



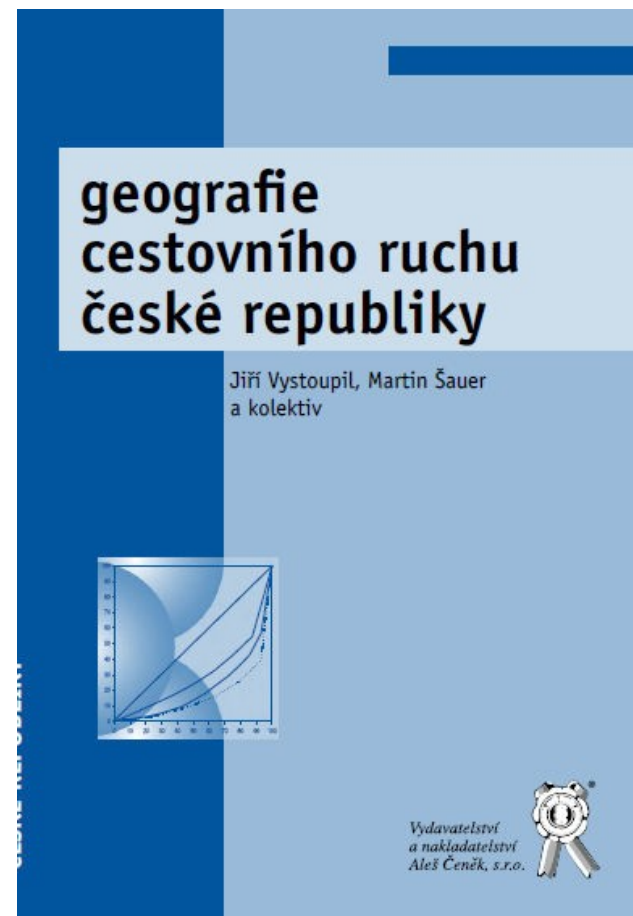
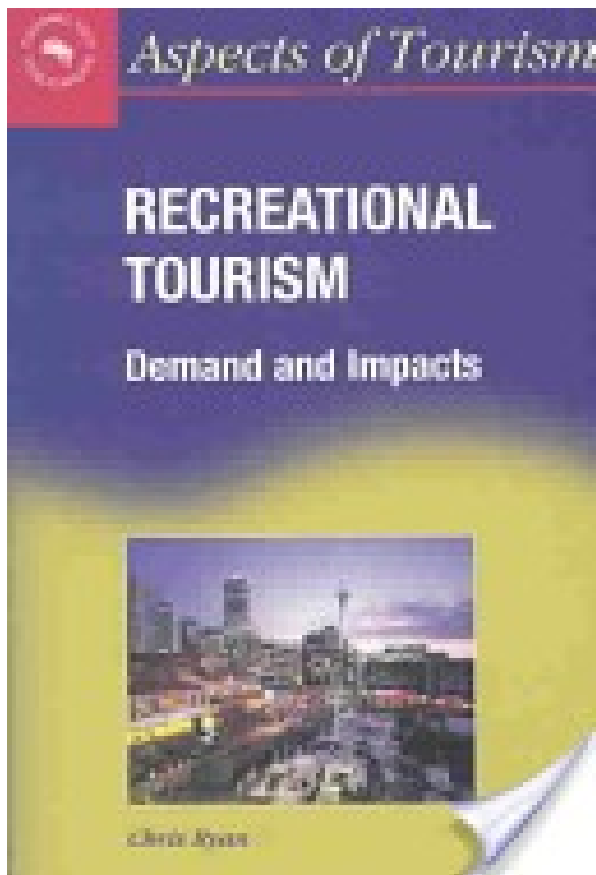
Selektivní předpoklady

Ing. Martin Šauer, Ph.D.

