

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Bakalářská práce

Cestovní ruch v subsaharské Africe

Amos Rendjambé

© 2021 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Amos Rendjambé

Veřejná správa a regionální rozvoj – k.s. Litoměřice

Název práce

Cestovní ruch v subsaharské Africe

Název anglicky

Tourism and Sub-Saharan Africa

Cíle práce

Hlavním cílem této práce je zhodnotit úroveň cestovního ruchu v subsaharské Africe. Analyzovat danou oblast, porovnat ji se světem. Zjistit silné i slabé stránky cestovního ruchu v subsaharské Africe, analyzovat je a najít postup jak zlepšit úroveň cestovního ruchu v dané oblasti.

Dále zjistit, jaký je dopad pandemie Covid 19 na světový cestovní ruch. Analyzovat a zjistit, jaká je aktuální situace dopadu této pandemie na cestovní ruch, vyvodit z těchto výsledků co nejlepší přístup, aby byl dopad pandemie Covidu 19 na cestovní ruch co nejmenší.

V závěru bude popsán zájezd do vybrané africké země, který bude zároveň co nejvíce přispívat ekonomické i vzdělávací situaci v dané zemi .

Metodika

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části bude čerpat ze studia vybrané odborné knižní literatury zabývající se cestovním ruchem.

V další části v oblasti dopadu a boje proti vlivu pandemie Covid 19 na cestovní ruch budou využity aktuální informace, poskytované zejména Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) a Organizací pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD).

Charakteristika cestovního ruchu v Africe, včetně její subsaharské části, bude vycházet ze statistických dat Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). Využita budou i data poskytovaná programem Organizace spojených národů pro životní prostředí (UNEP) a Centra pro podporu dovozu z rozvojových zemí (CBI).

V závěrečné, praktické části, bude popsán turistický zájezd do Ugandy, se širším zaměřením (dobrovolnická činnost), který by mohl napomoci rozvoji cestovního ruchu ve východní Africe, zároveň by měl pro samotné účastníky i nezanedbatelný vzdělávací přínos. V tomto směru budou využity osobní poznatky autora.

V práci budou v různé míře využity metody analýzy, syntéza a komparace.

Doporučený rozsah práce

30-40 stran •

Klíčová slova

Cestovní ruch, pandemie, subsaharská Afrika, turismus, zájezd, dobrovolnická činnost .

Doporučené zdroje informací

INDROVÁ, J. – VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE. FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ. *Cestovní ruch : (základy)*. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.

MALÁ, V: *Základy cestovního ruchu*, Praha, Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1

UNCTAD Handbook of Statistics 2019, UN, Ženeva 2019, 104 s., ISBN: 978-92-1-112940-3, přístupné: <https://unctad.org/...pdf>

UNWTO Tourism Highlights: 2019 Edition, UNWTO 2019, Madrid, ISBN: 978-92-844-2114-5

ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Zbyněk Kuna, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Konzultant

x

Elektronicky schváleno dne 9. 3. 2021

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 10. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Cestovní ruch v subsaharské Africe" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2021

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval především vedoucímu práce Ing. Zbyňku Kunovi, Ph.D., za jeho odborné rady, jeho cenné podněty, připomínky a hlavně pomoc, kterou významně přispěl k vypracování bakalářské práce. Zároveň bych chtěl poděkovat všem přátelům a rodině za podporu během studia.

Cestovní ruch v subsaharské Africe

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou cestovního ruchu a je zaměřena hlavně na oblast subsaharské Afriky. Práce se skládá z části teoretické a praktické. Úvodní kapitola je zaměřena na definování cestovního ruchu. V druhé části je popsána současná nepříznivá situace v cestovním ruchu z důvodu ekonomického dopadu pandemie Covid 19 a jaká budou plánovaná východiska pro podporu cestovního ruchu ve světě. V hlavní části je popsána subsaharská Afrika v porovnání se světem v oblasti cestovního ruchu. Jsou zde grafy porovnávající počty turistů, kteří navštívili dané oblasti v různých letech a jejich celkový ekonomický přínos v penězích pro danou část světa v oblasti cestovního ruchu. Dále jsou zde popsány slabé i silné stránky v oblasti cestovního ruchu v subsaharské Africe a kroky, které povedou k růstu cestovního ruchu v budoucnosti. V poslední kapitole je zvolena cestovní aktivita v Ugandě, která pomáhá ve vzdělávání i v ekonomickém růstu v Ugandě.

Klíčová slova:

Cestovní ruch, formy cestovního ruchu, pandemie, subsaharská Afrika, zájezd, Uganda, dobrovolnická činnost v Africe.

Tourism in sub-Saharan Africa

Abstract

This bachelor's thesis deals with the issue of tourism and is focused mainly on the region of sub-Saharan Africa. The work consists of theoretical and practical parts. The introductory chapter is focused on defining tourism. The second part describes the current unfavorable situation in tourism due to the economic impact of the Covid-19 pandemic and what will be the planned starting points for the promotion of tourism in the world. The main part describes sub-Saharan Africa in comparison with the rest of the world in the field of tourism. There are graphs comparing the number of tourists who come to a given area in different years and their economic benefit for that part of the world in the field of tourism. It also describes the strengths and weaknesses of tourism in sub-Saharan Africa and future initiatives, and what they say about the growth of tourism. In the last chapter, travel activity in Uganda is chosen, which helps in education and economic growth in Uganda.

Keywords:

Forms of tourism, pandemics, sub-Saharan Africa, travel, Uganda, volunteering in Africa

Obsah

1 Úvod.....	12
2 Cíl práce a metodika	14
2.1 Cíl práce	14
3 Cestovní ruch.....	16
3.1 Vymezení pojmu cestovní ruch.....	16
3.2 Okolí systému cestovního ruchu	20
3.2.1 Ekologické prostředí a cestovní ruch.....	21
3.2.2 Subjekt cestovního ruchu.....	21
3.2.3 Objekt cestovního ruchu	21
3.2.4 Formy cestovního ruchu	21
3.3 Produkt cestovního ruchu.....	21
3.3.1 Z hlediska tvorby produktu v cestovním ruchu rozlišujeme tři úrovně....	22
3.4 Služby cestovního ruchu	22
3.4.1 Klasifikace služeb cestovního ruchu.....	22
3.4.2 Znaky služeb cestovního ruchu.....	23
3.5 Marketing služeb	23
3.5.1 Marketing cestovního ruchu	24
3.5.2 Marketing řízení cestovního ruchu	24
3.5.3 Marketingový mix cestovního hluku	24
3.6 Destinační management a marketing	26
3.6.1 Destinační management.....	26
4 Koronavirus a cestovní ruch	27
4.1 Covid a turistika	27
4.2 Jak země podporují obnovu cestovního ruchu?	27
4.3 Reakce vlád na Covid 19.....	28

5 Subsaharská Afrika	30
5.1 Ekonomika	31
5.2 Cestovní ruch v subsaharské Africe	33
6 Případová studie cestování Uganda.....	49
6.1 Cestovní ruch v Ugandě	50
6.2 Silné a slabé stránky možného rozvoje cestovního ruchu v Ugandě	50
6.3 Ekonomické ukazatele Uganda	53
6.4 Dobrovolnický zájezd do Ugandy	56
6.4.1 Historie vzniku a realizace tohoto programu	59
7 Závěr.....	61
8 Citace.....	63
9 Seznam použitých zdrojů z internetu	64

Seznam obrázků

Obrázek 1 mapa Afriky s vyznačením subsaharské Afriky (zeleně).....	30
Obrázek 2: dálkové linky Ugandy airlines.....	52

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet zahraničních příjezdů turistů v letech 2010,2018,2019 v milionech osob. ...	38
Tabulka 2: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu podle regionů (miliardy USD).....	40
Tabulka 3: Počet zahraničních příjezdů turistů do vybraných zemí Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 (tisíce osob)	43
Tabulka 4: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 v milionech USD.....	45
Tabulka 5 : Mezinárodní cestovní ruch v Ugandě (počet zahraničních příjezdů, příjmy z cestovního ruchu)	53
Tabulka č. 6: Celková cena za zájezd v Ugandě a cena za jednotlivé druhy výdajů.....	56

Seznam grafů

Graf 1: Podíl Afriky na světovém HDP v roce 2019 v porovnání se zbytkem světa (Afriku vyznačuje červené pole).....	32
Graf 2: HDP na obyvatele v USD.....	32
Graf 3: Podíl jednotlivých oblastí světa na zahraničních příjezdech turistů v roce 2010 (%)..	38
Graf 4: Podíl jednotlivých oblastí světa na zahraničních příjezdech turistů v roce 2018 (%)..	39
Graf 5 : Podíl regionů na zahraničních příjezdech turistů v roce 2019 (%)	39
Graf 6: Počet turistů, kteří navštívili vybrané oblastí světa v počtu milion osob v roce 2010, 2018 a 2019.....	40
Graf 7 : Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2010 (%).	41
Graf 8: Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2010 (%).	41
Graf 9: Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2019 (%).	42
Graf 10 Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu v miliardách USD podle jednotlivých oblastí světa v letech 2010, 2018 a 2019.	42
Graf 11: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2010 (%).....	43
Graf 12: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2018 (%).....	44
Graf 13: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2019 (%).....	44
Graf 14: Celkový počet zahraničních turistů ve vybraných zemích Afriky v tisících v roce 2010, 2018 a 2019.....	45
Graf 15: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2010 (%).	46
Graf 16: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2018 (%).	46
Graf 17: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2019 (%).	47
Graf 18: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 v milionech USD.....	47

Graf 19: Vývoj počtu zahraničních turistů v Ugandě v letech 2010 až 2017.....	54
Graf 20: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu v Ugandě v letech 2010 až 2017 v milionech USD.	55

Seznam použitých zkratk

UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
CBI	centrum pro podporu dovozu z rozvojových zemí v Holandsku
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
UNCTADSTAT	statistické údaje o obchodu a rozvoji Organizace spojených národů
UNEP	program Organizace spojených národů pro životní prostředí
apod.	a podobně
tj.	to jest
OSN	Organizace spojených národů
UN	Organizace spojených národů
DPH	Hrubý domácí produkt
UNESCO	organizace v Organizaci spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu
USD	Americký dolar (peníze)
Etc.	et cetera, což znamená tedy a tak dále
str.	strana
km ²	kilometr čtverečný
3G	třetí generace mobilních zařízení a mobilních sítí
ČLR	Čínská lidová republika
MMF	Mezinárodní měnový fond

1 Úvod

Na začátku dvacátého prvního století, ale už i před tím byl znát velký ekonomický růst cestovního ruchu. Cestovní ruch se stává neodmyslitelnou součástí moderního života jednotlivce ve vyspělých společnostech, nebo mezi jednotlivci s vyššími příjmy v méně rozvinutých zemích. Stále větší množství turistů chce poznávat nejen svou zemi, ale i jezdit do zahraničí. Turisté chtějí většinou nejdříve navštívit okolní státy a posléze poznávat státy i národy ve velmi vzdálených destinacích. To všechno jde dohromady s ekonomickým růstem a příjmem jednotlivců (domácností) a většími ekonomickými možnostmi lidí zvláště v Evropě, Japonsku, Číně a Severní Americe. Také s ekonomickým rozvojem některých dříve chudých států došlo k nárůstu bohatých turistů, kteří chtějí poznávat všechny kouty na světě, kam se lze podívat díky dynamicky se rozvíjejícímu cestovnímu ruchu po celém světě.

Jako téma bakalářské práce byl zvolen cestovní ruch v subsaharské Africe. Tato práce se zaměřuje na cestovní ruch do roku 2019, kdy je ještě cestovní ruch po celém světě významným ekonomickým faktorem a do konce roku 2019 byl prezentován velkým ekonomickým růstem, který významně přispíval k ekonomickému růstu po celém světě a vlády v řadě zemí se snažily cestovní ruch co nejvíce podporovat. První část práce popisuje všechno o cestovním ruchu, základní pojmy, druhy míst, kde probíhá cestovní ruch, jaké jsou úrovně služeb, co všechno zahrnuje marketing cestovního ruchu.

Bohužel rok 2020 a rok 2021 je a asi bude v záporných číslech se spoustou propouštění zkušených zaměstnanců a se vším co kolem cestovního ruchu přináší výdělek. V rámci negativního vývoje vlivem velkého úpadku v důsledku pandemie Covid 19, která zasáhla cestovní ruch po celém světě.

Vyjadřovat se o budoucnosti cestovního ruchu je jen v teoretické, nikoli v praktické rovině a nelze opravdu stanovit co bude v příštích 3 letech? Mezinárodní světová organizace cestovního ruchu připravuje ekonomickou strategii, jak se co nejlépe vypořádat s touto pandemií a jak být co nejlépe připraven znovu nastartovat cestovní ruch směrem k ekonomickému růstu.

Země, které podporují cestovní ruch a mají co nabídnout v souvislosti se špičkovou kvalitou hotelů, ubytoven, služeb, atrakcí a zaručenou bezpečností po zdravotní a hygienické stránce,

jsou ve výhodě. Je však zapotřebí mít zkušený a velmi dobře vyškolený tým zaměstnanců na novou dobu v cestovním ruchu.

Autor má osobní zkušenosti s návštěvou mnoha zemí subsaharské Afriky, což mu umožnilo sbírat informace o řadě aspektů života v těchto zemích, a to i po stránce ekonomické a ekologické. Bylo možné také sledovat rozdílnou úroveň služeb cestovního ruchu a porovnávat tyto zkušenosti s pobytem v jiných částech světa. Autor tak osobně mohl určit některé příčiny, které vedou k tomu, že subsaharská Afrika zaostává vůči jiným světovým regionům v rozvoji cestovního ruchu.

V práci je také naznačeno, co je potřeba udělat, aby mohlo dojít ke zlepšení a cestovní ruch v subsaharské Africe mohl tak posílit konkurenční schopnosti k přilákání více turistů v budoucnosti. Cestovní ruch v této oblasti má obrovský potenciál a k tomu je potřeba udělat velký kus práce.

V závěru je popsána cestovní aktivita v Ugandě, kde se skupina nadšenců snaží pomoci místnímu obyvatelstvu udržet čistotu místní krajiny a vytvářet různé ekologické vzdělávací programy. Program mají velmi zajímavý. Před dopadem pandemie vše bylo dobře nastartováno z hlediska příjezdu turistů, dobrovolníků, kteří měli zájem, jak o přírodu, tak aby zvládli pořádný kus práce na ochranu životního prostředí pro současnou, ale i budoucí generaci v subsaharské Africe.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je zmapovat a charakterizovat problematiku cestovního ruchu v subsaharské Africe. Autor se zaměřuje na subsaharskou Afriku a na turistický potenciál ve vybrané oblasti a porovnává se světem.

Dílčí cíle zahrnují:

- a) odborný popis cestovního ruchu a popis faktorů ovlivňující cestovní ruch,
- b) vliv světové pandemie Covid 19 na světový cestovní ruch,
- c) porovnávání ekonomických ukazatelů a počty návštěvníků cestovního ruchu, v subsaharské Africe, se světem i vybranými africkými státy,
- d) cestovní ruch ve vybrané subsaharské africké zemi.

Za účelem naplnění cílů práce byl proveden výběr a následně i studium odborné literatury a dalších informačních zdrojů týkajících se dané problematiky. Tyto zdroje posloužili nejen jako základ pro zpracování teoretických východisek, ale také pro provedení metody analýzy, syntézy a komparace. Následně byla vybrána africká země, kde byl vytvořen ve spolupráci s dobrovolníky cestovatelský program.

