



Overtourism a jeho vliv na subjekty cestovního ruchu

Bakalářská práce

Studijní program:

B6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch

Autor práce:

Kryštof Stemberk

Vedoucí práce:

Ing. Lenka Červová, Ph.D.

Katedra marketingu a obchodu





Zadání bakalářské práce

Overtourism a jeho vliv na subjekty cestovního ruchu

Jméno a příjmení: **Kryštof Stemberk**
Osobní číslo: E17000177
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch
Zadávací katedra: Katedra marketingu a obchodu
Akademický rok: **2019/2020**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická východiska – cestovní ruch v kontextu dnešní doby, pojem overtourism
2. Charakteristika Libereckého kraje z pohledu cestovního ruchu
3. Analýza kritických míst v Libereckém kraji
4. Návrhy řešení, formulace závěrů

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

30 normostran
tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

- DODDS, Rachel. 2019. *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlín: Gruyter, de Oldenbourg. ISBN: 978-3-11-062045-0.
- FIALOVÁ, Dana. 2012. *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty: vzdělávací modul geografie: výukový a metodický text: Přírodní vědy a matematika na středních školách v Praze: aktivně, aktuálně a s aplikacemi – projekt OPPA*. Praha: P3K. ISBN 978-80-87186-81-7.
- INDROVÁ, Jarmila. 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. 2. vyd. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1569-4.
- PÁSKOVÁ, Martina. 2009. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. 2. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-006-1.
- PROQUEST. 2019. Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Konzultant: Mgr. Eva Ouzká

Vedoucí práce:

Ing. Lenka Červová, Ph.D.
Katedra marketingu a obchodu

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2021

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan

L.S.

doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědom toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědom následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

10. května 2020

Kryštof Stemberk

Anotace

Cílem této bakalářské práce, která nese název „Overtourism a jeho vliv na subjekty cestovního ruchu“, je seznámit jejího čtenáře s problematikou fenoménu zvaného overtourism, což by se dalo přeložit jako nadměrný turismus. Dále pak navrhnout možná řešení pro subjekty tímto negativním fenoménem zasažené. Mimo to se čtenář seznámí s cestovním ruchem v kontextu dnešní doby.

Práce je rozdělena na dvě hlavní části. První z nich je část teoretická. Ta začíná stručným výkladem pojmů v cestovním ruchu důležitých, na které navazují jednotlivá členění cestovního ruchu. Po nich jsou uvedeny faktory umožňující vznik turismu, jelikož se jedná o důležité činitele, bez kterých by turismus nemohl být realizován. Dále jsou zmíněny minulé i budoucí trendy. Na to již navazuje popis samotného pojmu overtourism, který je doplněn faktory umožňujícími vznik overtourismu. V závěru teoretické části je představeno několik měst, která jsou světovými příklady s ohledem na overtourism. Mimo základní informace o městech a konkrétní negativní dopady se čtenář seznámí i s tím, jak města proti tomuto jevu bojují nebo jak se alespoň snaží bojovat.

Praktická část se věnuje cestovnímu ruchem v Libereckém kraji. Úvodem jsou na základě statistik představeny turistické regiony Libereckého kraje. Na to navazují skupiny turistických atraktivit, mezi něž byly vybrány atraktivity zábavní, přírodní a kulturně-historické. V každé kategorii jsou jednotlivě stručně představeny a jsou uvedena data o jejich návštěvnosti. Práce dále pokračuje analýzou zatížení Libereckého kraje turismem. Analýza je provedena na základě obsazenosti hromadných ubytovacích zařízení a intenzity a hustoty cestovního ruchu. Po celkové analýze následuje analýza jednotlivých skupin atraktivit jako celku, na které navazují návrhy řešení pro zamezení vzniku overtourismu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, dopady nadměrného turismu, Liberecký kraj, nadměrný turismus, overtourism, trendy

Annotation

Overtourism and its impact on tourism subjects

The aim of this bachelor thesis, which is entitled “Overtourism and its impact on tourism subjects“, is to inform its reader about the issues related to the overtourism phenomenon. Furthermore, the aim is to propose possible resolutions for the subjects negatively influenced by overtourism. Additionally, the reader will find out about tourism at the present time.

The thesis is divided into two main parts. The first is the theoretical part. It starts with a brief interpretation of the terms relating to tourism and particular classifications of tourism. Thereafter, the factors of tourism are mentioned, because without them tourism could not be realized. Afterwards are mentioned past and future trends in tourism. Subsequently the term overtoursim is described, that is supplemented by its factors. At the end of the theoretical part several cities are introduced, which are being significantly affected by this phenomenon. Besides basic information about the cities, the reader is acquainted with the particular impact on them and how they are struggling to fight it.

The second part is theoretical and is focused on tourism in the Liberec region. Initially the tourism regions are introduced on the basis of statistics. It is followed up with groups of tourist attractions: amusement attractions, natural attractions and finally historical and cultural attractions. Each group is briefly introduced, then followed by its statistics of attendance. The thesis continues with an analysis of the effect of tourism in the Liberec region. The analysis consists of the occupancy rate of the local accommodations, the intensity and the density of tourism. Afterwards, the analysis of each group comes after as a whole. Finally, the practical part ends with proposals against the formation of overtourism.

Key words

Fight against overtourism, impact, Liberec region, overtourism, tourism, trends

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucí mé bakalářské práce Ing. Lence Červové, Ph.D. za odborné vedení, čas, cenné rady, vstřícnost a trpělivost při konzultacích a vypracování závěrečné práce.

Dále bych chtěl poděkovat mému konzultantovi Bc. Jakubovi Šepsovi za pomoc při zpracování bakalářské práce.

Obsah

Seznam ilustrací.....	13
Seznam tabulek.....	15
Seznam zkratk.....	16
Úvod.....	17
1 Cestovní ruch v kontextu dnešní doby	19
1.1 Obecné vymezení cestovního ruchu	19
1.2 Důležité pojmy cestovního ruchu	19
1.3 Členění cestovního ruchu	21
1.3.1 Cestovní ruch dle převažující motivace účastníka	21
1.3.2 Cestovní ruch dle místa realizace	23
1.3.3 Cestovní ruch dle délky pobytu	25
1.4 Faktory umožňující vznik a rozvoj cestovního ruchu.....	25
1.4.1 Stimulační faktory	25
1.4.2 Lokalizační faktory.....	27
1.4.3 Realizační faktory.....	29
1.5 Trendy ve vývoji cestovního ruchu	30
2 Overtourism	32
2.1 Pojem overtourism.....	32
2.2 Hlavní faktory umožňující vznik overtourismu.....	33
2.3 Destinace čelící důsledkům vlivu overtourismu.....	38
2.3.1 Barcelona.....	38
2.3.2 Praha	40
2.3.3 Benátky	44
3 Charakteristika Libereckého kraje z pohledu cestovního ruchu	47
3.1 Statistiky jednotlivých regionů.....	47
3.2 Statistiky zábavních atraktivit	51
3.2.1 iQLANDIA.....	51
3.2.2 Zoologická zahrada Liberec	52
3.3 Statistiky přírodních atraktivit	52
3.3.1 Oblast Českého ráje	53
3.3.2 Krkonošský národní park	57

3.4	Statistiky historicko-kulturních atraktivit	58
3.4.1	Hrady, zámky, sakrální stavby	58
3.4.2	Muzea, galerie	63
4	Analýza zatížení území Libereckého kraje turismem	69
4.1	Hromadná ubytovací zařízení	69
4.2	Intenzita a hustota cestovního ruchu	72
4.2.1	Intenzita cestovního ruchu Libereckého kraje	72
4.2.2	Hustota cestovního ruchu Libereckého kraje	74
5	Analýza turistických atraktivit a návrhy řešení	76
5.1	Zábavní atraktivita	76
5.2	Přírodní atraktivita	77
5.3	Historicko-kulturní atraktivita	77
5.4	Návrhy řešení	78
5.4.1	Regulace vstupů a online rezervační systém	78
5.4.2	Rovnoměrné rozprostření turistů	79
5.4.3	Propagace méně známých míst	82
5.4.4	Rozložení návštěvnosti do celého dne	83
	Závěr	84
	Seznam použité literatury	85

Seznam ilustrací

Obr. 1: Porovnání domácího a výjezdového CR za pobyt zahrnující více než 4 přenocování	23
Obr. 2: Porovnání domácího a výjezdového CR za období zahrnující maximálně 3 přenocování	24
Obr. 3: Vývoj počtu turistů za posledních 10 let	34
Obr. 4: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Praze za posledních 5 let	41
Obr. 5: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Benátkách mezi lety 2014 a 2018	45
Obr. 6: Počty příjezdů hostů do jednotlivých turistických regionů v roce 2018	48
Obr. 7: Počty přenocování v jednotlivých turistických regionech v roce 2018	48
Obr. 8: Průměrná doba pobytu (dny) v roce 2018	49
Obr. 9: Počty příjezdů podle národností	50
Obr. 10: Počty přenocování podle národností v roce 2018	50
Obr. 11: Návštěvnost centra iQLANDIA za posledních 5 let	51
Obr. 12: Návštěvnost liberecké ZOO v posledních 5 letech	52
Obr. 13: Celková návštěvnost turistických atraktivit v Českém ráji mezi roky 2009 a 2018	54
Obr. 14: Celková návštěvnost hradů, zámků a kostelů v Libereckém kraji	59
Obr. 15: Návštěvnost hradu Bezděz za poslední 3 roky	60
Obr. 16: Návštěvnost zámku Zákupy za poslední 3 roky	61
Obr. 17: Návštěvnost hradu a zámku Frýdlant	62
Obr. 18: Návštěvnost židovské synagogy v Turnově za poslední 3 roky	63
Obr. 19: Celková návštěvnost muzeí a galerií v posledních 3 letech	64
Obr. 20: Návštěvnost Vlastivědného muzea a galerie v České Lípě za poslední 3 roky	65
Obr. 21: Návštěvnost Muzea Českého ráje v Turnově v posledních 3 letech	66
Obr. 22: Návštěvnost Sklářského muzea Nový Bor v posledních 3 letech	67
Obr. 23: Návštěvnost Oblastní galerie Liberec v posledních 3 letech	68
Obr. 24: Vývoj počtu hostů v HUZ v Libereckém kraji za posledních 5 let	70
Obr. 25: Počty přenocování hostů v HUZ v Libereckém kraji	70
Obr. 26: Čisté využití lůžek a pokojů za posledních 5 let (v %)	71
Obr. 27: Čisté využití lůžek a pokojů za jednotlivé měsíce roku 2019 (v %)	72
Obr. 28: Intenzita CR v Libereckém kraji v domácím a příjezdovém CR	73
Obr. 29: Porovnání intenzity CR Libereckého kraje s průměrem ČR za rok 2018	73

Obr. 30: Hustota domácího a příjezdového CR v Libereckém kraji v roce 2018	74
Obr. 31: Turistická infrastruktura Hruboskalska ze severní strany	80
Obr. 32: Turistická infrastruktura Hruboskalska z jižní strany	81
Obr. 33: Turistická infrastruktura Klokočských skal	82

Seznam tabulek

Tab. 1: Vliv jednotlivých faktorů na cestování	26
Tab. 2: Nejnavštěvovanější atraktivity Českého ráje.....	55
Tab. 3: Návštěvnost jednotlivých míst v Českém ráji během dnů 5. 7. a 6. 7. 2019.....	56
Tab. 4: Celková návštěvnost KRNAP a jeho ochranného pásma v letech 2017 a 2018.....	57
Tab. 5: Celková návštěvnost KRNAP v letech 2017 a 2018.....	58
Tab. 6: Návštěvnost jednotlivých částí KRNAP za roky 2017 a 2018	58
Tab. 7: Kapacita HUZ v Libereckém kraji.....	69

Seznam zkratk

CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
ČTK	Česká tisková kancelář
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
KRNAP	Krkonošský národní park
MIS	Marketingový informační systém
NIPOS	Národní informační a poradenské středisko
OSN	Organizace spojených národů
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
5G	Pátá generace bezdrátových systémů

Úvod

Cestovní ruch tvoří nedílnou součást životů mnoha lidí po celém světě. Stal se způsobem, jakým se dá využívat volný čas, například k poznávání nových kultur, k rekreaci či k posílení zdraví. Cestovní ruch nemá pozitivní vliv pouze na jeho účastníky, pozitivně působí také na ekonomické subjekty s cestovním ruchem spojené. Díky cestovnímu ruchu přitékají do pokladen turistických destinací významné finanční prostředky, které pak slouží k rozvoji destinací, regionů nebo celých států. Cestovní ruch však s sebou nenesou pouze pozitivní dopady. Jsou s ním spojená i mnohá negativa.

Bakalářská práce si klade za cíl seznámit čtenáře s cestovním ruchem v kontextu dnešní doby a s jeho negativními důsledky, které z cestovního ruchu plynou. Teoretická část je rozdělena na dvě hlavní kapitoly, které se věnují již zmíněným cílům. V první pasáži teoretické části je shrnuta jak obecná definice cestovního ruchu, tak i definice dalších pojmů v cestovním ruchu důležitých. Dále jsou popsána a vysvětlena jednotlivá členění cestovního ruchu, kterých existuje nepřehledné množství. Povětšinou navíc platí, že co autor, to rozdílná interpretace a členění dle nejrůznějších kritérií. Do práce byly proto vybrány, na základě autorova uvážení, ty nejdůležitější. Na podkapitulu o členění navazují faktory, bez kterých by cestovní ruch nemohl být realizován. K jeho uskutečnění je totiž potřebná souhra všech zúčastněných subjektů. Na faktory navazují trendy v cestovním ruchu. V trendech jsou zahrnuty jak ty z let minulých, tak i ty stanovené pro období následující, které budou s vysokou pravděpodobností cestování v budoucnu ovlivňovat. Druhá pasáž se věnuje problematice negativních důsledků plynoucích z turismu. Konkrétně se jedná o nadměrný turismus, což je pojem přeložený z anglického slova overtourism. Pojem je v počátku podrobně vysvětlen, aby se čtenář v dalších fázích práce v této problematice orientoval. K tomu, aby se s overtourismem dalo efektivně bojovat, je třeba, aby byl správně pochopen. Proto následuje kapitola, která se věnuje faktorům umožňujícím vznik tohoto negativního fenoménu. Konkrétní důsledky jsou popsány v kapitole o destinacích, které s overtourismem bojují. Destinací čelících extrémnímu náporu turistů je na světě mnoho. Pro práci byly vybrány pouze tři, které jsou ale názorným příkladem toho, co se stane, když se turismus vymkne kontrole. O každém městě jsou uvedeny základní informace, na které navazují problémy plynoucí pro město. Na závěr je popsán jejich boj proti overtourismu. Je vhodné říci, že se mnohdy jedná o boj velmi náročný, někdy až téměř beznadějný.

Praktická část má za cíl analyzovat situaci v Libereckém kraji z pohledu turismu. Z počátku jsou pomocí dat o turismu představeny jednotlivé turistické regiony, které se nacházejí na

území Libereckého kraje. Po nich jsou uvedeny skupiny turistických atraktivit. Konkrétně se jedná o zábavní, přírodní a kulturně-historické atraktivity. Po představení následuje již samotná analýza situace, která je provedená na základě vyhodnocení obsazenosti hromadných ubytovacích zařízení a na základě hustoty a intenzity cestovního ruchu v kraji. Poté jsou analyzovány jednotlivé skupiny atraktivit jako celek. Na závěr praktické části je navrženo několik možných řešení, jak zabránit vzniku nadměrného turismu. Opatření je však třeba provádět s citem, jelikož špatná aplikace může mít za následek zhoršení situace.

1 Cestovní ruch v kontextu dnešní doby

Tato hlavní kapitola v sobě zahrnuje důležité pojmy z cestovního ruchu (CR), členění cestovního ruchu a faktory, které ho umožňují. Na závěr jsou uvedeny minulé i budoucí trendy.

1.1 Obecné vymezení cestovního ruchu

Každý rok miliony lidí opouštějí své domovy za účelem rekreace, poznání nebo z jiných dalších důvodů. Tento pohyb osob se nazývá cestovní ruch, jenž se stal běžnou a neodmyslitelnou součástí mnoha lidských životů. K rozvoji cestovního ruchu začalo docházet po 2. světové válce a dnes je brán jako měřítko životní úrovně mezi téměř všemi vrstvami obyvatelstva všech vyspělých států. Motivem účastníků cestovního ruchu k vycestování mimo své trvalé bydliště je zpravidla uspokojení jejich potřeb, jelikož jim ono místo nenabízí dostatečné možnosti nebo uspokojivou kvalitu služeb. Potřebou může být vnímána například potřeba odpočinku, kulturních zážitků nebo pocitu seberealizace. Z toho vyplývá, že cestovní ruch tvoří složku spotřeby obyvatelstva a zároveň je i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby mohl být cestovní ruch uskutečněn, musí být zabezpečen dostatečnou škálou ekonomických činností. Protože probíhá mimo trvalé bydliště jeho účastníků, musí existovat způsob, jak se do cílové destinace lidé přepraví, kde se ubytují a musí jim být nabídnuta možnost, jak zde svůj volný čas využít. To dává prostor pro realizaci podnikatelských projektů, což vede k rozvoji regionálních celků, ale i ekonomiky národní a světové (Ingrová a kol., 2009).

1.2 Důležité pojmy cestovního ruchu

Definice mezinárodních pojmů používaných v cestovním ruchu vychází z obecných definic stanovených Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO), která je vymezila na Mezinárodní konferenci pořádané roku 1991 v kanadské Ottawě. Tam byl celkem 250 představiteli z 91 zemí podán návrh na sjednocení pojmů souvisejících s cestovním ruchem. Indrová (2009, str. 13) pak při jejich překladu do češtiny využívá závěry této konference. Jejich definice znějí následovně:

Stálý obyvatel

„V domácím cestovním ruchu (viz kapitola 1.3.2) ve vztahu k určitému místu je za stálého obyvatele považována osoba, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců“.

„V zahraničním cestovním ruchu (viz kapitola 1.3.2) ve vztahu k dané zemi se pod tímto pojmem rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší než jeden rok“.

Návštěvník

„V domácím cestovním ruchu je návštěvníkem osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která cestuje na jiné místo v zemi mimo své trvalé bydliště na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“.

„V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště, na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi“.

Turista

„V domácím cestovním ruchu je za turistu považována osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“.

„V zahraničním cestovním ruchu je za turistu považována osoba, která cestuje do jiné země, než v které má své obvyklé bydliště, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne na dobu delší než jeden rok. Hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v dané zemi.“ (Indrová, 2009, str. 13).

Výletník

Hesková (2011, str. 12) vidí definici výletníka následovně: *„Výletník je jednodenní návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin, aniž by přenocoval v navštíveném místě“.*

Destinace

„Destinaci cestovního ruchu lze definovat jako územní celek, který se vyznačuje společným postupem při využívání potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu, sdílenou kapacitou území pro tento rozvoj, společným životním cyklem cestovního ruchu a společnými procesy cestovního ruchu“ (Pásková, 2009, str. 26).

1.3 Členění cestovního ruchu

Členění cestovního ruchu existuje na základě různých kritérií mnoho. Do této práce byly vybrány ty nejdůležitější.

1.3.1 Cestovní ruch dle převažující motivace účastníka

Drobná a Morávková (2010) dělí cestovní ruch dle motivace účastníka na několik podkategorií. Motivace k cestovnímu ruchu podle nich značí souhrn vnitřních i vnějších podnětů, které k účasti vedou.

Rekreační cestovní ruch

Při rekreačním cestovním ruchu jde jeho účastníkům především o obnovení fyzických a duševních sil. Z pravidla pobývají na jednom místě, které se nachází mimo prostředí jejich běžného života. Nutně však nemusí znamenat pasivní odpočinek, může být spojen i s aktivním pohybem. Jako příklad lze jmenovat houbaření, plavání nebo zahrádkaření.

Kulturně-poznávací cestovní ruch

Kulturně-poznávací cestovní ruch je spojen s poznáváním kulturně-historických památek (hrady a zámky), kulturních zařízení (muzea a galerie), kulturních akcí (festivaly a divadelní představení) nebo kulturních krajín (parky a zahrady).

Sportovně-turistický cestovní ruch

Sportovně-turistický cestovní ruch představuje pobyty spojené se sportovními aktivitami, které mohou být jak krátkodobé, tak i dlouhodobé. Mají za cíl posílit nebo udržet fyzickou formu člověka a v praxi jimi jsou pobyty spojené s pěší turistikou, cykloturistikou, horskou turistikou nebo turistikou vodní.

Zdravotně-orientovaný cestovní ruch

Pod zdravotně-orientovaný cestovní ruch spadají pobyty, které jsou spojeny se zlepšováním zdravotní kondice a probíhají především v lázeňských nebo rekreačních centrech nacházejících se v lesích, na horách nebo v pobřežních oblastech. Během pobytu účastník podstupuje léčebné procedury, jako například masáže, tělesná cvičení nebo relaxační programy. Specifickou formou je zde tzv. „lázeňský cestovní ruch“, který je spojen s pobytem v lázních.

Přírodní cestovní ruch

K účasti na přírodním cestovním ruchu účastníky motivuje touha po poznání přírody a to pak zejména takových míst v ní, která jsou nenarušená, výjimečná nebo atraktivní. Mohou jimi být přírodní rezervace, národní parky, ale také pralesy nebo polární oblasti. Specifickou formou je zde tzv. „ekoturismus“, při kterém se turista účastní pobytu v přírodě a je veden k respektování přírodních hodnot. Sem spadá například pozorování nebo fotografování živočichů a rostlin ve volné přírodě.

Vzdělávací cestovní ruch

Motivací k účasti na vzdělávacím cestovním ruchu je touha získat nové vědomosti nebo dovednosti. Může se jednat o kurzy spojené s výukou cizích jazyků nebo získáváním informací o historických, přírodních nebo kulturních místech.

Kongresový cestovní ruch

Při realizaci kongresového cestovního ruchu dochází k setkávání odborníků z různých oblastí a vzájemné výměně informací a zkušeností. To probíhá na konferencích, kongresech, přednáškách apod.

Cestovní ruch se společenskými motivy

Významem cestovního ruchu se společenskými motivy je navazování kontaktů mezi lidmi, získávání nových přátel nebo poznávání nových skupin lidí. Sem patří například návštěvy známých nebo návštěvy společenských akcí.

Venkovský cestovní ruch

Venkovský cestovní ruch zahrnuje vícedenní pobyty probíhající ve venkovských ubytovacích zařízeních, při kterých jeho účastníci například jezdí na kole nebo na koni. Specifickou formou je tzv. „agroturistika“, při které účastníci bydlí na statcích nebo farmách a poznávají místní způsoby života. Mohou se i přímo účastnit zemědělských aktivit, jako je třeba práce na poli (Drobná a Morávková, 2010).

Městský cestovní ruch

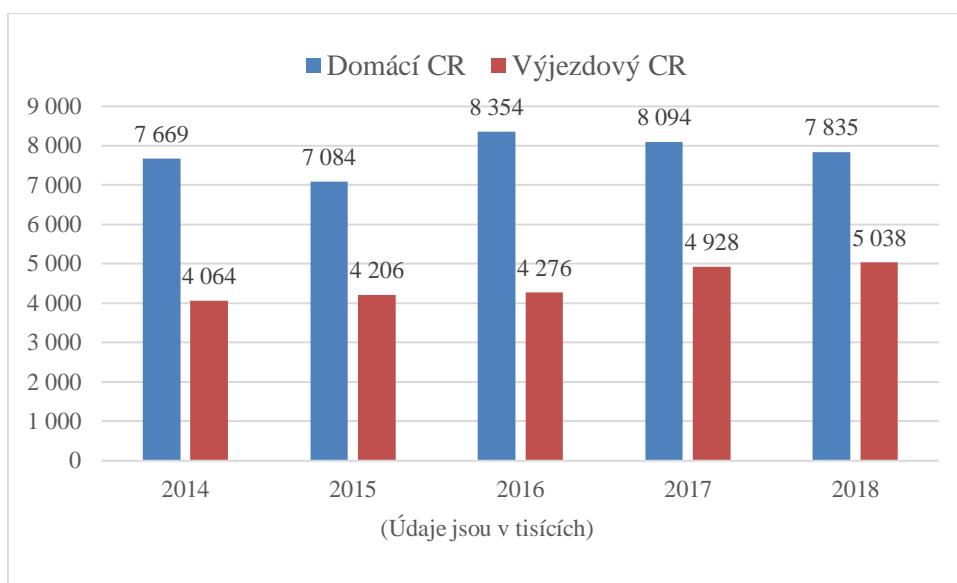
V souvislosti s venkovským cestovním ruchem lze ještě jmenovat městský cestovní ruch, kde je hlavním motivem účastníků k účasti návštěva a poznání turisticky zajímavých měst, včetně jejich památek, atraktivit a života v nich (Indrová, 2009).

1.3.2 Cestovní ruch dle místa realizace

Indrová (2009) dělí cestovní ruch dle místa realizace na základě závěrů z již zmiňované konference UNWTO následovně:

Domácí cestovní ruch

Domácí cestovní ruch tvoří účastníci z řad domácího obyvatelstva, kteří při cestování nepřekračují hranice jejich státu. Statistiky domácího cestovního ruchu v porovnání s výjezdovým shrnuje obr. 1 a obr. 2.



