

Monitorovací systém a hodnocení udržitelného rozvoje destinace cestovního ruchu

Diplomová práce

Vedoucí práce:

doc. Ing. Ida Rašovská, Ph.D.

Bc. Adéla Krchňáková

Brno 2017

Na tomto místě bych ráda poděkovala své vedoucí paní doc. Ing. Idě Rašovské, Ph.D. za odborné vedení diplomové práce, za cenné rady, připomínky a poskytnutí času při konzultacích diplomové práce.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Monitorovací systém a hodnocení udržitelného rozvoje destinace cestovního ruchu** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 19. května 2017

Abstract

Krchňáková, A., The monitoring system and evaluation of sustainable tourism in destination. Diploma thesis. Brno. Mendel university in Brno, 2017.

The sustainable development represents an interesting area of study connected with a tourism, which is one of the fastest growing economic fields. The main objective of this thesis is to evaluate current situation of concepts of sustainable tourism and corporate social responsibility of hotels and determine phases of a life cycle of a chosen region in the Czech Republic. On the basis on the gained data the monitoring system is suggested for rating the sustainable tourism of the destination. The results give basic facts about the region and forms of the tourism in this region, actual overview about the sustainability in the destination, which was gained from primary researches and analyses of the secondary data. It also represents a life cycle of the destination and leads to the suggestion of a complex monitoring system for the chosen region. Due to the importance of both concepts around tourism, the implementation leads to reach better results in dependence of a competitiveness and the sustainability of the destination.

Keywords

Tourism, destination, sustainability, CSR, life cycle, monitoring system

Abstrakt

Krchňáková, A., Monitorovací systém a hodnocení udržitelného rozvoje destinace cestovního ruchu. Diplomová práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017.

Udržitelný rozvoj ve spojení s cestovním ruchem, který je v současné době jedním z nejrychleji rostoucích a největších hospodářských odvětví, představuje zajímavou oblast studia. Cílem práce je zhodnotit současnou situaci konceptů udržitelného cestovního ruchu a společenské odpovědnosti hotelů a určit fázi životního cyklu vybraného regionu České republiky. Na základě zjištěných výsledků je následně navržen monitorovací systém pro hodnocení udržitelného rozvoje destinace cestovního ruchu. Výsledky poskytují základní fakta o regionu a z nich vyplývající formy cestovního ruchu, aktuální přehled o udržitelnosti v destinaci získaný z provedených primárních průzkumů a analýzy sekundárních dat, dále znázorňují životní cyklus destinace a vedou k návrhu komplexního monitorovacího systému pro daný region. Vzhledem k významnosti obou konceptů v oblasti cestovního ruchu, vede jejich implementace k dosahování lepších výsledků z hlediska konkurenceschopnosti a udržitelnosti destinace.

Klíčová slova

Cestovní ruch, destinace, udržitelnost, CSR, životní cyklus, monitorovací systém

Obsah

1	Úvod	11
2	Literární přehled	12
2.1	Cestovní ruch	12
2.2	Destinace cestovního ruchu	13
2.2.1	Region	15
2.2.2	Destinační management	16
2.2.3	Organizace destinačního managementu	17
2.2.4	Životní cyklus destinace	19
2.3	Udržitelný rozvoj cestovního ruchu	22
2.3.1	Udržitelný rozvoj	22
2.3.2	Udržitelný cestovní ruch	23
2.3.3	Pilíře udržitelného rozvoje	25
2.4	Monitoring a hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu	27
2.4.1	Proces hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu	27
2.4.2	Indikátory	28
2.4.3	Tvorba indikátorového systému	31
2.5	Společenská odpovědnost firem v cestovním ruchu	32
3	Cíl a metodika	34
3.1	Cíl práce	34
3.2	Metodika	34
4	Hodnocení udržitelného rozvoje a návrh monitorovacího systému destinace Východní Morava	39
4.1	Charakteristika destinace Východní Morava	39
4.1.1	Ukazatele cestovního ruchu	40
4.1.2	Typy cestovního ruchu v regionu Východní Morava	43
4.2	Hodnocení udržitelnosti regionu Východní Morava	43
4.2.1	Ekonomický pilíř	44

4.2.2	Sociální pilíř.....	46
4.2.3	Environmentální pilíř	47
4.3	Hodnocení udržitelnosti Východní Moravy na základě primárního výzkumu.....	48
4.3.1	Dotazníkové šetření na hodnocení konceptu CSR v hotelech	48
4.3.2	Dotazníkové šetření na hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu z pohledu obyvatel a zástupce CCRVM.....	51
4.3.3	SWOT matice	61
4.3.4	Životní cyklus destinace Východní Morava.....	62
4.4	Monitorovací systém destinace Východní Morava.....	63
5	Diskuze	69
6	Závěr	74
7	Literatura	75
8	Seznam obrázků	80
9	Seznam tabulek	81
A	Aktivity a jejich sezónnost	84
B	Ukazatele udržitelného rozvoje regionu	86
C	Primární průzkum	92

1 Úvod

Cestovní ruch je v rozvojových zemích považován za prostředek hospodářského rozvoje, nejen že nabízí příležitosti v profesích oblasti cestovního ruchu, ale přispívá také k růstu zaměstnanosti i v jiných odvětvích. Významnou roli hraje také pro českou ekonomiku. V dnešní době představuje nezbytnou součást životního stylu a potřeb populace. V posledních letech výrazně roste, a i v nejbližších letech lze očekávat jeho další nárůst, spojený s hlubokými ekonomickými a politickými příčinami i změnami životního stylu.

Z historického hlediska je cestovní ruch rozvíjen neudržitelně, a to zejména tím, že se přesouvá do atraktivních přírodních a kulturních lokalit s výrazným projevem sezónnosti. Navíc se cestovní ruch projevuje jako otevřený systém a mají tedy všichni svobodu do něj vstoupit a sdílet jeho výhody. Tím vytváří tlak na přírodní, kulturní, ekonomické a sociální prostředí. Tento tlak může způsobit negativní efekty, které je potřeba omezit, proto je potřeba změnit chápání cestovního ruchu. Turisté v regionu mají jiné potřeby než místní obyvatelé a nepromyšlené investice do rozvoje cestovního ruchu tak často nepříznivě ovlivňují nejen životní prostředí, ale také místní obyvatelstvo. Tyto poznatky tak vedou k mnohým diskuzím domácích i zahraničních autorů v oblasti cestovního ruchu v souvislosti s konceptem udržitelného rozvoje.

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu znamená optimální využívání sociálních, přírodních, kulturních a finančních zdrojů pro národní rozvoj na spravedlivém a udržitelném základě, který poskytuje jedinečný zážitek návštěvníkům a zlepšuje kvalitu života prostřednictvím partnerství mezi místními samosprávami, soukromým sektorem a komunitami (Rukuižienė, 2014). Hlavním cílem managementu destinace by mělo být zabránit negativním dopadům rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím dodržování principů trvale udržitelného rozvoje a udržovat takový stav destinace, který bude k dispozici i příštím generacím. K tomu může přispět také dodržování konceptu společenské odpovědnosti firem, který je aplikován na podniky působící v destinaci v odvětví cestovního ruchu. Podniky cestovního ruchu skutečně pomalu zařazují principy udržitelnosti k agendě destinace. Ačkoliv první vlna udržitelného rozvoje začala už dávno, stále není snadné pro firmy v destinaci pochopit principy udržitelnosti, natož její postupy dodržovat.

Existuje velké množství typů destinací, ale každý typ destinace je jedinečný, proto je potřeba brát v úvahu charakter a typické vlastnosti každé destinace při jejím hodnocení a návrhu patřičných ukazatelů. Vzhledem k významu a úloze konceptů se diplomová práce zabývá právě hodnocením udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve vybraném regionu České republiky a následným návrhem indikátorů, které umožňují sledovat vývoj destinace v delším časovém období z hlediska její udržitelnosti.

2 Literární přehled

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je v dnešní době považován za jednu z globálně nejintenzivněji rozvíjejících se ekonomických a společenských aktivit. Je výsledkem dlouhého historického vývoje lidské společnosti. Velký zájem o cestování se projevuje již od starověku, kdy jednotlivci a skupiny lidské společnosti začali cestovat z místa jejich obvyklého působení do míst mimo jejich bydliště za účelem odpočinku a regenerace, poznání nových míst nebo ze zdravotních důvodů (Nejdl, 2011).

Podle Ryglové (2009) lze definovat cestovní ruch více způsoby, protože jinak na tento obor pohlížejí hotely, cestovní kanceláře, obce a podnikatelé působící v nich. Jinak vnímají cestovní ruch zase ti, kteří jsou jeho konzumentem. Šauer a kol. (2015) uvádí ve své publikaci uznávanou definici podle světové organizace cestovního ruchu UNWTO, která vysvětluje cestovní ruch jako *„souhrn aktivit osob, které cestují do místa mimo jejich trvalého bydliště a v tomto místě zůstávají po dobu kratší, než je jeden rok, za účelem trávení volného času, podnikání či za jiným účelem.“*

Ryglová a kol. (2011) ve své publikaci uvádí, že by měl být chápán cestovní ruch jako průmysl, který zahrnuje služby spojené s cestováním a turistikou a lze jej rozdělit do následujících sektorů:

- Ubytovací služby – což zahrnuje služby poskytovatelů ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po malé penziony.
- Atrakce – do nichž spadají národní parky, kulturní a historické zajímavosti, botanické zahrady, parky, sportovní areály apod.
- Doprava – zahrnuje dopravu automobilem, autobusem, letadlem, lodí, vlakem, patří zde také půjčovny vozidel.
- Zprostředkovatelé – zde lze zařadit cestovní kanceláře a agentury, sezónní zprostředkovatele a agenty, touroperátory, organizátory konferencí, rezervační systémy aj.
- Organizace – patří zde regionální centra, turistické asociace, národní turistické centrály apod.

Také Nejdl (2011) považuje cestovní ruch za dynamickou a neustále rozvíjející se mnohodontvovou kategorii, která zahrnuje mnoho různých resortů a odvětví jako jsou např. doprava, ubytování, stravování, průmysl, zemědělství, rybolov, obchod, bankovníctví a pojišťovnictví, informatika, kultura, zdravotnictví, další služby a živnosti. Za další charakteristické rysy cestovního ruchu vedle mnohodontvosti považuje:

- **Změnu místa běžného prostředí**, tedy cestování z místa obvyklého prostředí do místa mimo trvalé bydliště.
- **Dočasný pobyt v místě**, které není místem běžného prostředí účastníka cestovního ruchu.
- **Hlavním cílem cesty není výdělečná činnost** v navštíveném místě.

- **Účastník koná cestu převážně v době svého volného času.**
- **Vytváření vztahů účastníků cestovního ruchu mezi lidmi v navštíveném místě,** tedy s místním obyvatelstvem, s poskytovateli služeb a prodejci zboží a s ostatními účastníky cestovního ruchu.
- **Bezprostřední spojení účastníka cestovního ruchu s místem dočasného pobytu,** ke kterému dochází při vlastní realizaci cestovního ruchu.

2.2 Destinace cestovního ruchu

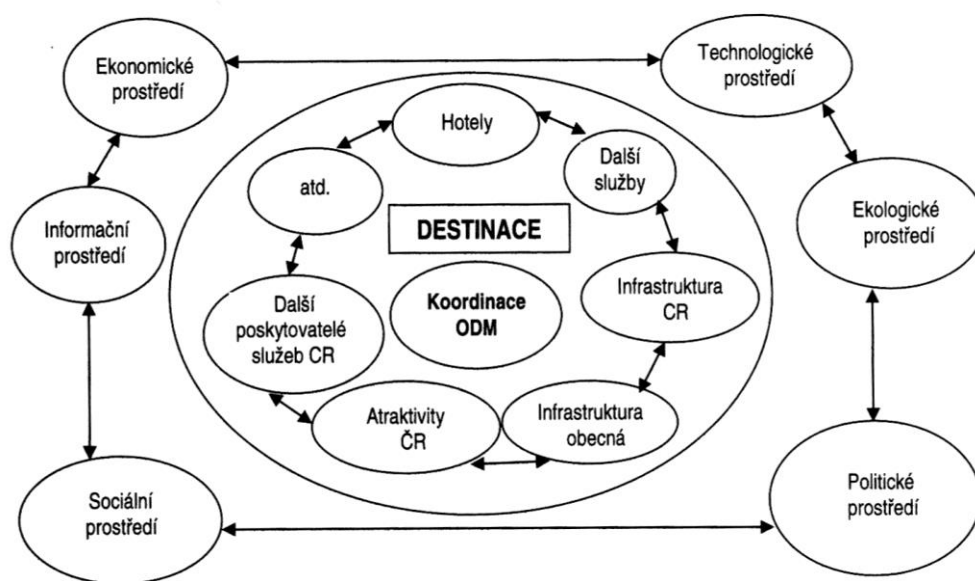
Šauer a kol. (2015) ve své publikaci uvádí definici destinace, jako svazek služeb, které jsou koncentrovány v určitém místě či oblasti. Tyto služby jsou poskytovány v návaznosti na atraktivitu místa či oblasti. Buhalis (2012) definuje destinaci jako místo, které nabízí směs produktů a služeb v oblasti cestovního ruchu a mělo by poskytovat ucelený zážitek spotřebiteli. Nejdřív (2011) ve své publikaci cituje rozšiřující definici lokální destinace podle Světové organizace cestovního ruchu z roku 2002 jako „*fyzický prostor, ve kterém turista stráví nejméně jedno přenocování. Zahhrnuje turistické produkty tvořené atraktivitami cestovního ruchu a podpůrnými službami a soubor možností zábavy pro jednodenní návštěvníky. Má přírodní a administrativní hranice, které vymezují její řízení, image a vnímání, které definují její konkurenceschopnost. Lokální destinace zahrnují i hostitelskou komunitu a mohou být součástí větších destinací.*“ Palatková (2006) doplňuje, že velikost a charakter destinace cestovního ruchu závisí především na dvou faktorech strany nabídky – na základní nabídce, tedy na atraktivitách a na odvozené nabídce destinace, kterými jsou služby. Velký význam při vymezení destinace sehrává také strana poptávky, a to především motivací k cestě do destinace a vzdáleností mezi výchozím místem a destinací. Gnoth (2002) charakterizuje destinaci pomocí tří typů vnímání a to funkcionální, zkušenostní a symbolické. Autoři Park, Jaworski a MacInnis (1986) popisují jejich vliv na zákazníkovo rozhodování při výběru značky a uspokojování potřeb. Funkční potřeby řeší externě generované potřeby. Symbolické potřeby jsou definovány jako touha po výrobcích, které splňují vnitřně generované potřeby jako je sebezlepšování, postavení role, skupinové členství nebo sebeurčení. Potřeby zkušenostní představují touhu po produktech, které poskytují smyslové potěšení, rozmanitost a kognitivní stimulaci. Výsledky studie Choi a Cho (2016) ukazují, že čím je vyšší funkční a symbolické vnímání, tím je pravděpodobnější, že bude více kladných postojů turistů. Zároveň platí, postoj turistů se stává pozitivní, když je prožitkové vnímání negativní. To znamená, že pokud má cestující malou zkušenost s cestováním, cítí více vzrušení a očekávání, což podporuje kladnější postoj k cestování.

Kiráľová (2003) rozvádí ve své publikaci šest charakteristických rysů destinace, tzv. 6A destinace podle významného autora Buhalise:

- **Atractions** – představují primární nabídku cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává návštěvnost.

- Accessibility and ancillary services – jedná se o všeobecnou infrastrukturu, která umožňuje přístup do destinace, pohyb za atraktivitami destinace a patří zde také služby, které využívají místní obyvatelé (zdravotnictví, banky, pošty apod.)
- Amenities – jde o suprastrukturu a infrastrukturu cestovního ruchu, které umožňují pobyt v destinaci (ubytování, pohostinství, sportovní, kulturní či jiná zařízení).
- Available packages – představují již připravené produktové balíčky.
- Activities – jedná se o rozmanitou nabídku aktivit.

Podle Nejdla (2011) je systém destinace cestovního ruchu tvořen specifickými prvky, a to atraktivitami cestovního ruchu, infrastrukturou a suprastrukturou cestovního ruchu, všeobecnou infrastrukturou, která je využitelná v cestovním ruchu a organizačně-administrativní a technickou vybaveností území. Jednotlivé prvky jsou pak spojeny vzájemnými vazbami. Obsah a struktura každého systému destinace je předurčena jeho konkrétní situací, a proto je každá destinace jedinečná. Každý systém destinace disponuje vnitřním prostředím a zároveň je obklopen vnějším prostředím. Tento systém se neustále vyvíjí, protože se v průběhu času mění počet a obsah prvků, síla a účinnost vazeb mezi těmito prvky a mění se také požadavky na efektivní fungování destinací. Následně změna v jednom vztahu vyvolá změnu i v dalších úrovních. Systém destinace a jeho pozice v prostředí je uveden na obrázku 1.



Obr. 1 Systém destinace a jeho pozice v prostředí
Zdroj: Nejdla, 2011

Sanda (2016) vysvětluje ve své práci komplexní pojetí destinace cestovního ruchu následovně. Turisté nakupují turistické produkty, když si vybírají dovolenou

v destinaci. Produkt cestovního ruchu v destinaci představuje kombinaci zboží a služeb, které jsou produkovány nezávislými podniky, z nichž každý jedná podle svých vlastních potřeb a zájmů a neohlíží se na potřeby a činnosti jiných podniků. Společnosti mají za hlavní cíl maximalizaci svého zisku, a ne všichni chápou, že pokud chtějí dosahovat zisku, musí mít spokojené zákazníky a spokojení zákazníci musí dostávat kvalitní výrobky. Z turistického hlediska je destinace cestovního ruchu sjednocený produkt bez ohledu na počet jeho součástí. Jestliže má turista nepříjemnou zkušenost s jedním z poskytovatelů služeb v destinaci, může mít tato zkušenost za následek haló efekt, který způsobí negativní mínění také o ostatních poskytovatelích služeb v destinaci a o destinaci jako celku. To vysvětluje, jak důležité je pro společnosti z určité destinace vytvářet takové turistické produkty, které uspokojí turisty.

Destinace lze rozčlenit do několika typů, podle hlavních aktivit, které jsou typické pro dané území. Cílem je zvolit co nejvhodnější pozici určitého území a usnadnit tak poptávce orientaci v množině nabídek. Tato pozice je určena atraktivitami a ostatními aktivitami, které dané území nabízí (Nejdl, 2011). Za vhodné rozdělení typů destinací cestovního ruchu podle atraktivit bývá považováno následující členění destinací (Buhalis, 2012):

- městská,
- přímořská,
- horská,
- venkovská,
- autentický třetí svět,
- jedinečná,
- exotická,
- exkluzivní.

Speciálně pro Českou republiku vyčlenila ve své disertační práci Pásková (2003) celkem deset destinačních typů, a to destinace:

- lázeňského typu
- typu turistiky v přírodně hodnotných oblastech
- typu u vodních ploch
- typu poznávacího cestovního ruchu ve vesnických oblastech
- městského typu
- historického typu
- horského typu
- poutního typu
- typu středisek individuální rekreace
- typu komplexů uměle vytvořených atraktivit a služeb cestovního ruchu.

