná kapacita – udává práh rozvoje tak, aby nedocházelo k negativním dopadům na místní komunity (př. ztráta identity, tradic, životního stylu),
- institucionálně únosná kapacita – mimo jiné zahrnuje úroveň destinačního managementu, kooperaci jednotlivých subjektů, autentičnost produktu a kvalifikaci pracovníků. Jedná se tedy o takovou úroveň rozvoje, kdy není překročena připravenost institucí a subjektů v destinaci,
- psychologicky únosná kapacita – taková výše rozvoje, která je slučitelná s daným typem turistického zážitku (Coppock, 1966).

*„Z hlediska udržitelnosti cestovního ruchu je důležité propojit si koncept životního cyklu destinace s časoprostorovým vývojem potenciálu a kapacity území pro rozvoj cestovního ruchu, s potenciálem plánování rozvoje cestovního ruchu, s politikou cestovního ruchu a s funkcemi destinačního a návštěvnického managementu“ (Pásková, s. 68, 2009).*

#### 2.4.2 Subjekty působící v destinaci

V rozvoji destinace cestovního ruchu hrají podstatnou roli veškeré subjekty, jenž se zde nachází a destinaci ovlivňují. Nejedná se pouze o místní obyvatele a návštěvníky, ale

je zde mnoho dalších skupin, které mají menší či větší vliv. Tyto subjekty jsou vyjmenovány a popsány na následující straně.

### Politici aktéři

Rozhodují o rozvoji destinace na nadnárodní či národní úrovni. Mezi jejich nástroje spadají zákony, směrnice, nařízení a předpisy. Jejich snahou je ovlivnit strategii cestovního ruchu s ohledem na danou destinaci. V ČR se jedná například o ovlivňování ze strany Evropské unie nebo příslušných ministerstev.

### Obyvatelé regionu, stakeholderi

Jde o osoby či skupiny osob, které jsou zainteresované na řešení problémů, jež se jich týkají. V rámci destinace může jít o naprostou většinu občanů, například prostřednictvím trhu práce (Boruta,2007).

### Soukromé subjekty

Tyto subjekty mohou vystupovat jak v roli vysílajících, tak přijímajících činitelů. Mezi vysílající řadíme např. cestovní kanceláře, letecké a další dopravní společnosti atd. Přijímající jsou fyzicky přítomné v destinacích a mají přímý kontakt se zákazníkem. Jedná se například o směnárny, zábavní služby, ubytovací služby apod. Tyto přijímající společnosti se neobejdou bez vzájemné integrace, a tak tvoří různá sdružení (Boruta,2007).

### Touroperátoři, incomingové kanceláře

Představují zvláštní skupinu soukromých podnikatelů v odvětví cestovního ruchu. Jejich úkolem je zprostředkovávat služby ostatních zařízení, organizovat a zabezpečovat služby. Velmi důležitá je spolupráce obou zúčastněných stran (touroperátorů a zákazníků) neboť nabídka je tvořena na základě poptávky spotřebitelů (Sysel, 2002).

### Regionální instituce

Pod toto označení spadají zejména krajské, městské a obecní úřady nebo magistráty. Pro účely rozvoje destinace jsou vytvořeny speciální odbory. V České republice může rozvoj destinace ovlivnit také agentura CzechInvest svými programy na podporu podnikání malých a středních podnikatelů. Další důležitou složkou jsou Turistická informační centra (TIC), která stojí mnohdy v první linii při komunikaci s účastníky cestovního ruchu. Kvalita i rozsah služeb TIC je pod záštitou A.T.I.C (Asociace turistických informačních center v ČR), která vytvořila kategorizaci informačních center

podle úrovně poskytovaných služeb. Mezi další vlivné subjekty patří Asociace hotelů a restaurací ČR (AHR ČR), Asociace českých cestovních kancelářů a agentur (AČCKA) nebo Asociace cestovních kancelářů (ACK ČR) (Boruta, 2007).

### Masmédia

Napomáhají k propagaci destinace, zvýšení povědomí o destinaci či zlepšení image. V poslední době jde spíše o vizuální představení destinace pomocí obrázků, log a fotografií, na úkor textu. Kromě PR se jedná o tiskové konference, fam-tripy, novinářské exkurze atd. (Boruta, 2007).

### Vzdělávací instituce

Odborné střední, vyšší a vysoké školy jsou jednou z nejdůležitějších složek. Nejen, že poskytují kvalifikovanou pracovní sílu, ale zajišťují přenos know-how, které přispívá ke tvorbě image destinace. V mnohých případech dochází ke kooperaci mezi vzdělávacími subjekty a soukromou podnikatelskou sférou (Boruta, 2007).

### Nevládní organizace

Mimo uspokojování svých zájmů mají na starosti kontrolní činnost jiných subjektů a svým jednáním jim mohou bránit v některých aktivitách. Z pohledu ostatních mohou být vnímány jako subjekty potlačující rozvoj.

### Zákazníci

Tvoří nejdůležitější prvek v cestě za zdárným rozvojem destinace. Úspěch závisí především na schopnosti odhalit potřeby a přání současných či budoucích zákazníků. Chování návštěvníků je ovlivňováno celou řadou vnějších a vnitřních faktorů a na nabídce cestovního ruchu je, aby odhadla změny ve spotřebitelském chování (Perdue, 2004).

### Ostatní soukromé subjekty

Podílejí se na image regionu a zajišťují jeho prosperitu. Jejich funkce není primárně určená pouze pro účastníky cestovního ruchu, ale pro místní obyvatele. Řadíme sem např. banky, lékárny, pošty, potraviny a další (Királová, 2003).

#### 2.4.3 Management destinace

Aby byl rozvoj destinace trvale udržitelný a odpovědný, je potřeba zajistit kvalitní destinační management (neboli „řízení destinace“). To znamená, že musí dojít k synergii veškerých procesů řízení.



## Management

Pod pojmem management si lze představit jakousi řídicí činnost nebo také množinu oborných principů a poznatků, jež se týkají řízení. Tyto postupy jsou uskutečňovány za účelem dosažení cílů skupin lidí, organizací a podobně (Holešinská, 2007). Dle Koontze a Weihricha (1993) můžeme řízení chápat jako systematické seskupování vzájemně se doplňujících principů z oblasti řízení.

Management můžeme definovat jako proces, který zahrnuje činnost plánování, organizování, vedení, ale i kontrolování, a který usiluje o naplnění vytyčených cílů (Bělohávek, Košťan & Šuleř, 2001).

Podle Streckové (2004) považujeme management za praktickou nauku, jež nám poskytuje rady v oblasti řízení, zatímco teorie řízení je vědní disciplínou, která má za úkol poznávat zákonitosti řízení.

Obrázek č. 4 se týká procesu řízení. Jak je z obrázku patrné, proces řízení obsahuje čtyři základní složky, konkrétně plánování, organizování, vedení a kontrolování. Tyto složky ale musí být dále doplněny o takové činnosti jako je analyzování, rozhodování, komunikování a motivování. Je důležité zajistit synergii veškerých výše zmíněných a níže zobrazených procesů.

*Obrázek 4 Proces řízení*



Zdroj: Vlastní zpracování dle Holešinské (2007)

## Destinační management

Jelikož destinace je brána nejen jako produkt, ale zároveň jako konkurenční jednotka, pak je zapotřebí strategického řízení, aby došlo k udržení efektivity řízení a dosažení trvale udržitelného a odpovědného rozvoje.

Pásková a Zelenka (2002) destinační management definují jako soubor nástrojů, technik a opatření, které jsou využívány za účelem koordinovaného plánování, komunikování, organizování, rozhodování a regulací cestovního ruchu v určité destinaci.

Pro zcela správné pochopení problematiky je nutné vymezit rozdíly mezi destinačním managementem a tzv. destinační společností. Destinační management označuje speciální proces řízení. Na druhou stranu destinační společnost je subjekt, který aplikuje principy destinačního managementu v praktickém životě (Holešinská, 2007).

Destinační management je, jak již bylo zmíněno, specifická forma řízení, využívající principu 3K a tedy *kooperaci, koordinaci a komunikaci*.

- **Kooperace** – komplexní rozvoj spolupráce mezi jednotlivými subjekty na partnerské bázi, nikoli konkurenční. Cílem je prosazování veřejného i individuálního zájmu za současného dosahování zisku. Klíčovým faktorem úspěchu je vzájemná důvěra mezi subjekty. Jedná se především o spolupráci mezi podnikatelskými subjekty, veřejnoprávními subjekty a mezi těmito dvěma skupinami (PPP = public private partnership). Hlavním původcem snah o spolupráci je především veřejný sektor, který zajišťuje budování infrastruktury na lokální úrovni pro naplnění zájmů místního obyvatelstva a veřejnosti, vytváření pracovních míst a vhodných podmínek pro efektivní fungování cestovního ruchu. Soukromý sektor pak zabezpečuje přímo služby základní turistické infrastruktury. Soukromý sektor poskytuje odborné znalosti a finanční zdroje. Důležité postavení má i tzv. dobrovolný sektor, jako jsou zájmová sdružení a asociace, a musíme si dát pozor na opomenutí místního obyvatelstva, bez jehož spolupráce by nemohlo dojít k efektivnímu rozvoji destinace cestovního ruchu (Holešinská, 2007).
- **Koordinace** – jejím úkolem je opatření efektivity a synergie vykonávaných činností. Např. efektivní využívání finančních zdrojů, inovování postupů, prevence před negativními externalitami, ochrana životního prostředí, budování image a péče o ni atd.

- Komunikace – musí být efektivní. Správná interpretace, ale i porozumění je důležité k následnému rozvoji. Aby byla komunikace efektivní, pak musí být zajištěno vzájemné respektování jednotlivých stran, umění filtrování informací, umění kódování a dekodování sdělení, poskytování zpětné vazby. Pak můžeme označit komunikaci za účelnou výměnu informací (Evropský sociální fond, 2020).

### Přínosy destinačního managementu

Díky dodržování základních principů je možné zajistit:

- komplexní a systematický rozvoj destinace,
- optimální využití atraktivit ať přírodního či kulturního charakteru,
- efektivní komunikaci zúčastněných stran,
- posílení marketingu,
- vyšší podporu lokálního obyvatelstva,
- zapojení více subjektů do aktivit cestovního ruchu,
- minimalizace negativních dopadů (Holešinská 2007).

### Specifika destinačního managementu

Za řízení destinace je zodpovědná destinační společnost, která zastává roli ředitele. V případě managementu destinace pak vznikají jistá úskalí v podobě specifík tohoto odvětví. Jedním z nich je tzv. dvojitá funkce destinační společnosti. Tím se rozumí to, že ředitel je zodpovědný nejen za chod vlastní organizace, ale také za chod celé destinace. Druhým úskalím, jež souvisí s prvním bodem, jsou nejasné a špatně určitelné cíle. Je totiž třeba brát v potaz jak cíle společnosti, tak opět i cíle celé destinace. Tyto cíle se v některých případech nemusí shodovat, ba naopak si mohou odporovat. Třetím problémem jsou omezené možnosti vlivu, jelikož ředitel nemůže ovlivnit veškeré subjekty cestovního ruchu (Holešinská, 2007).

### Důvody vzniku destinačního managementu

Cestovní ruch představuje odvětví přinášející velké benefity pro obce, regiony, ale i celé státy. Jeho rozvoj byl však značně závislý na aktivitách podnikatelských subjektů (Jakubíková, 2001).

Destinační management vznikl na konci 70. let minulého století v Severní Americe a Západní Evropě. V konkurenčním prostředí byla snaha o koordinaci veřejných a

soukromých subjektů za účelem zvýšení užitků a zisků. Organizace, které o takovouto spolupráci usilovaly, se později začaly nazývat Destination Management Companies (DMC) a můžeme je považovat za jakési obchodní nebo marketingová oddělení turistické destinace. Postupem času se destinační management rozšířil i do méně vyspělých destinací cestovního ruchu.

Hlavními důvody vzniku jsou:

- změny poptávky,
- nárůst objemu kapacit,
- přibývání vedlejších efektů rozvoje turismu.

Vizí je vytvoření udržitelné podpory rozvoje cestovního ruchu v turistické destinaci. Mezi cíle řadíme např. rozvoj a stabilizace malých a středních podniků nebo rozvoj vzájemného doplňování na místo konkurování subjektů (Boruta, 2007).

#### 2.4.4 Marketing destinace

K dosažení udržitelného rozvoje spolu se strategickým řízením a správně nastaveným destinačním managementem úzce souvisí i problematika marketingu.

##### Marketing

Tento pojem můžeme chápat jako styl podnikatelského myšlení zacíleného na zákazníka a jeho potřeby. Marketing byl původně aplikován v komerční sféře jako nástroj pro ovlivňování spotřebitelů a jejich spotřebního chování. Díky marketingu je možné zjistit jaké má spotřebitel preference, přání, požadavky a potřeby. Cílem je uspokojit spotřebitele a současně generovat zisk (Rumpel, 2002). S vývojem marketingu a jeho teorií se tyto přístupy začaly postupně prolínat do veřejné a regionální správy či neziskových organizací.

Marketingový přístup, který nějakým způsobem ovlivňuje řídicí procesy organizace, označujeme jako marketingový management (Ježek, 2008).

##### Marketing destinace

Z marketingového pojetí je možné vidět destinaci jako produkt. Coltman M. (1989) jej definuje jako seskupení aktivit s daným cílem, které vyvažují cíle destinace s potřebami klientů. Jinými slovy jde o filozofii řízení. Dle Palatkové (2006) jsou marketingové aktivity spolu se všemi ostatními aktivitami destinace zahrnuty do managementu.

Marketing destinace stojí na několika pilířích:

- orientace na zákazníka,
- marketingový výzkum,
- analýza a koncepty potřebné k rozvoji filozofie,
- strategická rozhodnutí a jejich plánování,
- institucionální zabezpečení (Boruta, 2007).

Pásková (2009) tvrdí, že aby byla destinace konkurenceschopná a udržitelná z dlouhodobého hlediska, tak je nutné rozvíjet marketing. Marketing může být mylně zaměňován za některý z podřazených pojmů jako je propagace či reklama, ale marketing sám o sobě zahrnuje mnoho činností. Podstatnou roli hraje především výzkum, díky němuž je možné zjistit přání a požadavky zákazníků a vytvořit tak produkty, které nejen že uspokojují zákazníky, ale také zajišťují zisk a zároveň udržitelný cestovní ruch. Mimo jiné můžeme výzkumem zjistit také vzorce chování, vlivy, které působí na rozhodování spotřebitelů atd. Trh, a to především vybrané segmenty, je třeba z hlediska udržitelnosti určitým způsobem ovlivňovat (Zelenka, 2007). Jednou ze součástí marketingu udržitelného cestovního ruchu je i tzv. demarketing, který napomáhá k demotivování lidí k jistému chování, jež není pro udržitelnost žádoucí nebo naopak tzv. metamarketing, který na druhou stranu motivuje k morálnímu chování. Díky segmentaci je pak možné stanovit například vztah dané skupiny návštěvníků k životnímu prostředí a udržitelnosti. Některé nástroje marketingu udržitelného cestovního ruchu mohou být na dobrovolné bázi, jako je například dobrovolná certifikace environmentálně příznivých služeb atd. (Pásková, 2009). O certifikaci více v následujícím textu.

#### 2.4.5 Rozvojové přístupy

Řízení destinace může být provedeno různými způsoby. Z pohledu iniciátora aktivity lze přístupy rozčlenit na model top-down, bottom-up či jejich vzájemnou kombinaci. Ať se jedná o jakýkoliv z těchto modelů, tak podstatnou roli hraje spolupráce mezi jednotlivými úrovněmi a subjekty, bez níž udržitelný rozvoj nelze zajistit.

##### Top-down přístup

Neboli přístup směřující shora dolů. Impuls ke vzniku přichází od veřejné správy (tj. regionální samospráva nebo vláda) a od nich se postupně všechny úkoly a činnosti dostávají až na regionální úroveň. Mezi výhody patří jasné vymezení úkolů a kompetencí

zúčastněných subjektů, soulad cílů destinačního managementu s cíli vlády, politická nebo finanční podpora, rychlost rozhodovacího procesu a snazší analýza a zpracování dat. Naopak mezi nevýhody řadíme nejistotu v souvislosti se střídáním vlád v jednotlivých volebních obdobích, nedůvěru podnikatelských subjektů a přílišný vliv vlád na region (Townsend, Begon & Harper, 2010).

#### Bottom-up přístup

První snahy přístupu zdola nahoru vznikají u neziskového sektoru nebo podnikatelských subjektů. Výhodou je okamžitý zisk a rozvoj destinace. Nevýhodou může být nízká podpora ze strany veřejného sektoru a složitost při analýze a zpracování dat (Townsend, Begon & Harper, 2010).

#### Kombinovaný přístup

Představuje spolupráci měst či jiných zastupitelů veřejného sektoru se sektorem soukromým, např. s neziskovými nebo podnikatelskými subjekty. Výhodou je spolupráce, a tedy snazší naplňování cílů obou stran, větší finanční podpora. Na druhou stranu dochází ke komplikovanější komunikaci a tvorbě vyšších nároků na kvalitu činností (Plzáková a Studnička, 2014).

## 2.5 Historický vývoj principů udržitelného rozvoje

Jednou z nejdůležitějších událostí týkající se udržitelného rozvoje bylo publikování díla Meze růstu v roce 1972, které je možné naleznout i pod názvem První zpráva Římského klubu. Dílo pojednávalo o tom, že nekonečný růst není možné zajistit v prostředí omezených zdrojů a zabývalo se otázkami ekonomické a environmentální stability.

V roce 1980 byl vytvořen první dokument využívající terminologii trvale udržitelného rozvoje, a tedy dokument Světová strategie ochrany životního prostředí. Na jehož vývoji pracovaly tři světové organizace – Světový fond na ochranu přírody WWF, Mezinárodní svaz na ochranu přírody IUCN a Program OSN na ochranu životního prostředí UNEP.

V roce 1987 přijalo Valné shromáždění OSN zprávu Naše společná budoucnost. Ta poprvé definovala pojem trvale udržitelný rozvoj jako rozvoj naplňující současné potřeby, aniž by došlo k omezení budoucích potřeb budoucích generací.

V roce 1992 došlo v Riu de Janeiru ke schválení Deklarace o životním prostředí a rozvoji (Charta Země), která obsahuje 27 principů trvale udržitelného rozvoje včetně podrobného akčního plánu v oblasti ochrany životního prostředí.

V České republice byl trvale udržitelný rozvoj definován v roce 1992 zákonem č.17/1992 Sb., o životním prostředí.

V roce 1993 byl ustanoven Výbor OSN pro trvale udržitelný rozvoj a o pět let později byl na zasedání Rady OECD v Paříži prohlášen trvale udržitelný rozvoj za prioritu členských zemí.

Na začátku nového tisíciletí v roce 2000 se v New Yorku konal Summit tisíciletí, který označil udržitelnost za vůbec nejdůležitější výzvu.

V roce 2002 došlo na Celosvětové konferenci OSN o udržitelném rozvoji v Johannesburgu ke stanovení třech základních pilířů důležitých pro zajištění rovnováhy udržitelného rozvoje. Jedná se o pilíř sociální, ekonomický a environmentální (MMR, 2020).