[POT]

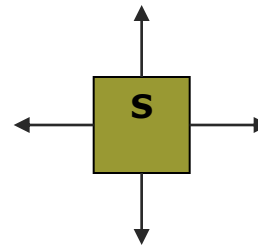
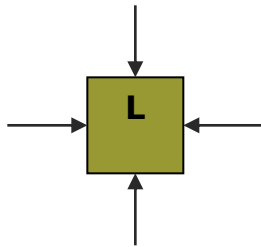
- Vypracovat 3 strany textu založeného na vybraném článku
 - Murray, G.: Constructing Paradise: The Impacts of Big Tourism in Mexico. *Coastal Management*, 35:339–355, 2007
 - Russo, P. A. (2001): The “vicious circle” of tourism development in heritage cities, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 165-182, 2002
 - Barker, L. M. (1982): Traditional Landscape and Mass Tourism in the Alps. *Geographical Review*, Vol. 72, No. 4 (Oct., 1982), pp. 395-415
- Text bude obsahovat
 - Charakteristiku problému
 - Cíl příspěvku
 - Výstupy článku – v čem spočívá přínos, na co autor upozorňuje, ...
- Vložit do odevzdávárny – před zkouškou

[Studijní materiály]



[Prostorový model (Mariot)]

- Lokalizační a selektivní předpoklady tvoří v prostoru 2 póly rozdílného (protikladného) charakteru



- Realizační faktory – umožňují vlastní uskutečnění CR, nemají však již potenciální (pólový) charakter



[Selektivní předpoklady]

- Týkají se intenzity účasti obyvatelstva na cestovním ruchu
- Dokumentují způsobilost obyvatelstva účastnit se cestovního ruchu
- Zatím se jim věnuje méně pozornosti, protože se vyskytují mimo oblasti cestovního ruchu
- Existují 3 skupiny předpokladů:
 - Urbanizační
 - Demografické
 - Socioekonomické
 - Politické

[Urbanizační faktory]

- Existuje úměra mezi stupněm urbanizace a účastí na cestovním ruchu
 - Řádová velikost města
 - Socioekonomická struktura a funkce města
 - Urbanistický charakter města
- S růstem urbanizačních procesů roste i sklon k účasti na cestovním ruchu

[Typy poptávky]

- Aktuální (effective)
 - celkový počet návštěvníků v dané lokalitě
- Potlačená poptávky:
 - Potenciální – okolnosti (např. výše příjmů, individuální charakteristiky) neumožňují realizovat cestu. Odstraněním bariér se stává aktuální poptávkou.
 - Odložená – způsobená problémy na straně nabídky
- Žádná poptávka
 - Vždy je část populace, která nechce cestovat

[Jiné přístupy]

Komponenty, které ovlivňují poptávku (Bukart, Medlik 1981):

- Motivace - osobní charakteristiky
- Determinanty – externí faktory, všeobecný charakter

Jiné členění (Ryan 2003, Agryl 1996, Hall a Page 2002):