2.2.1 Region

V souvislosti s pojmem destinace je třeba vysvětlit také pojem region cestovního ruchu. Jak uvádí Nejdl (2011), region představuje přírodní územní celek, který se

vyznačuje společnými fyzicko-geografickými a sociálně-geografickými charakteristikami:

- Stejnorodé geografické a geomorfologické území, které je ohraničeno nějakým přirozeným způsobem (hory, vodní toky, reliéfy), či jinými znaky, které ho odlišují od sousedního území.
- Kulturně-historické dědictví, což jsou historické památky, kulturní a umělecké artefakty nebo další uměle vytvořené atraktivity.
- Historický a kulturní vývoj, životní styl, zvyky a tradice, které mají určitý specifický ráz ve srovnání s okolím.
- Prvky návazné vybavenosti místa.

Aby byl region trhem rozpoznán a akceptován, musí mít nějakou minimální velikost a vybavenost. Tato hranice akceptovatelnosti je relativní, nikoliv pevně daná a závisí na spoustě proměnných. Je určena konkrétním trhem.

V této souvislosti je třeba ještě vysvětlit pojem administrativní region, pro který je typické, že vzniká administrativním, správním aktem. Je částí velkých územních celků (států), které se dále člení na menší celky, jejichž rozloha a hranice jsou pevně stanoveny obecně závazným rozhodnutím oficiálních orgánů státní správy (Nejdl, 2011). V České republice představuje region základní strukturální prvek, který tvoří základ destinace cestovního ruchu.

Centrála cestovního ruchu – CzechTourism rozdělila Českou republiku do 17 turistických regionů, které se dále člení na 40 turistických oblastí (CzechTourism, 2005-2017).

2.2.2 Destinační management

Destinační management je podle Morrisona (2013) profesionální přístup k řízení veškerého úsilí v místě, které se rozhodlo provozovat cestovní ruch jako hospodářskou činnost. Řízení destinace zahrnuje koordinované a integrované řízení destinačního mixu (atrakce a události, zařízení, doprava, infrastruktura a pohostinství. Ryglová (2009) vysvětluje management destinace jako systém řídicích dovedností a činností, které jsou využívány při koordinovaném plánování a organizaci cestovního ruchu v konkrétní destinaci. Základním předpokladem úspěšného managementu destinace je podle autorky partnerská spolupráce, založena na principu 3P (Public – Private – Partnership). Řízení destinace je dle Šauera a kol. (2015) definováno jako „specifická forma řízení, která spočívá v procesu založeném na spolupráci mezi jednotlivými zainteresovanými subjekty cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci, přičemž klíčovým faktorem úspěšné realizace destinačního řízení je vzájemná komunikace.“ Z uvedené definice pak vyplývají 3 základní principy (princip 3K):

- Kooperace – je chápána jako spolupráce poskytovatelů služeb v dané oblasti s cílem dosáhnout efektivnějšího řízení cestovního ruchu destinace. Jednotliví aktéři cestovního ruchu pak nevystupují v destinaci jako konkurenti, ale jako partneři, čímž má management destinace přispět k rozvoji sdružených jednotek v dané oblasti, což nevylučuje ani spolupráci subjektů, které vůči sobě mohou působit jako konkurenti v destinaci.

- Koordinace – má zajišťovat, aby všechny činnosti prováděné organizací destinačního managementu byly optimální a ve vzájemném souladu, aby nedocházelo k duplicitě činností, a tím k neefektivitě samotného procesu řízení destinace. Hlavní roli zde hraje efektivita, která spočívá minimálně v jasném přerozdělení kompetencí, tj. zodpovědnosti za konkrétní úkony a tím zamezení jejich duplicity.
- Komunikace – vzájemná komunikace mezi aktéry cestovního ruchu je předpokladem výměny názorů, informací, zkušeností a dovedností, které jsou pro cestovní ruch nepostradatelné, jelikož vstupují do produktu cestovního ruchu. Důležitá je volba komunikačních kanálů jakožto nástrojů, které slouží pro vzájemnou výměnu informací. V současnosti se používají k zajištění efektivní komunikace moderní komunikační a informační technologie. Pro potřeby destinačního managementu se v zahraničí vyvinuly systémy destinačního řízení, které představují integrovaný systém s informační, rezervací a strategickou funkcí.

Podle Ryglové a kol. (2011) je destinační management řízení nějaké oblasti či destinace s cílem zvýšit efektivnost aktivit, které jsou spojeny s cestovním ruchem a udržitelným rozvojem. Úkolem destinačního managementu je koordinovat činnosti jednotlivých zájmových skupin působících v destinaci (poskytovatelé služeb, investoři, místní obyvatelé, ...), dále vytvářet strategické plány rozvoje destinace, realizovat různé marketingové aktivity, organizovat spolupráci ziskového a neziskového sektoru, využívat podpůrné fondy a celou destinaci řídit tak, aby mohla konkurovat ostatním destinacím na trhu.

Úkolem managementu destinace je rozvoj zdrojů a správa zdrojů. Rozvoj zdrojů znamená zajištění konkurenceschopnosti destinace, aby destinace byla schopna efektivně a výnosně konkurovat na trhu cestovního ruchu. Správa zdrojů představuje udržitelnost, tedy zachovávat kvalitu svých sociálních, kulturních, fyzických a environmentálních zdrojů, zatímco jsou využívány na trhu cestovního ruchu. V kontextu konkurenceschopnosti vykonává organizace destinačního managementu klasické podnikové manažerské taktiky, v kontextu zachování udržitelnosti vykonává organizace destinačního managementu specifické formy řízení, které se dále člení na řízení rekreačních zdrojů a na řízení účastníků, přičemž řízení účastníků lze rozdělit ještě na řízení návštěvníků, tj. poptávky a řízení místních komunit, tj. nabídky (Šauer a kol., 2015). Vzhledem k významnosti konceptu udržitelnosti pro tuto práci bude tento koncept vysvětlen v samostatné kapitole 2.3.

2.2.3 Organizace destinačního managementu

Nenahraditelným prvkem systémového uspořádání destinace cestovního ruchu je organizace destinačního managementu někdy také nazývaná organizace cestovního ruchu. Jestliže má dané území fungovat jako destinace, je potřeba ho řídit a organizovat tak, aby mohlo splnit očekávání, která jsou do něj vkládána (Nejdl, 2011). Podle Morrisona (2013) představuje destinační organizace týmy profesionálů, kteří vedou a koordinují všechny účastníky cestovního ruchu v destinaci. Hlavním úkolem této organizace je vykonávat řídicí aktivity v oblasti cestovního

ruchu v destinaci. Její význam spočívá v plnění funkce celodestinačního charakteru, která má zajistit hospodárné a efektivní fungování destinace jako celku. Organizace destinačního managementu tedy funguje jako řídicí organizační jednotka cestovního ruchu v destinaci a zároveň naplňuje hlavní funkce organizačního uspořádání prvků a procesů systému destinace (Nejdl, 2011):

- funkci marketingovou – realizuje jednotný marketing destinace, tedy zabezpečuje sama nebo zprostředkovaně komplexní marketingové aktivity za celou destinaci,
- funkci zastupování zájmů cestovního ruchu destinace – množina zájmů v destinaci je tvořena společnými, ale i protichůdnými zájmy jednotlivých prvků, cílem je tedy stanovit strategické směřování destinace, které bude sjednocovat rozdílné zájmy prvků,
- funkci nabídkovou – vytváří optimální prostředí pro poskytování služeb, které mají veřejný charakter, tzn., že jejich konzumace je přístupná bez omezení návštěvníkům destinace i místním obyvatelům,
- funkci veřejnou – prostřednictvím této funkce je nutné vykonávat také činnosti, které nejsou směřovány pouze na návštěvníky, ale na zdokonalování prostředí pro poskytovatele služeb a zajištění kvalitní nabídky destinace,
- funkci rozhodujícího činitele tvorby regionální rozvojové politiky turismu
- funkci destinační-rozvojovou – vytváří podmínky pro využití rozvojových atributů cestovního ruchu, zejména pro podporu a realizaci ekonomických, sociálních, environmentálních a dalších přínosů v destinaci, dále tato funkce přispívá k minimalizaci negativních dopadů turismu na životní prostředí.

Zřízení a provoz organizace poskytuje moderní model řízení pro rozvoj a marketing turistické destinace. Umožňují vytvoření integrované strategie, která zapojuje všechny příslušné subjekty na straně nabídky cestovního ruchu v destinaci. Vedle nutnosti chránit přírodní a kulturní zdroje a identitu místní komunity, má destinační management potřebu dosáhnout shody mezi jednotlivými aktéry, kteří mají obvykle protichůdné zájmy a cíle. Při výběr modelu, je třeba mít na paměti, že každé místo určení je jedinečné, jsou zde zapojeny různé zúčastněné strany s rozdílnými zájmy a dopady na rozhodovacím procesu a vývojem vidění obecně, proto zvolené řešení musí souhlasit s úrovní vývoje systému a musí probíhat vzájemné interakce mezi jeho členy, aby se zabránilo chaotickému a parciálnímu vývoji, který nevyhnutelně vede ke snížení ziskovosti celé destinace (Durašević, 2015). Dle Királ'ové (2003) musí být tato organizace schopna přizpůsobit se změnám trhu. Požadované výsledky může svým řízením ovlivňovat a zároveň za dosažené výsledky nese zodpovědnost.

Hlavními úkoly organizace destinačního managementu je řídit a rozvíjet cestovní ruch, podporovat kooperaci v dané destinaci, vytvářet a prodávat společné produkty. Organizace destinačního managementu se v závislosti na velikosti a rozsahu působnosti zabývá (Ryglová a kol., 2011):

- tvorbou koncepce a strategií rozvoje cestovního ruchu v destinaci;
- analýzou trhu a výzkumy;
- tvorbou, propagací a prodejem produktů;

- budováním image a značky destinace;
- koordinací činností subjektů, které se podílejí na rozvoji cestovního ruchu v destinaci;
- komunikací a tvorbou společných postupů pro dosažení stanovených cílů;
- marketingovými aktivitami;
- managementem kvality;
- managementem znalostí;
- návštěvnickým managementem;
- rozvojem a provozem informačních a rezervačních systémů;
- shromažďováním a poskytováním informací.

Organizace cestovního ruchu může působit na různých úrovních, a to jako lokální turistická organizace, regionální turistická organizace, národní turistická organizace nebo kontinentální turistická organizace (Rygllová, 2009).

2.2.4 Životní cyklus destinace

Podle Nejdla (2011) podléhá destinace, stejně jako každý další živý organismus určitým zákonitostem, zejména pak cyklickému či dlouhodobě vzestupnému vývoji, avšak s řadou větších či menších poklesů. Jako první aplikoval myšlenku životního cyklu do oblasti cestovního ruchu Butler. Mnozí před ním se snažili hledat modely k vysvětlení vývoje cestovního ruchu a k zevšeobecňování změn. Butler tak nahrazuje prodeje výrobků příjezdy turistů v průběhu času (v Nordin, Westlund, 2009). Koncept životního cyklu destinace vysvětluje Pásková (2014) jako konceptuální rámec pro studium vývoje, dynamiky a udržitelnosti destinace. Tento teoretický konstrukt představuje jednu z mnoha aplikací klasické křivky životního cyklu výrobku, která je tradičně používána v marketingu.

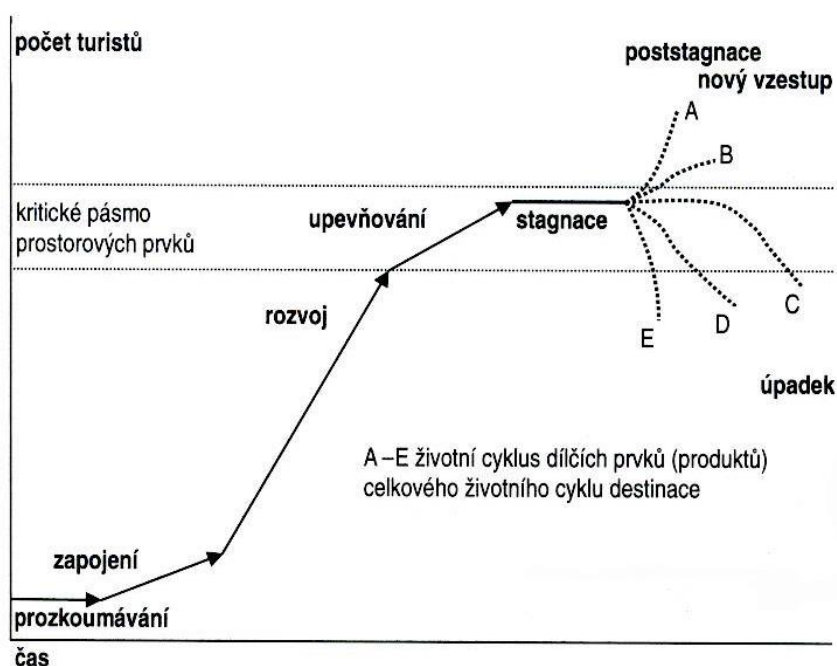
Trajektorie životního cyklu je zobrazována křivkou, která zachycuje vývoj hodnot základních ukazatelů vývoje potenciálu, stavu a cestovního ruchu v konkrétní oblasti. Těmito indikátory můžou být například objem a počet návštěvníků, hodnoty únosné kapacity území, velikost příjmů z cestovního ruchu na obyvatele, míra využití ubytovacích kapacit, množství odpadu, úroveň hlučnosti a podobně (Pásková, 2014).

Jak již bylo jednou uvedeno, destinace se skládá řady specifických prvků, které jsou spojeny vzájemnými vazbami. Každá destinace má však rozdílný počet nosných prvků, tedy poskytovatelů služeb a síť jejich vzájemných vtaů a vazeb s okolím a další předpoklady existence destinace jsou rozdílné. Proto je nutné pohlížet na každou destinaci, jako na zvláštní a jedinečný komplex. Křivka životního cyklu destinace, zahrnující rozmanitou množinu samostatných prvků, je tak pouze jakýmsi teoretickým vyjádřením, či odrazem virtuální situace a je potřeba k ní také takto přistupovat. Jejím úkolem je znázornit jednotlivé vývojové fáze, které vycházejí z řady příčin. Praxe ukazuje, že trajektorie křivky je závislá na mnoha proměnných, které platí vždy jen pro danou destinaci, pro konkrétní situaci, konkrétní tržní prostředí, konkrétní vnější podmínky apod. V realitě má každý prvek destinace svůj vlastní životní cyklus, který představuje hmatatelnou a poměrně

srozumitelnou informaci o jejich existenci. Jednotlivé křivky těchto prvků nejsou stejné, protože mají jiné specifické podmínky, jinou délku jednotlivých fází, a proto se křivka životního cyklu jednotlivých prvků nemusí shodovat s křivkou životního cyklu celé destinace (Nejdl, 2011).

Z hlediska trajektorie životního cyklu destinace lze rozlišovat dva základní druhy cestovního ruchu. V případě rozvoje tzv. „měkkého“ cestovního ruchu se jedná o soubor dlouhodobě zaměřených aktivit, které jsou charakterizovány zejména individuální návštěvností destinace a jejím endogenním rozvojem. Při rozvoji „měkkého“ cestovního ruchu probíhá ekonomický růst v pozvolném tempu, což je však kompenzováno poměrně stabilním destinačním systémem. Ve druhém případě se jedná o rozvoj tzv. „tvrdého“ cestovního ruchu, který představuje naopak krátkodobě orientovaný, převážně exogenní rozvoj cestovního ruchu, jenž je spojen s hromadnou návštěvností destinace. Z uvedených charakteristik vyplývá, že „měkký“ cestovní ruch se vyznačuje spíše plochou křivkou životního cyklu, naopak pro „tvrdý“ cestovní ruch je typická strmá trajektorie životního cyklu (Šauer a kol., 2015).

Model životního cyklu destinace bývá různě modifikován. Někteří autoři preferují čtyři etapy, jiní zase šest. Nejdl (2011) stejně jako Butler (v Nordin, Westlund, 2009) uvádí komplexní pojetí životního cyklu destinace (Obr. 2). Životní cyklus destinace je tak znázorněn pomocí šesti časových etap, a to Průzkum, Zapojení, Rozvoj, Upevnění, Stagnace a Poststagnace (Oživení nebo naopak Úpadek).



Obr. 2 Životní cyklus destinace v komplexním pojetí
Zdroj: Nejdl, 2011

Tento model předpokládá spíše hladký přechod z jedné fáze do druhé. Mnoho studií však zdůrazňuje potíže v jasné identifikaci těchto fází, a to zejména ve chvíli kdy probíhá (Nordin, Westlund, 2009).

Prvotní fází je dle Nejdla (2011) *fáze prozkoumávání*. V tomto stádiu přijíždí do destinace první návštěvníci, jako tzv. „objevitelé nových míst“. Prvotní návštěvníci zde proudí v poměrně malém počtu. Šauer a kol. (2015) doplňuje, že se jedná o návštěvníky ze vzdálenějších oblastí, kteří vyhledávají podstatně odlišné přírodní a kulturní podmínky a kteří si zajišťují cestování vlastními silami na základě vlastních znalostí. Ekonomické zisky jsou nízké a investiční příležitosti se zde nevytváří. Infrastruktura cestovního ruchu v této fázi prakticky neexistuje nebo pouze v minimálním rozsahu. V tomto stádiu se rozhoduje, zda má území předpoklady stát se destinací (Nejdl, 2011).

V další *fázi zapojení* se začíná destinace rozvíjet. Návštěvnost roste, ale stále je malá. Ceny jsou relativně vysoké, avšak tvorba přidané hodnoty turismu a zisky privátního sektoru jsou nízké. I když roste poptávka poměrně pomalým tempem, vznikají nové pracovní příležitosti, rostou požadavky na rozvoj infrastruktury a na výstavbu kapacit cestovního ruchu. V rámci této etapy začínají růst marketingové výdaje a klade se důraz na marketing destinace. Tato fáze společně s další fází je znázorněna rostoucí křivkou životního cyklu (Nejdl, 2011).

Následující *fáze růstu* je charakteristická razantním růstem. Roste poptávka, roste počet návštěvníků přijíždějících do destinace a rostou také ekonomické přírůstky území, což se projevuje růstem zisků a příjmů poskytovatelů služeb a také zvýšeným zájmem investorů o investování na území destinace. Šauer a kol. (2015) uvádí, že v této fázi mnohdy počty návštěvníků převyšují počet místních obyvatel, je zde typický masový cestovní ruch a diverzifikace nabídky. Rozvíjí se infrastruktura a doprava v destinaci, zvyšují se počty ubytovacích zařízení, restauračních, sportovních a kulturních zařízení. Tím vznikají nové uměle vytvořené atraktivity, které činí destinaci více přitažlivou. Nezbytnou roli v této fázi hraje destinační marketing. Zvýšenou pozornost je třeba věnovat pochopení místních obyvatel a ochraně životního prostředí (Nejdl, 2011).

