

MUNI
ECON

Přednáška 4

MPR_EARR 2024

Ing. Markéta Novotná, Ph.D.

Dnešní témata:

Environmentální dopady cestovního ruchu a hodnocení jejich vlivu

Řízení rekreačních zdrojů

Příště: ESG a udržitelnost (*Externí přednášející!*)

Environmentální dopady cestovního ruchu

Objekt a předmět studia



Poptávka cestovního ruchu

SUBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU



Nabídka cestovního ruchu

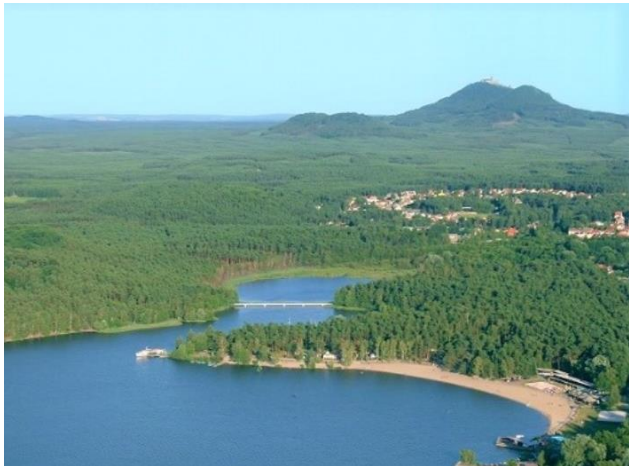
OBJEKT CESTOVNÍHO RUCHU

Co/Kdo tvoří nabídku cestovního ruchu?

- **Nabídka cestovního ruchu:** různé statky a služby cestovního ruchu
 - **Rozsah potenciálu** pro rozvoj cestovního ruchu podmiňuje **primární nabídka**, od níž je odvozena **sekundární nabídka**
 - **Primární nabídka:** přírodní a kulturně-historický potenciál = **LOKALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY**
 - **Sekundární nabídka:** zařízení a služby, které musí být k dispozici účastníkům CR = **REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY**

Co/Kdo tvoří nabídku cestovního ruchu?

- **Primární nabídka – přírodní potenciál:**
- krajina s reliéfem, přírodními útvary, vodstvem, dále klima, flóra, fauna...
- určuje *funkčně-prostorovou dimenzi* a *formy cestovního ruchu*



Co/Kdo tvoří nabídku cestovního ruchu?

- **Primární nabídka – kulturně-historický potenciál:**
 - na rozdíl od přírodních předpokladů vytvořen *zášahem člověka* do krajiny
 - motivační vliv na migrační pohyb účastníků cestovního ruchu
 - dle motivu návštěvy dané atraktivity: funkce poznávací a funkce společenská
 - různorodost: kulturně-historické památky; kulturní zařízení a kulturní akce



Co/Kdo tvoří nabídku cestovního ruchu?

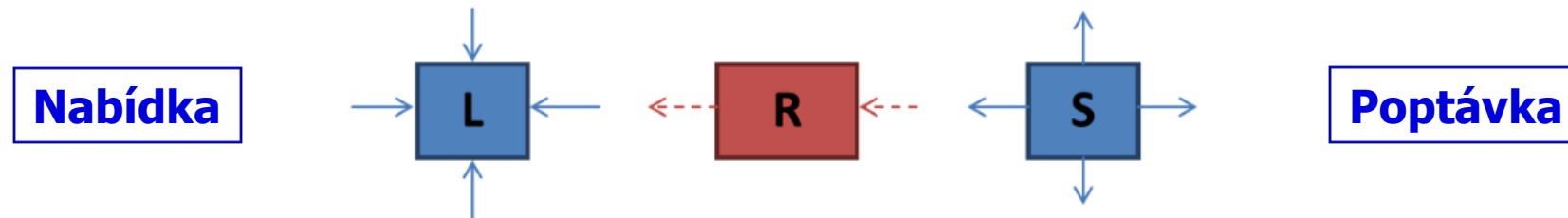
– Sekundární nabídka:

- Nezbytný potenciál pro rozvinutí primárních zdrojů:
- Komunikační sítě (dostupnost území)
- Infrastruktura cestovního ruchu (ubytovací a stravovací zařízení, kulturní, zábavní, sportovní atd.)
 - organizačně-technické předpoklady pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu
 - členění: základní a doprovodná infrastruktura

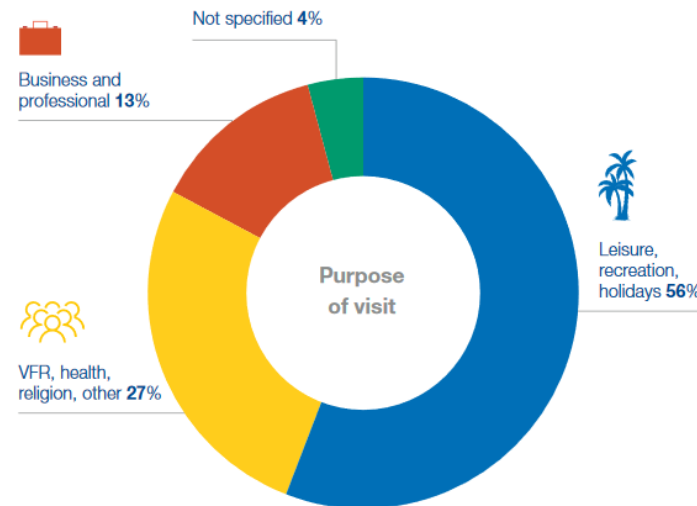


Co/Kdo tvoří poptávku cestovního ruchu?

– **Selektivní předpoklady** – faktor poptávkový, tedy *KDO* cestuje

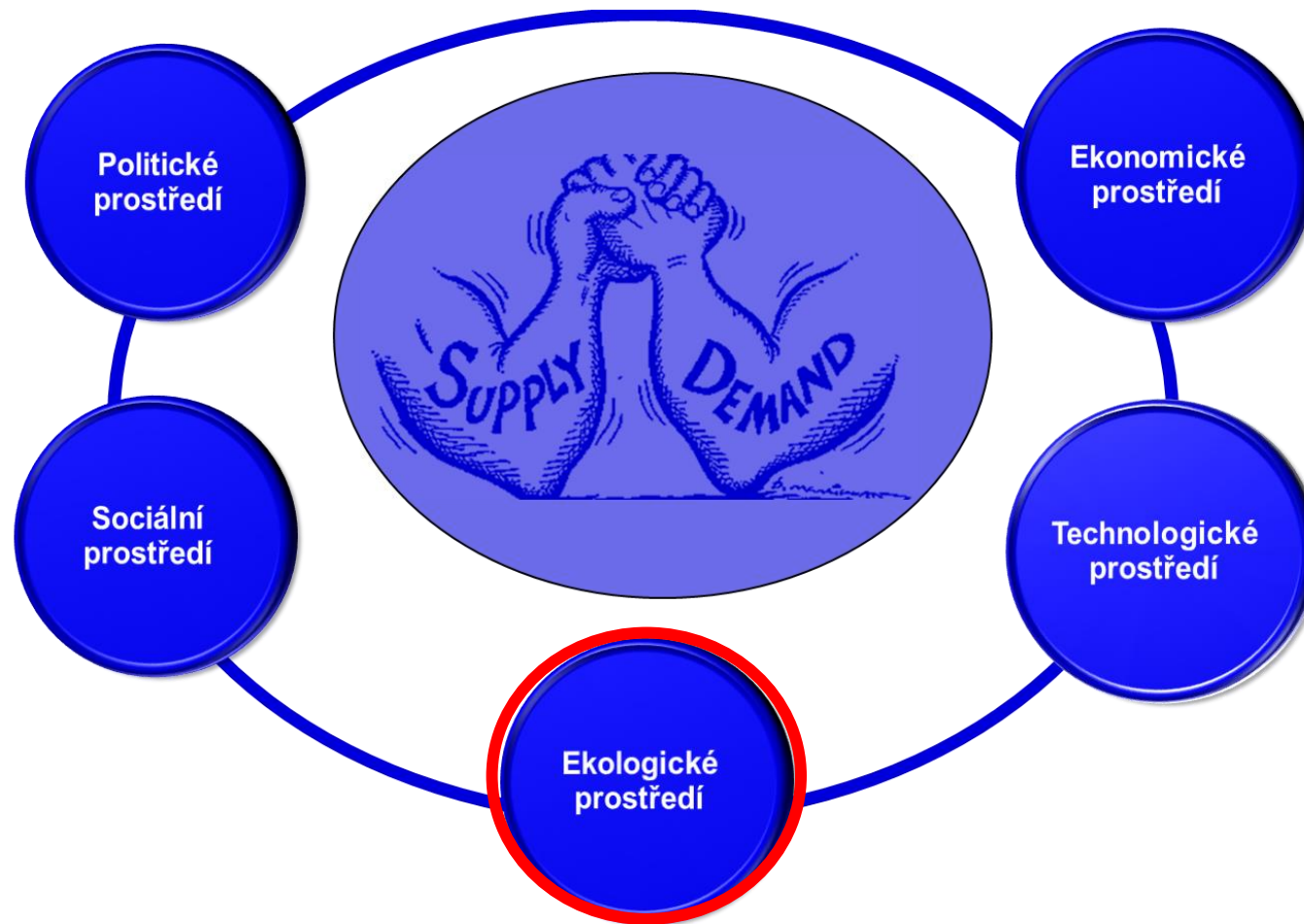


„Spojení lokalizačních a selektivních předpokladů umožňují předpoklady realizační.“



životní styl
vzdělávání
volný čas
typologie
hodnoty
poptávka
spotřebitelské chování
zážitky
finance
motivace
trendy

Cestovní ruch jako systém



Cestovní ruch jako systém

Mezi systémem cestovního ruchu a nadřazenými systémy existují vzájemné interakce.

- socioekonomický jev působící na své okolí
- ovlivněn prostředím, v němž se odehrává
- vlivy mohou být pozitivní či negativní
- člení se podle toho, co je vyvolalo, resp. který systém je způsobil
 - *Exogenní* vlivy (externí/vnější), které vznikají působením okolí na cestovní ruch.
 - *Endogenní* vlivy (interní/vnitřní), jejichž příčinou je samotný systém cestovního ruchu.