- Ekonomické
- Sociální
- Psychologické

Ekonomické faktory

$$D_t = f(P_t, P_1, \dots, P_n, Y, T)$$

D_t = poptávka po cestovním ruchu

P_t = cena služeb v cestovním ruchu

$P_1 \dots P_n$ = cena ostatních statků a služeb

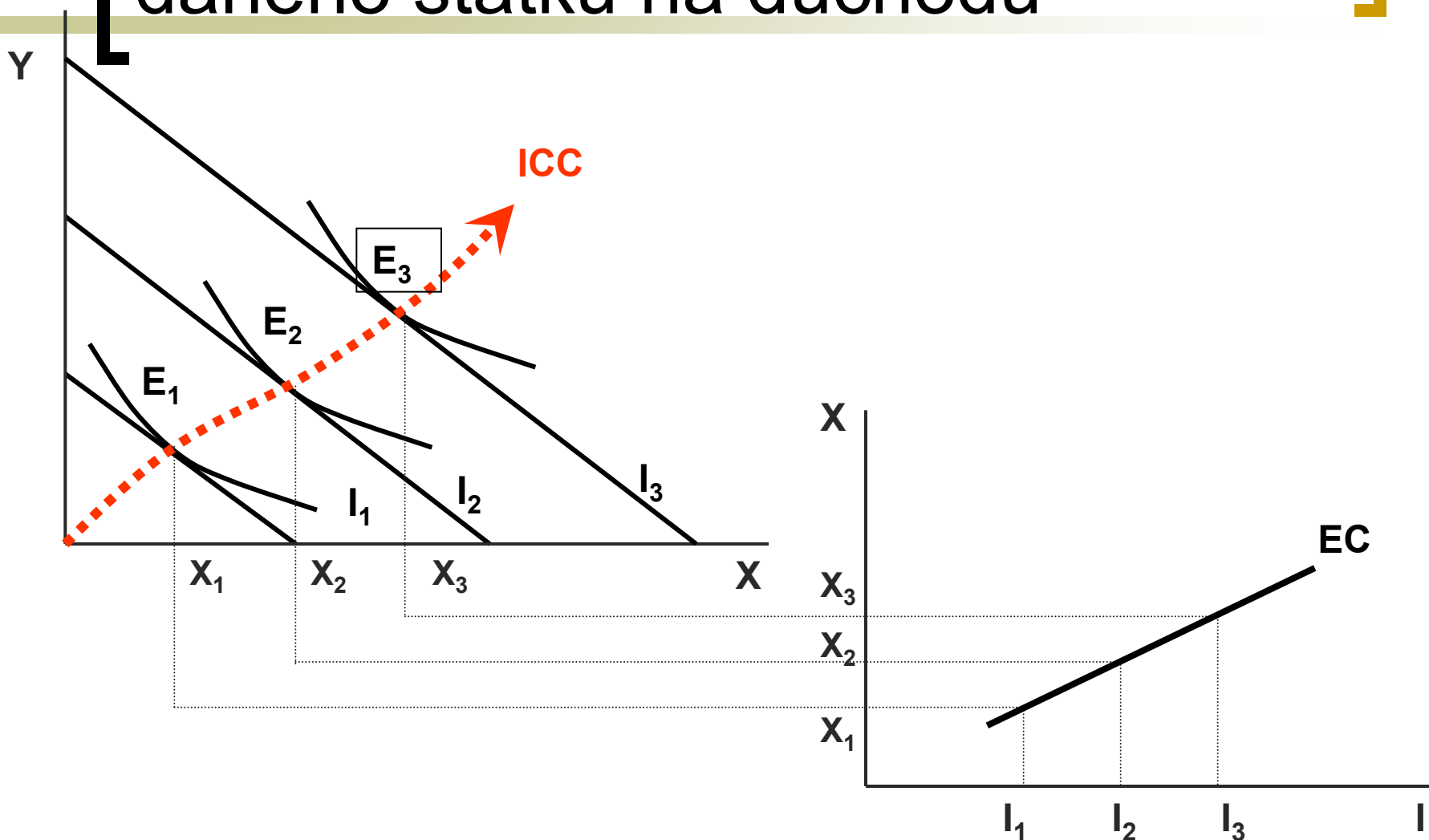
Y = příjem

T = vkus

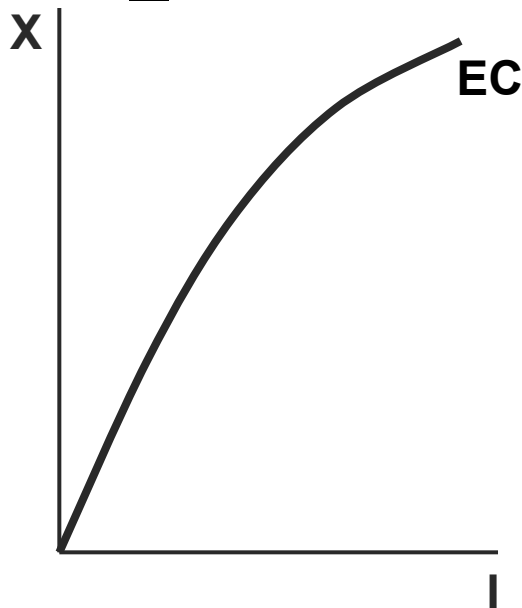
Vliv změny důchodu na poptávku

- důchodová spotřební křivka
- Engelova křivka a Engelova výdajová křivka
- důchodová elasticita poptávky a její charakteristika