Další etapou životního cyklu destinace je *fáze upevnění*. Dle Butlera (v Nordin, Westlund, 2009) růst pokračuje, ale pomaleji. Jedná se o plně rozvinutou destinaci s velkými řetězci a operátory. Místní ekonomika je více či méně závislá na cestovním ruchu. Podle Morrisona (2013) v této fázi dochází ke zpomalení růstu návštěvnosti a projevuje se také sezónnost destinace. Pásková (2014) a Nejdl (2011) dodávají, že příjezdy návštěvníků do destinace absolutně rostou, avšak dochází ke značnému zpomalení tempa růstu. Někteří návštěvníci přestávají destinaci vyhledávat, protože je na jejich vkus příliš přeplněná a neposkytuje jim neobyčejné zážitky. Stále vysoký počet návštěvníků způsobuje také nespokojenost u místních obyvatel. Dochází ke snižování cen, snižuje se výnosovost a ziskovost investic, což vyvolává pokles zájmu investorů a další ekonomické problémy. Mění se obsah nabídky, kdy se přechází od přírodních a kulturních atraktivit k umělým. Nezbytné pro destinaci jsou v této fázi marketingové aktivity a propagace.

Růst pokračuje, dokud nedosáhne *fáze stagnace*, jejíž hlavním charakteristickým rysem je nasycenost. Podle Páskové (2014) se jedná o nejkritičtější etapu destinačního cyklu, protože se rozhoduje v této fázi o tom, zda poslední fáze povede k úpadku nebo k vzestupu. Počet návštěvníků je na vrcholu a průměrná délka pobytu společně s průměrnou útratou návštěvníka vykazuje klesající tendenci. Přírodní a kulturní atraktivity jsou nahrazovány umělými atrakcemi. Klesající poptávka způsobuje, že ubytovací kapacity nejsou ani v sezóně plně využity. V této fázi se projevují nedostatky destinačního managementu. Destinace sice disponuje stálou image, ta už ale není tak moderní. Nejdí (2011) ve své publikaci dodává, že cílem této fáze je zachránit podíl na trhu a obnovit pozici na trhu, tedy zabránit jejímu zhoršování. K tomu je potřeba klást důraz na kooperaci a společnou značku destinace.

Poslední fází uvedeného životního cyklu je *fáze poststagnace*, která se může projevit jako nový vzestup (zakřivení A) nebo úpadek (zakřivení E). *Nový vzestup* nastane, pokud destinace disponuje dostatečnými zdroji a kompetencemi k nalezení nové tržní pozice destinace. K tomu je potřeba obnovit a vylepšit stávající nabídku a zaměřit se na nové poptávkové segmenty. Je třeba zakládat úspěch na konkurenčních výhodách, které jsou založeny na přírodních a kulturních atraktivitách, a nikoliv jen na módě či zábavě. Pro dosažení úspěchu a odstranění problémů je potřeba klást důraz na promyšlený marketing a destinační management. *Úpadek* se naopak projeví, jestliže jsou zdroje a kompetence nedostatečné. Destinace přestává být zajímavá pro delší pobyty, klesá počet přenocování a převažují jen víkendové či jednodenní návštěvy. Nedochozí zde k potřebné údržbě, obnově a modernizaci. Klesá konkurenceschopnost destinace. Šauer a kol. (2015) k úpadku dodává, že dochází k výraznému narušení životního prostředí a místního životního stylu. Tento stav bývá často výsledkem válečných konfliktů, přírodních katastrof nebo epidemií. Jak je vidět na uvedeném obrázku, destinace se v poslední fázi poststagnace může projevovat ještě jiným vývojem, který je jakýmsi kompromisem mezi dvěma uvedenými. Pásková (2014) píše ještě o *poklesu*, který se projevuje útlumem návštěvnosti, o *stabilizaci*, pro kterou je charakteristická stabilní úroveň návštěvnosti a o *adaptaci*, která je spojena s jistými změnami v rozvoji cestovního ruchu a s přizpůsobením se únosné kapacitě.

2.3 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu

2.3.1 Udržitelný rozvoj

Termín „udržitelný“ je odvozen od slova udržet, což znamená vykládat úsilí za účelem kontroly nad rovnováhou systému. Slovo udržovat je vysvětleno jako snaha o zachování systému v požadovaném rovnovážném stavu (Pawliczek, 2011). Pod pojmem „rozvoj“ si lze představit nějakou pozitivní změnu stavu společnosti nebo kultury. Vnímání a chápání této pozitivní změny je objektivní, a tedy závislé na lidských hodnotách. Podstata udržitelného rozvoje byla poprvé zmíněna ve zprávě Naše společná budoucnost z roku 1987, kdy Světová komise pro životní prostředí

a rozvoj poprvé definovala udržitelný rozvoj jako zajišťování potřeb současnosti, aniž by došlo k omezení možnosti uspokojit potřeby generací budoucích (World Commission on Environment and Development, 1987). Maier a kol. (2012) ve své publikaci definuje udržitelný rozvoj podle Evropského parlamentu jako „*zlepšování životní úrovně a blahobytu lidí v mezích kapacity ekosystémů při zachování přírodních hodnot a biologické rozmanitosti pro současné a příští generace*“. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) definovala udržitelný rozvoj jako „*dynamickou rovnováhu mezi ekonomickými, sociálními a environmentálními aspekty vývoje v podmínkách globalizace*“ (Nováček, 2011).

Nejvýznamnější celosvětový dokument týkající se problematiky životního prostředí je Agenda 21. Tento dokument obsahuje komplexně zformulované principy udržitelného rozvoje a program péče o životní prostředí na období 21. století. Je zde zdůrazněn globální přístup k řešení zásadních strategických otázek týkajících se udržitelného rozvoje pro jednotlivé světadíly a státy. Vyspělé země v rámci Agendy 21 spolupracují v oblasti ochrany životního prostředí a uznávají svou důležitou roli při řešení těchto otázek (Závodná, 2015). Česká republika je členem EU, vystupuje jako hospodářsky vyspělá země a jejím úkolem je plnit své mezinárodní závazky k trvale udržitelnému rozvoji. Na základě těchto závazků byl v roce 2010 vytvořen Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky, který navazuje na dokument Strategie udržitelného rozvoje České republiky z roku 2004, jehož úkolem bylo upozornit na potenciální hrozby udržitelného rozvoje a stanovit opatření, které by mohly těmto problémům předcházet nebo je alespoň zmírnit (Ministerstvo životního prostředí České republiky, 2010).

Jelikož nemůže definice nikdy vystihnout celou ideu udržitelného rozvoje, uvádí se společně s definicí hlavní principy udržitelného rozvoje. Světový svaz ochrany přírody, Program OSN pro životní prostředí a Světový fond pro přírodu společně vydávají zprávu „Pečujeme o Zemi“, která obsahuje základní principy udržitelného rozvoje (Nováček, 2011):

- úcta ke společenství života a péče o ně,
- zlepšování kvality lidského života,
- ochrana vitality a rozmanitosti Země,
- dodržování mezí únosnosti Země,
- změna osobních přístupů a praktik,
- poskytování možností obcím (komunitám) pečovat o jejich vlastní životní prostředí,
- budování národních struktur pro integraci rozvoje a ochrany,
- vytvoření globální aliance na podporu udržitelnosti.

2.3.2 Udržitelný cestovní ruch

Závodná (2015) uvádí definici udržitelného cestovního ruchu podle Světové organizace cestovního ruchu UNWTO jako „*schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži s novými, historicky méně využívanými destinacemi, přitáhnout první i opakované návštěvníky, podržet si kulturní jedinečnost, být v rovnováze*

s životním prostředím.“ UNWTO si dala za cíl zmírnit chudobu v rozvojových zemích díky udržitelnému cestovnímu ruchu. Věří, že takový cestovní ruch může přinést skutečný užitek obyvatelům rozvojových zemí a může prospívat budoucnosti celého světa. Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu je podle Lanfranchi a kol. (2015) definován jako takový rozvoj, který uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání tyto příležitosti do budoucna.

Udržitelný cestovní ruch se uskutečňuje ve prospěch zákazníků. Takzvaní zelení zákazníci vyžadují a oceňují udržitelný přístup a jsou ochotni si za něj připlatit. V zahraničí jsou tyto zákazníci označováni termínem LOHAS, tj. Lifestyle of Health and Sustainability (Závodná, 2015).

Na základě startovních bodů udržitelného rozvoje v roce 1992, byly navrženy Světovým fondem na ochranu přírody a cestovního ruchu principy pro udržitelný cestovní ruch následovně (United Nations Sustainable Development, 1992):

- používání trvale udržitelných zdrojů,
- snížení nadměrné spotřeby a odpadů,
- zachování rozmanitosti,
- začlenění cestovního ruchu do plánování,
- podpora místních ekonomik,
- zapojení místních komunit,
- konzultace se zúčastněnými stranami a veřejností,
- školení zaměstnanců,
- zodpovědný marketing cestovního ruchu,
- zapojení podniků zabývajících se výzkumem.

Organizace WTO & UNEP (2005) představují ve své studii „Making Tourism More Sustainable“ základní agendu udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Tuto agendu lze použít jako rámec pro rozvoj politiky pro ještě více udržitelný cestovní ruch, který rozpoznává dva směry a to: minimalizaci negativních dopadů cestovního ruchu na společnost a životní prostředí anebo maximalizaci pozitivních přínosů cestovního ruchu pro místní ekonomiky, pro zachování přírodního a kulturního dědictví a pro kvalitu života návštěvníků. Tato agenda představuje soubor dvanácti cílů, které řeší ekonomické, sociální a environmentální dopady (WTO & UNEP, 2005):

1) Hospodářská životaschopnost – usiluje o to, aby byla zajištěna životaschopnost a konkurenceschopnost turistických destinací a podniků tak, že jsou schopny i nadále prosperovat a přinášet dlouhodobé výhody.

2) Místní prosperita – chce maximalizovat přínos cestovního ruchu k hospodářské prosperitě destinace, včetně podílu z útrat návštěvníků, které v destinaci nechají.

3) Kvalitní zaměstnání – se snaží zvýšit počet a kvalitu místních pracovních míst vytvářených a podporovaných cestovním ruchem, včetně úrovně platů, podmínek služeb a dostupnosti všem bez diskriminace pohlaví, rasy, aj.

4) Sociální spravedlnost – usiluje o rozšíření a spravedlivou distribuci sociálních výhod z cestovního ruchu skrze příjemce ve společenství, včetně zlepšování příležitostí, příjmů a služeb chudým.

5) Uspokojení návštěvníků – je třeba zajistit bezpečné, uspokojující a naplňující zážitky pro návštěvníky, které jsou dostupné všem bez diskriminace pohlaví, rasy, zdravotního postižení aj.

6) Místní kontrola – jejím úkolem je zapojit místní komunity do rozhodování o řízení a o budoucím rozvoji cestovního ruchu v dané oblasti, po konzultaci s ostatními stakeholdery.

7) Blahobyt společenství – představuje snahu udržovat a posilovat kvalitu života místních obyvatel, včetně sociálních struktur a přístupu ke zdrojům, vybavení a podpůrných systémů života, vyhýbat se jakékoliv formě sociální degradace a vykořisťování.

8) Kulturní bohatství – je potřeba respektovat a vylepšovat historické dědictví, autentickou kulturu, tradice a osobité hostitelské společenství.

9) Fyzická integrita – by měla zachovávat a zvyšovat kvalitu městské či venkovské krajiny a vyhnout se fyzické a vizuální degradaci životního prostředí.

10) Biologická rozmanitost – podporuje zachování přírodních oblastí, prostředí a volně žijících zvířat a usiluje o minimalizaci jejich poškození.

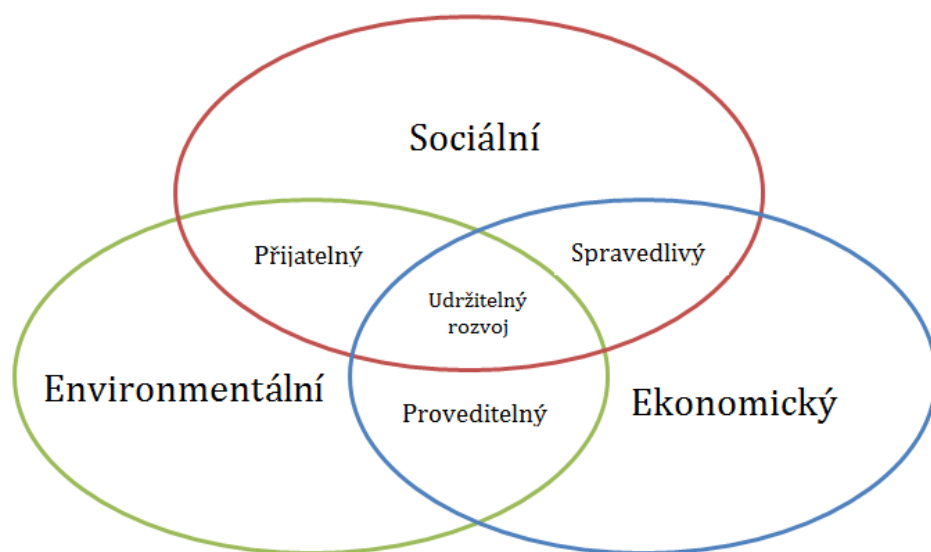
11) Účinné využívání zdrojů – má zajistit minimalizaci používání vzácných a neobnovitelných zdrojů v provozování zařízení a služeb cestovního ruchu.

12) Čistota životního prostředí – se snaží zabránit podnikům cestovního ruchu a návštěvníků, aby docházelo ke znečištění ovzduší, vody, země a k produkci odpadů.

2.3.3 Pilíře udržitelného rozvoje

Udržitelný rozvoj je podle Maiera a kolektivu (2012) definován jako rovnováha mezi pilíři udržitelného rozvoje. Těmi jsou 3 základní pilíře – ekonomický, sociální a environmentální (Obr. 3). Tyto tři pilíře bývají někdy doplňovány ještě kulturním pilířem a pilířem dobrá správa veřejných věcí.

Jak uvádí Maier a kol. (2012), hlavním smyslem udržitelného rozvoje je naplňovat lidské potřeby, což je ekonomicky podmíněno (ekonomický pilíř), ekonomika existuje v rámci společnosti a jejich institucí (společenský pilíř) a společnost a ekonomika existují jako součást životního prostředí (environmentální pilíř). Z tohoto tvrzení vyplývá vzájemná závislost všech tří pilířů, a tedy vyváženost rozvoje území. Šauer a kol. (2015) doplňují, že pouze v průniku všech tří složek rozvoje můžeme hovořit o udržitelnosti. Zároveň platí, že takový rozvoj je sociálně a environmentálně přijatelný, ekonomicky a sociálně spravedlivý a environmentálně a ekonomicky proveditelný či životaschopný.



Obr. 3 Pilíře udržitelného rozvoje
Zdroj: Pásková, 2009

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu je také založen na těchto třech základních pilířích a měl by optimálně využívat environmentální zdroje, respektovat sociálně-kulturní autentičnost hostitelských společností a zabezpečit sociálně-ekonomické přínosy všem účastníkům (WTO & UNEP, 2005).

Podle UNWTO (v Mihalič a kol., 2012) usiluje první pilíř, ekonomická udržitelnost o vytváření prosperity a nákladovou efektivnost všech hospodářských činností. Závodná (2015) doplňuje, že se tento pilíř zabývá problematikou zaměstnanosti, efektivnosti, růstem a stabilitou. Sociální pilíř usiluje o dodržování lidských práv a rovných příležitostí pro celou společnost. Cílí na spravedlivé rozdělení přínosů cestovního ruchu, zaměřuje se na zmírnění chudoby, vyzývá k respektování různých kultur a snaží se zamezit jakékoliv formě vykořisťování či kulturní destrukci. Environmentální pilíř se zabývá zachováním a řízením zdrojů takovým způsobem, aby znečištění vzduchu, půdy a vody bylo co nejmenší, dále aby byla biologická rozmanitost a přírodní bohatství zachováno (Mihalič a kol., 2012).

Autorka Šimková (2013) uvádí ve své publikaci více pilířů udržitelného rozvoje cestovního ruchu než jen zmíněné tři. Dále píše o politické, institucionální a technologické udržitelnosti. Politickou udržitelnost popisuje jako zahrnutí místních obyvatel do spolurozhodování. Technologickou udržitelnost chápe jako využívání technologického pokroku v informačních a komunikačních systémech. Psychologickou udržitelnost pak představuje jako spokojenost místních komunit a návštěvníků.

2.4 Monitoring a hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu

Poskytovatelé služeb cestovního ruchu zabývající se udržitelností bojují s abstrakcí konceptu udržitelnosti. Tento vágní koncept přivedl specialisty a odborníky k závěru, že pro praktické využití udržitelnosti se využívá měření prostřednictvím různých indikátorů udržitelnosti (Jurigová, Lencséssová, 2015). Monitorování udržitelnosti podle organizací WTO & UNEP (2005) zahrnuje měření životního prostředí, sociálních a ekonomických podmínek pomocí vybraných ukazatelů. Monitorování oproti původnímu nastavení umožňuje identifikovat trendy, zaznamenávat změny, a pokud je to možné, očekávaný vývoj sledovat. Aby byl monitoring účinný, musí být prováděn pravidelně. Některé země a destinace mají zřízeny střediska cestovního ruchu pro monitorování objemu a dopadu cestovního ruchu. Zahrnují širokou škálu stakeholderů ve shromažďování relevantních údajů, které mají být použity při monitorování, což může být prospěšné a může také pomoci zapojit je do procesu řízení udržitelnosti.

Jednou z forem sledování udržitelnosti cestovního ruchu je specifické a kvantifikovatelné měření (WTO & UNEP, 2005):

- úrovně cestovního ruchu: zahrnující jak nabídku, tak i poptávku,
- stavu životního prostředí a společnosti.

Další formou monitoringu je udržet krok s činnostmi, potřebami a názory klíčových skupin stakeholderů, a to zejména:

- návštěvníci: průzkum v lokalitě, skupinové diskuze a zpětná vazba obyvatel, kontrola profilů a úrovně spokojenosti.
- podniky: prostřednictvím průzkumů, setkání, aby zkontrolovali jejich ekonomický výkon, vliv na životní prostředí, jejich vnímání a potřeby.
- místní obyvatelstvo: prostřednictvím průzkumů, domácností, skupinových diskuzí, aby zkontrolovali postoje k cestovnímu ruchu a obavy z jeho dopadů.

Maier a kol. (2012) považuje monitoring změn v území za základní součást managementu udržitelného rozvoje. Podle něj sledování rozložení a intenzity ekonomických, sociálních a environmentálních jevů v daném území a hodnocení změn fyzických prvků v daném území napomáhá poznat a porozumět probíhajícím změnám, jejich charakteru a příčinám.