Koncept udržitelného rozvoje

- Cestovní ruch znehodnocuje vlastní kapitál – efekt turistické pasti
- Předmětem udržitelného rozvoje cestovního ruchu jsou vlivy

endogenní, které jsou spojené s rozvojem cestovního ruchu a mají negativní dopad na prostředí

Definice:

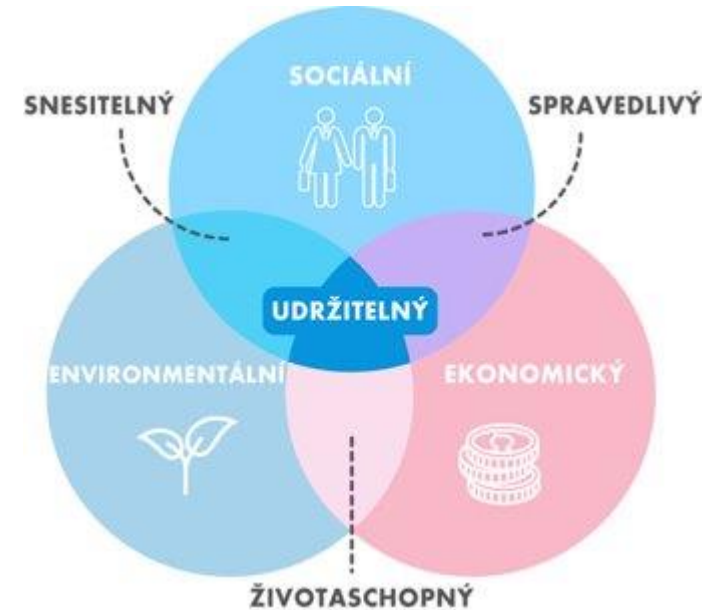
„Rozvoj, který uspokojuje naplnění potřeb současných návštěvníků a hostitelských oblastí a zároveň neohrožuje potřeby budoucích generací uspokojovat jejich vlastní potřeby (neohrožuje příležitosti do budoucna, tj. ochraňuje neobnovitelné zdroje).“

„Rozvoj, jenž usiluje o zachování (rekreačních) zdrojů, zachování místní identity a zachování biodiverzity pro budoucí generace.“

„Rozvoj, který nenarušuje životní prostředí.“

Udržitelný rozvoj a jeho znaky

- Rozvoj, který je:
 - ekonomicky, sociálně a environmentálně vyvážený
- Kroky vedoucí k jeho dosažení by měly být:
 - ekonomicky proveditelné,
 - sociálně žádoucí a
 - ekologicky životaschopné.
- Udržitelný rozvoj zachovává **současným a budoucím generacím** možnost uspokojovat jejich základní **životní potřeby**, zlepšuje **kvalitu lidského života**, zároveň však nesnižuje **biodiverzitu**, zachovává přirozené **funkce ekosystémů**.
- Pojem také obsahuje **procesy změn v chování lidské společnosti** k sobě samé i ke svému okolí, které vedou udržitelnému rozvoji společnosti.



Cestovní ruch v kontextu (veřejné) ekonomie

- **Tržní selhání**
 - **Veřejné statky a společné zdroje**
 - > přírodní zdroje: problém černých pasažérů a tragédie obecní pastviny
 - **Externality**
 - > externality vznikající v souvislosti s cestovním ruchem?

Členění vlivů

- Pozitivní x negativní
- Hierarchická úroveň
 - Globální
 - Národní
 - Regionální
 - Lokální
- Časové hledisko
 - Krátkodobé
 - Dlouhodobé



Vratné x nevratné

Dle prostředí

Environmentální
Socio-kulturní
Ekonomické

Organizace prostoru

město x venkov

Environmentální pilíř

- Cíl: *optimální využívání environmentálních zdrojů, jež představují **klíčové prvky rozvoje** cestovního ruchu, zachování základních ekologických procesů v území a ochrana přírodního dědictví a biodiverzity*

Turistické znečištění – změny v přírodních složkách vyvolané cestovním ruchem

(dopady vyvolatelné jakýmkoliv odvětvím / dopady vyvolané v synergii s dalšími působiteli)

- Fyzické poškozování krajiny a (urychlení procesů) eroze
- Vizuální a strukturální změny v charakteru krajiny
- Tlak na **přírodní zdroje**
- Snižování biodiverzity, změny zastoupení druhů flóry a fauny
- **Znečišťování ovzduší** a tvorba odpadů



Environmentální pilíř – příklady

Odpadky jako invazivní druhy v přírodě – informační kampaň KRNAP



atlas čeledi odpadkoušovitých

Environmentální pilíř – příklady

A ještě jednou Krkonoše:



ponížení křehkého ekosystému a likvidace vegetace



Sněžka a Labská bouda

Nějaké přínosy cestovního ruchu?

Hodnocení vlivu cestovního ruchu

Teoretické koncepty pro hodnocení vlivů CR

– Teorie společenské směny

- Koncept „host – hostitel“ – postoj místních obyvatel k cestovnímu ruchu a jejich vztah k návštěvníkům
- Dlouhodobě vyvážený vývoj cestovního ruchu je podmíněn vzájemnou výhodností společenské směny
- Ekonomický rozvoj a modernizace pro místní x odpočinek, poznávání pro návštěvníky

– Únosná kapacita území

- Maximální míra zatížení území aktivitami souvisejícími s cestovním ruchem
- Taková míra, při níž ještě nedochází k nevratnému snížení kvality přírodního ani sociálního prostředí destinace

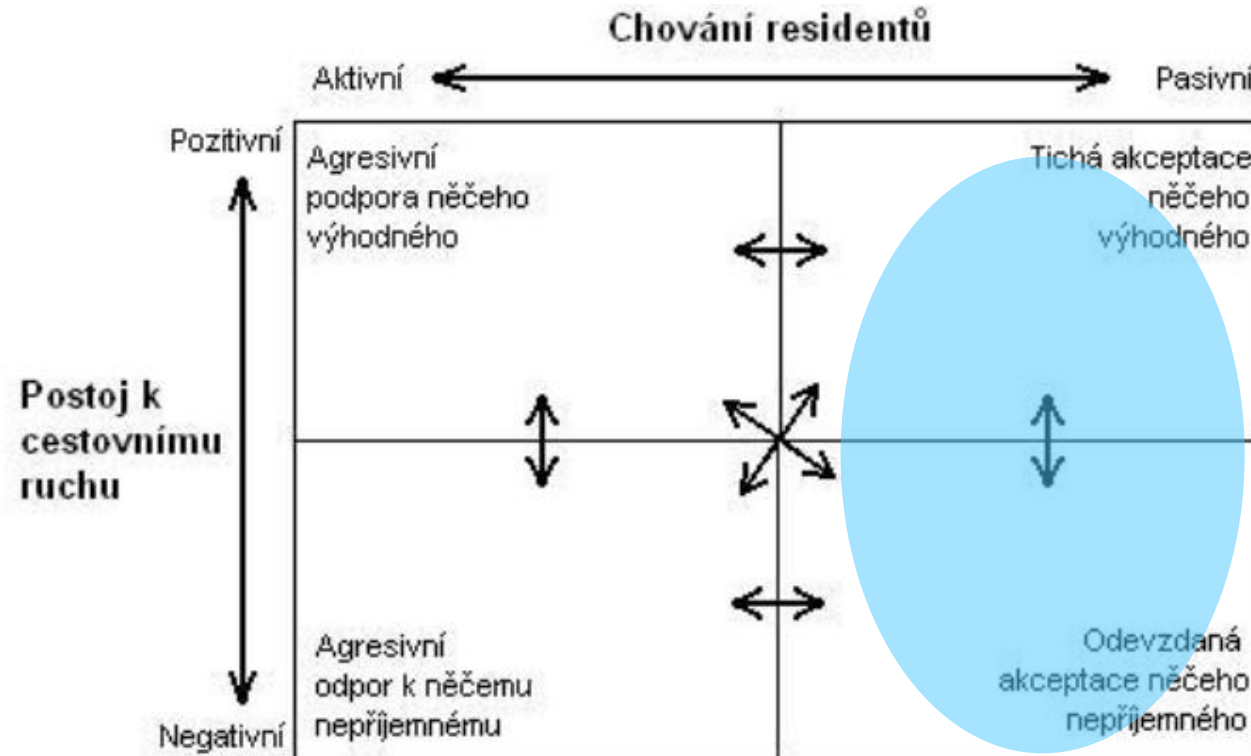
– Limity přijatelných změn

- Akceptovatelná změna, při níž ještě nedochází ke ztrátě hodnoty rekreačního zdroje ani snížení prožitku návštěvníka
- Nastavení podmínek, aby aktivity návštěvníka byly ještě přijatelné – překročení je signálem pro implementaci opatření

Teoretické koncepty pro hodnocení vlivů CR

- Matice chování a postojů residentů k cestovnímu ruchu
 - zachycení aktivního/pasivního přístupu a negativních/pozitivních postojů k cestovnímu ruchu

Zaznamenání odlišnosti zájmů komunity včetně postojů veřejného sektoru, soukromníků i residentů.



Teorie společenské směny

- Postoj místních obyvatel k cestovnímu ruchu a jejich vztah k návštěvníkům
- Analýza příčinnosti a variability dopadů cestovního ruchu a jejich percepce
- Užší koncept „host – hostitel“

Celkový vztah místních obyvatel k vývoji cestovního ruchu a specifické rysy i obecné trendy (míru výhodnosti a intenzity) tohoto vztahu, včetně kontaktu s návštěvníky destinace.

- Dlouhodobě vyvážený vývoj cestovního ruchu je podmíněn vzájemnou výhodností společenské směny mezi těmito skupinami
- Návštěvníci hledají stabilizující momenty (odpočinek, rodinné kořeny, rovnováha)
- Místní obyvatelé hledají dynamizující momenty (ekonomický rozvoj, kontakty, inovace, modernizace atd.).

Vybrané teoretické koncepty

Míra zatížitelnosti geografického prostředí, ve kterém se CR rozvíjí.