Obr. 1: Porovnání domácího a výjezdového CR za pobyt zahrnující více než 4 přenocování

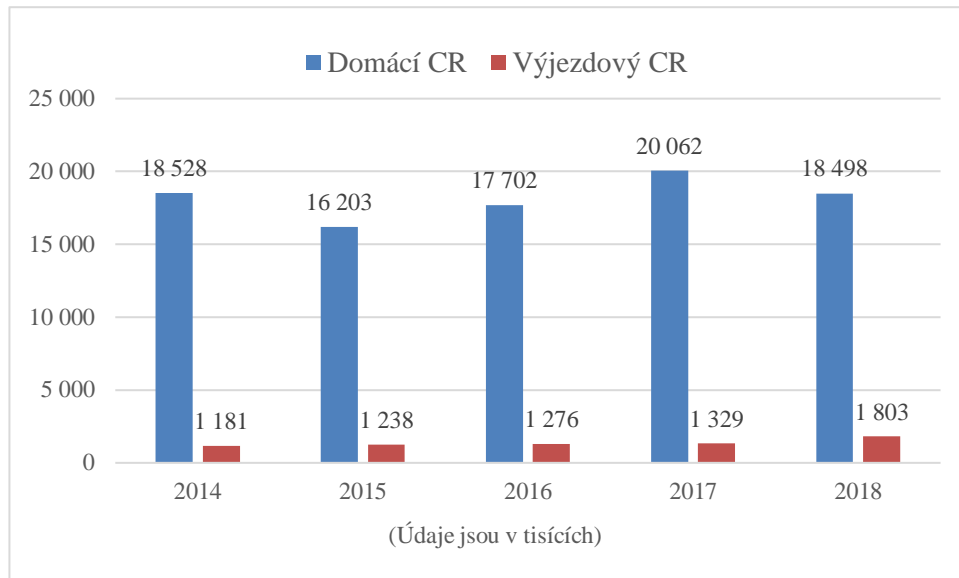
Zdroj: ČSÚ, 2019

Zahraniční cestovní ruch

Při zahraničním cestovním ruchu vždy dochází k překračování státních hranic jeho účastníky. Dále se potom dělí na další dvě podkategorie:

- Výjezdový cestovní ruch

Výjezdový cestovní ruch je známý také jako zahraniční cestovní ruch pasivní. O něj se jedná, pokud občané dané země překračují její hranice a vycestovávají tak do ostatních států.



Obr. 2: Porovnání domácího a výjezdového CR za období zahrnující maximálně 3 přenocování

Zdroj: ČSÚ, 2019

- Příjezdový cestovní ruch

Příjezdový cestovní ruch je také nazývaný zahraniční cestovní ruch aktivní. Jedná se o příjezdy zahraničních turistů do dané země. Jeho součástí je ještě speciální podkategorie tzv. „tranzitní cestovní ruch“. K tomu dochází, pokud zahraniční účastník cestovního ruchu pouze projíždí přes danou zemi, která není jeho cílovou destinací.

Cestovní ruch světový

Cestovní ruch světový zahrnuje veškerý cestovní ruch na světě, při němž dochází k překračování hranic. Jedná se tedy o součet celého výjezdového a příjezdového turismu ve všech státech světa (Indrová, 2009).

1.3.3 Cestovní ruch dle délky pobytu

Na základě tohoto kritéria se cestovní ruch dělí na krátkodobý a dlouhodobý.

Krátkodobý cestovní ruch

Krátkodobý cestovní ruch, jak už z názvu vyplývá, je charakteristický svojí krátkou dobou trvání. Z pravidla se jako krátkodobý pobyt označuje ten, který nezahrnuje více než 3 přenocování.

Dlouhodobý cestovní ruch

Jako dlouhodobý cestovní ruch se označuje pobyt, který zahrnuje více než 3 přenocování, ale netrvá déle než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a 1 rok v cestovním ruchu zahraničním (Drobná a Morávková, 2010).

1.4 Faktory umožňující vznik a rozvoj cestovního ruchu

Vznik a rozvoj cestovního ruchu ovlivňují 3 skupiny faktorů. Čerba (2013) je rozděluje na stimulační, lokalizační a realizační.

1.4.1 Stimulační faktory

Stimulační faktory, občas zvané selektivní faktory, se dále dělí na objektivní a subjektivní.

Objektivní stimulační faktory

Pod objektivní stimulační faktory se řadí politické faktory, životní úroveň obyvatelstva a jeho volný čas, demografické faktory, urbanizace, ekologické a technické faktory.

- Politické faktory

Mírové uspořádání světa nahrává cestovnímu ruchu a jeho rozvoji. Válečnými konflikty nebo politickou nestabilitou sužované země nebudou mít prosperující cestovní ruch. Ten se odvíjí také od politického systému dané země, protože například represivní politické systémy cestovní ruch nepodporují. Do politických faktorů se také řadí směnitelnost místních měn nebo státní hranice.

- Životní úroveň a volný čas

Životní úroveň obyvatelstva značně ovlivňuje cestovní ruch, jelikož lépe finančně zajištěné vrstvy cestují více a do vzdálenějších nebo dražších destinací. Objem volného času, který se postupem času stále zvětšuje, potom také umožňuje lidem více cestovat, což způsobuje růst cestovního ruchu.

- Demografické faktory

Nejvíce cestující skupinou obyvatelstva jsou mladší lidé mezi 15 a 39 lety nebo muži. S ohledem na zaměstnanost platí, že nejvíce cestují zaměstnanci v průmyslu nebo službách, především ale lidé s vyššími příjmy. Naopak nejméně cestují zaměstnanci v zemědělství. Dále platí, že cestovní ruch podporuje vlastnictví dopravního prostředku a vyšší vzdělanost. Velikost vlivu jednotlivých demografických faktorů znázorňuje Mariotova stupnice (viz Tabulka 1).

Tab. 1 znázorňuje vliv jednotlivých faktorů na cestování, kdy nejvyšší hodnota představuje největší vliv a nejnižší hodnota naopak nejmenší vliv.

Tab. 1: Vliv jednotlivých faktorů na cestování

Bodová hodnota	Faktor
9	Velikost sídel
8	Sociální příslušnost
7	Vlastnictví auta, rekreačního objektu
6	Ekonomická aktivita, průměrný příjem, vzdělání
5	Věk
4	Počet členů v domácnosti, velikost a úroveň bydlení
3	Pohlaví, typ zástavby
2	Hustota obyvatelstva
1	Hustota sídel

Zdroj: Čerba, 2013

- Urbanizace a ekologické faktory

Rostoucí počet obyvatel celosvětově umožňuje vznik velkých městských aglomerací, v nichž většinou žijí movitější vrstvy obyvatelstva, které mají větší požadavky na cestování. Velká města také ale napomáhají ničení přírodního prostředí. To jejich obyvatele motivuje k hledání forem rekreace, jako jsou například lázeňské pobyty nebo individuální formy rekreace v přírodě.

- Technické faktory

Pod technické faktory patří především rozvoj informačních technologií a dopravní infrastruktury. Dále sem patří úroveň ubytovacích, stravovacích nebo doplňkových služeb.

Subjektivní stimulační faktory

- Psychologické faktory

Psychologické faktory značně ovlivňují rozhodování jedince o účasti na cestovním ruchu. Významnou roli zde mají marketing, zkušenosti nebo osobní postoje (Čerba, 2013).

1.4.2 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory popisují funkční využití turistických oblastí z hlediska přírodních možností nebo charakteru a kvality společenských podmínek a atraktivit. Čerba (2013) je dělí se na přírodní a společenské.

Přírodní lokalizační faktory

Přírodní lokalizační faktory lze dále dělit na klimatické, geologické, hydrologické, morfologické a na faktory spojené s faunou a florou.

- Klimatické poměry

Klimatické poměry mají na cestovní ruch velký vliv. Zeměpisná šířka a zonalita určují rozdílné teploty, množství srážek nebo výšku sněhové pokrývky. To bývají pro mnohé cestovatele rozhodující faktory. Nejnavštěvovanějšími jsou mírné a subtropické podnebné pásy. Ostatní podnebné pásy nejsou z hlediska turismu tak oblíbené, především kvůli jejich extrémním hodnotám klimatických veličin. Výjimkou však jsou například ostrovní oblasti v Tichém nebo Indickém oceánu.

- Geologické poměry

Geologické poměry ovlivňují podobu okolní krajiny. Geologické složení a postupné zvětvávání krajiny postupně utvářejí. Vznikají tak například vápencové krasové oblasti s jeskyněmi nebo jezery.

- Hydrologické poměry

Hydrologické poměry jsou pro cestovní ruch jedněmi z nejdůležitějších faktorů. Pro cestovní ruch jsou atraktivními lázeňské oblasti, které jsou podmíněné koncentrací podzemních vod s minerálním složením. S ohledem na podzemní vody jsou také turisticky atraktivními oblasti s jejich vývěry, jako jsou například gejzíry. Obrovský význam mají přímořské oblasti, jejichž kvalitu ovlivňuje především teplota a čistota vody nebo charakter pobřeží a úroveň přilehlé infrastruktury. Nesmí se ale zapomínat na význam jezer a umělých nádrží nebo říčních toků.

- Reliéf a morfologické poměry

V reliéfu a morfologických poměrech je významná především vertikální členitost. Pod vertikální členitostí si lze představit hory a velehory, které se využívají k turistice, k lyžování nebo k jiným sportovním a rekreačním činnostem. Ovlivňují ale také pobřežní oblasti, což se vztahuje k předešlému bodu.

- Fauna a flóra

Do fauny a flory spadají přírodní rezervace, parky, lesoparky, chráněné oblasti, národní parky a další. Negativní vliv na turismus může mít například nadměrný výskyt komárů. Obecně ale platí, že má spíše turismus negativní dopad na životní prostředí, potažmo na faunu a floru.

Společenské lokalizační faktory a atraktivita

Pod společenské lokalizační faktory patří existence objektů, které existují s vazbou na obyvatelstvo. Jsou to stálé objekty, jako například hrady a zámky, nebo kulturní události, jimiž mohou být hudební festivaly a koncerty. Velký význam mají památky zařazené na seznam světového dědictví UNESCO. Do společenských lokalizačních faktorů a atraktivit se řadí kulturně-historické památky, kulturní zařízení, kulturní akce, sportovní akce a jiné akce.

- Kulturně-historické památky

Pod kulturně-historické památky spadají již zmíněné hrady a zámky nebo kláštery, sídelní komplexy nebo památníky.

- Kulturní zařízení

Kulturními zařízeními jsou například muzea, galerie nebo knihovny.

- Kulturní akce

Pod kulturní akce se řadí nejrůznější festivaly. Například se jedná o festivaly filmů, tance nebo hudby. Mohou se sem řadit také karnevaly a výpravy na poutní místa.

- Sportovní akce

Sportovní akce lze dále členit na pravidelné a nepravidelné. Jako příklad lze uvést Olympijské hry, mistrovství světa nebo mistrovství jednotlivých kontinentů konané v různých sportech.

- Jiné akce

Jinými akcemi jsou myšleny například kongresy a konference, symposia nebo také zábavní parky (Čerba, 2013).

1.4.3 Realizační faktory

Realizační faktory zajišťují poslední fázi celého procesu a jsou pro něj naprosto nepostradatelné. Umožňují, aby se účastníci cestovního ruchu mohli do destinací přepravit a využívat je tak k pobytu, rekreaci nebo k dalším aktivitám. Dělí se na faktory dopravní a materiálně-technické.

Dopravní realizační faktory

Dopravní realizační faktory jsou základní podmínkou realizace cestovního ruchu. Destinace jsou hodnoceny nejen na základě kvality služeb, ale také s ohledem na dopravní spojení, zejména se pohlíží na kvalitu a hustotu dopravní sítě (Drobná a Morávková, 2010). Dopravní sítě tvoří síť silniční, železniční a letecká. V České republice je silniční síť poměrně hustá, ale vyžaduje značné investice hlavně do dálničních spojení. Železniční síť je zlepšována a zrychlována především modernizací a dostavbou železničních koridorů. Letecká síť je v České republice využívána hlavně k mezinárodní dopravě. Celkově mají dopravní sítě velký vliv na hospodářství krajů i celých států (Kupr, 2013).

Materiálně-technické realizační faktory

Pod materiálně-technické realizační faktory spadají ubytovací, stravovací, zábavní, kulturní, sportovní a další zařízení mající za úkol uspokojit potřeby účastníků cestovního ruchu. Vybavenost destinací materiálně-technickým zázemím určuje koncentraci turismu v ní. V místech, kde se zázemí koncentruje, vznikají tzv. „střediska cestovního ruchu“. Objem a charakter materiálně-technické základny ovlivňuje velikost a význam středisek. Tato základna je sekundárním vyjádřením hodnot lokalizačních faktorů (Drobná a Morávková, 2010).

1.5 Trendy ve vývoji cestovního ruchu

Cestovní ruch prochází po mnoho let změnami a neustále se vyvíjí. V roce 2003 bylo Evropskou komisí definováno deset hlavních trendů, které měly začít v nejbližší době turismus ovlivňovat. S odstupem času lze konstatovat, že se předpovídané trendy značně naplnily. Stanovenými trendy byly:

- Demografie
- Zdraví
- Vzdělání
- Volný čas
- Zkušenosti s cestováním
- Doprava
- Životní styl
- Informační technologie
- Udržitelný rozvoj
- Jistota a bezpečí

V roce 2013 například server Skift definoval trendy pro následující období. Těmito trendy byly:

- Expanze leteckých společností z Kataru a Spojených arabských emirátů
- Nárůst počtu turistů z Číny
- Rozšiřující se nabídka služeb na letišti
- Růst počtu vedlejších poplatků v ubytovacích službách a v letecké dopravě
- Cenově dostupné designové hotely (Kotíková, 2013).

S vědomím toho, jak každoročně počty turistů celosvětově rostou (viz obr. 3 v kapitole 2.2), se dá předpokládat, že bude rok 2020 opět rekordním. Vlivný cestovatelský portál Big Seven Travel na základě toho sestavil hlavní trendy v cestovním ruchu pro rok 2020:

- Cestovat jako jednotlivec
- Vliv politických rozhodnutí
- Udržitelnost
- Navštěvování méně známých měst
- Využití 5G sítí světovými destinacemi
- Kombinace pracovních cest s volnočasovým cestováním (Clayton-Lea, 2020).

Zájem o cestovní ruch neustále roste a to jak na straně poptávky, tak i na straně nabídky. S tím se vyvíjí i samotný cestovní ruch. Některé trendy, jako je například využití komunikačních a informačních technologií či demografické trendy, budou aktuálními pravděpodobně i v následujících letech. Ohledně ostatních trendů se lze pouze dohadovat. Dá se ale předpokládat, že vývoj se bude ubírat směrem k novým nabídkám cestovního ruchu, k hledání nových cílových skupin nebo k novým přístupům k marketingu cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

2 Overtourism

Overtourism, neboli v českém překladu nadměrný turismus, se neobjevil z ničeho nic. Francis (2018) ho přirovnal k vulkánu, který tu byl po dlouhou dobu a jen čekal na svoji příležitost, aby vybuchl. Již před několika dekádami podle něj akademičtí pracovníci zaznamenali první obavy ohledně struktury turismu. Před několika lety začali obyvatelé po celém světě rozeznávat jeho důsledky a vyjadřovat své obavy. Stejně tak se začali chovat i ekologové, kteří se začali obávat, zda turismus brzy nepohltní některé části netknutého přírodního světa.

Před třemi lety už pomyslný vulkán explodoval a problémy spojené s overtourismem a jeho špatně řízeným a špatně udržitelným rozvojem se celému světu ukázaly naplno. Udržitelnost cestovního ruchu se stala hlavní otázkou mířící na lidi zodpovědné za politiku turismu. Ministři cestovního ruchu museli a nadále musí čelit protestům místních obyvatel a také stížnostem turistů ohledně přeplněnosti veřejných míst. Největší protesty zažívaly města jako Benátky a Barcelona, kde si dokonce mohli návštěvníci všimnout nástěnných nápisů hlásajících „*Tourist go home*“, neboli *turisto, vrať se domů*. Problém se samozřejmě netýká jen těchto měst, ale také mnoha dalších společně s národními parky, ostrovy a dalšími turisticky atraktivními místy. Turismus již na mnoha místech zkrátka překročil únosné meze (Francis, 2018).

2.1 Pojem overtourism

Pojem overtourism byl zpopularizován v roce 2016 v článku internetového cestovatelského portálu Skift.com o turismu na Islandu. Jednalo se tehdy o první definici vůbec ve znění: „*Je to koncept hlediska na potencionální rizika pro světové populární destinace, jelikož dynamické síly pohánějící turismus způsobují nevyhnutelné negativní důsledky, pokud nejsou dobře řízeny*“. V některých zemích to podle nich může vést až k poklesu turismu, protože jeho udržitelný rámec se nikdy nemůže rovnat s ekonomickými, ekologickými a sociokulturnímu efekty turismu (Sheivachman, 2016).

Od té doby se používání pojmu značně rozšířilo. Dokonce byl v roce 2018 serverem Oxford Dictionaries zařazen do jejich výročního seznamu Slova roku (Tabatabai, 2018).

Pojem je dáván do souvislosti s již dříve existujícími koncepty, jakými jsou únosná kapacita, udržitelnost cestovního ruchu a odolnost, která určuje schopnost destinací přijmout negativní účinky a vypořádat se s nimi. Předpona „over“ ve slově overtourism značí, že je v konkrétní

destinaci příliš mnoho turistů. Také říká, že turismus již překročil kapacity, limity a možnosti dané destinace. Dále je overtourism brán jako jev, který svým působením v destinacích znemožňuje udržení standardů a hranic (Dodds a Butler, 2019).

Obecná definice pojmu zní: „*Nadměrný nárůst návštěvníků vedoucí k přelidnění míst, kde místní residenti trpí důsledky dočasných a sezonních vrcholů návštěvnosti, které je nutí dělat trvalé změny v jejich životním stylu nebo mají negativní dopad na přístup residentů k občanské vybavenosti a obecně na jejich duševní pohodu a blahobyť*“ (Milano, Cheer a Novelli, 2018).

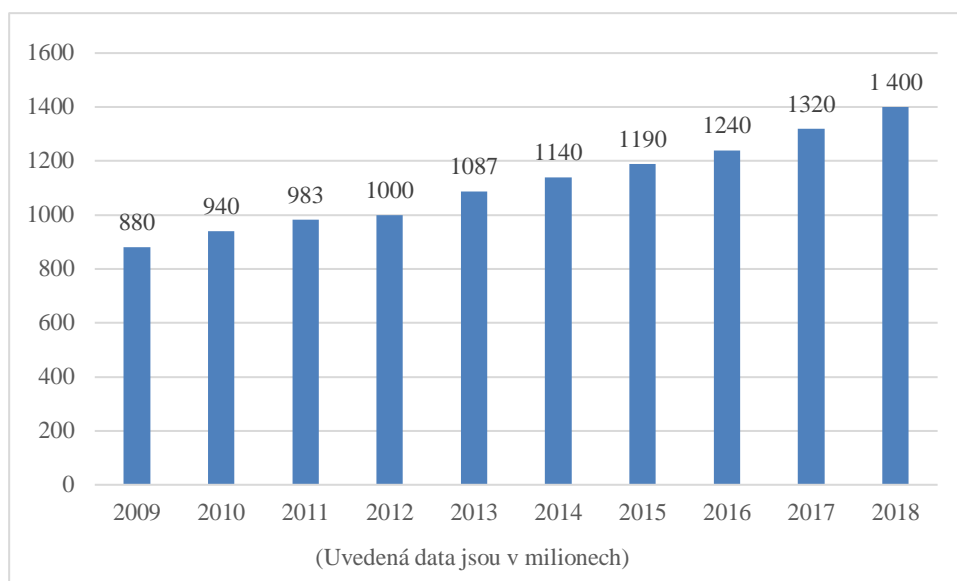
2.2 Hlavní faktory umožňující vznik overtourismu

Overtourism se stal celosvětovým problémem a pro lepší boj proti němu je nutné jej nejprve správně pochopit, k čemuž je nutné definovat faktory napomáhající jeho vzniku. Dodds a Butler (2018) stanovili několik hlavních faktorů:

- Vyšší počet turistů než kdy dříve
- Lepší dostupnost cestování
- Nové skupiny turistů
- Převaha myšlení orientovaného na zisk
- Zaměření na krátkodobé výsledky
- Konkurence, vybavenost a služby v destinacích
- Širší dostupnost informací a rozmach sociálních médií
- Nedostatečná kontrola počtu přijíždějících turistů do destinací
- Nerovnováha moci mezi zainteresovanými subjekty v cestovním ruchu

Vyšší počet turistů

Statistiky UNWTO jasně dokládají, že počty cestovatelů se každým rokem zvyšují. V roce 1950 ročně vycestovalo přibližně 25 milionů lidí. Roku 1980 tomu bylo 278 milionů. Na přelomu tisíciletí se roční objem zvýšil na 674 milionů turistů (UNWTO, 2016). Poslední statistika z roku 2018 uvádí, že v tomto roce vycestovalo již 1,4 miliardy lidí. Pro rok 2030 UNWTO odhaduje nárůst až na 1,8 miliardy (UNWTO, 2019). Statistiky turismu za posledních 10 let jsou patrné z obr. 3.



Obr. 3: Vývoj počtu turistů za posledních 10 let

Zdroj: UNWTO, 2019

Lepší dostupnost cestování

Ke zvýšení dostupnosti cestování napomohly dva hlavní faktory. Prvním faktorem je nárůst populace spadající do tzv. „střední třídy“. Podle Kharase (2017) do ní v roce 2015 spadaly více než 3 miliardy lidí a dle jeho odhadů se tato skupina do roku 2030 rozroste o dalších 160 milionů (Kharas, 2017). Druhým hlavním faktorem je snížení nákladů na dopravu a to především díky nízkonákladovým leteckým společnostem. Díky nim dnes může cestovat mnohem více lidí, než tomu bylo kdy dříve. Mohou také cestovat s větší intenzitou. Mezi nejznámější nízkonákladové letecké dopravce patří Ryanair a EasyJet. Dokázaly přizpůsobit svůj obchodní model tak, aby byly schopny operovat z nejdůležitějších evropských letišť a tím vytvářet v oblasti cen tlak na klasické národní letecké společnosti. Dá se předpokládat, že nízkonákladové letecké společnosti budou v příštích letech nadále růst, stejně tak jako jejich význam a síť cílových destinací (Dodds a Butler, 2019).

Nové skupiny turistů

Se zvyšující se dostupností cestování souvisí i další faktor a tím jsou nově vznikající skupiny turistů. V mnoha státech dochází ke zmírňování vízové politiky a to umožňuje vycestovat i lidem, kteří dříve nemohli. Jedná se jednak o Čínu, kde dochází k masivnímu nárůstu, a také o Indii (Voellm, 2011). Zatímco v roce 2000 Číňané podnikli přibližně 10,5 milionu výjezdů, za rok 2018 už to bylo 166 milionů (Travelchinaguide.com, 2019). Nutno podotknout, že pouze 4 % obyvatel Číny vlastnily v roce 2018 cestovní pas. Předpovědi říkají, že v roce

2025 se počet zvýší na 12 %, což by odpovídalo přibližně 220 milionům Číňanů (Goldman Sachs, 2015).

Převaha myšlení orientovaného na zisk

Klíčovým a možná tím největším spouštěčem overtourismu je postoj a způsob myšlení vlád, společností cestovního ruchu, přepravních společností a dalších zainteresovaných subjektů, kteří řadí nutnost generovat zisk nade všechno ostatní. Turismus je brán jako příležitost. Příležitost, která může znamenat ekonomický rozvoj a vznik nových pracovních míst nebo také příliv zahraničních investic. V porovnání s průmyslem nebo těžbou nerostných surovin je turismus mnoha zeměmi brán jako odvětví, které neznečišťuje přírodu (Dodds a Butler, 2019).

Turismus se v roce 2019 podílel 10 % na celkové světové zaměstnanosti. Odhady tvrdí, že v roce 2029 se tento podíl zvýší na 11,7 %. Podíl na světovém hrubém domácím produktu (HDP) činil v roce 2018 10,4 %, což představuje zhruba 8,9 bilionů amerických dolarů. V roce 2029 by podíl měl vzrůst na 11,5 %, což by představovalo přes 13 bilionů (WTTC, 2019). Tyto výsledky mají samozřejmě značný vliv na politiku praktikovanou národními vládami i na subjekty cestovního ruchu. Bohužel se téměř vždy soustředí na zvyšování počtu turistů a neberou ohledy na negativa a rizika s nadměrným turismem spojená (Dodds a Butler, 2019). Jako příklad národní strategie může posloužit plán kanadské vlády z roku 2017, jehož cíle jsou zaměřené jen na růst:

- Kanada bude do roku 2025 patřit do první desítky nejnavštěvovanějších zemí světa
- Množství mezinárodních turistů, kteří zde přenocují, se do roku 2021 zvýší o 30 %
- Množství turistů přijíždějících z Číny se do roku 2021 zdvojnásobí (Úřad kanadské vlády, 2017)

Zaměření na krátkodobé výsledky

S předešlým důvodem je spojen i další a tím je zaměření se na krátkodobé výsledky. Problémem je, že zainteresované subjekty, jakými jsou například obecní a městská zastupitelstva nebo vlády, se mnohdy udrží u moci jen krátké období. Zpravidla tomu je tři až pět let. V jejich rozhodování potom často chybí dlouhodobý strategický pohled na řešení otázek, jako je třeba problém overtourismu. Krátkodobé zaměření často ignoruje dlouhodobý dopad turismu na místní obyvatele a životní prostředí. Pokud ho už zahrnuje, tak je často dopad značně podhodnocen (Krutwaysho a Bramwell, 2010).