## 2.6 Direktiva v oblasti udržitelného cestovního ruchu

Úmluva o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví – vytvořena Generální konferencí UNESCO v Paříži v roce 1972 (OSN, 2015).

Úmluva o ochraně evropské fauny a flóry a přírodních stanovišť – neboli Bernská úmluva, byla sjednána roku 1979 v Bernu (MŽP, 2020).

Kjótský protokol k Rámcové úmluvě OSN o změně klimatu – zabývá se problematikou skleníkových plynů a Českou republikou byl podepsán v roce 1998 (MŽP, 2020).

Soustava Natura 2000 – soustava chráněných území evropského významu, zaštiťuje principy pro všechny státy Evropské unie a jejím cílem je ochrana rostlin, živočichů a přírodních stanovišť, které jsou nejvíce ohrožené a vzácné (AOPK ČR, 2006).

Směrnice 2000/60/ES – směrnice Evropské unie o vodě a její kvalitě. Jejím cílem je tvorba a stanovení pravidel, která zamezí zhoršování stavu povrchové vody, řek, jezer a podzemních vod. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/105/ES o normách environmentální kvality v oblasti vodní politiky, upravující směrnici 2000/60/ES (EUR-Lex, 2008).

Zákon č. 100/2001 Sb. O posuzování vlivů na životní prostředí – mimo jiné upravuje podmínky pro informační systém SEA a EIA (CENIA, 2021).

A mnoho dalších.

## 2.7 Certifikace

Ekocertifikace cestovního ruchu je jakési eko-značení nebo eko-labeling. Dle Zelenky a Páskové (2002) se jedná o označování vhodnosti produktu nebo služby z environmentálního hlediska a hodnocení vlivu na životní prostředí.

Certifikace je dobrovolná a díky ní víme, že poskytovatel služby, destinace, atraktivita apod. splňuje určité normy spadající do udržitelného cestovního ruchu (Honey & Rome). Toto eko-značení slouží k informování spotřebitelů, tj. účastníků cestovního ruchu, o kvalitě dané služby či produktu (Global Ecolabelling Network).

Mezi mezinárodní certifikace řadíme např. Green Globe, ECEAT (Evropské centrum pro ekologii a cestovní ruch) Quality label, STEP (Program certifikace udržitelného cestovního ruchu) nebo Ecolabel EU The Flower (Step Eco-certification, 2014).

Některé organizace se snaží šířit dezinformace, díky nimž vypadá jejich činnost jako environmentálně přínosná, tento jev je označován jako tzv. Greenwashing. Certifikace je jedním z nástrojů, který by takovému jednání mohl zabránit.

### 2.7.1 EMAS

EMAS je označení pro evropský program systému environmentálního řízení a auditu. Je jednou z možností, jak může organizace zavést tzv. systém environmentálního řízení EMS. EMS představuje součást řízení organizace, jejímž cílem je ochrana životního prostředí v rámci činností organizace. V současné době je systém EMS jedním v nejrozšířenějších způsobů deklarace, že organizace dbá na ochranu životního prostředí. K zavedení tohoto systému je možné využít standardizovaný přístup (Program EMAS, ISO 14001) nebo neformální přístup, který je bez certifikace (MŽP, 2021).



*Obrázek 5 Logo EMAS*



Zdroj: Europa.eu (2020)

### 2.7.2 Eco-Labeling

Toto eko-značení představuje dobrovolnou certifikaci výrobků a služeb, které vznikají šetrnějším způsobem. A to šetrněji nejen k životnímu prostředí, ale i ke zdraví spotřebitele. Kvalita výrobků a služeb zůstává zachována na vysoké úrovni a můžeme je poznat podle jednoduchého označení viz. obrázek 6.

*Obrázek 6 Logo EU Ecolabel*



Zdroj: GreenTourism.cz (2020)

Produkty nesoucí toto ekoznačení mají menší negativní dopad než alternativní produkty a musí splňovat mnoho kritérií. Ochranná známka (eco-label) je udělována nezávislým ekolabelingovým orgánem či státem většinou na tři roky a má za úkol informovat spotřebitele o šetrných postupech a minimalizaci negativních dopadů. Počátky tohoto označení sahají do Německa na konec 70. let 20. století, ale největší rozkvět nastal až v letech 90. (CENIA, 2006). V České republice tato certifikace zatím není příliš rozšířená.



### 3 Metodika

Metodická část diplomové práce prezentuje možnosti dosahování praktických výsledků. Ty byly zajištěny třemi hlavními metodami. První z nich byly dva strukturované rozhovory s odborníky z oboru udržitelnosti a cestovního ruchu. Jedná se o paní Ing. Martinu Páskovou, Ph.D. a pana Ing. Michala Buriana, Ph.D.

Druhým způsobem získávání dat byla analýza informací týkajících se daných lokalit. Konkrétně je tato část diplomové práce zaměřena na ochranu přírody v rámci celé České republiky a v rámci Jihočeského kraje, aby bylo možné zhodnotit, zda se ČR potažmo Jihočeský kraj stará o udržitelnost našeho přírodního bohatství.

Třetím a nejrozšířenějším způsobem bylo dotazníkové šetření. Výzkum probíhal formou osobního a z větší části online dotazování především skrze sociální sítě. Šetření bylo spuštěno 5. února 2021 a bylo ukončeno 17. března 2021. Výzkumu se zúčastnilo celkem 339 lidí. Celková návratnost dotazníku byla 42 procent, což znamená, že si jej zobrazilo 805 lidí.

Dotazník byl utvořen celkem z 29 otázek. Otázky v dotazníku byly otevřené, polotevřené, uzavřené či formou Likertovy škály, jež se dotazuje na míru souhlasu (zcela souhlasím, spíše souhlasím, nevím, spíše nesouhlasím, zcela nesouhlasím). Na konci dotazníku byly položeny identifikační otázky, které blíže specifikují respondenty, jejich pohlaví, věk, vzdělání, sociální status apod.

Pomocí dotazníkového šetření došlo k vyhodnocení předem stanovených hypotéz, které nalezneme v úvodu diplomové práce. Statistická analýza byla provedena v programu SPSS, pomocí analýzy závislostí v kontingenčních tabulkách, přičemž byl použit chí-kvadrát test o nezávislosti. Závislost může být buď symetrická (vzájemná) či asymetrická (jednostranná) a pro sledování její intenzity jsou aplikovány koeficienty, obvykle v intervalu  $\langle 0,1 \rangle$ , případně  $\langle -1,1 \rangle$ . V případě nesplnění předpokladu pro použití chí-kvadrát testu jsou použity exaktní testy jako např. Fisherův exaktní test, Cramérovo V. Kromě chí-kvadrát statistiky a exaktního testu byl využit věrohodností poměr a koeficient nejistoty. Pokud zjištění závislosti je výsledek detailněji rozebrán.

V souladu s cílem práce můžeme v závěru praktické části naléznout část návrhovou. Tato část obsahuje návrhy na zlepšení aktuální situace, které by měly přispět k podpoře udržitelného a odpovědného rozvoje destinace cestovního ruchu a zvýšení povědomí všech lidí.

## 4 Výsledky a jejich diskuse

V této části diplomové práce jsou prezentovány výsledky výzkumu, konkrétně výsledky dvou strukturovaných rozhovorů a dotazníkového šetření.

### 4.1 Strukturované rozhovory

Následující podkapitoly obsahují strukturované rozhovory se dvěma předními odborníky z prostředí cestovního ruchu.

#### 4.1.1 Rozhovor s Ing. Martinou Páskovou, Ph.D.

Rozhovor byl proveden jako videohovor přes aplikaci MS Teams, dne 28. 1. 2021 v 19:00. Paní doktorka Pásková je jednou z předních odbornic na téma udržitelnost cestovního ruchu a touto problematikou se zabývá již několik let. V současné době působí jako odborná referentka Ministerstva životního prostředí ČR, předsedkyně Rady národních geoparků a členka Poradního výboru Sítě globálních geoparků a také jako odborná asistentka na Univerzitě Hradec Králové. Dále je externí lektorkou na Vysoké škole ekonomické v Praze a Polytechnické VŠ v Jihlavě, členkou Společnosti vědeckých expertů cestovního ruchu, členkou Komise pro životní prostředí při Akademii věd ČR a také členkou poradní skupiny Sustainable Tourism v rámci Rámcové úmluvy o udržitelném rozvoji Karpat, kontaktní osoba ČR pro Protokol cestovního ruchu.

#### **Co je podle Vás udržitelný cestovní ruch?**

*Udržitelný cestovní ruch je takový způsob, kdy dochází k podpoře místních komunit, je totiž třeba respektovat místní obyvatele, a to nejlépe bez zřizování jakýchkoliv sekundárních zdrojů. Člověk je pouze host a autenticita, bez sekundárních zdrojů jako jsou například hotely apod. přináší mnohem hlubší zážitek. Nejdůležitější je udržení primárních zdrojů tím, že to nepřepřezneme se zdroji sekundárními, nesmí se prohlubovat mezera, která tvoří duální světy. V poslední době lidé prahnou po nepoškozené panenské přírodě, jejíž objem na Zemi se zmenšuje. Lidé jsou ochotni zaplatit za něco, co nemají doma. Udržitelný cestovní ruch je určen těm, kteří jsou ochotni zaplatit určitou cenu a obětovat komfort, mají sice o něco tvrdší postel či zvláštní jídlo, ale získají naprosto unikátní zážitek. Zdroje plynoucí z cestovního ruchu by neměly být využívány na tvorbu sekundární infrastruktury, ale měly by být použity především na podporu místních komunit. V případě, kdy se člověk ubytuje u místních, tak je zážitek mnohem silnější, hlubší a nesrovnatelný, zároveň není vytvářen tlak na vznik duálních světů. Na druhou*

*stranu v hotelu s tou komunitou nežijete, a tudíž zážitek nemůže být tak hluboký a trvalý. Nic není možné dělat v extrémech, ale musíme si dát pozor, aby cestovní ruch nevytěsnil místní činnosti, jelikož to pak vede k monokultuře. Udržitelný cestovní ruch by měl přispívat k diverzitě.*

### **Jak byste zhodnotila rozvoj udržitelného cestovního ruchu v rámci České republiky?**

*Český návštěvník řeší především cenu a lidé cestují tak, aby si urvali to nejlepší za krátkou dobu. Cestování není o hloubce, ale o ploše, tedy o počtu zemí, které navštíví. Co se týče destinačního managementu, tak ten je v České republice zatím v počátcích. Dobrý marketing je výchovou, to můžeme vidět například v sousedním Německu nebo Rakousku, kde se destinačním managementem zabývají již mnoho let. Za jejich úspěchy stojí mnoho práce a času, vyjednávání se subjekty nebo například grantový systém na zavádění různých přístupů. U nás můžeme vidět zavedení regionálních výrobků. Jedná se o certifikované lokální produkty, které dbají na šetrnost k přírodě a zároveň přinášejí kus lokální identity. V počátcích se jednalo především o potravinářské produkty jako jsou medy, alkohol apod., nyní dochází k zařazení i dalších služeb, hlavně ubytovacích. Dále došlo k rozšíření Natury 2000 – soustavy chráněných území České republiky o chráněná území v rámci Evropské unie. Podpora udržitelnosti souvisí i s vývojem tzv. lesních školek, které mají neskutečný evoluční význam.*

### **Můžete uvést nějaký jiný stát, kde jste se setkala s udržitelností?**

*S ryzím udržitelným cestovním ruchem jsem se setkala při svých cestách po Střední a Jižní Americe. Ve Venezuele poskytují původní indiánští obyvatelé možnost ubytování, díky čemuž dokážou uregulovat únosnou kapacitu destinace, bez využití jakýchkoli statistických metod. Vidí, kolik lidí sem jezdí a kolik jich mohou ubytovat, aniž by docházelo k přetížení destinace, zatímco hotely neřeší, jestli přijíždí příliš mnoho návštěvníků, jde jim především o maximalizaci návratnosti investic. Místní obyvatelé se zde živí z průvodcovské činnosti a cena za jejich služby odpovídá ceně za vzácné statky, jedná se tedy o fairtrade. Poptávka po nedotčených územích stále roste a panensky nezasazená místa jsou velmi atraktivní.*

*Dalším příkladem může být například Skotsko, konkrétně skotská Severozápadní vysočina. Lidé zde žijí z cestovního ruchu a nabízejí návštěvníkům ubytování u nich doma. Není zde vystavěná žádná sekundární infrastruktura, a i přesto se místním daří nad poměry České republiky. Nabízejí autentický zážitek, mystickou krajinu s rašeliništi a kamenné vesnice.*

*Udržitelným a nedotčeným místem ve středoevropských podmínkách jsou například Karpaty. Ať se jedná o jakékoliv území, tak by mělo docházet k investicím do vlastního rozvoje, nikoli do toho, co potřebuje turista. Tím dochází ke změně identity a tvorbě dvou neslučitelných světů, avšak na prvním místě by měli být místní obyvatelé. Návštěvník by měl profitovat z toho, co nemá doma, prožít život jako místní, jelikož to, že má někdo peníze, neznamená, že mu bude všechno přizpůsobeno.*

### **Jaký máte názor na eko-label?**

*První snahy o certifikaci projevily ECEAT, ale došlo k úpravě a vznikla státní značka eco-label, která bohužel v České republice moc nefunguje. Čeští turisté to moc neřeší, je potřeba environmentální výchova. Certifikace jako taková ale význam má, je ale nutná ekonomická podpora a správný marketing, nikoli certifikace na úřednické úrovni.*

### **Jak vnímáte působení tzv. vanlife na udržitelnost cestovního ruchu?**

*Je to jakýsi způsob života, návrat k nomádství, pastevectví a kočovnictví, který je udržitelný. Lidé se dříve stěhovali za lepšími podmínkami a mezitím se příroda obnovila, v současnosti je ale toto velký problém a dochází dlouhodobému přetěžování, které není udržitelné. Čím větší je urbanizace, tím více se musí dovážet a tím stoupá potřeba všech zdrojů. Vanlife je minimalistický způsob života, díky němuž člověk vidí, jak je těžké zaopatřit si veškeré zdroje nebo co způsobuje za odpady. Tento životní styl napomáhá k sebereflexi, vnímáme souvislosti při využívání přírodních zdrojů.*

### **Jak podle Vás ovlivní koronavirus udržitelnost cestovního ruchu?**

*Na všem zlém je něco dobrého a současnou situaci bychom měli brát jako ponaučení. Příroda je přetěžována, a tak se brání, což vyplývá i z historie. Naše planeta je velmi přelidněná a vzhledem k tomu, že člověk nemá přirozeného predátora, tak se příroda*

*stará o regulaci lidské populace. Díky disturbancím (zemětřesení, nemoci, ...) dochází k přirozenému výběru, a tedy ke zlepšení genetického vybavení lidského druhu. Ze sociálního hlediska je to naprosto nepřijatelné, avšak z přírodního hlediska nevyhnutelné. Člověk na přírodu zapomněl, ale díky koronaviru dochází k přehodnocení priorit, reflexi toho, co je důležité. V současnosti dochází k obnově mokřadních a horských ekosystémů, pozastavení toxicity a přetížení, což může být pro udržitelnost cestovního ruchu velmi přínosné. Na druhou stranu je mnoho zemí, které jsou na příjmech z cestovního ruchu existenčně závislé a teď mají velké problémy, viz Velikonoční ostrovy. Díky uzavření hranic dochází k nárůstu domácího cestovního ruchu a přírodní oblasti jsou přetěžovány více než jindy. Pozitivní je, že nám příroda dala na frak. Ukázala nám, že ji musíme ctít a že i ekosystémy mají své meze. Stanovila, co si můžeme dovolit a že existence není samozřejmost. I jeden člověk, který se chová udržitelně, má sílu a pokud se takových lidí spojí víc, pak mohou něco změnit.*

#### 4.1.2 Rozhovor s Ing. Michalem Burianem, Ph.D.

Rozhovor probíhal prostřednictvím emailové komunikace. Pan Ing. Michal Burian, Ph.D. je český podnikatel, politik, expert v oblasti evropských fondů a expert na udržitelný cestovní ruch. V roce 1993 založil sdružení ECEAT (European Centre for Ecology and Tourism), je jedním z pořadatelů Slavností moravského uzeného a vína na hradě Veveří, v roce 2007 založil spolu se svými kolegy destinační společnost Brněnsko, kde působí jako předseda. Pan doktor je také autorem centra Eden v Bystřici nad Pernštejnem a od roku 1994 do roku 2017 řídil svou první cestovní kancelář. V současnosti mj. působí i jako konzultant pro města a obce a pomáhá jim s mnoha projekty.