*Maximální míra zatížení daného území **antropogenními** vlivy / aktivitami souvisejícími s cestovním ruchem, při nichž ještě nedochází k nevratnému snížení kvality přírodních ani sociálních aspektů geografického prostředí destinace:*

– Únosná kapacity území (carrying capacity)

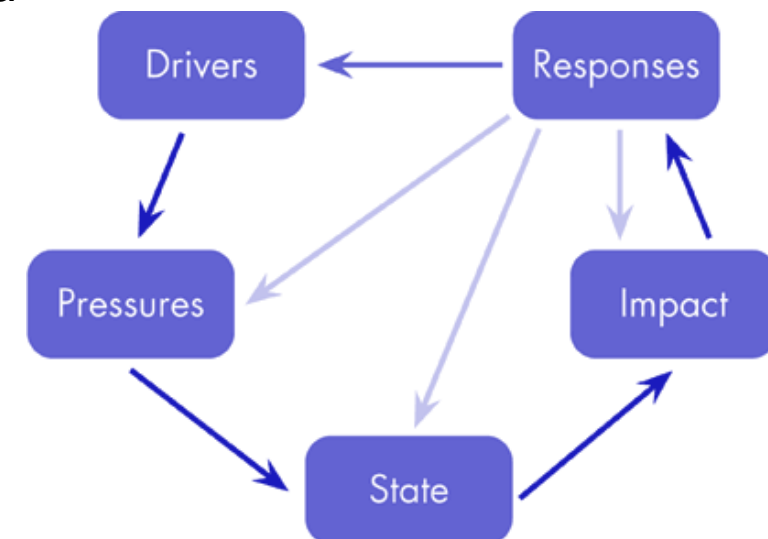
- Fyzicky únosná kapacita – např. maximální počet osob
- Ekonomicky únosná kapacita – kompromis mezi ekonomickou výtěžností a kvalitou ŽP
- Ekologicky únosná kapacita – max. turistická zátěž bez trvalých následků
- Socio-kulturně únosná kapacita – „toleranční“ kapacita – viz iritační index
- Psychologicky únosná kapacita – max. rozvoj kompatibilní s kvalitou zážitku/života
- Institucionálně únosná kapacita – administrativní připravenost, úroveň destinačního managementu

Řízení rekreačních zdrojů

Kauzální model DPSIR

Popis vlivu aktivit cestovního ruchu na (všechny dimenze) prostředí

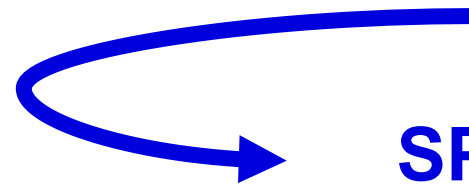
- **Driving force (hnací síla)** – rozvoj společnosti (**konzum x kvalita** životního prostředí)
- **Pressure (tlak)** – destinační zdroje i zdroje místní komunity (**voda, energie, odpady**)
- **State (stav)** – resp. změna jako výsledek tlaku (změny v kvalitě prostředí a potenciálu)
- **Impact (dopad)** – (ne)žádoucí změna v původní funkci (uspokojení potřeb)
- **Response (odezva)** – regulace, legislativa, nabídka produktu, poptávka



Destinační management a udržitelnost

- Udržitelnost zahrnuje proces poznání a odpovědnosti (Cooper et al., 2008)
 - POZNÁNÍ, že rekreační zdroje využívané pro produkt cestovního ruchu jsou nenahraditelné a zranitelné.
 - ODPOVĚDNOST za „rozumné“ využívání rekreačních zdrojů leží na všech aktérech cestovního ruchu, kteří spoluvytváří destinaci.

Udržitelnost kapacit rekreačních zdrojů, jež jsou součástí produktu cestovního ruchu.



SPECIFICKÉ FORMY ŘÍZENÍ

KONKURENCESCHOPNOST (rozvoj zdrojů) podnikatelské/ekonomické řídicí schopnosti	UDRŽITELNOST (správa zdrojů) environmentální řízení kapacity
---	---

Techniky, metody, nástroje

- Indikátory udržitelnosti a monitoring, určení limitů
- Legislativa, regulace, licence
- Územní plánování
- Prostorová zonace území
 - Prostorová koncentrace nebo rozptyl účastníků cestovního ruchu v území
- Omezování vstupu či zpoplatňování
- Cenová politika
- Marketingové a informační služby
- Vzdělávání stakeholderů
- Certifikační systémy

Nástroje měření
Nástroje příkazové
Nástroje
kontrolní

Nástroje
ekonomické

Nástroje podpůrné

Řízení rekreačních zdrojů

Fáze mechanismu řízení	Aktivity
Plánování	STRATEGIE využívání rekreačních zdrojů <ul style="list-style-type: none">• Analýza stavu• Indikátory• Volba konceptu/nástroje
Vedení a organizování	Přijetí nezbytných OPATŘENÍ k eliminaci dopadů na rekreační zdroje <ul style="list-style-type: none">• Participace komunit• Koordinace zájmů (veřejný vs. soukromý sektor)• Koordinace zdrojů (lidské, finanční zdroje, technologie atd.)
Kontrolování	MONITORING <ul style="list-style-type: none">• Průzkum/šetření/analýza• Výpočet indikátorů• Zhodnocení stavu rekreačních zdrojů (výstupy)• Návrh doporučení (scénáře)

Plánování (udržitelného) rozvoje cestovního ruchu – prostorová úroveň



Strategie – plán jak udržitelně rozvíjet cestovní ruchu v destinaci

- STRATEGIE = určení základních cílů společnosti a stanovení nezbytných činností, postupů a zdrojů pro dosažení těchto cílů.
- Udržitelná strategie musí zahrnovat participaci aktérů cestovního ruchu napříč všemi spektry, kteří jsou součástí (produktu cestovního ruchu) dané destinace, tzn.:
 - Soukromý sektor
 - Vláda (veřejný sektor)
 - Neziskové a nevládní organizace
 - Místní komunity

 **Princip udržitelnosti...**

Návštěvníký management

- Řízení návštěvníků
- „soubor řídicích technik a nástrojů, používaných za účelem usměrňování toků návštěvníků a preventivně i ovlivňování způsobu jejich chování.“



Nástroje návštěvnického managementu

- **Přístupový management**
- Značení a udržování turistických tras a stezek
- Cenová politika (zvýhodnění určité skupiny lidí)
- Zonace (vytváření citlivých zón a regulace počtu osob / regulace v čase)
- Budování a koordinace návštěvnických center
- Zpracování kodexu chování návštěvníků a etických kodexů
- Pořádání výchovně vzdělávacích programů či seminářů

Přístupový management

- Úzce spjat s aplikací ICT
- Nástroje: infoboxy zařízení pro evidenci počtu návštěvníků, kamerový systém nebo
 - eco-counter: monitorovací zařízení, které je schopno zachytit pohyb cyklistů, ale i pěších v terénu
- Další možnosti:
 - pyroelektrický senzor
 - záznam tepelného záření lidského těla
 - záznam elektromagnetického impulzu kola (u cyklistů)



Prostorová zonace území

- Snaha o prostorovou koncentraci nebo rozptyl účastníků cestovního ruchu v území
- Rozdělování geografického prostoru pro účely vytváření zón podle předem zvolených funkčních hledisek
- Omezování vstupu či zpoplatňování



Kodex chování / etický kodex

- Stanovení pravidel chování pro účely zajištění bezpečnosti
- Principy etického chování návštěvníků




[Essential safety tips for bushwalking in Tasmania](#)



[the City of Venice's awareness campaign](#)

Další pravidla chování



1. OHLED NA OSTATNÍ LYŽAŘE
Každý lyžař nebo snowboardista se musí neustále chovat tak, aby neohrožoval nebo nepoškozoval nikoho jiného.

10 pravidel pro chování na sjezdových tratích

Beskydy: Devatero pravidel pro tlapmedvědí tlapy



Zákaz rušení zvířat



Zákaz sběru přírodnin



Zákaz černé skládky



Informační systém v lese

Návštěvnické centrum

- „malý hub“ umožňující regulaci návštěvníků
- Funkce: informační, vzdělávací, osvěta, regulační, distribuční atd.
- Součásti centra: výstavní prostory, mini muzeum/galerie, projekce
- Zajišťuje: vzdělávací programy, zážitkové panely, dostupný internet
- *Odlišnost od TIC*

1. 'Visitor Servicing' not 'Visitor Information Centre' Focus

Successful visitor centres understand their centre is one of many touch-points that visitors are accessing to learn more about how to experience the destination.

Aktivace místní komunity

- Místní obyvatelé = přímý kontakt s návštěvníky = utváření dojmu z destinace (rezident = tvůrce)
- Stimulace místních k aktivitě: Destinace = firma => firemní kultura
- Rezident součástí destinace = ctí firemní kulturu
- Vzdělávací programy, komunikace, zpětná vazba / motivace

How corporate social responsibility improves company culture

Značení

- Regionální/místní úroveň

- Naučené stezky, cyklostezky

- Národní úroveň

- Dopravní značení

- Praxe:

- Klub českých turistů: propracovaný systém turistického značení: <https://kct.cz/turisticke-znaceni>