2.2. Metodika

Bakalářská práce je v teoretické části zpracována ze studia vybrané odborné knižní literatury zabývající se cestovním ruchem. V následující části jsou použity vhodné odborné statistické ročenky renomovaných internetových stránek světových organizací, zabývajících se cestovním ruchem. Zvoleny byly odborné publikace světových organizací v cestovním ruchu a z internetových stránek Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO), Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), dále z programu Organizace spojených národů pro životní prostředí (UNEP), centra pro podporu dovozu z rozvojových zemí (CBI) v Holandsku. Ze stránek Organizace spojených národů o světovém obyvatelstvu a statistických informací (UN WORLD POPULATION, UNCTADSTAT). V části zabývající se pandemií Covid19, která má velký dopad na cestovní ruch, jsou použity zdroje internetových stránek Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). V rámci analýzy cestovního ruchu byla zvolena subsaharská Afrika, kde jsou statistické údaje pocházející hlavně z internetových

stránek Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a zkušenosti autora z navštívených zemí subsaharské Afriky. V závěru je zpracovaná vhodná turistická aktivita v Ugandě vyplývající ze zkušeností autora v cestovním ruchu spojená s dobrovolnou aktivitou, která pomáhá rozvoji cestovního ruchu v Ugandě. V různé míře byly použity metody analýzy, syntézy a komparace.

3 Cestovní ruch

3.1 Vymezení pojmu cestovní ruch

Podle Výkladového slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012: 83) definují cestovní ruch jako „komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“. (1)

Dle Výkladového slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012: 372) se za cestujícího považuje „každá osoba cestující z jednoho místa do druhého. Pro statistiky cestovního ruchu je důležité rozdělení cestujících na návštěvníky (synonymum účastníka), kteří jsou sledováni v rámci cestovního ruchu, a na ostatní cestující, kteří cestují za zaměstnáním, do školy apod. a nejsou považováni za účastníky cestovního ruchu. Je však nutné uvědomit si, že v některých statistikách (např. při sledování přechodu hranic) se mohou objevit i ostatní cestující a může být obtížné odlišit je od návštěvníků. Kromě výše zmíněného členění lze návštěvníky rozdělit podle jejich původu na domácí a zahraniční. (2)

Pojem rezident je obvykle spojován s osobou, která sídlí v dané zemi více než jeden rok. Jsou to tedy občané státu, ale i cizinci, kteří v zemi dlouhodobě žijí a jejichž rezidentská země je stejná jako země navštívená. Vztaheno k lokálnímu cestovnímu ruchu jde o místní obyvatele dané destinace“ (Zelenka a Pásková, 2012: 493) (3)

Rekreaci v užším slova smyslu lze chápat jako „souhrn odpočinkových činností, provozovaných ve volném čase, zpravidla však nedaleko bydliště v rámci druhého bydlení, dětských táborů apod.“. (Zelenka a Pásková, 2012: 485). (Zelenka a Pásková, Výkladový slovník cestovního ruchu, 2012) (4)

Cestovní ruch představuje souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu a současně i aktivit podniků a organizací poskytujících služby pro zajištění pobytu účastníků cestovního ruchu Cestovní ruch představuje souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu a současně i aktivit

podniků a organizací poskytujících služby pro zajištění pobytu účastníků cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště. Pro účely statistického sledování cestovního ruchu je cestovní ruch vymezen jako: „Činnost lidí cestujících a zdržujících se mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku za účelem rekreace, obchodu nebo z jiného důvodu“.

Pro rozvoj cestovního ruchu je nezbytné splnit tři základní podmínky – zachovat bezpečnost v dané destinaci, vytvořit dostatečný fond volného času a zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva. Podíl obyvatelstva na cestovním ruchu patří k důležitým měřítkům životní úrovně dané země. Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva naší planety, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která postupně překonává jazykové bariéry a podněcuje touhu po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků. Podnětem pro rozvoj cestovního ruchu je i postupující globalizace, spojená se soustřeďováním lidí do velkých aglomerací, rozšiřováním moderních technologií, které umožňují bezproblémovou komunikaci a rychlé překonání vzdáleností. V hierarchii potřeb člověka se cestovní ruch postupně přesunuje z potřeb luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí jeho spokojeného života.

(Malá V.: Základní otázky vymezení cestovního ruchu, publikováno v Indrová J. a kol.: Cestovní ruch (základy), Oeconomica 2007, str. 11). (5)

V odborné literatuře se můžeme setkat s řadou členění cestovního ruchu podle forem a druhů cestovního ruchu. Při určování formy cestovního ruchu přihlížíme především k motivům účasti na cestovním ruchu. Podrobnější určení vlastního průběhu cestovního ruchu pak udává jeho druhové určení, které zachycuje jeho průběh a vlastní realizaci v závislosti na ekonomických, sociálních, geografických či jiných podmínkách, s přihlédnutím k výsledným efektům a účinkům.

Vzhledem k nejednotnosti výkladu různých autorů, vychází tato publikace z typologie cestovního ruchu podle Malé (2007), která vymezuje následující kritéria pro určení typu cestovního ruchu:

- převažující motivace účasti na cestovním ruchu
- místo realizace
- vztah k platební bilanci státu

- délka pobytu
- způsob zabezpečení cesty a pobytu
- počet účastníků
- způsob financování
- věk účastníků
- převažující prostředí pobytu
- ostatní kritéria.

Typy cestovního ruchu podle převažující motivace účasti na cestovním ruchu

- rekreační cestovní ruch
- kulturně-poznávací cestovní ruch
- cestovní ruch s náboženskou orientací
- cestovní ruch se vzdělávacími motivy
- cestovní ruch se společenskými motivy
- zdravotně-orientovaný cestovní ruch
- sportovně orientovaný cestovní ruch
- cestovní ruch orientovaný na poznávání přírodního prostředí
- cestovní ruch s dobrodružnými motivy
- cestovní ruch s profesními motivy
- cestovní ruch specificky orientovaný.

Cestovní ruch dle místa realizace

- domácí cestovní ruch
- zahraniční cestovní ruch.

Členění cestovního ruchu dle vztahu k platební bilanci státu

- zahraniční cestovní ruch aktivní
- zahraniční cestovní ruch pasivní.

Cestovní ruch dle délky pobytu

- krátkodobý
- dlouhodobý.

Členění cestovního ruchu podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

- organizovaný
- neorganizovaný.

Typy cestovního ruchu podle počtu účastníků

- individuální
- skupinový.

Cestovní ruch podle způsobu financování

- komerční
- sociální.

Členění cestovního ruchu podle věku účastníků

- cestovní ruch dětí
- cestovní ruch mládeže
- cestovní ruch rodin s dětmi
- cestovní ruch dospělých bez dětí
- cestovní ruch seniorů.

Typy cestovního ruchu podle převažujícího prostředí pobytu

- městský cestovní ruch
- venkovský cestovní ruch
- lázeňský cestovní ruch
- cestovní ruch v horských střediscích
- cestovní ruch v přímořských střediscích.

Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu – členění podle:

- ročního období
- způsobu ubytování
- použitého dopravního prostředku atd. (6)

„Hesková a kol. (2006:9) definuje cestovní ruch jako významný společenskoekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. (7)

(Hesková a kol., 2006:10) dále definuje cestovní ruch jako soubor operací zvláště ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř některé země, města nebo regionu. (8)

Cestovní ruch lze také definovat jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hesková a kol., 2006:10). (9)

Švýcarský profesor C. Kaspar, definoval cestovní ruch jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“ (Hesková a kol., 2006:10). (10)

3.2 Okolí systému cestovního ruchu

Charakteristika cestovního ruchu jako otevřeného systému zdůrazňuje význam vlivu okolí na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruch více nebo méně ovlivňuje.

Ekonomické prostředí je pro rozvoj cestovního ruchu velmi významné. Jde zejména o pozitivní anebo negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanosti, inflace, stability měny a úrokové míry. Politické prostředí, které ovlivňuje rozvoj cestovního ruchu, tvoří zejména mírové podmínky v jednotlivých státech a ve světě jako celku. Mnoho závisí i na společenském zřízení státu, ve kterém se cestovní ruch rozvíjí, protože stát je nositelem politiky cestovního ruchu. Významné je odstraňování bariér v podobě cestovních formalit, např. zrušení vízové povinnosti jednotlivých krajín atd. Sociální prostředí, které je dáno společenským zřízením, má též podstatný význam pro rozvoj cestovního ruchu. To ovlivňuje např. rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky, dále i sociální politiku státu.

Technicko-technologickým prostředím označujeme dopravní infrastrukturu a další technickou informačně-technologickou vybavenost umožňující rozvoj cestovního ruchu.

3.2.1 Ekologické prostředí a cestovní ruch

Závislost mezi těmito dvěma pojmy je větší než ve většině jiných hospodářských aktivit. Proto narušení rovnováhy země u prvků jako je půda, voda, ovzduší, flora a fauna může vést k omezení, případně i k likvidaci cestovního ruchu.

(Hesková a kol., 2006: 16) (11)

3.2.2 Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. (Hesková a kol., 2006: 13). (12)

3.2.3 Objekt cestovního ruchu

Podle Heskové (2006: 15) je objektem cestovního ruchu všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. Musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje jako primární nabídka. Ta umožňuje naplnit cíle účasti na cestovním ruchu. Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost čili sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. (13)

3.2.4 Formy cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2006: 96) je produktem cestovního ruchu vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. (14)

3.3 Produkt cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2006: 96) je produktem cestovního ruchu vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. (15)

3.3.1 Z hlediska tvorby produktu v cestovním ruchu rozlišujeme tři úrovně

A to všeobecný produkt, očekávaný produkt a širší produkt.

Všeobecný produkt je jádrem produktu a tvoří ho nabídka specializovaných služeb, např. stravovacích, ubytovacích, které pokládají hosté za samozřejmost. Jeho součástí je také variabilní primární nabídka cílového místa, která je určující pro rozvíjení sekundární nabídky. Očekávaný produkt je ten, se kterým se setká zákazník a kterým se producent služeb odlišuje od konkurence. Jde o skutečný produkt, který vyplývá z očekávání hostů.

Širší produkt poskytuje dodatečný užitek. Znamená něco navíc, co zákazník neočekává, např. poskytnutí slevy stálým hostům. Pro vytvoření produktu cestovního ruchu je potřebné nejdříve poznat podstatu potřeb zákazníka, kterého má daný produkt cestovního ruchu uspokojit a najít správnou volbu cenu, kterou jsou zákazníci ochotni akceptovat.

(Hesková a kol., 2006: 98) (16)

3.4 Služby cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2006: 99) jsou služby rozhodující součástí produktu cestovního ruchu. Představují rozmanitý souhrn účinných výsledků určených k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. (17)

3.4.1 Klasifikace služeb cestovního ruchu

Různorodost služeb v cestovním ruchu umožňuje jejich základní rozdělení na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Druhové členění služeb cestovního ruchu vyjadřuje jejich vztah k hlavním nositelům, tj. podnikům cestovního ruchu a zároveň jejich strukturu v závislosti na druzích a formách cestovního ruchu. Podle fází realizace cestovního ruchu rozlišujeme služby, které účastník cestovního ruchu vyžaduje, kupuje a spotřebovává v místě trvalého bydliště, během pobytu v cílovém místě a další služby v závislosti na druhu nebo formě cestovního ruchu. Z časového hlediska jde o služby poskytované v sezonním nebo v mimosezonním období, sezonní služby v letní nebo v zimní sezoně. Z hlediska uspokojování potřeb rozlišujeme základní a doplňková služby cestovního ruchu. Podle charakteru spotřeby se služby cestovního ruchu dělí na osobní a věcné služby. Z ekonomického hlediska se služby člení na placené a neplacené. (Hesková a kol., 2006: 104) (18)

3.4.2 Znaký služeb cestovního ruchu

Hesková a kol. (2006: 100) mezi všeobecné znaký služeb řadí materiálnost služeb, vysokou spotřebu živé práce při jejich poskytování, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pominutelností služeb. Jako speciální znaký služeb cestovního ruchu uvádí časovou a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementaritu, zastupitelnost, mnoho oborový charakter poptávky a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamiku a sezonnost poptávky po nich, nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě. (19)

3.5 Marketing služeb

Pro marketing služeb je podle Heskové a kol. (2006: 132) charakteristický rozšířený marketingový mix oproti klasickému marketingovému mixu 4P, a to o marketingový nástroj kterým je lidský faktor.

1 P – Produkt.

Specifika produktu služeb jsou spojena především s jeho nehmotným charakterem. Spotřebitelé kupují konkrétní užitek, celkovou spotřební hodnotu nabídky.

2 P – Cena, cenový mix.

Volba efektivní cenové strategie je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem. Určení cenové strategie navazuje na analýzy provedené v oblasti produktu.

3 P – Distribuce – místo.

Jde o řešení vhodné lokalizace, místa poskytované služby a volba prodejních míst. V úvahu přicházejí tyto případy: zákazník jde k poskytovateli, poskytovatel jde k zákazníkovi, transakce na dálku.

4 P – Promotion – marketingová komunikace.

Při volbě nástrojů marketingové komunikace je nutné vycházet ze specifík produktu služeb. Skladba nástrojů komunikačního mixu musí být navržena s cílem odstranit nevýhody nehmotného produktu.

5 P – Lidský faktor.

Lidský faktor v oblasti služeb je významně vyšší, než bývá u klasických produktů. Marketingový pohled na řízení lidského faktoru ve službách je úzce spojen s dalšími marketingovými disciplínami jako personální marketing, marketing vztahů, sociální marketing a interní marketing. (20)

3.5.1 Marketing cestovního ruchu

Podle Heskové a kol. (2006: 134) Většina definic marketingu cestovního ruchu vychází z určitých znaků, které mají produkty cestovního ruchu. Mezi tyto znaky lze zařadit: nehmotný charakter produktu, pomíjivost služeb, charakter výroby, podmíněnost nákladů, vázanost služeb na jejich poskytovatele, v marketingu cestovního ruchu se zpravidla pracuje s rozšířeným marketingovým mixem 8 P. (21)

3.5.2 Marketing řízení cestovního ruchu

Marketingové řízení je chápáno jako komplexní činnost, která zahrnuje etapu analýzy, plánování, realizace (organizování, implementace) a kontroly programů. Výběr vhodné marketingové strategie a cílů vychází ze strategických cílů příslušného subjektu. Základním nástrojem realizace marketingové strategie je marketingový plán. Při jeho tvorbě se zpravidla postupuje v následujících krocích:

1. Analýza vnějšího okolí
2. Volba cílového trhu
3. Stanovení marketingových cílů pro konečný trh
4. Formulace strategie umístění produktu na trh
5. Tvorba taktických programů a nástrojů marketingového mixu
6. Rozpočet marketingové strategie
7. Kontrola a zpětná vazba (Hesková a kol., 2006: 137) (22)

3.5.3 Marketingový mix cestovního ruchu

Klasický marketingový mix 4 P je rozšířen o další následující marketingové nástroje: People (lidé), Packaging (tvorba balíku), Programming (programování balíku služeb), Partnership (spolupráce).

Marketingový mix cestovního ruchu tvoří 8 P. Charakteristiku jednotlivých nástrojů uvádí Hesková a kol. (2006: 141) (23)

1. Produkt (Product):

Každá organizace v oboru cestovního ruchu má svůj vlastní produktový mix tvořící nabídku.

2. Cena (Price):

Cena plní dvě funkce. Jednak je přímým determinantem rentability (jako jediná část marketingového mixu přímo působí na zisk firmy), jednak působí jako magnet, který zákazníky přitahuje nebo odrazuje.

3. Místo distribuce (Place):

Pomocí tohoto nástroje marketingu hledáme odpověď na otázku: Jaký způsob dodání služeb cestovního ruchu a pohostinství bude nejefektivnější?

4. Marketingová komunikace (Promotion):

Komunikační mix je kombinací následujících nástrojů: reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje a public relations. Záměrem celého komunikačního mixu je ovlivňovat spotřební chování zákazníka.

5. Lidé (People):

Tato část marketingového mixu je velmi významná pro všechny obory cestovního ruchu. Člověk vystupuje ve dvou podobách, a to jako zaměstnanec a jako zákazník (klient).