#### **Co Vás přivedlo k udržitelnému cestovnímu ruchu?**

*Jsem původním povoláním agronom, počátkem 90. let jsem byl účasten na rozvoji ekologického zemědělství. Od něj jsem se dostal k hledání dodatečných příjmů pro ekologicky hospodařící = k cestovnímu ruchu. Popud vyšel z Nizozemí, kde vznikl podpůrný projekt pro ekozemědělce a já jsem jej měl v ČR na starosti. Byl úspěšný, a tak i když podpora skončila, pokračoval jsem dál a založil jsem ECEAT, který (byť už ve velmi limitované míře) funguje dodnes.*

**Myslíte si, že občané České republiky mají dostatečně dobré povědomí o udržitelnosti cestovního ruchu? Případně jakým způsobem by se podle Vás mohlo zvýšit?**

*Myslím, že to zajímá málokoho. Před 30 lety byly výzvou tehdy nové technologie, jako pákové vodovodní baterie nebo o něco později LED žárovky a další progresivní a úsporná technická řešení. Dnes je to standard. Co více, stát se připojil k celoevropskému projektu EU label a nás jako soukromý subjekt v podstatě z ekocertifikace vymazal. O neúspěchu státu svědčí zcela zanedbatelný počet certifikovaných zařízení, ECEAT se k tomu už vracet nebude, certifikace nefunguje, viz dále.*

**Jaké nástroje využívá ECEAT na podporu udržitelnosti a odpovědnosti cestovního ruchu?**

*Přešli jsme od ekozemědělců k podpoře lokálních produktů v podobě akcí pro veřejnost.*

**Jaké jsou Vaše nejúspěšnější projekty?**

*Slavnosti Moravského uzeného a vína, dnešní koncept Slavností chřestu a vína je rovněž můj, dnes jej velmi úspěšně realizuje město Ivančice.*

**Jak se k projektu Centrum Eden stavěli místní obyvatelé?**

*Půlka to považovala za pitomost, budovy zbourat a peníze z EU „rozdat lidem“ (to by samozřejmě nebylo nijak možné), půlka tomu fandila (konečně se náš zapadákov trochu dostane na mapu světa). Město jako investor (s podporou EU) však nebylo schopno prostřednictvím svých „odborníků na investice“ projekt dotáhnout do konce, ani po roce od uvedení do oficiálního provozu řada instalací nefungovala (některé nefungovaly nikdy, ale byly uhrazeny a nikdo to nevymáhal, do oprav toho, co mělo být dodáno, město dalo několik milionů). Dát věci do pořádku bylo mimo mé pravomoci, ale nesl jsem odpovědnost. Na protest proti tomu jsem odešel, byť (nebo právě proto) jsem byl autorem konceptu, připravoval jsem pro něj projektové žádosti a z kraje jsem projekt i provozně řídil. Dnes objekt slouží převážně jako místo pro svatby (udržitelnost uplynula), o přínosu pro vzdělávání či osvětu lze s úspěchem pochybovat, expozice zastarávají a chátrají,*



*návštěvnost je nízká, ochota a schopnost komplex postavit na nohy pro naplnění účelu je nulová. Projekt nebyl využit k tomu, k čemu byl určen a nikomu to nijak nevadí.*

**Jakým způsobem jsou projekty financovány?**

*Slavnosti moravského uzeného a vína výhradně z vlastních prostředků, jiné projekty dnes již nemáme a nepřipravujeme.*

**Jak si podle Vás v rámci udržitelného rozvoje cestovního ruchu stojí Česká republika ve srovnání s ostatními státy?**

*Udržitelný rozvoj cestovního ruchu je zprofanovaný termín, ve skutečnosti to málokoho zajímá. Certifikace není cesta, lepší výsledky mají velké firmy, které šetří peníze (méně vody, méně odpadů, méně zdrojů...) a ještě si z toho udělají PR. Pro mě je dobrým příkladem „model IKEA“, kterému lidé rozumí.*

**Byl některý z ostatních států předlohou pro rozvoj udržitelnosti v ČR?**

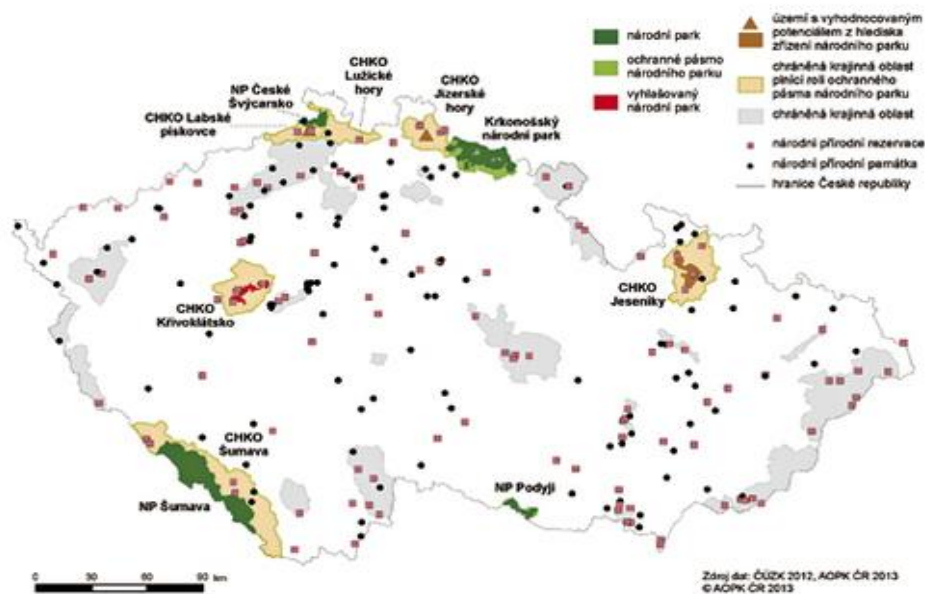
*Ne*

**Jaký je Váš názor na tzv. EU eco-label?**

*Viz výše, krach, žádný label není cesta, nikdo to nehledá, cestou je budování brandu firmy, jejího systematického spojení s odpovědným přístupem (viz IKEA).*

## 4.2 Situace v ČR a Jihočeském kraji

Obrázek 8 Mapa NP a CHKO



Zdroj: Časopis Ochrana přírody (2013)

### 4.2.1 Situace v ČR

Obecná ochrana přírody a krajiny je v České republice definována Zákonem č.114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny.

V České republice se nacházejí 4 národní parky – NP Šumava, Krkonošský NP, NP České Švýcarsko a NP Podyjí. Vizí národních parků je ochrana přírody, vzácných ekosystémů a umožnění jejich vývoje. Národní parky neslouží k rozvoji cestovního ruchu, avšak je nutné brát v potaz, že je i přesto navštěvuje velké množství lidí. Aby bylo možné zajistit jejich hlavní funkci, pak je třeba cestovat udržitelně a odpovědně.

Mimo národní parky se v České republice nachází 26 chráněných krajinných oblastí, které pokrývají necelých 15 % území ČR. Kromě CHKO zde nalezneme mnoho národních přírodních rezervací, národních přírodních památek, přírodních rezervací a přírodních památek.

Soustava Natura 2000 zahrnuje dva druhy chráněných území. Jedná se o ptačí oblasti, kterých je na našem území 41 a evropsky významné lokality, kterých je 1 113. Lokality se na mnoha místech ČR překrývají.

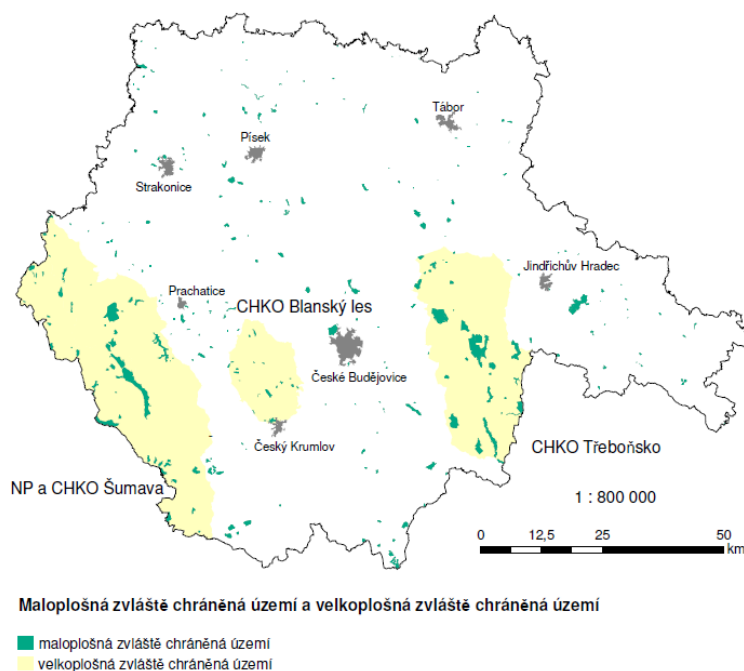
Česká republika se zabývá i ochranou druhů, a to dvěma způsoby. Prvním způsobem je obecná ochrana druhů, která se vztahuje ke všem druhům rostlin a živočichů. Druhým

způsobem je zvláštní ochrana druhů, ta se soustředí na problematiku tzv. zvláště chráněných druhů. Mezi další oblasti, o které se ČR zajímá, patří například ochrana půdy, geologie – zahrnující 9 geoparků a světelné znečištění (MŽP, 2021).

#### 4.2.2 Situace v Jihočeském kraji

V Jihočeském kraji se nachází hned několik velkoplošných zvláště chráněných území. Hlavní dominantou je jihovýchodní část NP Šumava a CHKO Šumava, CHKO Třeboňsko a CHKO Blanský les.

*Obrázek 9 Zvláště chráněná území Jihočeského kraje*



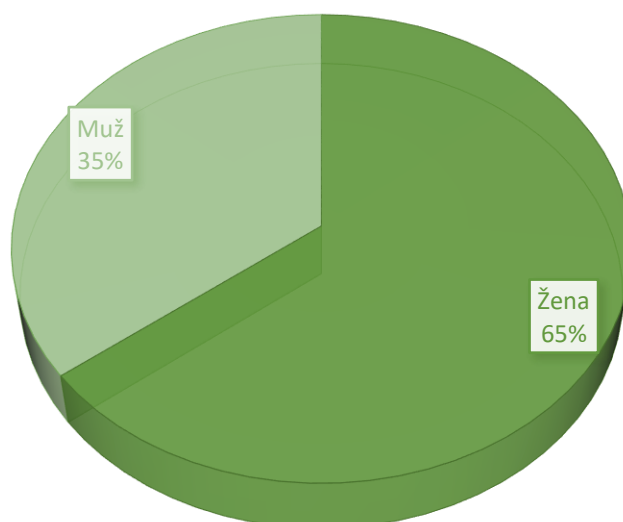
Zdroj: Jižní Čechy – Ochrana přírody (2020)

Vedle velkoplošných lokalit je na území Jihočeského kraje 12 národních přírodních rezervací – Brouskův mlýn, Boubínský prales, Čertova stěna-luč, Červené blato, Ruda, Řežabinec a Řežabinecké tůně, Stára řeka, Velká Niva, Velký a Malý Tisý, Vyšenské kopce, Žofinka a Žofínský prales. Dále 10 národních přírodních památek – Blanice, Hojná voda, Chýnovská jeskyně, Kaproun, Luční, Rovná, Stročov, Terčino údolí, U Hajnice a Vizír, a mnoho přírodních památek a rezervací (ŽP Jihočeského kraje, 2008).

### 4.3 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo spuštěno 5. února 2021 a ukončeno 17. března 2021, probíhalo tedy celkem 43 dní. Šetření bylo provedeno formou osobního dotazování a dotazování na internetu, především prostřednictvím sociálních sítí. Dotazník obsahoval celkem 29 otázek, z čehož byly dvě otevřené, 19 uzavřených a osm polootevřených tzn. kombinace otevřené a uzavřené. Několik otázek bylo tvořeno pomocí Likertovy škály, která vyjadřuje určitou míru souhlasu – zcela souhlasím, spíše souhlasím, nevím, spíše nesouhlasím a zcela nesouhlasím. Výzkumu se účastnilo 339 respondentů, z čehož bylo 219 žen a 120 mužů. Procentuální zhodnocení pohlaví respondentů je znázorněno v grafu č. 1. Dotazník si zobrazilo celkem 805 lidí, návratnost tak činí 42 procent.

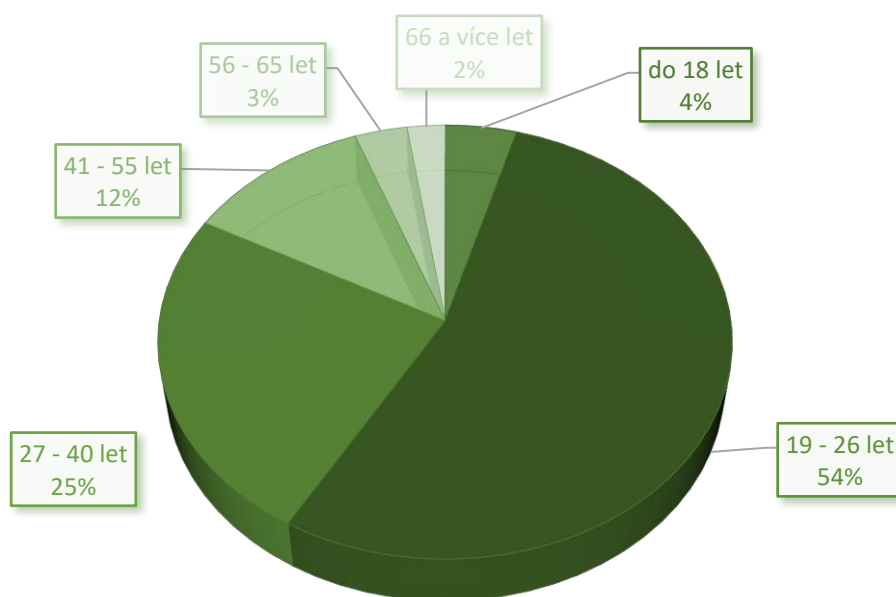
*Graf 1 Pohlaví respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování

Věková struktura respondentů je zobrazena v grafu č. 2. Jak je z grafu patrné, největší zastoupení má věková kategorie 19-26 let, která zahrnuje celkem 183 respondentů neboli 54 procent. Následuje věková kategorie 27-40 let s 83 respondenty a tedy 24 procenty. Třetí v pořadí je věková kategorie 41-55 let, do které spadá celkem 39 respondentů, v procentuálním vyjádření se jedná o 12 procent. Ostatní věkové kategorie (66 a více let, 56-65 let, do 18 let) jsou zastoupeny jen v malém počtu, po dvou, třech a čtyřech procentech. Věková struktura je ovlivněna formou dotazování, které jak již bylo zmíněno, probíhalo především na sociálních sítích.

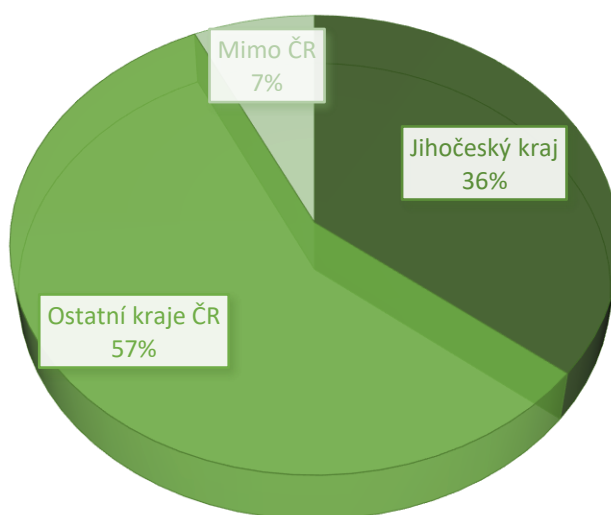
*Graf 2 Věková struktura respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování

Většina respondentů z České republiky pochází z Jihočeského kraje, konkrétně se jedná o 121 lidí. Celkem 194 dotazovaných pochází z ostatních krajů České republiky a 24 respondentů má bydliště mimo Českou republiku. Bydliště respondentů je zobrazené v grafu č. 3, 4 a 5.

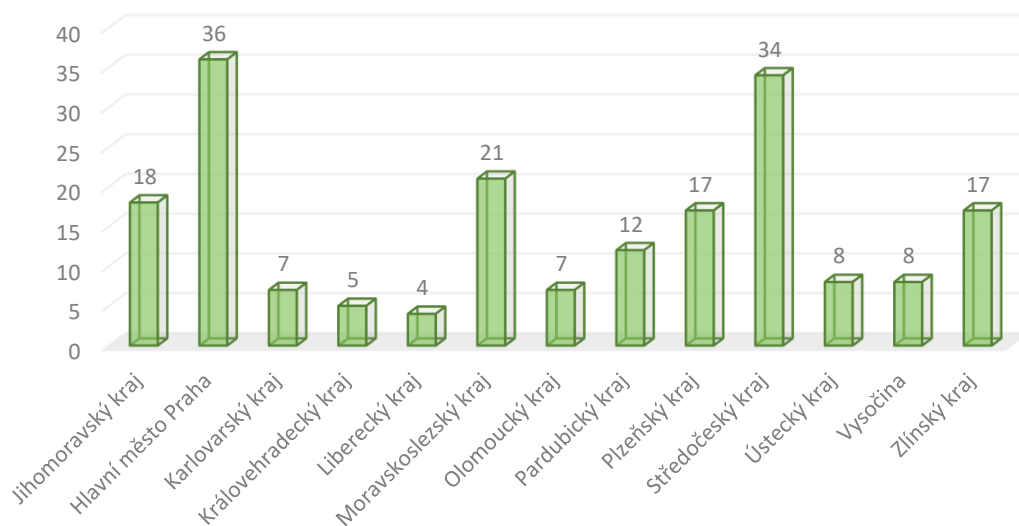
*Graf 3 Bydliště respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování

Strukturu bydliště respondentů v rámci ostatních krajů ČR obsahuje graf 4. Po Jihočeském kraji, který má naprostou většinu, následuje hlavní město Praha, kraj Středočeský, Moravskoslezský, Jihomoravský, Plzeňský a Zlínský. Ostatní kraje jsou zastoupeny pouze v malém měřítku.

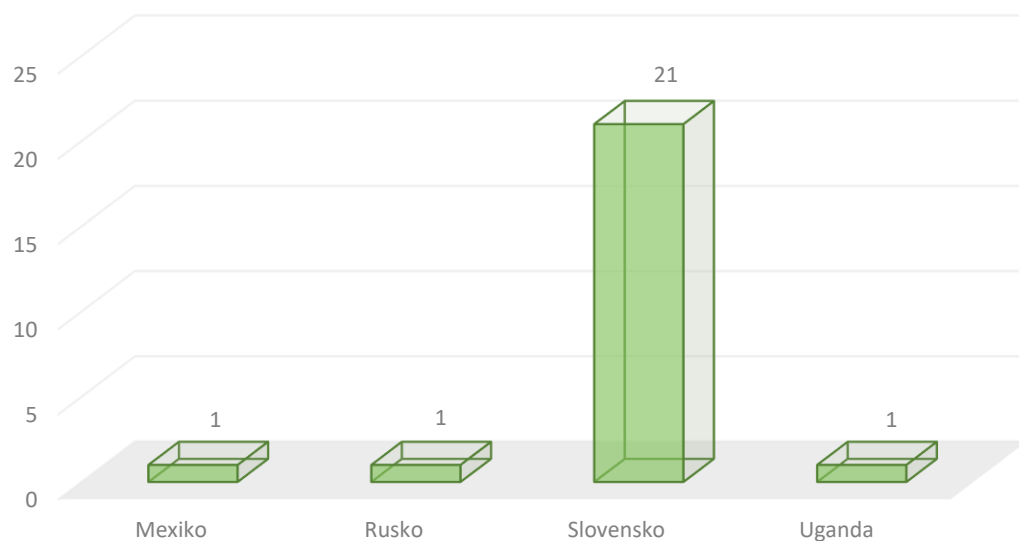
*Graf 4 Bydliště respondentů ČR mimo Jihočeský kraj*



Zdroj: Vlastní zpracování

Téměř 88 procent zahraničních respondentů pochází ze Slovenska. Dalšími zastoupenými zeměmi jsou Mexiko, Rusko a Uganda.

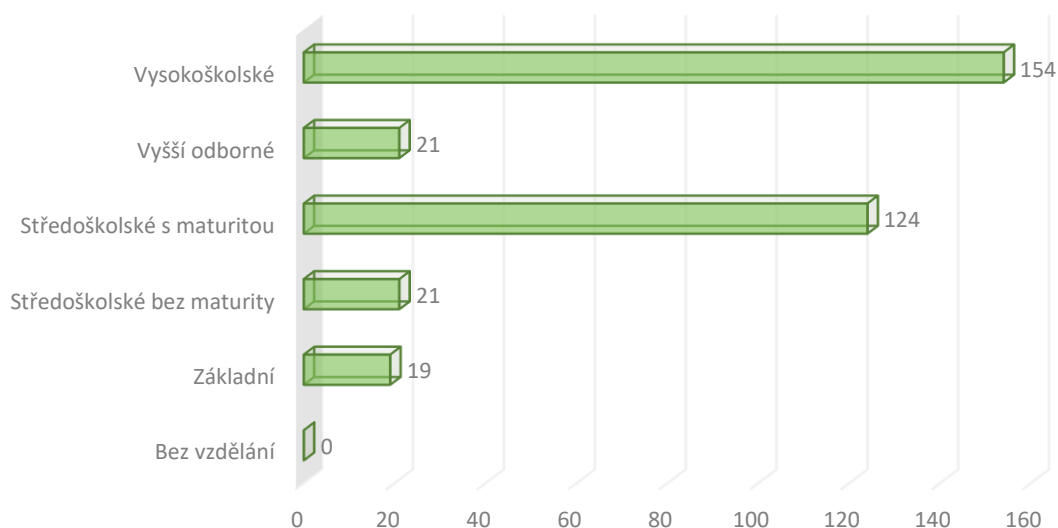
*Graf 5 Bydliště zahraničních respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak můžeme vidět z grafu č. 6, naprostá většina respondentů má nejvyšší dosažené vzdělání vysokoškolské, jedná se o 46 procent. Na druhé pozici jsou lidé se středoškolským vzděláním s maturitou s 37 procenty. Naopak nejmenší zastoupení mají respondenti pouze se základním vzděláním, kteří nedosahují ani 6 procent a bez vzdělání nebyl nikdo z dotazovaných.