Konkurence, vybavenost a služby v destinacích

Se zlevňováním cestování a s rozmachem letecké dopravy se dnes turisté dostávají i do destinací, které dříve nebyly tolik navštěvovány. V těchto destinacích ale mnohdy chybí potřebná infrastruktura a nejsou k dispozici kapacity pro ubytování tak velkého počtu turistů a to především ve venkovských oblastech a malých městech. Problém overtourismu se ale samozřejmě netýká jen těchto míst (Weidenfeld, Butler, Williams, 2015). Bojují s ním i města jako Barcelona, Praha, New York, Benátky a jiná. A protože tato města nabízejí široké ubytovací kapacity a jsou turisty hojně navštěvována, dochází zde k souboji mezi nimi a místními residenty o místo a přístup ke službám a vybavení. Pod tímto si lze představit například nedostatek parkovacích míst, vstupenek na kulturní akce nebo přeplněnost ve veřejných dopravních prostředcích. K tomu stále více a více turistů využívá soukromého ubytování, které je dnes jednoduše dostupné skrze internet. A právě vysoké číslo přijíždějících turistů do ubytování a také způsob, jakým bývá provozováno, trápí mnoho místních obyvatel, jelikož se mnohdy jedná o neregistrované a nelicencované ubytování. Nejznámější a nejpoužívanější platformou pro využití soukromého ubytování je beze sporu Airbnb, které bylo založeno v roce 2008 (Somerville, 2018). Za rok 2018 tuto službu využilo rekordních 150 milionů hostů, kteří si mohli vybrat z 640 tisíců hostitelů. V tomto roce Airbnb operovalo v 65 tisících městech z celkem 190 zemí (Letmeinn.cz, 2019). Dle Lawlera (2012) se ubytování přesunulo spíše mimo hlavní turistické oblasti měst. Jako příklad uvádí San Francisco, kde se 72 % Airbnb ubytování nachází mimo hlavní centrum. To vede k tomu, že se turismus rozšiřuje i do residenčních čtvrtí a ovlivňuje tak dnes také obyvatele, kteří s ním v těchto částech nebyli zvyklí přicházet do styku. To pro ně znamená potkávat v domě každý den jiného souseda, dlouhé fronty v obchodech, přeplněné dopravní prostředky hromadné dopravy, nedostatek volných parkovacích míst a další jiné problémy (Lawler, 2012). Pronajímání nemovitostí skrze Airbnb a další podobné sdílené platformy může místním obyvatelům generovat ekonomický užitek, napomáhá to ale také k určitému ničení místních komunit a kultur. Airbnb a další tvrdí, že nabízejí svým klientům možnost poznat a zažít autentické způsoby života místních obyvatel, což je ale ve značném rozporu s tím, co působení těchto platform doopravdy způsobuje (Lalicic a Waismayer, 2017).

Širší dostupnost informací a rozmach sociálních médií

Média vždy ovlivňovala rozhodování lidí ohledně cestování. Tento vliv roste stále více a více s tím, kolik lidí k nim má celosvětově přístup. V posledních letech měly značný vliv na

popularizaci turisticky zajímavých destinací filmy a televizní programy o cestování, ve kterých se tato místa objevila. Jako příklad lze uvést místa ze seriálu Hra o trůny, místa ze série filmů Harry Potter nebo místa z filmu Pláž. To vyústilo v prudký nárůst zájmu turistů o návštěvu těchto míst. Také internet přispívá k rozmachu turismu. Cestovatelé na něm mohou informace jak sdílet, tak i získávat a s rozvojem internetu se jejich počet neustále zvyšuje. To provádějí především skrze sociální sítě nebo blogy a motivují tak mnohé další k návštěvě těchto míst (Dodds a Butler, 2019). Mezi sociálními sítěmi se jedná především o Facebook, který měl na konci roku 2019 téměř 2,5 miliardy měsíčně aktivních uživatelů, Instagram s 500 miliony a Twitter se skoro 330 miliony (Statista.com, 2020).

Nedostatečná kontrola počtu příjezdějících turistů

Dalším faktorem, který spouští overtourism, je nedostatečná kontrola počtu příjezdějících turistů. Městům často chybí data o obsazenosti dopravních prostředků, jimiž se turisté do destinací dostávají. Jedná se především o letadla nebo výletní lodě. Letiště a přístavy jsou totiž národně či soukromě spravovány, tudíž města nebo jiné destinace čelící nadměrnému turismu nemají k datům o počtech přístup. To samé platí o silnicích a dálnicích, které často nejsou ve správě města, ale ve správě státu nebo kraje. To znemožňuje městům limitovat počty příjezdějících turistů. Rozvoj sdílených platforem, o kterých již byla řeč, dále znemožnil kontrolu zájemců o pronájem nebo koupi nemovitostí a pozemků v destinacích čelících náporům turistů. Nejsou často oficiální, tudíž nejsou započítávány a to způsobuje, že počty návštěvníků jsou nepřesné a v mnoha případech překračují únosné meze. Pro mnoho destinací se proto schopnost přijíždějící davy kontrolovat stává téměř nemožnou (Dodds a Butler, 2019).

Nerovnováha mezi zainteresovanými subjekty cestovního ruchu

Proces rozvoje a plánování destinací z hlediska turismu vyžaduje spolupráci všech zainteresovaných subjektů a stran. Ve skutečnosti se ale na názory rezidentů a místních komunit nebere ohled až do chvíle, než se věci pokazí. Jejich názory nejsou mnohdy zahrnuty do procesu plánování a rozhodování, pouze jsou prostřednictvím slibů informováni o výhodách pro ně z turismu plynoucích, jako jsou nová pracovní místa nebo příliv investic. Především je tomu tak v chudších regionech. I když existuje snaha o začlenění všech subjektů, plné spolupráce bývá zřídka docíleno, jelikož někteří lidé z řad residentů nejeví o turismus zájem nebo se cítí vyloučení z rozhodovacího procesu. Ozvou se pak až ve chvíli, kdy turismus přeroste v overtourism (Graci a Dodds, 2010).

Všechny výše zmíněné faktory ovlivňují názory a postoje mezi místními obyvateli a to pak většinou proti turismu. Tato změna se pak projevuje na politickém směřování daných zemí. Jako příklad lze uvést volby z roku 2017 ve Spojeném království, které rozhodly o tom, že Spojené království opustí Evropskou unii. Tento výsledek je přisuzován právě strachu z imigrace, ze zvyšujících se nákladů na bydlení a boji o pracovní místa. Ve stejnou dobu se světová pozornost obrací na sociální a ekologické otázky, jako je klimatická změna nebo mimo jiné také globalizace, které je turismus důsledkem. Turismus byl vždy v porovnání s ostatními průmysly brán jako relativně čistý. Podrobné šetření jeho důsledků ho ale poslední dobou dostává pod palbu kritiky (Dodds a Butler, 2019).

2.3 Destinace čelící důsledkům vlivu overtourismu

Destinací bojujících s dopady overtourismu je na světě mnoho. Do této práce nicméně byly vybrány pouze tři a těmi jsou města Barcelona, Praha a Benátky. Jedná se totiž o města, na která vliv tohoto fenoménu výrazně dopadá. Konkrétní důsledky a problémy pro města z overtourismu plynoucí jsou popsány v podkapitolách, které o městech referují.

2.3.1 Barcelona

Barcelona se nachází ve španělském autonomním regionu Katalánsko. Turismus se zde začal vyvíjet již od roku 1960, kdy bylo do té doby průmyslové a přístavní město přeměněno velkou architektonickou přestavbou. Staré přístavní budovy byly strženy a na pobřeží byly vytvořeny dlouhé pláže. Roku 1992 pak Barcelona hostila letní Olympijské hry. To v kombinaci s architekturou slavného architekta Gaudího a nádhernými výhledy na město zapříčinilo, že se z Barcelony stala jedna z hlavních evropských turistických destinací (Degen a Cabeza, 2012).

Rozvoj turismu v Barceloně

Od roku 1990 Barcelona zaznamenává pravidelný meziroční nárůst počtu přijíždějících turistů. V tomto roce Barcelonu navštívily necelé 2 miliony turistů. Poslední data pro rok 2018 uvádějí, že v tomto roce bylo ve městě skoro 9,2 milionu návštěvníků, kteří zůstali jen jeden den. Počet turistů, kteří zůstali přes noc, je výrazně vyšší a to konkrétně 19,3 milionu. S tím, jak se v průběhu let počty zvyšovaly, se Barcelona stala prvním městem, kde se problém overtourismu stal důležitou otázkou k řešení (Město Barcelona, 2018).

Faktory podněcující vznik overtourismu

Za řízení a plánování turismu jsou vždy odpovědní místní orgány. Různé místní autority jsou zodpovědné za správu parkovišť, veřejné dopravy, přístavů a dalších. Ty zde teď mají svůj značný podíl na nadměrném počtu turistů a problémech spojených s overtourismem. První z nich je barcelonské letiště El Prat. Městská vláda má minimální nebo dokonce nulový podíl na jeho řízení, protože je řízeno soukromou firmou spravující všechna španělská letiště. To má za následek nekontrolovaný počet příletů. Navíc je letiště postaveno ve městě Hospitalet de Llobregat, které se nachází v těsné blízkosti Barcelony a jedná se o jedno z nejhustěji osídlených měst v Evropě. Orgány místní samosprávy si politiku turismu a ubytování vytvářejí samy nezávisle na Barceloně. Ta pak nemůže kontrolovat počty turistů, kteří odtud přijíždějí. Nemůže navíc ani ovlivnit počty lidí, kteří se ubytují v pobřežní oblasti Costa Brava a do Barcelony přijíždějí na jednodenní exkurze (Goodwin, 2016). Dalším faktorem, s kterým město marně může bojovat, jsou výletní plavby. V roce 2000 dovezly výletní lodě do města 572 tisíc výletníků. V roce 2017 tomu bylo již 2,7 milionu a v roce 2018 jich dokonce bylo více než 3 miliony (Statista.com, 2019a). Barcelonský přístav je odpovědný pouze centrální španělské vládě. Místní orgány tak znovu nemají žádnou moc, jak počty turistů omezit, ať už se do města dopravily po vodě, po silnicích, vzduchem či po železnici (Goodwin, 2016).

Boj proti overtourismu

V roce 2008, kdy ještě overtourism nezačal ovlivňovat místní obyvatele, se městská vláda zavázala vypracovat strategický plán reagující na turismus. Ten byl mezi roky 2008 a 2010 vypracován a zahrnoval plánování ubytovacích kapacit, záruku kvality a udržitelnost turistického sektoru. V roce 2010 si představitelé uvědomili, že vliv turismu na město je jak pozitivní, tak ale i negativní a že negativní dopady začínají mezi místními vytvářet proti turistické diskuze (Goodwin, 2016). Strategie této doby vycházela z principu zodpovědného turismu. To znamenalo, že turismus je o tom vytvářet lepší místa k životu residentům a zároveň vytvářet lepší místa k návštěvě turistům. V této strategii byli obyvatelé Barcelony bráni jako aktivní účastníci a tvůrci města a městského turismu. V městském strategickém plánu to bylo uvedeno v následujícím znění: *„Zdraví městského turismu pramení z blahobytu vlastních obyvatel, který musí být následkem i příčinou úspěšného rozvoje Barcelony, jakožto turistické destinace“* (Město Barcelona, 2010). V roce 2017 byl vypracován nový strategický plán udržitelného turismu. V něm je kladen důraz hlavně na

pojmy, jako je inovace, soudržnost, přerozdělování, zodpovědnost a udržitelnost (Město Barcelona, 2017).

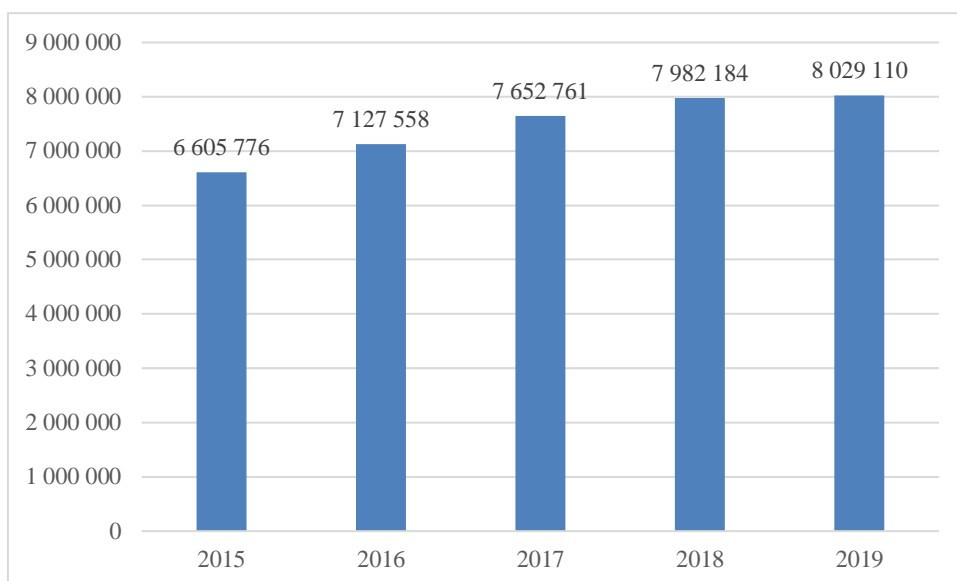
2.3.2 Praha

Praha je hlavním městem České republiky a s počtem 1,3 milionu obyvatel je také městem nejlidnatějším. V Praze se potkávají stavby mnoha historických architektonických slohů, ať už je to sloh gotický nebo sloh románský. Město nebylo za 2. světové války vážně poškozeno a dnes se chlubí bohatým kulturním dědictvím, které bylo roku 1992 zapsáno na seznam světového dědictví UNESCO (Unesco-czech.cz, 2014). V roce 2000 bylo navíc díky jeho kultuře a historickým památkám jmenováno „Hlavním evropským městem kultury“ (Evropská komise, 2016).

Rozvoj turismu v Praze

Turismus se zde začal rozvíjet již po 2. světové válce. A protože bylo tehdejší Československo členem Sovětského bloku, většinu jejích návštěvníků tvořili turisté z komunistických zemí. V 60. letech tvořili turisté ze zemí Sovětského bloku téměř 90 % všech návštěvníků (Palatková, 2014). Po revoluci v roce 1989 se kvalita ubytování a služeb značně zlepšila a turismus se rozšířil. Z počátku bylo město bráno jako rozvíjející se destinace bývalého Sovětského bloku, ale později se stalo jedním z nejznámějších měst na světě (Rončák, 2019). V roce 1989 Prahu navštívilo 1,6 milionu turistů. Na přelomu tisíciletí to byly již 2 miliony (Praguecitytourism.cz, 2017). Poslední dostupná data uvádějí, že v roce 2019 do Prahy přicestovalo celkem přes 8 milionů turistů, kteří zde strávili celkem 18,4 milionu nocí (Praguecitytourism.cz, 2020). Nárůst počtu turistů byl mimo jiné způsoben i vstupem České republiky do Schengenského prostoru a marketingovou kampaní vedenou městem Praha a organizací Prague City Tourism (Rončák, 2019).

Statistiky jsou patrné z obr. 4, který zobrazuje počty hostů, kteří se v Praze ubytovali mezi lety 2015 a 2019.



Obr. 4: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Praze za posledních 5 let

Zdroj: ČSÚ, 2020a

Overtourism v historickém centru a na pražském letišti

Mezi hlavními evropskými destinacemi se Praha řadí mezi ty nejmenší. Tím se myslí rozloha jejího historického centra, které je navíc tvořeno mnoha úzkými uličkami. Turisté jsou v těchto uličkách nahuštěni. Svoji koncentrací turistů na kilometr čtvereční Praha překonává Budapešť, Berlín nebo dokonce Vídeň (Dumbrovská, 2013). Díky tomu se některé části města stávají přelidněnými. Jako příklad lze zmínit Královskou cestu, která spojuje hlavní pražské památky včetně Karlova mostu. Problémy přelidnění zde vznikají především na jaře a v průběhu léta. Vede to pak k tomu, že místa ztrácejí svoji originální hodnotu a ztrácejí i hodnotu jako residenční oblast. Místní obyvatelé se z těchto částí vystěhovávají pryč a vznikají tak tzv. „turistická ghetta“ (Dumbrovská aj., 2017). Navíc zde dochází k fenoménu zvanému „turistická inflace“, která v těchto místech s vysokou koncentrací turistů způsobuje velký, někdy i několikanásobný růst cen (Fialová, 2012).

Tím však netrpí pouze centrum města, ale také pražské letiště. Za rok 2019 prošlo letištěm Václava Havla rekordních 17,8 milionu cestujících. V porovnání s rokem 2018 se jedná o 6% nárůst. Za poslední rok 2019 se zde uskutečnilo celkem 154 777 odletů a příletů. Oproti roku 2018 se jednalo o zhruba 0,5% pokles, nicméně ke snížení počtu odbavených cestujících to nevedlo (Letiště Praha, 2019). Jelikož se již letiště nachází na pokraji své kapacity, plánují se obří investice ve výši zhruba 27 miliard korun. Ty by měly především jít do rozšíření přetíženého Terminálu 2 a stavby nové paralelní ranveje. Tím by se měla

zvýšit kapacita až na 21 milionů cestujících. To sice na nějakou dobu sníží přelidnění na pražském letišti, nicméně problémy Prahy s overtourismem to ještě umocní (ČTK, 2018a).

Vliv overtourismu

Jak již bylo zmíněno, nadměrným turismem vzniká z centra Prahy spíše turistické ghetto. To však pochopitelně není jediný důsledek overtourismu, s kterým se město musí vyrovnávat. Působením Airbnb zde dochází ke ztrátě daňových příjmů. Mnoho pronajímatelů totiž nepříznává svůj příjem a vyhýbá se tak plnění své daňové povinnosti. Dle vládou vypracované analýzy tak připravili za uplynulý rok pražský magistrát o zhruba 50 milionů korun. Finanční správa již ale začala jednat a řešit tak vzniklý problém (Úšela a Elčič, 2018).

Airbnb však nezpůsobuje pouze ušlé finance. Jeho působení mění kulturu Starého města a snižuje kvalitu života místních obyvatel. Existence krátkodobých pronájmů v bytových domech komplikuje mezi sousedské vztahy a zapříčiňuje nadměrný hluk s tím, jak turisté mnohdy nerespektují noční klid. Radnice prvního městského obvodu tak denně přijímá stížnosti na hluk a žádá magistrát o řešení. V krajních případech to může vést k již zmíněnému vystěhování obyvatel pryč (iDnes.cz, 2017). Dále zvyšuje poptávku po ubytování a tím zvyšuje ceny ubytování jak pro krátkodobý pronájem, tak i pro pronájem dlouhodobý nebo koupi. Podle údajů developerských společností si třetina nových majitelů pořizuje byt jako investici. Ne všichni je pak nabízejí ke krátkodobému pronájmu, nicméně počet takových majitelů se stále zvyšuje, protože jim tento typ pronájmu přináší pohodlné zisky (Lidovky.cz, 2017). Ne jen pražští residenti, ale také hoteliéři jsou činností Airbnb ovlivněni, jelikož jim sdílené platformy ubírají klienty (ČTK, 2018b).

V Praze v posledních letech dochází také k výraznému rozmachu platforem zaměřených na přepravu osob po městě, jako je Uber, Liftago nebo Bolt, který byl dříve známý pod jménem Taxify. Před rokem 2014, kdy tyto společnosti začaly v Praze působit, pracovalo ve městě více než 7 tisíc taxikářů. Se založením a rozvojem Uberu a podobných platforem se ale objevily další zhruba 3 tisíce řidičů, kteří tak značně zvedli konkurenci. To se projevilo v poklesu tržeb tradičních taxikářů a vedlo až k protestům v roce 2016. Stěžovali si, že řidiči Uberu a ostatních platforem nepoužívají taxametr a nejsou povinni složit zkoušku z místopisu Prahy. Navíc ani nepotřebují mít platnou taxikářskou licenci, což jsou pro taxikáře do očí bijící fakta (iDnes.cz, 2018).

Boj proti overtourismu

Praha nadále nechce být masovou destinací, do které přijíždějí obrovské skupiny turistů. Cíle městských představitelů se změnily. Na místo lákání velkého počtu návštěvníků se město zaměřuje spíše na konkrétní skupiny lidí, kterými jsou majetnější a vzdělanější lidé. Chce je donutit k tomu, aby ve městě strávili delší dobu a případně svůj pobyt opakovali. Chce proto v budoucnu nadále pracovat na zlepšení nabízených služeb a zlepšit osobní zkušenosti svých návštěvníků. Město tak chce zareagovat na svoji pověst levné destinace, kam některé skupiny obyvatel jezdí jen za zábavou (Wolf, 2018).

Jedním způsobem, kterým se organizace Prague City Tourism snaží zmírnit přelidnění v centru Prahy na nejvíce frekventovaných místech, je snaha popularizovat sice méně známá, nicméně neméně krásná místa. Sloganem „*Prague is yours, too*“ nabádá turisty k pěší návštěvě těchto míst, která jsou vzdálenější od nejznámějších míst, jako je například Královská cesta (Praguecitytourism.cz, 2017).

Dalším způsobem je potom nová mobilní aplikace, která turistům poskytuje nejrůznější druhy informací. Poskytuje návrhy zajímavých míst mimo centrum včetně informací o nich a možných slevách. Dále navrhuje trasy pro různé cílové skupiny nebo informace o sportovních, kulturních a jiných událostech. Funguje na principu hry, která své uživatele motivuje k návštěvě právě takových míst a událostí. Konkrétně láká například na místa s výhledem nebo na gastronomické zážitky (Smartprague.eu, 2018).

Velkým, již zmíněným problémem tížícím Prahu, je pronájem skrze Airbnb a podobné platformy. Před nedávnem pražští radní schválili čtyři návrhy, které by měly limitovat tento způsob pronájmu. Prvním bodem opatření je, aby platformy Praze musely poskytovat informace o počtu bytů a jejich využití. Dalším je posílení možností místních samospráv na svém území tyto služby regulovat, například stanovením dní, ve kterých je možné byt pro tyto účely používat. Dále pražští radní navrhují, aby nejprve vlastník bytu musel od ostatních vlastníků bytů získat souhlas k jeho pronajímání, což by mělo vést ke snížení počtu stížností ze strany ostatních vlastníků a nepochybně také k zániku některých ubytování. Posledním navrhovaným krokem je úprava stavebních norem tak, aby i tyto byty sloužící pro krátkodobý pronájem musely splňovat stejné bezpečnostní a požární normy, jako musí plnit hotelová zařízení. Těmito návrhy se radní snaží apelovat na Ministerstvo pro místní rozvoj, aby podle nich prosadilo úpravy již existujících zákonů. O změnách však parlament bude teprve jednat (ČTK, 2020).

Prostřednictvím kampaně „Hotel night“, neboli hotelová noc, se Česká asociace hotelů a restaurací ve spolupráci s Prague City Tourism snaží residentům ukazovat pozitivní aspekty turismu. Prostřednictvím této kampaně jim nabízí možnost ubytovat se v hotelu ve svém sousedství za sníženou cenu. Je to bráno jako cesta, jak se omluvit místním obyvatelům za mnohdy nepříjemné podmínky spojené s životem v extrémně populární turistické destinaci (Praguecitytourism.cz, 2017).

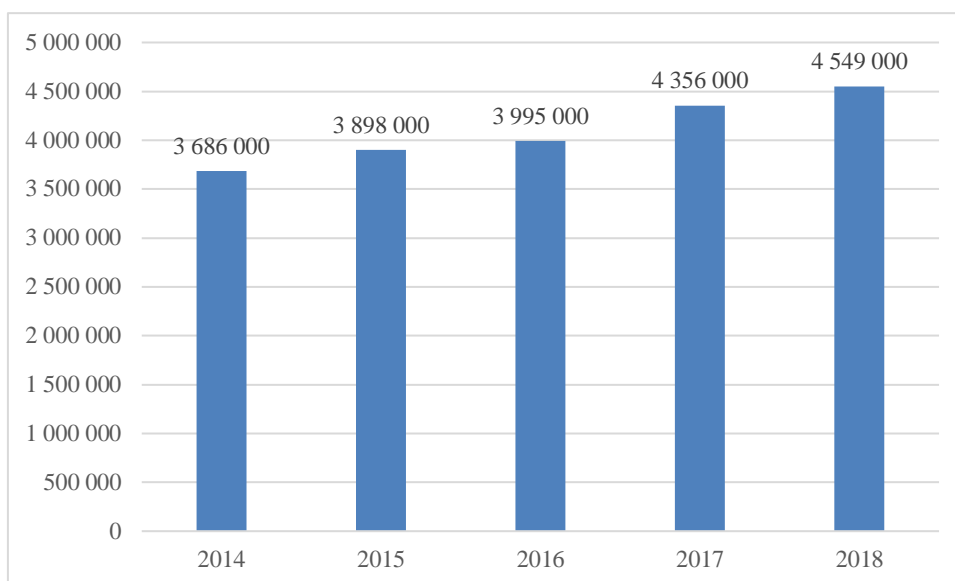
2.3.3 Benátky

Benátky jsou hlavním městem regionu Benátsko nacházejícím se na severovýchodě Itálie. Město se rozprostírá v laguně a na ostrovech a je protkáno velkým množstvím vodních kanálů, přes které vede kolem 400 mostů. Z toho důvodu jsou jedinými možnostmi, jak se po centru Benátek pohybovat, chůze nebo lodní doprava. Od roku 1987 je město zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO (Aktuálně.cz, 2014a).

Rozvoj turismu v Benátkách

Město začalo čelit davům turistů již od 80. let 20. století. Studie z roku 1991 zjistila, že maximální únosná denní kapacita je 25 tisíc turistů za den. V té době však již reálné počty turistů tento limit překonávaly (Massiani a Santoro, 2012). Počty turistů nadále rostly, ale místní autority varování o overtourismu nedbaly a zaměřovaly se spíše na budování infrastruktury, která by pomohla rozvíjejícímu se průmyslu výletních lodí. Díky tomu se Benátky staly jedním z nejvytíženějších přístavů v Evropě a v roce 2018 jím prošel takřka 1 milion cestujících. Mimo výletní lodě také levné ubytování a nízkonákladové letecké společnosti způsobily, že se město stalo cenově dostupnější pro mnoho lidí (Séraphin, Sheeran a Pilato, 2018). V roce 2011 dorazilo do Benátek zhruba 3,5 milionu turistů. V roce 2018 už to bylo o milion více a to konkrétně 4,55 milionu návštěvníků (Statista.com, 2019b). Díky tomu Benátky ztrácí svoji původní pověst romantické destinace a jsou ve vážném ohrožení stát se tzv. „Disneylandem na vodě“ (Horowitz, 2017).