Místní značka



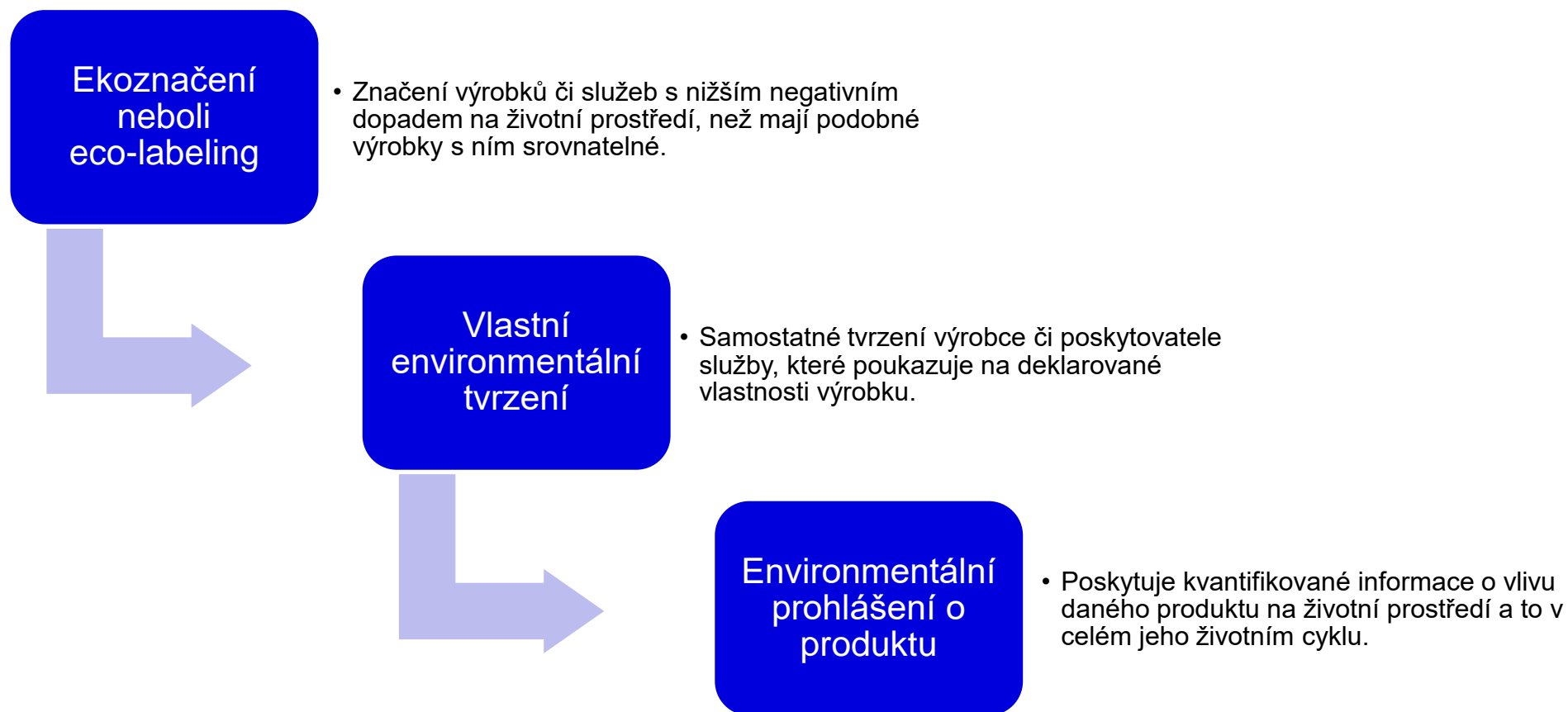
Odbočka ke zřícenině hradu
či jiného objektu



Značky v cestovním ruchu

- Jeden z nástrojů implementace udržitelného cestovního ruchu
- Pro lepší rozpoznatelnost používají certifikační systémy vždy nějakou značku (tedy vč. loga), kterou komunikují směrem k cílovým klientům
- Zpravidla zaměřené na environmentální pilíř udržitelnosti, méně pak na sociokulturní a ekonomický pilíř

3 typy environmentálního značení a prohlášení o udržitelnosti model 1



3 typy environmentálního značení a prohlášení o udržitelnosti model 2

Značky

- Z anglického *labels*
- Hodnotící princip je charakterizován jako „**lepší než**“

Ocenění

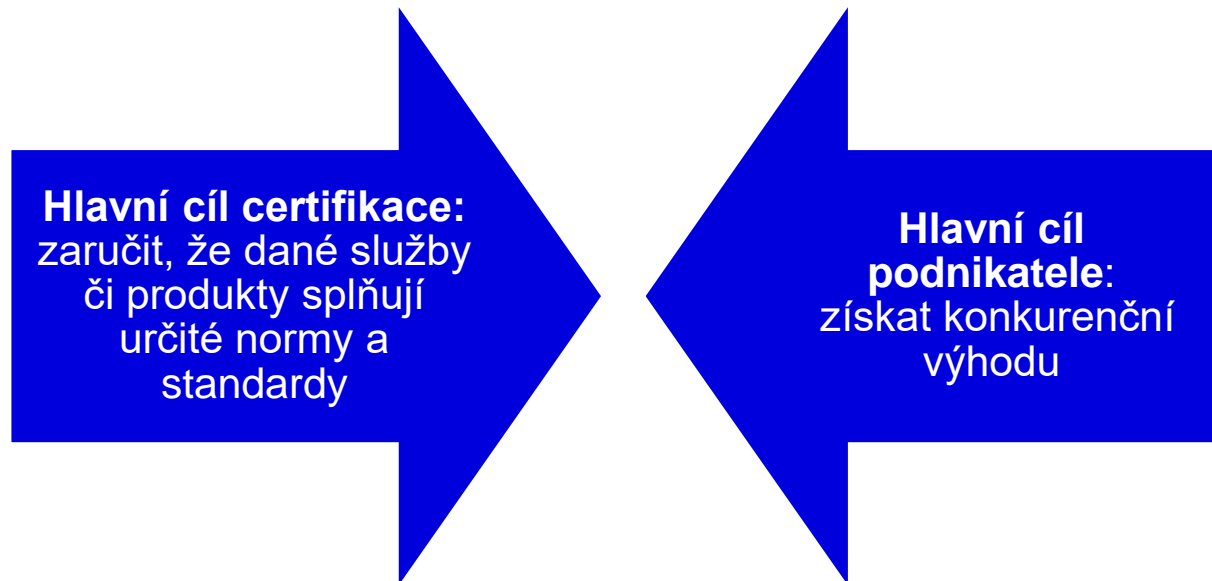
- Z anglického *awards*
- Hodnotící princip je charakterizován jako „**nejlepší z**“

Prohlášení, charty

- Z anglického *self-commitments*
- Hodnotící princip je charakterizován jako „**hlásím se k**“

Co je to certifikace?

- **Proces ověření** prokazující, že náležitě identifikovaný produkt, postup, kvalifikace pracovníka nebo služba jsou **ve shodě s předepsanou normou nebo jiným normativním dokumentem**, resp. ve shodě se specifikovanými požadavky (Pásková & Zelena, 2012).



Certifikace

Charakteristika certifikace

- Dosahuje předem deklarovaných parametrů (produktu, činnosti, destinace)
- Verifikuje žádoucí stav nebo průběh procesu
- Nezasahuje do úrovně kvality
- Potvrzení aktivit a standardů turistické nabídky, zajištění bezpečnosti zákazníků a jejich uspokojení

Podmínky

- A) Dobrovolná participace** provozovatelů
- B) Dobře definovatelná kritéria a standardy**
- C) Proces ověření a ocenění **externím auditorem****
- D) Poskytnutí certifikátu, loga**
- E) Pravidelné kontroly a možnost prodloužení certifikace**
- F) V případě nedodržení kritérií je odebrána**

Co přináší certifikace...

Straně nabídky

- Garantuje její odpovědné chování
- Odlišuje ji od konkurence
- Dokazuje kvality poskytovaného produktu (činnosti)
- Poskytuje marketingové USP
- Přitahuje specifické cílové skupiny (LOHAS)
- Zvyšuje důvěryhodnost
- Vede ke snížení provozních nákladů

Straně poptávky

- Zlepšuje její orientaci na trhu
- Nastavuje její očekávání kvality služby
- Ztotožňuje je s hodnotami vyjádřenými certifikací (značkou)
- Stimuluje její ochotu platit

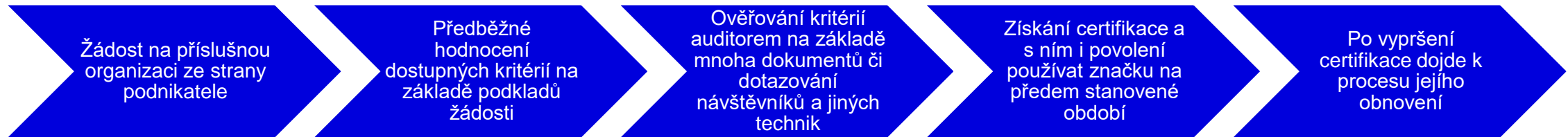
Pozor i na 3. stranu...

Certifikace s myšlenkou udržitelnosti
zohledňuje také **lokální rezidenty!**
(socio-kulturní dimenze udržitelnosti)

Dobře koncipovaná certifikace / značka

- Má **jasně deklarované standardy** a kritéria k jejich splnění
- Obsahuje **realistická a dosažitelná kritéria**.
Pro každé kritérium jsou stanoveny **indikátory** k jejich měření
- **Optimalizuje** se s ohledem na typ produktu/služby nebo region
- Její využívání umožňuje provádět **externí hodnocení**
- Je akreditována více než jednou institucí
- Je široce přijímány průmyslem cestovního ruchu
- Zahrnuje **3 dimenze udržitelnosti** (ekonomickou, environmentální, socio-kulturní)
- Dělí se **do několika úrovní požadavků**, aby stimuloval podnikatele k neustálému a postupnému zlepšování

Proces udělení certifikace

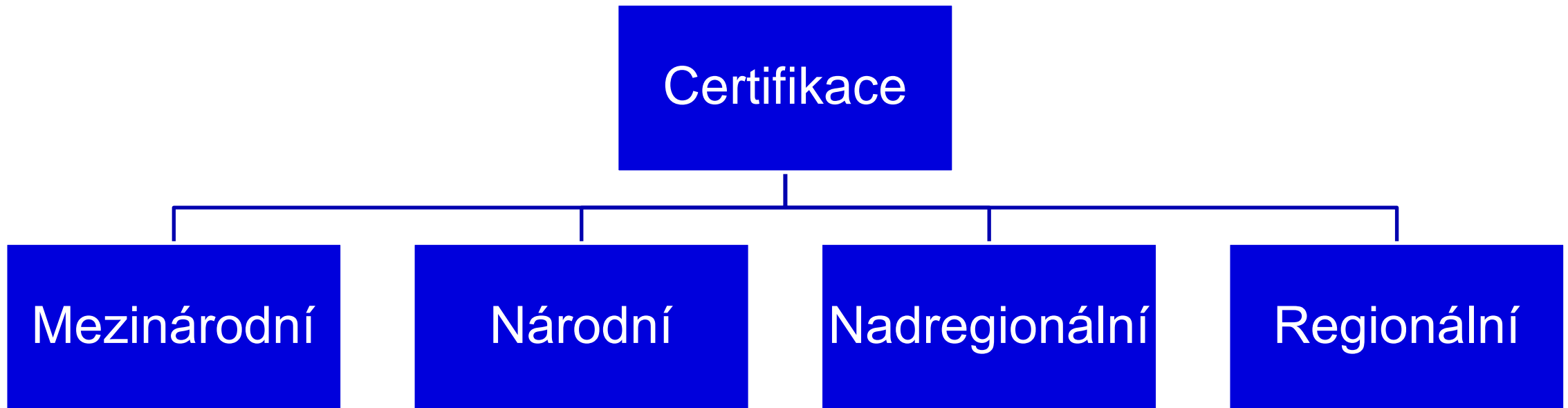


K tomu navíc:

- Poradenství
- Konzultace
- Technická pomoc
- Marketingová komunikace

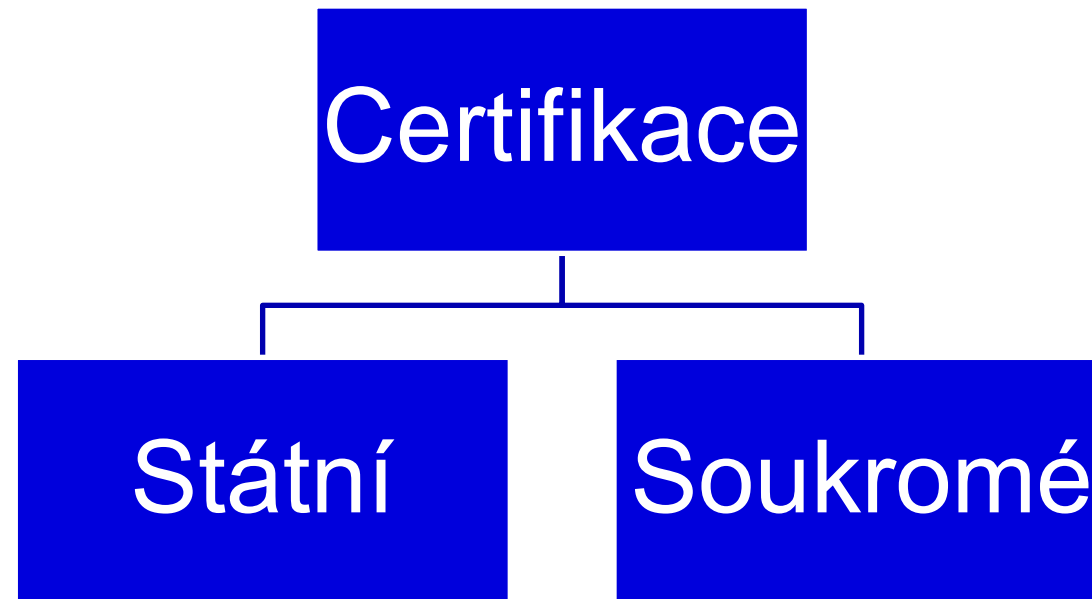
Jak lze dělit certifikace a značky?

1. Dle územního působení



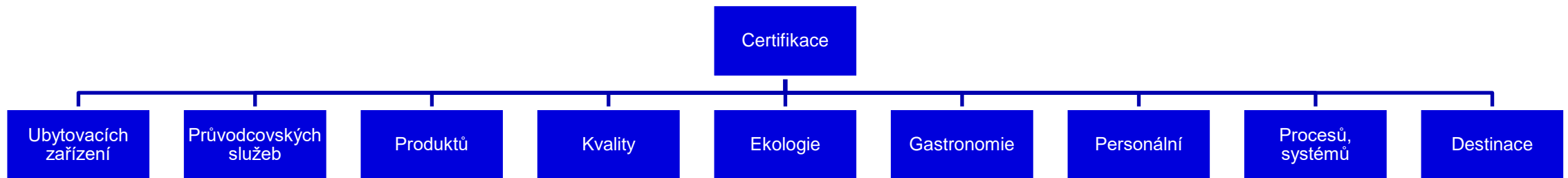
Jak lze dělit certifikace a značky?

2. Dle akreditující organizace



Jak lze dělit certifikace a značky?

3. Dle objektu certifikování



Nejznámější certifikace: ISO normy

- V cestovním ruchu v ČR se používají například
 - ISO 9000 (management jakosti)
 - ISO 14000 (environmentální management)
- Oborově neutrální
- Zlepšuje manažerské řízení
- Procesně orientovaná certifikace, zdokonaluje kontinuálně organizaci i bez předem stanovených cílů

Vybrané mezinárodní značky

The Blue Flag



*1985

47 zemí, 4 600 certifikovaných objektů.

Ocenění pláží a přístavišť.

Nejznámější ekoznačka na světě.

V ČR (pochopitelně) není žádný držitel.

European Ecolabel

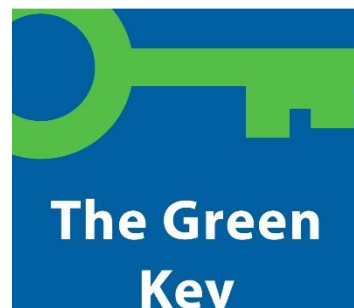


*1992

Podpora produktů a (ubytovacích) služeb se zmenšeným environmentálním dopadem.

Momentálně v ČR 1 držitel.

The Green Key



*1994

Zaměřuje se na hodnocení ubytovacích zařízení, kempů, ubytoven, restaurací, volnočasových aktivit aj.

Zhruba 3 200 certifikátů, 65 zemí.

Momentálně v ČR 3 držitelé.

Green Globe



*1994

Převedení principů Agendy 21 do praktických činností. 337 indikátorů, 41 kritérií.

Zaměřeno na služby cestovního ruchu a na jejich dodavatele.

Momentálně v ČR 1 držitel.

EarthCheck



*1987

Poradenská organizace poskytující kromě odborných rad a certifikace i benchmarking.

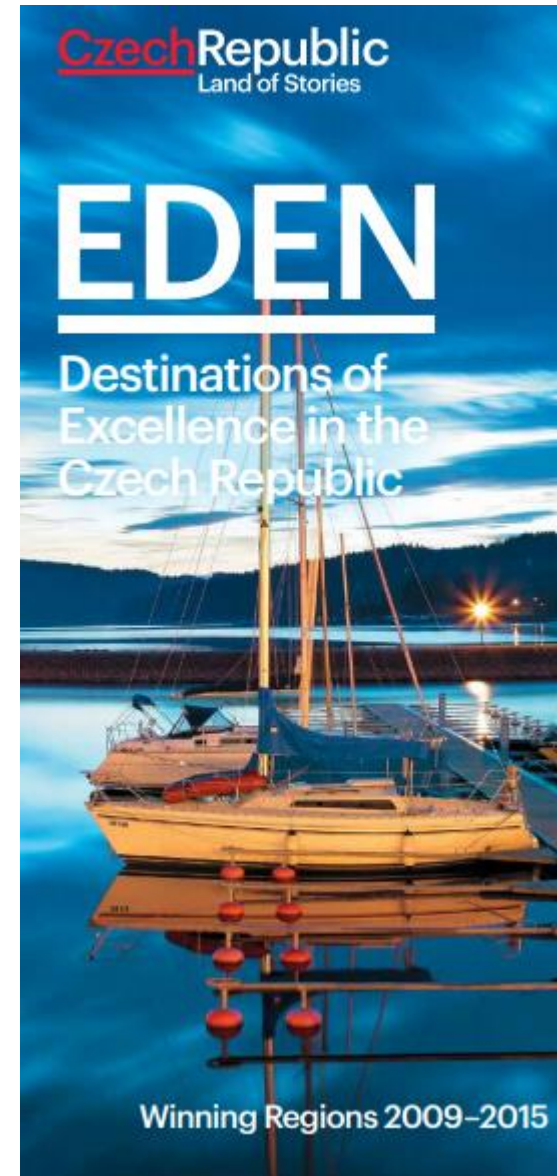
Zaměřuje se také na výzkum v oblasti udržitelnosti.

Kromě služeb certifikujte také například eventy.

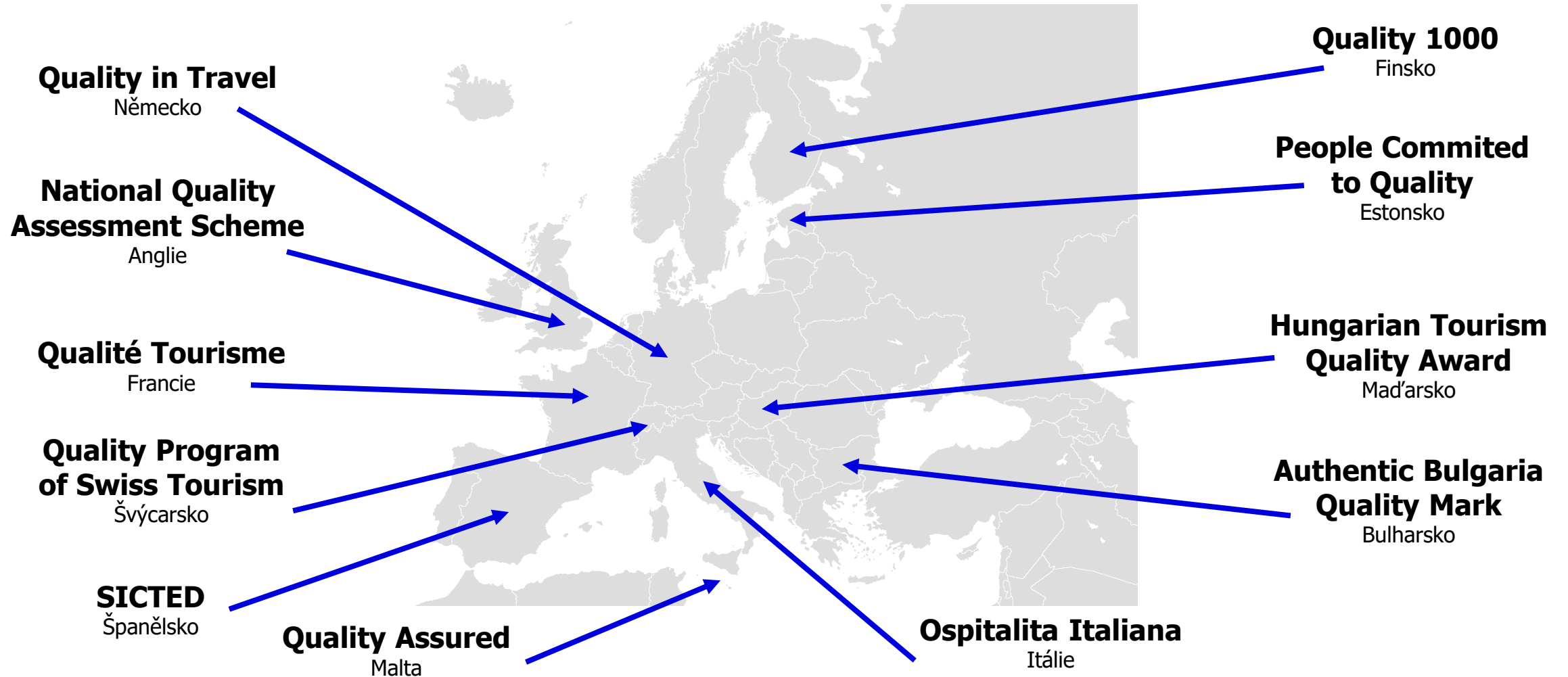
Vybraná evropská značka

EDEN – Evropská destinace

- European Destination of Excellence
- projekt Evropské komise
 - hlavním cílem je podpora méně známých destinací s aktivním přístupem k udržitelnému cestovnímu ruchu ve státech Evropské unie
- následná podpora výherců soutěže
- Opakuje se jednou za dva roky
- ČR zapojená od roku 2009, od té doby 6 výherců
 - Zámky na Orlici
 - Jeseníky
 - Lipno
 - Baťův kanál
 - Bystřicko (n. Pernštejnem)
 - České Švýcarsko