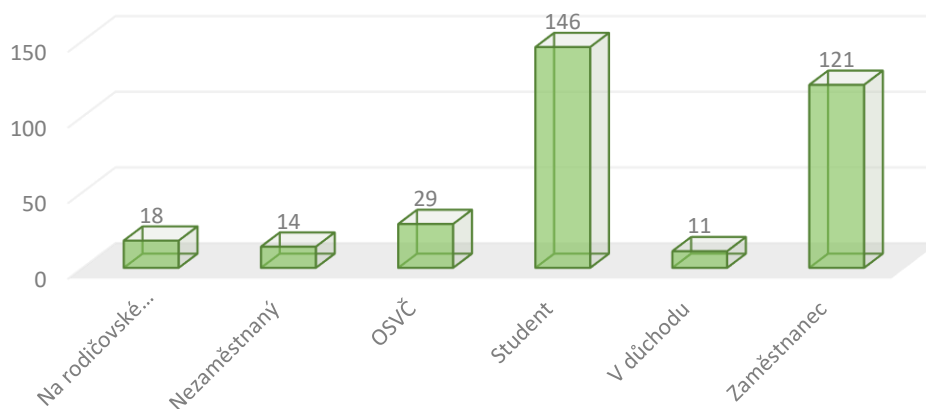
*Graf 6 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování

Z grafu 7 vyplývá, že výzkumu se účastnili především studenti, kterých bylo 43 procent. Ve velkém zastoupení jsou v rámci socioekonomického statusu i zaměstnanci se 36 procenty. Pouhá 3 % respondentů je v důchodu a 4 % nezaměstnaná.

*Graf 7 Socioekonomický status respondentů*

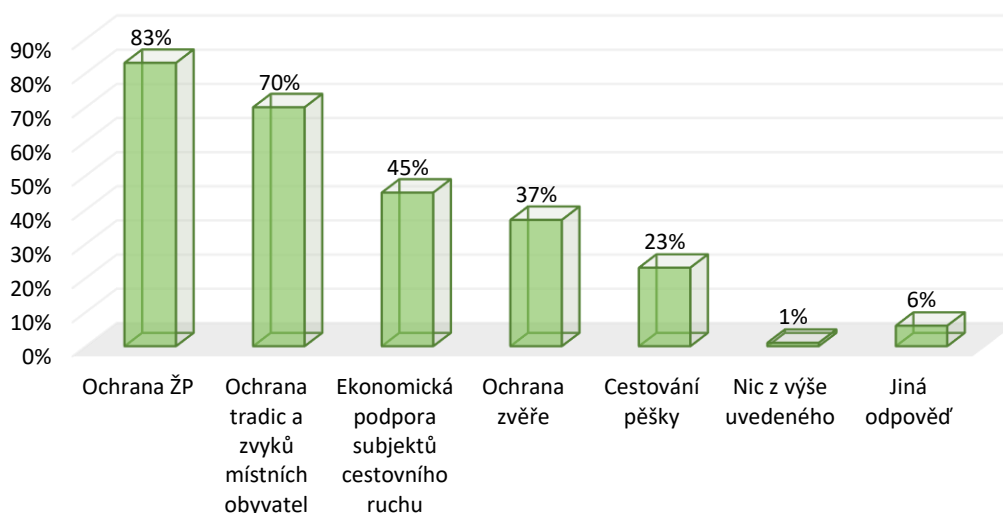


Zdroj: Vlastní zpracování

Grafy 1 až 7 obsahovaly data plynoucí z identifikačních otázek. Následující grafy 8 až 24 se vztahují k hlavní části výzkumu.

Graf 8 zobrazuje výsledná data spojená s otázkou „*Co podle Vás znamená udržitelný a odpovědný cestovní ruch?*“. Respondenti mohli zvolit více možností. Z výzkumu vyplývá, že většina respondentů si udržitelný a odpovědný cestovní ruch spojuje hlavně s ochranou životního prostředí a ochranou místních a jejich tradic. Na dalších pozicích se umístila ekonomická podpora, ochrana zvířete nebo cestování pěšky. Dále respondenti uváděli například cestování MHD nebo jiným šetrnějším způsobem, snížení využití neekologických paliv, destinace bez hotelů, minimalizaci uhlíkové stopy, stravování u lokálních obyvatel či údržbu památek.

*Graf 8 Význam udržitelného a odpovědného cestovní ruchu*



Zdroj: Vlastní zpracování

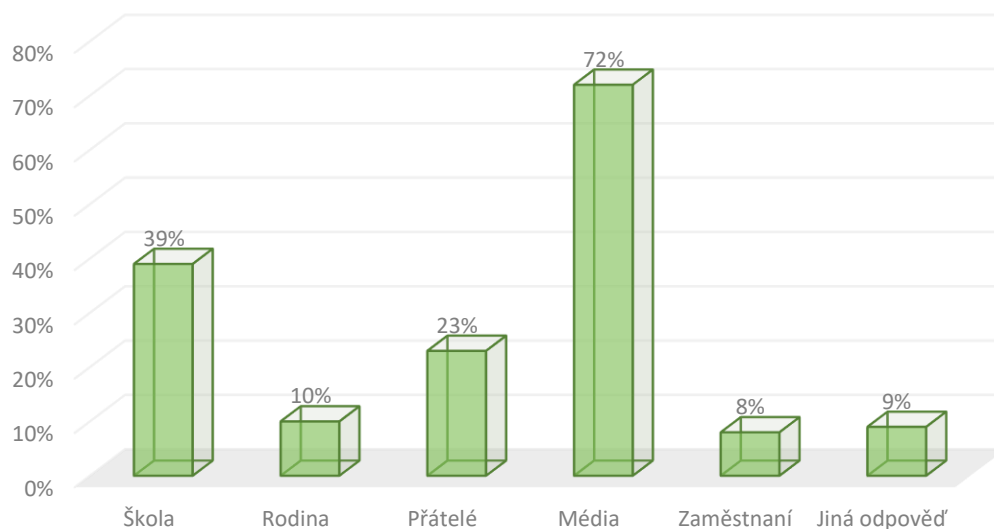
Aby mohlo dojít ke zlepšení povědomí o problematice udržitelného a odpovědného rozvoje destinací cestovního ruchu, je důležité analyzovat, z jakého zdroje získávají lidé informace. Na tento problém nám přináší odpovědi otázka „*Z jakého zdroje pocházejí Vaše informace o udržitelném a odpovědném cestovním ruchu?*“. Výsledky jsou zpracované v následujícím grafu.

Jak si můžeme všimnout, respondenti nejčastěji získávají informace prostřednictvím médií (internet, TV, rádio atd.). Na druhé pozici je škola a následuje rodina a přátelé. Ze zaměstnání informace získává pouze 26 lidí z dotazovaných. Další odpovědi, jež respondenti odpovídali byly např. konference cestovního ruchu, osobní zkušenost,



intuice, vlastní pozorování a celkem 10 lidí odpovědělo, že o této problematice nemá žádné informace.

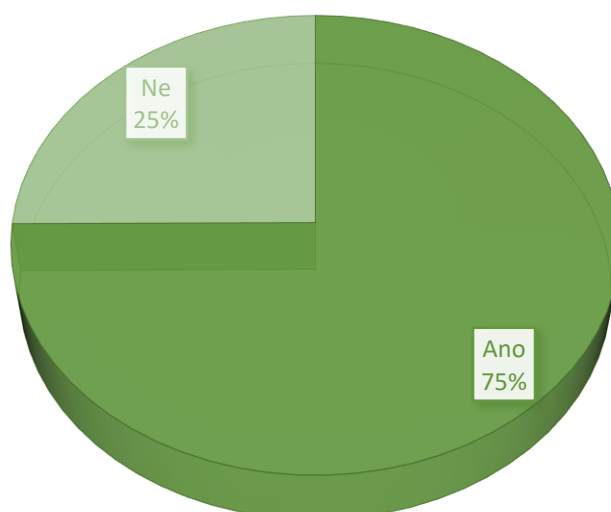
*Graf 9 Zdroj informací udržitelném a odpovědném cestovním ruchu*



Zdroj: Vlastní zpracování

Klíčová otázka „Cestujete podle Vás odpovědně?“ je přenesena do grafu č. 10. Tři čtvrtiny dotazovaných zastává názor, že cestují odpovědně, zatímco jedna čtvrtina si myslí, že necestuje odpovědně. Na tuto otázku jsou navázány podrobnější otázky, které jsou zpracovány v grafech 11 až 13. Odpovědi vyjadřují určitou míru souhlasu s daným tvrzením.

*Graf 10 Odpovědné cestování*



Zdroj: Vlastní zpracování

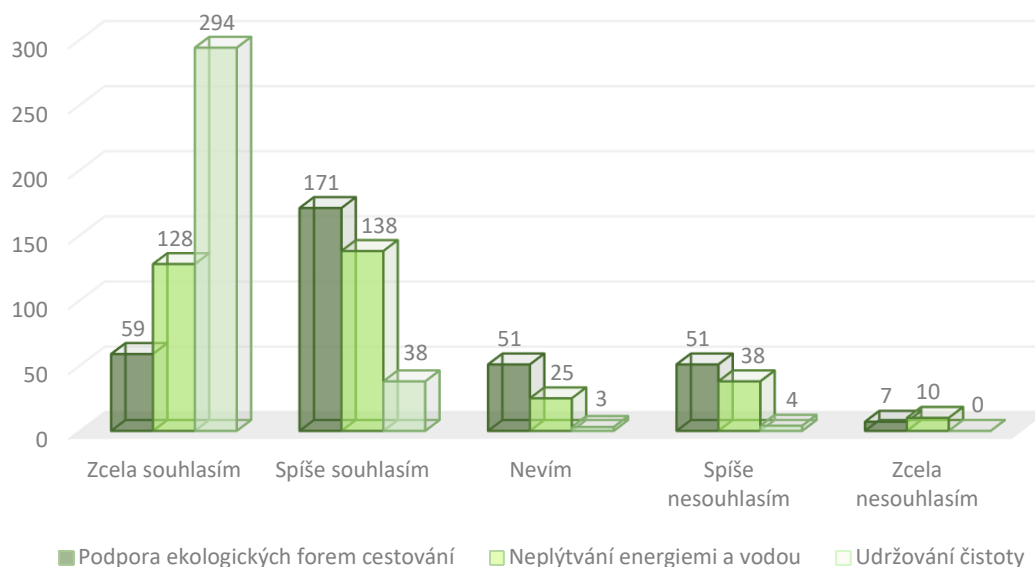
Celkem 67 procent zcela nebo spíše souhlasí s tvrzením „Podporuji ekologické formy cestování“. Dalších 15 procent dotazovaných nevědělo a celkem 17 procent respondentů spíše nebo zcela nesouhlasilo.

Velkým problémem spojeným s udržitelností je plýtvání energiemi a vodou. Mnozí lidé se na dovolené chovají rozdílněji než ve svém domácím prostředí a jelikož většinou nedoplácejí za využívání elektrické energie či vody, tak jimi plýtvají. S tvrzením „Neplýtvám energiemi a vodou“ zcela nebo spíše souhlasilo 79 procent respondentů a celkem 14 procent nesouhlasilo. Zbylí respondenti nevěděli.

Čistotu na navštívených místech udržuje celkem 98 procent a pouhá dvě procenta neví nebo nesouhlasí, hodnotové vyjádření je zaneseno v grafu 11.

Z grafu je patrné, že nejlépe si v rámci environmentálně šetrného chování stojí udržování čistoty v destinaci. Na druhé příčce nalezneme šetrné zacházení s energiemi a vodou, a podpora ekologických forem cestování je na místě třetím.

*Graf 11 Environmentálně šetrné chování*

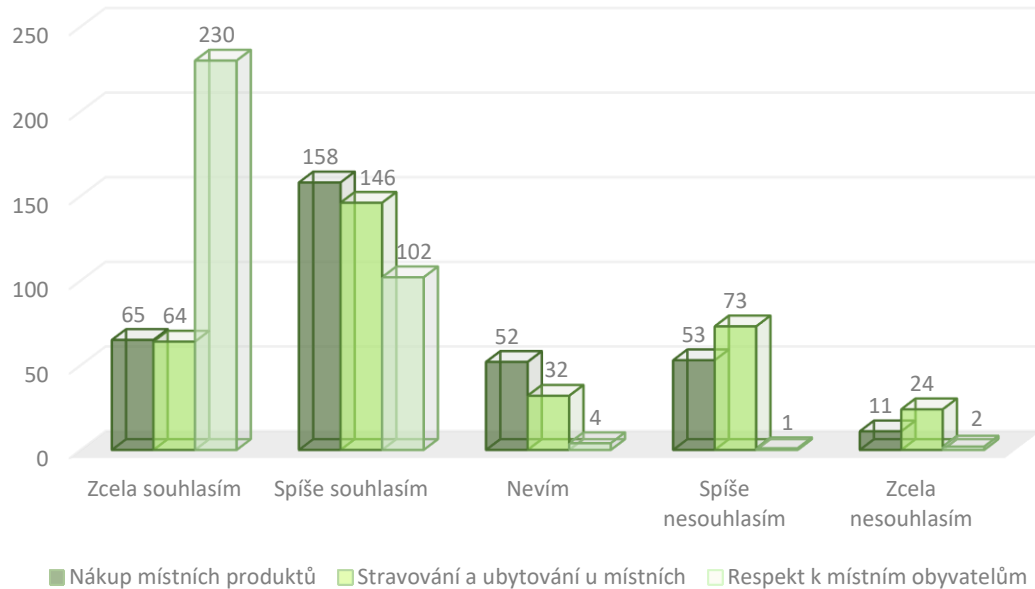


Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci ekonomické a ekologické udržitelnosti rozvoje je třeba respektovat a podporovat místní obyvatele. Jedna z možných forem podpory může být například nakupování lokálních výrobků od malých místních producentů nebo stravování a ubytování u lokálních obyvatel. Od malých lokálních producentů nakupuje místní výrobky 66 procent dotazovaných a 19 procent nikoli. Ubytování a stravování u místních obyvatel využívá 64 procent a 29 procent tyto služby nevyužívá. S tvrzením „Respektuji

lokální kulturu, obyvatele, jejich zvyky a tradice“ spíše nebo zcela souhlasí 98 % všech dotazovaných. Pouhá 2 procenta odpověděla, že neví či nesouhlasí.

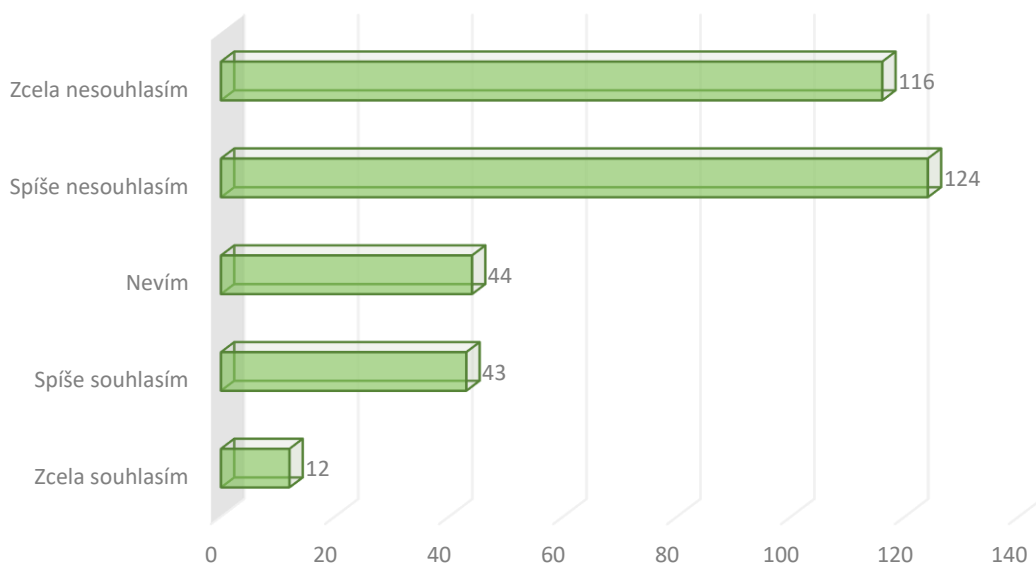
*Graf 12 Podpora místních obyvatel*



Zdroj: Vlastní zpracování

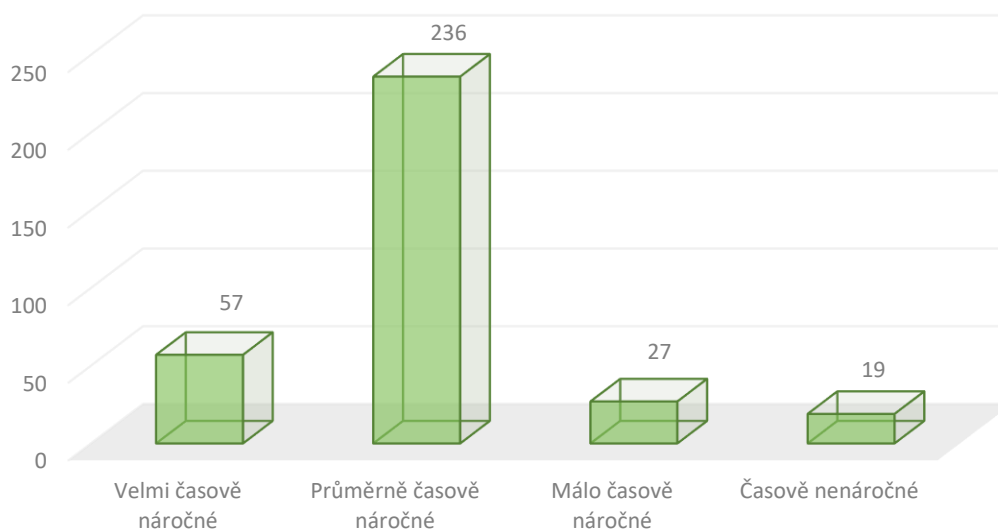
Využívání ubytovacích a stravovacích služeb, které jsou poskytovány eko-farmami, je zaneseno do grafu 13. Tuto možnost bohužel využívá pouhých 17 % dotazovaných. Výsledky jsou nejspíše ovlivněné i nepříliš rozsáhlou nabídkou služeb.