Obr. 5 zobrazuje statistiku počtu hostů v Benátkách mezi roky 2014 a 2018. Lze si všimnout, že čísla se každoročně zvyšují. Údaje pro rok 2019 ještě nejsou dostupné, proto je jako poslední uveden rok 2018.



Obr. 5: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Benátkách mezi lety 2014 a 2018

Zdroj: Statista.com, 2019b

Vliv overtourismu

Overtourism v Benátkách vedl ke vzniku pojmu „Benátský syndrom“, jehož definice zní: „Fenomén, který způsobuje přesycení města turismem a vede k hromadnému stěhování místních obyvatel do okolních částí města“ (Milano, Cheer a Novelli, 2017). Overtourism zde přímo vede k rostoucí kriminalitě, k rostoucím cenám bydlení, k poklesu požitku turistů z návštěvy nebo k ničení místního ekosystému, který žije v Benátské laguně. Obrovské počty turistů neohrožují pouze přírodu, ohrožují také samotné památky. Ty jsou totiž vystaveny na dřevěných kůlech, což je dělá křehkými. I loďní průmysl a jeho negativní vliv vystavuje město hrozbě a to hrozbě vyloučení ze seznamu světového dědictví UNESCO (Pesce aj., 2018). Obrovské výletní lodě a na nich davy turistů, které jimi do města připlouvají, spolu s možným vyloučením ze světového dědictví ale nejsou jedinými problémy, které díky nim vznikají. Vibrace a vlny tvořené loděmi víří bahno ležící na dně laguny a to způsobuje podmílání základů města (DW.com, 2017). V přístavu je navíc často nedostatečná kapacita k parkování výletních lodí. Ty pak musejí parkovat v lokalitě zvané Riva dei Sette Martiri, která se nachází kousek od obytných domů. Protože mívají lodě motory spuštěné jak ve dne, tak i v noci, znamená to pro místní obyvatele nadměrný kluk a zápach. K tomu se ještě přidává znečištění v podobě elektromagnetických vln produkovaných loďními radary (Settis, 2014). Stejně jako na mnohá jiná města i na Benátky má neblahý dopad existence Airbnb ubytování. V roce 2019 bylo ve městě nabízeno celkem 8 907 ubytování skrze Airbnb (Corona, 2019). To vede k již zmíněnému růstu cen bydlení a

k nedostatečné nabídce pronájmů pro místní obyvatele (Milano, Cheer a Novelli, 2017). K nespokojenosti místních obyvatel s turismem vede také to, že většina turistů, kteří město navštíví, jsou pouze jednodenní návštěvníci. Ti pro město znamenají takřka nulový ekonomický přínos. Místní obyvatelé a subjekty cestovního ruchu je potom vidí jako turisty, kteří si od destinace berou, ale nevracejí jí nic na oplátku (Al Jazeera, 2014). Nespokojenost mezi místními pak dále umocňují incidenty jako koupání se ve fontáně nebo konzumace alkoholu na ulicích (Coldwell, 2017). Rostoucí napětí mezi místními a turisty již vedlo k proti turistickým protestům (Yazdi a Khanalizadeh, 2017). Protesty se nekonaly jen proti turistům jako takovým, ale také proti již zmíněným výletním lodím. Výsledkem bylo, že místní vláda schválila zákaz vjezdu největších výletních lodí, který vstoupí v platnost v roce 2021 (Buckley, 2017).

Boj proti overtourismu

V roce 2004 město zavedlo v platnost tzv. „Benátskou kartu“. Cílem tohoto opatření bylo, aby si návštěvníci s předstihem zarezvovali vstupy na místní turistické atrakce. To mělo sloužit k tomu, aby si turisté lépe plánovali svoje denní itineráře a tím by se lépe řídilo jejich proudění. Atrakce jsou nicméně mnohdy v soukromém vlastnictví a ve výsledku se nepodařilo těmto různým subjektům spolupracovat z důvodu rozdílných priorit. To vedlo ke krachu tohoto nápadu (Massiani a Santoro, 2012). Další pokusy města o regulaci turismu spočívaly v zavádění nových poplatků, vytváření alternativních vstupních míst, limitování hotelových lůžek nebo v omezování vstupu na hlavní náměstí. Dále město navrhovalo přeměrovat návštěvníky vystupující z výletních lodí tak, aby nevystupovali přímo do historického centra. Tento nápad se nicméně neseťkal s pochopením místních obchodníků, kteří podporovali, aby turisté proudili přímo do centra (Séraphin aj., 2018). Pro lepší řízení lodní dopravy byla zřízena speciální komise, v jejímž čele stojí italský ministr dopravy. Jejím úkolem je minimalizovat dopad lodního průmyslu na město od roku 2021. Součástí plánu bude již zmíněné omezení vjezdu největších lodí (Buckley, 2017). Většímu omezení ale brání to, že Benátský přístav je v soukromém vlastnictví a není tak v jeho zájmu lodní dopravu omezovat (Pesce aj., 2018).

3 Charakteristika Libereckého kraje z pohledu cestovního ruchu

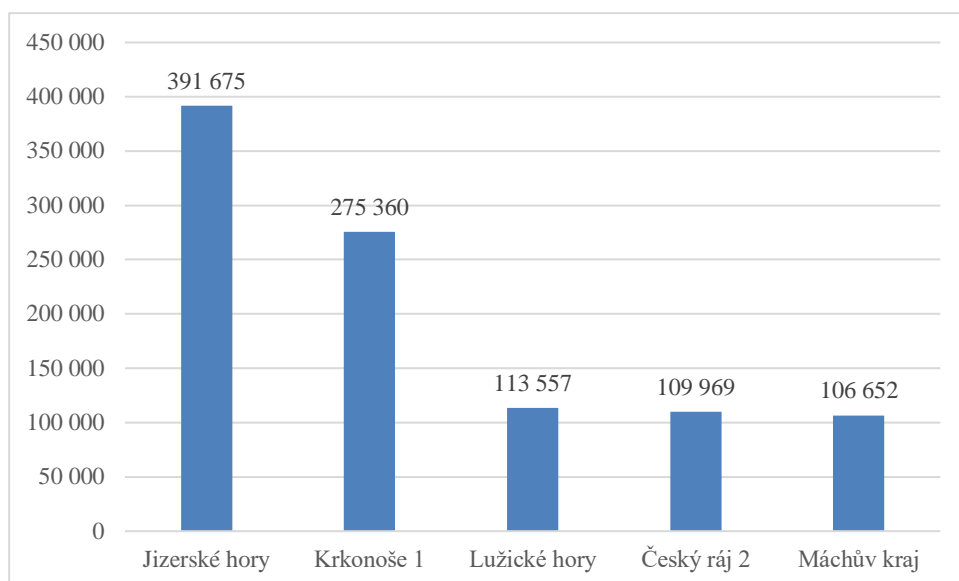
Území Libereckého kraje nabízí z pohledu cestovního ruchu celou řadu možností. Nádherná krajina, kulturně-historické památky i různé pozoruhodnosti se stávají každoročně cílem českých a zahraničních turistů. Ke kulturně historickým objektům s vysokou návštěvností patří hrady a zámky Bezděz, Sychrov, Valdštejn nebo Zákupy. Oblíbenou vodní plochou, hojně využívanou k rekreaci v letních obdobích, je Máchovo jezero. K přírodním atraktivitám s vysokou návštěvností patří potom pohoří Krkonoše, Jizerské hory, Lužické hory, region Český ráj a město Doksy a jeho okolí. Je důležité zmínit, že Liberecký kraj je součástí Euroregionu Neisse-Nisa-Nysa, který je nejstarším regionem tohoto druhu v České republice a rozkládá se na území tří států. Kromě českého území se rozkládá také na území polském a německém (Businessinfo.cz, 2017).

S Libereckým krajem je spojena dlouhá tradice výroby skla a bižuterie. Tu mají návštěvníci možnost poznat ve sklářských muzeích v Jablonci nad Nisou, Železném Brodě, Kamenickém Šenově nebo v Novém Boru (Businessinfo.cz, 2017).

3.1 Statistiky jednotlivých regionů

Tato podkapitola popisuje statistiky turismu v regionech Libereckého kraje. Zkoumanými turistickými regiony jsou Jizerské hory, Krkonoše, Lužické hory, Český ráj a Máchův kraj. Uvedené regiony a data o nich jsou pouze za území Libereckého kraje. Pokud se některé nacházejí na území více krajů, jsou rozděleny na menší části. Z toho důvodu nesou názvy jako například Český ráj 2. Toto rozdělení je v souladu s tím, jak jej uvádí Marketingový informační systém (MIS) spadající pod agenturu Czech Tourism (MIS, 2020).

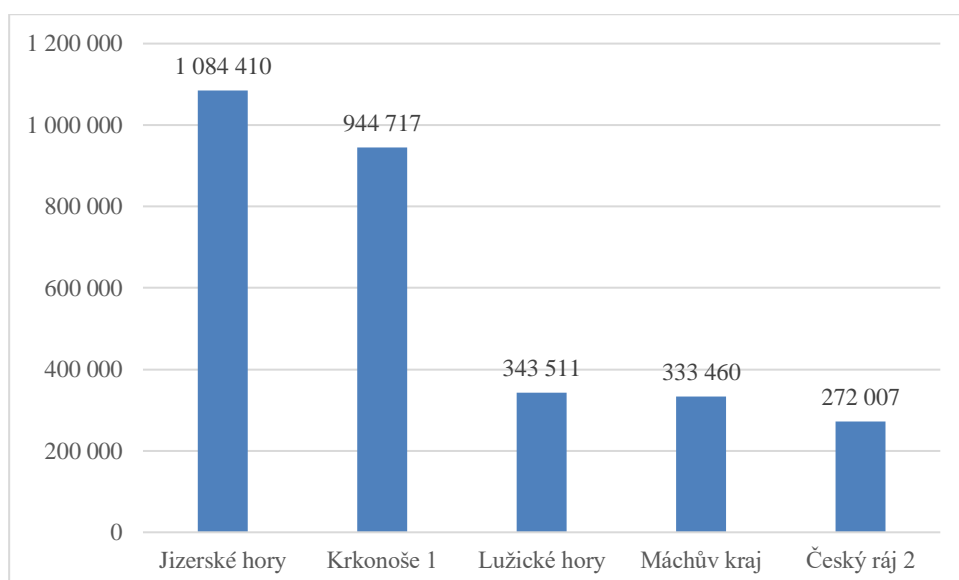
Obr. 6 zobrazuje jednotlivé oblasti v Libereckém kraji a počet příjezdů hostů za rok 2018. Je zřejmé, že nejvíce hostů volí pro svoje ubytování oblast Jizerských hor. V roce 2018 si ho vybralo téměř 400 tisíc lidí, což představuje skoro polovinu ze všech hostů v Libereckém kraji. Druhou nejoblíbenější oblastí bylo území Krkonoš. Pro svůj pobyt si ho zvolilo přes čtvrt milionu hostů. Následují regiony Lužické hory, Máchův kraj a Český ráj, které navštívilo také významné číslo hostů. Ve všech třech příkladech čísla překonala hranici 100 tisíc hostů.



Obr. 6: Počty příjezdů hostů do jednotlivých turistických regionů v roce 2018

Zdroj: MIS, 2020a

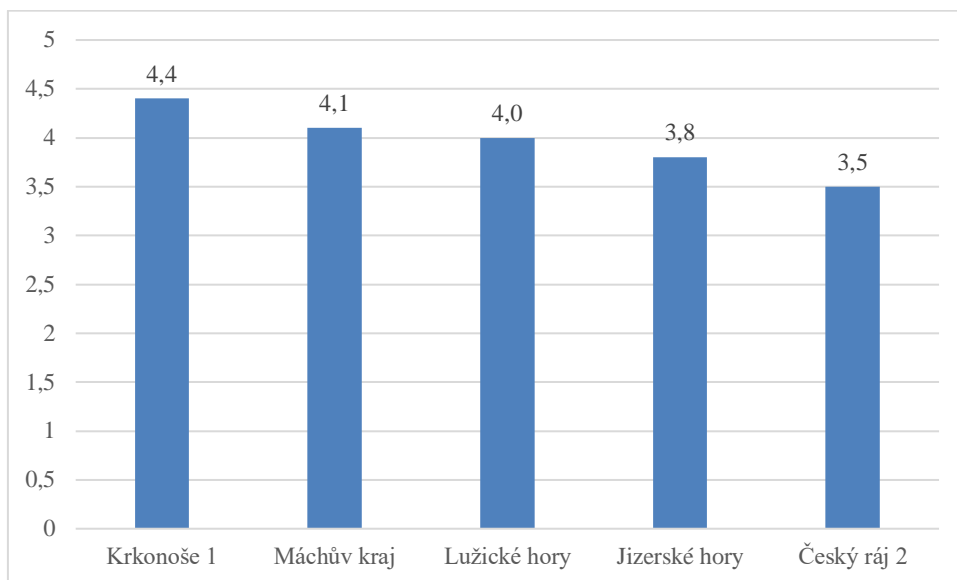
Obr. 7 zobrazuje ty stejné turistické regiony Libereckého kraje, avšak na místo počtu hostů udává počty přenocování v jednotlivých oblastech. Nejvíce přenocování připadá opět na oblast Jizerských hor, ve které hosté strávili téměř 1,1 milionu nocí. Následují znovu Krkonoše s 944 tisíci přenocováními. Dále Lužické hory s 343 tisíci přenocováními a těsně za nimi Máchův kraj, který s 333 tisíci předběhl oblast Českého ráje. V něm hosté strávili za rok 2018 celkem 272 tisíc nocí.



Obr. 7: Počty přenocování v jednotlivých turistických regionech v roce 2018

Zdroj: MIS, 2020a

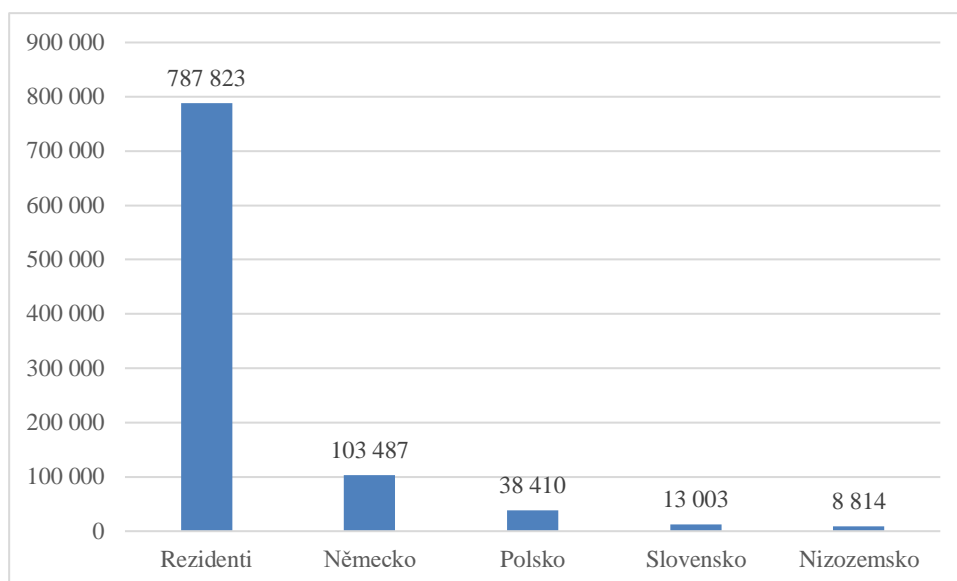
Z obr. 8 jsou patrné průměrné délky pobytu v jednotlivých oblastech uvedené ve dnech. V průměru 4,4 dne strávili hosté v oblasti Krkonoš. 4,1 dne strávili hosté na území Máchova kraje a 4 dny na území Lužických hor. Následují Jizerské hory v průměru s 3,8 dny a Český ráj s 3,5 dny.



Obr. 8: Průměrná doba pobytu (dny) v roce 2018

Zdroj: MIS, 2020a

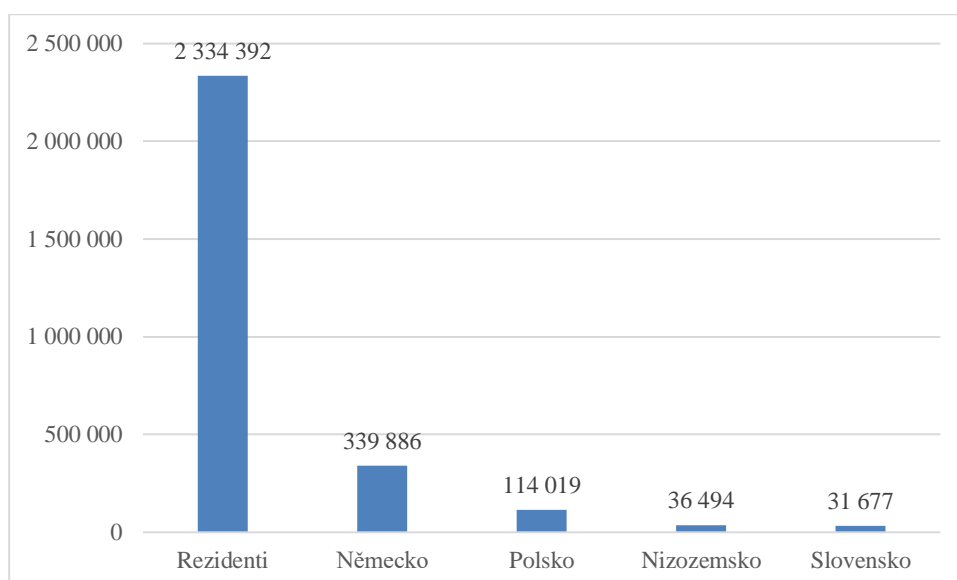
Obr. 9 uvádí, kolik příjezdů připadá na jednotlivé národnosti. Nejvíce příjezdů, přes 787 tisíc, připadlo na občany ČR. S velkým odstupem je následují občané Německa, kterých se do hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) Libereckého kraje v roce 2018 vypravilo 103 tisíc. Dále občané Polska, kterých dorazilo 38 tisíc. Nelze zapomínat na hosty pocházející ze Slovenska, Nizozemska a z dalších evropských zemí, s jejichž občany se také lze v místních ubytovacích zařízeních setkat.



Obr. 9: Počty příjezdů podle národností

Zdroj: MIS, 2020a

Obr. 10 udává počty přenocování podle jednotlivých národností. Pořadí zůstalo téměř stejné jako v případě obrázku s příjezdy. S velkým přehledem nejvíce nocí strávili v HUZ Libereckého kraje občané české národnosti. Ti zde strávili přes 2,3 milionu nocí. Následují je němečtí občané s téměř 340 tisíci strávenými nocemi. Německo následují občané dalšího sousedního státu – Polska. Na polské občany připadá za rok 2019 přes 114 tisíc přenocování. 4. a 5. místo obsadili občané Nizozemska a Slovenska.



Obr. 10: Počty přenocování podle národností v roce 2018

Zdroj: MIS, 2020a

Na základě dat o příjezdech a přenocováních lze konstatovat, že mimo tuzemské hosty jsou pro turismus v Libereckém kraji velmi důležití i občané Německa a Polska, kterých sem přijíždí významné množství.

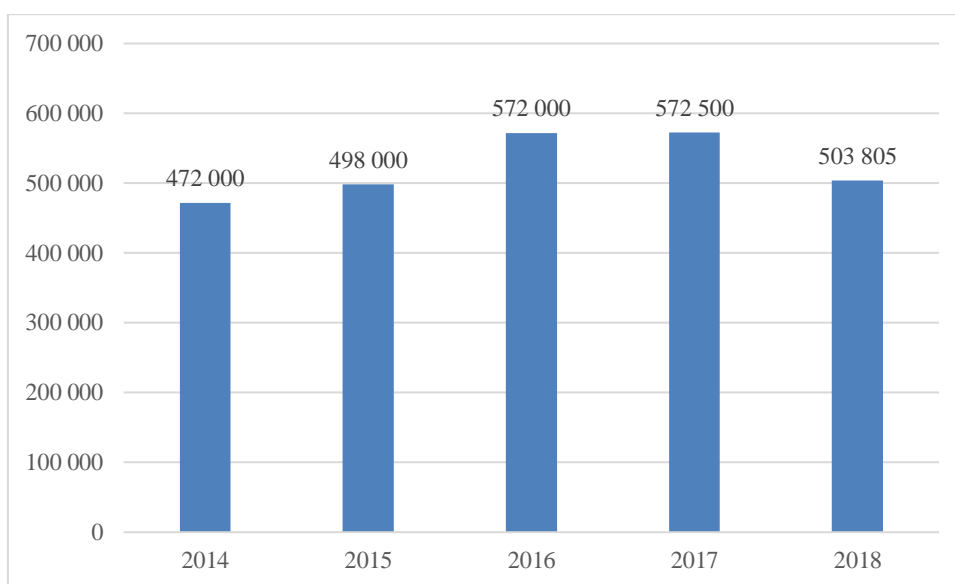
3.2 Statistiky zábavních atrakcí

Do této práce byly vybrány jako zástupci zábavních atrakcí Zoologická zahrada Liberec a dále centrum iQLANDIA. Jedná se o nejnavštěvovanější zábavní atrakce kraje (MIS, 2019).

3.2.1 iQLANDIA

iQLANDIA je liberecké vědecké centrum, které si klade za úkol zpřístupňovat vědu a výzkum a zpopularizovat přírodovědné a technické obory školám i široké veřejnosti. Byla založena roku 2002 jako Labyrint Bohemia. Současný název nese až od roku 2014. Toto centrum je tvořeno čtyřmi částmi, kterými jsou iQLANDIA, iQPARK, iQPLANETÁRIUM a iQFABLAB (iQLANDIA, 2020).

Obr. 11 zobrazuje návštěvnost vědeckého centra iQLANDIA během posledních 5 let. Vrcholu návštěvnost dosáhla v roce 2017, kdy centrum navštívilo přes 572 tisíc návštěvníků. V roce 2018 se návštěvnost snížila o téměř 70 tisíc. I tak je ale iQLANDIA s návštěvností přesahující půl milionu lidí hojně navštěvovanou atrakcí a velkým turistickým lákadlem.



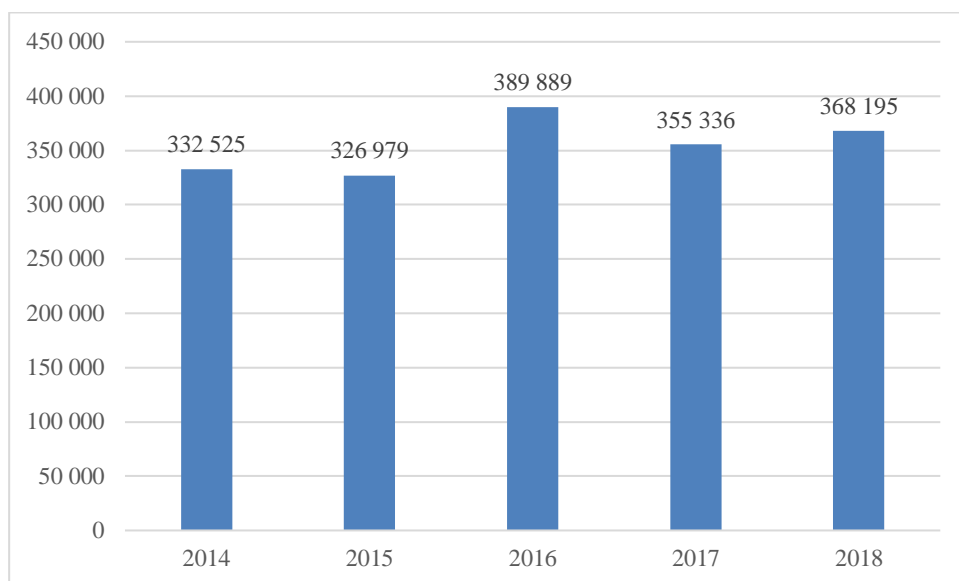
Obr. 11: Návštěvnost centra iQLANDIA za posledních 5 let

Zdroj: iQLANDIA, 2019

3.2.2 Zoologická zahrada Liberec

Zoologická zahrada Liberec je nejstarší zoologickou zahradou v ČR. Byla založena již roku 1919 po skončení 1. světové války. ZOO je známá především chovem bílých tygrů, které chová jako jediná ZOO v ČR. Dále zde lze spatřit např. lachtany, slony, šimpanze, tučňáky nebo zebry (Aktuálně.cz, 2014b).

Liberecká zoologická zahrada se může pyšnit také relativně slušnou návštěvností, která je patrná z obr. 12. Ta dosáhla svého vrcholu v roce 2016. Poté lehce poklesla, ale v roce 2018 se opět zvýšila na necelých 370 tisíc návštěvníků.



Obr. 12: Návštěvnost liberecké ZOO v posledních 5 letech

Zdroj: ZOO Liberec, 2019

3.3 Statistiky přírodních atraktivit

V této kategorii se práce zaměřuje na statistiky návštěvnosti v oblastech Českého ráje a Krkonošského národního parku, které se nacházejí na území Libereckého kraje. Tyto dvě oblasti byly vybrány z důvodu existence dat o nich. O většině přírodních atraktivit, jako je například hora Ještěd, data o návštěvnosti neexistují. V případě Českého ráje jsou místy uvedeny i statistiky jiných atraktivit, než které patří do atraktivit přírodních. Český ráj je zkrátka brán jako celek a ten se řadí do atraktivit přírodních.

