

Teoretické koncepty rozvoje cestovního ruchu

Martin Šauer

Modely

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

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Cohen (1979)

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

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Post-turista (Urry)

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

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

Autenticita a cestovní ruch



MATÚŠ KOŠÚT

Životní cyklus destinace

Typologie návštěvníků

Post-turista (Urry)

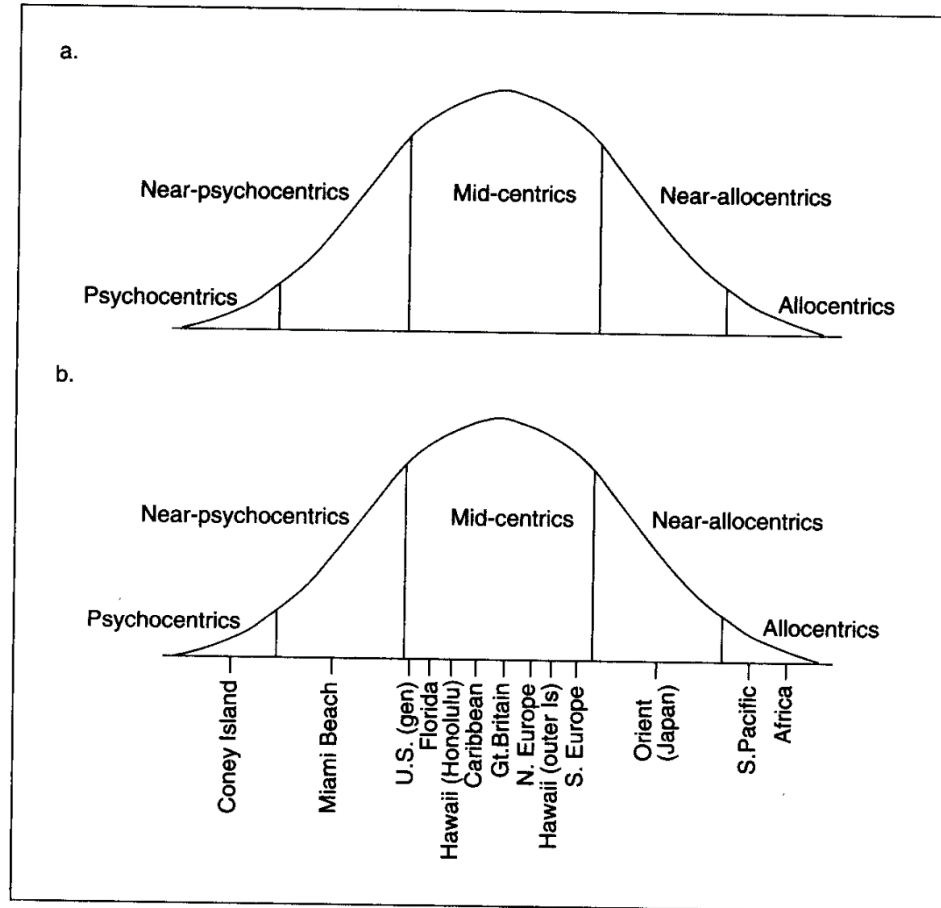
- Turista, který dává najevo, že neexistuje autentický turistický produkt,
- pokládá předstírané události za to, čím skutečně jsou.
- Cestovní ruch je pro něj hrou a on přestupuje z jedné kategorie turisty do druhé.
- Dnes se rozhodne pro objevování nových cest v necivilizované Papue Nové Guinei, příští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

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

Životní cyklus destinace - vstupy

Issues and approaches • 11

Figure 1:3 Plog's psychographic tourist profile



Source: Plog (1974).