6. Spolupráce (Partnership):

V produktech cestovního ruchu bez vzájemné spolupráce organizací by nebylo možné realizovat některé typy produktů na trhu. Typy kooperací mohou být ve formě horizontální a vertikální.

7. Nabídka balíku služeb (Packaging):

Nabídka balíku služeb znamená kompletaci poskytovaných zájezdů a jejich programovou orientaci.

8. Programová specifika služeb (Programming):

Úzce navazuje na tvorbu balíku služeb. Nástroje jsou propojené, mají za cíl vyvolat zájem o mimosezónní období u zákazníků, kdy je účastníkům ve střediscích cestovního ruchu poskytován další servis.

3.6 Destinační management a marketing

Dle Heskové a kol. (2004: 13) (24) je destinace geografický prostor, který host volí jako cíl účasti na cestovním ruchu. Destinace zahrnuje komplex služeb pro potřeby cestovního ruchu. Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni mikroregionů a regionů, využívání podpůrných fondů. (Hesková a kol., 2006: 152) (25)

3.6.1 Destinační management

Managementem destinací je dle Heskové a kol. (2006: 155) označován proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených jednotek – destinací.

Destinační management je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblasti plánování, organizování, propagace a rozhodovací procesy. Dělí se na tři různé fáze, a to na startovací, rozvojovou a fázi diferenciací a konsolidace. (26)

4 Koronavirus a cestovní ruch

Pandemie je bezprecedentní krizí pro ekonomiku cestovního ruchu. Covid 19 pandemie je v první řadě humanitární krizí, která ovlivňuje životy lidí, a vyvolala globální hospodářskou krizi. To má velmi hmatatelné dopady na odvětví cestovního ruchu, které má zásadní význam pro mnoho lidí, míst a podniků, přičemž dopad je obzvláště patrný v zemích, městech a regionech, kde je cestovní ruch důležitou součástí hospodářství.

Cestovní ruch vytváří devizy, podporuje regionální rozvoj, přímo podporuje řadu pracovních míst a podniků a podporuje mnoho místních komunit. (27)

4.1 Covid a turistika

Průzkum říká, že k zachování pracovních míst by měla být použita flexibilní práce. Vlády by měly zavést dočasná daňová a rozpočtová opatření ke zmírnění dopadů v odvětvích nejvíce postižených poklesem, jako je cestování a cestovní ruch, doprava, zejména mezistátní a automobilový a elektronický průmysl.

V nejvíce postižených zemích je třeba zajistit adekvátní likviditu, která by bankám umožnila pomoci společnostem v problémech s peněžními toky.

Pokud se epidemie šíří široce, ekonomiky G20 by měly vést mezinárodně koordinovaný rámec pro podporu zdravotní péče v kombinaci s koordinovanými fiskálními a peněžními stimuly k obnovení důvěry.

<https://www.oecd.org/newsroom/global-economy-faces-gravest-threat-since-the-crisis-as-coronavirus-spreads.htm> (28)

4.2 Jak země podporují obnovu cestovního ruchu?

Vypuknutí Covid 19 ovlivnilo země v různých časech, různými způsoby a v různé míře. Přesto se reakce na potlačení pandemie po celém světě promítla do národních uzavírek a rozsáhlého zavádění cestovních omezení a uzavření hranic, což z cestovního ruchu učinilo jedno z nejhůře postižených odvětví. Rozsáhlý a hluboký dopad Covid-19 na cestovní ruch spolu s významem tohoto odvětví pro hospodářství a pracovní místa vyžaduje silnou podporu na vnitrostátní i mezinárodní úrovni prostřednictvím příslušných institucí. Tato informační

zpráva nabízí přehled a analýzu hlavních opatření přijatých zeměmi ke zmírnění dopadů Covid19 v oblasti cestovního ruchu a podpoře obnovy.

4.3 Reakce vlád na Covid 19

Celkově okamžitá a první reakce vlád spočívala v záchraně malých a středních podniků a ochraně pracovních míst v tomto postiženém odvětví. Jak se situace vyvíjí, země stále častěji přijímají konkrétní opatření v oblasti cestovního ruchu a opatření k opětovnému otevření (spuštění) turistického odvětví.

To je patrné zejména pro země, kde cestovní ruch významně přispívá k národnímu hospodářství. Zdaleka nejběžnější opatření jsou ve formě ekonomických stimulačních balíčků, které jsou zavedené v Evropské unii a jsou zaměřené na pomoc zasaženým odvětvím pandemií koronaviru.

Fiskální stimulační balíčky, které se často používají, zahrnují často osvobození postižených subjektů od daní určené danou vládou a také jsou případně odložené platby DPH.

Nejčastěji vše probíhá formou ekonomických fondů a hospodářské pomoci, zejména malým a středním podnikům, středním a drobným podnikatelům. Běžné bývají zavedené různé investiční programy zaměřené na zmírnění okamžitých dopadů účinku pandemie.

To mají na starosti vládní komise, další regionální vrcholné instituce, mezinárodní instituce, jako je Mezinárodní měnový fond, Světová banka, regionální rozvojové banky a další regionální i mezinárodní instituce. Také vybrané agentury OSN a Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD).

[UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 1. How are countries supporting tourism recovery? \(e-unwto.org\)](https://www.e-unwto.org/zh/news-and-events/unwto-briefing-note-tourism-and-covid-19-issue-1-how-are-countries-supporting-tourism-recovery) (29)

V bezprecedentní krizi odvětví cestovního ruchu má pandemie Covid 19 zásadní dopad na regiony všude po světě. Dostupné údaje poukazují, že mezinárodní cesty turistů do různých destinací už v prvním čtvrtletí roku 2020 prudce poklesly a to o 22 %, přičemž různé scénáře na celý rok 2020 poukazují, až na pokles mezi 60 až 80 % ve srovnání s údaji z roku 2019.

Vypuknutí Covid 19 zasáhlo země celého světa na různých místech, různými způsoby a v různé míře. Přesto se reakce na potlačování pandemie po celém světě promítla do různých národních uzávěr a širokého uplatňování cestovních omezení a uzavírání hranic, což z cestovního ruchu učinilo jedno z nejvíce zasažených odvětví!

Rozsáhlý a hluboký dopad Covid 19 na cestovní ruch spojený s významem tohoto sektoru na národní, regionální ekonomiku a pracovní místa, která jsou v ohrožení vyžadují silnou podporu na národní a mezinárodní úrovni prostřednictvím příslušných institucí. Na základě informací od vlád, mezinárodních organizací a oficiálních online veřejných zdrojů „UNWTO spustila interaktivní online informační panel reakcí zemí a mezinárodních politik na Covid 19, která zahrnuje 220 zemí a území a více než 30 mezinárodních a regionálních institucí.

1. World Tourism Organization (UNWTO), UNWTO World Tourism Barometer, Issue 18, May 2020. (30)

2. More information on UNWTO monitoring of Travel Restrictions. (31)

3. This briefing note is based on information available at the UNWTO online interactive dashboard of Covid-19: measures to support travel and tourism as of May 22, 2020 (32)

5 Subsaharská Afrika

Obrázek 1: mapa Afriky s vyznačením subsaharské Afriky (zeleně).



Zdroj: [Sub-Saharan Africa definition UN.png \(362×340\) \(wikimedia.org\) \(34\)](#) (přístupné).

Afrika má celkem 54 zemí. Z toho severní Afrika, která není součástí subsaharské Afriky zahrnuje 5 zemí a to Maroko, Alžír, Tunis, Libyi a Egypt. (Západní Sahara je počítána k Maroku).

Podstatnou většinu států, jež jsou na obrázku 1. zeleně tvoří subsaharskou Afriku.

Subsaharskou Afriku lze ještě rozdělit na západní Afriku, střední Afriku, východní Afriku a jižní Afriku.

Seznam subsaharských Afrických zemí má celkem 49 zemí s 1,1 miliardou lidí.

Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Kamerun, Kapverdy, Středoafriická republika, Čad, Komory, Kongo (Brazzaville), Kongo (Demokratická republika), Pobřeží slonoviny, Džibuti, Rovnicková Guinea, Eritrea, Etiopie, Gabon, Gambie, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Keňa, Lesotho, Libérie, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauritánie, Mauricius, Mosambik, Namibie, Niger, Nigérie, Réunion, Rwanda, Svatý Tomáš a Princův ostrov, Senegal, Seychely, Sierra Leone, Somálsko, Jižní Afrika, Súdán, Svazijsko, Tanzanie, Togo, Uganda, Zambie, Zimbabwe.

5.1 Ekonomika

Subsaharská Afrika je ovlivněná mnohými ekonomickými trendy, v současné době je znatelná zpomalující se poptávka po komoditách, což velmi citelně ekonomicky zasahuje tyto státy, které mají zaměřenou ekonomiku především na prodej a nabídku surovin. Mezi nejdůležitější suroviny, které jsou především prodávány do zemí západní Evropy, Spojených států a Číny patří měď, mangan, uran, ropa, plyn, zlato diamanty a jiné. Tato oblast je plná různých poptávaných surovin, což vede často k politické nestabilitě v různých regionech.

Afrika je třetí největší kontinent. Počet obyvatel rychle roste. V roce 2020 ji obývalo téměř 1341 milionů obyvatel, což bylo 17,2 % světové populace. Vzhledem k zatím vysoké hrubé míře porodnosti a úhrnné plodnosti, bude počet obyvatel Afriky ještě stoupat a podle střední varianty OSN by kontinent měl mít v roce 2050 již 2489 milionů lidí. Teprve potom by mělo dojít ke stabilizaci počtu obyvatel Afriky.

Rychlejší populační vzestup se bude týkat její subsaharské části. Ta měla v roce 2020 více než 1094 milionů obyvatel, přičemž v polovině tohoto století by to mělo být 2118 milionů.

Vzroste podíl Afriky na světové populaci. V roce 2050 by každý čtvrtý obyvatel Země měl žít v Africe (podíl 25,6 %).

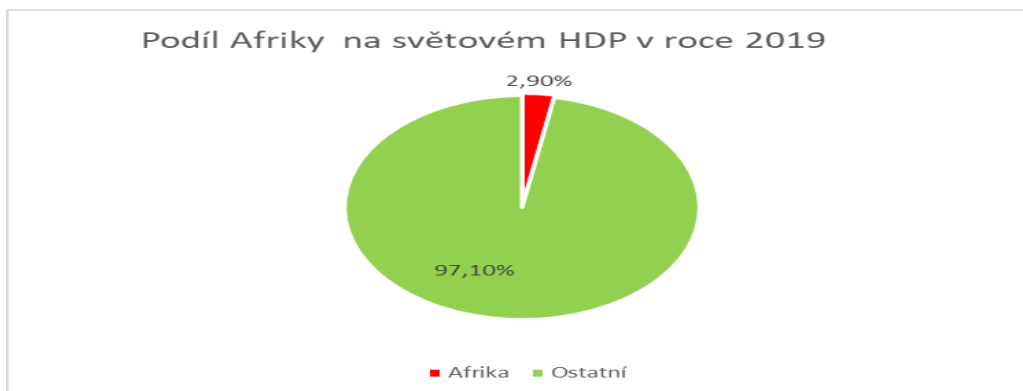
Zdroj: UN World Population Prospects 2019, přístupné:

<https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/> (35)

Africké státy patří k rozvojovým zemím. Ekonomická síla, vyjádřená hrubým domácím produktem (HDP), zatím není vysoká. Jak ukazuje Graf č.1, podíl Afriky na světovém HDP v roce 2019 byl 2,9 %, přičemž podíl samotné subsaharské Afriky činil 2,0 %.

Ekonomicky nejsilnějšími státy Afriky jsou Nigérie (26. místo na světě), Jihoafrická republika (37. místo na světě), Egypt (40. místo na světě), Maroko (59. místo na světě) a Etiopie (64. místo na světě). Jsou mezi nimi státy s početnou populací, zejména Nigérie, která v roce 2020 byla s 206 miliony obyvatel 7. nejlidnatější zemí světa. Hranici 100 milionů již překročily i Egypt a Etiopie.

Graf 1: Podíl Afriky na světovém HDP v roce 2019 v porovnání se zbytkem světa (Afriku vyznačuje červené pole)



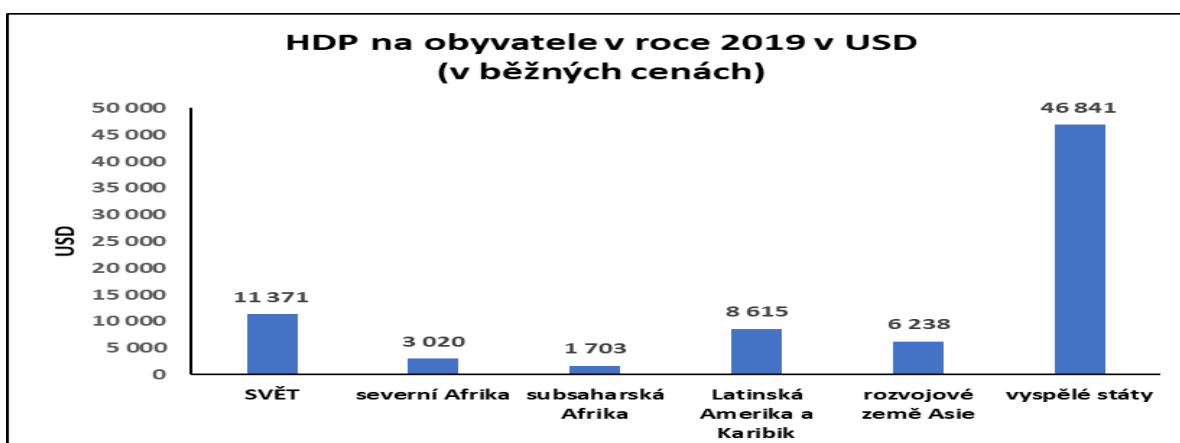
Zdroj: UNCTADSTAT (přístupné)

<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96> (36)

vlastní zpracování.

Z hlediska ekonomické úrovně Afrika zatím zaostává, což se ještě výrazněji týká její subsaharské části. Graf č.2 porovnává severní Afriku a subsaharskou Afriku s jinými regiony (skupinami zemí) ve výši HDP/obyvatele v USD za rok 2019. K tomu je však vhodné připomenout, že v poslední době řada zemí subsaharské Afriky zaznamenala rychlý hospodářský růst.

Graf 2: HDP na obyvatele v USD



Zdroj: UNCTADSTAT

<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96> (37) (přístupné)

Vlastní zpracování.

5.2 Cestovní ruch v subsaharské Africe

Subsaharská Afrika je rozložena mezi savany, pralesy, pouště, řadu přímořských oblastí, sladkovodních zdrojů, horských pásem atd.

Subsaharská Afrika vždy byla křižovatkou mnoha národů a etnických skupin v souvislosti se svou geografickou polohou, tradiční architekturou, kulinářstvím, festivaly, folklórem, řemeslným zpracováním, zvyky, sociální organizací postavenou na hodnotách předků a svými jedinečnými tradicemi. Obrovské množství etnických skupin a množstvím komunit tvoří skutečnou kulturní mozaiku. Kultura je nesmírně bohatá a rozmanitá, s vřelými, pohostinnými a usměvavými lidmi.

Nabízí nespočet krásných přímořských destinací s mořským pobřežím, nádhernými plážemi se zlatým pískem, sluncem, palmami, slunečníky, procházkami po pláži, potápěním, surfováním a plaváním ve vodách oceánu, který obklopují celou subsaharskou Afriku. Někteří cestovatelé rádi navštěvují pouštní oblasti, i zde je nespočet možností v rámci cestovního ruchu.

Bohaté dědictví pozoruhodných přírodních a historických památek, koloniální budovy, památky a muzea potěší milovníky historie a architektury. Některé z těchto pozůstatků historie jsou zapsány na seznam světového dědictví UNESCO.