*Graf 13 Využívání eko-farem*



Zdroj: Vlastní zpracování

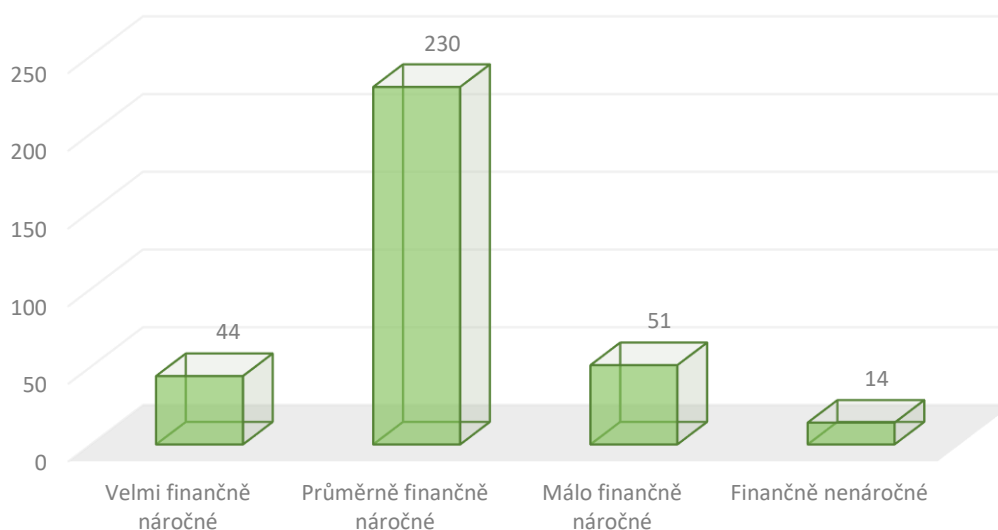
*Graf 14 Časová náročnost plánování udržitelného cestování*



Zdroj: Vlastní zpracování

Téměř 70 procent respondentů považuje časovou náročnost na plánování udržitelného cestování a jeho finanční náročnost za průměrnou. Lze tedy konstatovat, že v tomto ohledu se pro většinu dotazovaných časová a finanční náročnost od jiných forem cestování neliší. Pro zbylých 30 % v obou případech se časová a finanční náročnost liší. Výsledná data jsou zpracována v grafu 14 a 15.

*Graf 15 Finanční náročnost udržitelného cestování*

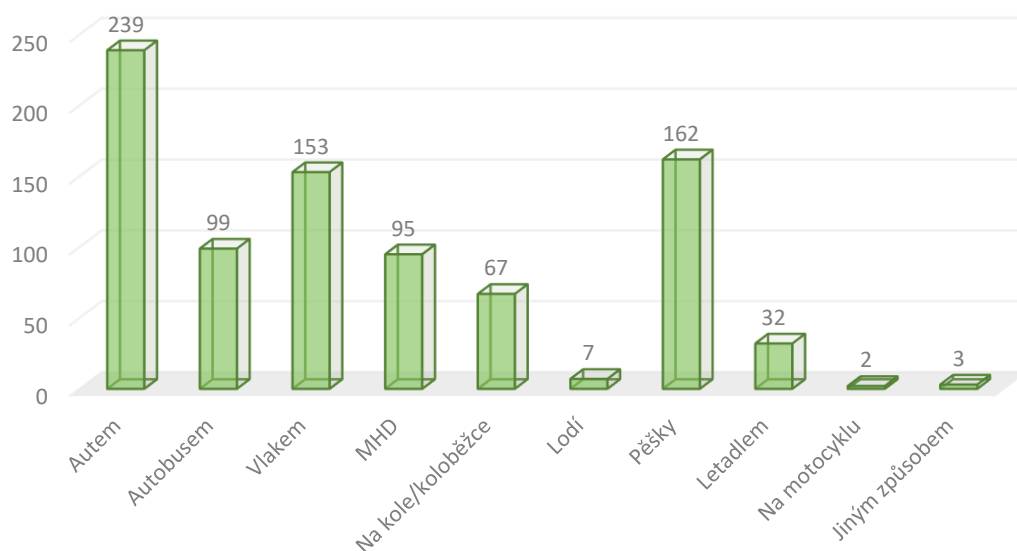


Zdroj: Vlastní zpracování

V souvislosti s trvale udržitelným rozvojem cestovního ruchu je velmi důležitým aspektem způsob dopravy, jakým účastníci cestovního ruchu cestují. Naprostá většina

dotazovaných využívá k cestování dopravu autem. Velmi pozitivním poznatkem však je, že pěší doprava obsadila hned druhé místo. Následuje vlaková a autobusová doprava. Veškeré odpovědi jsou zaznamenány v grafu 16.

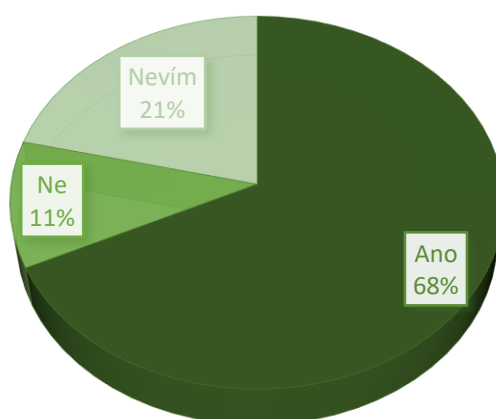
*Graf 16 Způsob dopravy*



Zdroj: Vlastní zpracování

Z celkového počtu 339 respondentů je 68 %, která odpovídají 230 lidem, ochotno zúčastnit se dobrovolného uklízení či údržby historických nebo přírodních památek. Dodatečných 32 % neví nebo by se dobrovolné pomoci neúčastnilo.

*Graf 17 Ochota účastnit se dobrovolného úklidu nebo údržby památek*

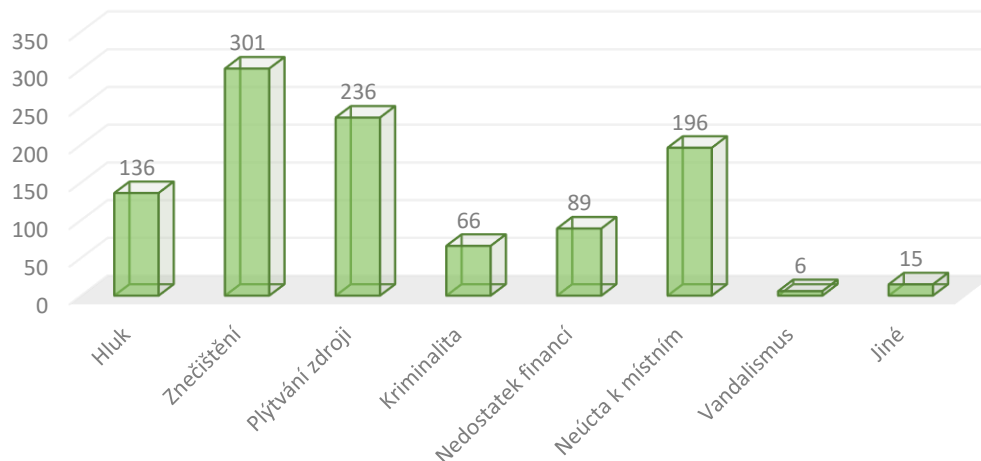


Zdroj: Vlastní zpracování

Hlavní důvody neúčasti, které respondenti uváděli, byly například časové důvody, lenost, zdravotní stav, odlišné priority, strach ze zničení památky, neochota, dost

vlastních starostí, názor, že je to starost města, místních obyvatel nebo těch, kteří nepořádek způsobili či protože neměli příležitost.

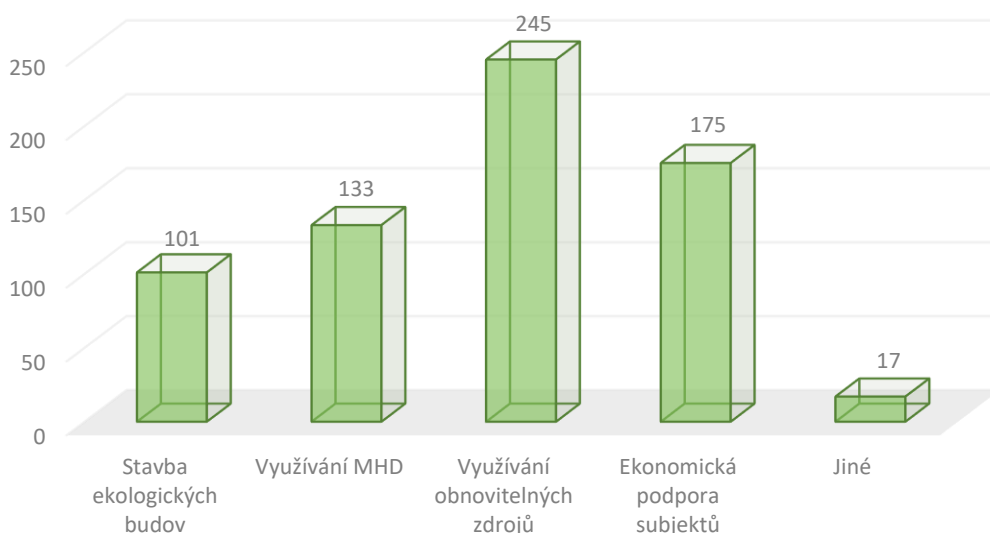
*Graf 18 Nejdůležitější negativní vlivy působící na udržitelnost*



Zdroj: Vlastní zpracování

Největšími problémy, které negativně ovlivňují udržitelný rozvoj, jsou dle respondentů znečištění, plýtvání zdroji a neúcta k místním. Podstatnou roli hraje také hluk, nedostatek financí, kriminalita. Jako další negativně působící vlivy uváděli dotazovaní například vandalismus, přeplnění kapacit, bezohlednost návštěvníků, drahá MHD, vliv korporátů, neinformovanost apod. Naopak hlavním pozitivním vlivem je využívání obnovitelných zdrojů

*Graf 19 Nejdůležitější pozitivní vlivy působící na udržitelnost*



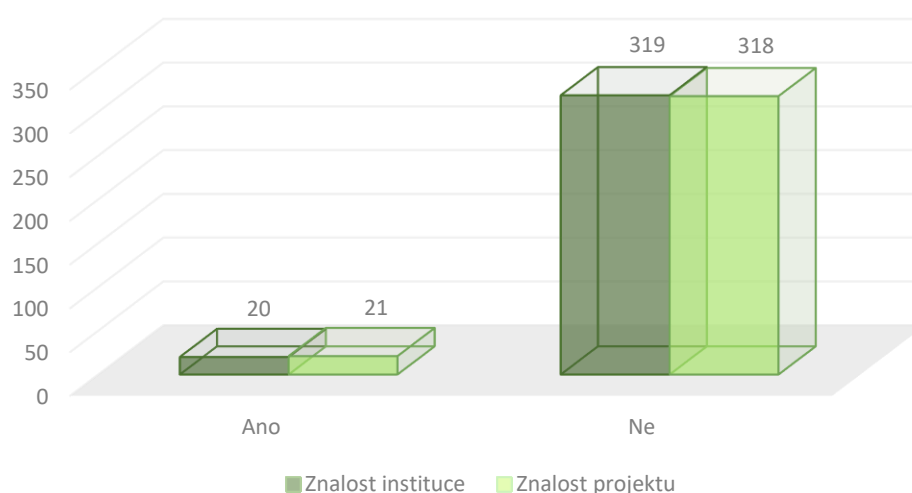
Zdroj: Vlastní zpracování

V grafu 20 můžeme porovnat znalost, respektive neznalost institucí zabývajících se udržitelným cestovním ruchem a projekty, které spadají do této problematiky. Jak je z grafu patrné, obě skupiny mají výsledky téměř totožné. Pouhých 6 % dotazovaných zná nějakou instituci či projekt týkající se udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

Nejčastějšími odpověďmi v rámci institucí, které se zabývají udržitelným a odpovědným cestovním ruchem byly CzechTourism, MMR, UNWTO a OSN. Dále respondenti zmiňovali např. AOPK ČR, European Wildness Society, Eceat, město Český Krumlov, Green and blue life nebo IUCN.

Jako projekty, které souvisejí s odpovědností a udržitelností cestovního ruchu, byly uváděny Agenda 21, Bezcampu.cz, Eden, projekt Smart city, Program rozvoje venkova, Green Hotels, Respect Nature, Ekotopfilm, ekobusy, omezování kapacity v destinacích, uklízení lesů či výsadba stromků.

*Graf 20 Znalost institucí nebo projektů v oblasti udržitelného cestovního ruchu*

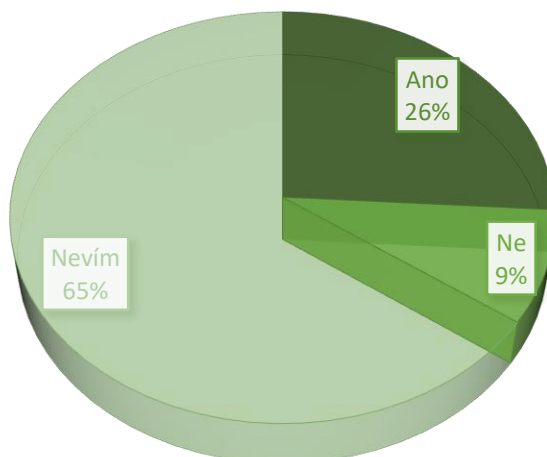


Zdroj: Vlastní zpracování

Zajímavou skutečností je i vnímání respondentů, jak si v rámci udržitelného rozvoje vede Česká republika. Pouhých 8 % účastníků výzkumu si myslí, že Česká republika dostatečně podporuje udržitelný a odpovědný cestovní ruch, 38 procent respondentů neví a na otázku nedokázalo odpovědět. Naopak více než polovina dotazovaných, tedy 54 %, si myslí, že podpora udržitelnosti ze strany České republiky je nedostatečná.

Při srovnání České republiky s ostatními státy světa se 88 dotazovaných domnívá, že ostatní země podporují udržitelný cestovní ruch více, naopak 30 lidí s tímto tvrzením nesouhlasí. Velká část respondentů, která tvoří 65 %, nedokáže situaci posoudit.

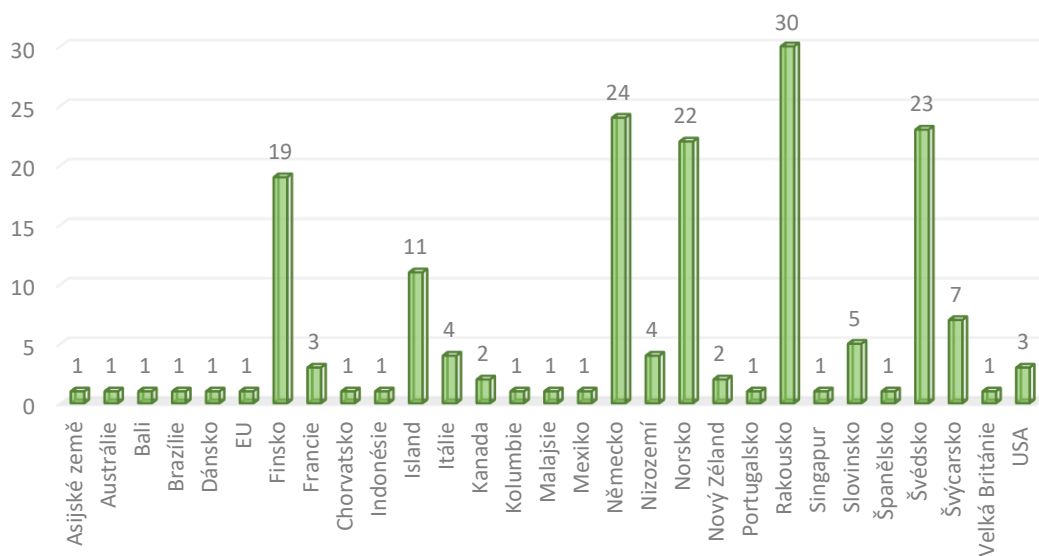
Graf 21 Podporují jiné země udržitelnost více než ČR



Zdroj: Vlastní zpracování

Mezi státy, které podle respondentů podporují udržitelnost více než Česká republika, je na předních příčkách Rakousko, Německo, severské země a Island. Všechny země, jež se objevily ve výsledcích výzkumu, jsou znázorněny v grafu 22.

Graf 22 Podpora udržitelnosti jiných zemí

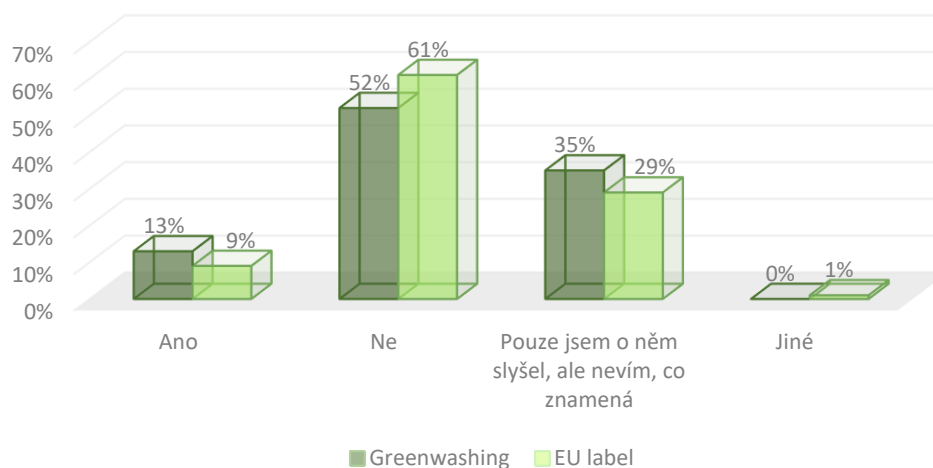


Zdroj: Vlastní zpracování

Jak vyplývá z grafu 23, povědomí o pojmech Greenwashing a EU label je mezi respondenty velmi nízké. Pojem Greenwashing zná pouhých 13 % respondentů a pojem EU label dokonce jen 9 %.