3.3.1 Oblast Českého ráje

Oblast nazývaná Českým rájem se nachází zhruba 50 km severně od Prahy a je ohraničena spojnici měst a míst Mladá Boleslav, Mnichovo Hradiště, Hodkovice nad Mohelkou, vrch Kopanina, Železný Brod, Semily, Nová Paka, Jičín, Kopidlno, Sobotka a Dolní Bousov. Z východu je ohraničen regionem Podkrkonoší a ze severu pak pohořími Krkonoše a Jizerské hory. Nachází se zde velké množství jak atraktivit přírodních, tak i kulturně historických. Z přírodních to jsou například Prachovské skály, Drábské světničky, Hruboskalské skalní město nebo výlevy vyvřelých hornin Trosky, Kozákov a Mužský. Dále jsou z přírodních atraktivit turisticky významné Bozkovské dolomitové jeskyně nebo údolí Plakánek. Z kulturně historických atraktivit lze zmínit například hrady Trosky, Staré Hrady nebo Kost a zámky Valdštejn, Dětenice, Sychrov nebo Hrubá skála. Nesmí se zapomenout na muzea a galerie. Mezi nejvýznamnější patří Škoda Muzeum v Mladé Boleslavi nebo Muzeum Českého ráje v Turnově. Dále zde má svoji tradici taky řemeslná výroba. Jako příklad lze uvést železnobrodské sklářské výrobky, semilské dřevěné hračky, turnovské granátové šperky nebo lomnické suchary (Český-ráj.info, 2018).

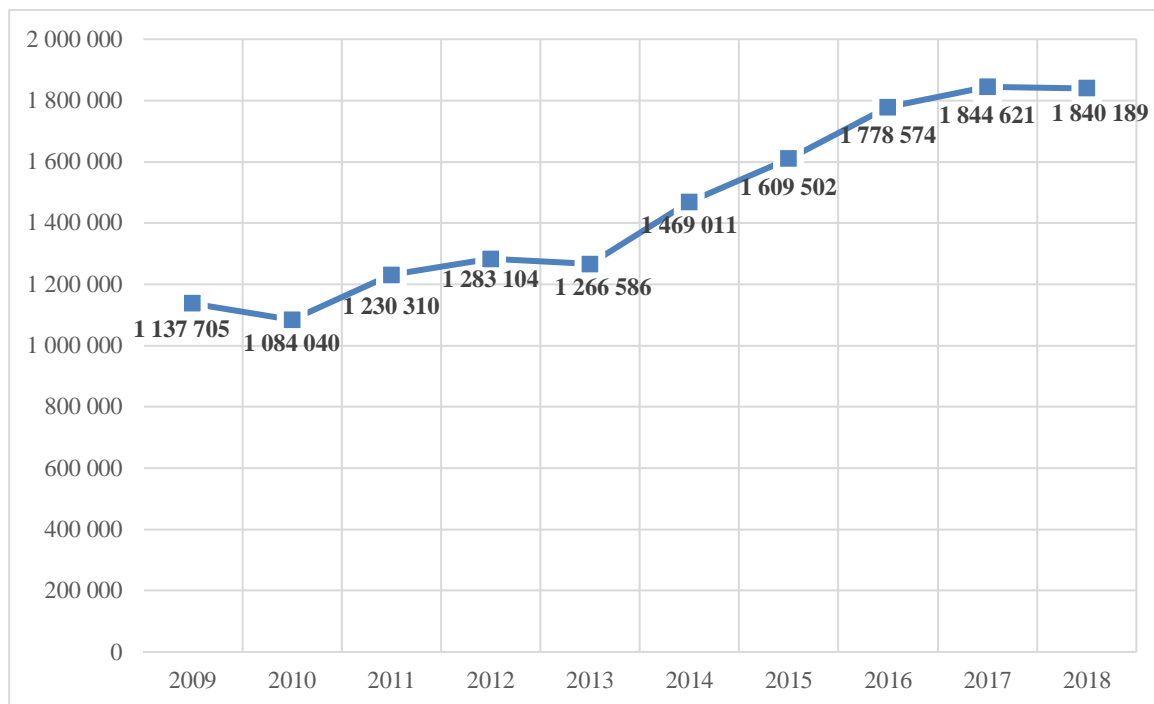
Chráněná krajinná oblast Český ráj

Chráněná krajinná oblast (CHKO) Český ráj je nejstarším velkoplošným chráněným územím v České republice. Její existence byla vyhlášena již roku 1955. Celková rozloha oblasti je 181,5 km². Svou částí zasahuje jak do Libereckého kraje, tak i do kraje Královehradeckého. Návštěvníkům nabízí romantickou krajinu s množstvím pískovcových skalních měst. Právě ty jsou hlavním motivem její ochrany. Na mnoha místech se vlivem vysoké propustnosti pískovců vytvořily bažiny a vodní prameny. Lidskou rukou zde pak bylo vytvořeno množství rybníků, které plní jak vodohospodářskou funkci, tak i funkci krajino tvornou. Téměř polovinu území pokrývají lesní porosty. Pro vrcholné části pískovcových skal je typická teplomilná a suchomilná vegetace. V bažinách a rašeliništích se lze setkat i se vzácnějšími druhy rostlin. Historicky bylo území Českého ráje osidlováno již od období pravěku. V období středověku zde bylo postaveno několik panských sídel (Český-ráj.info, 2016).

Návštěvnost atraktivit v Českém ráji

Na začátek je důležité zmínit, že v roce 2019 opustila Mladá Boleslav turistický region Český ráj, což bude mít vliv na data o návštěvnosti v dalších letech.

Obr. 13 udává vývoj návštěvnosti za posledních 10 let. Do sčítání bylo zapojeno celkem 65 turistických cílů, z nichž se nachází 31 v Libereckém kraji, 18 v Královéhradeckém a 16 v kraji Středočeském. Oproti roku 2017 se celková návštěvnost významně nezměnila. Z dlouhodobého hlediska je ale patrný rostoucí trend, který bude s velkou pravděpodobností pokračovat i v následujících letech.



Obr. 13: Celková návštěvnost turistických atraktivit v Českém ráji mezi roky 2009 a 2018

Zdroj: Český ráj, 2019a

Nejnávštěvovanější atraktivity Českého ráje

Tab. 2 zobrazuje z hlediska návštěvnosti 10 nejvýznamnějších atraktivit v Českém ráji a jejich každoroční návštěvnost. Žebříčku vládne Škoda Auto Muzeum s více než 270 tisíci návštěvníky za rok 2018. Na druhém místě je s více než 240 tisíci návštěvníky zámecký resort Dětenice. Dále pak Prachovské skály, které v roce 2018 navštívilo přes 162 tisíc návštěvníků. Na velké části atraktivit je patrný každoroční nárůst v návštěvnosti. Celkem měření během roku probíhalo na 65 místech a na 40 z nich byla zaznamenána stejná nebo vyšší návštěvnost mezi prvním a posledním měřením. Za zmínku jistě stojí i některé atraktivity, které se do žebříčku top 10 nevešly. Jsou jimi například zámek Hrubá Skála, areál Šťastná země, zámek Humprecht nebo rozhledna Kozákov.

Tab. 2: Nejnavštěvovanější atraktivity Českého ráje

Pořadí	Název turistické atraktivity	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Škoda Auto Muzeum	185 409	208 053	242 062	254 143	273 811
2.	Zámecký resort Dětenice	152 870	221 874	238 347	239 617	242 521
3.	Prachovské skály	120 000	138 000	152 000	152 000	162 500
4.	Staré Hrady	124 000	127 000	143 000	147 500	144 000
5.	Zámek Sychrov	114 011	111 202	126 621	121 511	115 511
6.	Trosky	100 211	106 255	109 742	112 148	109 539
7.	Hrad Kost	69 496	70 594	81 200	83 609	76 774
8.	Bozkovské dolomitové jeskyně	62 800	75 000	67 000	68 000	66 639
9.	Hrad Valdštejn	53 598	53 712	54 525	59 109	54 128
10.	Zámek Humprecht	30 818	33 853	32 992	33 087	33 000

Zdroj: Český ráj, 2019a

Sčítání návštěvníků v přírodních lokalitách

Ve dnech 5. 7. a 6. 7. 2019 se v Českém ráji uskutečnilo sčítání návštěvníků, které probíhalo celkem na 11 místech na hlavních turistických trasách. Důvodem ke sčítání byla rostoucí návštěvnost a z ní plynoucí obavy o přelidnění. V tabulce (viz tab. 3) jsou uvedeny čtyři místa s vysokou návštěvností – Hruboskalsko, Drábské světničky, údolí Plakánek a Věžický rybník. Červenou barvou jsou znázorněny časy, ve kterých byla návštěvnost nejvyšší. Mimo zmínované čtyři stanoviště probíhalo sčítání ještě na Drábských světničkách, Besedických skalách, Klokočských skalách, Příhrazských skalách, Riegerově stezce, hradě Kumburk, na Greenway Jizeře a i na samotné řece Jizeře. U mnohých návštěvnost nedosahovala zdaleka takových hodnot, jako na vybraných čtyřech stanovištích.

Tab. 3: Návštěvnost jednotlivých míst v Českém ráji během dnů 5. 7. a 6. 7. 2019

Stanoviště/ čas	Hruboskalsko		Drábské světničky		Plakánek		Věžický rybník	
	5.7.2019	6.7.2019	5.7.2019	6.7.2019	5.7.2019	6.7.2019	5.7.2019	6.7.2019
9.00-9.30	17	30	19	23	28	32	5	9
9.30-10.00	11	22	35	28	38	46	28	17
10.00-10.30	20	30	65	86	49	67	34	52
10.30-11.00	117	64	100	120	55	103	71	47
11.00-11.30	153	89	100	141	102	102	117	67
11.30-12.00	240	162	128	193	135	147	101	125
12.00-12.30	211	163	172	272	146	122	79	100
12.30-13.00	193	169	96	179	125	132	135	130
13.00-13.30	193	139	86	96	137	227	81	78
13.30-14.00	185	157	137	96	150	181	113	103
14.00-14.30	182	154	125	67	142	98	106	98
14.30-15.00	182	106	78	113	129	149	115	91
15.00-15.30	189	143	57	98	177	120	78	82
15.30-16.00	186	145	85	106	150	110	84	69
16.00-16.30	143	112	49	85	120	96	62	75
16.30-17.00	87	73	41	58	89	93	92	51
17.00-17.30	75	70	42	92	78	79	53	47
17.30-18.00	45	44	14	46	81	62	63	48
Součet	2429	1872	1429	1899	1931	1966	1417	1289
Součet za oba dny	4301		3328		3897		2706	

Zdroj: Český ráj, 2019b

Jako nejnavštěvovanější místo vyšlo skalní město Hruboskalsko, které za sledovaný víkend navštívilo celkem 4 301 návštěvníků. Největší koncentrace turistů zde byla v sobotu v čase před obědem od 11:30 do 12:00. Poté se návštěvnost lehce snížila, nicméně zůstala poměrně vysoká až do 16:30. Následně se místo začalo pomalu vylidňovat. V neděli zde bylo napočítáno o téměř 600 návštěvníků méně. Nejoblíbenější časy pro návštěvu ale zůstaly téměř stejné.

Dalším místem s vysokou koncentrací turistů bylo údolí Plakánek. To navštívilo celkem 3 897 návštěvníků. Návštěvnost v sobotu roste až do 12:30. Poté lehce na chvíli opadla, aby ale v 13:00 začala opět narůstat. Úplného vrcholu dosáhla v časech mezi 15:00 a 15:30. V neděli byla situace podobná s tím rozdílem, že návštěvnost dosáhla vysokých hodnot již mezi časy 11:30 a 12:00. Poté se lehce snížila, ale mezi 13:00 a 13:30 dosáhla úplného vrcholu za celý víkend, konkrétně 227 návštěvníků. Následně se snížila téměř o polovinu,

ale v časech 14:30 až 15:00 se opět výrazně zvýšila. Následně začala klesat vlivem pozdních odpoledních hodin. Oba dny byly z hlediska statistik návštěvnosti velmi podobné.

Drábské světničky navštívilo za sledované období celkem 3 328 návštěvníků. V obou dnech návštěvnost dosáhla vysokých hodnot již v časech od 10:30 do 11:00. V časech od 12:30 do 13:00 dosáhla vrcholu, poté se snížila. V sobotu po obědě znovu vzrostla mezi časy 13:30 a 14:30. V neděli po čase oběda se již výrazně nezvýšila. I přes to se ale neděle stala z pohledu návštěvnosti úspěšnější.

Posledním místem byl Věžický rybník. Ten o sledovaném víkendu navštívilo celkem 2 706 návštěvníků. Trend návštěvnosti byl podobný ostatním místům a to takový, že byl vyšší v časech mezi 11:00 a 13:00. Poté se snížil a začal opět růst mezi časy 13:30 a 14:00. Sobota byla s ohledem na návštěvnost úspěšnější.

3.3.2 Krkonošský národní park

Krkonošský národní park (KRNAP) se rozkládá na území pohoří Krkonoše a národním parkem byl vyhlášen roku 1963 pro svoji jedinečnost. Nachází se v něm řada horských ekosystémů. Horské svahy pokrývají louky nebo horské lesy. Celkovou rozlohou pokrývá území o rozloze 425 km². Z toho leží 370 km² na území České republiky a 55 km² na území Polska (KRNAP, 2018).

Tab. 4 zobrazuje celkovou návštěvnost a osobody Krkonošského národního parku a jeho přílehlého ochranného pásma. Lze spatřit meziroční nárůst o téměř 130 tisíc návštěvníků. Sčítání probíhalo v letech 2017 a 2018 pomocí dat od mobilních operátorů. Z dřívějších let byly dostupné pouze odhady, které předpokládaly, že se návštěvnost české strany Krkonoš pohybuje zhruba kolem 6 milionů osobodní. Je tedy zřejmé, že odhady byly značně nepřesné a reálná čísla je překonala skoro dvojnásobně.

Tab. 4: Celková návštěvnost KRNAP a jeho ochranného pásma v letech 2017 a 2018

	Návštěvníci	Osobodny
2017	3 657 254	11 324 528
2018	3 786 575	11 867 019

Zdroj: Vlastní zpracování na základě KRNAP, 2019

Tab. 5 zobrazuje celkovou návštěvnost a osobny pouze za území Krkonošského národního parku tak, jak byla vyčíslena na základě dat od mobilních operátorů. V roce 2018 ho navštívilo o více než 700 tisíc návštěvníků více než v roce 2017.

Tab. 5: Celková návštěvnost KRNAP v letech 2017 a 2018

	Návštěvníci	Osobodny
2017	1 027 628	4 388 870
2018	1 746 820	4 807 253

Zdroj: Vlastní zpracování na základě KRNAP, 2019

Z tab. 6 jsou patrné návštěvnosti a osobodny v jednotlivých částech Krkonošského národního parku. Pro tuto práci jsou stěžejní hlavně údaje o západní části Krkonoš, jelikož se nachází na území Libereckého kraje. Západní Krkonoše jsou v porovnání se zbylými částmi nejméně navštěvovanou oblastí. Čísla o počtech návštěvníků a osobodnech ale nejsou zanedbatelná, jelikož i tak dosahují vysokých hodnot. Lze si všimnout výrazného nárůstu v návštěvnosti mezi roky 2017 a 2018, který byl přes 165 tisíc návštěvníků.

Tab. 6: Návštěvnost jednotlivých částí KRNAP za roky 2017 a 2018

	Západ		Střed		Východ	
	Návštěvníci	Osobodny	Návštěvníci	Osobodny	Návštěvníci	Osobodny
2017	308 456	1 403 052	384 220	1 769 412	335 951	1 485 784
2018	475 236	1 283 818	785 638	2 183 554	485 946	1 339 881

Zdroj: Vlastní zpracování na základě KRNAP, 2019

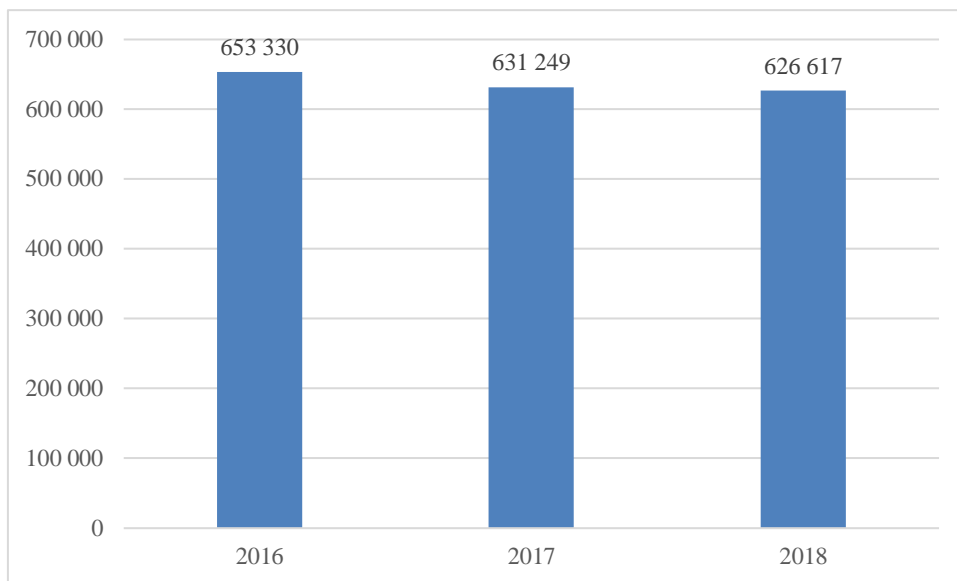
3.4 Statistiky historicko-kulturních atraktivit

Na území Libereckého kraje se nachází velké množství historicko-kulturních památek, mezi které patří hrady, zámky a sakrální stavby, dále pak muzea a galerie. Níže jsou zmíněny data o návštěvnosti některých z nich.

3.4.1 Hrady, zámky, sakrální stavby

V Libereckém kraji se nachází mnoho turisticky atraktivních historicko-kulturních staveb tohoto typu. Nejvýznamnější z nich byly do této práce vybrány a stručně představeny, včetně zmínky o datech jejich návštěvnosti.

Obr. 14 zobrazuje celkovou návštěvnost památek tohoto typu v posledních 3 letech. Je zřejmé, že se celková návštěvnost snižuje. Tak je tomu pochopitelně i u většiny hradů, zámků a sakrálních staveb. Jen zřídka lze najít památku, u které je trend obrácený. Lze však najít pár výjimek jako je například hrad Frýdštejn, jehož návštěvnost je rostoucí. Konkrétní příklady podpořené daty jsou uvedeny níže.



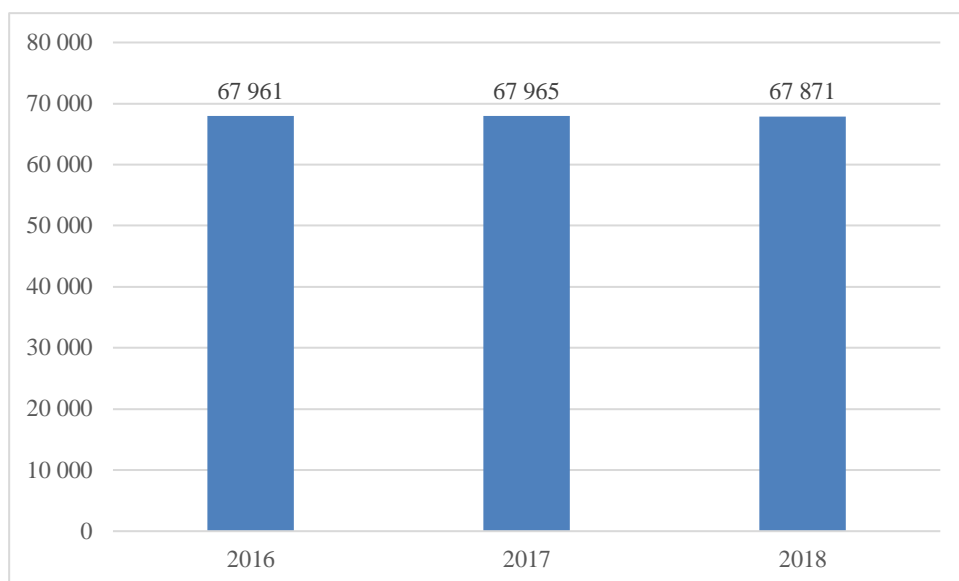
Obr. 14: Celková návštěvnost hradů, zámků a kostelů v Libereckém kraji

Zdroj: Vlastní zpracování na základě NIPOS, 2019

Státní hrad Bezděz

Státní hrad Bezděz se nachází na území města Doksy. Královský hrad Bezděz byl založen roku 1264 na popud krále Přemysla Otakara II. Mezi roky 1831 a 1836 se zde nechal inspirovat Karel Hynek Mácha k sepsání díla Máj. Hrad patří do oblasti zvané Máchův kraj (Hrad-bezděz.eu, 2020).

Návštěvnost Bezdězu (viz obr. 15) se meziročně příliš nemění, ale také zde lze pozorovat mírně sestupný trend. V roce 2018 dosáhla návštěvnost sice nejnižší hodnoty, leč rozdíl oproti roku 2017 byl necelých 100 návštěvníků, což platí i o rozdílu s rokem 2016.



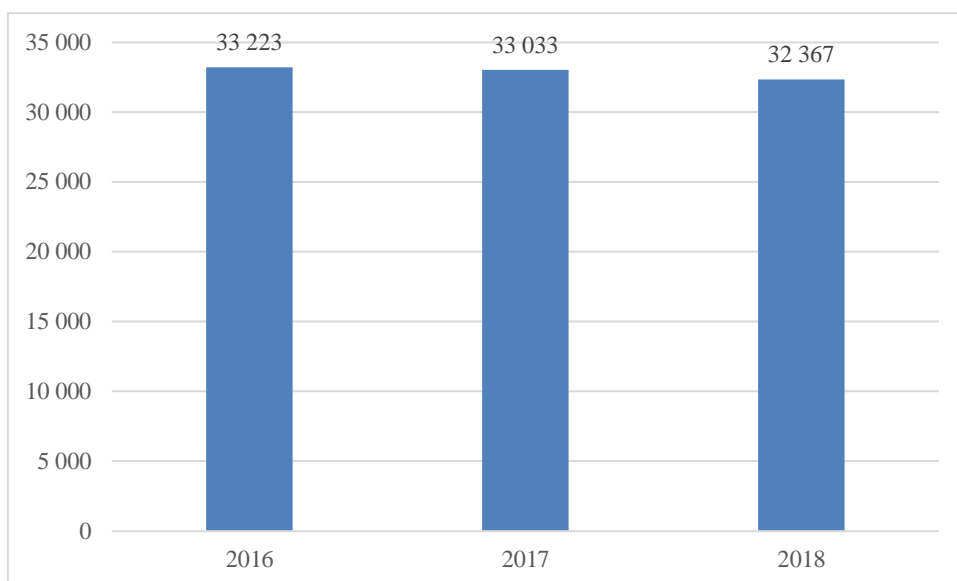
Obr. 15: Návštěvnost hradu Bezděz za poslední 3 roky

Zdroj: NIPOS, 2019

Státní zámek Zákupy

Státní zámek Zákupy se nachází na území stejnojmenného města. Na jeho místě byla ve 14. století vystavěna gotická tvrz, která byla později předělána na samotný zámek. Od počátku 19. století byl zámek v majetku rodu Habsburků, který ho vlastnil a obýval až do zániku monarchie v roce 1918. Od té doby je majetkem českého, respektive československého státu (Zámek-zákupy.cz, 2016).

Návštěvnost zámku Zákupy zobrazuje obr. 16 níže. Ta byla v průběhu 3 let takřka stejná. I zde si ale jde všimnout, že návštěvnost sice jen mírně, ale klesá.



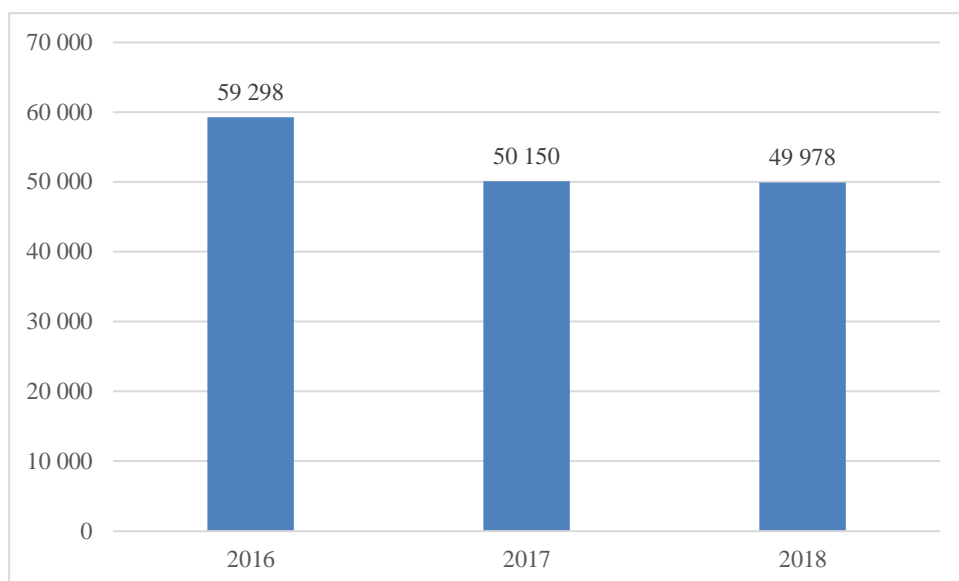
Obr. 16: Návštěvnost zámku Zákupy za poslední 3 roky

Zdroj: NIPOS, 2019

Státní hrad a zámek Frýdlant

Státní hrad a zámek Frýdlant se nachází v turistickém regionu Jizerské hory. Spojuje v sobě dva architektonické útvary, a to renesanční zámek a středověký hrad. Hrad byl postaven koncem 13. století rodem Bibrštejnů. Později byl přistavěn i zámek. V roce 1945 přešel komplex do vlastnictví státu. Frýdlant patří k nejrozsáhlejším a nejvýznamnějším památkovým celkům severních Čech (Zámek-frýdlant.cz, 2016).