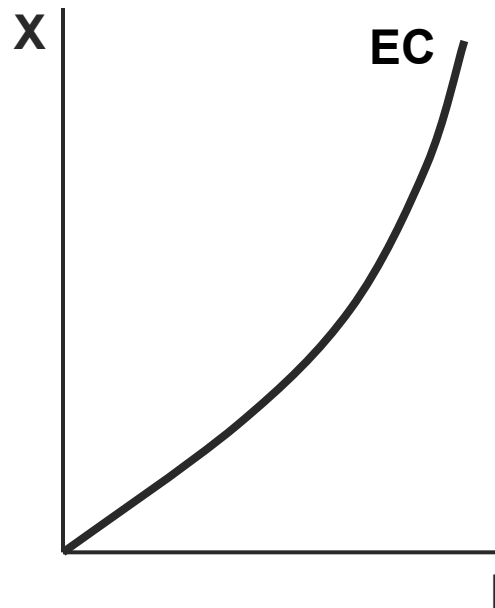
Závislost nakupovaného množství daného statku na důchodu



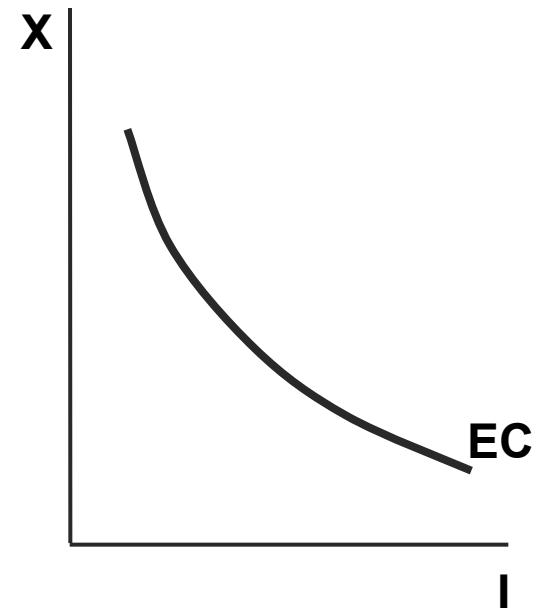
Engelova křivka pro nezbytný, luxusní a méněcenný statek