*Graf 23 Povědomí o pojmu Greenwashing a EU label*

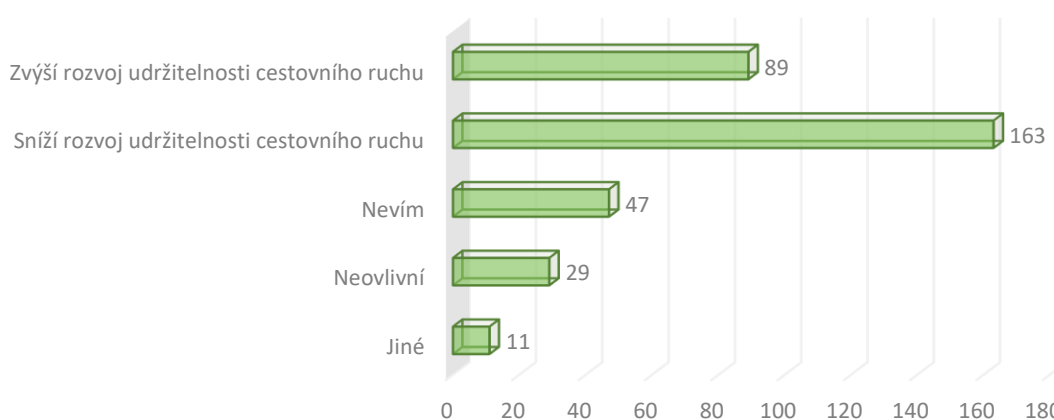


Zdroj: Vlastní zpracování

Vzhledem k současné situaci byla do dotazníku zahrnuta i otázka vztahující se k aktuální koronavirové krizi. Respondenti odpovídali na otázku „*Jak myslíte, že koronavirová krize ovlivní udržitelný rozvoj cestovního ruchu?*“. Téměř polovina dotazovaných si myslí, že koronavirová krize bude mít negativní vliv a sníží rozvoj udržitelnosti. Na druhou stranu 26 % účastníků výzkumu zastává opačný názor. Dále 9 % myslí, že krize nebude mít žádný vliv a 14 % neví.

Někteří respondenti se domnívají, že ovlivnění bude pouze dočasné a dojde k rozvoji domácího cestovního ruchu. Najdou se ale i tací, jenž předpovídají krach celého odvětví cestovního ruchu a nezáleží na tom, ať jde o udržitelné cestování či nikoli.

*Graf 24 Vliv koronavirové krize na udržitelný rozvoj*



Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.4 Syntéza výsledků

Ze strukturovaných rozhovorů vyplývá, že udržitelný rozvoj destinací cestovního ruchu je třeba podporovat. Dle paní doktorky Páskové je nejlepším způsobem rozvoje minimalizace sekundární infrastruktury, nepřetěžování destinací a podpora místních obyvatel. Každý návštěvník pak může nalézt ryzí nezničenou a divokou přírodu, která mu přinese hluboký a autentický zážitek. Narozdíl od pana doktora Buriana shledává paní doktorka Pásková význam i v certifikaci, avšak je třeba dbát na způsob, jakým bude prezentována a zajištěna. Co se týče pohledu na udržitelnost a české občany, zastávají oba odborníci podobný názor. V České republice se veřejnost zatím o tuto problematiku dostatečně nezajímá, čeští turisté nevyhledávají certifikované produkty a povědomí je nízké. Na druhou stranu, jak si můžeme všimnout z činnosti pana doktora Buriana, tak velmi záleží na správném marketingu a znalostech, jelikož jeho projekty Slavnosti Moravského uzeného vína a dnešní koncept Slavností chřestu a vína jsou velmi úspěšné.

Díky analýze informací týkajících se ochrany přírody v rámci České republiky a Jihočeského kraje si můžeme povšimnout, že se ČR snaží o podporu mnoha odvětví. Zvláště chráněná území pokrývají více než 15 procent území státu. Mimo jiné jsou zde snahy o ochranu druhů, půdy, geologického bohatství a zamezení světelného znečištění. Při ochraně druhů a zajištění biologické rozmanitosti hrají důležitou roli například zoologické a botanické zahrady, kterých je v současné době v České republice více než 80. V případě Jihočeského kraje, který můžeme brát za samostatnou destinaci, se i zde nachází také velké množství zvláště chráněných území. Na druhou stranu je ale nutné dbát také na lokality a památky, které se v těchto územích nenacházejí.

Nejrozsáhlejší data byla získána pomocí dotazníkového šetření. Výzkumu se účastnilo 339 osob, z nich bylo 65 % žen a 35 % mužů. Na složení účastníků a věkovou strukturu měl do značné míry vliv způsob dotazování. Nejčetněji zastoupenou věkovou skupinou jsou osoby od 19 do 26 let, které představují 54 %. Čtvrtina dotazovaných spadá do věkové kategorie 27 až 40 let. Ostatní věkové kategorie jsou zastoupeny jen v malém počtu. Celkem 93 % respondentů pochází z České republiky, především z Jihočeského kraje. Mimo ČR pochází respondenti hlavně ze Slovenska, ale v odpovědích se objevilo i Rusko, Mexiko nebo Uganda. Co se týká vzdělání, tak 45 % účastníků výzkumu jsou vysokoškoláci, 37 % středoškoláci s maturitou a zbylých 18 % má buď základní, vyšší odborné nebo středoškolské vzdělání bez maturity.

Většina respondentů dotazníkového šetření uvádí, že cestují odpovědně a necelých 70 procent dotazovaných je ochotno účastnit se dobrovolného udržování památek. Velmi pozitivním výsledkem je, že 98 % účastníků výzkumu respektuje místní obyvatele, jejich kulturu, tradice a zvyky, a udržuje v navštívené destinaci čistotu. O něco menší, ale stále většinová část respondentů podporuje ekologické formy cestování a snaží se o zamezení plýtvání s energiemi a vodou. Místní obyvatele podporuje nákupem lokálních výrobků 66 % dotazovaných a obdobné procento využívá ubytovací či stravovací služby lokálních obyvatel. Naopak pouze malá část respondentů využívá služby eko-farem.

Finanční náročnost nebo časovou náročnost na plánování udržitelného cestování vnímá téměř 70 % respondentů jako průměrnou. Pro ně se tedy náročnost oproti jiným formám cestování neliší.

S udržitelným a odpovědným rozvojem souvisí i způsob dopravy. Většina respondentů využívá k cestování automobil, což je v rámci udržitelnosti spíše negativní. Následuje pěší doprava, vlaková a autobusová. Tyto formy jsou z hlediska udržitelnosti příznivější. Jako nejpodstatnější negativní vlivy, jež ovlivňují udržitelný rozvoj, vnímají respondenti znečištění, plýtvání zdroji a neúctu k místním obyvatelům. Naopak nejdůležitějšími pozitivními vlivy jsou podle nich využívání obnovitelných zdrojů a ekonomická podpora subjektů cestovního ruchu.

Z výsledků dotazníkového šetření je možno konstatovat, že povědomí o problematice udržitelného a odpovědného rozvoje destinace cestovního ruchu je velmi nízké, což potvrzuje také názor paní doktorky Páskové a pana doktora Buriana. Instituci či projekt, týkající se udržitelnosti zná pouhých 6 % respondentů. Pojmy EU label nebo Greenwashing, které se vztahují k enviromentálnímu prostředí, dokázala vysvětlit jen malá část účastníků výzkumu, konkrétně 9 a 13 %.

Podle většiny účastníků dotazníkového šetření Česká republika nedostatečně podporuje udržitelný a odpovědný rozvoj cestovního ruchu a je mnoho zemí, které situaci zvládají lépe. Mezi ty nejčastěji zmíněné řadíme Rakousko, Německo, Skandinávii a Island.

V aktuální situaci je třeba zaměřit se i na vliv koronavirové krize na udržitelný rozvoj cestovního ruchu. Téměř polovina respondentů zastává názor, že kvůli pandemii a situaci s ní spojenou, dojde ke snížení rozvoje udržitelnosti. Celkem 26 % dotazovaných ale

zastává naprosto opačný názor, a tedy, že dojde ke zvýšení rozvoje udržitelnosti. Realitu však poznáme až během následujících let.

#### 4.4.1 Zhodnocení hypotéz

Testování hypotéz bylo provedeno v programu SPSS. Hodnocení bylo uskutečněno prostřednictvím analýzy závislostí v kontingenčních tabulkách, především pomocí chí-kvadrát testu o nezávislosti. Závislost může být symetrická nebo asymetrická a pro sledování její intenzity jsou využívány různé koeficienty. Tyto koeficienty nejčastěji spadají do intervalu  $\langle 0,1 \rangle$ , případně  $\langle -1,1 \rangle$ , přičemž hodnota 0 znamená nezávislost.

V situaci, kdy nejsou splněny podmínky pro využití chí-kvadrát testu jsou použity testy exaktní, jako např. Fisherův exaktní test. Předpoklady pro použití klasického chí-kvadrát testu jsou následující. Jednotlivá pozorování v kontingenční tabulce jsou nezávislá, tedy každý prvek výběrového souboru je zahrnut pouze v 1 buňce tabulky a alespoň 80 % buněk kontingenční tabulky má očekávanou četnost větší než 5 a všechny buňky tabulky mají očekávanou četnost větší než 2. Při testování závislosti dvou nominálních veličin lze také aplikovat věrohodností poměr, koeficient nejistoty, koeficient phi či Cremérovu V.

#### **Závisí odpovědné cestování na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?**

Zde nebyly splněny podmínky pro použití klasického chí-kvadrát testu. Ve všech třech případech byl aplikován exaktní test. P-value  $> 0,05$ , tj. s 95%-ní spolehlivostí neexistuje rozdíl v přístupu k udržitelnosti podle věku, pohlaví, sociálním statusu nebo vzdělání. Závislost nebyla potvrzena.

#### **Závisí odpovědné cestování na nejčastějším způsobu dopravy?**

Podmínky pro použití chí-kvadrát testu byly splněny, chí-kvadrát = 10,09 a p-value = 0,12. To znamená, že ani v tomto případě nebyla potvrzena závislost mezi odpovědným cestováním a zvoleným způsobem dopravy.

#### **Závisí způsob dopravy na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?**

Závislost byla měřena pomocí chí-kvadrát testu a koeficientu phi.

- Závislost na pohlaví – chí-kvadrát = 5,37 a p-value = 0,497. Zde není závislost.
- Závislost na věku – phi = 18,387 a p-value = 0,56. Závislost není potvrzena.
- Závislost na vzdělání – phi = 14,428 a p-value = 0,808. Závislost není potvrzena.

- Závislost na sociálním statusu –  $\phi = 20,882$  a  $p\text{-value} = 0,404$ . Závislost není potvrzena.

### **Závisí ochota účastnit se údržby památek na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?**

Nebyly splněny podmínky použití klasického chí-kvadrát testu, byl tedy využit exaktní test.  $P\text{-value} > 0,05$ , ochota účastnit se dobrovolné údržby památek nezávisí na věku, pohlaví ani na vzdělání. U závislosti na sociálním statusu exaktní chí-kvadrát test sehlal a proto byl využit koeficient nejistoty, koeficient  $\phi$  a Cramérovo  $V$ . Dle koeficientu nejistoty zde závislost je, u koeficientu  $\phi$  a Cramérova  $V$  je závislost nejistá.

*Tabulka 1 Exaktní testy závislosti ochoty udržování památek na soc. statusu*

		Value	Approximate Significance	Exact Significance
Nominal by Nominal	Phi	.232	.052	. <sup>c</sup>
	Cramer's V	.164	.052	. <sup>c</sup>
	Contingency Coefficient	.226	.052	. <sup>c</sup>
N of Valid Cases		339		

c. Cannot be computed because there is insufficient memory.

Zdroj: zpracování dle programu SPSS

### **Závisí znalost organizací a projektů týkajících se udržitelnosti na zdroji informací o udržitelnosti?**

V tomto případě byla závislost zkoumána pomocí koeficientu  $\phi$ .

- Závislost znalosti organizací –  $\phi = 4,828$  a  $p\text{-value} = 0,08$ .
- Závislost znalosti projektů –  $\phi = 1,981$  a  $p\text{-value} = 0,37$ .

Z výsledků testování hypotéz vyplývá, že zde závislost mezi znalostí organizací a projektů týkajících se udržitelnosti se zdroji informací není.

### **Závisí respektování lokální kultury, obyvatel, jejich zvyků a tradic na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?**

Pro respektování lokální kultury, obyvatel, jejich zvyků a tradic neexistuje závislost na věku, vzdělání a sociálním statusu. V těchto případech vyšla hodnota  $p\text{-value}$  větší než 0,05. Na druhou stranu zde existuje závislost mezi respektováním lokální kultury,

obyvatel a jejich zvyků a pohlavím respondentů. Tato závislost je potvrzena Pearsonovo chí-kvadrát testem, který nalezneme v tabulce 3.

*Tabulka 2 Závislost respektování místních na pohlaví respondentů*

			24. Pohlaví respondenta		Total
			žena	muž	
5. Ohodnoťte následující tvrzení „Respektuji lokální kulturu, obyvatele, jejich zvyky a tradice“	zcela souhlasím	Count	162	68	230
		% of Total	47.8%	20.1%	67.8%
	spíše souhlasím	Count	52	50	102
		% of Total	15.3%	14.7%	30.1%
	nevím	Count	3	1	4
		% of Total	0.9%	0.3%	1.2%
	spíše nesouhlasím	Count	1	0	1
		% of Total	0.3%	0.0%	0.3%
	zcela nesouhlasím	Count	1	1	2
		% of Total	0.3%	0.3%	0.6%
	Total	Count	219	120	339
		% of Total	64.6%	35.4%	100.0%

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

Respondenti, kteří zcela souhlasí s tvrzením „respektuji lokální kulturu, obyvatele, jejich zvyky a tradice“, byli čteněji zastoupeni ženami, stejně jako respondenti, kteří k tomuto tvrzení dali odpověď „nevím“.

*Tabulka 3 chí-kvadrát test závislosti*

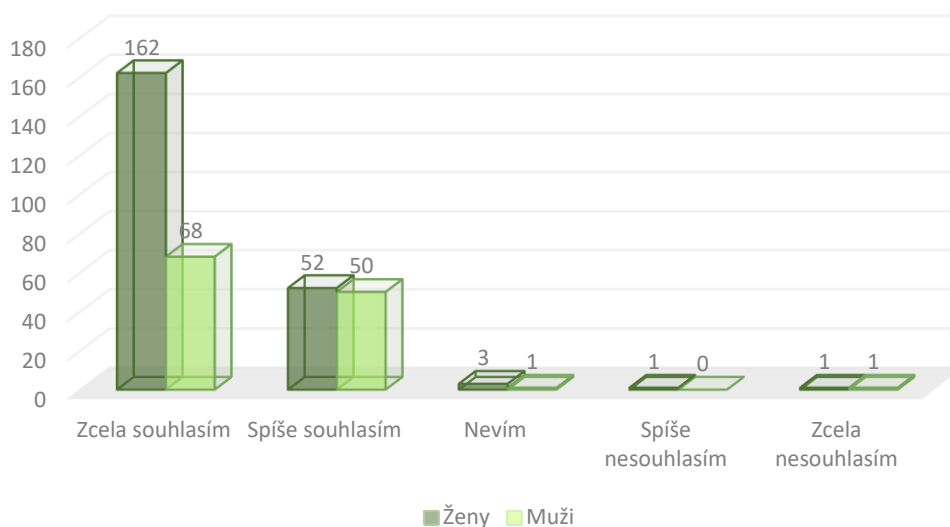
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	12.622 <sup>a</sup>	4	.013	.005		
Likelihood Ratio	12.700	4	.013	.010		
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	12.647			.003		
Linear-by-Linear Association	6.528 <sup>b</sup>	1	.011	.011	.008	.003
N of Valid Cases	339					

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .35.

b. The standardized statistic is 2.555.

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

Graf 25 Závislost respektování místních na pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

### Závisí nákup a podpora místních produktů na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání?

Dle výsledků exaktních testů je možno konstatovat, že se zde nachází závislost mezi podporou nákupu místních produktů a věkem, pohlavím, vzděláním i sociálním statusem. Hodnota p-value je ve všech případech nižší než 0,05.

Tabulka 4 Závislost podpory místních produktů na vzdělání

		27. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?					Total	
		základní	středoškolské bez maturity	středoškolské s maturitou	vyšší odborné	vysokoškolské		
8. Ohodnoťte následující tvrzení „Nakupuji místní produkty od malých producentů“	zcela souhlasím	Count	3	5	19	7	31	65
		% of Total	0.9%	1.5%	5.6%	2.1%	9.1%	19.2%
	spíše souhlasím	Count	8	6	57	6	81	158
		% of Total	2.4%	1.8%	16.8%	1.8%	23.9%	46.6%
	nevím	Count	3	4	20	1	24	52
		% of Total	0.9%	1.2%	5.9%	0.3%	7.1%	15.3%
	spíše nesouhlasím	Count	3	2	25	7	16	53
		% of Total	0.9%	0.6%	7.4%	2.1%	4.7%	15.6%
	zcela nesouhlasím	Count	2	4	3	0	2	11
		% of Total	0.6%	1.2%	0.9%	0.0%	0.6%	3.2%
	Total	Count	19	21	124	21	154	339
		% of Total	5.6%	6.2%	36.6%	6.2%	45.4%	100.0%

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

Z tabulek závislosti podpory nákupu místních produktů na vzdělání je patrné, že p-value je nižší než 0,05. Stejně je tomu tak i při hodnocení závislosti na věku, pohlaví i sociálním statusu. Proto lze závislost ve všech případech potvrdit.

*Tabulka 5 Chí-kvadrát test závislosti podpory místních produktů na vzdělání*

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)			
				Significance	99% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound	Significance	99% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	40.617 <sup>a</sup>	16	.001	.001 <sup>b</sup>	.000	.002			
Likelihood Ratio	31.969	16	.010	.015 <sup>b</sup>	.012	.018			
Fisher-Freeman-Halton Exact Test	31.809			.005 <sup>b</sup>	.003	.007			
Linear-by-Linear Association	8.219 <sup>c</sup>	1	.004	.004 <sup>b</sup>	.003	.006	.002 <sup>b</sup>	.001	.003
N of Valid Cases	339								

a. 14 cells (56.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .62.

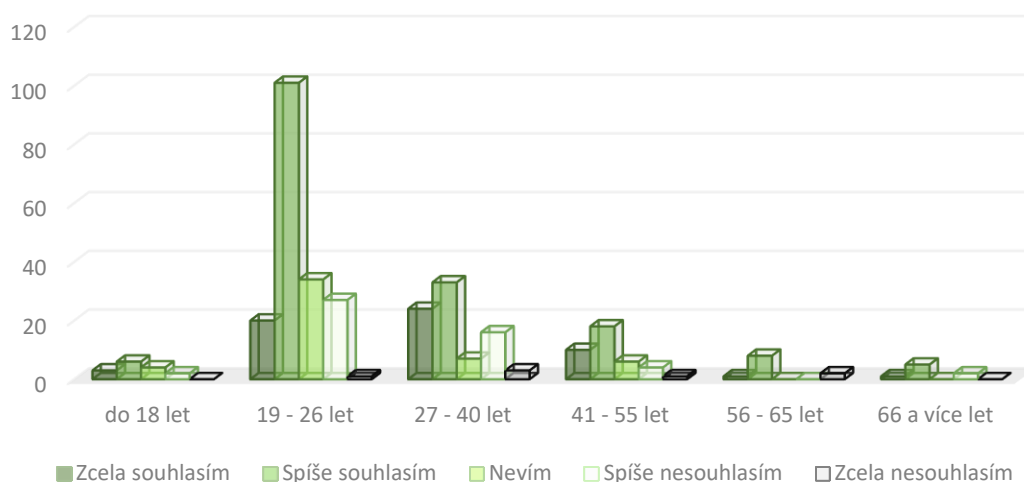
b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2.867.

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

Následující graf zachycuje závislost podpory nákupu lokálních produktů na vzdělání respondentů.