Životní cyklus destinace - vstupy

Iritační index (Doxey, 1975)

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

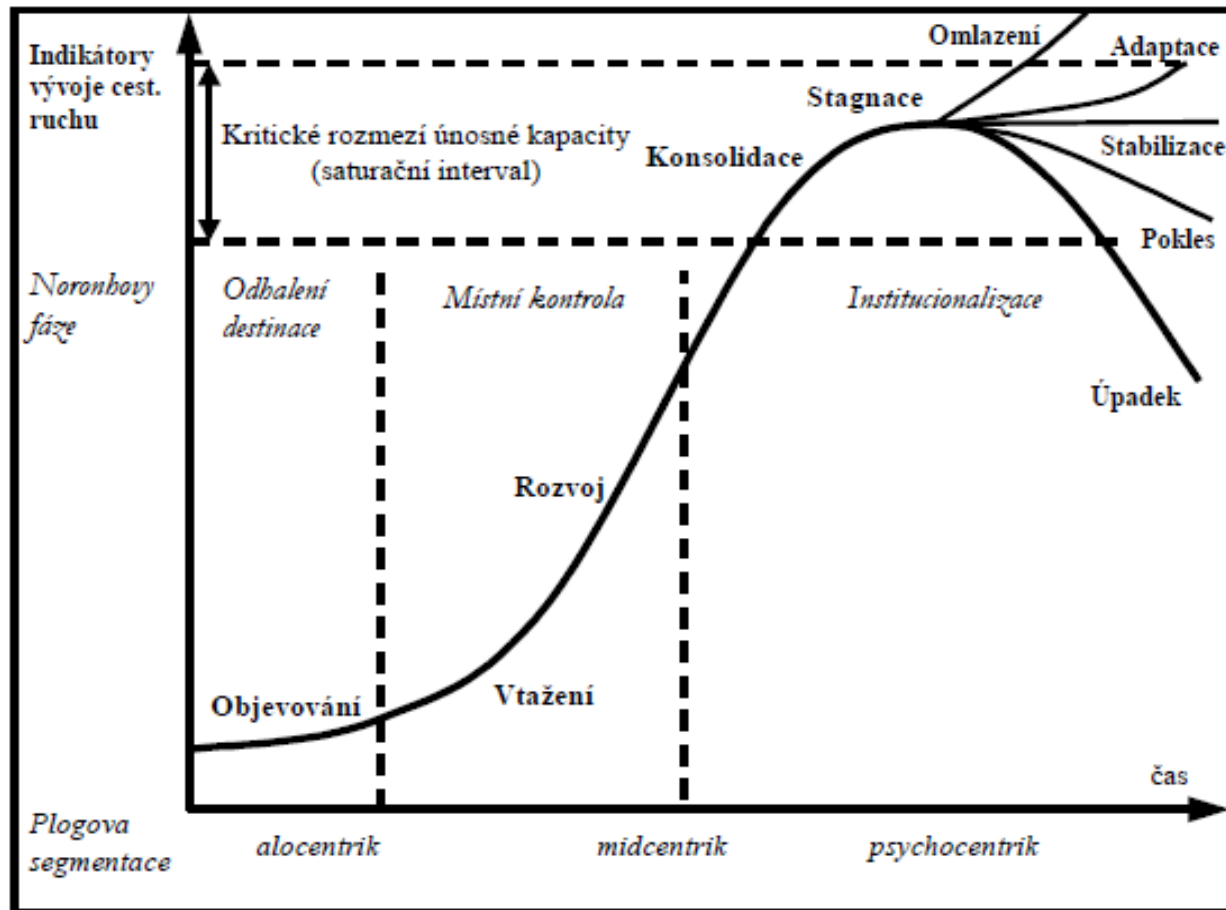
Příčemž residenti prochází čtyřmi stádii:

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

Únosná kapacita území - vstupy

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

Životní cyklus destinace



I. Fáze - Objevování

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



MUNI
ECON









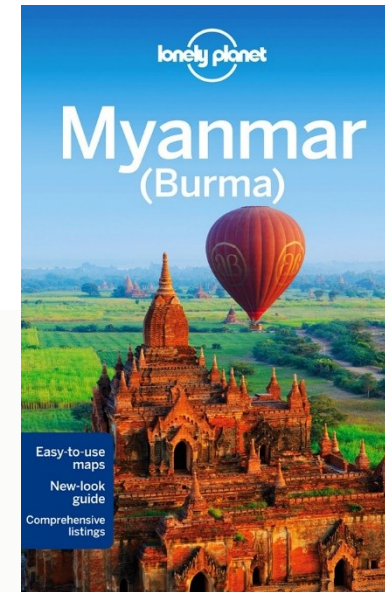


II. Fáze - Vtažení

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

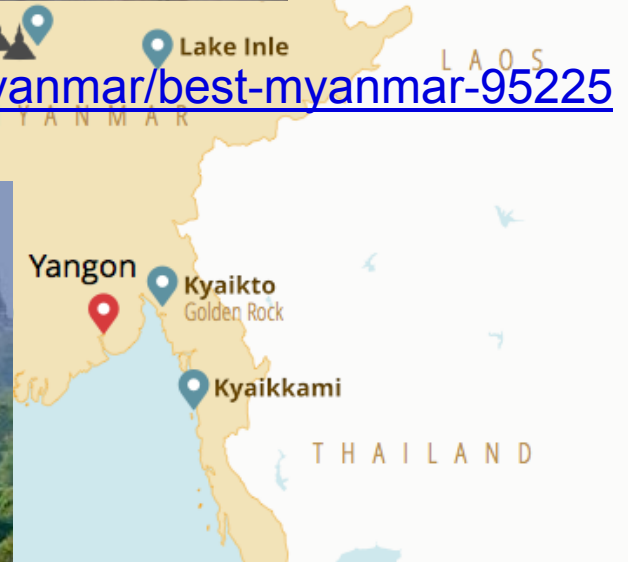


VE GONG / PHO / AFP / GETTY IMAGES



CHINA

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



III. Fáze - Rozvoj

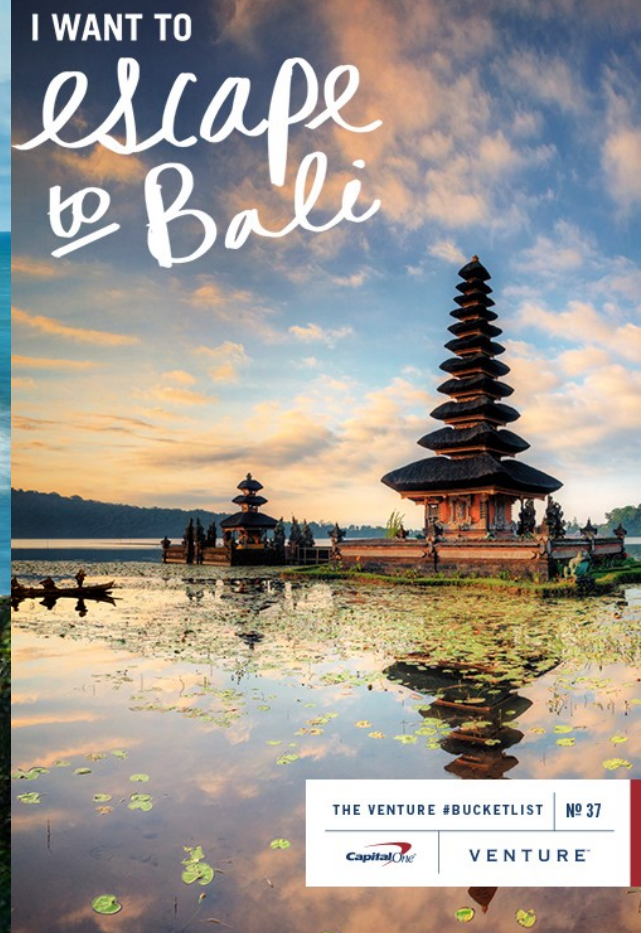
- Dobře vymezené zdrojové oblasti podpořené propagací
- Kontrola místních nad rozvojem CR klesá
- Růst zahraničních investic do infrastruktury
- Destinace se dostává do katalogů CK a touroperátorů
- V hlavní sezóně převyšuje počet návštěvníků počet místních obyvatel
- Dle iritačního indexu – nastupuje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

Vanuatu



IV. Fáze - Konsolidace

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



I WANT TO
*escape
to Bali*

THE VENTURE #BUCKETLIST | No 37
Capital One | VENTURE



V. Fáze - Stagnace

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

Tourism in Cancún: Success or Disaster?



VI. Fáze - Poststagnace

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

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

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