Pojem udržitelný cestovní ruch obecně popisuje všechny formy alternativního cestovního ruchu, které respektují, zachovávají a udržitelně zvyšují přírodní, kulturní a sociální zdroje tak, aby se minimalizovaly negativní dopady, které mohou mít. Podpora udržitelného cestovního ruchu umožní kontakt místního obyvatelstva s mezinárodními návštěvníky, čímž vytvoří pracovní příležitosti a obchodní příležitosti při zachování životního prostředí.

V subsaharské Africe je tradičně silný náboženský cestovní ruch, známý také jako cestovní ruch víry. Návštěvy svatých míst za účelem poutí, náboženských shromáždění nebo pro účely volného času v rámci cestovního ruchu jak už křesťanské, muslimské, nebo nějaké místní tradiční víry jsou velmi populární.

Agroturistika v subsaharské Africe, jejímž cílem je objevování zemědělského know-how na určitých územích spojuje zemědělské producenty se zahraničními turisty a umožňuje tak objevování venkovského zemědělského života. To vytváří hospodářský rozvoj.

Také jsou zde obrovské příležitosti pro sportovní lov a sportovní rybolov.

Výlet na Safari je jedním z nejvíce lukrativních cestovních zážitků, který má veliký finanční přínos. Safari slibuje výdělek, jak pro místní obyvatele, tak i pro státní kasu. Do parků se platí vstupy, které se musejí hradit většinou ve výši 40 USD na den. Na Safari je možnost se setkat a sledovat přirozeně žijící zvířata. Je to velmi populární forma v rámci cestovního ruchu. V dnešní době je Safari rozděleno na vícero částí, může to být tak zvaná foto Safari, Safari z letadla, nebo Safari autem.

Velmi důležitá je pro subsaharskou Afriku podnikatelská turistika, kde díky služebním většinou obchodním cestám dochází k velkému finančnímu přínosu. Co však ve většině států chybí jsou prestižní recepce, konferenční místnosti a řada center vybavených pro pořádání konferencí, seminářů, kongresů a dalších veletrhů.

Je potřeba vytvořit ekoturistické zájezdy, které vám umožní uniknout stresu z rušného městského života, ponořit se do elegantní čisté přírody, cítit vůni panenské přírody, dýchat čistý vzduch tropického deštného pralesa, relaxovat, podnikat výlety na kánoích, procházky, návštěvy pouště. Některé státy nabízejí všechny tyto možnosti aktivit.

Kulturní turistika umožňuje setkat se s tradiční architekturou, kulinářstvím, festivaly, folklórem, řemeslným zpracováním zlata, kovů, dřeva atd. Oblíbené je poznávat místní zvyky, společenské organizace založené na hodnotách předků a jejich jedinečných tradicích.

V této době je tento ekosystém ohrožen závažnými změnami globálního rozměru, které ohrožují životní prostředí nejen v subsaharské Africe, ale i po celém světě. Tento problém, který je znatelný po celém světě, vyžaduje mezinárodní řešení a zaslouží si mezinárodní koordinaci v boji proti šíření této hrozby.

Jeden z hlavních problémů subsaharské Afriky je obrovské odlesňování, k čemuž vede tlak zvyšujícího se počtu obyvatel v této oblasti, rozšiřování velkých měst a nevhodná těžba původních lesů, jež jsou nahrazeny stromy sloužícími pro pěstování kakaovníku, nebo dnes

problematické rozšiřování ploch palmy olejné. Tyto druhy stromů, jež tvoří monokultury jsou však zkázou pro místní faunu a flóru. Nachází se zde řada lesů, které jsou ničeny místními obyvateli, kvůli dřevu na vaření, nebo tvorbě dřevěného uhlí.

Rozšiřování pouště je obrovskou hrozbou pro subsaharskou Afriku, jsou však vytvořeny mezinárodní programy, které jsou uváděny do praxe ve spolupráci s některými státy v této oblasti, nebo ve spolupráci s jedinci, kteří se zastavením tohoto problému plně věnují a snaží se například intenzivním sázením vhodných stromů a keřů, zastavit tento nepříznivý trend.

Co se týká orné půdy, je také ohrožena rozšiřující se pouští, rozšiřujícími se městy, obrovskými stády pasoucího se dobytka, které jsou stále větší i v souvislosti s růstem počtu obyvatel.

V těchto dnech je i velmi důležité rozšiřovat všeobecné povědomí, jak nakládat s odpady, které doslova zahlcují krajinu i mořská pobřeží, jednorázový odpad lze naleznout téměř všude.

Samotný prvek důležitosti tvorby a vzniku národních parků, slouží k zachování přírodní fauny a flory nejen pro dnešní turisty a místní obyvatele, ale i pro příští generace. Spousta států v tomto vede mezinárodní spolupráci s různými mezinárodními asociacemi, nebo soukromými skupinami, které plně podporují ochranu životního prostředí a zvěře.

Jeden z důležitých prvků této ochrany je boj proti pytláctví, většinou pro maso a jídlo, které není jen na místní úrovni. Pytláctví zde má i však mezinárodní charakter a vyznačuje se zde nezákonným lovem, nebo sběrem loveckých trofejí z chráněných živočichů.

Boj proti pytláctví v dnešní době je velmi důležitým prvkem k zachování místní fauny a flory.

K nejčastějším hrozbám patří vybití slonů, nosorožců pro své cenné kly. Také však jsou mezinárodně potlačovány hrozby, že z těchto států budou nelegálně vyvezeny různé exotické druhy brouků, motýlů, ptáků, rostlin, květin atd. Všechna tato nelegální činnost může vést nejen k trvalému poškození místního prostředí, ale i k vyhynutí různých druhů zvířat, hmyzu i flory.

Pro místní obyvatele je velmi důležitý rybolov, který je důležitou součástí obživy místních obyvatel. V tomto ohledu, však dochází ke komerčnímu rybolovu, ať už k legálnímu, tak i k nelegálnímu zvláště v přímořských oblastech, kde byl doposud bohatý rybolov.

Dochází zde k nenávratnému poškození, to je zvláště vidět v západní části Afriky, kde dochází doslova k vyčerpání místních vod a to hlavně obrovskými čínskými rybářskými loděmi, které většinou v noci připlují z mezinárodních vod do místních vod a doslova vydrancují celou vybranou oblast od ryb! Místní pak mohou lovit jen malý zbytek ryb. Všechny tyto okolnosti dohromady vytváří vznik doslova mrtvých zón v moři s minimem ryb.

S růstem počtu obyvatel zároveň dochází k růstu počtu farem, které se zabývají chovem prasat, drůbeže, což obrovsky pomáhá k růstu nabídky masa na trhu. Velkým problémem však v důsledku růstu počtu těchto farem je zvyšování výskytu zoonotických chorob, které ohrožují nejen místní obyvatele, ale mohou pak představovat v tom nejhorším případě hrozbu pro zbytek světa.

V rámci cestovního ruchu je možné vyhodnotit z tabulek a grafů, vytvořených z pokladů UNWTO, že subsaharská Afrika je region, který má co zlepšovat. Tyto údaje ukazují, že subsaharská Afrika přes svůj obrovský potenciál vykazuje jenom minimální čísla růstu v porovnání se světem.

Z toho všeho lze vyčíst, že cestovní ruch v subsaharské Africe je velmi malý a je nutné zrychlit tempo zlepšování služeb a dosáhnout přílivu investic. K tomu všemu je důležité se poučit od vyspělých trhů.

Obecně pro subsaharskou Afriku platí, že u valné většiny států v této oblasti je příjem z cestovního ruchu zatím nízký. Co znatelně chybí je dostatečně vytvořená široká střední třída obyvatelstva a nedostatek ekonomických zdrojů k tvorbě investic do cestovního ruchu. Nedostatek investic sebou přináší velmi slabě rozvinutou infrastrukturu, v některých oblastech se dá popsat, že žádnou.

V rámci cestovního ruchu je pro subsaharskou Afriku velmi důležité vytvořit moderní infrastrukturu, což zahrnuje výstavbu přístupových cest do národních parků, cesty ve městech, k moři, k památkám a jiným zajímavostem.

Státní ale i soukromé instituce, finanční skupiny v subsaharské Africe mohou pro své finanční budovatelské plány požádat o řadu finančních rozvojových půjček u velkých finančních institucí v subsaharské Africe, například u Africké rozvojové banky.

Co se týká letecké dopravy, je velmi slabá a trpí nedostatkem letišť. Mezinárodní letecká doprava v hlavních městech je na místní poměry celkem silná, ale vnitrostátní doprava je téměř nulová a je velmi složité získávat nějaká relevantní data. Důležitá je také výstavba letišť s pevnými příletovými letištními plochami. Ceny letenek jsou také celkem velmi vysoké, a proto je potřeba vytvořit podmínky pro rozšíření počtu leteckých společností, které budou nabízet lety do těchto oblastí. Přes proklamovanou snahu po liberalizaci letecké dopravy v Africe k tomu zatím nedošlo a rozvoj letecké sítě je tak komplikovaný a vychází z dohod mezi státy. To požaduje možnost výstavby nízkonákladových aerolinií, které by obsáhly větší tržní prostor a nabídly výhodnější ceny letenek pro širší spektrum zájemců. To má za následek, že místní ekonomiky nemají schopnost zlepšit turistické cesty do vzdálených oblastí v daných zemích, které mohou nabídnout překrásné přírodní scenérie a krásné kulturní i cestovatelské zážitky.

V dnešní době je důležité pro spoustu zahraničních turistů vozit s sebou na cesty různá mobilní a výpočetní zařízení. Avšak tato zařízení sloužící k podpoře těchto mobilů, počítačů prostě chybí, nebo jsou nabízena v minimálním množství, což vede k tomu, že tento typ turisty prostě nepřijede.

Dalším podstatným prvkem pro cestování je starost o zdraví a hygienu každého turistu a bohužel cestování do těchto oblastí přináší řadu rizik (Malárie, Dengue etc.)

V grafech jsou ukazatelé, které poukazují, že v posledních dvou letech dochází k celkovému postupnému zlepšování a růstu. Z čehož je patrné, že řada zemí dokázala zlepšit podmínky pro růst cestovního ruchu, což slouží i k posílení ekonomiky v těchto státech a zároveň k tvorbě pracovních míst. To vše je zde poukázáno s celkovým ekonomickým růstem v názorných grafech z roku 2018, 2019 ve srovnání s rokem 2010.

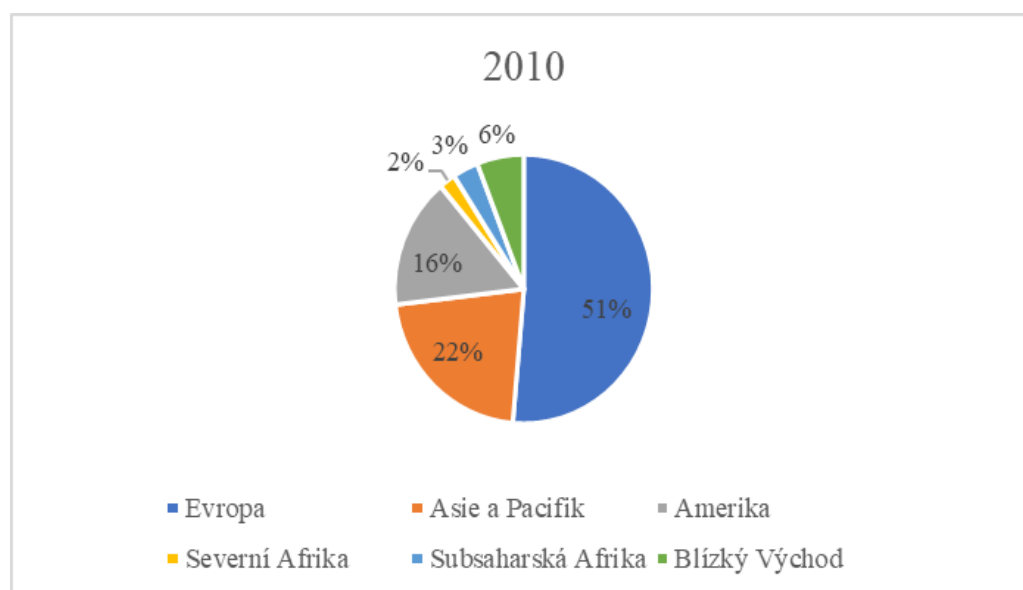
Celkový počet turistů, kteří navštívili jednotlivé vybrané oblasti světa v letech 2010, 2018, 2019.

Tabulka 1: Počet zahraničních příjezdů turistů do jednotlivých oblastí světa v letech 2010, 2018, 2019 v milionech osob

	2010	2018	2019
Evropa	491,2	716,3	744
Asie a Pacifik	208,2	347,5	361,6
Amerika	150,3	215,9	219,3
Severní Afrika	19,7	24,1	25,6
Subsaharská Afrika	30,7	44,5	43,3
Blízký Východ	56,1	60,1	65,1

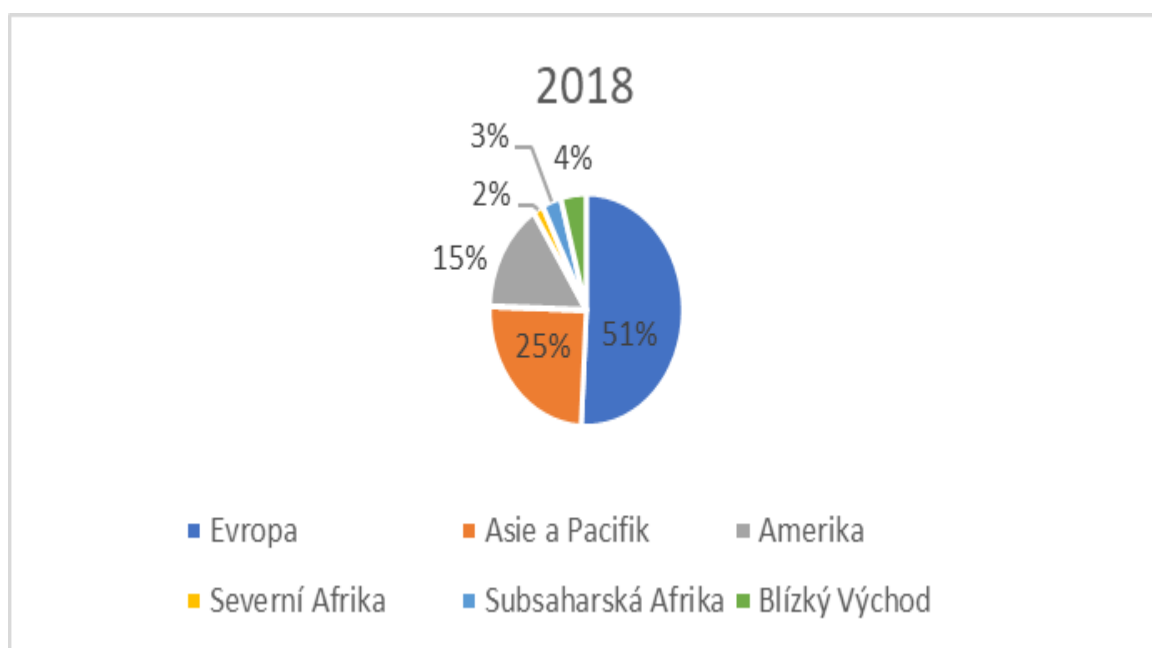
Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 3: Podíl jednotlivých oblastí světa na zahraničních příjezdech turistů v roce 2010 (%)