*Graf 26 Závislost podpory nákupu lokálních produktů na vzdělání respondentů*



Zdroj: Vlastní zpracování



Respondenti, kteří souhlasí s nakupováním místních produktů, deklarují významně čteněji vysokoškolské vzdělání. Respondenti, kteří nesouhlasí s nakupováním lokálních produktů mají častěji dosažené pouze středoškolské vzdělání.

### Závisí podpora ekologických forem cestovního ruchu na věku/pohlaví/vzdělání/sociálním statusu?

Pro zjištění závislostí byly použity exaktní testy. Z výsledků je patrné, že mezi podporou ekologických forem cestovního ruchu a pohlavím, vzděláním a sociálním statutem není žádná závislost. Závislost byla zjištěna pouze u věku, kde je výsledná hodnota p-value menší než 0,05. Pro testování závislosti byl využit i koeficient  $\phi$ , a Cramerovo V.

*Tabulka 6 Chí-kvadrát test závislost podpory ekologických forem CR na věku*

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		Monte Carlo Sig. (1-sided)			
				Significance	99% Confidence Interval	Significance	99% Confidence Interval	Upper Bound	
				Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound	
Pearson Chi- Square	46.642 <sup>a</sup>	20	.001	.004 <sup>b</sup>	.002	.005			
Likelihood Ratio	43.159	20	.002	.003 <sup>b</sup>	.001	.004			
Fisher- Freeman -Halton Exact Test	38.736			.002 <sup>b</sup>	.001	.003			
Linear- by-Linear Association	.383 <sup>c</sup>	1	.536	.542 <sup>b</sup>	.529	.555	.285 <sup>b</sup>	.273	.296
N of Valid Cases	339								

a. 16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 92208573.

c. The standardized statistic is -.619.

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

*Tabulka 7 Testování závislosti podpory ekologických forem CR na věku*

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.371	.001
	Cramer's V	.185	.001
	Contingency Coefficient	.348	.001
N of Valid Cases		339	

Zdroj: Zpracování dle programu SPSS

Z výsledků testování výzkumných otázek vyplývá:

- Závisí odpovědné cestování na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **nelze potvrdit**
- Souvisí odpovědnost v cestování se zvoleným druhem dopravy? – **nelze potvrdit**
- Závisí způsob dopravy na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **nelze potvrdit**
- Závisí ochota účastnit se údržby památek na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **závislost potvrzena pouze u sociálního statusu**
- Závisí znalost organizací a projektů týkajících se udržitelnosti na zdroji informací o udržitelnosti? – **nelze potvrdit**
- Závisí respektování lokální kultury, obyvatel, jejich zvyků a tradic na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **závislost potvrzena pouze u pohlaví**
- Závisí nákup a podpora místních produktů na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **závislost lze potvrdit**
- Závisí podpora ekologických forem cestovního ruchu na věku/pohlaví/sociálním statusu/vzdělání? – **závislost potvrzena pouze u věku**

## 4.5 Návrhová část

Návrhová část obsahuje teoretické návrhy, které by mohly pomoci ke zvýšení povědomí o udržitelnosti a samotnému rozvoji udržitelného a odpovědného cestování. Hlavní návrhy jsou celkem tři a skládají se z hry, webových stránek a odborného časopisu. Tyto návrhy jsou odvozené od výsledků dotazníkového šetření, ze kterých vyplývá, že většina respondentů je ochotna účastnit se dobrovolné pomoci a je potřeba zaměřit se na dostupnost zdrojů informací a environmentální osvětu.

### 4.5.1 Hra „Green Future“

Pod tímto návrhem se skrývá rodinná týmová hra, která napomáhá k ochraně životního prostředí. Hra je propojena pomocí mobilní aplikace. Název „Green Future“ v překladu znamená „Zelená budoucnost“ a odkazuje na udržitelné a odpovědné chování, přispívající k lepším zítřkům.

#### Princip hry

Jedná se o hru určenou pro týmy, ale i jednotlivce. Principem hry je návštěva destinací, během které budou soutěžící pečovat o přírodní a historické památky. To znamená, že se budou snažit eliminovat předměty, které do přírody nepatří. Jedná se o papírky, plastové lahve, obaly apod. Týmy se zaregistrují prostřednictvím svého emailu do mobilní aplikace. Poté vyplní základní informace a následně jim budou doručeny pomůcky jako je odpadkový pytel a rukavice, aby se nedošlo k umazání či poranění. Mimo pomůcky potřebné k úklidu obdrží účastníci také odznak s názvem soutěže, díky němuž budou

*Obrázek 10 Odznak Green Future*



Zdroj: Vlastní zpracování

všichni vědět, že se jedná o účastníky hry. Účastníci po nalezení nějakého úllovku svůj objev zdokumentují a poté jej zneškodní, tak, jak se patří (roztřídí a vyhodí). Fotodokumentaci spolu s informacemi doplní do mobilní aplikace. Ta následně

vyhodnotí, kolik bodů daný tým obdrží. Cílem hry je zajištění čisté přírody a okolí památek, cílem účastníků je starat se o naši krajinu a odměna za získané body.

### Mobilní aplikace

Stejnomená mobilní aplikace bude bezplatná a dostupná na platformě App Store a Google Play. Aplikace bude obsahovat několik ikon:

- Statistiky – aby týmy věděly, jak si vedou ve srovnání s ostatními
- Úlovky – přehled toho, co nasbírali během návštěvy přírodních a historických památek
- Trasy – zaznamenávání trasy, kterou týmy vyčistily
- Body – získaná průběžná odměna
- Výhry – přehled cen jako motivace pro účastníky hry
- Pravidla – aby každý účastník přesně věděl, co dělat pro získání bodů

*Obrázek 11 Návrh aplikace Green Future*



Zdroj: Vlastní zpracování

### Odměny (roční)

- Odměna 1 – peněžitá výhra ve výši 20 000 Kč, 2x 10 000 Kč a 5x 5 000 Kč
- Odměna 2 – voucher na ubytování v ekologicky šetrném zařízení v hodnotě 10 000 Kč, 2x 5 000 Kč a 5x 2 000 Kč
- Odměna 3 – voucher na stravování v bio podniku v hodnotě 2 000 Kč, 2x 1 000 Kč a 5x 500 Kč
- Další odměny – sponzorské dary, malé předměty, propisky, pohlednice, mince, diplomy atd.

## Kalkulace nákladů

### **Náklady na mobilní aplikaci**

Mobilní aplikace mohou mít mnoho funkcí. Při stanovování nákladů na jejich vývoj je jedním z důležitých aspektů počet obrazovek. Obrazovky mohou být statické nebo interaktivní podle toho, jaké funkce zastávají. Mimo počet obrazovek a samotné funkce je důležité navrhnout příjemný design a počítat i s náklady na marketing a provoz.

*Tabulka 8 Náklady na mobilní aplikaci*

Upřesnění designu aplikace	25 000 Kč
Vývoj aplikace a umístění na platformy App Store a Google Play	200 000 Kč
Náklady na provoz a aktualizace	50 000 Kč
Náklady na marketing	25 000 Kč
Celkové náklady na mobilní aplikaci	300 000 Kč

Zdroj: hybridniaplikace.cz (2020)

Aplikace bude vyvíjena v jedné podobě pro dvě platformy, tedy jako hybridní aplikace. To znamená, že cena odpovídá vývoji aplikací na obou platformách současně. Aplikace bude obsahovat celkem 8 obrazovek, z čehož budou nejméně 3 interaktivní a bude fungovat i offline, přičemž se všechna data odešlou po připojení k internetu. Aplikace bude určena pro chytrá mobilní zařízení.

### **Náklady na výhry**

V těchto nákladech jsou zahrnuty roční náklady na peněžité odměny, na vouchery na ubytování v ekologicky šetrném ubytovacím zařízení a na stravování.

*Tabulka 9 Náklady na výhry*

Náklady na peněžité výhry	50 000 Kč
Náklady na ubytovací vouchery	30 000 Kč
Náklady na stravovací vouchery	6 500 Kč
Celkové náklady na výhry	86 500 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

### **Ostatní náklady**

Jedná se primárně o náklady na výrobu odznaků s logem soutěže a náklady na potřebné hygienické pomůcky k úklidu památek a jejich okolí. Výše těchto nákladů se bude odvíjet od počtu soutěžících, v následující tabulce jsou uvedeny přibližné hodnoty na jednoho soutěžícího.

*Tabulka 10 Ostatní náklady*

Náklady na výrobu odznaků	6 Kč
Náklady na hygienické rukavice	10 Kč
Náklady na odpadkové pytle	10 Kč
Celkové ostatní náklady	26 Kč

Zdroj: Tiskem.cz (2020), Denios.cz (2020)

Odznaky budou vyhotoveny z kovového materiálu ve velikosti 25 mm a budou připínány pomocí spínacího špendlíku. Každý účastník dostane 10 párů plastových hygienických jednorázových rukavic podle jeho velikosti a 2 odpadkové pytle o objemu 60 litrů.

### **Celkové náklady**

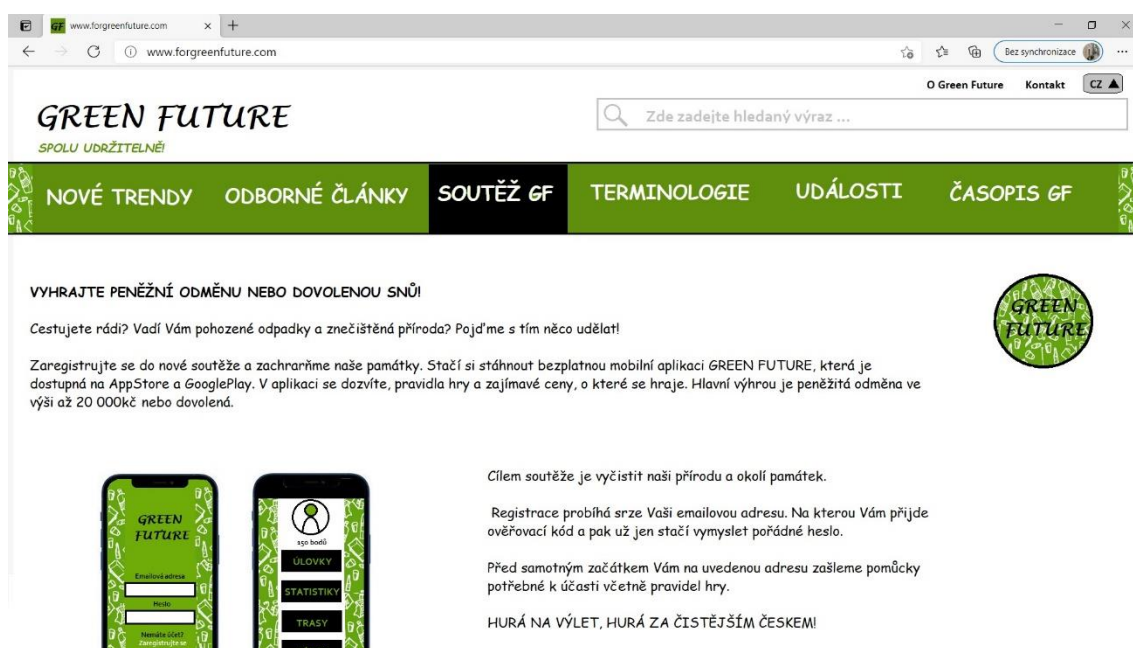
Celkové náklady soutěže na mobilní aplikaci a výhry činí 386 500 Kč. Dále je nutné kalkulovat s náklady, které se odvíjí podle počtu soutěžících. Náklady se týkají odznaků a hygienických pomůcek. Tyto náklady odpovídají hodnotě 26 Kč na jednoho účastníka, přičemž se vzrůstajícím počtem soutěžících budou náklady na jednoho soutěžícího klesat, díky množstevním slevám a výhodnějším podmínkám s dodavatelem. V projektu bude třeba ještě dalších nákladů, které v kalkulaci nejsou zahrnuty. Například personální a režijní náklady na provoz projektu nebo náklady na poštovné a balné. Abychom zjistili, kolik lidí by se soutěže účastnilo a za jakých podmínek, je nutné zajistit kvalitní marketingový výzkum, jenž s sebou přinese další náklady, ale může jich mnoho ušetřit.

### 4.5.3 Webové stránky www.forGreenFuture.com

Jedná se o webové stránky, které budou poskytovat nejen vysvětlení základní terminologie z oblasti udržitelnosti a environmentálního prostředí, ale návštěvníci zde budou schopni dohledat nejnovější trendy, novinky a události, světové problémy ze světa udržitelného cestovního ruchu, články odborníků a odkaz na odborný časopis a hru Green Future.

Stránky budou dostupné v české, anglické a německé jazykové verzi, aby i čeští občasně měli možnost najít kvalitní zdroje ve svém jazyce.

*Obrázek 12 Návrh webových stránek*



Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.5.4 Odborný časopis Green Future

Jelikož ne každý člověk rád hledá informace na internetu nebo ani nemá takovou možnost, tak odborný časopis Green Future bude dostupný všem. Časopis bude vycházet jako měsíčník a každý z jeho 12 dílů bude obsahovat nové trendy, články odborníků, fotografie z udržitelně se rozvíjejících destinací apod. V každém čísle bude křížovka a vzdělávací článek z environmentálního prostředí. Jeden výtisk časopisu bude prodáván za 99 Kč.

Obrázek 13 Návrh odborného časopisu



Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.5.5 Další návrhy

Další návrhy na podporu udržitelného rozvoje cestovního ruchu:

- podpora environmentální výuky na základních a středních školách – přednášky od odborníků,
- zřízení většího množství lesních školek, díky nimž budou moci děti vidět základní principy fungování přírody – v oblasti Jihočeského kraje by mohly být školky např. v NP Šumava nebo v okolí farem (Biofarma Stachy, Biofarma Slunečná, Biofarma Olešná, Eko farma Roseč atd.), kde by se děti mohly zúčastnit exkurzí, zároveň jsou farmy v dobré dojezdové vzdálenosti od velkých měst.
- informační tabule podél turistických tras,
- vybudování více odpadkových košů v blízkosti památek,
- zvýšení pokut za znečišťování krajiny a větší dozor,
- kvalitní tvorba marketingu a podpora certifikace.



## 5 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo přiblížení problematiky udržitelného a odpovědného rozvoje destinace cestovního ruchu, analýza cestovatelského chování ve spojitosti s udržitelností a návrhy na zlepšení aktuální situace.

První část práce zahrnuje teoretický přehled, který je postaven na rozboru odborné literatury, ať knižní či internetové, od předních autorů z tohoto odvětví. Hlavními tématy, které teoretická část diskutuje, jsou cestovní ruch, udržitelnost a udržitelný rozvoj destinace. V praktické části se nachází strukturované rozhovory se dvěma předními odborníky cestovního ruchu, zhodnocení situace týkající se ochrany přírody v ČR a dotazníkové šetření.

Dotazníkového šetření se účastnilo 339 respondentů, mezi nimiž bylo 65 % žen a 35 % mužů. Nejvíce byli zastoupeni studenti ve věku 19 až 26 let, což je ovlivněno i tím, že velká část dotazování probíhala přes sociální sítě. Z výsledků výzkumu je zřejmé, že naprostá většina respondentů se snaží cestovat udržitelně. Celkem 98 % respektuje místní obyvatele, jejich kulturu, zvyky a tradice. Majoritní část účastníků dotazování zastává názor, že cestuje odpovědně, v destinaci udržuje čistotu a snaží se neplýtvat energiemi a vodou.

Při udržitelném rozvoji destinace stojí na důležité pozici místní obyvatelstvo. To by mělo získat největší benefity z cestovního ruchu v dané oblasti. Způsobem podpory může být například nakupování lokálních výrobků od malých producentů nebo využívání ubytovacích, stravovacích či průvodcovských služeb přímo od místních obyvatel. Výsledky výzkumu ukazují, že většina dotazovaných lokální obyvatelstvo podporuje.

Česká republika se snaží o ochranu přírody, živočichů i památek, avšak povědomí o udržitelnosti a odpovědnosti, které by mohlo zajistit větší udržitelný rozvoj destinací, je mezi českými občany nízké. Návrhová část práce obsahuje způsoby, jak povědomí veřejnosti zvýšit. Možnými alternativami uvedenými v návrhové části jsou rodinná hra, odborný časopis a webové stránky. Hra mimo povědomí cílí i na samotné aktivní zapojení občanů do udržitelného rozvoje destinací formou zábavné týmové soutěže. Ta soutěžícím přinese nejen zajímavé ceny, ale především čistou krajinu a okolí turistických atraktivit.

Vzhledem k tomu, že turisté jsou pouze jedním ze subjektů, které v destinaci působí, tak pro její rozvoj je nutné zaměřit snahy širěji. Jako další možností zlepšení situace by mohl být například vhodný marketing ze strany státu a organizací cestovního ruchu, které

by se zaměřily na udržitelné chování ubytovacích a stravovacích zařízení. Je důležité dbát i na problematiku plýtvání zdrojů a vody, třídění odpadů, ochranu druhů, certifikaci, bio a eko produkty, jejichž produkce nezatěžuje přírodu, nebo na vandalismus a znečišťování přírodních a kulturních památek.

Aby byl rozvoj destinace cestovního ruchu udržitelný je nutné zajistit kvalitní destinační management, efektivní komunikaci a kooperaci všech subjektů, jsme v tom všichni společně.

#### Klíčová slova

Udržitelnost, odpovědnost, udržitelný cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch, udržitelný rozvoj destinace, ochrana životního prostředí.

## **I. Summary and keywords**

The aim of this diploma thesis was to approach the issue of sustainable and responsible development of tourism destination, analysis of travel behaviour in connection with sustainability and responsibility, and suggestions for improving of the situation.

The first part of the thesis contains theoretical overview, based on the analysis of professional literature. Main topics discussed in the theoretical part are tourism, sustainable and responsible destination development. The practical part includes two interviews with experts from tourism, evaluation of the situation in the Czech Republic regarding to a nature protection and a questionnaire survey.

339 respondents took part of the questionnaire survey, 65 percent women and 35 percent men. Most of participants ranged in the age from 19 to 26 years. The reason could be an online survey through social networks. Based on the results, most of the respondents try to travel responsible and sustainable. 98 % of respondents respect locals, their traditions, and customs. Most survey participants keep the tourism destination clean and try to save energy and water.

Local inhabitants are very important, and they should obtain the biggest profit and benefits from the tourism in the destination. One way to support local people could be to buy local goods from small producers or use local accommodation, guide, and catering services. Most of the respondents support local inhabitants.

The Czech Republic tries to protect nature, animals, and sights, but the sustainability awareness, which could help to the destination developing, is low. Part of suggestions contains ways how to increase the sustainability awareness. Possibilities are family competition, websites, and professional magazine. The competition targets to active participation of citizens in the sustainable and responsible development in the form of a fun team competition. It will bring not only interesting prices, but also a clean landscape, and surroundings of the tourism attractions.

Tourists are not the only important subject in the tourism destination. There must be other options how to increase the sustainable a responsible development. For example: an appropriate marketing by the state and tourism organizations, which could focus on behaviour of accommodation and catering facilities. It is also important to pay attention to the issues of waste of resources and water, waste sorting, species protection,

certification, organic and ecological products, vandalism, and pollution of natural and cultural monuments.