2.4.1 Proces hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu

V procesu hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu lze formulovat celkově devět základních fází (Šauer a kol., 2015):

1) Provedení analýzy současného stavu cestovního ruchu v destinaci – v rámci této analýzy je potřeba získat informace o charakteru a míře využití nabídky cestovního ruchu a zdrojů v destinaci, o vývoji, objemu a struktuře poptávky, o postavení v konkurenci, o kvalitě řízení, spolupráci a koordinaci v destinaci, ale také o dostupnosti a kvalitě dat, které uvedené procesy popisují.

2) Návrh cílů, priorit a opatření rozvoje cestovního ruchu v destinaci – každé hodnocení se musí týkat cíle, který sledujeme. Jednotlivé návrhy cílů a priorit jsou výsledkem diskuze a vyjednávání mezi účastníky cestovního ruchu a veřejností a mají navázat na klíčová témata indikátorové soustavy.

3) Vypracování metodiky monitoringu a hodnocení cestovního ruchu – jedná se o stanovení postupu, jak dospějeme k vlastnímu systému hodnocení udržitelnosti v destinaci. Rozsah a hloubka celého systému vznikne v závislosti na odpovědích na otázky účelu, realizovatelnosti, využitelnosti a udržitelnosti hodnocení.

4) Výběr vhodných indikátorů – tento krok představuje nejnáročnější fázi procesu hodnocení. Tvůrce se zde musí vyrovnat s technickými, časovými a finančními omezeními na získání potřebných informací a s možnostmi indikátoru interpretovat daný jev. Druhým problémem je nutnost vzájemného souhlasu společnosti na celkové podobě hodnotícího systému.

5) Ověření vhodnosti zvolených indikátorů – v tomto kroku dochází k nalezení souboru vhodných indikátorů, tj. souboru bez těch ukazatelů, které jsou prakticky nesledovatelné.

6) Uskutečnění monitoringu a hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu – jedná se o dlouhodobou a kontinuální aktivitu, pro kterou je nezbytná periodicitu. Ta ale může být pro každý indikátor jiná, záleží na povaze sledovaného jevu.

7) Stanovení mezí únosnosti jednotlivých indikátorů a cílových hodnot – v této fázi je potřeba stanovit maximální přijatelnou hodnotu nebo interval hodnot pro každý sledovaný indikátor. Tyto hodnoty a intervaly je nezbytné pravidelně aktualizovat podle vývoje cestovního ruchu v destinaci.

8) Interpretace naměřených hodnot a hledání příčinných souvislostí – výsledný efekt může být výsledkem jednoho vnitřního činitele nebo synergického působení více faktorů a podmínek, v takovém případě je potřeba zohlednit působení vnějších faktorů, za nichž měření probíhalo.

9) Reakce na výsledky hodnocení rozvoje cestovního ruchu – získané výsledky hodnocení popisují stav cestovního ruchu v destinaci. Destinační management by měl mít připraveny scénáře budoucího vývoje, ve kterých jsou definovány alternativní reakce na změny jak ve vnitřním, tak i vnějším prostředí destinace.

2.4.2 Indikátory

Podle WTO & UNEP (2005) umožňují indikátory sledovat změny v čase, nepřetržitě a odpovídajícím způsobem. Poskytují včasné varování o tom, kdy by mělo dojít ke změně politiky nebo k novým opatřením, jakož i poskytnutí základu pro dlouhodobé plánování, posouzení a přezkoumání cestovního ruchu. Mohou pomoci vyjasnit cíle a usilují, aby byly co nejvíce konkrétní. Mohou být využity pro zobrazení:

- současného stavu (např. obsazenosti, spokojenosti turistů),
- napětí v systému (např. nedostatek vody, míra kriminality),
- dopadů cestovního ruchu (např. změny příjmů v obci, rychlost odlesňování),

- úsilí managementu (např. financování vyčištění pobřežního znečištění),
- účinky kroků managementu (např. změna úrovně znečištění, počet vrácených turistů).

Indikátory slouží jako měřítko, kterým lze posuzovat a kvantitativně hodnotit například ekologické trendy, dosažený pokrok nebo cíle ekologické politiky. Navíc se jedná o jednodušší a snadněji pochopitelný způsob informování, než jsou složitá statistická, ekonomická nebo vědecká data. Hodnoty indikátorů jsou zjišťovány kvantitativním (měření, pozorování, poměry a procentuální vyjádření) či kvalitativním (normativní indikátory, rejstříkové indikátory a indikátory zkušeností) měřením. Výsledné indikátory lze získat zpracováním a interpretací primárních dat. Samy o sobě nedávají žádný smysl, avšak v širších souvislostech znázorňují, jak se dané cíle vyvíjely a posouvaly. Jestliže jsou indikátory správně zvoleny, umožňují lepší a kvalitnější rozhodování. Takové indikátory navíc napomáhají identifikovat dopady cestovního ruchu, umožňují eliminovat hrozby a předcházejí budoucím rizikům (Závodná, 2015).

Bylo identifikováno pět kritérií pro výběr a přezkoumání indikátorů (WTO & UNEP, 2005):

- významnosti indikátoru na vybrané téma,
- realizovatelnost získávání a analýzy potřebné informace,
- důvěryhodnost informací a spolehlivost pro uživatele údajů,
- jasnost a snadnost porozumění mezi uživateli,
- srovnatelnost v čase a mezi regiony.

Podle Nováčka (2011) představuje indikátor nástroj, který umožňuje měřit, zda oblast směřuje k udržitelnému rozvoji či nikoliv, respektive zda se situace zlepšuje nebo zhoršuje. Obecně nejvíce využívaný ukazatel ekonomické úspěšnosti je hrubý domácí produkt, který je často nesprávně interpretován jako ukazatel kvality života. Za alternativní ukazatel, který by věrněji odrážel vývoj společnosti, nejen z pohledu výkonu ekonomiky je index udržitelného ekonomického blahobytu. Tento indikátor je založen na osobní spotřebě, upravené s ohledem na faktory, které se vztahují k sociálnímu blahobytu a kvalitě životního prostředí. Dalším významným ukazatelem je index lidského života, který vychází z přesvědčení, že pro kvalitu života je zásadní především možnost žít dlouhý a zdravý život, možnost získávat vědění a mít přístup ke zdrojům nutným pro zajištění důstojného života. Indexy jsou složené indikátory, které zahrnují mnoho dílčích vstupních ukazatelů a prostřednictvím jednoho čísla vzájemně porovnávají jednotlivé země, regiony či obce v dané oblasti. Pásková (2014) považuje za významný indikátor rozvoje cestovního ruchu multiplikátor cestovního ruchu, který je vyjádřen jako podíl přímých dopadů cestovního ruchu (příjmů, investic, nebo zaměstnanosti) na celkových efektech cestovního ruchu.

Každý indikátor by měl být podle Plan Bleu Regional Activity Centre (2006) vysvětlen pomocí těchto parametrů:

- název indikátoru,
- měřené veličiny v příslušných jednotkách,

- způsob, jakým bude indikátor zjišťován,
- doporučené intervaly měření,
- potenciální problémy měření, které mohou nastat,
- způsob, jakým mají být získané hodnoty indikátoru interpretovány,
- způsob využití indikátoru v různých oblastech.

K tvorbě konkrétních indikátorů pro danou destinaci lze využít soubor deseti klíčových indikátorů udržitelného rozvoje cestovního ruchu, který vypracovala v roce 1992 Mezinárodní pracovní skupina pro indikátory udržitelného cestovního ruchu při UNWTO. Tento soubor znázorňuje dvě formy, a to klíčové indikátory, které lze využít univerzálně pro všechny destinace a specifické indikátory, které jsou určeny pouze pro vybrané typy destinací. Tyto indikátory si podle místních podmínek destinační management sám rozpracovává takovým způsobem, aby je bylo možné využívat na různých geografických úrovních a pro různé destinační typy jako postupně budovanou pevnou základnu pro rozhodovací procesy všech aktérů a tím přispívá k dosažení udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu (Pásková, 2014). Jinou sadu indikátorů využívají například autorky Jurigová a Lencséssová (2015), které ve své studii rozpracovávají sadu indikátorů pro destinaci kulturního a horského typu podle dokumentu vydaného Evropskou unií (2013).

Maier a kol. (2012) a také WTO & UNEP (2005) v této souvislosti zmiňují pojem benchmarking, který díky využívání indikátorů a s tím souvisejícím monitoringem umožňuje destinaci kontrolovat její výkon udržitelnosti ve srovnání s ostatními destinacemi a její porovnání v průběhu času. To může pomoci ukázat relativně slabé stránky, kterým je nutné dát přednost. Takové uplatňování benchmarkingu vyžaduje, aby destinace spolupracovaly při používání podobných indikátorů a monitorovacího procesu.

Aby byly indikátory skutečně použitelné, je potřeba, aby splňovaly následující aspekty (Maier a kol., 2012):

- Účel – má vyjadřovat vhodnost vybraného indikátoru podle toho, jak dobře odpovídá zaměření tématu nebo vlastnosti udržitelného rozvoje. Zajišťuje, aby indikátor odpovídal svým měřítkem požadované míře podrobnosti a aby dokázal poskytnout informace o stavu a trendech ve zkoumané oblasti.
- Měřitelnost – představuje, jak jsou hodnoty indikátoru získávány a měřeny. Ovlivňuje ji např. časové období sběru dat, lokalita sběru, způsob, jakým jsou získávána kvalitativní data a jejich převod na kvantitativní data a další.
- Reprezentativnost – znázorňuje míru úplnosti a adekvátnosti ve vztahu k řešenému problému.
- Spolehlivost a realizovatelnost – charakterizuje míru přesnosti a úsilí, které je potřeba vynaložit na neustálé získávání hodnot indikátoru. Kvalita indikátoru je závislá na zdrojových datech, na jejich spolehlivosti, dostupnosti a také na metodách, které jsou využívány k jejich zpracování do podoby indikátoru.

- Vypovídací hodnotu – představuje schopnost indikátoru předat informace o sledovaném tématu cílovému okruhu uživatelů srozumitelně a výstižně. Pokud nejsou indikátory srozumitelné a uživatel nemá jasnou představu o sledovaných tématech, může dojít ohrožení využitelnosti celého monitorovacího systému.

Hodnocení udržitelnosti cestovního ruchu by nemělo probíhat pouze na základě získaných indikátorů. Tyto indikátory by měly být chápány jako jeden z podkladů pro hodnocení udržitelnosti a měly by být doplněny znalostmi podmínek, zdrojů, infrastruktury, kulturních a historických souvislostí a dalšími znalostmi regionu nezbytnými pro celkové zhodnocení a interpretaci dat získaných na základě indikátorů. Navíc by se měli na hodnocení udržitelnosti cestovního ruchu podílet experti z různých oborů, kteří disponují potřebnými znalostmi (Závodná, 2015).

2.4.3 Tvorba indikátorového systému

Maier a kol. (2012) ve své publikaci zdůrazňuje, že při rozhodování o pojetí systému je potřeba zvážit několik otázek. Nejprve je potřeba si určit, k čemu má systém sloužit. Zpracování indikátorového systému pro konkrétní hodnotící účel by mělo být co nejpřesněji zacíleno, navíc by mělo být přizpůsobeno specifickým požadavkům na obsah hodnocení a formu výstupu. Lze tedy říci, že pokud budou představy o jeho využívání definovány příliš ze široka, tím bude tento systém obecnější a jeho celková vypovídací schopnost tak bude nižší. Dále je potřeba si odpovědět, kdo a jak bude systém udržovat. Pro uživatele je z hlediska informační hodnoty nejlepší, aby údržbu indikátorového systému prováděl hlavní uživatel, protože příprava datových vstupů a jejich vyhodnocení je spojeno s poznáváním probíhajících procesů a změn v území. Poslední otázkou, kterou je potřeba si zodpovědět je, jaké datové zdroje jsou k dispozici. Většina klíčových témat bude pravděpodobně popisována indikátory, které zpracovávají poskytovatelé údajů územně analytických podkladů, oficiálních evidencí a statistik. Některá témata však nejsou tak snadno dostupná, a proto je potřeba si zajistit tyto údaje lokálně, např. z místně sledovaných evidenčních údajů, údajů pravidelně získávaných od spolupracujících subjektů až po pravidelně prováděná místní dotazníková šetření.

Tvorba indikátorového systému probíhá podle Maiera a kolektivu (2012) v těchto fázích:

1. Stanovení způsobu hodnocení – zde je potřeba stanovit způsob, jakým by měly být indikátory využívány pro hodnocení jednotlivých témat, dále zdali mají být tyto indikátory využívány pro souhrnné hodnocení a případně jak.

2. Určení klíčových témat – je prováděno vždy podle cílového zaměření systému. Pokud jsou srovnávací systémy obecné, jsou obvykle vybírána témata podle politických nebo společensky vnímaných priorit. Často bývají definována jako společné východisko hlavních aktérů rozvoje.

3. Výběr indikátorů – představuje nejnáročnější krok v tvorbě indikátorového systému. Správným výběrem je zajištěna maximální reprezentativnost a spolehlivost údajů pro popis daného klíčového tématu a obecná srozumitelnost pro cílovou skupinu uživatelů. Jedno klíčové téma zahrnuje většinou více indikátorů, což zvy-

šuje úplnost informace o daném tématu. Je třeba mít na paměti, že aktualizace příliš bohatých indikátorových systémů je komplikovaná. Pro správný výběr indikátorů je nezbytným aspektem kvalitní datová základna a možnost opakovaně získávat jednotlivé údaje.

4. Naplnění systému indikátorů údaji – zde je třeba prověřit předpoklady datové dostupnosti a kvality vstupních údajů, náročnost výpočetního zpracování indikátorů a míru vypovídací hodnoty výsledných údajů. Někdy je nezbytné při prvotním naplnění systému nahradit stávající indikátory za dostupnější nebo za takové, které lépe odpovídají požadavkům na navazující hodnocení.

5. Ověření vypovídací hodnoty hodnocení – se provede v souladu s postupem, který byl definován na počátku zpracování. Vypočítá se tedy bodové vyhodnocení nebo se identifikují klíčová témata s pozitivním nebo disparitním vývojem dle hodnocení trendů. Při prvotním vytváření systému je v této fázi potřeba posoudit vhodnost struktury a volby indikátorů a navazujících matematických agregací a také provést analýzu citlivosti výsledků hodnocení na změny hodnot indikátorů. Takové posouzení lze provést porovnáním s výsledky kvalitativních analýz či jiných informací o daném území.

6. Aktualizace – se provádí průběžně. Zjišťují se a doplňují nové hodnoty indikátorů a zpracovává se nové souhrnné vyhodnocení. V rámci aktualizace je potřeba také reagovat na případné změny v metodice, na změny v požadavcích na strukturu klíčových témat či na zaměření jednotlivých výstupů.

2.5 Společenská odpovědnost firem v cestovním ruchu

Společenská odpovědnost firem (CSR) hraje stále prominentní roli v dnešním obchodním prostředí, a tedy i v oblasti cestovního ruchu. Obecně lze říci, že CSR praktiky jsou považovány za dobrovolné firemní skutky, které jsou určeny ke zlepšení sociálních či environmentálních podmínek (Mackey a kol., 2007). Combs (2012) definuje společenskou odpovědnost firem jako dobrovolnou aktivitu, která je aplikovaná podniky ve snaze naplnění svého poslání a splnění svých závazků vůči zúčastněným stranám, zaměstnancům, komunitě, životnímu prostředí a vůbec celé společnosti. Orientace firem na udržitelný rozvoj a společenskou odpovědnost představuje více než pouhé zvyšování zisku. Je to fenomén současnosti, o kterém probíhá mnoho diskuzí. Rakitovac (2015) zaznamenává přínosy konceptu společenské odpovědnosti také pozorováním v praxi a stojí si za tím, že společnosti v cestovním ruchu po celém světě dokazují, že zavedení konceptu CSR má pozitivní dopad na jejich podnikání a přináší výhody do sociální a environmentální oblasti.

Společenská odpovědnost v oblasti cestovního ruchu byla poprvé použita v roce 1999 v Globálním etickém kodexu a cestovním ruchu, který byl založen na Manila Deklaraci o mezinárodním cestovním ruchu od roku 1980. Tyto dva dokumenty poskytují rámec společenské odpovědnosti podniků v oblasti cestovního ruchu. Týkají se nejen úrovně výrobců či poskytovatelů služeb, ale také úrovně celých destinací, regionů a zemí (Marková a kol., 2014). Turistická centra tvoří systém cestovního ruchu, který je strategicky řízen jako podnik. Na trhu cestovního

ruchu vystupuje jako jeden podnik, který nenabízí decentralizované služby, nýbrž jeden balíček služeb pod společnou značkou (logem). Je proto potřeba koordinovat zájmy soukromého a veřejného sektoru, stejně jako místní obyvatelstvo, aby bylo dosaženo jejich obchodních cílů a zároveň aby byly komplexně splněny požadavky návštěvníků. Uspokojování potřeb návštěvníků musí být v souladu s udržitelným rozvojem, a tím dosaženo ekonomických cílů. Z těchto charakteristik tedy vyplývá, že i na turistická centra lze aplikovat koncept CSR (Marková a kol., 2014; Gúčík a kol., 2004; 2007; Raši, 2000). Ubytování je vnímáno jako zásadní složka produktu cestovního ruchu, protože velký objem příjmů je generován ubytovacími zařízeními, které navíc zaměstnávají velkou část populace (World Travel and Tourism Council, 2013). Uvedené vlastnosti ubytování jsou velmi důležité také v souvislosti s konceptem CSR, protože environmentální a sociálně-ekonomické dopady ubytovacího zařízení jsou pro společnost významné (Morales a kol., 2016). Kotler a Lee (2005) zmiňují dvě dimenze CSR, a to vnitřní rozměr, který je zaměřen na zaměstnání, management změn a další interní zúčastněné strany, a vnější rozměr, jehož cílem je starat se o vztahy a komunikaci s externími zainteresovanými stranami. Je důležité začlenit obě dimenze ve strategiích společností, protože obě jsou stejně důležité.

3 Cíl a metodika

3.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout monitorovací systém pro hodnocení udržitelného rozvoje destinace cestovního ruchu, který se bude skládat z profilu destinace, návrhu základních a rozšiřujících ukazatelů a návrhu reportu pro ubytovací zařízení v regionu. Na základě provedené analýzy sekundární dat, výsledků primárního průzkumu u místních obyvatel, hotelů a zástupce destinační agentury je dílčím cílem určit fázi životního cyklu, ve které se destinace nachází, zhodnotit udržitelnost v regionu Východní Morava a následně formulovat doporučení, která povedou k lepším výsledkům a vyšší konkurenceschopnosti destinace. Tato analýza by tak měla poskytovat komplexní pohled na problematiku udržitelného cestovního ruchu v regionu. Sledováním navržených indikátorů aplikovaných na konkrétní destinaci lze dle potřeby vytvářet nápravná opatření a předcházet tak negativním vlivům, které cestovní ruch přináší. Navržený monitorovací systém bude možné aplikovat v destinacích České republiky s cílem dosažení udržitelného rozvoje cestovního ruchu.