Národní značky kvality v Evropě (příklady)



Příklady dobré praxe z České republiky

Český systém kvality služeb

- Česká národní značka kvality
- Na základě Konceptu státní politiky cestovního ruchu 2007-2013
- Speciální normy pro různé segmenty
 - Ubytování
 - Stravování
 - Turistická informační centra
 - Cestovní kanceláře a agentury
- Poskytuje metodickou a poradenskou pomoc,
- školí pracovníky,
- zefektivňuje procesy aj.
- 1006 certifikovaných míst



Cyklisté vítáni

- projekt Nadace Partnerství
- Od roku 2005
- *Certifikace kvality služeb ... poskytujících perfektní zázemí pro vás i vaše kola.*
- Kritéria jiná pro
 - Ubytovací zařízení
 - Stravovací zařízení
 - Kempy
 - Turistické cíle
- Přes 1000 certifikací
- Zahraniční spolupráce



Problémy s certifikacemi a značkami

- Je jich mnoho (až 140 certifikačních programů v cestovním ruchu)
- Snadno se zamění (vzhled, význam, hodnoty)
- Špatný / malý brand awareness, brand recognition
- Asociace jsou značně subjektivní
- **Greenwashing** → falešné, účelové a zavádějící značení služeb či výrobků jako „zelených“ bez skutečného obsahu.
- Vstupní náklady mohou být pro podnikatele velmi vysoké a není zaručeno, že se investice vždy vrátí

Indikátory – seminář

Indikátor

- Ukazatel (veličina, hodnota); popř. sada ukazatelů
- Předem se stanovuje ke sledování konkrétních jevů
- Zjednodušeně a objektivně popisuje realitu
- Hodnocení aktuálního stavu či kontinuálního vývoje v čase
- Výsledek zpracování a interpretace primárních dat



***V našem případě se jedná o měření dopadu či kvantifikaci
užitků udržitelného cestovního ruchu.***

Kvalitní a užitečný indikátor musí být

- Významný v dané souvislosti
- Účelný
- Reprezentativní
- Jedinečný
- **Měřitelný**, tj. schopný poskytnout data (tedy vypovídací hodnota)
- Minimalizovat negativní účinky na prostředí
- Správně zvolený a realizovatelný
- Spolehlivý
- Komparovatelný (např. s výsledky jiné destinace)

2 úrovně indikátorů

KLÍČOVÉ

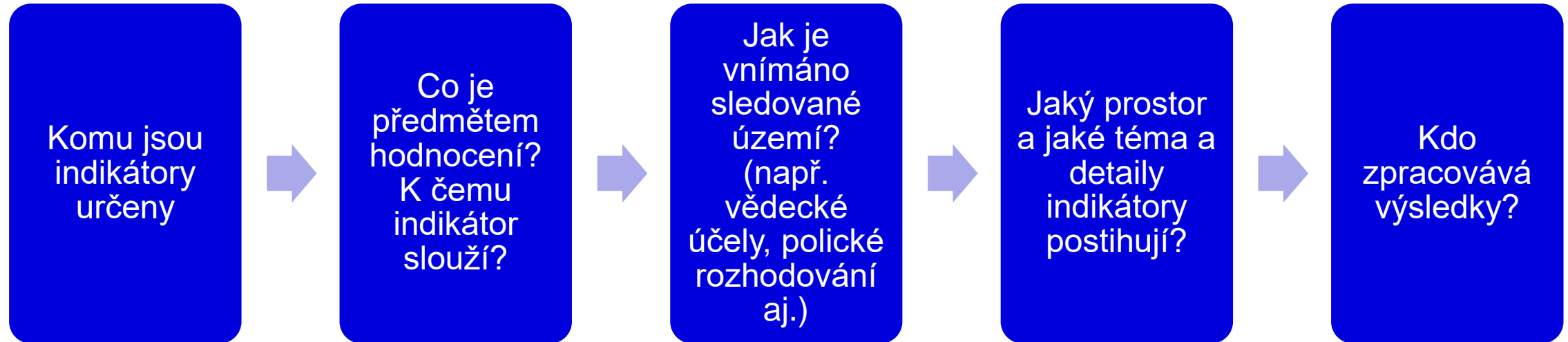
- TOP indikátory zvolené pro sledování určitého cíle, který určí program či strategie
- Musí podchytit všechny podstatné procesy
- například Koncepce státní politiky cestovního ruchu uvádí:
 - Počet přenocování domácích návštěvníků v HUZ
 - Počet přenocování zahraničních návštěvníků v HUZ
 - Vytíženost lůžek
 - Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu
 - Hrubý domácí produkt cestovního ruchu aj.

AGREGOVANÉ

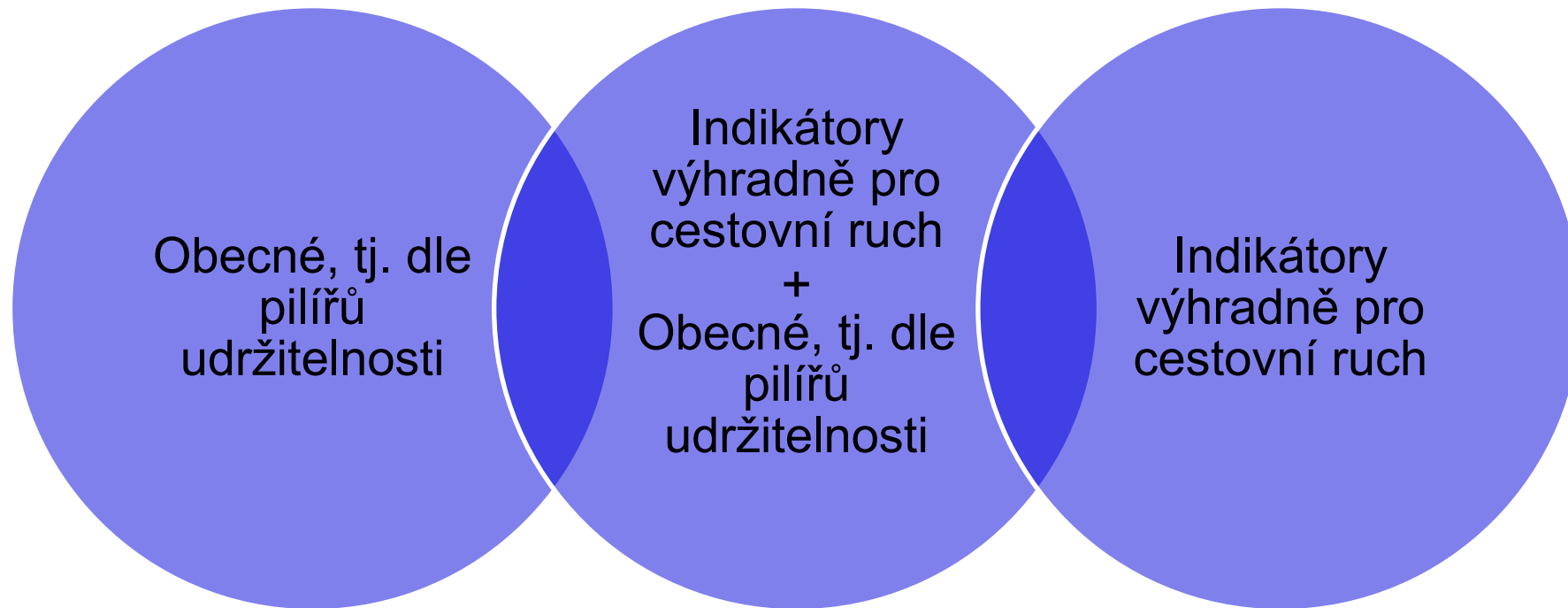
- Doplnují celkový obraz reality sledované klíčovými indikátory
 - Například Index konkurenceschopnosti cestovního ruchu od WEF



Při stanovování sady indikátorů je třeba se ptát na následující:



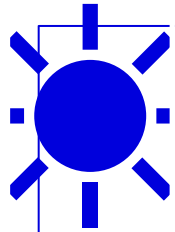
Jak lze indikátory dělit?



Jak lze indikátory dělit?