Statek X je nezbytný
- spotřeba roste pomaleji než důchod

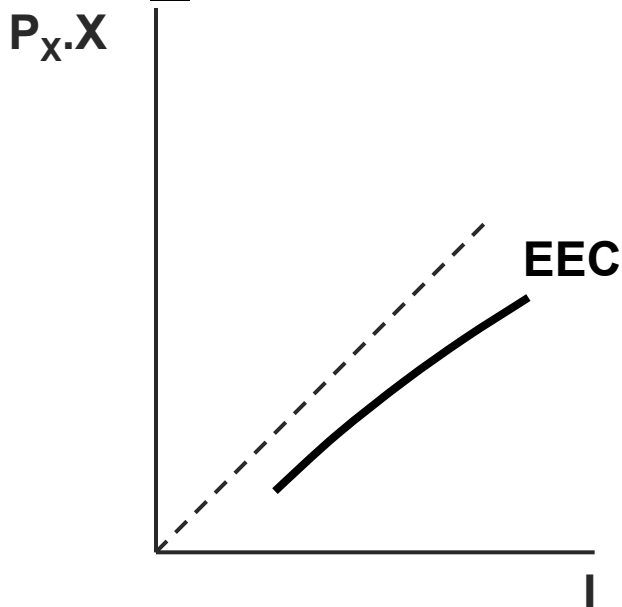


Statek X je luxusní -
spotřeba roste rychleji než důchod

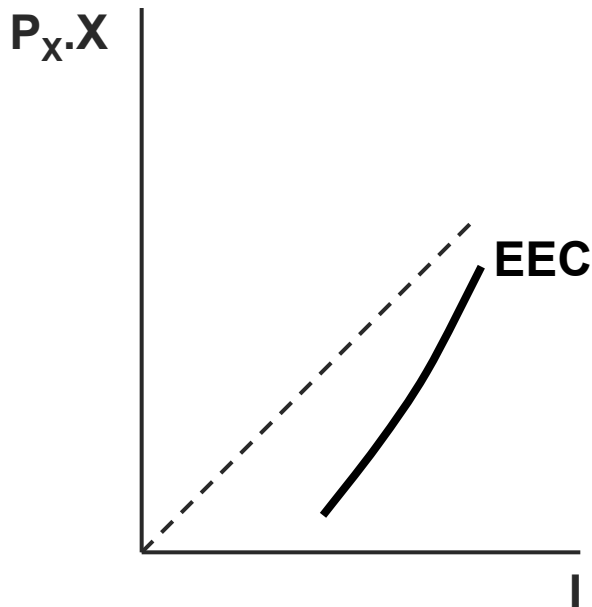


Statek X je méněcenný -
spotřeba s růstem důchodu klesá

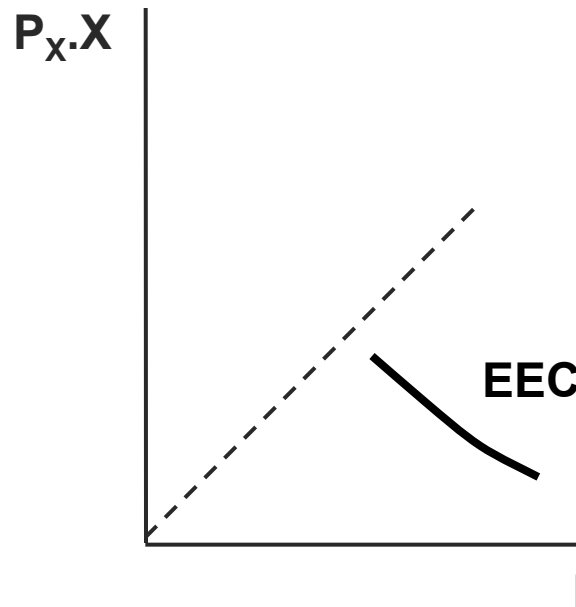
Engelova výdajová křivka pro nezbytný, luxusní a méněcenný statek



Statek X je nezbytný – výdaje na jeho spotřebu rostou pomaleji než důchod



Statek X je luxusní – výdaje na jeho spotřebu rostou rychleji než důchod



Statek X je méněcenný – výdaje na jeho spotřebu s růstem důchodu klesají

Důchodová elasticita

- Citlivost reakce spotřebitele v nakupovaném množství statku X na změnu důchodu
- Vyjadřuje procentní změnu poptávaného množství statku X ku procentní změně disponibilního důchodu spotřebitele

$$e_{ID} = (\Delta X/X)/(\Delta I/I) \text{ nebo } e_{ID} = (\partial X/\partial I/X/I)$$

$e_{ID} > 1$ směrem nahoru

$e_{ID} = 1$ nebo $e_{ID} < 1$ směrem dolů

Ekonomické faktory

Cenová elasticita

$$e_{PD} = (\Delta X / X) / (\Delta P_X / P_X) \text{ nebo } e_{PD} = (\partial X / \partial P_X) \cdot (X / P_X)$$

$e_{PD} < -1$, poptávka je elastická, cena se mění o menší procento než poptávané množství – vysoká citlivost na cenu