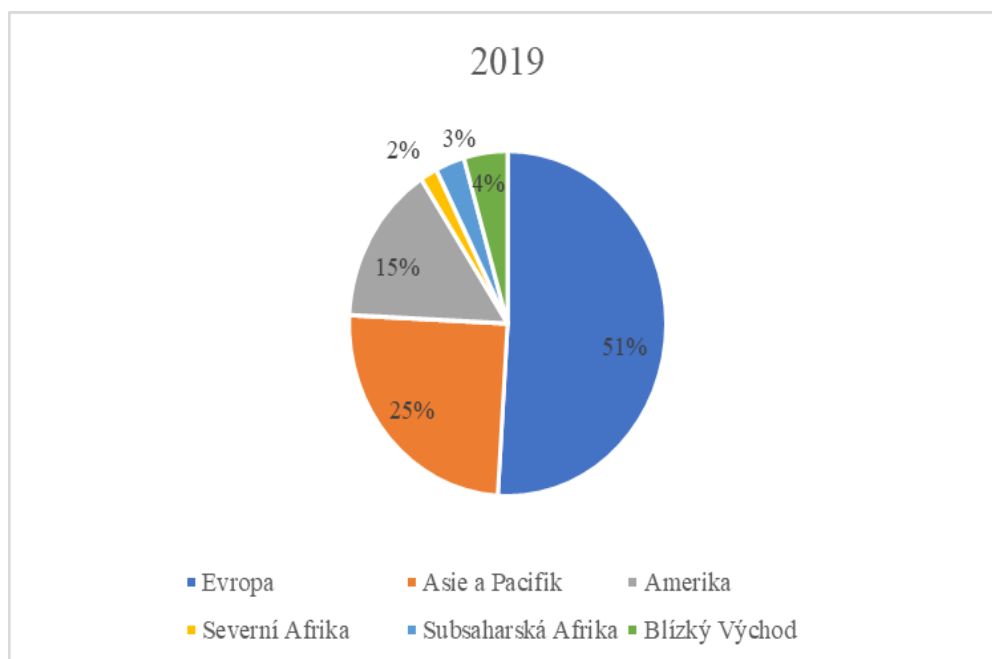
Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 4: Podíl jednotlivých oblastí světa na zahraničních příjezdech turistů v roce 2018 (%)



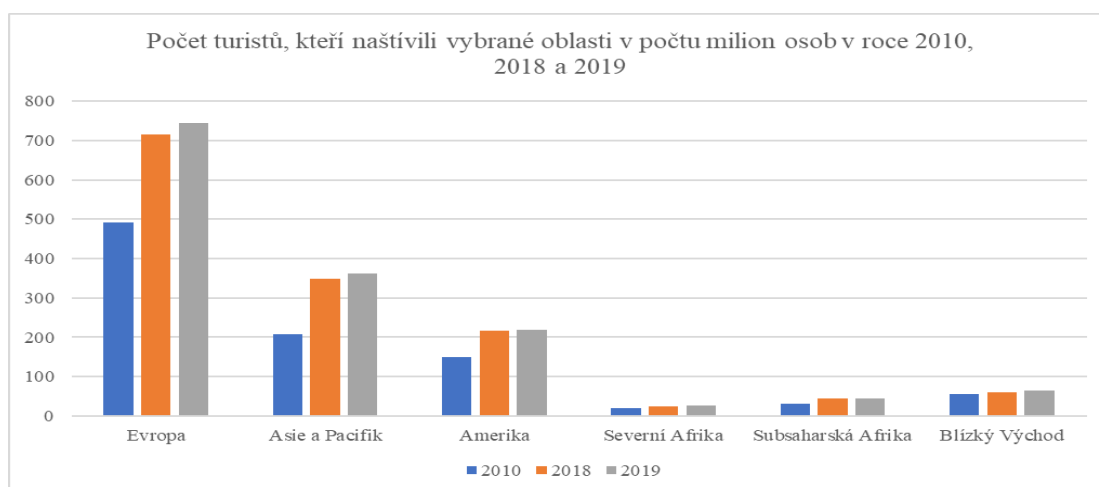
Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 5: Podíl regionů na zahraničních příjezdech turistů v roce 2019 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 6: Počet turistů, kteří navštívili vybrané oblasti světa v počtu milion osob v roce 2010, 2018 a 2019



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)

Vlastní zpracování.

Celkový ekonomický přínos v miliardách USD pro jednotlivé vybrané oblasti za rok 2010, 2018 a 2019. Příslušné grafy k číselným hodnotám vyjadřující daný rok v poměru vyjádřeným v procentech.

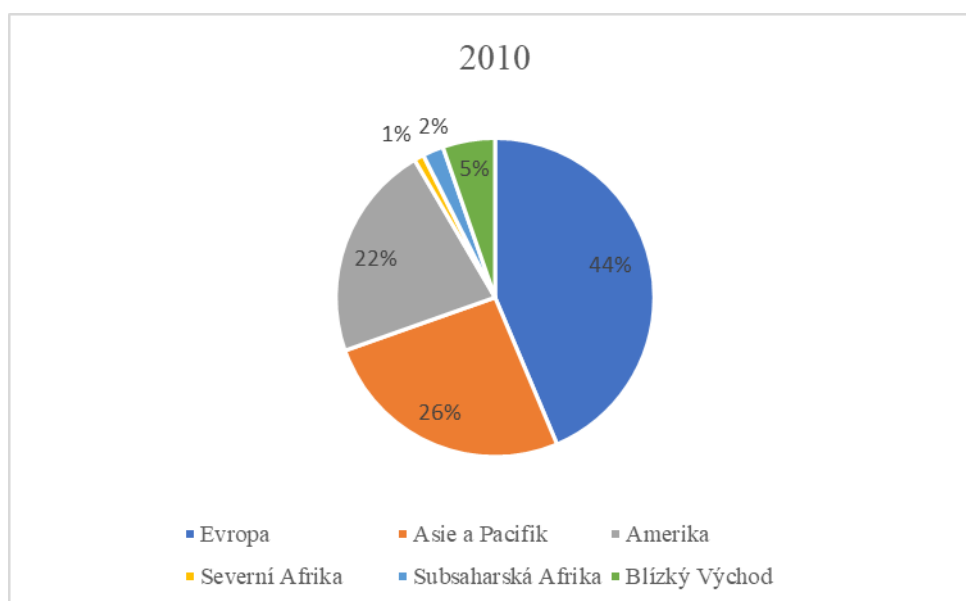
Tabulka 2: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu podle jednotlivých oblastí světa v (miliardy USD) za rok 2010, 2018 a 2019

	2010	2018	2019
Evropa	427,5	572,4	576,4
Asie a Pacifik	254,3	436,5	443,2
Amerika	215,2	338,2	341,8
Severní Afrika	9,7	10,7	11,5
Subsaharská Afrika	20,8	28,1	26,9
Blízký Východ	52,2	74,5	81,5

Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17

Vlastní zpracování.

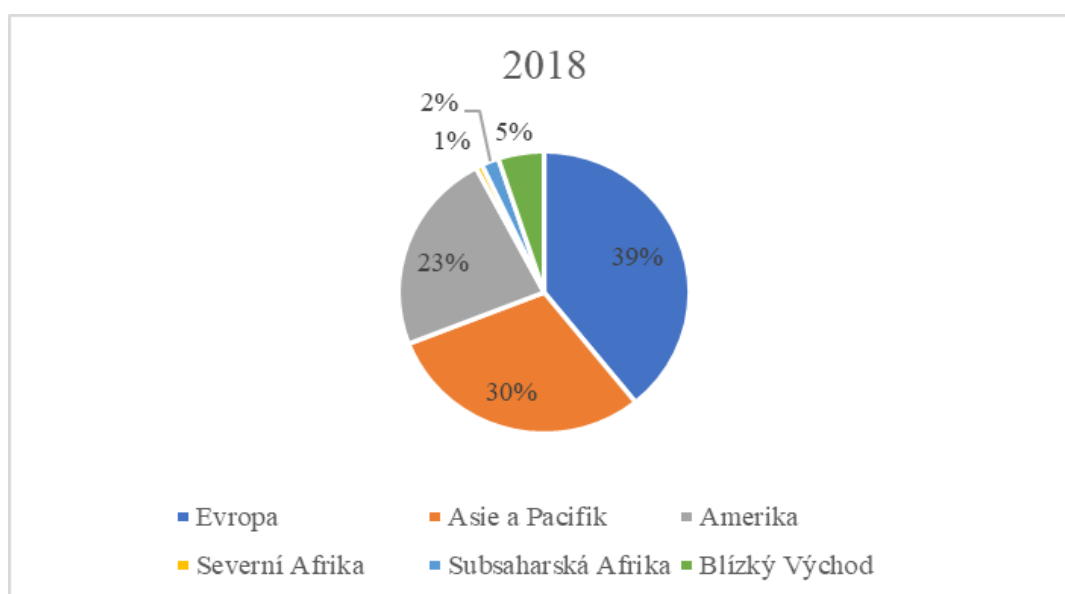
Graf 7: Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2010 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)

Vlastní zpracování.

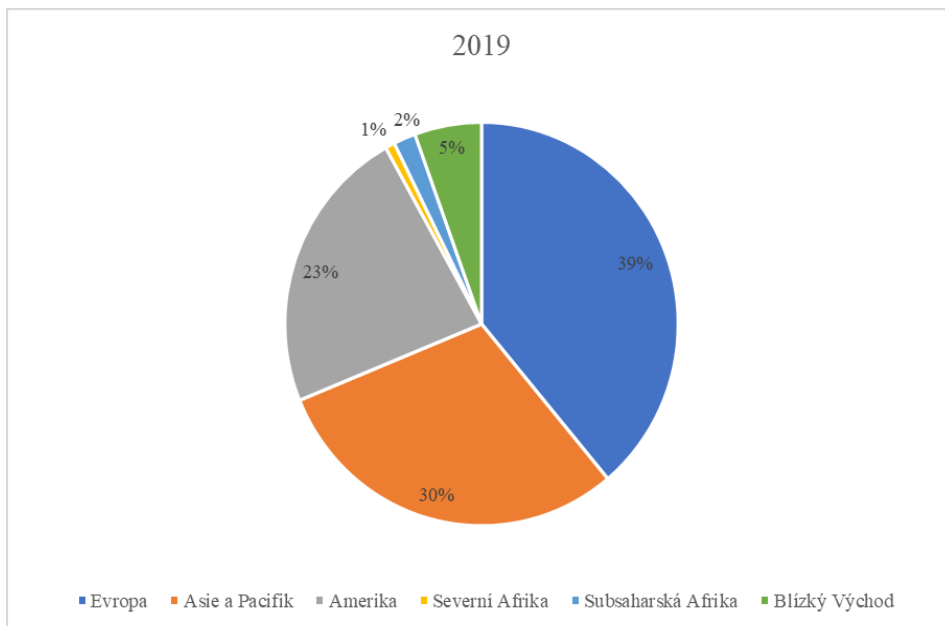
Graf 8: Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2018 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17

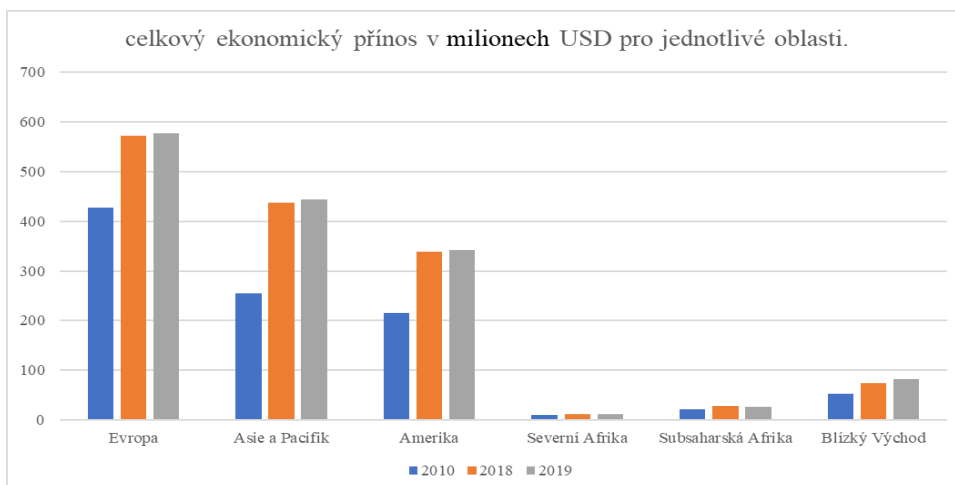
Vlastní zpracování.

Graf 9: Podíl jednotlivých oblastí světa na příjmech z mezinárodního cestovního ruchu v roce 2019 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 10: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu v miliardách USD podle jednotlivých oblastí světa v letech 2010, 2018 a 2019



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.17
Vlastní zpracování.

Celkový počet turistů v tisících, kteří navštívili vybrané Africké státy v letech 2010, 2018 a 2019. Příslušné grafy k číselným hodnotám vyjadřující daný rok v poměru vyjádřeným v procentech.

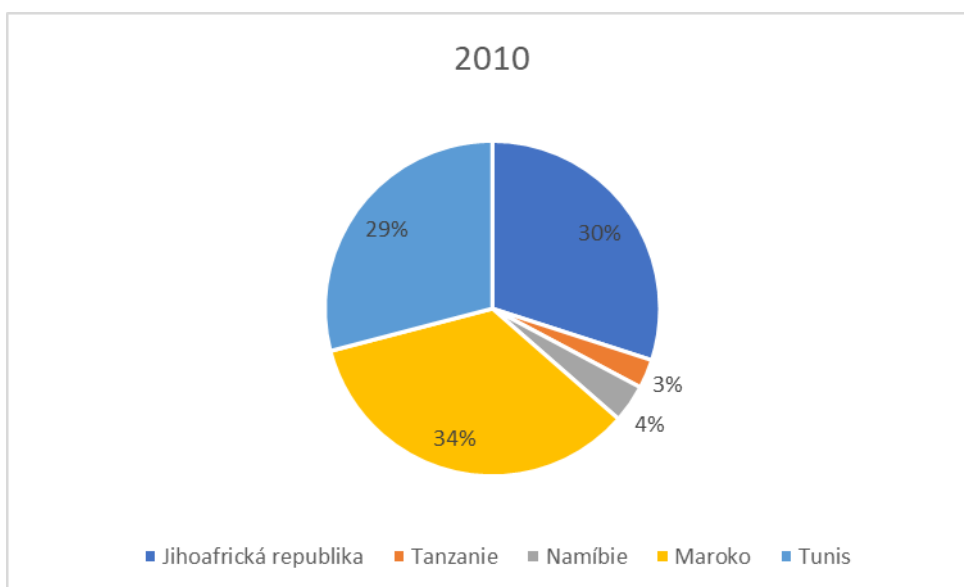
Tabulka 3: Počet zahraničních příjezdů turistů do vybraných zemí Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 (tisíce osob)

	2010	2018	2019
Jihoafrická republika	8074	10472	10229
Tanzanie	754	1378	1443
Namibie	984	1621	1596
Maroko	9288	12289	12932
Tunis	7828	8299	9429

Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21

Vlastní zpracování.