3.2 Metodika

Vzhledem k tomu, že neexistuje jednotný postup vytvoření monitorovacího systému, je ve vlastní práci navržena metodika, která vychází z literární rešerše a je uzpůsobena přímo konkrétní destinaci Východní Morava. Metodická práce je založena na analýze sekundárních dat poskytovaných především Českým statistickým úřadem, Zlínským krajem a Centrálou cestovního ruchu Východní Moravy. Opírá se o primární průzkum, který je proveden formou dotazníkového šetření místních obyvatel a hotelů, jakožto zástupců poskytovatelů služeb cestovního ruchu v regionu a formou hloubkového rozhovoru se zástupcem místní organizace cestovního ruchu. Uvedené poznatky shrnuje SWOT matice, která napomáhá identifikovat fázi životního cyklu, ve které se destinace nachází. Na základě specifik konkrétní destinace je následně navržen monitorovací systém.

Provedená analýza dat popisuje zkoumaný region Východní Morava a napomáhá určit, jaké formy cestovního ruchu v destinaci převažují a jaké cílové skupiny může destinace oslovit. Převládající formy cestovního ruchu v regionu jsou určeny podle definic jednotlivých forem, které ve své studii zabývající se klasifikací různých forem cestovního ruchu uvádí autorka Ghețe Ana Maria (2016). Charakteristika regionu je doplněna o základní ukazatele zveřejněné Českým statistickým úřadem, které poskytují přehled o vývoji cestovního ruchu.

V samostatné kapitole je analyzována udržitelnost regionu podle ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře. Základní ukazatele jsou voleny podle sady indikátorů rozvoje pro malé obce (Hřebík a Třebický, 2007), které lze zkoumat i pro celý kraj a podle souboru indikátorů pro regionální (krajskou) úroveň.

Hlavní zdrojem dat pro hodnocení udržitelnosti je Český statistický úřad a rozpočet Zlínského kraje.

Základem diplomové práce je primární průzkum, který hodnotil koncepty společenské odpovědnosti firem a udržitelného cestovního ruchu z pohledu hotelů, místního obyvatelstva a destinační agentury. Hotely byly vybrány jako zástupce poskytovatelů služeb v cestovním ruchu z toho důvodu, že ubytování hraje významnou roli pro cestovní ruch, a navíc se jedná o zařízení, které poskytuje komplexní služby a splňuje předpoklady pro přijetí opatření obou konceptů. Pro potřeby výzkumu byly studovány a analyzovány tři a čtyř hvězdičkové hotely regionu Východní Morava. Volba právě tří a čtyřhvězdičkových hotelů byla založena na předpokladu, že tyto hotely jsou na dostatečné úrovni vhodné pro realizaci jak konceptu společenské odpovědnosti, tak konceptu udržitelného cestovního ruchu. Předpokládá se, že hotely nižší kvality nenabízejí služby a činnosti v takové kvalitě, která by spadala do koncepcí, proto nebyly do výzkumu zahrnuty. Primární průzkum byl proveden formou dotazníkového šetření. Dotazníky byly vypracovány ve formuláři Google disk a byly rozposlány zástupcům hotelového managementu tří a čtyřhvězdičkových hotelů, kde jsou koncepty zkoumány. Celkem bylo do průzkumu zapojeno 83 hotelů, z nichž bylo 54 čtyřhvězdičkových hotelů a 29 čtyřhvězdičkových hotelů. Dotazníky byly rozposílány elektronicky a skládaly se z kombinace 16 otevřených a uzavřených otázek. Otázky byly vytvořeny na základě studované literatury zabývající se konceptem CSR a udržitelného cestovního ruchu a jsou inspirovány případovou studií z publikace Marková a kolektiv (2014). Podle zmíněné publikace bylo vyhodnocení dotazníků provedeno pomocí popisné statistiky. Shromážděná data byla zpracována také graficky, aby se lépe znázornila současná situace. Při analýze nejčastěji prováděné činnosti byl použit sloupcový frekvenční graf. V některých případech byly výsledky uvedeny v absolutních číslech, nikoli v procentech, kvůli nižší míře odpovědí a lepší ilustraci výsledků.

Další dotazníkové šetření zkoumalo, jak vnímá udržitelnost v regionu místní obyvatelstvo. Dotazník byl vytvořen v elektronickém formuláři serveru Google disk a jeho odkaz byl zveřejněn na facebookových skupinách nebo rozposlán emailem mezi obyvatele regionu Východní Morava. Dotazníky v papírové podobě byly převedeny do elektronické podoby a společně pak byly vyhodnoceny podle stanoveného kvótního výběru. Vzhledem k tomu, že oblast udržitelného rozvoje je poměrně složitou problematikou, byl dotazník určen pouze obyvatelům starším 15 let. Proto se nepočítá s údajem 584 676 obyvatel, který je zveřejněn Českým statistickým úřadem z konce roku 2015, nýbrž s upravenou hodnotou o věkovou skupinu 0-14 let. Celkem bylo získáno 270 odpovědí, které byly rozděleny podle věku. Vzorek byl odvozen na základě údajů o počtu obyvatel ve věkových kategoriích 15-26, 27-38, 39-50, 51-62, 63 a více. Jednotlivé otázky jsou také navrženy podle případové studie z publikace Marková a kolektiv (2014) a zkoumají postoj místních obyvatel k cestovnímu ruchu a přílivu turistů a hodnotí jednotlivá kritéria v rámci ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře. Dotazník obsahuje celkem 12 otázek, z nichž jedna je vylučovací otázka, jedna otevřená otázka, tři jsou vyhodnoceny pomocí kontingenčních tabulek, kde kritériem je věk nebo oblast ze

kteřé respondent pochází a jedna je znázorněna pomocí sloupcového grafu. Hlavním výstupem tohoto dotazníku je vyhodnocení dvou komplexních otázek za pomoci analýzy Importance-performance. Zbývající otázky jsou identifikační. Každý pilíř komplexní otázky je charakterizován pěti kritérii a tato kritéria jsou na pěti stupňové škále hodnocena podle výkonnosti/aktuální situace a podle významnosti/důležitosti kritéria pro obyvatele. Metoda Importance-performance je nástroj, který porovnává výkonnost a významnost jednotlivých kritérií. Výhoda této metody spočívá ve snadné interpretaci výsledků, díky níž lze dosáhnout praktického řešení. Výsledky jsou znázorněny pomocí jednoduché mřížky, s vodorovnou osou „výkonnost“ a svislou osou „významnost“ (viz. Obr. 4). Podle průměrné hodnoty výkonnosti a významnosti všech kritérií je mřížka rozdělena do čtyř kvadrantů. První kvadrant „usilujte o zlepšení“ obsahuje ta kritéria, která jsou pro obyvatele důležitá, ale jejich aktuální situace, respektive výkonnost není podle místního obyvatelstva na patřičné úrovni. Druhý kvadrant „udržujte stav“ znázorňuje kritéria, která mají pro obyvatelstvo rovněž velký význam, ale již dosahují dobrého výkonu. Ve třetím kvadrantu „snižte důraz“ jsou obsažena ta kritéria, která nejsou pro obyvatele z pohledu udržitelnosti tak důležitá, ale jejich výkonnost je hodnocena velmi dobře v porovnání s významem. Poslední kvadrant „málo významné“ znázorňuje kritéria, která dosahují v porovnání s ostatními nižší výkonnosti ale i nízkého významu. Tato matice napomáhá identifikovat ta kritéria, která jsou potřeba pravidelně sledovat. Jejím cílem je minimalizovat rozdíly mezi výkonem a významem jednotlivých kritérií (Cvelbar, Dwyer, 2013; Martilla, James 1977).

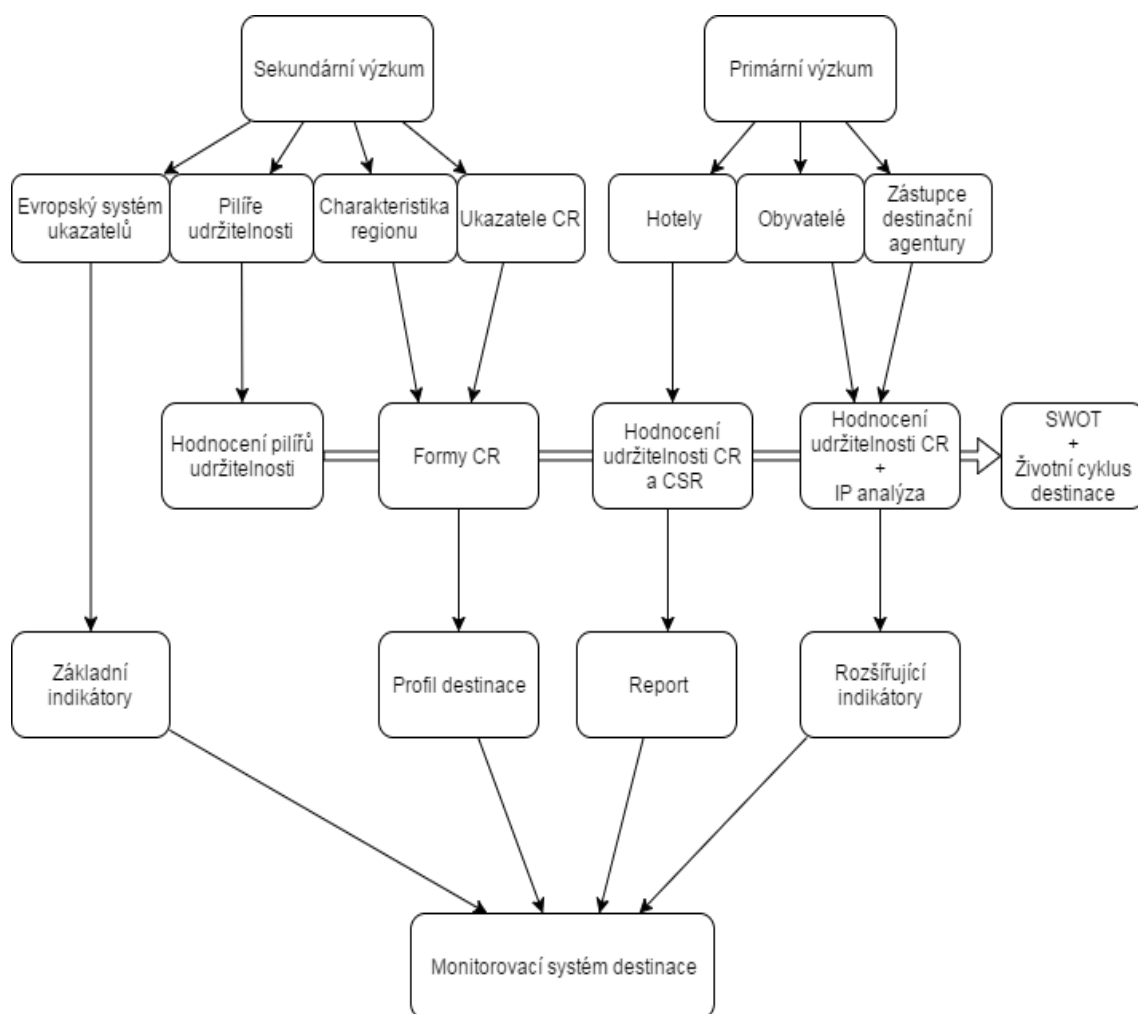
Významnost	I. Usilujte o zlepšení	II. Udržujte stav
	Vysoká významnost Nízká výkonnost	Vysoká významnost Vysoká výkonnost
	IV. Málo významné	III. Snižte důraz
	Nízká významnost Nízká výkonnost	Nízká významnost Vysoká výkonnost
	Výkonnost	

Obr. 4 Importance-performance matice
Zdroj: Vlastní zpracování podle Cvelbar, Dwyer (2013)

Dotazník aplikovaný na hotely i na místní obyvatelstvo je součástí přílohy C. Jednotlivé výsledky průzkumu jsou proloženy hloubkovým rozhovorem, který byl uskutečněn s marketingovým specialistou Centrály cestovního ruchu Východní Moravy, panem Ing. Zdeňkem Urbanovským. Otázky jsou sestaveny v návaznosti na dotazník, který zkoumá vnímání místních obyvatel. Jeho názor tak doplňuje komplexní pohled na problematiku udržitelného rozvoje cestovního ruchu všemi zúčastněnými stranami v destinaci Východní Morava. Ukázka otázek hloubkového rozhovoru je uvedena v příloze C.

Výsledek výzkumu slouží jako podklad k vytvoření komplexního monitorovacího systému a pro tvorbu SWOT matice, která napomáhá určit fázi životního cyklu destinace. Křivka životního cyklu je odvozena od vývoje počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních a její průběh je porovnán s významnými milníky týkajícími se tohoto regionu.

Součástí navrženého monitorovacího systému je profil destinace, který vychází z Evropského systému ukazatelů v oblasti cestovního ruchu a je pro potřeby destinace upraven. Hlavní součástí je přehled indikátorů aplikovatelných na destinaci Východní Moravy. Tyto ukazatele se dělí na základní a rozšiřující. Základní ukazatele jsou vybrány z Evropského systému ukazatelů podle toho, zda je lze aplikovat na konkrétní destinaci a také podle toho, zda nebude pro destinaci příliš problematické získat data pro pravidelné sledování. Rozšiřující sada indikátorů poskytuje specifičtější ukazatele pro hodnocení konkrétní destinace vycházející z provedených výzkumů konkrétní destinace. Každé kritérium, které se objevuje v prvním kvadrantu, je pro obyvatele významné, ale jeho výkonnost v porovnání s ostatními kritérii již není hodnocena tak dobře. Proto jsou v systému navrženy konkrétní indikátory, které napomáhají pravidelně sledovat kritéria nacházející se uvnitř tohoto kvadrantu. Vzhledem k tomu, že jsou pro obyvatele významná také kritéria z druhého kvadrantu, nelze jejich hodnocení v kontextu udržitelného rozvoje zanedbávat, a proto jsou součástí rozšiřujícího systému také indikátory, které se vztahují ke kritériím z druhého kvadrantu. Jelikož některá data k vytvořenému systému indikátorů nejsou dostupná z žádných statistických zdrojů, je potřeba si sesbírat vlastní databázi, která by poskytla potřebné údaje pro dlouhodobé hodnocení jednotlivých indikátorů. Zdrojem této databáze mají být měsíční reporty poskytovatelů služeb. Návrh reportu pro hotel je proto také součástí monitorovacího systému regionu Východní Morava.



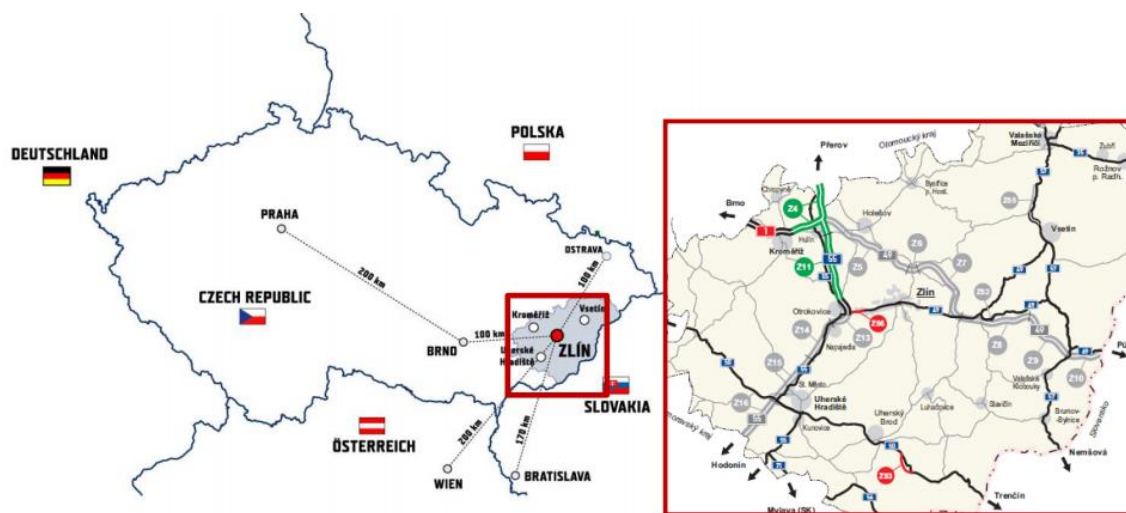
Obr. 5 Metodika vlastní práce

Zdroj: Vlastní zpracování

4 Hodnocení udržitelného rozvoje a návrh monitorovacího systému destinace Východní Morava

4.1 Charakteristika destinace Východní Morava

Turistický region Východní Morava leží na východě České republiky, tvoří hranici se Slovenskem a pokrývá kompletně území Zlínského kraje. Do regionu se lze dostat po dálnici, silnicích 1 a 2 třídy nebo po železniční trase. Z hlavního města Prahy se lze do regionu dostat autem po dálnici za 2,5 hodiny. Tato destinace patří k nejpozoruhodnějším v České republice, přičemž její jedinečnost pramení ze spojení čtyř turistických oblastí – Valašska, Kroměřížska, Slovácka, Zlínska a Luhačovic. Každá oblast vychází ze své originální identity, která je nezaměnitelná a která nabízí nepřebornou paletu rozmanitých zážitků, bohatství lidových tradic a přírodních krás (S1) (Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, 2017).



Obr. 6 Vymezení regionu Východní Morava
Zdroj: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, 2017

V tomto regionu se nachází 4 památky UNESCO (S2). Jedná se o místa Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži, biosférickou rezervaci Bílé Karpaty a dvě nemotné kulturní památky mužský skočný tanec „verbuňk“ a Slováckou Jízdu králů (stará lidová slavnost). Bílé Karpaty jsou velkoplošně chráněným územím s nejvyšším vrcholem Velká Javořina (970 m n. m.). Jedná se o unikátní přírodu, v níž se zachovaly rozsáhlé orchidejové louky s ohroženými a chráněnými druhy. Kromě chráněného území Bílé Karpaty se na území Východní Moravy rozkládá CHKO Beskydy s nejvyšším bodem Lysá hora (1323 m n. m.). Důvodem vyhlášení jsou výjimečné přírodní hodnoty, zvláště původní pralesovité porosty s výskytem vzácných

živočichů a rostlin. Východní Morava je krajem orchidejí, kosatců, oskeruší (S3). Region dále nabízí velké množství hradů, zámků, muzeí, rozhleden, známou církevní památku Svatý Hostýn, oblíbené architektonické útulny Maměnka a Libušín na Pustevnách, plavbu po Baťově kanálu, nejnavštěvovanější turistické místo na Moravě Zoo zámek Lešná-Zlín (S2) a také Lázně Luhačovice s léčivými minerálními prameny, které jsou vybaveny wellness zařízeními (S4). Kromě velkého množství památek nabízí region tradiční gastronomii, bohatou kulturu, typické lidové tradice, folklor, lidovou architekturu, festivaly a lidové slavnosti (S1) (Zlínský kraj – Východní Morava, 2000-2017; Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, 2017). Území Východní Moravy je pokryto hustou sítí turistických a cyklistických tras, v zimě si zde v menších útulných lyžařských areálech na své přijdou také milovníci zimních sportů. Desítky kilometrů upravovaných běžkařských stop na hřebenech Vsetínských Beskyd a Javorníků, desítky rekreačních a tréninkových okruhů uspokojí každého běžkaře. Nachází se zde více než 7500 km značených turistických tras. Milovníkům jízdy na koni tento region nabízí až 240 km značených hipostezek (Zlínský kraj – Východní Morava, 2000-2017). Východní Morava je dnes rájem cykloturistiky. Celkem je na území Zlínského kraje k dispozici na 7 000 km značených tras, z toho 2500 km připadá na cyklotrasy (Zlínský kraj – Východní Morava, 2000-2017; Novinky.cz, 2003). V počtu kilometrů cyklostezek patří Zlínský kraj k těm nejlepším, což platí také pro jedinečné trasy pro vyznavače horských kol, které nabízí trasy v délce přes 400 km. Návštěvnost dosahuje téměř 200 tisíc cyklistů ročně. Region nabízí pohodové rodinné stezky kolem řek, mezi nimiž vyniká Cyklostezka Bečva nebo Moravská stezka kolem řeky Moravy a Baťova kanálu (S5). Rozvoj dalších páteřních tras cyklostezky Bečva směřuje k propojení Východní Moravy se Slovenskem, a to stezkou nazvanou Bečva – Vlára – Váh, která je aktuálně ve výstavbě. Mimo klasické cyklostezky a terénní trasy pro MTB se zde nachází unikátní Bike park na Kyčerce ve Velkých Karlovicích, singletrailové tratě, z nichž nejvýznamnější je Bike aréna ve Vsetíně (Zlínský kraj – Východní Morava, 2000-2017).