Křížová elasticita

$$E_{Q_x, P_y} = \frac{\partial Q_x}{\partial P_y} \cdot \frac{P_y}{Q_x}$$

- budeme zkoumat, jak ovlivní poptávku po statku X změna ceny statku Y, neboli
- co se bude dít se sledovaným statkem, změní-li se cena jeho substitutu nebo komplementu

Substituty – křížová elasticita je kladná – růst ceny substitutu vede k růstu poptávaného množství statku (služby), např. zájezdu

Komplementy - křížová elasticita je záporná, cena dopravy

Ekonomické faktory

Faktory ovlivňující cenovou hladinu:

- Směnné kursy
- Ceny nerostných surovin
- Úrokové míry

[Sociální faktory]

Volný čas

- Hypotéza trade-off mezi volným časem a prací
 - Substituční vztah
- Kompenzační přístup
 - Nuda a problémy každodenního života jsou vyvažovány bezstarostnou dovolenou
- Hypotéza spin-off
 - Komplementární vztah
- Neutrální přístup

[Trade off]

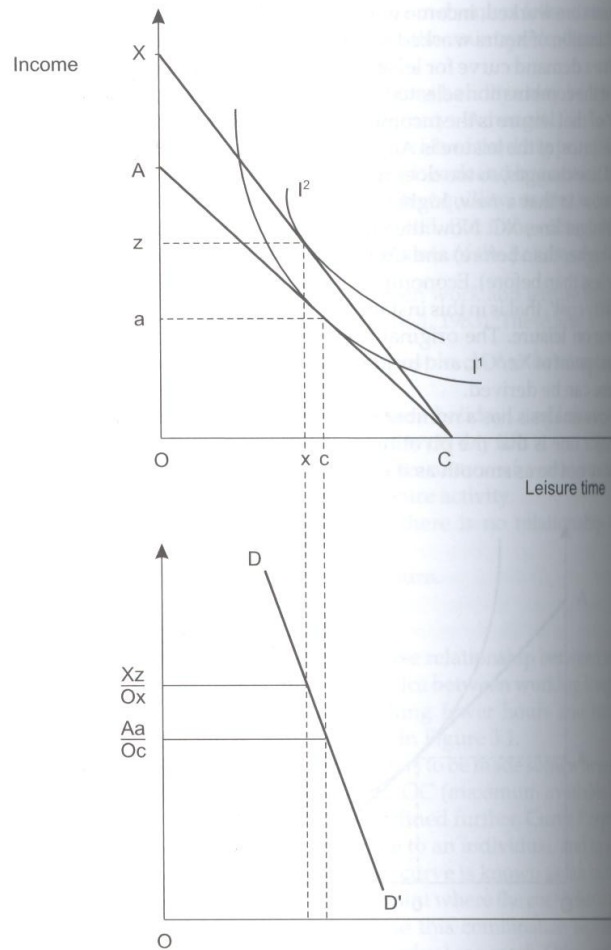


Figure 3.2 The derivation of a demand curve for leisure

[Sociální faktory]

Demografické změny:

- Stárnutí populace
- Tradiční model rodiny ztrácí svoji pozici (SINKS, DINKS)
- Ženy a cestovní ruch

[Psychologické faktory]

Motivace – proč lidé cestují?

- Maslowova hierarchie potřeb
- Inverze chování (Graburn)
- Model sociální psychologie cestovního ruchu (Iso-Ahola)
- Psychografický profil (Plog)
- Crandallův seznam motivací