I v případě historického komplexu Frýdlant lze pozorovat klesající trend v návštěvnosti, jak ilustruje obr. 17. V porovnání roku 2018 s rokem 2016 zde došlo k poklesu téměř o 10 tisíc návštěvníků, což je velmi značný úbytek návštěvníků.



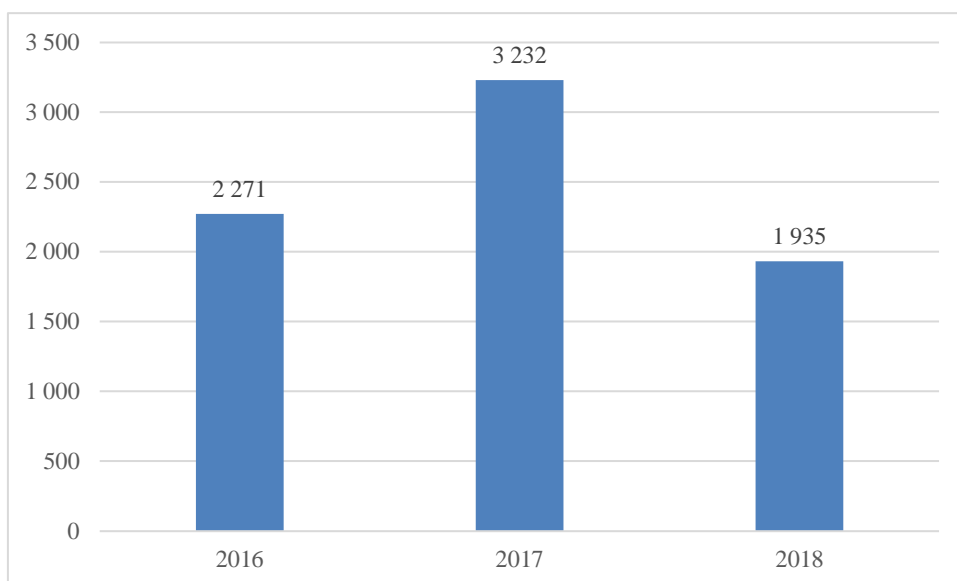
Obr. 17: Návštěvnost hradu a zámku Frýdlant

Zdroj: NIPOS, 2019

Synagoga Turnov

Synagoga se nachází na území města Turnov. Byla zde postavena roku 1719 uvnitř bloku židovské čtvrti. Vlastníkem objektu je město Turnov a jeho prostory jsou využívány ke společenským a kulturním účelům. Jedná se o jedinou synagogu, která přežila nacistickou okupaci v Libereckém kraji (Český-ráj.info, 2017).

V případě turnovské synagogy, jejíž návštěvnost je patrná z obr. 18., lze rovněž pozorovat, že návštěvnost oproti ostatním letům poklesla. Pokles byl, s ohledem na celkovou výši návštěvnosti, velmi významný. Oproti roku 2017 se návštěvnost snížila téměř o jednu třetinu.



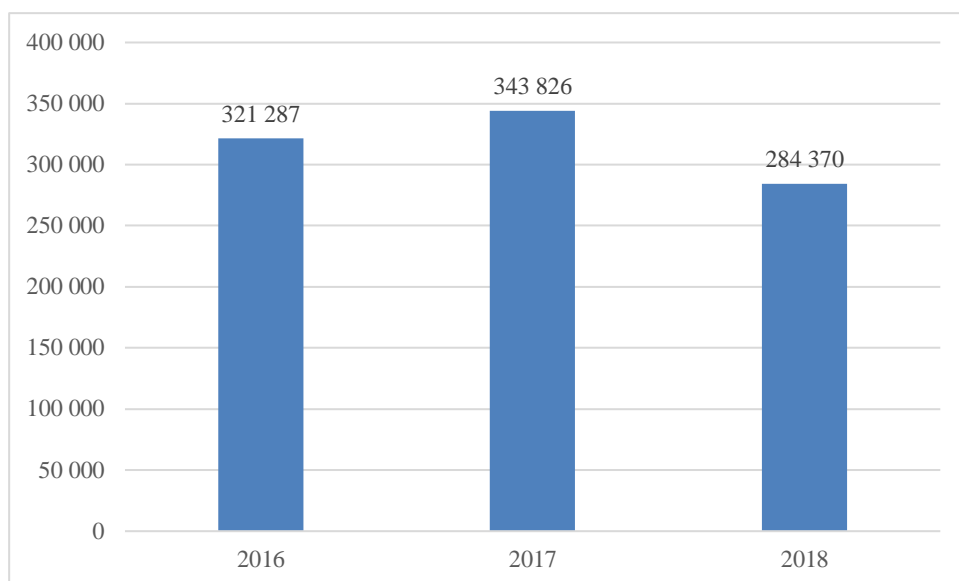
Obr. 18: Návštěvnost židovské synagogy v Turnově za poslední 3 roky

Zdroj: NIPOS, 2019

3.4.2 Muzea, galerie

Na území Libereckého kraje se nachází také velké množství různých muzeí a galerií, které jsou také významnými turistickými cíli. Jejich celková návštěvnost a poté návštěvnost jednotlivých z nich je uvedena níže.

Z obr. 19 je patrné, že stejně jako v případě hradů, zámků a sakrálních staveb, i návštěvnost muzeí a galerií v roce 2018 poklesla a to téměř o 60 tisíc návštěvníků. Celková výše návštěvnosti ale stále zůstává na velmi významné úrovni. Pokles návštěvnosti se ale zdaleka netýkal všech muzeí a galerií v kraji.



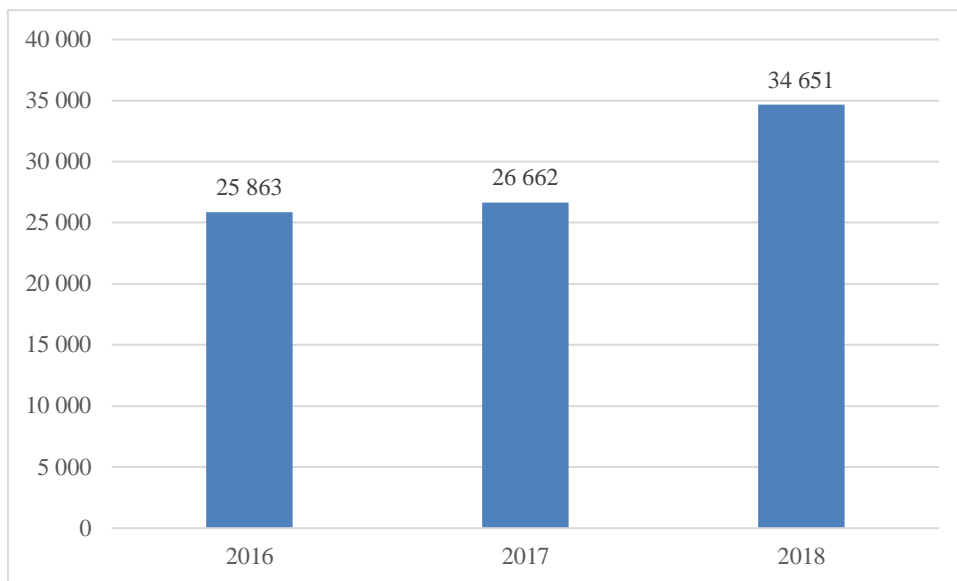
Obr. 19: Celková návštěvnost muzeí a galerií v posledních 3 letech

Zdroj: NIPOS, 2019

Vlastivědné muzeum a galerie v České Lípě

Vlastivědné muzeum a galerie v České Lípě má bohatou historii. Bylo ustanoveno již roku 1900 a nachází se v komplexu bývalého augustiniánského kláštera. Z jejich stálých expozic je možné navštívit např. archeologickou expozici, expozici o těžbě uranu na Českolipsku nebo expozici o zvířatech celého světa (Liberecký-kraj.cz, 2018a).

V případě Vlastivědného muzea a galerie v České Lípě se nepotvrzuje klesající trend, který obecně galerie a muzea vykazují. Návštěvnost vyobrazená na obr. 20 potvrzuje, že se mezi roky 2017 a 2018 zvýšila o téměř 8 tisíc návštěvníků.



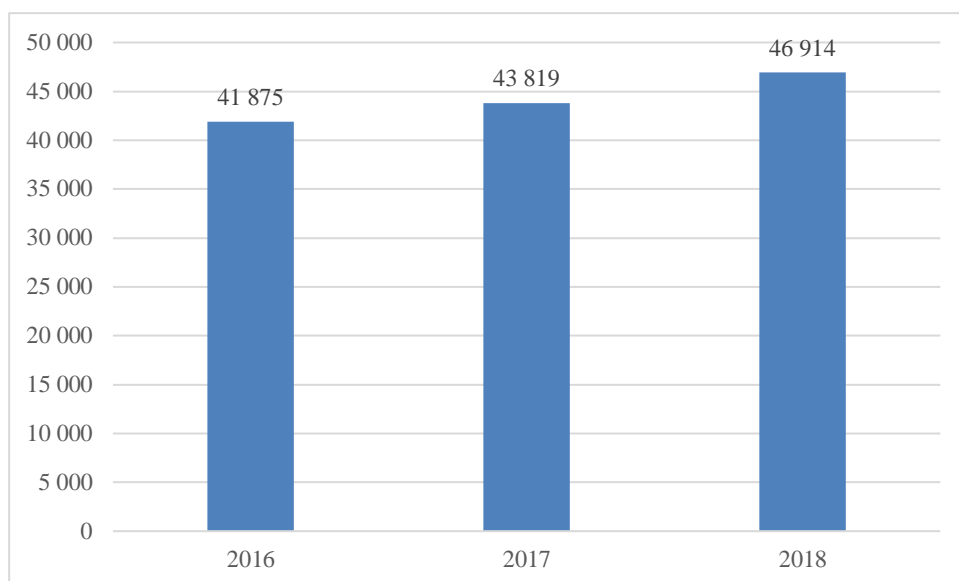
Obr. 20: Návštěvnost Vlastivědného muzea a galerie v České Lípě za poslední 3 roky

Zdroj: NIPOS, 2019

Muzeum Českého ráje v Turnově

Návštěvou Muzea Českého ráje v Turnově se jeho návštěvníci seznámí s kulturou Turnova i celého regionu. Expozice jsou zaměřené na kulturní dějiny a přírodní bohatství Českého ráje. Z jeho expozic lze navštívit např. expozici o historii kamenářství a zlatnictví či o lidové kultuře Pojizeří (Český-ráj.info, 2015).

Také v případě Muzea Českého ráje lze konstatovat, že se vymyká sestupnému trendu návštěvnosti. Z obr. 21 je patrné, že muzeum navštíví každoročně více a více návštěvníků. Se svojí návštěvností vévodí žebříčku atraktivit tohoto druhu v Libereckém kraji.



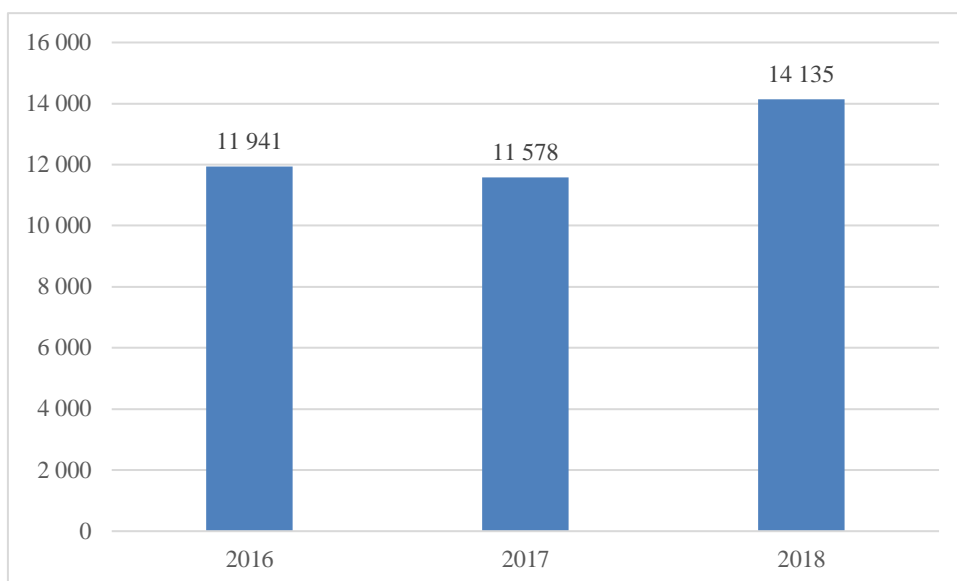
Obr. 21: Návštěvnost Muzea Českého ráje v Turnově v posledních 3 letech

Zdroj: NIPOS, 2019

Sklářské muzeum Nový Bor

Sklářské muzeum v Novém Boru je, jak už z názvu vyplývá, zaměřeno na sklářskou tradici, která je s regionem Novoborska, ale vlastně i Libereckého kraje, spjata. Expozice návštěvníka seznámí s vývojem českého skla od 17. do 20. století. Jeho expozice čítá více než 550 exponátů a zahrnuje praktické ukázky postupů při výrobě skla (Region-českéšvýcarsko.cz, 2016).

Do třetice také co se týče Sklářského muzea Nový Bor lze říci, že zájem návštěvníků (viz obr. 22) o jeho návštěvu v porovnání s rokem 2017 vzrostl. Na rozdíl od ostatních případů ale návštěvnost nerostla ve všech zmíněných letech. V roce 2017 se oproti roku 2016 nepatrně snížila.



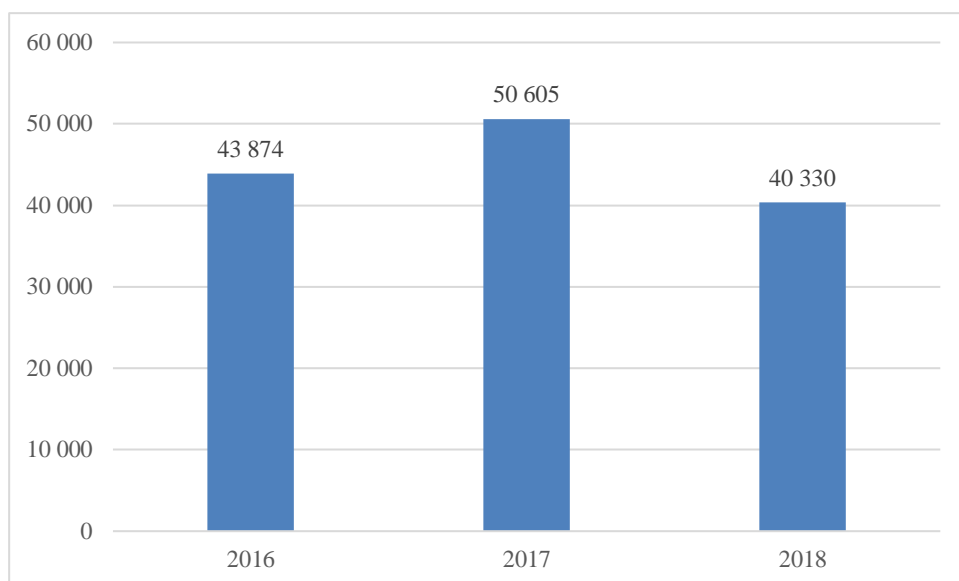
Obr. 22: Návštěvnost Sklářského muzea Nový Bor v posledních 3 letech

Zdroj: NIPOS, 2019

Oblastní galerie Liberec

Oblastní galerie Liberec, která sídlí v budově bývalých městských lázní, je pátou největší galerií na území ČR. Jelikož spravuje více než 21 tisíc sbírek pocházejících z různých evropských zemí, je označována jako Muzeum evropského umění. Mezi její expozice patří např. expozice zlatý věk nizozemské malby nebo expozice na vlnách umění (Liberecký-kraj.cz, 2018b).

Oblastní galerie Liberec je co do návštěvnosti druhou nejvýznamnější atraktivitou v celém kraji a to i přes to, že se její návštěvnost (viz obr. 23) v porovnání s rokem 2017 snížila o více než 10 tisíc. Model vývoje je totožný, jako u celkové návštěvnosti muzeí a galerií zmiňované na začátku této podkapitoly.



Obr. 23: Návštěvnost Oblastní galerie Liberec v posledních 3 letech

Zdroj: NIPOS, 2019

4 Analýza zatížení území Libereckého kraje turismem

Zatížení oblasti cestovním ruchem se dá měřit několika způsoby. Zde je zatížení zhodnoceno na základě dat z místních HUZ o hostech, přenocováních a jejich využití, dále na základě výpočtu intenzity a hustoty cestovního ruchu v Libereckém kraji.

4.1 Hromadná ubytovací zařízení

Pojmem hromadné ubytovací zařízení je myšleno zařízení s minimálně 5 pokoji nebo 10 lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu.

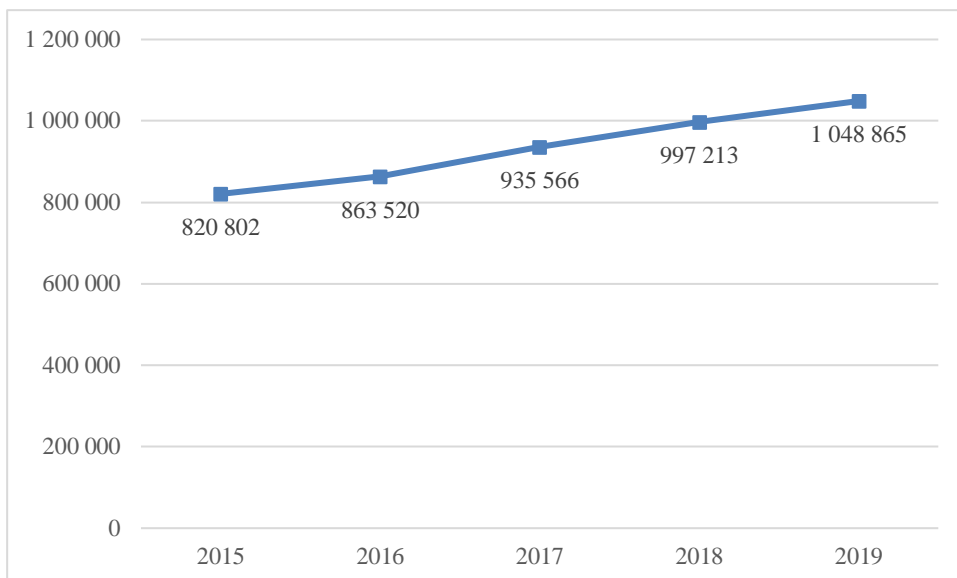
Tab. 7 zobrazuje počty a kapacity HUZ v Libereckém kraji v posledních 5 letech. Celkové počty zařízení se každoročně lehce mění a tím pádem se mění i počet pokojů a lůžek. Počty míst pro stany a karavany v Libereckém kraji se každým rokem zvyšují.

Tab. 7: Kapacita HUZ v Libereckém kraji

	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
2015	892	14 501	43 651	2 592
2016	904	14 499	43 560	2 657
2017	861	13 969	41 782	2 697
2018	889	14 343	42 604	2 833
2019	895	14 320	42 821	2 898

Zdroj: ČSÚ, 2020b

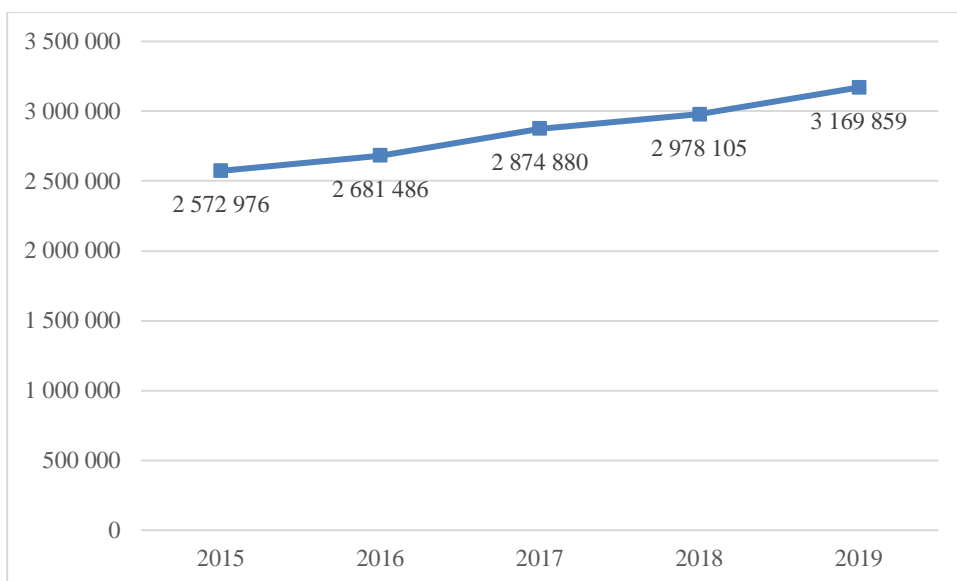
Obr. 24 znázorňuje počty hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v Libereckém kraji, kteří jimi prošli za posledních 5 let. Je patrné, že čísla se každým rokem zvyšují a za uplynulý rok 2019 počet poprvé přesáhl hranici 1 milionu hostů.



Obr. 24: Vývoj počtu hostů v HUZ v Libereckém kraji za posledních 5 let

Zdroj: ČSÚ, 2020b

Stejně jako se každoročně zvyšují počty hostů, zvyšuje se i počet jejich přenocování. Konkrétní údaje o nich jsou patrné z obr. 25. V roce 2019 číslo poprvé překonalo hranici 3 milionů přenocování.

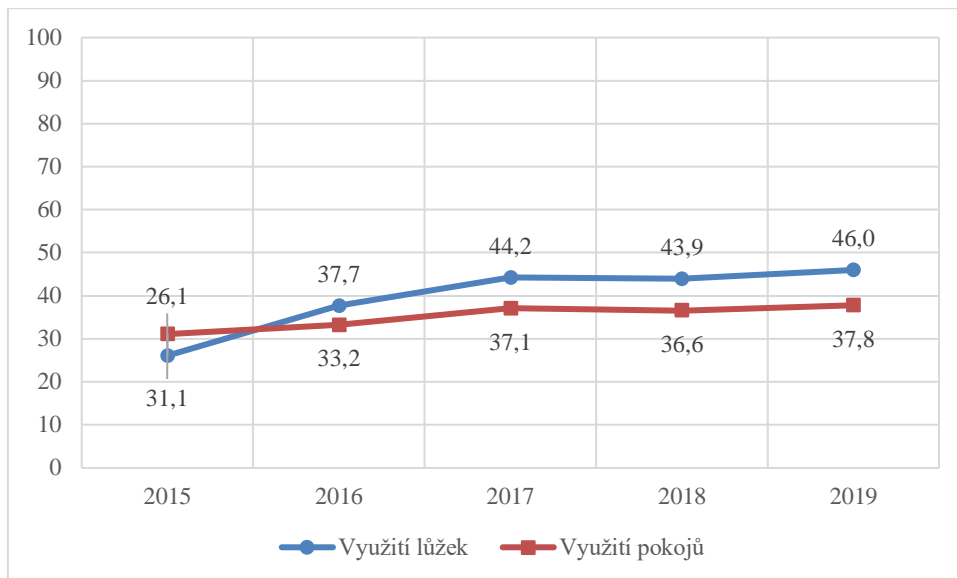


Obr. 25: Počty přenocování hostů v HUZ v Libereckém kraji

Zdroj: ČSÚ, 2020b

Obr. 26 udává procentuální čisté využití pokojů a lůžek v HUZ Libereckého kraje. V obou případech se počítalo s lůžky a pokoji, které byly skutečně hostům k dispozici. V celém

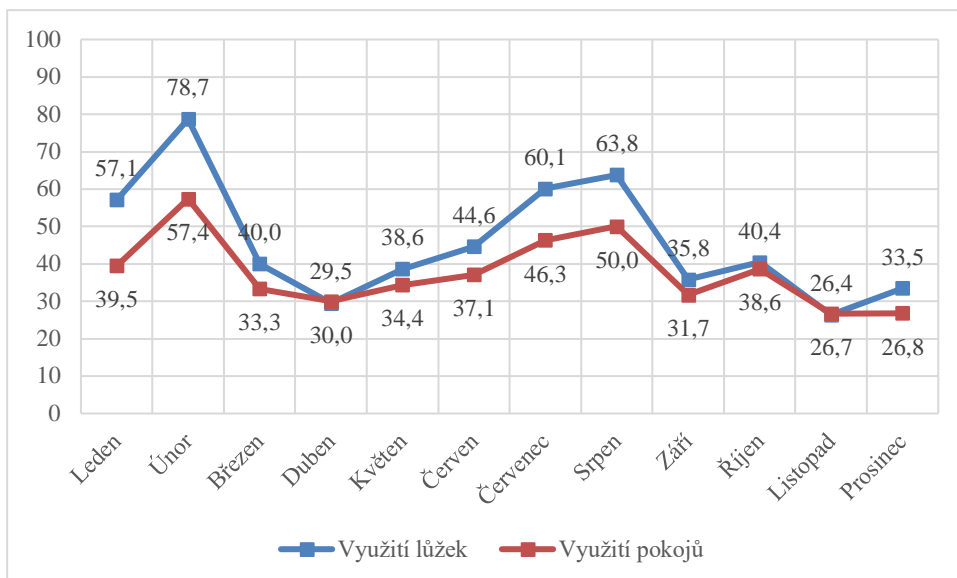
období, s výjimkou roku 2018, docházelo k nárůstům u obou měřených veličin. V roce 2019 dosáhlo využití lůžek i pokojů nejvyšší hodnoty.