Kriteriální hledisko	Skupiny indikátorů
prostoru (měřítka)	lokální, regionální, národní, makroregionální, globální indikátory
metody	kvalitativní, kvantitativní indikátory
času	časové řady (indikátory vývoje), zmapování situace (indikátory stavu), kontrolování plnění cílů strategického plánu (indikátory srovnávací)
dimenze prostředí	ekonomické, sociální, psychologické, legislativní, politické, demografické, ekologické, technologické, etické, estetické indikátory
formy	absolutní a relativní ukazatele, kapacitní indikátory a ukazatele výkonu
míry žádoucnosti	indikátory pozitivních a negativních dopadů, resp. (ne)žádoucích ⁸³
statistické	indikátory průměrných hodnot a extrémních hodnot, ukazatelé četnosti, korelační koeficienty, indexy změn atd.
kvantifikovatelnosti	měřitelné a neměřitelné (intuitivní, subjektivní, objektivní hodnocení)
typu prostředí	indikátory jevové, percepční, behaviorální
účelu sledování	edukativní indikátory, indikátory pro podnikatelskou sféru, indikátory veřejného mínění, environmentálního posuzování, územního potenciálu atd.
vratnosti dopadu	indikátory vratných, nevratných dopadů

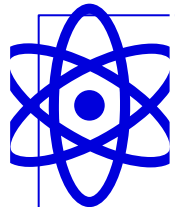
Indikátory environmentálního pilíře



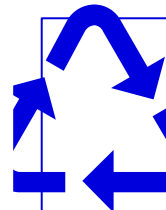
Měrné emise
skleníkových plynů



Podíl materiálově
využitých
komunálních odpadů



Spotřeba primárních
energetických zdrojů
na obyvatele



Podíly spotřeby
obnovitelných zdrojů
energie



Přední výkony v
nákladní dopravě



Spotřeba
průmyslových hnojiv

Indikátory dle UNWTO



- 10 klíčových indikátorů pro monitorování udržitelnosti v cestovním ruchu
- Monitorují jak vlivy CR na životní prostředí, tak na místní komunitu a postihují úroveň využívání vhodných nástrojů pro vývoj udržitelnosti
- Destinační managementy mohou, ale nemusí využívat tato doporučení, zároveň je mohou optimalizovat dle specifických vlastností svých destinací (ale pozor, nadále musí být srovnatelné)
- Jednotná metodika pomáhá srovnat dopady CR napříč různými destinacemi

Dokument najdete [ZDE](#)

Indikátory UdCR dle UNWTO

GEOGRAFICKÉ DĚLENÍ

- Sada indikátorů navržených UNWTO je aplikovatelná jak **celoplošně**, tj. ve kterékoliv destinaci
- Dále navrhuje indikátory validní pro **specifické oblasti**
 - malé ostrovní státy,
 - horské oblasti,
 - chráněná a ekologicky hodnotná území,
 - historicky hodnotná místa, kulturní památky a místa

DĚLENÍ DLE CHARAKTERU

- indikátory včasné výstrahy (pokles vracejících se hostů HUZ)
- Indikátory tlaku na systém (nedostatek zdrojů, např. pitné vody)
- současný stav průmyslu cestovního ruchu (kapacitní ukazatele HUZ)
- vliv rozvoje CR na okolní prostředí (stupeň deforestace)
- funkčnost destinačního managementu (míra angažovanosti, počet partnerů)

Sada obecných indikátorů dle UNWTO

Indikátor	Vysvětlení
Ochrana území	Kategorie ochrany území
Stres	Počet návštěvníků v daném místě
Intenzita využívání	Počet osob na jednotku rozlohy po dobu hlavní sezóny
Sociální dopady	Počet hostů v HUZ vůči počtu lokálních rezidentů
Kontrola rozvoje	Formální kontrola rozvoje místa a jeho funkčního využití
Odpadové hospodářství	Podíl odpadu dalšího využití/zpracování
Plánovací procesy	Přítomnost strategie rozvoje oblasti vč. cestovního ruchu
Kritické ekosystémy	Počet vzácných biologických druhů
Spotřebitelská spokojenost	Dotazníkově ověřená míra spokojenosti zákazníků
Spokojenost místních	Dotazníkově ověřená míra spokojenosti rezidentů

Sada obecných indikátorů dle UNWTO

Indikátory pro lokální úroveň	Vysvětlení
Sezónnost	Poměr prodaných lůžek v hlavní a vedlejší sezóně
Negativní dopady na přírodu	Pytlačení si neoficiální vstupy do chráněných oblastí (NP)
Degradace kulturního kapitálu	Náklady náprav škod zapříčiněných turismem

Složené Indikátory	Vysvětlení
Nosná kapacita	Měření schopnosti absorbování intenzity CR
Tlak na místo	Kumulace všech vlivů dopadajících na dané místo
Atraktivita	Kvantitativní měření atributů místa, které determinují rozhodnutí návštěvníka k pobytu

Indikátory pro specifické destinace dle UNWTO na příkladu horské oblasti

- Reprodukce vybraných biologických druhů
- Konzistence výskytu volně žijících zvířat v tradičně osídlených oblastech
- Rozsah eroze
- Dopravní dostupnost
- Spokojenost návštěvníků
- Znečištění a ztráta estetické hodnoty krajiny

Indikátory UCR dle Evropské unie

- Novější pojetí ze strany Evropské komise, která v roce 2013 vydala vlastní systém zvaný European Tourism Indicators System (ETIS)
- Komise charakterizuje ETIS jako
 1. Nástroj destinačního managementu k implementaci udržitelného CR
 2. Monitorovací systém
 3. Informační nástroj pro všechny interesované strany (veřejná správa, podnikatelé, rezidenti apod.)
- 67 základních indikátorů je rozděleno do 4 hlavních kategorií; 27 z nich je identifikováno jako klíčových, kdežto zbývajících 40 je volitelných
- Zaměřeno především na destinační managementy, velice volná forma využití, tak aby je mohla využít jakákoliv destinace, i taková, kde nejsou k dispozici data pro všechny klíčové indikátory
- Stanoveno 7 kroků pro úspěšnou aplikaci systému

**Dokument najdete v
interaktivní osnově!**

**MUNI
ECON**

Indikátory ETIS oblast destinačního managementu

Kritéria	Kód ukazatele #	ZÁKLADNÍ ukazatele jsou podbarveny ZELENĚ a VOLITELNÉ ukazatele MODŘE
A.1 Udržitelná veřejná politika cestovního ruchu	A.1.1	Procentuální podíl destinace, na který se vztahuje udržitelná strategie / akční plán cestovního ruchu s dohodnutým řešením monitorování, kontroly stavebního rozvoje a hodnocení
	A.1.1.1	Procentuální podíl obyvatel, kteří jsou spokojeni se svým zapojením do plánování rozvoje cestovního ruchu a s vlivem na ně
	A.1.1.2	Procentuální podíl destinace, který zastupuje řídicí organizace destinace
A.2 Udržitelné řízení cestovního ruchu v podnicích v tomto odvětví	A.2.1	Procentuální podíl podniků/provozů v odvětví cestovního ruchu v destinaci, které v souvislosti s opatřeními v oblasti životního prostředí / kvality / udržitelnosti / sociální odpovědnosti podniků využívají dobrovolnou ověřenou certifikaci/známku
	A.2.1.1	Počet podniků/provozů v odvětví cestovního ruchu, které zpracovávají zprávy udržitelnosti podle globální iniciativy pro podávání zpráv (GRI)
A.3 Spokojenost klientů	A.3.1	Procentuální podíl návštěvníků celkově spokojených s pobytem v destinaci
	A.3.1.1	Procentuální podíl návštěvníků na opakovaném pobytu / vracejících se návštěvníků (do 5 let)
A.4 Informace a komunikace	A.4.1	Procentuální podíl návštěvníků, kteří uvádějí, že si uvědomují snahu destinace o udržitelnost
	A.4.1.1	Procentuální podíl podniků, které prostřednictvím svých produktů, marketingu či značek informují návštěvníky o své snaze o udržitelnost

Indikátory ETIS oblast ekonomického významu (zkráceno)

Kritéria	Kód ukazatele #	ZÁKLADNÍ ukazatele jsou podbarveny ZELEŇÍ a VOLITELNÉ ukazatele MODŘÍ.
B.1 Turistické toky (objem a hodnota) v destinaci	B.1.1	Počet turistických nocí za měsíc
	B.1.1.1	Relativní příspěvek cestovního ruchu k ekonomice destinace (% HDP)
	B.1.1.2	Počet „jednodenních“ návštěvníků v hlavní sezóně a mimo ni
	B.1.1.3	Denní útrata na jednodenního návštěvníka
	B.1.2	Denní útrata na turistu (ubytování, strava, další služby)
B.2 Výkonnost podniku/podniků v odvětví cestovního ruchu	B.2.1	Průměrná délka pobytu turistů (počet nocí)
	B.2.1.1	Průměrná délka pobytu jednodenních návštěvníků (počet hodin)
	B.2.1.2	Procentuální podíl deseti největších podniků v odvětví cestovního ruchu zapojených do řízení destinace / spolupráce při marketingu
	B.2.2	Obsazenost komerčních ubytovacích kapacit za měsíc a její průměr za rok
	B.2.2.1	Průměrná cena pokoje v destinaci
B.3 Rozsah a kvalita zaměstnanosti	B.3.1	Přímá zaměstnanost v cestovním ruchu jako procentuální podíl na celkové zaměstnanosti
	B.3.1.1	Procentuální podíl sezónních pracovních míst v cestovním ruchu
	B.3.1.2	Procentuální podíl podniků v odvětví cestovního ruchu poskytujících stáže pro studenty

Indikátory ETIS oblast sociokulturního dopadu (zkráceno)

Kritéria	Kód ukazatele #	ZÁKLADNÍ ukazatele jsou podbarveny ZELENE
		a VOLITELNÉ ukazatele MODŘE
C.1 Dopad na společenství / sociální dopad	C.1.1	Počet turistů/návštěvníků na 100 obyvatel
	C.1.1.1	Procentuální podíl obyvatel, kteří jsou spokojeni s cestovním ruchem v destinaci (za měsíc/sezónu)
	C.1.1.2	Počet lůžek, jež jsou k dispozici v komerčních ubytovacích zařízeních na 100 obyvatel
	C.1.1.3	Počet druhých bydlení / domů k pronájmu na 100 domů
C.2 Rovnost pohlaví	C.2.1	Procentuální podíl mužů a žen zaměstnaných v odvětví cestovního ruchu
	C.2.1.1	Procentuální podíl podniků v odvětví cestovního ruchu, v nichž na pozici generálního ředitele působí žena
	C.2.1.2	Průměrná mzda žen v odvětví cestovního ruchu ve srovnání s průměrnou mzdou mužů (setříděná podle typu práce v tomto odvětví)
C.3 Rovnost / přístupnost	C.3.1	Procentuální podíl komerčních ubytovacích zařízení s pokoji, jež jsou přístupné osobám se zdravotním postižením / zapojené do uznaných programů přístupnosti
	C.3.1.1	Procentuální podíl destinace, v němž jsou k dispozici služby veřejné dopravy přístupné osobám se zdravotním postižením a osobám se zvláštními potřebami v oblasti přístupnosti
	C.3.2	Procentuální podíl návštěvnických atrakcí, které jsou přístupné osobám se zdravotním postižením / zapojené do uznaných programů přístupnosti
	C.3.2.1	Procentuální podíl návštěvníků, kteří jsou spokojeni s přístupností destinace pro osoby se zdravotním postižením či se zvláštními potřebami v oblasti přístupnosti

Indikátory ETIS oblast environmentálního dopadu (zkráceno)