Maslowova hierarchie potřeb

- 1954
- Hierarchické řazení potřeb člověka



Figure 2.2: Maslow's hierarchy of needs

Table 1:1 Examples of 'Inversions' in tourism

<i>Dimension</i>	<i>Continua</i>	<i>Tourist behavioural pattern</i>
Environment	Winter vs. summer Cold vs. warmth Crowds vs. isolation Modern vs. ancient Home vs. foreign	Tourists escape cooler latitudes in favour of warmer places. Urban people may seek the solitude of rural or remote places. Historic sites attract tourists who live in modern environments. Familiarity of the home replaced by the difference of a 'foreign' environment.
Lifestyle	Thrift vs. indulgence Affluence vs. simplicity Work vs. leisure	Expenditure increased on special events or purchases. Experiences selected to contrast routine of work with rewards of leisure.
Formality	Rigid vs. flexible Formal vs. informal Restriction vs. licence	Routines of normal time-keeping, dress codes and social behaviours replaced by contrasting patterns and practices based on flexibility and informality.
Health	Gluttony vs. diet Stress vs. tranquillity Sloth vs. exercise Age vs. rejuvenation	Tourists indulge through increased consumption. Relaxation sought as relief from routine stresses. Active holidays chosen as alternative to sedentary patterns in daily lives. Health spas and exercise used to counteract processes of ageing.

- Thrift x indulgence = šetření x utrácení
- Sloth = lenost

Personal escape

- To get away from my normal environment
- To have a change in pace from my everyday life
- To overcome a bad mood

Interpersonal escape

- To avoid people who annoy me
- To get away from a stressful social environment
- To avoid interactions with others

Personal seeking

- To tell others about my experiences
- To feel good about myself
- To experience new things by myself

Interpersonal seeking

- To be with people of similar interests
- To bring friends/family closer
- To meet new people

Model sociální psychologie cestovního

psychology of tourism

- 4 možnosti motivací, pozice se v čase u jednotlivce může měnit

		Seeking intrinsic rewards	
		Personal	Interpersonal
Escaping everyday environments	Personal environment	(1)	(2)
	Interpersonal environment	(3)	(4)

Source: Iso-Ahola (1982).

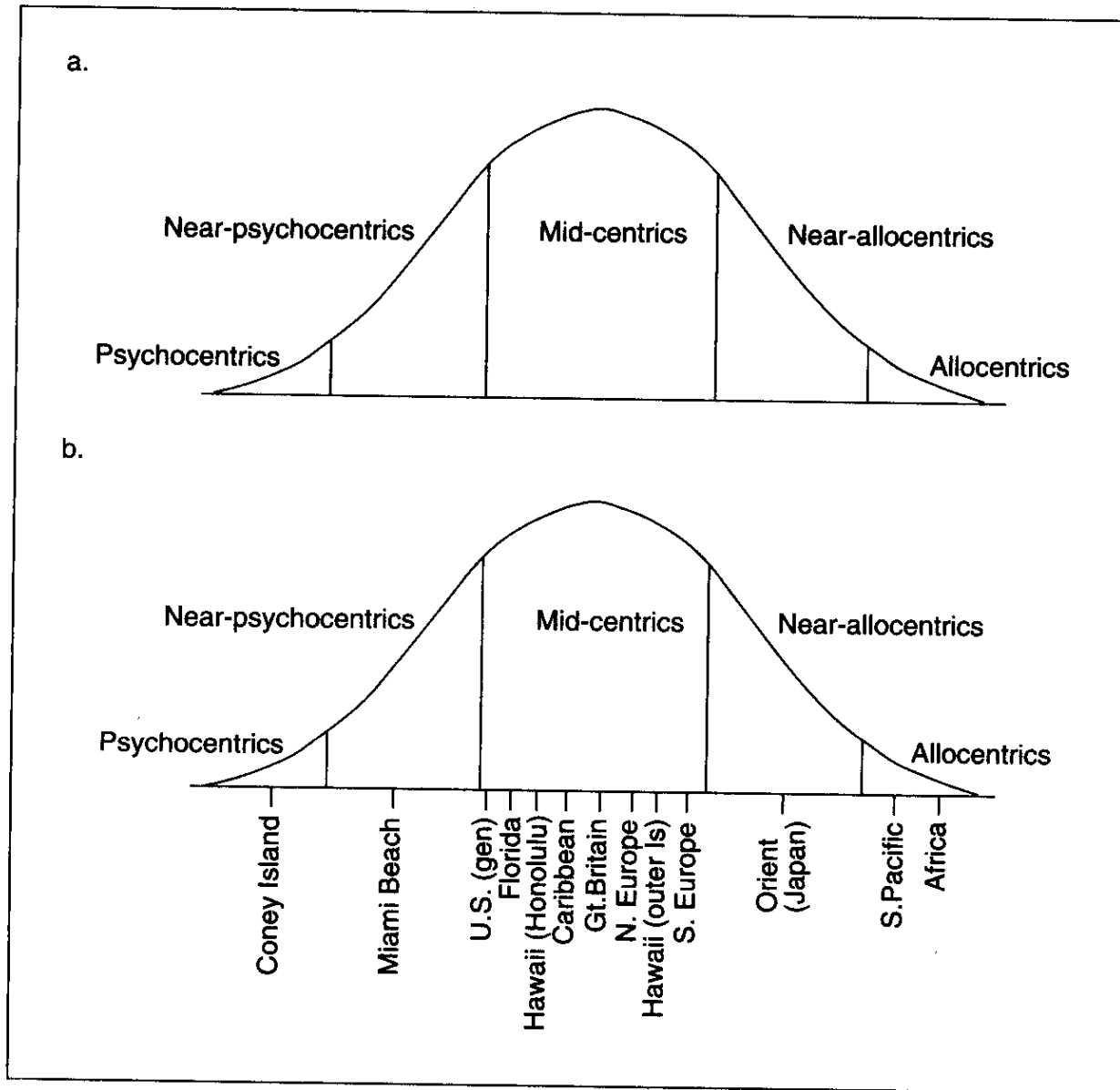
- (1) Egoismus, únik od zodpovědnosti
- (2) VFR
- (3) Prestiž, status
- (4) Potkávat nové osoby v nových místech