Obr. 26: Čisté využití lůžek a pokojů za posledních 5 let (v %)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě ČSÚ, 2020b

Obr. 27 pracuje se stejnými veličinami jako ten předchozí s tím rozdílem, že zobrazuje jednotlivé měsíce roku 2019. Je patrné, že zcela nejvytíženějším měsícem z pohledu pokojů i lůžek byl únor. V jarních měsících se čísla snížila a vysokých hodnot dosáhla opět během prázdninových měsíců července a srpna. Poté se využití výrazně snížilo. Dá se tedy konstatovat, že nejvíce hostů přijíždí do Libereckého kraje během února a dále během letních prázdnin. Na únorové statistiky měl nepochybně vliv závod zvaný Jizerská 50, který se zde každoročně pořádá a účastní se ho tisíce lidí.



Obr. 27: Čisté využití lůžek a pokojů za jednotlivé měsíce roku 2019 (v %)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě ČSÚ, 2020

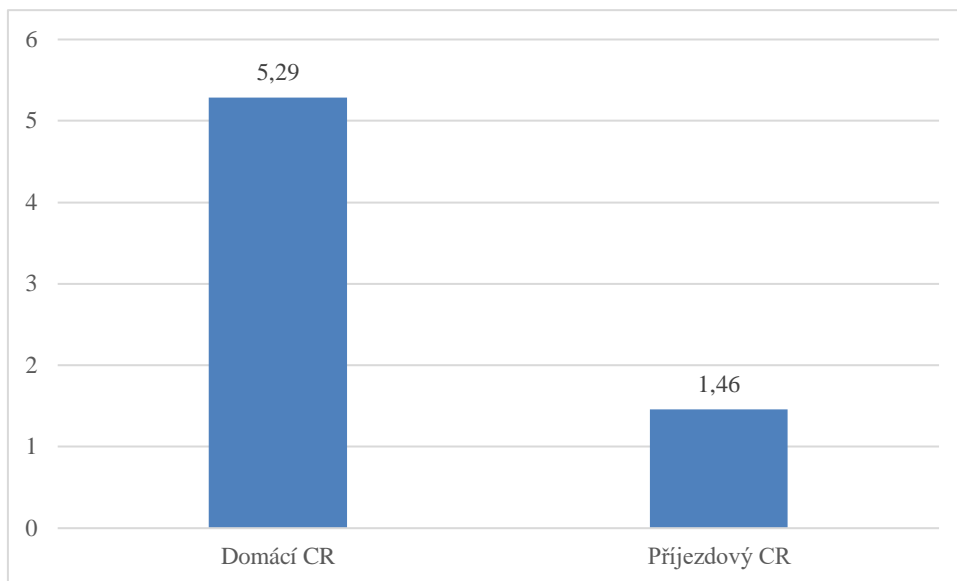
4.2 Intenzita a hustota cestovního ruchu

Dalšími metodami, které však o něco lépe vypovídají o zatížení oblasti cestovním ruchem, jsou intenzita a hustota cestovního ruchu.

4.2.1 Intenzita cestovního ruchu Libereckého kraje

Intenzita cestovního ruchu se vypočítá tak, že se vydělí počet přenocování turistů počtem obyvatel dané lokality. Čím je výsledné číslo vyšší, tím se v lokalitě nachází více přespávajících turistů na hlavu jednoho obyvatele. Vysoké číslo může být ve výsledku způsobeno nízkým počtem obyvatel, vysokým počtem přespávajících turistů nebo kombinací obou faktorů.

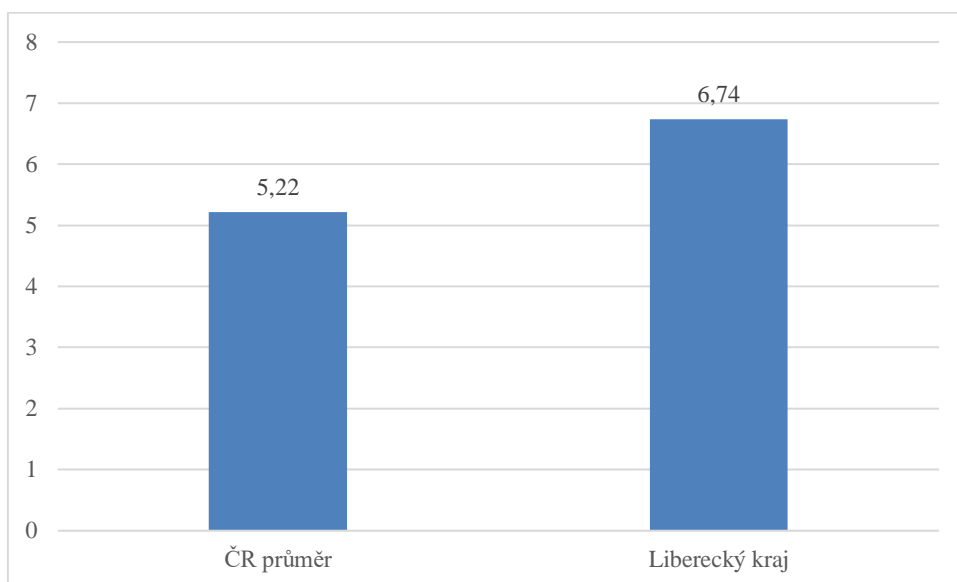
Z obr. 28 je patrné, že co se týče přenocování domácích turistů v Libereckém kraji, je jich výrazně více, než těch ze zahraničí. Na jednoho obyvatele je zde 5,29 domácího přespávajícího turisty a 1,46 zahraničního přespávajícího turisty. V porovnání s ostatními kraji se Liberecký kraj umístil na 5. místě.



Obr. 28: Intenzita CR v Libereckém kraji v domácím a příjezdovém CR

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MIS, 2020b

Z obr. 29 je patrné, že Liberecký kraj svou intenzitou průměr České republiky převyšuje. Na jednoho obyvatele Libereckého kraje zde tedy bylo v roce 2018 6,74 přespávajícího turisty, což je součet domácího a příjezdového CR z předchozího grafu. V porovnání s ostatními kraji se kraj Liberecký umístil na 5. místě těsně za krajem Jihočeským.



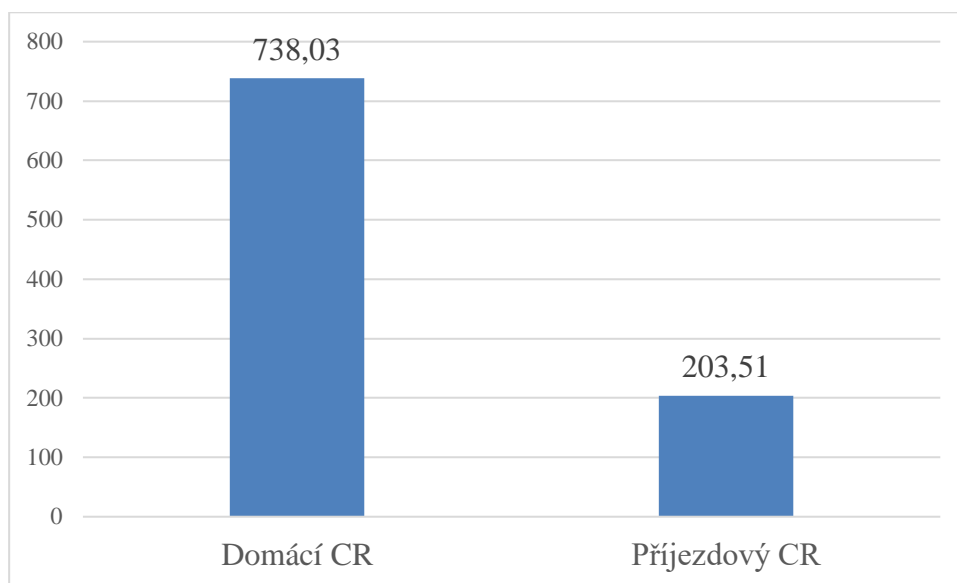
Obr. 29: Porovnání intenzity CR Libereckého kraje s průměrem ČR za rok 2018

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MIS, 2020b

4.2.2 Hustota cestovního ruchu Libereckého kraje

Ukazatel hustoty cestovního ruchu popisuje ještě lépe zatížení lokality, životního prostředí a dopravní infrastruktury v ní. Vypočítá se jako poměr přenocování turistů na 1 km² rozlohy dané lokality.

Z obr. 30 je patrné, že vyšší hustota připadá na domácí cestovní ruch, než na příjezdový. Znamená to, že území Libereckého kraje zatěžují mnohem více domácí turisté, nežli zahraniční. V porovnání s ostatními kraji v domácím cestovním ruchu se Liberecký kraj umístil na 2. místě. Sice s velkým odstupem za Hlavním městem Prahou, i tak to ale vypovídá o tom, že je území Libereckého kraje pro tuzemské turisty oblíbeným cílem. V příjezdovém cestovním ruchu se kraj umístil na 4. místě s minimálním rozdílem na 3. Královéhradecký kraj. Součet obou hodnot vyjde 941,55, což přisuzuje Libereckému kraji opět 3. místo mezi ostatními kraji.



Obr. 30: Hustota domácího a příjezdového CR v Libereckém kraji v roce 2018

Zdroj: Vlastní zpracování na základě MIS, 2020b

Je nutné zmínit, že jak intenzita, tak i hustota cestovního ruchu, je do jisté míry ovlivněna menší rozlohou a menším počtem obyvatel, než má většina krajů. Liberecký kraj se proto v obou kritériích umístil v celostátním žebříčku poměrně vysoko, což bylo způsobeno právě i těmito dvěma faktory. To ale samozřejmě neznamená, že Liberecký kraj není oblíbenou destinací pro domácí a zahraniční turisty. I tak do něj přijíždí velké množství turistů, o čemž

vypovídají uvedená data. Kvůli jeho menší rozloze a velkému počtu turistů ale může snáze na některých místech docházet k přelidňování.

5 Analýza turistických atraktivit a návrhy řešení

Obecně jsou turistické atraktivity Libereckého kraje, jak je patrné z uvedených dat, oblíbeným cílem českých i zahraničních turistů. V některých místech ale může vlivem nadměrného turismu docházet k přelidňování. Otázkou zůstává, jak se současná virová pandemie promítne do cestovního ruchu. Dá se předpokládat, že vlivem virové krize nebudou moci přicestovat zahraniční turisté, což bude pro kraj a jeho subjekty cestovního ruchu znamenat značný výpadek příjmů, které jim ze zahraničních turistů plynou. Současná krize může způsobit, že se lidé budou bát cestovat a tím se turismus utlumí. Tato varianta je velmi pravděpodobná minimálně pro nadcházející letní sezónu. Je ale také možné, že pokud zůstanou hranice zavřeny déle a strach cestovat z lidí opadne, tak se zaměří na cestování po ČR. Vzhledem k již zakořeněné preferenci turistických atraktivit Libereckého kraje mezi domácími návštěvníky se může stát, že bude kraj čelit ještě většímu náporu turistů a to i přes výpadek zahraničních turistů. Tato varianta je závislá na tom, jak dlouho zůstanou hranice státu zavřeny.

Analyzovány jsou výše popsané skupiny atraktivit. Analýza proběhla na základě uvedených dat. Na analýzy navazují návrhy řešení, které by mohly nadměrnému turismu zamezit.

5.1 Zábavní atraktivity

Zábavních atraktivit se v Libereckém kraji nenachází mnoho. Do této práce byla zařazena ZOO Liberec a iQLANDIA. Tyto dvě atraktivity totiž navštěvuje největší množství lidí. V obou případech jejich návštěvnost za poslední rok nedosáhla rekordní výše, ale i přes to zůstává poměrně vysoká. Dá se předpokládat, že se návštěvnost bude v dalších letech nadále zvyšovat. U jmenovaných destinací to ale nemusí znamenat, že v nich bude docházet k přelidňování a dalším negativním důsledkům plynoucím z nadměrného turismu. Do obou atraktivit se vchází přes vstupní turnikety, díky kterým se dají jednoduše regulovat počty návštěvníků, kteří se nacházejí uvnitř. Pokud tedy návštěvnost dosáhne svého maxima, nebudou zkrátka další návštěvníci vpuštěni dovnitř, dokud se pro ně neuvolní místo. To s sebou nese ale i jistá úskalí. Celý návrh a negativa s ním spojená je rozepsán v kapitole 5.4.1. Tímto způsobem se ale bohužel nedá nadměrnému turismu bránit u všech atraktivit.

5.2 Přírodní atraktivity

U přírodních atraktivit je situace naprosto opačná, jelikož zde je obtížné návštěvnost regulovat tak, jak je to možné u zmíněných zábavních atraktivit. Do přírodních atraktivit byly zařazeny oblasti Českého ráje a Krkonošského národního parku.

V případě Českého ráje dosahuje návštěvnost velmi vysokých hodnot, které se navíc každým rokem zvyšují. Český ráj je proto nepochybně destinací, která s overtourismem musí bojovat. Jako nejvytíženější z celé oblasti se jeví Škoda Auto Muzeum, zámecký resort Dětenice a Prachovské skály. Čísla jejich návštěvnosti jsou vysoká a nadále rostou. Sčítání návštěvníků v CHKO Český ráj ukázalo, že tato oblast také čelí velkému náporu turistů. Zejména je tomu tak o prázdninových víkendech za hezkého počasí, kdy do skal míří velké množství lidí. V případě muzeí či zámků je situace podobná jako u zábavních atraktivit. V případě míst, jako je např. Hruboskalsko, je situace složitá, jelikož se jednoduše nedají regulovat počty návštěvníků. Je ale nutné ochránit tuto oblast před negativními dopady nadměrného turismu.

Krkonošský národní park je také velmi hojně navštěvovanou oblastí. Jak ukázala získaná data od mobilních operátorů, návštěvnost výrazně překročila dosavadní odhady. KRNAP se dělí na 3 části, z nichž západní část, která leží na území Libereckého kraje, je tou nejméně navštěvovanou. To je ale nutné brát s rezervou, jelikož čísla o návštěvnosti jsou i tak poměrně vysoká. Vzhledem k tomu, že je celá oblast národním parkem, vyžaduje jeho ochrana extrémní pozornost. Stejně jako v případě Českého ráje i zde se dají bohužel obtížně regulovat počty návštěvníků. Situace ale není bezvýchodná. Více o konkrétních návrzích je uvedeno v kapitole 5.4.

5.3 Historicko-kulturní atraktivity

Do historicko-kulturních atraktivit byly zařazeny hrady, zámky, sakrální stavby a dále muzea a galerie. V kraji se jich nachází velké množství a svojí celkovou návštěvností jsou pro turismus v kraji velmi důležité. Z celkového pohledu jejich návštěvnost meziročně klesá. Není tak tomu ale ve všech případech. Z tohoto trendu vybočují především některá konkrétní muzea a galerie.

V případě hradů, zámků a sakrálních staveb se návštěvnost drtivé většiny z nich v porovnání s předešlými roky snížila. Stále ale zůstává na významné úrovni. Není známý důvod tohoto poklesu stejně tak, jako nelze vyloučit, že tyto turistické cíle nebojují s nadměrným turismem

i přes celkový pokles návštěvnosti. Návštěvnost totiž mohla být v určitých obdobích a dnech vyšší i přes celkový pokles. Dá se ale domnívat, že atraktivita tohoto typu se zvládají s případným nadměrným turismem vypořádat jednoduše prodejem omezeného počtu vstupenek.

V případě muzeí a galerií také došlo k meziročnímu poklesu návštěvnosti. U těch nejvýznamnějších, s výjimkou Oblastní galerie Liberec, se návštěvnost naopak zvyšuje. Potenciální způsob obrany proti nadměrnému turismu je ale stále stejný.

5.4 Návrhy řešení

Některé destinace Libereckého kraje opravdu čelí protivníkovi zvanému nadměrný turismus. Je proto nutné navrhnout opatření, která by proti tomu fenoménu byla účinná a pomohla destinacím proti němu bojovat.

5.4.1 Regulace vstupů a online rezervační systém

Možným řešením může být již zmíněná regulace vstupů. S vysokou pravděpodobností toto opatření probíhá v místech, jako jsou hrady, muzea apod. V těchto místech stačí umístit turnikety, sčítače nebo prodávat omezený počet vstupenek k tomu, aby se zabránilo přelidnění. U přírodních atraktivit ale tento způsob nemusí být účinný, jelikož by lidé mohli například obcházet turnikety lesem a vyhnout se tak kontrole, což se děje v případě Prachovských skal. Toto řešení může být účinné, ale nese s sebou jistá negativa. Mohou díky tomu například na určitých místech, kde jsou umístěny turnikety, vznikat fronty, což pro návštěvníky určitě nebude znamenat nic dobrého. Návštěvníka jistě nepotěší, že stráví dlouhé minuty čekáním. K tomu, aby se předešlo přelidnění a zároveň se neomezilo pohodlí návštěvníků, by mohl sloužit například určitý online systém rezervace, který byl již zmiňován v případě města Benátek. Lidé by byli vedeni k tomu, aby si svůj vstup s předstihem zarezervovali a koupili na internetu z pohodlí domova. To by jistě vedlo ke značné časové úspoře. V praxi by to fungovalo tak, že by si návštěvník koupil vstupenku na určitý čas, ve který by se na místo dostavil. Pokud by již byla kapacita na tuto hodinu vyčerpaná, nebylo by možné na ni vstupenku koupit. Tento návrh samozřejmě naráží na fakt, že lidé by pak byli vstupenkou na pevný čas do jisté míry omezeni.

5.4.2 Rovnoměrné rozprostření turistů

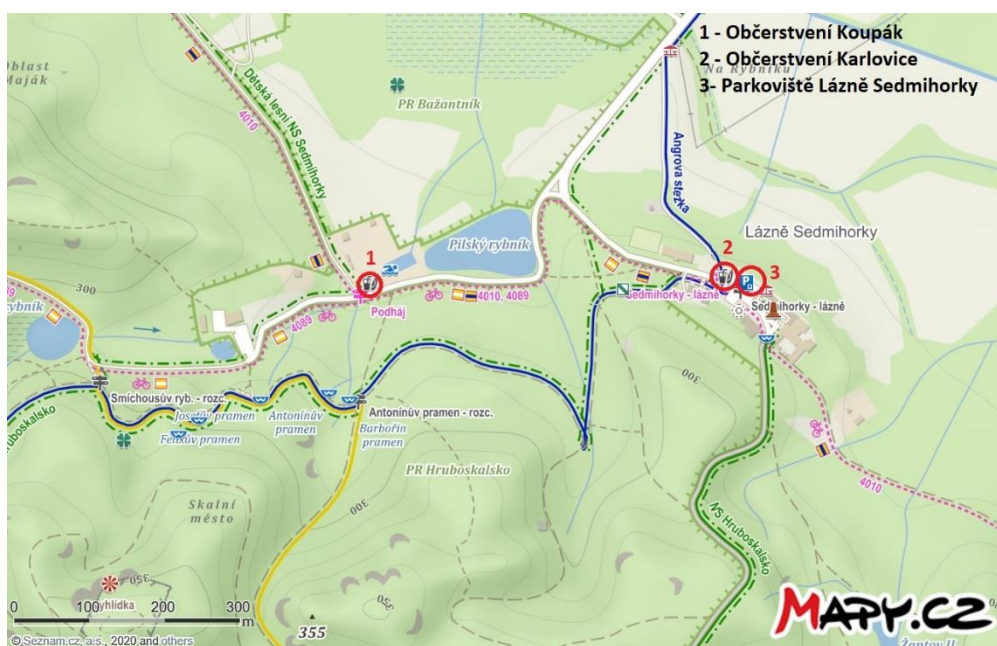
Jiným návrhem řešení, který je mířen na místa, jako je Český ráj, Krkonoše a podobná, je snaha o rozprostření turistů po celém území destinace. Tím by nedocházelo k přelidňování na určitých místech a návštěvníci by byli rovnoměrně rozmístěni. Klíčovou úlohu v tomto hrají především turistická informační centra a jejich pracovníci. Těch se totiž návštěvníci tážou jaká místa navštívit. Téměř vždy je ale všechny posílají na ta stejná místa. Nejedná se zde o turisty přijíždějící ze zahraničí, protože ti převážně přijíždějí právě kvůli těmto nejznámějším cílům. Toto opatření by bylo mířeno hlavně na tuzemské turisty. Pokud by v infocentru dostali informaci, že je místo jejich plánované návštěvy přelidněné a byla jim nabídnuta adekvátní alternativa, jistě by se pro ni rozhodli. V praxi by to vypadalo tak, že by pracovníci informačních center neodkazovali návštěvníky na hojně navštěvované Hruboskalsko. Ze statistik CHKO Český ráj bylo vidět, že se jedná o nejnavštěvovanější atraktivitu. Na místo toho by jim byla doporučena například návštěva Příhrazských skal, které se nacházejí nedaleko, jsou neméně krásné a hlavně, nejsou tolik navštěvované. Zmiňované sčítání totiž prokázalo, že ve srovnání s Hruboskalskem ho za stejný víkend navštívilo šestkrát méně turistů. Možnou další alternativou může být také například další méně známé skalní město – Klokočské skály. Aplikace tohoto řešení by znamenala určité proškolení pracovníků a seznámení je s problematikou. Dle získaných informací o Českém ráji jsou již naplánovaná letní školení pro pracovníky informačních center, která mají právě tento úkol.

Stejným způsobem by se daly nalézt alternativy i pro ostatní přelidněná místa. Na místo návštěvy Krkonoš nebo Jizerských hor by lidem mohla být doporučena například návštěva Lužických hor. Jak vyplynulo ze statistik návštěvnosti, Lužické hory jsou o poznání méně navštěvované než zmiňované dvě pohorí. Svou krásou se jim ale minimálně vyrovnávají. Zejména návštěvníci, kteří do Krkonoš či Jizerských hor zavítali již poněkolikáté, by jistě ocenili, pokud by mohli vidět něco nového.

Jak již bylo nastíněno v teoretické části, turismus, potažmo pak overtourism, má vliv také na subjekty cestovního ruchu. Tam, kde se koncentrují turisté, dochází k rozvoji destinace. Vznikají například nová ubytovací a stravovací zařízení, parkovací místa či dochází k rozvoji infrastruktury a současných kapacit.

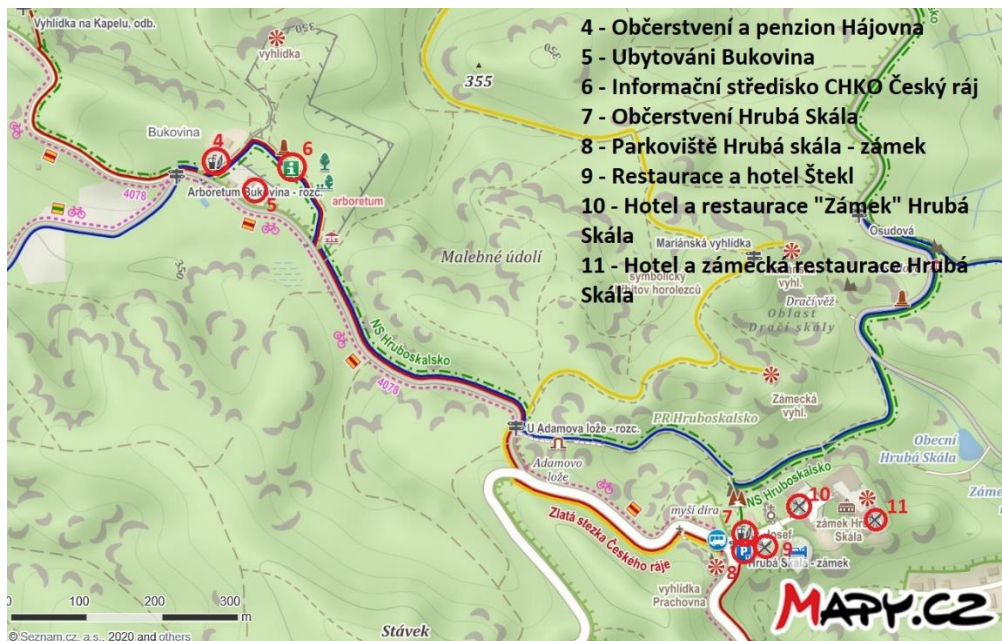
Porovnání lokality Hruboskalsko a Klokočské skály

Nejnámější a nejvyhledávanější oblastí Českého ráje je Hruboskalsko. Jak je vidět na obr. 31 a 32, lokalita je vybavena dobrou infrastrukturou vázanou na turismus. Důležité prvky turistické infrastruktury jsou v mapách označeny červeným kroužkem a číslem. V pravém horním rohu jsou pak čísla vysvětlena. Vstupní branou do Hruboskalska ze severu je obec Sedmihorky (viz obr. 31) a z jihu obec Hrubá Skála (viz obr. 32). Případně může jako vstupní brána posloužit ještě hrad Valdštejn, který ale na obrázcích není. Nenachází se kolem něj totiž významná infrastruktura, s výjimkou hradní restaurace a parkoviště. Ta se soustřeďuje hlavně v Hrubé Skále, kde si lze vybrat z množství ubytovacích a stravovacích zařízení. Navíc se zde nachází i informační centrum CHKO Český ráj a parkoviště pro návštěvníky. V Sedmihorkách není na výběr z tolika možností, ale návštěvník se zde může občerstvit i zaparkovat. Je patrné, že centrem této lokality je ale Hrubá Skála. Turistická infrastruktura je zde velmi rozvinutá.