O rozvoj regionu pečuje destinační agentura Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, která působí na trhu Cestovního ruchu od roku 2007 (S6). Jejím úkolem je koordinovat rozvoj regionu, zajišťovat propagaci a prezentaci cestovního ruchu v regionu Východní Morava, vytvářet strategie, plnit marketingové aktivity, zajišťovat spolupráci mezi soukromým a veřejným sektorem v cestovním ruchu, usilovat o zajištění konkurenceschopnosti destinace Východní Morava a mnoho dalších aktivit (Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, 2017).

4.1.1 Ukazatele cestovního ruchu

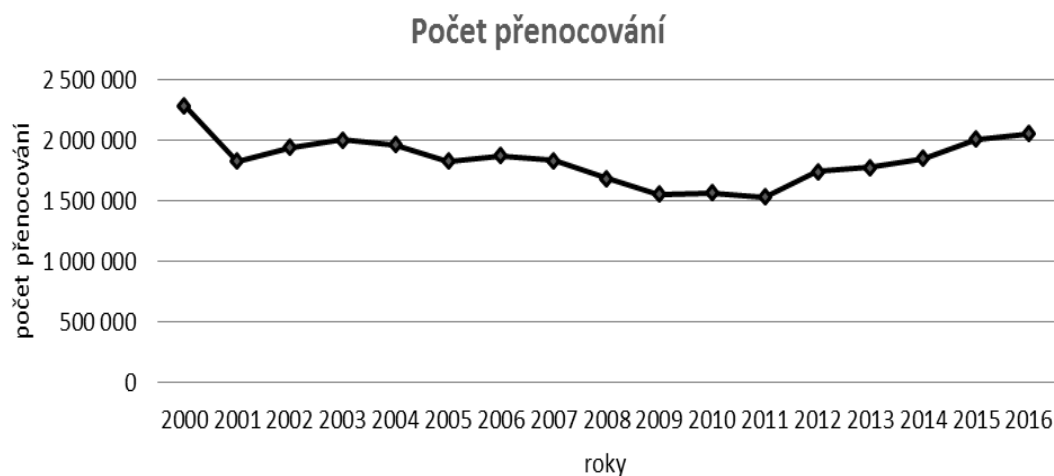
Po prozkoumání sekundárních dat z Českého statistického úřadu je v následující tabulce uveden přehled o počtu návštěvníků, počtu ubytovacích zařízení a počtu přenocování od roku 2000 až po rok 2016.

Tab. 1 Ukazatele cestovního ruchu

Roky	Počet ubytovacích zařízení	Hosté ubytovacích zařízení	Počet přenocování	Počet přenocování na jednoho hosta
2000	351	464 245	2 288 880	4,93
2001	359	443 704	1 828 662	4,12
2002	390	474 026	1 937 704	4,09
2003	390	520 872	2 003 643	3,85
2004	371	522 425	1 964 183	3,76
2005	365	488 766	1 827 599	3,74
2006	368	508 557	1 872 477	3,68
2007	366	532 482	1 832 753	3,44
2008	352	497 452	1 682 314	3,38
2009	338	448 222	1 555 059	3,47
2010	348	462 676	1 568 053	3,39
2011	351	469 335	1 531 553	3,26
2012	469	571 719	1 740 672	3,04
2013	463	603 301	1 775 881	2,94
2014	445	603 414	1 851 323	3,07
2015	445	661 149	2 010 791	3,04
2016	-	686 935	2 056 592	2,99

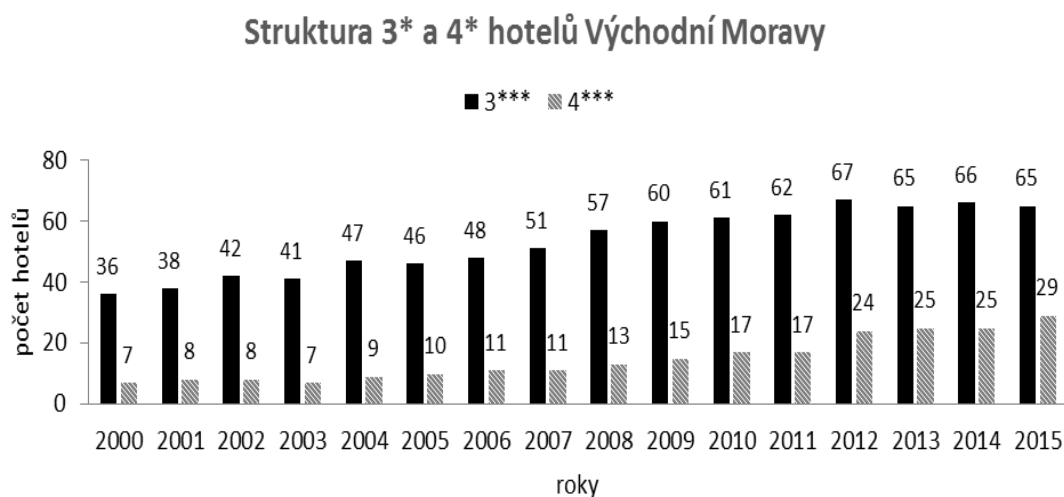
Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Pro lepší znázornění je v následujícím grafu uveden vývoj v počtu přenocování v regionu. Je nutno podotknout, že od roku 2012 došlo ke zkvalitnění informací a k revizi dat o kapacitách a návštěvnosti a z tohoto důvodu je třeba brát ohled na srovnávání s vývojem předchozích let. Při pohledu na Obr. 7, lze konstatovat, že trend křivky počtu přenocování je poměrně plochý s žádnými výraznými výkyvy, a to od roku 2000, kdy se počet přenocování dosahoval téměř 2,3 miliónů. Obecně však platí, že počet přenocování se pohybuje většinou v intervalu mezi 1,5 a 2 milióny.



Obr. 7 Počet přenocování
Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2017

Region východní Morava je atraktivní pro oblast hotelnictví. Následující graf (Obr. 8) znázorňuje, že se počet tříhvězdičkových hotelů v průběhu posledních 16 let téměř zdvojnásobil, zatímco počet čtyřhvězdičkových hotelů vzrostl téměř čtyřikrát. Tento nárůst je způsoben buďto vznikem nových hotelů nebo povýšením již existujících hotelů na vyšší počet hvězdiček (S7). Rostoucí trend dokazuje, že hotely v regionu zvyšují úroveň jejich služeb. Tato rostoucí úroveň poskytovaných služeb může být projevem dodržování konceptů CSR a udržitelného cestovního ruchu, a proto je tento region vhodný pro zkoumání dodržování těchto konceptů v oblasti hotelnictví.



Obr. 8 Počet tří a čtyř hvězdičkových hotelů ve Východní Moravě
Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2017

4.1.2 Typy cestovního ruchu v regionu Východní Morava

Region Východní Morava nenabízí pouze jeden druh cestovního ruchu, ale skládá se z území několika typů cestovního ruchu (S1). Prvním typem cestovního ruchu, který lze v destinaci realizovat je **rekreační a volnočasový cestovní ruch** (S2). Tento druh cestovního ruchu vyhledávají turisté z různých společenských vrstev, jak mladí, tak i dospělí. Většinou se jedná o městské obyvatelstvo, které se přichází regenerovat do přírodních oblastí. Jedná se především o krátkodobé pobyty, provozované většinou o víkendech. Účelem cesty je měnit krajinu. Velký potenciál v regionu má **kulturní cestovní ruch** (S2), jenž je určen návštěvníkům, kteří chtějí navštívit turistické atrakce, patřící do kulturního dědictví. Je oblíben především u mladých lidí, studentů a intelektuálů. Délka pobytu je krátká nebo středně dlouhá. Turisté obvykle dávají přednost velkým městům, které mají mnoho historických budov, muzeí a různých turistických atrakcí. Dalším typem cestovního ruchu, který lze v regionu realizovat je **cestovní ruch se zaměřením na zdravotní péči** (S4). Tuto formu turismu využívají především starší lidé, a to v průběhu celého roku. Délky pobytu se mohou lišit, mohou být střednědobé nebo dlouhodobé. Mnoho možností v regionu nabízí také **sportovně turistický typ cestovního ruchu** (S5). Lidé, kteří jeví zájem o tento druh cestovního ruchu, mají rádi aktivní odpočinek a hodně sportují. Obsahem může být i pasivní účast na sportovních akcích. Vzhledem k tomu, že region nabízí širokou škálu místních gurmánských specialit a tradičních jídel, lze zde provozovat také **gurmánský a gastronomický cestovní ruch**. V menší míře nabízí region ještě další druhy cestovního ruchu jako je **venkovský, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční** (S1).

Podle uvedených charakteristik je zde provozován **cestovní ruch mladistvých, seniorů i aktivní populace**. Turisté zůstávají v regionu průměrně za posledních 17 let 3,5 dne, což značí, že je zde ve většině případů provozován **krátkodobý cestovní ruch** (W1), s výjimkou léčebných lázeňských pobytů. Vyžití regionu je rozprostřeno do celého roku a lze zde najít jak **zimní**, tak i **letní cestovní ruch** (O1). V zimě jsou ve vyšších polohách dobré sněhové podmínky pro využití zimních sportů, po zbytek roku se mohou turisté věnovat turistice, cykloturistice a mohou navštěvovat atraktivity, které region nabízí. Podrobnější přehled atraktivit v regionu a jejich sezónnost je uveden v příloze A.

4.2 Hodnocení udržitelnosti regionu Východní Morava

V této kapitole jsou uvedeny jednotlivé pilíře udržitelného rozvoje, které poskytují přehled dostupných ekonomických, sociálních a environmentálních ukazatelů v regionu. Vzhledem k tomu, že nejsou dostupná data, která by zkoumala ukazatele přímo ve vztahu k cestovnímu ruchu, jsou v kapitole uvedeny pouze ty ukazatele, které mohou být cestovním ruchem a přílivem návštěvníků ovlivněny nebo naopak ty, které mohou mít vliv na návštěvnost regionu. Ukazatele, které se k cestovnímu ruchu přímo nevztahují, ale poskytují základní přehled o udržitelnosti v regionu, jsou uvedeny v příloze.

4.2.1 Ekonomický pilíř

Hrubý domácí produkt

HDP je považován za ukazatel, který znázorňuje materiální životní úroveň obyvatelstva. Jak lze vidět v následující tabulce, vývoj HDP je za posledních 5 let rostoucí (S8), což může znamenat více prostředků na ochranu životního prostředí, může to vyjadřovat snížení nezaměstnanosti či snížení kriminality apod. Lze se na tento ukazatel podívat také z druhé strany, což by mohlo znamenat vyšší spotřebu nerostných surovin a tím i vyšší celkovou zátěž regionu např. vypouštění emisí, větší produkce odpadů a dalších negativní vlivy.

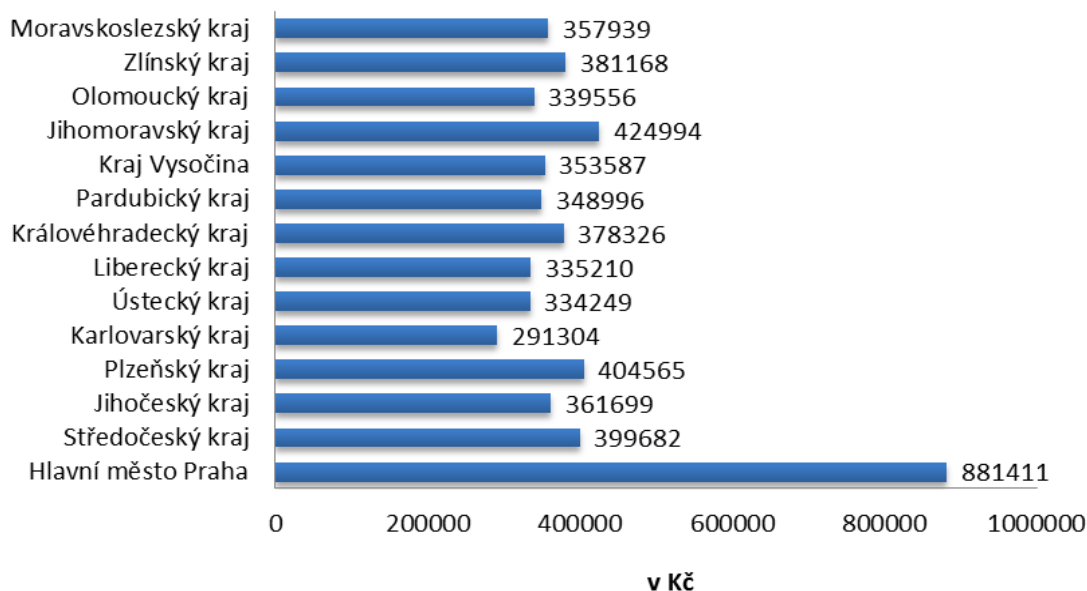
Tab. 2 Hrubý domácí produkt

	2011	2012	2013	2014	2015	trend
HDP (mil. Kč)	191 345	190 952	194 047	214 013	222 918	↑
HDP na 1 obyvatele (Kč)	324 536	324 583	330 803	365 317	381 168	↑

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Ve srovnání s ostatními kraji České republiky se umístil Zlínský kraj se svou hodnotou HDP na obyvatele v roce 1995 na 12. pozici. V roce 2009 si polepšil a s hodnotou 337 266 Kč/obyvatele se vyšplhal až na 7. místo. V roce 2014 se posunul ještě o dvě příčky a na 5. místě se nachází i v roce 2015 s hodnotou 381 168.

Hrubý domácí produkt na 1 obyvatele v roce 2015



Obr. 9 Hrubý domácí produkt mezikrajské srovnání

Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2017

Dopravní infrastruktura

Délka silnic a dálnic je ve Zlínském kraji 2141 km. Hustota silnic a dálnic na 100 km² je ve Zlínském kraji na průměrné republikové úrovni, ale mezi jednotlivými okresy v kraji jsou značné rozdíly. Nejvyšší silniční síť má okres Uherské Hradiště, naopak ani zdaleka Kroměřížský okres, a dokonce i okres Zlín nedosahují krajského i celorepublikového průměru (W2). Podrobnější rozpis pro jednotlivé okresy a členění silnic popisuje tabulka níže. Region dále nabízí provozní délku železničních tratí ve výměře 359 km. Délka splavných vodních cest pro pravidelnou dopravu je 35 km.

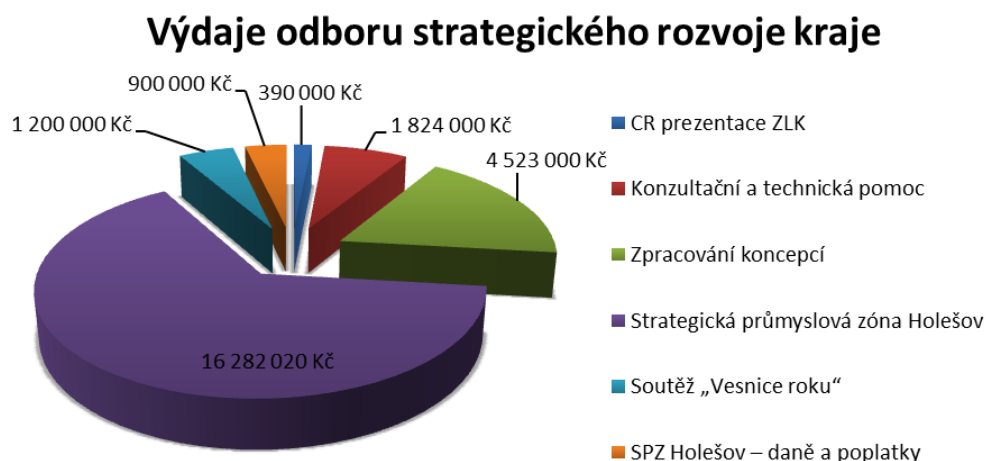
Tab. 3 Délka silnic a dálnic

Kraj, okresy	Délka silnic a dálnic	v tom						
		dálnice			silnice			
		celkem	v tom		celkem	v tom		
			I. třídy	II. třídy		I. třídy	II. třídy	III. třídy
Zlínský kraj	2 141	33	17	16	2 108	343	511	1 254
Kroměříž	558	24	17	8	534	29	170	335
Uherské Hradiště	525	-	-	-	525	122	123	280
Vsetín	504	-	-	-	504	115	84	305
Zlín	555	9	-	9	546	76	135	335

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Výdaje odboru strategického rozvoje kraje

Celkové výdaje odboru jsou pro rok 2017 ve výši 25 119,02 tis. Kč. Dohromady 23 019,02 tis. Kč bude vloženo do oblasti cestovního ruchu, do zpracování koncepcí, do konzultační a technické pomoci a na výdaje, které souvisí se Strategickou průmyslovou zónou ve městě Holešov. Částka 1200 tis. Kč putuje do oblasti dotací a transferů na soutěž „Vesnice roku“ a 900 tis. Kč směřuje na očekávané platby daně z nemovitostí.



Obr. 10 Výdaje odboru strategického rozvoje kraje
Zdroj: Vlastní zpracování podle Rozpočet Zlínského kraje 2017

4.2.2 Sociální pilíř

Kriminalita

Česká republika patří mezi deset nejbezpečnějších destinací světa a jak ukazují policejní statistiky, tento stav se prohlubuje (O2). Rok 2016 přinesl nejnižší kriminalitu ve všech krajích. Podle dat z roku 2014 dosáhl Zlínský kraj nejmenšího počtu trestných činů na obyvatele (S9). Hned za ním se nachází kraj Vysočina. Tabulka uvádí, jaký je vývoj trestných činů na území Zlínského kraje. Počet trestných činů má klesající trend, což má pro region příznivé dopady a obyvatelé i turisté se zde mohou cítit bezpečněji.