[Motivační teorie]

3. Psychografický profil (Plog)

- Založen na osobnostních charakteristikách jednotlivce
- Populace je rozdělena podle osobnostního kontinua: psychocentrici - allocentrici

Figure 1:3 Plog's psychographic tourist profile



Source: Plog (1974).

Crandallův seznam motivací

Table 2.1: Crandall's list of motivations

1	<i>ENJOYING NATURE, ESCAPING FROM CIVILISATION</i> To get away from civilisation for a while To be close to nature	10	<i>RECOGNITION, STATUS</i> To show others I could do it So others would think highly of me for doing it
2	<i>ESCAPE FROM ROUTINE AND RESPONSIBILITY</i> Change from my daily routine To get away from the responsibilities of my everyday life	11	<i>SOCIAL POWER</i> To have control over others To be in a position of authority
3	<i>PHYSICAL EXERCISE</i> For the exercise To keep in shape	12	<i>ALTRUISM</i> To help others
4	<i>CREATIVITY</i> To be creative	13	<i>STIMULUS SEEKING</i> For the excitement Because of the risks involved
5	<i>RELAXATION</i> To relax physically So my mind can slow down for a while	14	<i>SELF-ACTUALISATION (FEEDBACK, SELF-IMPROVEMENT, ABILITY UTILISATION)</i> Seeing the results of your efforts Using a variety of skills and talents
6	<i>SOCIAL CONTACT</i> So I could do things with my companions To get away from other people	15	<i>ACHIEVEMENT, CHALLENGE, COMPETITION</i> To develop my skills and ability Because of the competition To learn what I am capable of
7	<i>MEETING NEW PEOPLE</i> To talk to new and varied people To build friendships with new people	16	<i>KILLING TIME, AVOIDING BOREDOM</i> To keep busy To avoid boredom
8	<i>HETEROSEXUAL CONTACT</i> To be with people of the opposite sex To meet people of the opposite sex	17	<i>INTELLECTUAL AESTHETICISM</i> To use my mind To think about my personal values
9	<i>FAMILY CONTACT</i> To be away from the family for a while To help bring the family together more		