Obr. 31: Turistická infrastruktura Hruboskalska ze severní strany

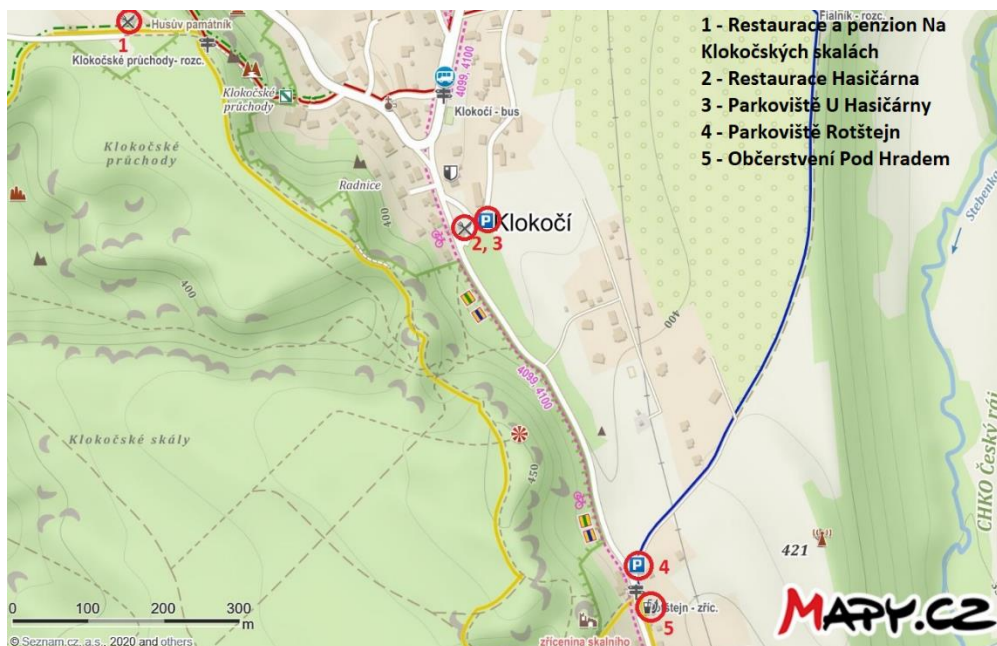
Zdroj: Mapy.cz, 2020



Obr. 32: Turistická infrastruktura Hruboskalska z jižní strany

Zdroj: Mapy.cz, 2020

Klokočské skály se dle Mapy.cz (2020) nacházejí zhruba 20 minut jízdy autem od Hruboskalska a proto se jedná o jeho možnou náhradní alternativu. Během sčítání návštěvníků jich zde bylo napočítáno zhruba 1 280, což je výrazně méně, než v případě Hruboskalska. Vlivem toho si lze všimnout (viz obr. 33), že turistická infrastruktura zde není zdaleka tak rozvinutá. Nicméně je možné se zde ubytovat, najíst i zaparkovat, konkrétně v obci Klokočí, což je prakticky jediné centrum turistické infrastruktury. Základní infrastruktura zde je, což je dobrý předpoklad k možnému dalšímu rozvoji destinace. Pokud by ale byla tato lokalita hojněji navštěvována, během několika let by se zde mohla infrastruktura více rozvinout, z čehož by mohli těžit místní podnikatelé. Rozvoj by se mohl týkat například ubytovacích služeb, kterých zde moc není.



Obr. 33: Turistická infrastruktura Klokočských skal

Zdroj: Mapy.cz, 2020

5.4.3 Propagace méně známých míst

Na to se váže další doporučení a to je snaha o popularizaci méně známých míst. V případě turistických informačních center je to v podstatě totožné, jako snaha o rozproštění návštěvníků. Na místo nejnámějších a nejnavštěvovanějších míst by návštěvníky odkázali na méně známá místa. Z hlediska celého kraje či destinace je pak nutné zaměřit celou svou marketingovou kampaň na méně známá místa. Nejčastěji jsou totiž v těchto kampaních propagována ta nejvíce známá místa, kde se pak hromadí největší množství lidí. Na místo toho by například mohly být propagovány zmiňované hrady a zámky, kterým v posledních letech klesá návštěvnost. S propagací jsou však spojena také významná úskalí. V práci byl popisován vliv sociálních sítí, jako je například Instagram. Ten slouží k propagaci míst ideálně, což se ale může jednoduše změnit. Místům, která se vlivem Instagramu extrémně zpopularizovala, to dnes mnohdy přináší více škody než užítku. Pro destinaci to sice znamená příliv financí, na druhou stranu zde ale dochází ke vzniku nadměrného turismu a s ním spojeným negativům. Netýká se to však pouze sociálních sítí či médií. Zodpovědně je s propagací nutné pracovat i v případě destinačních společností nebo krajských institucí, které jsou zodpovědné za cestovní ruch. Jako příklad lze uvést propagační materiály města Prahy, ve kterých zahraniční turisté naleznou fotografie liduprázdných atraktivit. Tyto fotografie ale vznikají v brzkých ranních hodinách a drtivá většina turistů nemá šanci místa za této situace vidět. Dochází tak k jistému zkreslování reality. Místa by tedy měla být

představovaná taková, jaká jsou doopravdy a turisté by neměli být lákáni na falešnou iluzi. Na toto je proto při propagaci nutné brát ohled.

5.4.4 Rozložení návštěvnosti do celého dne

Posledním návrhem je snaha o to, aby návštěvníci přicházeli během dne přibližně rovnoměrně. Krásným příkladem je popisované sčítání návštěvníků v Českém ráji, kde návštěvnost dosahovala nejvyšších hodnot zhruba v časech mezi 11. hodinou a půl 3. Destinace by se měly snažit motivovat návštěvníky k tomu, aby na místo dorazili v ne tak vytížených časech. Na tomto konkrétním případě by to tedy mělo být ráno mezi 9. a 11. hodinou a odpoledne zhruba po 3. hodině. Pokud by návštěvník dorazil například v 9 hodin ráno, mohly by z toho pro něj plynout určité výhody, které by ho motivovaly. V tuto hodinu by mohlo být například parkování za výhodnější cenu nebo by tito návštěvníci byli obdarováni nějakým drobným předmětem. Opět je ale třeba brát ohled na to, aby se vlivem motivačních opatření nepřesunula vysoká návštěvnost do těchto hodin, což by problém nevyřešilo.

Závěr

Cílem práce bylo přiblížit čtenáři problematiku spojenou s fenoménem zvaným overtourism a navrhnout možná řešení, která by jeho vzniku mohla zabránit. Jedná se o fenomén, který se vlivem rozvoje turismu objevuje stále častěji na mnoha místech po celém světě. Pro správný boj proti overtourismu je nutné jej nejprve správně pochopit. Proto byly v práci zmíněny tzv. spouštěče. Dále byly uvedeny příklady světových měst, které s tímto fenoménem již několik let bojují. V jednotlivých případech byly zmíněny jak konkrétní negativa, která z overtourismu pro destinace plynou, tak i aktuální a plánovaná opatření, jakými destinace proti nadměrnému turismu bojují. Ty mohou sloužit jako inspirace pro světově destinace nebo destinace v ČR. K úspěšnému boji je ale důležité, aby byla opatření aplikována s citem a aby na řešení situace spolupracovaly všechny zainteresované subjekty, jelikož bez těchto předpokladů nemůže být boj úspěšný.

Praktická část měla, za pomoci odpovídajících statistik, přiblížit čtenáři Liberecký kraj z pohledu cestovního ruchu. Liberecký kraj je v porovnání se zbytkem republiky poměrně hojně navštěvován, což má na místní subjekty cestovního ruchu nepochybně převážně pozitivní vliv. Na některých místech však může docházet k přelidňování a s ním spojeným negativním důsledkům. V lokalitách, kde k němu dochází, je proto nutné aplikovat opatření, kterými by se přelidňování předešlo. Návrhy opatření byly v práci popsány a vztaženy na konkrétní příklady. Zůstává otázka, jak se na turismu v Libereckém kraji podepíše současná virová krize. Pravděpodobně dojde k dočasnému utlumení cestovního ruchu, které ale nebude trvat věčně. Vlivem krize se však naskytla dosud jedinečná příležitost pro změnu. Je proto důležité, aby v této době destinace nezhálely a provedly nutná opatření k tomu, aby se situace za pár let neopakovala a věci se nevrátily do starých kolejí. Overtourism tu totiž byl a až krize postupem času odezní, tak tu bude i nadále.

Seznam použité literatury

Aktuálně.cz. 2014a. *Benátky* [online]. Praha: Economia a.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/geografie/staty-a-mesta/benatky/r~4ef5d3b0036711e4ba9c0025900fea04/>

Aktuálně.cz. 2014b. *ZOO Liberec* [online]. Praha: Economia a.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/domaci/zoo-liberec/r~b6497c14282f11e4b8560025900fea04/>

Al Jazeera. 2014. *Venice considers fees on daytime tourists* [online]. Dauhá: Al Jazeera [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.aljazeera.com/video/europe/2014/09/venice-considers-fees-daytime-tourists-20149310636300369.html>

Businessinfo.cz. 2017. *Charakteristika Libereckého kraje* [online]. Business info [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/charakteristika-libereckeho-kraje/#charlbckraj08>

BUCKLEY, Julia. 2017. *Italy bans huge cruise ships from Venice city center* [online]. Londýn: The Independent [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/venice-cruise-ship-ban-55-tonnes-marghera-port-where-is-it-italy-a8044026.html>

CLAYTON-LEA, Sarah. 2020. *7 key tourism trends to follow in 2020* [online]. Big Seven Travel [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://bigseventravel.com/2020/01/tourism-trends-to-follow-2020/>

COLDWELL, Will. 2017. *First Venice and Barcelona: Now anti-tourism marches spread across Europe* [online]. Londýn: The Guardian [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>

CORONA, Alice. 2019. *Venice* [online]. Inside Airbnb [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: http://insideairbnb.com/venice/report_en.html

ČERBA, Otakar. 2013. *Geografie cestovního ruchu* [online]. Plzeň: Západočeská univerzita [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: http://old.gis.zcu.cz/studium/sgg/Materialy/Geografie_cestovniho_ruchu.pdf

Český ráj. 2019a. *Monitoring návštěvnosti 2019* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/cs/region-cesky-raj/sdruzeni-cesky-raj/monitoring-navstevnosti/>

Český ráj. 2019b. *Sčítání návštěvníků 5. -6. července 2019* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/cs/kontakty/sdruzeni-cesky-raj/monitoring-navstevnosti/scitani-navstevniku-5-6-cervence-2019.html>

Český-ráj.info. 2015. *Muzeum Českého ráje Turnov* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/dr-cs/1175-muzeum-ceskeho-raje-turnov.html>

Český-ráj.info. 2016. *Chráněná krajinná oblast Český ráj* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.cz/priroda/chko/chko-cesky-raj/>

Český-ráj.info. 2017. *Synagoga Turnov* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/dr-cs/4805-synagoga-turnov.html>

Český-ráj.info. 2018. *Informace o regionu* [online]. Český ráj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.cesky-raj.info/cs/o-regionu/informace-o-regionu.html>

ČSÚ. 2019. *Cestovní ruch – časové řady* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr

ČSÚ. 2020a. *Cestovní ruch: kraj Praha* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xa/cestovni_ruch-xa

ČSÚ. 2020b. *Hromadná ubytovací zařízení* [online]. Liberec: ČSÚ [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=statistiky&katalog=31742#katalog=31739>

ČTK. 2018a. *Letiště Praha chystá velkou expanzi a investice za 27 miliard* [online]. Praha: E15 [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/letiste-praha-chysta-velkou-expanzi-a-investice-za-27-miliard-1347682>

ČTK. 2018b. *Obsazenost pražských hotelů klesla o 4,4 procenta. Na vině je prý Airbnb* [online]. Praha: Euro.cz [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/praha/obsazenost-prazskych-hotelu-klesla-o-4-4-procenta-na-vine-je-pry-airbnb-1419646>

ČTK. 2020. *Omezení pronájmů, souhlas sousedů a hotelové normy. Praha ukázala zbraně proti Airbnb* [online]. Praha: Economia a.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/praha-schvalila-pozadavky-na-zmeny-zakonu-ohledne-airbnb/r~d85a787e4c0711ea926e0cc47ab5f122/>

DEGEN, Monica, CABEZA, M., Garcíá. 2012. *The Transformation of the 'Barcelona Model': An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance*. Barcelona: International Journal of Urban and Regional Research, 36 (5): 1022-1038.

DODDS, Rachel, BUTLER, Richard W. 2019. *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlín: De Gruyter. ISBN 978-3-11-062045-0.

DROBNÁ, Daniela, MORÁVKOVÁ, Eva. 2010. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-079-6.

DUMBROVSKÁ, Veronika. 2013. *Vývoj postavení Prahy – destinace cestovního ruchu ve středoevropském prostoru*. Bakalářská práce. Praha: Karlova univerzita, Fakulta přírodních věd.

DUMBROVSKÁ, Veronika aj. 2017. Urban tourism development in Prague: From tourist mecca to tourist ghetto. *Tourism in the city: Towards an integrative agenda on urban tourism*. Basilej: Springer International Publishing, pp. 275-283.

DW.com. 2017. *Venice's battles against colossal cruise ships* [online]. Berlín: DW [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/venices-battle-against-colossal-cruise-ships/av-42033354>

Evropská komise. 2016. *European Capitals of Culture* [online]. Brusel: Evropská komise [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en

FIALOVÁ, Dana. 2012. *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty: vzdělávací modul geografie: výukový a metodický text: Přírodní vědy a matematika na středních školách v Praze: aktivně, aktuálně a s aplikacemi - projekt OPPA*. Praha: P3K. ISBN 978-80-87186-81-7.

FRANCIS, Justin. 2018. *Overtourism – what is it, and how can we avoid it?* [online]. Responsible travel [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism>

Goldman Sachs. 2015. *The Asian customer: The Chinese tourist boom* [online]. New York: The Goldman Sachs Group [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/macroeconomic-insights-folder/chinese-tourist-boom/report.pdf>

GOODWIN, Harold. 2016. *Managing tourism in Barcelona* [online]. Manchester: Metropolitan University. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://haroldgoodwin.info/RTPWP/01%20Managing%20Tourism%20in%20Barcelona.pdf>

GRACI, Sonya, DODDS, Rachel. 2010. *Sustainable tourism in island destinations*. Londýn: Routledge. ISBN 9781844077793.

HESKOVÁ, Marie. 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

HOROWITZ, Jason. 2017. *Venice, invaded by tourists, risks becoming Disneyland on the Sea* [online]. New York: The New York Times [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2017/08/02/world/europe/venice-italy-tourist-invasion.html>

Hrad-bezděz.eu. 2020. *Bezděz* [online]. Praha: Národní památkový ústav [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.hrad-bezdez.eu/cs>

iDnes.cz. 2017. *Praha 1 chce bojovat s Airbnb. Centrum jinak rychle vymře, bojí se* [online]. Praha: Mladá fronta DNES [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/praha/zpravy/praha-1-boj-proti-airbnb-odchod-rezidentu.A171018_161924_praha-zpravy_mav

iDnes.cz. 2018. *ANALÝZA: Proč Prahu čeká největší taxikářský protest v dějinách?* [online]. Praha: Mladá fronta DNES [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/protest-taxikari-uber-liftago-taxify-strahov-nejvetsi-protest-analyza.A180207_112305_domaci_hell

INDROVÁ, Jarmila. 2009. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1569-4.

iQLANDIA. 2019. *Výroční zprávy* [online]. Liberec: iQLANDIA o.p.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://iqlandia.cz/o-nas/vyrocní-zpravy>

iQLANDIA. 2020. *Historie* [online]. Liberec: iQLANDIA o.p.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://iqlandia.cz/o-nas/historie>

KHARAS, Homi. 2017. *The unprecedented of the global middle class* [online]. Washington: Brookings [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/02/global_20170228_global-middle-class.pdf

KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.

KRNAP. 2018. *The Krkonoše Mountains National Park* [online]. KRNAP [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/en/>

KRNAP. 2019. *V roce 2018 měly Krkonoše o půl milionu víc návštěv* [online]. KRNAP [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.krnep.cz/aktuality/tz-v-roce-2018-mely-krkonose-o-pul-milionu-vic-navstev/>

KRUTWAYSHO, Oratai, BRAMWELL, Bill. 2010. *Tourism policy implementation and society* [online]. San Francisco: Academia [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.academia.edu/2483227/Tourism_policy_implementation_and_society

KUPR, Jan. 2013. *Předpoklady cestovního ruchu v ČR* [online]. Poděbrady: Hotelová škola [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.hsvos.cz/moment/ZCR_Zemepis_CR/03_Predpoklady_cestovniho_ruchu_v_CR.pdf

LALICIC, Lidija, WAISMAYER, Carmen. 2017. *Information and communication technologies in tourism 2017*. Cham: Springer, pp. 781-794.

LAWLER, Ryan. 2012. *Airbnb: Our Guests Stay Longer And Spend More Than Hotel Guests, Contributing \$56M To The San Francisco Economy* [online]. Bay Area: TechCrunch [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2012/11/09/airbnb-research-data-dump/>

Letiště Praha. 2019. *Annual traffic reports* [online]. Praha: Letiště Praha a.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.prg.aero/prague-airport-traffic-reports>

Letmeinn.cz. 2019. *Statistiky Airbnb 2018* [online]. Let me inn [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.letmeinn.cz/rady-a-tipy/statistiky-airbnb-2018/>

Liberecký-kraj.cz. 2018a. *Vlastivědné muzeum a galerie Liberec* [online]. Liberec: Liberecký kraj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/1210-vlastivedne-muzeum-a-galerie-ceska-lipa.html>

Liberecký-kraj.cz. 2018b. *Oblastní galerie Liberec – Lázně* [online]. Liberec: Liberecký kraj [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/14647-oblastni-galerie-liberec-lazne.html>

Lidovky.cz. 2017. *Airbnb a spol. sponují ceny nájmu. Bydlení v Praze je čím dál dražší* [online]. Praha: Lidové noviny [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/moje-penize/airbnb-a-spol-sponuji-ceny-bytu-i-najmu-bydleni-v-praze-je-cim-dal-drazsi.A170809_145645_moje-penize_pave

Mapy.cz. 2020. *Turistická mapa* [online]. Praha: Seznam.cz [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://en.mapy.cz/turisticka?x=15.1339768&y=50.5726196&z=12>

MASSIANI, Jérôme, SANTORO, Giovanni. 2012. *The relevance of the concept of capacity for the management of a tourist destination: theory and application to tourism management in Venice* [online]. Řím: Reids Italy [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://ideas.repec.org/a/ite/iteeco/122010.html>

Město Barcelona. 2010. *Plan estrategic de Turisme de la ciutat de Barcelona* [online]. Barcelona: Město Barcelona [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/080517_resumexecutiu_v01_en.pdf

Město Barcelona. 2017. *Barcelona tourism for 2020: A collective strategy for sustainable tourism* [online]. Barcelona: Město Barcelona [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/080517_resumexecutiu_v01_en.pdf

Město Barcelona. 2018. *Informe de la actividad turística en Barcelona* [online]. Bracelona: Město Barcelona [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/iaotb18_final_0.pdf

MILANO, Claudio, CHEER, Joseph M., NOVELLI, Marina. 2017. *Overtourism and Tourismophobia: Global trends and local context* [online]. Barcelona: Ostelea School of Tourism and Hospitality [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/323174488_Overtourism_and_Tourismophobia_Global_trends_and_local_contexts

MILANO, Claudio, CHEER, Joseph M., NOVELLI, Marina. 2018. *Overtourism is becoming a major issue for cities across the globe* [online]. Melbourne: The Conversation [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <http://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029>

MIS. 2019. *Návštěvnost turistických cílů 2018* [online]. Praha: CzechTourism [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/analyzy/navstevnost-turisticky-ch-cilu-2018/> MIS 2019

MIS. 2020a. *HUZ certifikovaných DMO NOVÉ (k testování)* [online]. Praha: CzechTourism [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/analyzy/huz-certifikovanych-dmo/>

MIS. 2020b. *Intenzita a hustota cestovního ruchu NOVÉ* [online]. Praha: CzechTourism [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/analyzy/intenzita-a-hustota-cestovniho-ruchu/>

NIPOS. 2019. *Návštěvnost muzeí, památníků a galerií* [online]. Praha: NIPOS [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/publikace/navstevnost-muzei-pamatniku-galerii/>

NIPOS. 2019. *Návštěvnost památek v krajích ČR* [online]. Praha: NIPOS [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://statistikakultury.cz/publikace/navstevnost-pamatek/>

PALATKOVÁ, Monika. 2014. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4862-7.

PÁSKOVÁ, Martina. 2009. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-006-1.

PESCE, Marco aj. 2018. Selecting sustainable alternatives for cruise ships in Venice using multi-criteria decision analysis. *Science of the total environment*, 642: 668-678.

Praguecitytourism.cz. 2017. *2017 Annual report* [online]. Praha: Prague City Tourism [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/en/annual-reports/a4-vyrocní-zprava-2018_2-verze_en_web.pdf

Praguecitytourism.cz. 2020. *V roce 2019 se v Praze ubytovalo 8 milionů návštěvníků* [online]. Praha: Prague City Tourism [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.praguecitytourism.cz/cs/media/tisk/v-roce-2019-se-v-praze-ubytovalo-8-milionu-navstevniku-16534>

Region-českéšvýcarsko.cz. 2016. *Muzeum Nový Bor – Lužické hory* [online]. Českosaské Švýcarsko [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.region-ceskesvycarsko.cz/turistické-zajímavosti/muzea-a-galerie/muzeum-novy-bor/>

RONČÁK, Miroslav. 2019. *Prague and the impact of low-cost airlines* [online]. Olomouc: Palackého Univerzita Olomouc [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/332878488_11_Prague_and_the_impact_of_low-cost_airlines

SETTIS, Salvatore. 2014. *Se Venezia muore* [online]. Turín: Einaudi [cit. 2020-05-08]. ISBN 9788806218263. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/2169575210/CB0E102B86E14421PQ/1?accountid=17116>

SÉRAPHIN, Hugues aj. 2018. *Tourism planning and innovation: The Caribbean under spotlight*, 9: 384-388.

SÉRAPHIN, Hugues, SHEERAN, Paul, PILATO, Manuela. 2018. Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of destination marketing and management*, 9: 374-376.

SHEIVACHMAN, Andrew. 2016. *Iceland and the trials of 21st century tourism* [online]. New York: Skift [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://skift.com/iceland-tourism/>

Smartprague.eu. 2018. *Prague visitor guide* [online]. Praha: Smart Prague [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://smartprague.eu/projects/prague-visitor-guide>

SOMERVILLE, Heather. 2018. *Stymied by regulators, Airbnb looks to luxury vacations, hotels for growth* [online]. San Francisco: Reuters [cit. 2020-05-08]. Dostupné z:

<https://www.reuters.com/article/us-airbnb-expansion/stymied-by-regulators-airbnb-looks-to-luxury-vacations-hotels-for-growth-idUSKCN1G62BY>

Statista.com. 2019a. *Tourism in Barcelona – statistics and facts* [online]. Hamburg: Statista [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/topics/4156/tourism-in-barcelona/>

Statista.com. 2019b. *Number of international tourist arrivals in the Italian city of Venice from 2011 to 2018* [online]. Hamburg: Statista [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/732572/international-tourist-arrivals-in-venice-italy/>

Statista.com. 2020. *Number of daily active Instagram Stories users from October 2016 to January 2019* [online]. Hamburg: Statista [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/>

Statista.com. 2020. *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2019* [online]. Hamburg: Statista [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

TABATABAI, Arman. 2018. *How cities can fix tourism hell* [online]. Bay Area: TechCrunch [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2018/11/17/how-cities-can-fix-tourism-hell/>

Travechinaguide.com. 2019. *2019 China Tourism Facts & Figures* [online]. Travel Guide China [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2019statistics/>

Unesco-czech.cz. 2014. *Praha – představení* [online]. České dědictví UNESCO [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: https://www.unesco-czech.cz/praha/predstaveni/#page_start

UNWTO. 2016. *Statistics* [online]. Madrid: UNWTO [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/search?keys=statistics>

UNWTO. 2019. *Barometer* [online]. Madrid: UNWTO [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://unwto.org/barometer>

ÚŠELA, Jan, ELČIČ, Sandro. 2018. *Začal velký zátah proti sdílené ekonomice, finanční správa půjde po daních z pronájmů bytů přes Airbnb* [online]. Praha: Economia a.s. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/2018/08/28/zacl-velky-zatah-proti-sdilené-ekonomice-financni-sprava-pujde-po-danich-z-pronajmu-bytu-pres-airbnb/>

2020-05-08]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-66205190-zacal-velky-zatah-proti-sdilene-ekonomice>

Úřad kanadské vlády. 2017. *Canada's tourism vision* [online]. Ottawa: Úřad kanadské vláda [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/095.nsf/eng/00002.html>

VOELLM, Daniel J. 2011. *The 21st century game-changer up close: China outbound tourism* [online]. Hong Kong: HVS Global Hospitality Service [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.hvs.com/Content/3109.pdf>

WEIDENFELD, Adi, BUTLER, Richard W., WILLIAMS, Allan. 2015. *Visitor attractions and events locations and linkages*. Londýn: Routledge. ISBN 978-11-3882-471-3.

WOLF, Jan. 2018. *Praha se nesmí stát lacinou destinací* [online]. Praha: COT [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.icot.cz/jan-wolf-praha-se-nesmi-stat-lacinou-destinaci/>

WTTC. 2019. *Economic impact report* [online]. Londýn: WTTC [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

YAZDI, S., Khoshnevis, KHANALIZADEH, Bahman. 2017. Tourism demand: A panel data approach. *Current issues in tourism*, 20 (8): 787-800.

Zámek-frýdlant.cz. 2016. *Historie hradu a zámku Frýdlant* [online]. Praha: Národní památkový ústav [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.zamek-frydlant.cz/cs/o-zamku/historie>

Zámek-zákupy.cz. 2016. *Historie zámku Frýdlant* [online]. Praha: Národní památkový ústav [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.zamek-zakupy.cz/cs/o-zamku/historie>

ZOO Liberec. 2019. *Výroční zpráva ZOO Liberec NOVÉ* [online]. Liberec: ZOO Liberec [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.zooliberec.cz/o-nas-2-vyrocní-zpravy-zoo-liberec.html>