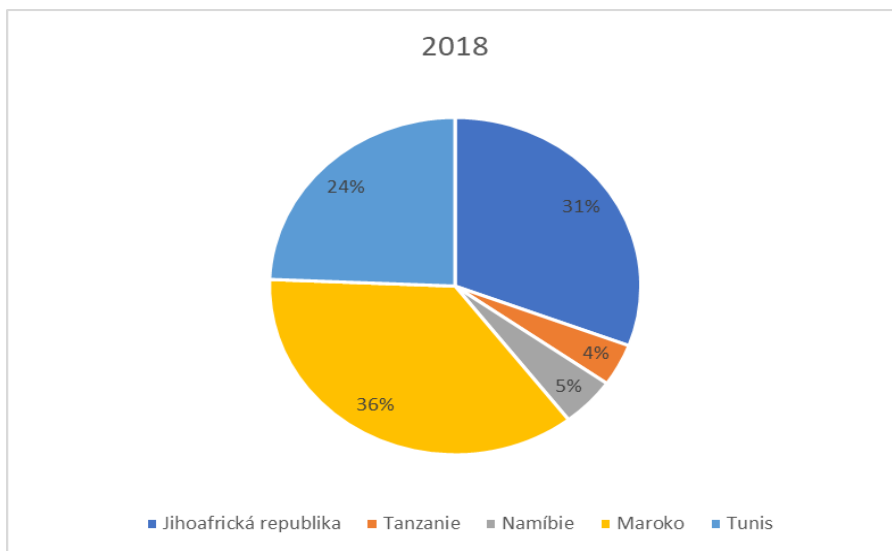
Graf 11: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2010 (%)



Zdroj: Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21

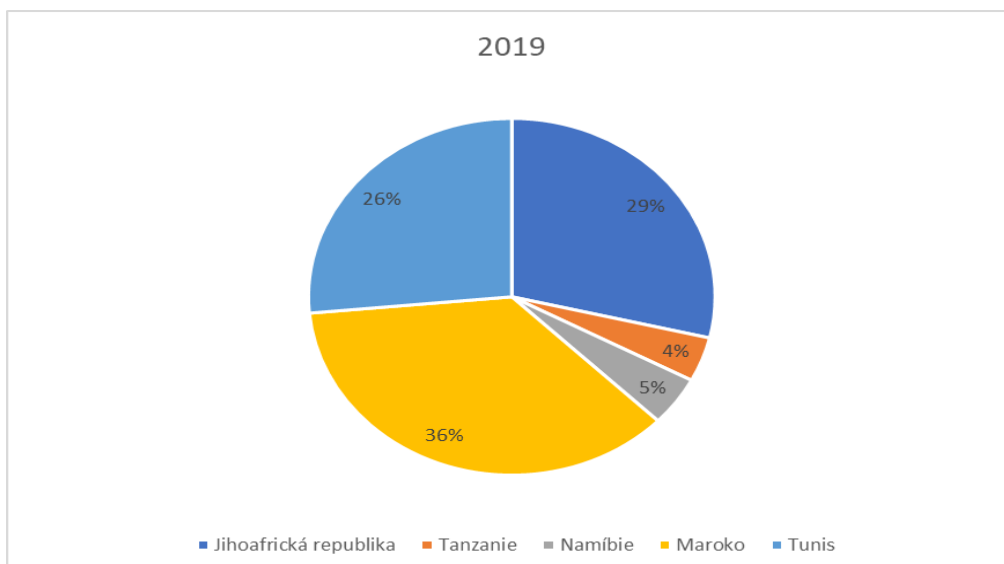
Vlastní zpracování.

Graf 12: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2018 (%)



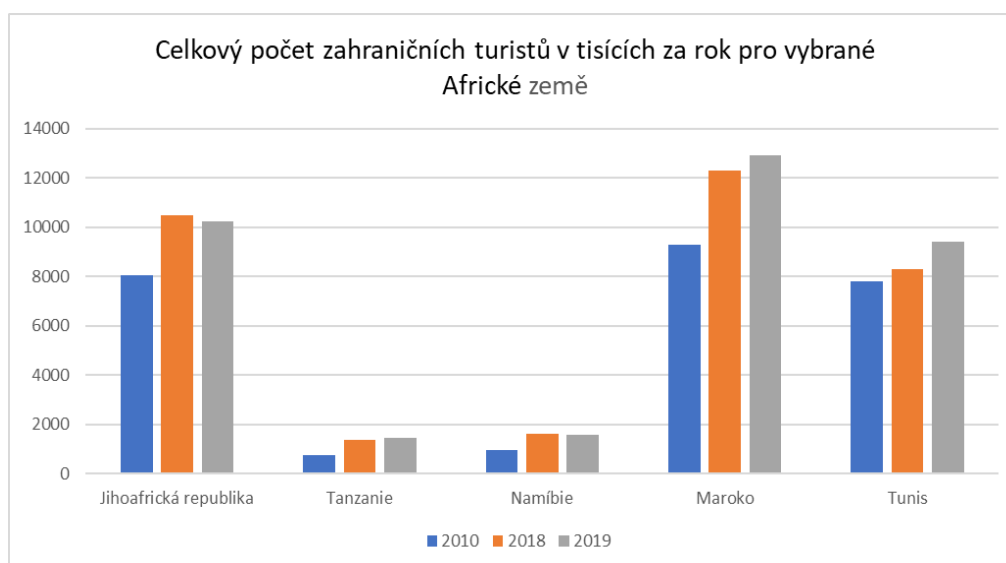
Zdroj: Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21 (přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 13: Podíl z celkového počtu zahraničních turistů ve sledovaných pěti zemích Afriky v roce 2019 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21(přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 14: Celkový počet zahraničních turistů ve vybraných zemích Afriky v tisících v roce 2010, 2018 a 2019



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21(přístupné)

Vlastní zpracování.

Příjem z cestovního ruchu v US dolarech v milionech pro vybrané Africké státy za rok 2010, 2018 a 2019. Příslušné grafy k číselným hodnotám vyjadřující daný rok v poměru vyjádřeným v procentech.

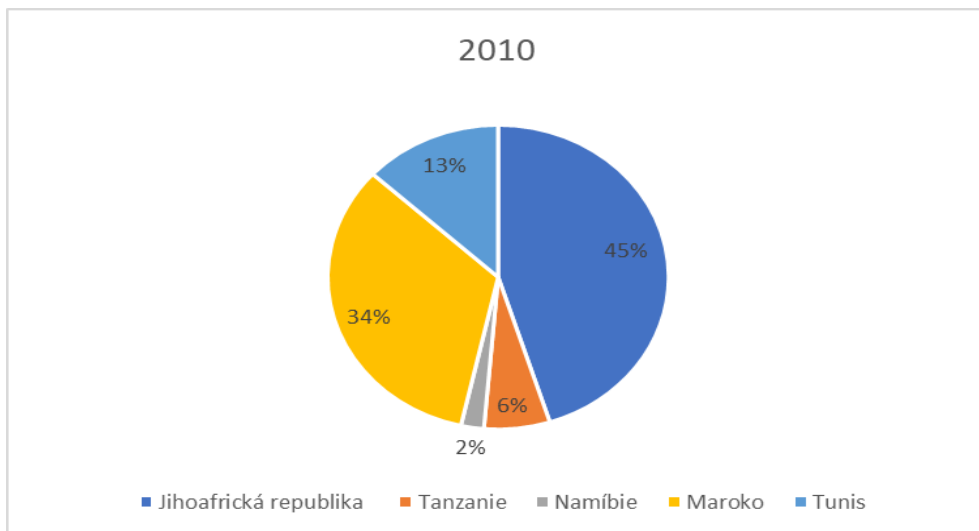
Tabulka 4: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 v milionech USD

	2010	2018	2019
Jihoafrická republika	9070	8944	8384
Tanzanie	1255	2449	2605
Namíbie	437	383	350
Maroko	6703	7782	8179
Tunis	2645	1741	1885

Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21(přístupné)

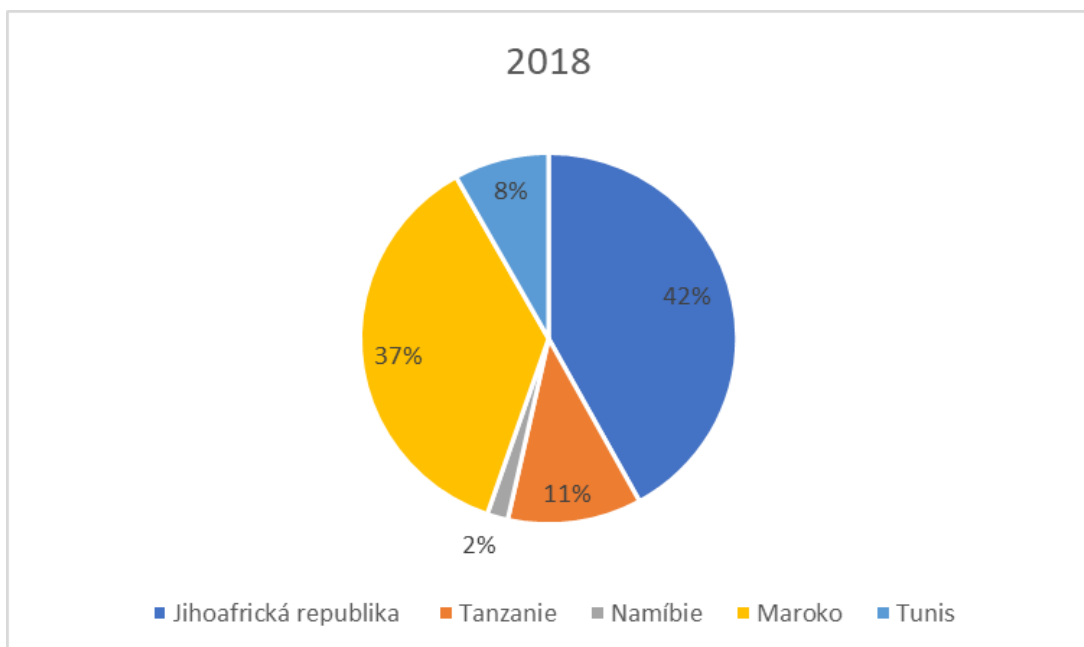
Vlastní zpracování.

Graf 15: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2010 (%)



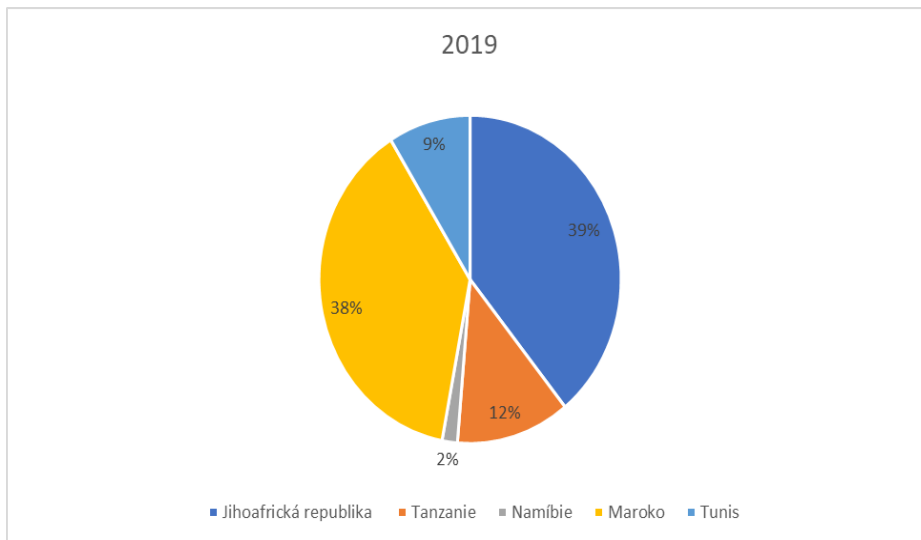
Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21(přístupné)
Vlastní zpracování.

Graf 16: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2018 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21 (přístupné)
Vlastní zpracování.

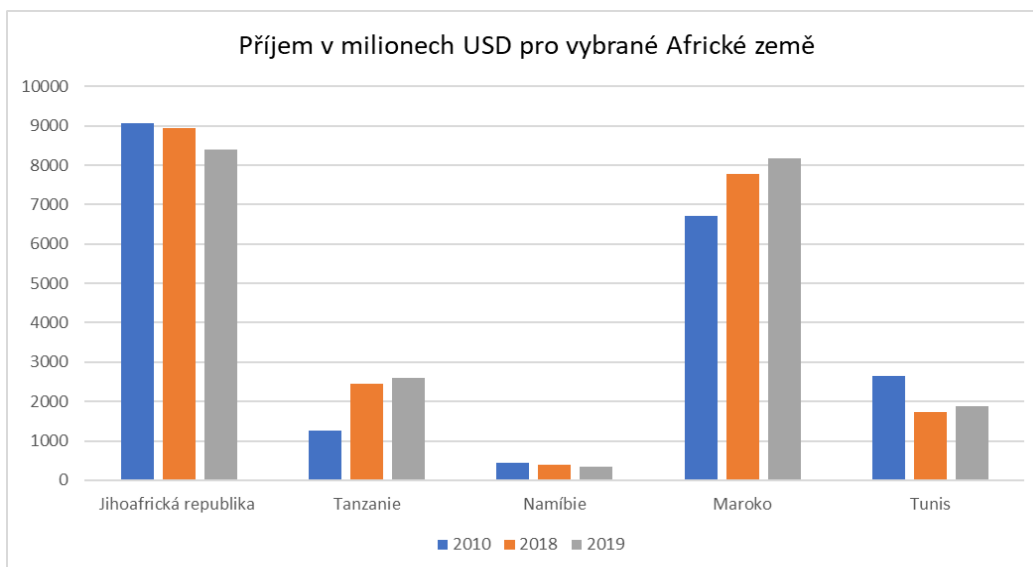
Graf 17: Podíl na celkových příjmech z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v roce 2019 (%)



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21 (přístupné)

Vlastní zpracování.

Graf 18: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu ve vybraných zemích Afriky v letech 2010, 2018 a 2019 v milionech USD



Zdroj: UNWTO International Tourism Highlights, 2020 Edition, str.21 (přístupné)

Vlastní zpracování.

Z vybrané skupiny zemí má nejvíce zahraničních turistů Maroko. Vysoké počty zahraničních turistů se týkají také Tuniska. Jde o středomořské státy, relativně snadno dostupné z Evropy (letecké linky, letecké charterové lety, lodní trajekty). Maroko a Tunisko v minulosti investovaly do výstavby mnoha letovisek při pobřeží. Mají příznivé středomořské klima, a kromě rekreace u moře nabízejí také možnost výletů jak za přírodními atraktivitami (pohoří Atlas v Maroku, poušť Sahara), tak i velmi významnými památkami historie. Státy severní Afriky, vzhledem k místním klimatickým poměrům, mohou nabízet rekreační a turistické pobyty po celý rok.

Jihoafrická republika patří k vyspělým zemím s tradičními vazbami na Evropu, zejména Velkou Británii. Pobřežní oblasti mají podobné klimatické podmínky jako Středomoří. Vzhledem k tomu, že jde o vzdálenou destinaci, týká se více náročné klientely, což se promítá i do vyšších příjmů z mezinárodního cestovního ruchu. Pro hospodářství Tanzanie je cestovní ruch velmi důležitou složkou národního hospodářství. Nabízí pro turisty celkem dobrý standart, který lze srovnávat s Tunisem.

V Tanzanii je mnoho překrásných oblastí na pozorování safari, jsou zde světoznámý národní parky Serengeti a Ngorongoro a pobřeží má zde překrásné bílé písčité pláže. Namibie má nejslabší výsledky, ale skrývá v sobě obrovský potenciál, je zde patrný německý koloniální vliv. Jsou zde možnosti jak návštěv safari, tak i pouští a překrásných přímořských oblastí. Ubytovací servis je na Afriku v nadstandartní čistotě. Je patrné, že je to nepříliš známá destinace což je příčinou nejmenšího ekonomického přínosu ze všech vybraných afrických zemí. Je zde velmi malý počet obyvatel. Nejvíce turistů je z Německa a Jihoafrické republiky.

6 Případová studie cestování Uganda

Uganda celková velikost 241038 km², počet obyvatel 40.900.000 (2019)

Úřední jazyk angličtina. Hlavní město Kampala.