In order the development of a tourism destination to be sustainable and responsible, the quality destination management, effective communication and cooperation of all subjects have to ensure, we are all in this together.

Keywords

Responsibility, sustainability, responsible tourism, sustainable tourism, sustainable development of tourism destination, environmental protection

## II. Seznam literatury

### Knižní zdroje

Bělohávek, F., Košťan, P. & Šuleř, O. (2001). *Management*. Oloumouc: Rubico.

Boruta, T. (2007). *Management a marketing destinace cestovního ruchu*. Ostrava: Ostravská univerzita.

Cohen, E. (1979). *Towards a Sociology of International Tourism*. New York: New School for Social Research.

Coltman, M., M. (1989). *Tourism Marketing*. Madison: Wisconsinská univerzita, Van Nostrand Reinhold.

Coppock, J., T. (1966). *Recreational in the Countryside – a Spatial Analysis*. London: MacMillan.

Dowling, R. (2013). *Global Geotourism – An Emerging Form of Sustainable Tourism*. Australia: Edith Cowan University.

Doxey, G., V., A. (1975). *A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants. Methodology and Research Inference*. San Diego: Travel Research Association Conference.

Evropská komise (2016). *The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Foret, M. & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.

Galvasová, I., Binek, J., Holeček J. & kol, (2008). *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.

Hesková, M. & kol. (2011). *Cestovní ruch. Pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.

Holešinská, A. (2007). *Destinační management, aneb, Jak řídit turistickou destinaci*. Brno: Masarykova univerzita.

Honey, M. & Rome, A. (2001). *Protecting Paradise – Certification Programs for Sustainable Tourism and Ecotourism*. Washington D.C.: Institute for Policy Studies.

Horáková, H. & Fialová, D. (2014). *Transformace venkova: turismus jako forma rozvoje*. Plzeň: Nakladatelství Aleš Čeněk.

Horner, S. & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada.

- Huba, M. & kol. (2000). *Indikátory trvalo udržateľného rozvoje miest*. Košice: Spoločnosť pro trvale udržateľný rozvoj.
- Christaller, W. (1963). *Some Considerations of Tourism Locations in Europe. The Pperipheral Regiona – Under-Developed Countries – Recreation Areas*. Regional Science Association Papers.
- Jakubíková, D. (2001). *Marketingový management turistické destinace*. Ostrava: In region, služby, cestovní ruch. Sborník přednášek.
- James, P., Magee, L., Scerri, A. & Steger, M., B. (2015). *Urban Sustainability in Theory and Practice*. London: Routledge – Taylor & Francis.
- Ježek, J. (2008). *Regionální management aneb jak efektivně řídit regionální rozvoj?* Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Kiráľ'ová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha Ekopress.
- Koontz, H. & Weihrich, H. (1993). *Management*. Praha: Victoria Publishing.
- Kopšo, E., Baxa, Š. & Gúčik M. (1979). *Ekonomika cestovného ruchu: Národohospodárske otázky*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.
- Kurková, M. (2003). *Jezdecký sport v České republice*. Praha: Česká jezdecká federace.
- Mihalič, T. (2006). *Tourism and its environments: ecological, economic and political sustainability issues*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Nárt, L. (2005). *Rozvoj trvale neudržiteľný*. Praha: Karolinum.
- Nath, B., Hens, L. & Devuyst, D. (1996). *Sustainable development*. Brusel: VUB Press.
- Němčanský, M. (1996). *Agroturistika*. Opava: Slezská univerzita.
- Nováček, P. (2011). *Udržiteľný rozvoj*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Pásková, M. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Pásková, M. (2009). *Udržiteľnosť rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Pásková, M. (2012). *Environmentalistika cestovního ruchu*. Czech Journal of Tourism, 1 (2), 77-113.
- Perdue, R. (2004). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*. Wallingford: CABI Publishing.

- Plzáková, L. & Studnička, P. (2014). *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost*. Praha: CzechTourism.
- Rumpel, P. (2002). *Inovativní koncepty v socioekonomickém rozvoji územních jednotek*. Ostrava: Oftis.
- Ryan, Ch. (1991). *Recreation Tourism – a Social Science Perspective*. Londýn: Routledge – Taylor & Francis.
- Ryglová, K., Burian, M. & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Shaw, G. & Williams, A, M. (2002). *Critical Issues in Tourism: a Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Smith, S., L., J. (1990). *A test of Plog's Allocentric/Psychocentric Model: Evidence from Seven Nations*. London: Sage Publications.
- Strečková, Y. (2004). *Řízení a rozhodování ve veřejném sektoru. Teze k vybraným problémům*. Brno: Masarykova univerzita.
- Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press
- Sysel, J. (2002). *Kategorizace cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Vysoká škola hotelová.
- Townsend, C., Begon, M. & Harper, J., L. (2010). *Základy ekologie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- UNWTO (1998). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Madrid: World Tourism Organisation.
- WTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid, Spain.
- Závodná, L., S. (2015). *Udržitelný cestovní ruch: principy certifikace a měření*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Zelenka, J. & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu. Druhé vydání*. Praha: Linde.
- Zelenka, J. (2007). *Marketing cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Zelenka, J., Těšitel J., Pásková, M. & Kušová, D. (2013). *Udržitelný cestovní ruch: management cestovního ruchu v chráněných územích*. Hradec Králové: Gaudeamus.

## Internetové zdroje

AOPK ČR (2006). *Co je Natura 2000*. Dostupné z <http://www.nature.cz/natura2000-design3/sub-text.php?id=2102>

Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*. Dostupné z [https://www.academia.edu/164837/Marketing\\_the\\_competitive\\_destination\\_of\\_the\\_future](https://www.academia.edu/164837/Marketing_the_competitive_destination_of_the_future)

CENIA (2021). *Informační systémy EIA a SEA*. Dostupné z <https://www.cenia.cz/odborna-podpora/eiasea/informacni-systemy-eia-a-sea/>

ČSÚ (2021). *Ekonomika cestovního ruchu v České republice*. Dostupné z [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)

Denios.cz (2020). *Čištění a likvidace*. Dostupné z <https://www.denios.cz/shop/cisteni-a-likvidace/>

EUR-Lex (2008). *SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2008/105/ES*. Dostupné z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32008L0105>

Evropský sociální fond (2020). *Zásady efektivní komunikace*. Dostupné z <http://skolicistredisko.net/zasady-efektivni-komunikace>

Fakulta informatiky a managementu, UHK (2020). *Komunitní cestovní ruch*. Dostupné z <https://fim2.uhk.cz/wikicr/>

Global Ecolabelling Network (2004). *Intro to Ecolabelling*. Dostupné z [http://www.globalecolabelling.net/docs/documents/intro\\_to\\_ecolabelling.pdf](http://www.globalecolabelling.net/docs/documents/intro_to_ecolabelling.pdf)

Gomez, T. (2020). *What is responsible tourism and why is it important?* Dostupné z <https://broganabroad.com/what-is-responsible-tourism/>

Green Tourism (2016). *Green labels*. Dostupné z <http://www.greentourism.eu/en/GreenLabel/IndexPublic>

Hybridniaplikace.cz (2020). *Hybridní aplikace*. Dostupné z <https://www.hybridniaplikace.cz/>

Iuridictum (2013). *Právní odpovědnost*. Dostupné z <https://iuridictum.pecina.cz/w/Odpov%C4%9Bdnost>

Management Mania (2018). *Odpovědnost*. Dostupné z <https://managementmania.com/cs/odpovednost>

MMR (2008). *Cestovní ruch*. Dostupné z <http://www.mmr.cz/cestovni-ruch>



MMR (2020). *Základní pojetí konceptu udržitelného rozvoje*. Dostupné z <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/informace,-aktuality,-seminare,-pracovni-skupiny/psur/uvodni-informace-o-udrzitelnem-rozvoji/zakladni-pojeti-konceptu-udrzitelneho-rozvoje>

MŽP (2020). *Kjótský protokol k Rámcové úmluvě OSN o změně klimatu*. Dostupné z [https://www.mzp.cz/cz/kjotsky\\_protokol](https://www.mzp.cz/cz/kjotsky_protokol)

MŽP (2020). *Úmluva o ochraně evropské fauny a flóry a přírodních stanovišť*. Dostupné z [https://www.mzp.cz/cz/bernska\\_umluva](https://www.mzp.cz/cz/bernska_umluva)

MŽP (2021). *EMAS*. Dostupné z <https://www.mzp.cz/cz/emas>

MŽP (2021). *Péče o přírodu a krajinu*. Dostupné z <https://www.casopis.ochranaprirody.cz/pece-o-prirodu-a-krajinu/soustava-narodnich-parku-v-cr/>

National Geographic (2015). *Geotourism*. Dostupné z <https://www.nationalgeographic.com/maps/geotourism/about/>

OSN (2015). *Úmluva o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví*. Dostupné z <https://www.osn.cz/knihovna/dokumenty/unesco/>

Phys.org (2018). *Can sustainable development co-exist with current economic growth*. Dostupné z <https://phys.org/news/2018-09-sustainable-co-exist-current-economic-growth.html>

Phys.org (2020). *Overconsumption and growth economy key drivers of environmental crises*. Dostupné z <https://phys.org/news/2020-06-overconsumption-growth-economy-key-drivers.html>

Step Eco-certification (2014). *Step Eco-Certification standard*. Dostupné z <http://sustainabletravel.org/program/step-eco-certification-standard/>

Tiskem.cz (2020). *Výroba placek a buttonů*. Dostupné z <https://www.tiskem.cz/nejcasteji-zadane-produkty/placky-buttony/>

UNEP (2008). *Ecotourism*. Dostupné z <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency>

Vinventions (2020). *Building a Sustainable Future*. Dostupné z <https://www.vinventions.com/en-gb/sustainability>

ŽP Jihočeského kraje (2008). *Koncepce ochrany přírody a krajiny Jihočeského kraje*. Dostupné z <https://zp.kraj-jihocesky.cz/koncepce-.html>

### III. Seznam obrázků

Obrázek 1 Ekonomický význam cestovního ruchu v ČR za rok 2019 .....	9
Obrázek 2 Základní pilíře udržitelného a odpovědného rozvoje .....	11
Obrázek 3 Komunitní cestovní ruch .....	17
Obrázek 4 Proces řízení .....	25
Obrázek 5 Logo EMAS.....	33
Obrázek 6 Logo EU Ecolabel .....	33
Obrázek 7 Loga environmentálně šetrných programů .....	34
Obrázek 8 Mapa NP a CHKO .....	42
Obrázek 9 Zvláště chráněná území Jihočeského kraje.....	43
Obrázek 10 Odznak Green Future.....	67
Obrázek 11 Návrh aplikace Green Future.....	68
Obrázek 12 Návrh webových stránek .....	71
Obrázek 13 Návrh odborného časopisu .....	72

#### **IV. Seznam tabulek**

Tabulka 1 Exaktní testy závislosti ochoty udržování památek na soc. statusu.....	61
Tabulka 2 Závislost respektování místních na pohlaví respondentů .....	62
Tabulka 3 chí-kvadrát test závislosti.....	62
Tabulka 4 Závislost podpory místních produktů na vzdělání .....	63
Tabulka 5 Chí-kvadrát test závislosti podpory místních produktů na vzdělání.....	64
Tabulka 6 Chí-kvadrát test závislost podpory ekologických forem CR na věku.....	65
Tabulka 7 Testování závislosti podpory ekologických forem CR na věku .....	65
Tabulka 8 Náklady na mobilní aplikaci .....	69
Tabulka 9 Náklady na výhry .....	69
Tabulka 10 Ostatní náklady .....	70

## V. Seznam grafů

Graf 1 Pohlaví respondentů.....	44
Graf 2 Věková struktura respondentů .....	45
Graf 3 Bydliště respondentů .....	45
Graf 4 Bydliště respondentů ČR mimo Jihočeský kraj .....	46
Graf 5 Bydliště zahraničních respondentů .....	46
Graf 6 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	47
Graf 7 Socioekonomický status respondentů.....	47
Graf 8 Význam udržitelného a odpovědného cestovní ruchu .....	48
Graf 9 Zdroj informací udržitelném a odpovědném cestovním ruchu.....	49
Graf 10 Odpovědné cestování.....	49
Graf 11 Environmentálně šetrné chování.....	50
Graf 12 Podpora místních obyvatel.....	51
Graf 13 Využívání eko-farem .....	51
Graf 14 Časová náročnost plánování udržitelného cestování .....	52
Graf 15 Finanční náročnost udržitelného cestování.....	52
Graf 16 Způsob dopravy .....	53
Graf 17 Ochota účastnit se dobrovolného úklidu nebo údržby památek .....	53
Graf 18 Nejdůležitější negativní vlivy působící na udržitelnost.....	54
Graf 19 Nejdůležitější pozitivní vlivy působící na udržitelnost.....	54
Graf 20 Znalost institucí nebo projektů v oblasti udržitelného cestovního ruchu .....	55
Graf 21 Podporují jiné země udržitelnost více než ČR.....	56
Graf 22 Podpora udržitelnosti jiných zemí .....	56
Graf 23 Povědomí o pojmu Greenwashing a EU label .....	57
Graf 24 Vliv koronavirové krize na udržitelný rozvoj.....	57
Graf 25 Závislost respektování místních na pohlaví respondentů .....	63
Graf 26 Závislost podpory nákupu lokálních produktů na vzdělání respondentů .....	64

## **VI. Seznam příloh**

Příloha č. 1 Dotazník česká verze

## VIII. Přílohy

### Příloha 1 Dotazník

#### Dotazník

Dobrý den,

mé jméno je Veronika Kudláčková a jsem studentkou Ekonomické fakulty na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. V rámci své diplomové práce bych Vás chtěla požádat o zodpovězení několika otázek týkajících se udržitelnosti a odpovědnosti rozvoje destinace cestovního ruchu. Dotazník je anonymní a zabere pouze pár minut. Děkuji za Vaše odpovědi a Váš čas.

1. Co podle Vás znamená udržitelný a odpovědný cestovní ruch? (i více možností)
  - a. Ochrana životního prostředí
  - b. Ochrana tradic a zvyků místních komunit
  - c. Ekonomická podpora subjektů cestovního ruchu
  - d. Ochrana zvěře
  - e. Cestování pěšky
  - f. Nic z výše uvedeného
  - g. Jiné: ...
  
2. Z jakého zdroje pocházejí Vaše informace o udržitelném a odpovědném cestovním ruchu? (i více možností)
  - a. Škola
  - b. Rodina
  - c. Přátelé
  - d. Média (internet, TV, radio, ...)
  - e. Zaměstnání
  - f. Jiné: ...
  
3. Cestujete podle Vás odpovědně?
  - a. Ano
  - b. Ne
  
4. Ohodnoťte následující tvrzení „Podporuji ekologické formy cestování“
  - a. Zcela souhlasím
  - b. Spíše souhlasím
  - c. Nevím
  - d. Spíše nesouhlasím
  - e. Zcela nesouhlasím

5. Ohodnořte následující tvrzení „Respektuji lokální kulturu, obyvatele, jejich zvyky a tradice“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím
6. Ohodnořte následující tvrzení „Neplýtvám energiemi a vodou (v destinacích)“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím
7. Ohodnořte následující tvrzení „Udržuji čistotu na navštívených místech“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím
8. Ohodnořte následující tvrzení „Nakupuji místní produkty od malých producentů“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím
9. Ohodnořte následující tvrzení „Využívám ubytování a stravování u místních obyvatel“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím
10. Ohodnořte následující tvrzení „Využívám ubytování a stravování na ekofarmách“
- Zcela souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Zcela nesouhlasím

11. Plánování udržitelného cestování je podle Vás:
- Velmi časově náročné
  - Průměrně časově náročné
  - Málo časově náročné
  - Časově nenáročné
12. Udržitelné cestování je podle Vás:
- Velmi finančně náročné
  - Stejně finančně náročné jako jiné formy cestování
  - Málo finančně náročné
  - Finančně nenáročné
13. Jakým způsobem nejčastěji cestujete?
- Autem
  - Autobusem
  - Vlakem
  - MHD
  - Na kole/koloběžce
  - Lodí
  - Pěšky
  - Jiné: ...
14. Byli byste ochotni účastnit se dobrovolného uklízení/údržby historických či přírodních památek?
- Ano
  - Ne
    - Proč?
  - Nevím
15. Jaké jsou podle Vás nejdůležitější negativní vlivy působící na udržitelnost cestovního ruchu? (možné i více odpovědí)
- Hluk
  - Znečištění
  - Plytvání zdroji
  - Kriminalita
  - Nedostatek financí
  - Neúcta k místním lidem
  - Žádné z výše uvedených
  - Jiné: ...
16. Jaké jsou podle Vás nejdůležitější pozitivní vlivy působící na udržitelnost cestovního ruchu? (možné i více odpovědí)
- Stavba ekologických budov
  - Využívání MHD
  - Využívání obnovitelných zdrojů energie



- d. Ekonomická podpora subjektů cestovního ruchu
- e. Žádné z výše uvedených
- f. Jiné: ...

17. Znáte nějakou instituci zabývající se udržitelným a odpovědným cestovním ruchem?

- a. Ano
  - i. Jakou?
- b. Ne

18. Víte o nějakém projektu podporující udržitelnost rozvoje CR?

- a. Ano
  - i. O jakém?
- b. Ne

19. Myslíte si, že se Česká republika dostatečně podporuje udržitelný a odpovědný rozvoj CR (cestovního ruchu)?

- a. Ano
- b. Ne
- c. Nevím

20. Myslíte si, že jiné země podporují udržitelný rozvoj CR více?

- a. Ano
  - i. Jaké?
- b. Ne
- c. Nevím

21. Znáte pojem Greenwashing?

- a. Ano
  - i. vysvětlete
- b. Ne
- c. Pouze jsem o něm slyšel, ale nevím, co znamená
- d. Jiné: ...

22. Znáte pojem EU label?

- a. Ano
  - i. vysvětlete
- b. Ne
- c. Pouze jsem o něm slyšel, ale nevím, co znamená
- d. Jiné: ...

23. Jak myslíte, že koronavirová krize ovlivní udržitelný rozvoj cestovního ruchu?

- a. Neovlivní
- b. Zvýší rozvoj udržitelnosti CR

- c. Sníží rozvoj udržitelnosti CR
- d. Nevím
- e. Jiné: ...

24. Pohlaví respondenta

- a. Žena
- b. Muž

25. Do jaké věkové kategorie patříte?

- a. Do 18
- b. 19-26
- c. 27-40
- d. 41-55
- e. 56-65
- f. 66 a více

26. Odkud jste?

27. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a. Základní
- b. Středoškolské bez maturity
- c. Středoškolské s maturitou
- d. Vyšší odborné
- e. Vysokoškolské

28. Co v současnosti děláte?

- a. Studuji
- b. Jsem zaměstnaný
- c. Jsem OSVČ
- d. Jsem na rodičovské dovolené
- e. Jsem v důchodu
- f. Jsem nezaměstnaný

29. Máte-li nějaký nápad či připomínku k tématu, tak zde máte prostor se vyjádřit.