Kritéria	Kód ukazatele #	ZÁKLADNÍ ukazatele jsou podbarveny ZELEŇ a VOLITELNÉ ukazatele MODŘE
D.1 Snížení dopadu dopravy	D.1.1	Procentuální podíl turistů a jednodenních návštěvníků, kteří k dopravě do destinace využívají různé druhy dopravy (veřejná/soukromá a typ)
	D.1.1.1	Procentuální podíl návštěvníků využívajících k pohybu po destinaci místní dopravu / soft mobilitu / služby veřejné dopravy
	D.1.2	Průměrná délka cesty (km) turistů z domova do destinace a zpět či průměrná délka cesty (km) z předchozí destinace do destinace aktuální
	D.1.2.1	Průměrná délka cesty (km) jednodenních návštěvníků do destinace a zpět
D.2 Změna klimatu	D.2.1	Procentuální podíl podniků v odvětví cestovního ruchu zapojených do opatření ke zmírnění změny klimatu – např. kredity za kompenzaci emisí CO ₂ , nízkoenergetické systémy atd. – a do reakcí a kroků k přizpůsobování se změně klimatu
	D.2.1.1	Procentuální podíl destinace, který je součástí strategie přizpůsobování se změně klimatu či plánování v této oblasti
	D.2.1.2	Procentuální podíl turistického ubytování a infrastruktury atrakcí v „ohrožených zónách“
D.3 Odpadové hospodářství v oblasti pevných odpadů	D.3.1	Objem odpadu, který destinace vytváří (tuny na obyvatele a rok či měsíc)
	D.3.1.1	Procentuální podíl podniků v odvětví cestovního ruchu, které třídí odlišné druhy odpadu
	D.3.2	Objem recyklovaného odpadu (procentuální podíl nebo objem na obyvatele a rok)

Indikátory UDCR dle OECD

- Studie z roku 2013 vydaná Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
- Navrhuje 11 klíčových indikátorů, 5 doplňkových (tzv. supplementary) a 4 indikátory budoucího vývoje (tzv. Future Development Indicators)
- Zároveň jsou rozděleny do 4 kategorií
 1. Monitorování výkonnosti cestovního ruchu a jeho dopady
 2. Determinování schopnosti destinace v poskytování konkurenceschopných a kvalitních služeb CR
 3. Identifikování atraktivity destinace
 4. Deskripce politické odezvy a ekonomických příležitostí
- Podobné s metodikou UNWTO, více však diskutuje politický kontext či problémy spojené s implementací

**Dokument najdete v
interaktivní osnově!**

11 klíčových indikátorů dle OECD

Core indicators	
Tourism performance and impacts	1 <i>Tourism Direct Gross Domestic Product</i> A leading international measure of the tourism contribution to GDP
	2 <i>Inbound tourism revenues per visitor by source market</i> A measure of the economic activity of visitors
	3 <i>Overnights in all types of accommodation</i> A measure of tourism flows in accommodation
	4 <i>Exports of tourism services</i> A measure showing the contribution of tourism to exports
Ability of a destination to deliver quality and competitive tourism services	5. <i>Labour productivity in tourism services</i> A measure providing evidence of the productive potential of the tourism economy
	6. <i>Purchasing Power Parity (PPPs) and tourism prices</i> A measure showing tourism price competitiveness using PPPs
	7. <i>Country entry visa requirements</i> A measure of entry visa requirements including methods of visa issuance
Attractiveness of a destination	8. <i>Natural resources and biodiversity</i> A measure of a country's stock of natural assets
	9. <i>Cultural and creative resources</i> A measure of a country's cultural and creative attractions, activities and events
	10. <i>Visitor satisfaction</i> A measure of demand side attractiveness value, based on current and future competitiveness
Policy responses and economic opportunities	11. <i>National Tourism Action Plan</i> A measure indicating effectiveness in assisting to improve the competitiveness of tourism

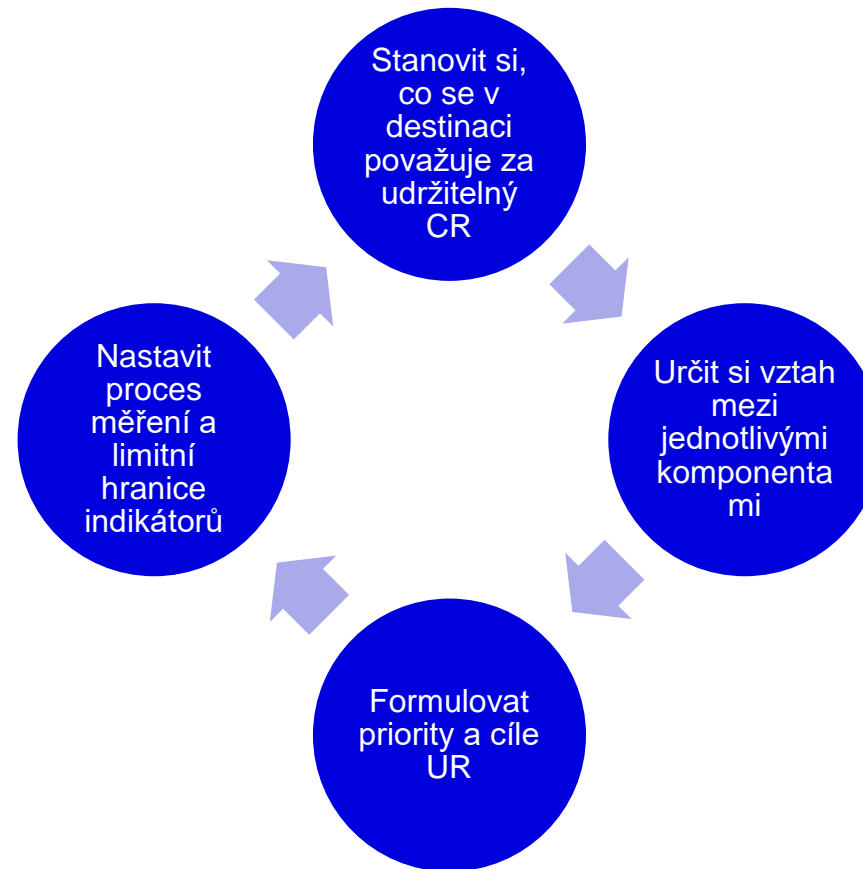
Indikátory pro CR ve spojení s pilíři udržitelnosti

- Viz úkol k tutoriálu: navrhnete způsob měření/hodnocení vlivu:
- Desk research: databáze a statistické zdroje dat (sekundární data)
 - ČSÚ, AOPK, NPÚ, ARES
- Práce s velkým množstvím dat (primární data)
 - Údaje od platebních společností/bank, výstupy EET, mobilní operátoři
- Terénní šetření, participativní pozorování
- Dotazníkové šetření, řízené rozhovory, focus group

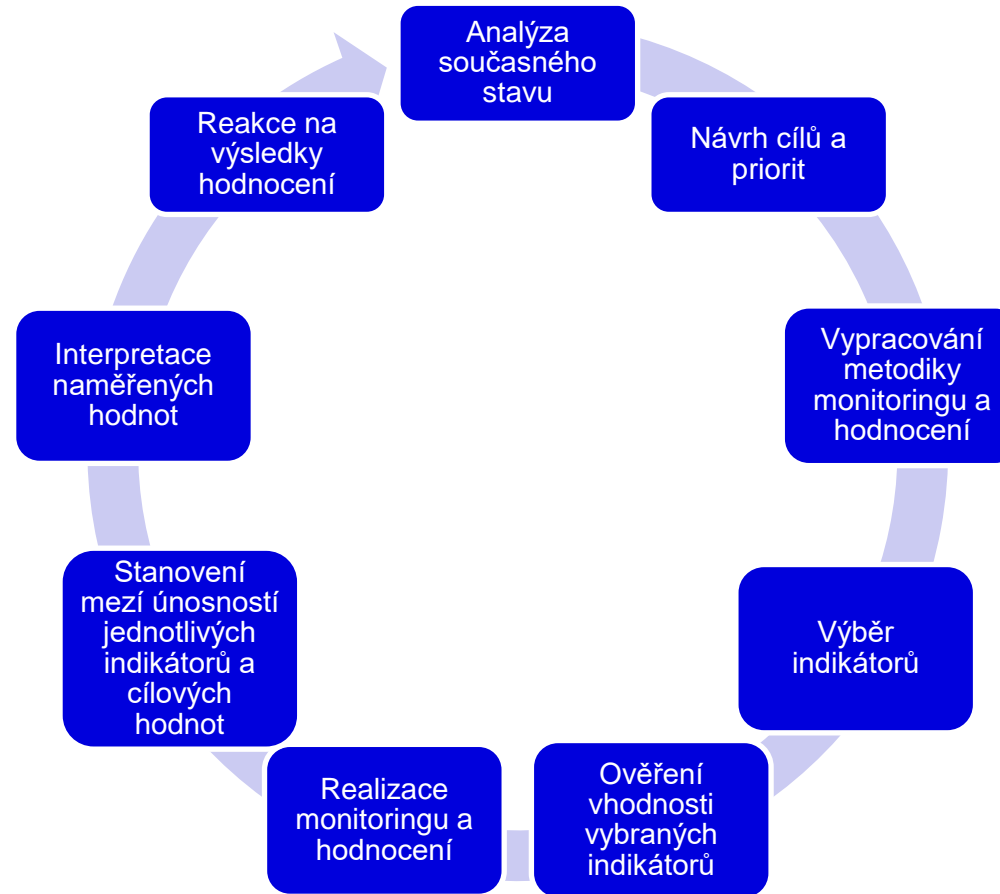
Monitoring a hodnocení

- **Monitoring:** proces získávání informací o destinace
- **Hodnocení:** návazná činnost vedoucí k závěrům o zkoumaném jevu
- **Cíl:** ověřit účelnost a efektivnost aplikovaných nástrojů UCR
- Musí probíhat pravidelně, komplexně a interdisciplinárně
- Participace širokého okruhu interesovaných osob a subjektů
(destinační management, rezidenti, veřejná správa, profesní organizace, lokální podnikatelé a mnoho dalších)
- Pro srovnání a hodnocení s ostatními destinacemi se využívá tzv. benchmarking či různé kartografické vizualizace

Komponenty korektního hodnocení – zjednodušený model



Komponenty korektního hodnocení – rozšířený model



Děkuji za pozornost!