[UG-summary.pdf \(cia.gov\)](#), přístupné (38)

Uganda je vnitrozemský stát ve východní Africe. S výjimkou nížinatých oblastí na severu a severozápadě (Středoafriická příkopová propadlina) se rozkládá na Východoafriické náhorní plošně, táhnoucí se až k Viktoriinmu jezeru na jihu. Zde se nachází hlavní město Kampala i další velké město Entebbe. Většina území má vyšší nadmořské výšky. Nejvyšší vrcholy se nacházejí při hranicích s Demokratickou republikou Kongo a překračují nadmořskou výšku 5000 metrů. Ovšem i oblast při hranicích s Keňou na východě má horský charakter a nejvyšší vrcholy dosahují nadmořské výšky přes 4000 metrů. Podle UN World Population Prospects 2019 (<https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/>) (39)

dosáhl v roce 2019 počet obyvatel 44,3 miliony. Tentýž zdroj uvádí i prognózu k roku 2050, kdy ve střední variantě by Uganda měla mít již 89,4 milionu obyvatel. Základní demografické ukazatele, jako je hrubá míra porodnosti či úhrnná plodnost, naznačují, že během zhruba třiceti let by se měl počet obyvatel této země zdvojnásobit. V dalším období by se měl počet obyvatel již více stabilizovat, a to na předpokládané úrovni 100 až 110 milionů obyvatel.

Pro Ugandu je charakteristická vysoká hustota osídlení, která v roce 2019 dosáhla 221 obyvatel na km², což je mnohem více než činí celosvětový průměr (ten byl ve stejném roce 59 obyvatel na km²). Uganda má tak větší hustotu osídlení i než Česká republika. Z hlediska výše HDP se Uganda v roce 2019 nacházela v první stovce zemí, a to na 98. místě.

Ekonomická úroveň je zatím nízká. HDP/obyvatele v roce 2019 bylo 742 USD, což je i pod průměrem subsaharské Afriky.

(zdroj: UNCTADSTAT,

<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>). (40) (přístupné)

Exportní možnosti země jsou dány především zemědělskými komoditami. Těží se zde však i ropa, která se také částečně vyváží.

6.1 Cestovní ruch v Ugandě

Cestovní ruch je stále důležitějším příspěvkem v ugandské ekonomice. Uganda naskýtá velké příležitosti v oblasti cestovního ruchu. Což je dobré prostředí pro řadu různých investic v této oblasti. Většina turistů, kteří přijíždějí do Ugandy, mají hlavně zájem navštívit Safari, návštěvu horských goril a cizokrajných ptáků.

Skupiny přijíždějících turistů lze rozdělit na malé a velké skupiny a podle toho je třeba sestavit plán na strávení času v dané lokalitě, aby se dosáhlo spokojenosti daných účastníků.

Otázkou poslední doby je, jak nejlepším způsobem přilákat co nejvíce turistů z Evropy, Spojených států, Číny a jiných bohatých zemí. K tomu je zapotřebí vytvořit zázemí na co nejlepší úrovni a ekologicky zaměřené programy.

Samotná Uganda skýtá potenciál, aby se stala žádoucí destinací, která nabízí překrásné cestovatelské zážitky na Safari v divočině a zároveň je i možné se seznámit s kulturními zážitky a místními obyvateli.

6.2 Silné a slabé stránky možného rozvoje cestovního ruchu v Ugandě

Silné stránky

- Rekreční turistika z rozvíjejících se trhů roste, zejména z Indie, Ruska a Číny.
- Střední třída v Africe roste a více cestuje.
- Turisté z těchto rozvíjejících se trhů stále více hledají dobrodružné zážitky.
- Dobrodružná turistika se stává hlavním proudem, má vysokou hodnotu a roste o 20 % ročně.
- Nejoblíbenější dobrodružné aktivity pro Afriku dobře zapadají do silných stránek Ugandy: safari, ekoturistika, turistika, pozorování ptáků a kulturní turistika;
- Turisté hledající dobrodružství, chtějí mít místní zážitky, využívat malé společnosti, které poskytují itineráře na míru, a vidět, že jejich turistické peníze podporují místní komunity.
- Roste počet online rezervací nezávislými cestujícími, kteří využívají místní společnosti.
- Roste povědomí o udržitelnosti a ochrany přírody.

Slabé stránky

- Nedostatečné pokrytí mobilní (3G) sítě.
- Omezený přístup letecké dopravy.
- Omezený přístup po silnici a stezkách do národních parků.
- Ztráta ikonických přírodních zajímavostí v důsledku rozsáhlých infrastrukturních projektů.
- Hlavní zdrojové země cestovního ruchu (Evropa, Severní Amerika, Japonsko, ČLR) jsou velmi vzdálené, z čehož vyplývá časová náročnost cesty do Ugandy, ale i vysoké dopravní náklady.

Podpořit cestování mezi Ugandou a vyspělými trhy hodlá letecká společnost Uganda Airlines, jako národní dopravce, který byl vytvořen ugandskou vládou v roce 2018 (stejnomená státní společnost existovala už v letech 1976-2001). Uganda Airlines již získaly potřebná povolení pro zahájení pravidelných letů do Londýna (letišť Heathrow). Pro tuto linku byly pořízeny dva nové Airbusy A330-800neo pro 258 cestujících. Lety z Entebbe do Londýna budou zahájeny 28. března 2021 s frekvencí pětkrát týdně.

- Uganda Airlines plánují v roce 2021 zahájit pravidelné linky také do Dubaje (Spojené arabské emiráty), Bombaje (Indie) a Kantonu (Čína). Počítá se s tím, že tyto lety budou rovněž operovány novými Airbusy A330-800neo, z nichž první byl dodán v prosinci 2020.

Zdroj: David Kaminski-Morrow-Uganda Airlines takes delivery of its first A330-800, Flightglobal, 22. 12. 2020,

<https://www.flightglobal.com/airlines/uganda-airlines-takes-delivery-of-its-first-a330-800/141714.article> (40) (přístupné)

Obrázek 2: dálkové linky Ugandy Airlines



Reklamní upoutávka na nové dálkové linky Uganda Airlines.

Zdroj: ugandairlines.com (přístupné).

Vývoj a diverzifikace cestovního ruchu

- Nedostatek přizpůsobených informací o cestovním ruchu.
- Nevyvinutý potenciál komunitního cestovního ruchu.
- Nedostatek dostupného financování a závislost na zahraničních investicích.

Rozvoj lidských zdrojů

- Nedostatečný výcvik dovedností v cestovním ruchu.
- Nedostatečně naplnění splnit očekávání zákazníků.
- Nedostatek celostátně akreditované kvalifikace průvodců.

Marketing a propagace cestovního ruchu

- Nedostatek značky a marketingové strategie destinace;
- Nedostatek strategie krizového řízení;
- Absence předběžného plánování a schvalování rozpočtu na mezinárodních veletrzích.
- Nedostatek velkého kongresového centra pro propagaci cestovního ruchu.

Řízení a regulace cestovního ruchu

- Omezená koordinace sektoru.
- Nedostatečný sběr dat.
- Nekoordinované plánování a regionální rozvoj.

- Velmi omezená akreditace udržitelnosti.
- Nedostatečné vymáhání předpisů, zákonů.
- Tržní plánování a vývoj produktů.
- Národní značková a marketingová strategie
- Školení dovedností, které splní očekávání zákazníků a obavy o bezpečnost.
- Školení a akreditace udržitelnosti.

<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/vca-uganda-tourism-2020> (41) (přístupné)

6.3 Ekonomické ukazatele Uganda

Uganda zaznamenala v roce 2017 celkem příjezd 1,4 milionu turistů, což je v absolutním vyjádření 120. místo na světě.

Bez zahrnutí velikosti země nemusí být takový žebříček příliš smysluplný. Při porovnání počtu turistů s populací Ugandy je výsledek mnohem srovnatelnější: Uganda s 0,032 turisty na obyvatele obsadila 173. místo na světě. Ve východní Africe se umístila na 12. místě.

Uganda vygenerovala přibližně 1,21 miliardy amerických dolarů pouze v odvětví cestovního ruchu. To odpovídá 3,4 procenta hrubého domácího produktu a přibližně 11 procent všech příjmů z mezinárodního cestovního ruchu ve východní Africe.

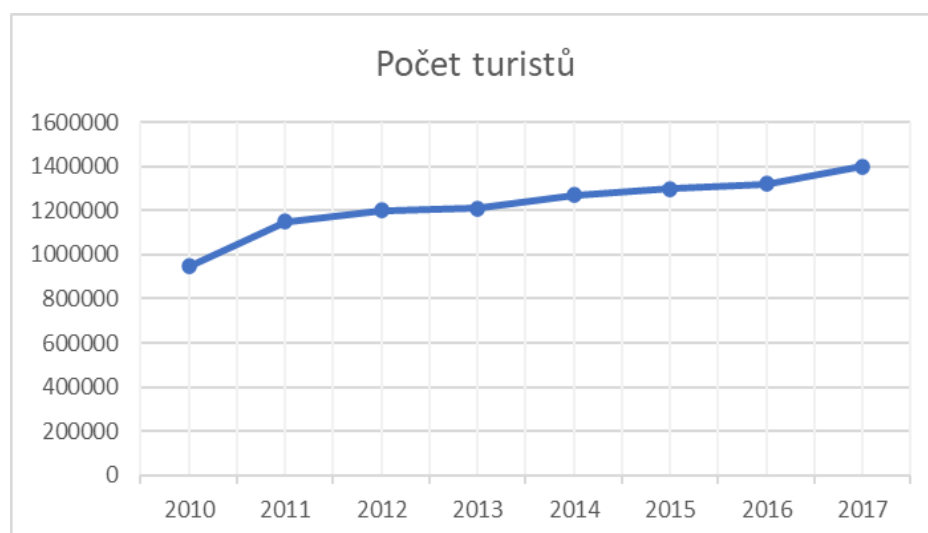
Tabulka 5: Mezinárodní cestovní ruch v Ugandě (počet zahraničních příjezdů, příjmy z cestovního ruchu, podíl na HDP)

	Počet turistů	Příjmy za rok v USD	Podíl na HDP (%)
2017	1400000	1210000000	3,4
2016	1320000	1120000000	3,3
2015	1300000	1050000000	3,1
2014	1270000	984000000	3
2013	1210000	960000000	3,3
2012	1200000	1160000000	3,5
2011	1150000	977000000	3,5
2010	946000	802000000	3

Zdroj: <https://www.worlddata.info/africa/uganda/tourism.php> (přístupné) (18)

Vlastní zpracování

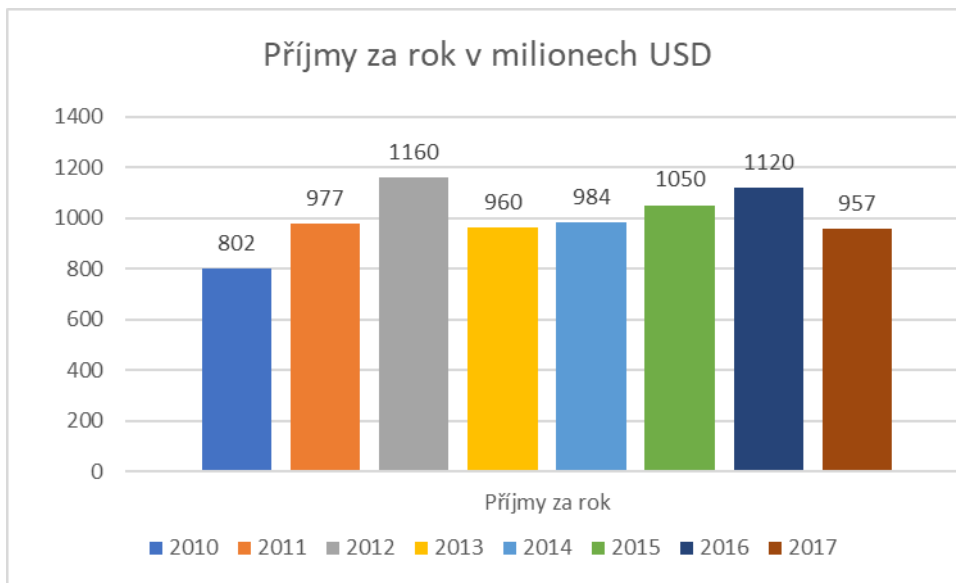
Graf 19: Vývoj počtu zahraničních turistů v Ugandě v letech 2010 až 2017



Zdroj: <https://www.worlddata.info/africa/uganda/tourism.php> (přístupné)

vlastní zpracování.

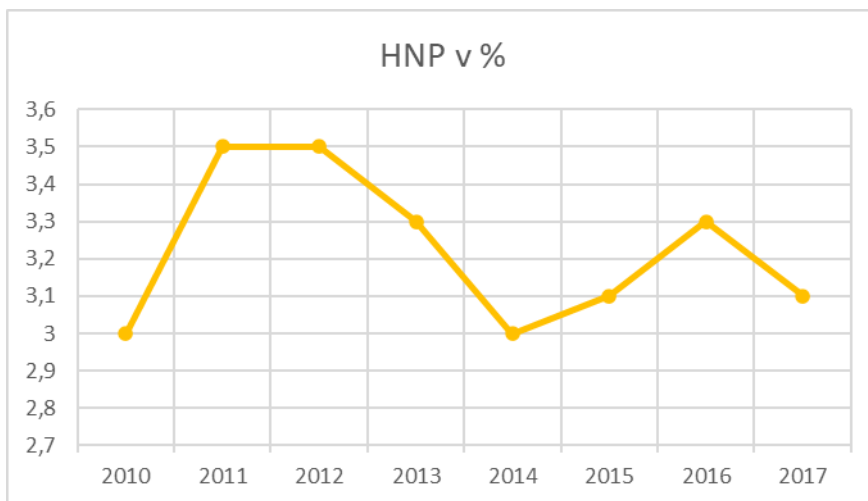
Graf 20: Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu v Ugandě v letech 2010 až 2017 v milionech USD



Zdroj: <https://www.worlddata.info/africa/uganda/tourism.php> (přístupné)

Vlastní zpracování.

Graf 21: Meziroční změna HNP v Ugandě v letech 2010 až 2017 (%)



Zdroj: <https://www.worlddata.info/africa/uganda/tourism.php> (přístupné)

Vlastní zpracování.

Na rok 2020 před propuknutím pandemie Uganda očekávala přibližně 1,5 milionu zahraničních návštěvníků. Mezinárodní měnový fond (MMF) uvedl, že ve fiskálním roce 2019/20 se očekává, že ugandské příjmy z cestovního ruchu poklesnou o 54 procent a pokles o 52 procent v roce 2021.

To výrazně ovlivnilo ugandskou ekonomiku, protože MMF téměř snížil prognózu hospodářského růstu v Ugandě na finanční rok končící v červnu na polovinu na 3,3 procenta a předpokládá růst 3,7 procenta v roce 2021. (42)

6.4 Dobrovolnický zájezd do Ugandy

Vzdělávací program pro Ugandu spojený s cestovním ruchem a zážitky.

První noc přiletu na letiště v Entebbe je poskytováno ubytování poblíž letiště v ceně 10 USD za noc v místním přátelském hostelu s možností směny peněz.

Den 2. –9.

Je možnost navštívit Ziwa Rhino Sanctuary, což je soukromá přírodní rezervace zaměřená na záchranu bílých nosorožců. Každý nosorožec v tomto parku je sledován 24hodin denně dvěma ozbrojenými strážci, kteří se starají o jejich stoprocentní bezpečnost pro jejich přežití. Kromě 26 bílých nosorožců se v rezervaci nalézají více než čtyřicet různých druhů savců. V rezervaci je možné také sledovat hrochy, leopardy, různé druhy plazů, opic, různé druhy antilop a 370 druhů ptáků. Vegetace v rezervaci se skládá z hustěji zarostlých savan a bažin.

Dobrovolníci mají příležitost se každý den podílet na tvorbě programů, nebo se zúčastnit přednášek a workshopů v místní škole. Vzdělávací program je pokaždé zaměřen na ekologii a ochranu přírody.

Pro prezentaci materiálů zaměřených na ekologii a ochranu přírody se používá projektor. V terénu je 14 kamerových fotopastí, které monitorují život zvířat a lidskou činnost v rezervaci.