Tab. 4 Vývoj počtu trestných činů

Jednotka	2011	2012	2013	2014	2015	trend
Počet	9 227	8 887	9 197	8 807	7 964	↓
Počet trestných činů/1000 obyvatel	15,7	15,16	15,71	15,06	13,64	↓

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Výdaje na kulturu z veřejných rozpočtů

Tab. 5 Výdaje na kulturu

Jednotka	2015	2016	2017	trend	
Výdaje odboru kultury a památkové péče	tis. Kč	174 807	151 190	153 445	↓
Výdaje fondu Zlínského kraje	tis. Kč	7 350	16 480	16 480	↑

Zdroj: Vlastní zpracování podle Rozpočet Zlínského kraje na rok 2015, 2016, 2017

Částka, kterou věnuje kraj na kulturu ze svého rozpočtu, vypovídá o tom, jak kraj podporuje zájmy, aktivity a činnosti a napomáhá tak rozvoji jednotlivce a integraci občanské společnosti. Výdaje odboru kultury a památkové péče jsou podle rozpočtu Zlínského kraje roku 2017 ve výši 153 445 tis. Kč. Největší část je určena na pokrytí příspěvků a dotací v oblasti kultury, a to ve výši 146 305 tis. Kč. Dále z tohoto rozpočtu plyne 140 tis. Kč ke krytí finančních odměn v souvislosti s udělováním ocenění v oblasti kultury a na zajištění Regionálních funkcí knihoven ve výši 7 000 tis. Kč.

4.2.3 Environmentální pilíř

Investice na ochranu životního prostředí

V následující tabulce jsou uvedeny investice na ochranu životního prostředí podle Českého statistického úřadu. Tyto investice odráží úroveň péče o životní prostředí ze strany jak veřejného, tak i soukromého sektoru.

Tab. 6 Investice na ochranu životního prostředí

	Jednotka	2011	2012	2013	2014	2015
Pořízené investice na ochranu ŽP	tis. Kč	928	564	864	713	995
Neinvestiční náklady na ochranu ŽP	tis. Kč	291,2	300,4	297,3	307,8	298,9

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Odpady, ovzduší a voda

Podle CENIA (2015) výrazně vzrostla mezi lety 2009 a 2015 celková produkce odpadů na obyvatele ve Zlínském kraji, a to až o 80,8 % na hodnotu 2726,8 kg/ obyvatele (W3). Ve srovnání mezi kraji zaujímá v roce 2015 Zlínský kraj 6. příčku v množství komunálního odpadu na obyvatele.

Kvalitu ovzduší Zlínského kraje již dlouhodobě ovlivňuje přenos znečištění z Moravskoslezského kraje (T1), dále silniční doprava a také lokální topeniště. Zátěž ovzduší dopravou je však ve Zlínském kraji nejnižší (S10).

Jakost vody vodních toků byla hodnocena III. třídou jakosti, tedy jako znečištěná, některé roky byly dokonce ohodnoceny IV. třídou jakosti, tedy jako silně znečištěná voda. Toto zhoršení zapříčinilo především znečištění z průmyslových zdrojů, ze zemědělství a nadprůměrné teploty a sucho v roce 2015. Došlo ke zhoršení některých koupacích vod ve Zlínském kraji pro sezónu 2015 a to v důsledku zvýšeného množství sinic způsobených nadměrně vysokými teplotami (W4).

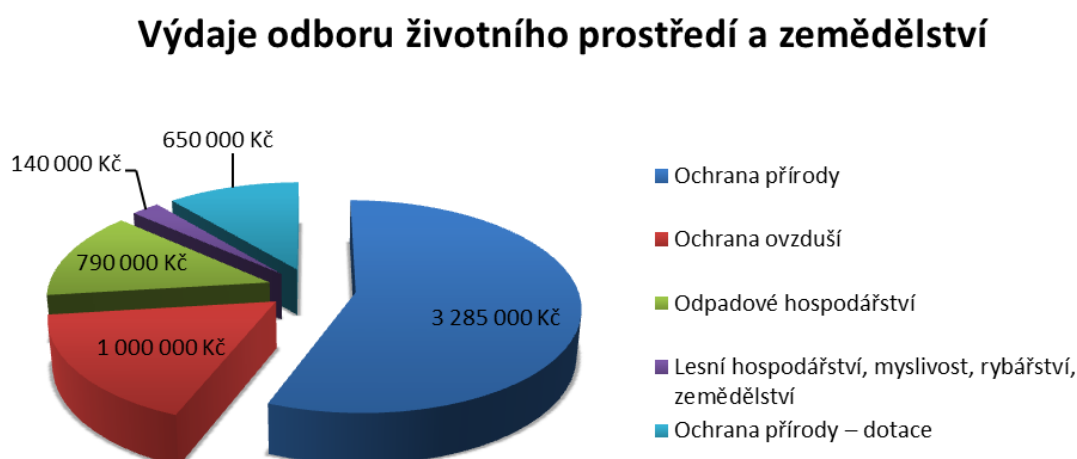
Chráněná území

Ve Zlínském kraji se nachází dvě chráněné krajinné oblasti o rozloze 118,5 ha, a to Beskydy a Bílé Karpaty (S11). Na území kraje se rozkládá celkem 170 maloplošných chráněných území s celkovou rozlohou 1906 ha. Do těchto maloplošných chráněných území jsou zahrnuty přírodní rezervace, kterých je v kraji 38, dále 123

přírodních památek, 6 národních přírodních rezervací a 3 národní přírodní památky. Co se týká mezikrajového srovnání, podle údajů z roku 2014 zaujímá Zlínský kraj nejmenší podíl maloplošných chráněných území v republice (W5).

Výdaje odboru životního prostředí a zemědělství

Výdaje odboru životního prostředí a zemědělství jsou v rozpočtu Zlínského kraje pro rok 2017 navrženy ve výši 5 865 tis. Kč. Podrobnější rozpis výdajů na ochranu životního prostředí je uveden následujícím grafu.



Obr. 11 Výdaje odboru životního prostředí a zemědělství
Zdroj: Vlastní zpracování podle Rozpočet Zlínského kraje na rok 2017

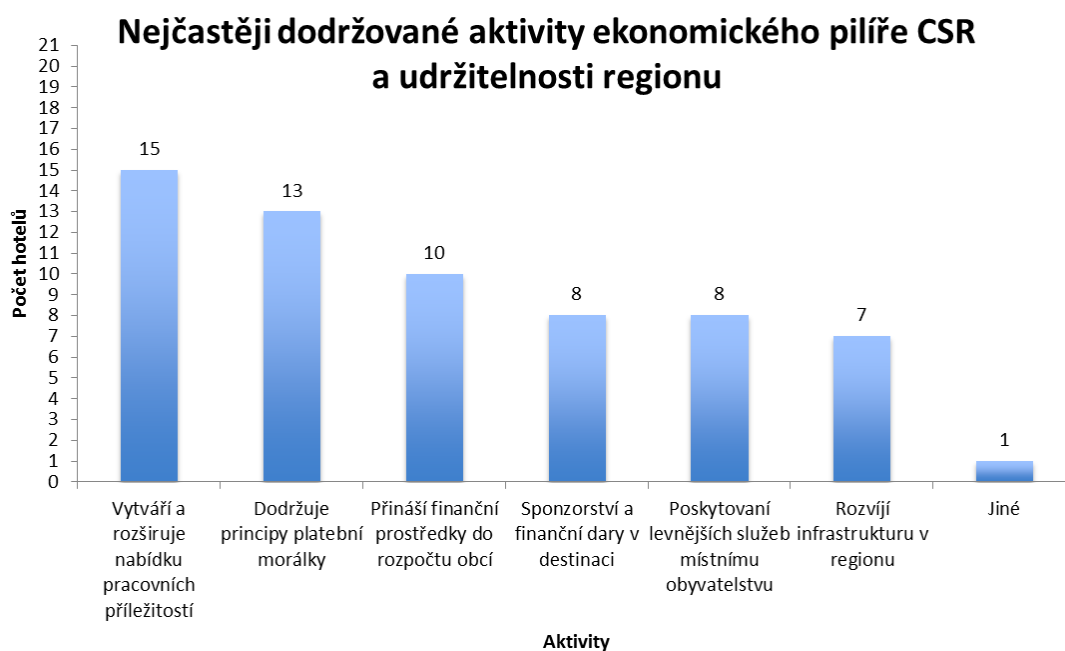
4.3 Hodnocení udržitelnosti Východní Moravy na základě primárního výzkumu

Primární průzkum podle obyvatel, hotelů a z pohledu zástupce CCRVM.

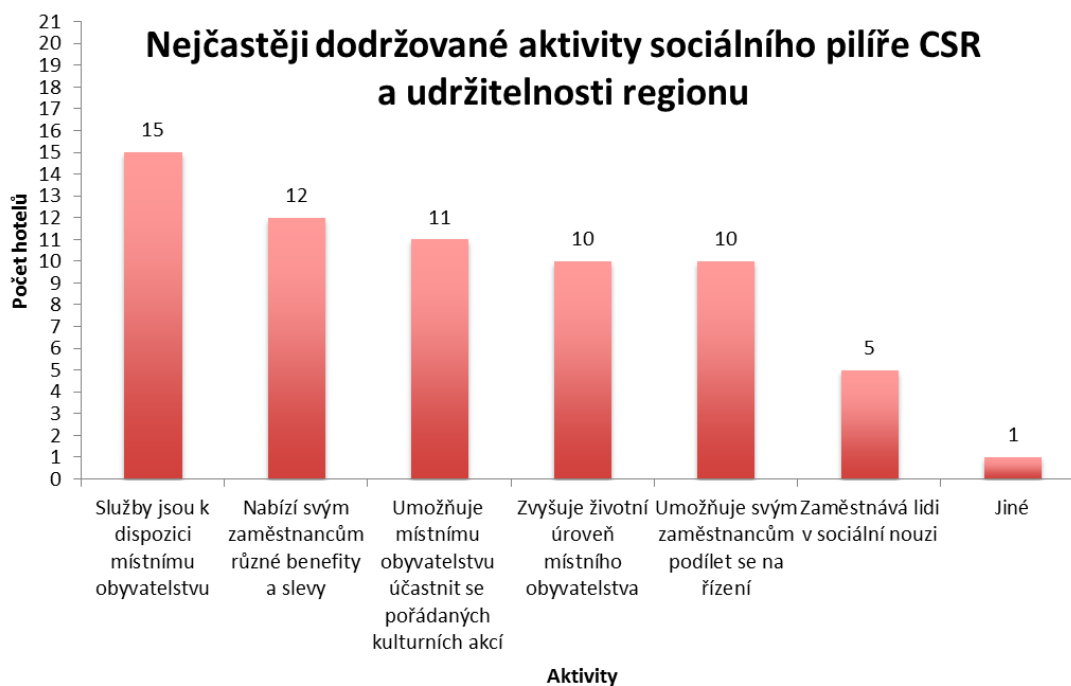
4.3.1 Dotazníkové šetření na hodnocení konceptu CSR v hotelech

Primární výzkum byl proveden na hotelech východní Moravy ve formě dotazníků, které byly adresovány 83 hotelům, z nichž bylo 54 tříhvězdičkových hotelů a 29 čtyřhvězdičkových hotelů. Do výzkumu se zapojilo celkem třicet jedna hotelů, což představuje 37% návratnost odpovědí. Relativně nízké procento návratnosti souvisí s nedostatkem informací a nevědomostí o konceptu CSR (W6), což bylo následně prokázáno telefonními rozhovory s manažery hotelů. Tito manažeři potvrdili, že tento koncept neznají, a proto nebyly vyplněny dotazníky. Na základě rozhovorů s hotelovými manažery a odpovědí z dotazníků bylo prokázáno, že termín CSR byl znám pouze čtyřem manažerům, 17 respondentů o konceptu CSR dosud neslyšelo, nicméně aktivity CSR provádějí a 10 respondentů se nikdy s termínem

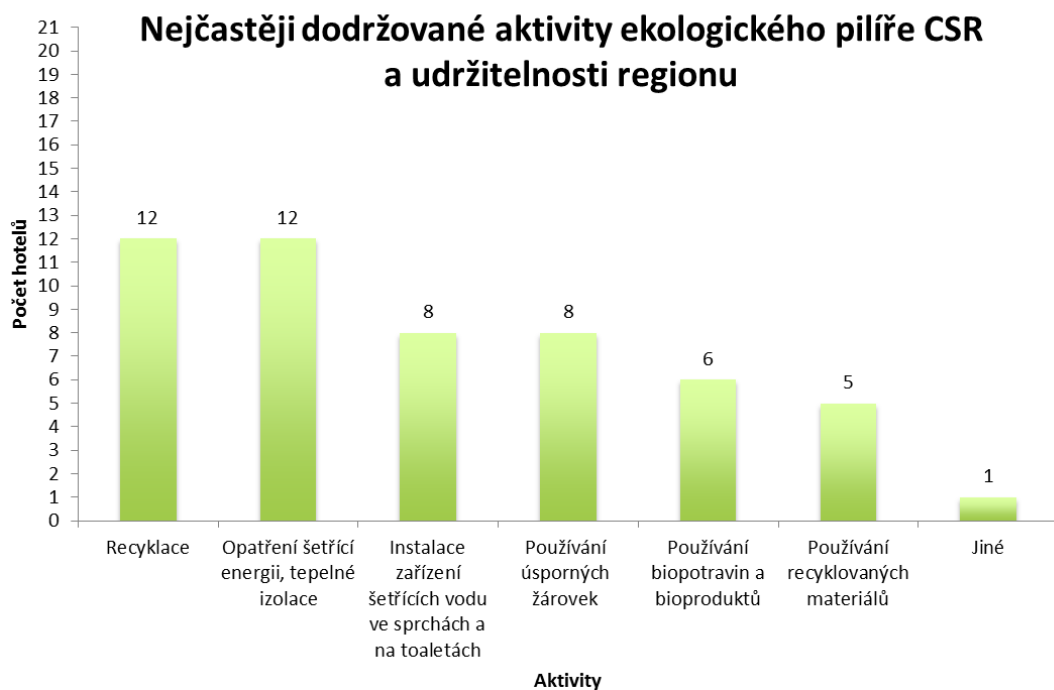
CSR nesetkali a jeho aktivity nesplňují. Z hlediska významu konkrétních pilířů je ekonomický pilíř vnímán jako nejdůležitější, druhý je sociální pilíř a poslední pilíř životního prostředí. Obrázky 12, 13 a 14 znázorňují nejčastěji prováděné činnosti v rámci jednotlivých pilířů. Tvorba a rozšiřování pracovních míst a plnění morálních plateb jsou nejčastějšími aktivitami ekonomického pilíře (Obr. 12). Hotely nabízejí své služby místním obyvatelům, starají se o své zaměstnance a poskytují jim různé výhody. Tyto činnosti jsou zařazeny do sociálního pilíře (Obr. 13) Poslední, environmentální pilíř je podporován především recyklací a využíváním energeticky úsporných systémů (Obr. 14).



Obr. 12 Aktivity ekonomického pilíře
Zdroj: Vlastní zpracování



Obr. 13 Aktivity sociálního pilíře
Zdroj: Vlastní zpracování



Obr. 14 Aktivity environmentálního pilíře
Zdroj: Vlastní zpracování

Jak již bylo řečeno, deset z 31 hotelů nevykonává aktivity CSR, a tak v dalších výsledcích je zkoumáno pouze těch 21, které vykonávají koncepty CSR a udržitelnosti. Z 21 hotelů celkem 14 hotelů (66%) provádí aktivity CSR z důvodu přispívání k vizi a dobrému jménu hotelu. Další dva nejdůležitější důvody jsou růst loajality a budování vztahu se zákazníky založeném na důvěře. Na druhé straně hotely vidí jako problém při zavádění konceptu především zvyšování nákladů, nedostatek času a nedostatek znalostí a aplikace v praxi. Sheldon a Park (2011) přinesli velmi podobné výsledky označující nedostatek zdrojů a nedostatečné porozumění jako dvě hlavní omezení při zavádění CSR. Velký nedostatek byl zjištěn v oblasti reportingu, protože 90,5 % respondentů neprovádí žádné pravidelné CSR reporty (W7). I když zbývající procento uvedlo, že pravidelné reporty uskutečňují, nejsou však zveřejňovány externím uživatelům, např. na webových stránkách nebo ve výročních zprávách. Obecně platí, že externí i interní komunikace týkající se implementace CSR se stává standardem hotelů (Yilmaz, 2016), a proto hotely Východní Moravy jsou v tomto směru daleko za svou konkurencí (T4). Nejen, že hotely nevykazují reporty o CSR, ale nevydávají ani zprávy o udržitelnosti. Vzhledem k tomu, že některé ukazatele udržitelného cestovního ruchu mohou být přímo propojeny s ukazateli, které slouží k měření CSR (např. ukazatele GRI), vykazování CSR a udržitelnosti se vzájemně doplňuje.

Dalším důležitým zjištěním, které vysvětluje, jaký vliv má jeden koncept na druhý, je skutečnost, že zástupci hotelů v regionu východní Moravy souhlasí s tvrzením, že naplnění koncepce společenské odpovědnosti podniků zvyšuje udržitelnost destinace a druhým prohlášením, že hotely, které se držely koncepce sociální odpovědnosti podniků, přispívají ke snížení negativního dopadu cestovního ruchu.

4.3.2 Dotazníkové šetření na hodnocení udržitelného rozvoje cestovního ruchu z pohledu obyvatel a zástupce CCRVM

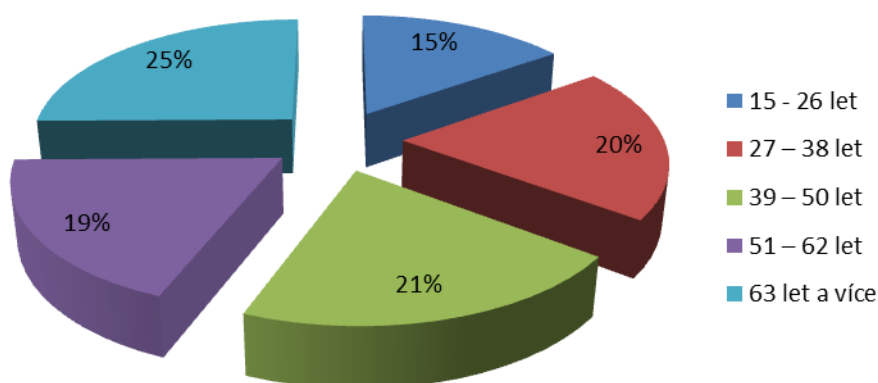
Cílem výzkumu je zjistit, jak vnímají udržitelnost v regionu místní obyvatelé a jak hodnotí vliv cestovního ruchu na ekonomické, sociální a environmentální prostředí regionu.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo dohromady 270 respondentů, kteří žijí v regionu Východní Morava déle než jeden rok. Vzorek respondentů je zvolen na základě kvótního výběru, kdy jsou naplněny jednotlivé kvóty podle základního kritéria, kterým je věk. Dotazník se skládá z celkem 1 otevřených a 11 uzavřených otázek. Dohromady osm otázek bylo uzavřených s jednou možností odpovědi, u jedné otázky bylo možné odpovědět libovolným počtem odpovědí a jedna otázka byla otevřená, aby zde respondenti mohli doplnit své připomínky a názory k dané problematice. Dotazník obsahoval ještě dvě komplexní otázky, které hodnotily kritéria v rámci ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře, a to za prvé z hlediska splňování těchto kritérií v regionu, tak z hlediska významnosti a důležitosti těchto kritérií pro obyvatele regionu.