Součástí monitorování přírodní rezervace je práce s dobrovolníky. Obsahem jejich práce je kontrola fotopastí a sběr dat. Program je obohacený také o spolupráci s místními strážci národního parku přímo v přírodě. Během těchto dnů je však potřeba vše důkladně rezervovat.

Den 10. -17.

Další část dobrovolnického programu je zaměřena na město Karuma, které se nachází přímo na hranici nejstaršího a největšího národního parku v Ugandě, národního parku Muchison Falls. Městečko Karuma se nachází v sousedství největší africké řeky Nil, jelikož odpadky z městečka obvykle končí pohozené v tomto parku. Tak v Karumě za pomoci projektorů probíhají ekologické přednášky a workshopy pro žáky místní školy. A za pomoci žáků probíhá společný sběr odpadu v okolí.

17. -18. Den

Čas na odpočinek pro všechny dobrovolníky na základně v Karumě. Dobrovolníci, kteří chtějí zažít Safari, se mohou přihlásit a zúčastnit se zajímavého zvláštního programu v tomto největším národním parku Ugandy, který nabízí velmi pestrou a rozmanitou podívanou na místní faunu a floru. S nádechem exotického prostředí je zde možné pozorovat stáda slonů, buvolů, vousatých prasat, žiraf, velmi pestrou ptačí říši a různé druhy antilop. Ze skupiny predátorů můžete potkat lvy, leopardy a hyeny.

Samým středem parku protéká druhá nejdelší řeka na světě Nil. V národním parku je možné vidět kolem řeky i v řece stáda hrochů, odpočívající nilské krokodýly a velké množství vodního ptactva. Také zde u řeky je možné spatřit velké savce (slony, buvoly, antilopy).

Ubytování je zajištěno v kvalitních stanech přizpůsobených pro tropické prostředí a proti komárům, tím pádem se turista může stát přímým svědkem života tohoto národního parku a poslouchat rozmanité druhy zvuků a sledovat zpovzdálí divokou zvěř.

Hladký průběh takto stráveného času v parku zajišťují profesionální strážci, kteří jsou dobře vyškoleni k tomuto druhu práce a milují a starají se o místní zvěř a přírodu celkově.

Cena tohoto speciálního programu v národním parku za dvě noci (48hodin) je 227 USD. V ceně je zahrnuto zapůjčení auta, palivo, vstup na 48 hodin do národního parku, safari, kempování ve dvou různých místech v parku, noční hlídka zajištěná profesionálním strážcem parku, strava a pitný režim. Je zvykem, že dobrovolníci si jídlo připraví sami před tímto výletem. Realizace cesty do národního parku vždy proběhne, pokud se této cesty zúčastní minimálně alespoň 4 dobrovolníci.

19. -20. den transfer z Karumy (národní park Murchison Falls) do Entebbe, relaxace s pěkným ubytováním poblíž letiště, zároveň poblíž letiště, diskuse a shrnutí celého dobrovolnického programu.

21. den

Snídaně, pak cesta na letiště z ubytovacího zařízení k letištnímu transferu a odlet zpět do České republiky,

Každé ráno přibližně kolem půl sedmé, začíná schůzkou o harmonogramu dne, ale lze i v důsledku různých událostí tento čas pružně změnit a jako pozornost je možná účast na dobrovolné buddhistické meditaci.

Celková cena dobrovolného programu je stanovena na 1150 USD.

Součástí ceny je

- Běžná strava, ale i vegetariánská, popřípadě veganská jídla jsou po dobu 21 dnů.
- Přeprava z letiště v Entebbe Uganda).
- Šestidenní dobrovolnický program na sedm nocí ve spolupráci s místními strážci v soukromé rezervaci, kde tato návštěva je zaměřena na ochranu bílého nosorožce (Ziwa Rhino Sanctuary)
- Všechny transporty v Ugandě v rámci tohoto programu, transport na safari v případě zájmu o další pořádané výlety do Národního parku Murchison Falls vstup do parku na osobu je 40 USD.
- Ubytování na celý pobyt. Jedná se o kombinaci kempování na dobu pobytu v národních parcích a jeho okolí plus dvě noci v místním hostelu poblíž letiště v Entebbe.

V ceně není zahrnuta cena letenky mezi Evropou a Ugandou, která se pohybuje přibližně kolem 600 USD a neměla by přesáhnout 700 USD.

Cena Ugandského cestovního visa je stanovena úřady na 50 USD s dobou platnosti na 90 dní.

Tabulka č. 6: Celková cena za zájezd v Ugandě a cena za jednotlivé druhy výdajů

Druh výdaje	Cena v USD
Letenka	600
Pobyt	1100
Speciální program v parku	227
Cena vakcíny žluté zimnice	55
visum	50
Cena celkem	2032

Celková cena 2032 je v USD

Vlastní zpracování.

6.4.1 Historie vzniku a realizace tohoto programu

Během roku 2018 proběhla dlouhodobě plánovaná návštěva Ugandy, kde mimo setkávání se s milými, usměvavými lidmi a návštěvou Safary a vysokohorskou turistikou, kde je možnost se setkat s horskými gorilami, bylo vidět, že kromě přírodních krás i pohled na krajinu, nemá Uganda žádnou efektivní koncepci, jak naložit s jednorázovými plasty. Už během prvního pobytu v Ugandě se zrodila myšlenka ohledně poznávacího ekologického a vzdělávacího mezinárodního programu. Po návratu do Čech díky prověřené enviromentální organizaci "Prales dětem" se podařilo zahájit spolupráci s Ugandskou soukromou rezervací zaměřenou na záchranu a reprodukci bílých nosorožců. Tato 70 km čtverečních přísně chráněná rezervace se nazývá Ziwa Rhino Sanctuary. Dále je poblíž důležité městečko Karuma, které se nachází v největším a nejstarším Národním parku Ugandy Murchison Falls, zdejší obyvatelé mají velký podíl na znečištění národního parku a také na pytláčení.

Začátkem roku 2019 byla podepsána spolupráce s lokální školou, jež navštěvuje 800 dětí. Zde probíhají vzdělávací programy zaměřené na důležitost přírody její ochranu a na nebezpečí jednorázového plastového odpadu.

Náplň našich programů a součást dobrovolnické práce:

- Vzdělávání školáků
 - ✓ O problematice a nebezpečí jednorázového plastového odpadu.
 - ✓ Prospěch rostlin a stromů pro každého člověka / lidstvo (kyslík, jídlo, léky, déšť, voda, chlad, teplota vzduchu).
 - ✓ Respekt k domácím i divokým zvířatům.
 - ✓ Fauna afrického kontinentu; způsob života, důležitost a rozpoznávání různých druhů zvířat (fotky + videa).
 - ✓ Práce rangerů a její velká důležitost / možnost lokálních obyvatel se aktivně podílet na ochraně přírody.
 - ✓ Národní parky, chráněné přírodní oblasti v Ugandě (jejich umístění, účel a důležitost).
 - ✓ Nezbytnost čisté pitné vody a také důležitý pitný režim a zdravé stravovací návyky.

- Aktivní spolupráce a pomoc strážcům parku přímo v terénu soukromé přírodní rezervace zaměřené na záchranu bílých nosorožců (Ziwa Rhino Sanctuary).
- Rozmíst'ování fotopastí, jejich kontrola a sbírání, třídění natočených materiálů.

V návaznosti na tyto aktivity probíhá cestovatelský program pro zájemce o Afriku, její přírodu, ochranu přírody, kde jde o vzdělávání sebe sama, hlavně však místních obyvatel.

7 Závěr

Cílem této práce bylo seznámit se se základy odborné teorie o cestovním ruchu a za pomoci těchto základů se podívat na určitou oblast světa, zvolit si určitou oblast, která se nazývá subsaharskou Afrikou. Podívat se odborně na čem cestovní ruch vlastně stojí?

Poukázat na formy cestovního ruchu, které jsou praktikovány ve světě a jak tomu je v této oblasti.

I když se zdá, že cestovní ruch po celém světě velmi rychle roste, v subsaharské Africe sice také dochází k nárůstu počtu turistů, ale ne tak jako v jiných oblastech světa, které poskytují podobné cestovní možnosti, jako subsaharská Afrika.

Je důležité podkrýt to, co stojí za tím, že tato část světa není turisty tak hojně navštěvována. Podívat se a pokusit se najít silné a slabé stránky cestovního ruchu v subsaharské Africe. V teoretické části bakalářské práce jsou popsány základní pojmy cestovního ruchu, je také zásadní zjistit jaké jsou typy, formy, produkty, znaky a úrovně cestovního ruchu, které jsou zde používány. Je také podstatné se seznámit s tím, jak vypadá marketing služeb. Dále bylo důležité zjistit k jakým trendům v cestovním ruchu dochází a část teorie byla věnována marketingovému mixu.

V další části bakalářské práce jsou připomenuty následky dopadu pandemie Covid 19, která zasáhla velmi těžce nejen cestovní ruch, ale i ekonomiky všech zemí na celém světě. Je zde popsána strategie, kterou zvolila Světová organizace cestovního ruchu a která se zabývá tím, jak je významné v současné době připravit cestovní ruch na dobu, kdy tato pandemie skončí a cestovní ruch se zase začne pozvolna rozvíjet, ať už díky lékům, vakcinaci, tak i efektivnímu přístupu v boji proti této epidemii a chytře zvolené manažerské strategii k podpoře znova nastartování úspěšného cestovního ruchu. To všechno musí být propojeno se vzájemnou spoluprací celého světového společenství.

Dále je v bakalářské práci popsán celkový počet turistů a celkový příjem z cestovního ruchu v subsaharské Africe v porovnání s okolním světem a následně je pak porovnáváno několik vybraných afrických států navzájem.

V závěrečné části je vybrán konkrétní stát subsaharské Afriky Uganda, který je zde popsán v oblasti cestovního ruchu. Druh turistiky v Ugandě byl záměrně zvolen, aby poukázal, k čemu všemu můžeme pomoci v rámci rozvoje cestovního ruchu v subsaharské Africe a jak je důležité společně po celém světě bojovat s problémem jednorázových i jiných odpadů. Proč je důležité třídit odpad a neházet ho do volné přírody.

V rámci zjištěných všeobecných faktů by subsaharská Afrika měla po pandemii nastartovat novou etapu rozvoje cestovního ruchu. Je potřeba už teď začít vzdělávat novou generaci, nebát se investovat do výstavby silnic, do elektrifikace, mobilních sítí, čističek na vodu, nemocnic a služeb. Subsaharská Afrika totiž všechno kolem přírody, památek, kultury a šikovných lidí může nabídnout.

8 Citace

1. Pásková, Martina a Zelenka, Josef. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : Linde Praha, 2012. str. 485. ISBN 978-80-7201-880-2.
2. Pásková, Martina a Zelenka, Josef. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : Linde Praha, 2012. str. 493. ISBN 978-80-7201-880-2.
3. Pásková, Martina a Zelenka, Josef. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : Linde Praha, 2012. str. 372. ISBN 978-80-7201-880-2.
4. Pásková, Martina a Zelenka, Josef. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : Linde Praha, 2012. str. 83. ISBN 978-80-7201-880-2.
5. Indrová, Jarmila a kol, a. Cestovní ruch: (základy). Praha : Praha: Oeconomica, 2007. str. 11. ISBN 978-80-245-1252-5.
6. Indrová, Jarmila a kol, a. Cestovní ruch: (základy). Praha : Praha: Oeconomica, 2007. stránky 17-18. ISBN 978-80-245-1252-5.
7. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 10. ISBN 80-7168-948-3.
8. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 10. ISBN 80-7168-948-3.
9. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 10. ISBN 80-7168-948-3.
10. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 16. ISBN 80-7168-948-3.
11. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 13. ISBN 80-7168-948-3.
12. Marie, Hesková. a kol, a. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 15. ISBN 80-7168-948-3.
13. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 96. ISBN 80-7168-948-3.
14. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 96. ISBN 80-7168-948-3.
15. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 98. ISBN 80-7168-948-3.
16. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 99. ISBN 80-7168-948-3.

17. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 104. ISBN 80-7168-948-3.
18. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 100. ISBN 80-7168-948-3.
19. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 132. ISBN 80-7168-948-3.
20. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 136. ISBN 80-7168-948-3.
21. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 134. ISBN 80-7168-948-3.
22. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 137. ISBN 80-7168-948-3.
23. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 141. ISBN 80-7168-948-3.
24. Hesková, Marie a kol, a. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 13. ISBN 80-7168-948-3.
25. Hesková, Marie a kol, Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 152. ISBN 80-7168-948-3.
26. Hesková, Marie a kol, a. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. Praha : Praha: Fortuna, 2006. str. 155. ISBN 80-7168-948-3.

9 Seznam použitých zdrojů z internetu

27. Koronavirus. Oecd.org. [Online] 2. 6 2020. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>. (přístupné)
28. Office, OECD Media. Global economy faces gravest threat since the crisis as coronavirus spreads. Oecd.org. [Online] Oecd, 2. 3 2020. [Citace: 20. 11 2020.] <https://www.oecd.org/newsroom/global-economy-faces-gravest-threat-since-the-crisis-as-coronavirus-spreads.htm>. (přístupné)
29. UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 1. How are countries supporting tourism recovery. Unwto. [Online] Unwto, 5. 11 2020. [Citace: 20. 11 2020.] <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421893>. ISBN 978-92-844-2189-3. (přístupné)
30. UNWTO World Tourism Barometer (English version). Unwto.org. [Online] Unwto, 2. 5 2020. [Citace: 15. 11 2020.] <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/18/2>. (přístupné)

31. Unwto. Covid-19. Unwto.org. [Online] Unwto, 2020. [Citace: 21. 11 2020.]
<https://www.unwto.org/covid-19-resources>. (přístupné)
32. Unwto briefing Note. e-unwto. [Online] unwto, 22. květen 2020. [Citace: 3. 12 2020.]
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421893>. (přístupné)
33. UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 1. How are countries supporting tourism recovery. e-unwto.org. [Online] Unwto, 6 2020. [Citace: 25. 11 2020.] <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421893>. (přístupné)
34. Jcherlet. Sub-Saharan Africa definition UN. commons.wikimedia.org. [Online] HDImap_spectrum2006_Africa, 15. 12 2010. [Citace: 10. 1 2021.]
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sub-Saharan_Africa_definition_UN.png. (přístupné)
35. World Population Prospects 2019. un.org. [Online] Un, 2019. [Citace: 15. 1 2021.]
<https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/>. (přístupné)
36. Gross domestic product: Total and per capita, current and constant. UNCTADSTAT. [Online] UNCTADSTAT, 2020. [Citace: 18. 1 2021.]
<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96>. (přístupné)
37. Gross domestic product: Total and per capita, current and constant . UNCTADSTAD. [Online] UNCTASTAD, 2020.
<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96>. (přístupné)
38. ciaworldfactbook. [Online] 2011. <https://www.ciaworldfactbook.us/africa/uganda.html>. (přístupné)
39. Population Division, World Population Prospects 2019. United Nations. [Online] United Nations, 2019. [Citace: 19. 1 2021.]
<https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/>. (přístupné)
40. UNCTADSTAT DATA CENTER. UNCTADSTAT. [Online] United Nations Conference on Trade and Development, 2019. [Citace: 19. 1 2021.]
<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>. (přístupné)
41. David Kaminski-Morrow. Uganda Airlines takes delivery of its first A330-800. flightglobal. [Online] flightglobal, 22. 12 2020. [Citace: 2. 3 2021.]
<https://www.flightglobal.com/airlines/uganda-airlines-takes-delivery-of-its-first-a330-800/141714.article>. (přístupné)
42. Analysis of the tourism value chain in Uganda. cbi. [Online] cbi, 4. 8 2020. [Citace: 19. 1 2021.] <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/vca-uganda-tourism-2020>. (přístupné)

43. Tourism in Uganda. WorldData. [Online] WorldData. [Citace: 16. 2 2021.]
<https://www.worlddata.info/africa/uganda/tourism.php>. (přístupné)