Podle údajů Českého statistického úřadu z 31. 12. 2015 žije v regionu Východní Morava celkem 584 676 obyvatel, z toho 286 156 mužů a 298 520 žen. Pro účely výzkumu je však počítáno s celkem 499 024 obyvatel, vzhledem k tomu, že zkou-

maná problematika je náročnější na vnímání a pochopení, a proto do ní děti a mladiství do 15 let nejsou zapojeni. Z celkového počtu 270 získaných dotazníků je 41 respondentů ve věkové kategorii 15-26, 54 respondentů v kategorii 27-38, 56 respondentů v kategorii 39-50, 51 respondentů v kategorii 51-62 a 68 respondentů v nejstarší kategorii 63 a více (viz. procentuální rozdělení Obr. 15).

Kvótní výběr podle věkového složení obyvatelstva v regionu Východní Morava



Obr. 15 Věkové složení respondentů
Zdroj: Vlastní zpracování

Celkově v rámci dotazování bylo získáno 72 % odpovědí žen a 28 % odpovědí mužů. Co se týká ekonomické aktivity, nejnižší zastoupení zaujímá necelé 1 % nezaměstnaných, a naopak nejvíce respondentů (55 %) se řadí do ekonomické aktivity zaměstnanec. Podle členění regionu na 4 základní oblasti, pochází 50 % respondentů z Valašska, 15 % respondentů ze Slovácka, 16 % respondentů z Kroměřížska, 19 % respondentů z oblasti Zlínsko a Luhačovicko.

Jak vnímá dopady cestovního ruchu a návštěvnost ve Východní Moravě místní obyvatelstvo, je shrnuto v následujících kontingenčních tabulkách.

Míra souhlasu s tvrzením, že v regionu Východní Morava převažují spíše pozitivní dopady cestovního ruchu nad negativními je uvedena v tabulce č. 7. Jednotlivé odpovědi jsou rozřazeny podle věku respondentů, aby bylo ověřeno vnímání cestovního ruchu různými věkovými kategoriemi. Pouze 3 % obyvatel si myslím, že v regionu nepřevažují pozitivní dopady nad negativními. Dalších 32 % respondentů nedokáže posoudit, zda převažují pozitivní nad negativními nebo naopak a převážná většina 65 % vnímá cestovní ruch v regionu kladně (S12). Jak je znázorněno v tabulce níže, nelze vypořádat žádné výrazné rozdíly ve vnímání cestovního ruchu mezi jednotlivými věkovými kategoriemi. Největší procento souhlasu s převážením pozitivních dopadů nad negativními lze vypořádat u věkové kategorie 51-62 let (75 %) a nejnižší (57 %) je kupodivu skupina věkem hned nad nimi 63 let a více, kteří zase zaujmají největší procento odpovědí „nedokážu posoudit“.

Tab. 7 Kontingenční tabulka – Dopady cestovního ruchu

V regionu Východní Morava převažují spíše pozitivní dopady cestovního ruchu nad negativními.				
Věková skupina	nedokážu posoudit	nesouhlasím	souhlasím	Celkový součet
15–26 let	15	1	25	41
27–38 let	15	1	38	54
39–50 let	19	2	35	56
51–62 let	11	2	38	51
63 let a více	27	2	39	68
Celkový součet	87	8	175	270

Zdroj: Vlastní zpracování

Následující tabulka (Tab. 8) shrnuje míru souhlasu s tvrzením, že vyšší počet návštěvníků v regionu Východní Morava obyvatelům nevadí. Zde lze vyzorovat na různých věkových skupinách dva jevy, jednak to, jak obyvatelé vnímají přelidňenost, jestli jim více lidí vadí nebo nevadí. A za druhé, jestli podle nich dokáže region pojmout ještě větší množství návštěvníků, či už je zde dostatečně návštěvníky zaplněno. Z tabulky lze vidět, že 77 % obyvatel nevadí vyšší počet návštěvníků (O3), pouhých 5 % obyvatelům vadí vyšší počet návštěvníků a podle nich je region už dostatečně zaplněn a 18 % obyvatel je to jedno, z čehož je nejvíce procent lidí v důchodovém věku (42 %).

Tab. 8 Kontingenční tabulka – Počet návštěvníků

Vyšší počet návštěvníků v regionu Východní Morava mi nevadí.				
Věková skupina	je mi to jedno	nesouhlasím	souhlasím	Celkový součet
15–26 let	5	3	33	41
27–38 let	6	1	47	54
39–50 let	10	3	43	56
51–62 let	7	2	42	51
63 let a více	20	4	44	68
Celkový součet	48	13	209	270

Zdroj: Vlastní zpracování

Na otázku, zda je region Východní Morava turisty přeplněný, přiměřeně zaplněný nebo nepřeplněný, odpovídali obyvatelé jednotlivých oblastí Zlínského kraje následovně. Pouze 3 % hodnotilo region jako přeplněný, jinak podle 58 % je region zaplněn turisty tak akorát a 39 % připadá region nepřeplněný a jsou zde ještě dostatečné nevyužité kapacity (S13). Jak lze z tabulky (Tab. 9) vysledovat, žádná oblast v regionu Východní Morava není nijak výrazně přelidněna oproti jiné a lze tedy konstatovat, že ve všech částech regionu se nachází prostor pro větší množství ná-

vštěvníků, vzhledem k tomu, že obyvatelé necítí své soukromí nijak narušeno a ohroženo. Nejméně přeplněnou oblast vnímají obyvatelé Valašska (33 %).

Tab. 9 Kontingenční tabulka – Přelidněnost destinace

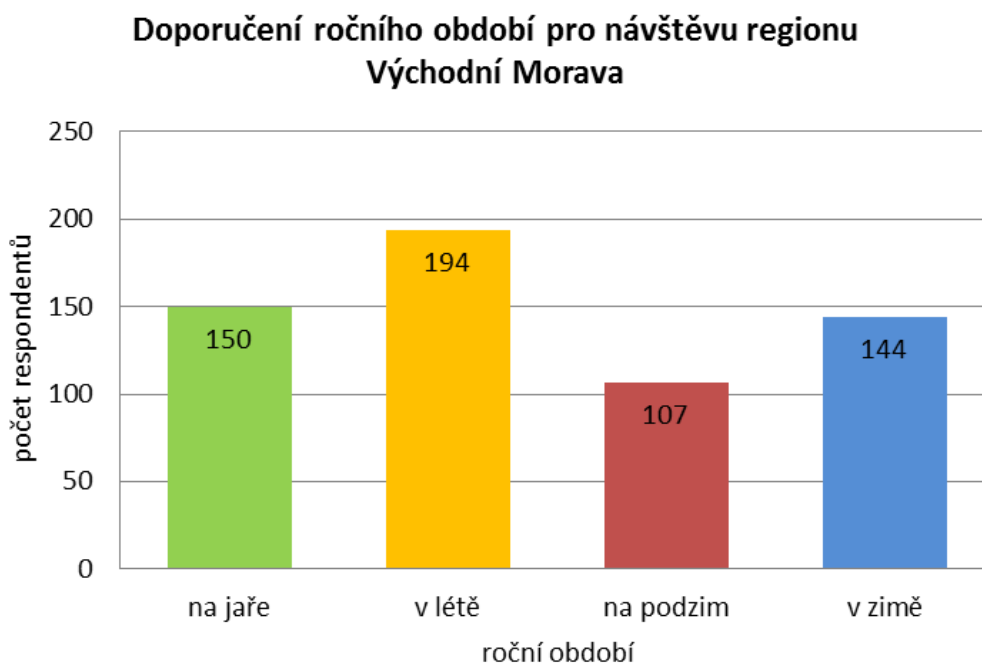
Region Východní Morava je turisty				
Oblast	nepřeplněný	přeplněný	přiměřeně zaplněný	Celkový součet
Kroměřížsko	24	0	20	44
Slovácko	18	1	22	41
Valašsko	44	4	86	134
Zlínsko a Luhačovicko	19	3	29	51
Celkový součet	105	8	157	270

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle marketingového ředitele centrály cestovního ruchu Východní Moravy také převažují pozitivní dopady cestovního ruchu nad negativními. Projevilo se to v návštěvnosti regionu i ve vnímání poskytovatelů služeb. Od roku 2007 kdy působí v regionu Centrála cestovního ruchu, došlo k obrovskému posunu (S6). Začaly se propojovat nabídky jednotlivých poskytovatelů destinace s nabídkou atraktivit v regionu, což vede k poskytování komplexnějších produktů a tvorbě ucelené nabídky (S14). Centrála dosahuje pozitivních výsledků v návštěvnosti. Do regionu začalo jezdit více Poláků, Italů a Slováků a zájem o region nadále roste (O4). Z dřívějších 12 % návštěvníků se posunula návštěvnost zahraničních turistů na 16 %, což je vnímáno jako velmi pozitivní výsledek, vzhledem k tomu, že zahraniční turista zde utratí mnohem více peněz než turista z České republiky. Stále se v regionu nepohybuje návštěvnost na hranici, ale i přesto jsou v některých lokalitách počty návštěvníků nad limitem a je potřeba je sledovat, aby nedošlo k přetížení. Například Zoo Lešná prošla výrazným rozvojem a je nejnavštěvovanějším místem na Moravě. V období sezóny byly překročeny limity denní návštěvnosti, ty se však rok od roku ještě více zvyšují nahoru, takže kapacity tu stále jsou. Otázka, jestli to už neškodí životnímu prostředí, je zde na místě. Nejvhodnější by bylo v těchto místech s velkým nátlakem návštěvníků rozprostrit návštěvnost i mimo sezónu (W8). Problém velkého množství návštěvníků se týká také cyklostezek, které region nabízí. V období sezóny a za pěkného počasí se pohybuje na stezkách velké množství cyklistů, což se místním obyvatelům nemusí líbit, stále zde ale není provoz na takové úrovni, aby to bylo pro turisty i místní obyvatelstvo nebezpečné. Pořád zde však existuje prostor, aby se zde turisté zdržovali déle. Nemusí se ani zvyšovat počet turistů, kteří do regionu během roku přijedou, ale je významnější, aby se zde pozdrželi delší dobu, například místo dvou dnů tři dny (O5). V obdobích špičky je zátěž pro spoustu lidí na hranici, ale stále zde není cestovní ruch na takové úrovni, aby obtěžoval místní obyvatelstvo.

Podle místních obyvatel je nejvíce doporučováno navštívit region v letním období, ale i ostatní roční období si vedou velmi dobře, což nasvědčuje tomu, že region má velké vyžití i v obdobích mimo sezónu. Podrobnější znázornění doporučení

ročního období k návštěvě regionu Východní Morava poskytuje následující graf (Obr. 16).



Obr. 16 Roční období
Zdroj: Vlastní zpracování

Místní obyvatelé doporučují nejméně podzim. Nicméně dle názoru odborníka centrály cestovního ruchu by on právě doporučil podzim, vzhledem k tomu, že je všechno barevné, jsou vhodné podmínky pro turistiku a cyklistiku, dozrává víno, což jsou hlavní formy cestovního ruchu v tomto regionu. Navíc jsou v tomto období ještě volné ubytovací kapacity (O6). Nicméně nejčastěji je region navštěvován v letním období červen až září. Rozhodně není region zimní lokalita, která by táhla k vysoké návštěvnosti.

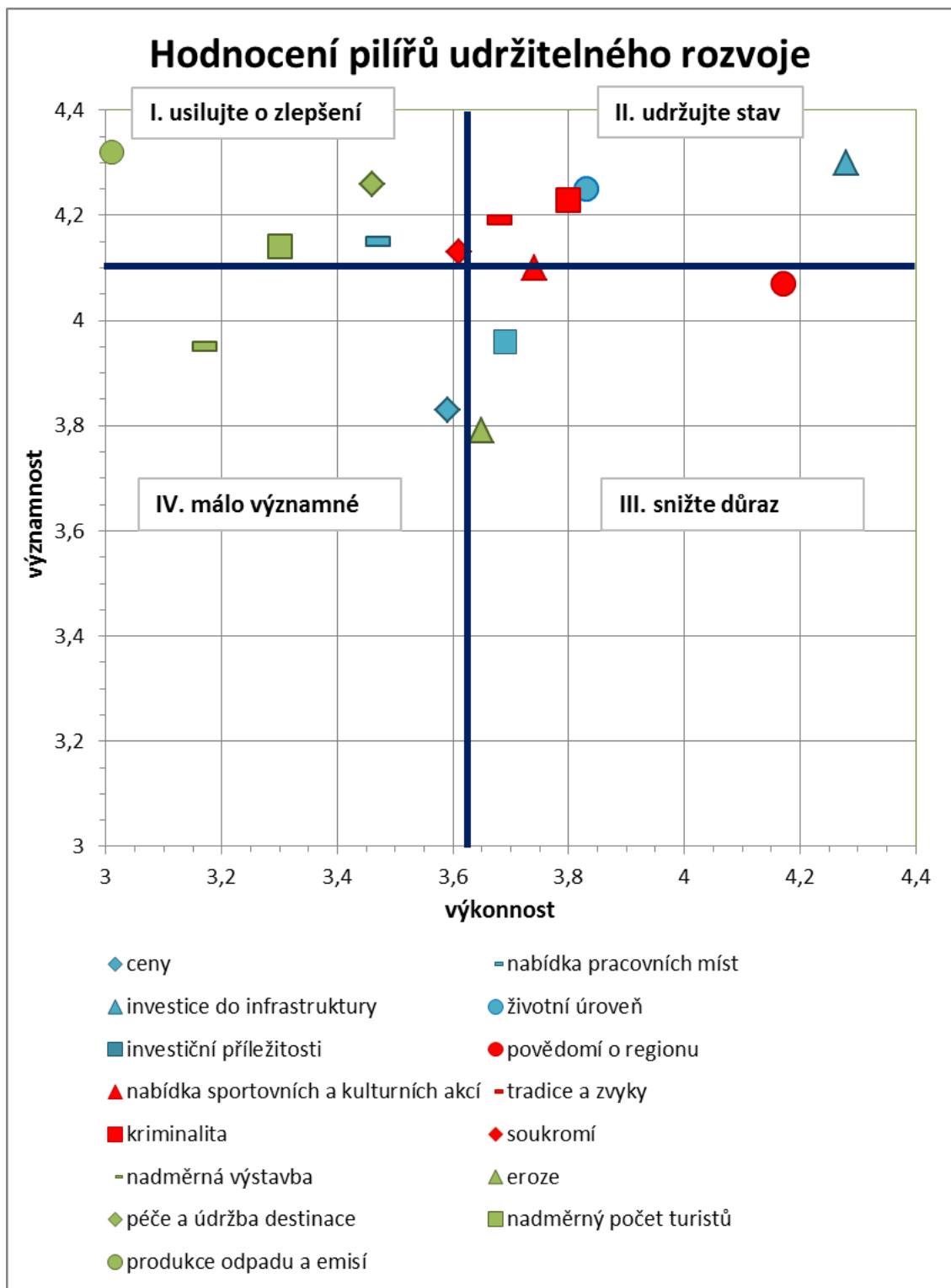
Hlavním výstupem dotazníkového šetření je matice importance-performance, která graficky přehledně a jednoduše znázorňuje vnímání jednotlivých kritérií v rámci ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře místními obyvateli. Poskytuje tak jakýsi přehled o tom, jak vnímají respondenti udržitelnost v regionu Východní Morava, jak si stojí z jejich pohledu jednotlivá kritéria uvnitř destinace a jak jsou tato kritéria pro ně důležitá. V dotazníku byli respondenti požádáni, aby na pětibodové stupnici zhodnotili výroky, pomocí kterých jsou jednotlivá kritéria vysvětlena. Hodnoty, na základě kterých je graf zpracován, vycházejí z dotazníkového šetření a jsou uvedeny v tabulce č. 29 v příloze C. Pro lepší přehlednost jsou jednotlivé pilíře zvýrazněny jinou barvou. Kritéria, která se týkají ekonomického pilíře, jsou znázorněna modrými značkami. Červené značky popisují kritéria v sociálním pilíři a zelené značky kritéria v environmentálním pilíři.

Ta kritéria, která jsou umístěna v prvním kvadrantu „usilujte o zlepšení“ mají pro obyvatele velký význam z pohledu udržitelnosti, ale obyvatele nehodnotí jejich aktuální stav v destinaci už tak pozitivně a je zde prostor pro zlepšování. To znamená, že by se měly sledovat indikátory týkající se těchto kritérií, aby se předcházelo zhoršování situace a mohla by se případně uskutečnit nápravná opatření. Podle tohoto pilíře by se mělo pravidelně monitorovat, zda turisté neprodukují velké množství odpadu a emisí (T5), což by mohlo mít negativní vliv na krajinu regionu. Měl by se sledovat vývoj počtu turistů, aby nedocházelo k ohrožení krajiny a životního prostředí v regionu (T6). Měl by se provádět pravidelný reporting, zda poskytovatelé služeb v cestovním ruchu přispívají k ochraně životního prostředí (O7). Dále by se měla sledovat nezaměstnanost v regionu a zda cestovní ruch neohrožuje soukromí místních obyvatel (T7). Sledování indikátorů kritérií v tomto kvadrantu by se měla věnovat zvýšená pozornost, aby se předcházelo možnému zhoršování a případně aby se učinily kroky pro zlepšení.

Ve druhém kvadrantu „udržujte stav“ se nachází kritéria, kterým přikládají obyvatele velký význam, avšak podle nich dosahují odpovídající a dobré úrovně. Těmto kritériím je z hlediska udržitelnosti potřeba také věnovat pozornost, aby se udržel dobrý výkon i nadále a indikátory, které se k nim vztahují, je potřeba pravidelně sledovat, aby se předešlo možnému zhoršování, jelikož jsou pro obyvatele důležitá. Jedná se o hodnocení životní úrovně místních obyvatel (O8), o investice do infrastruktury (O9), které by měly přispívat k vyšší kvalitě života obyvatel, o sledování kriminality způsobené cestovním ruchem a o udržování místních tradic a zvyků díky cestovnímu ruchu (T9).

Třetí kvadrant „snižte důraz“ zahrnuje ta kritéria, která nejsou pro obyvatele z pohledu udržitelnosti cestovního ruchu tak důležitá, ale jejich aktuální stav hodnotí příliš dobře v porovnání s významem. V tomto kvadrantu není potřeba pravidelně monitorovat jednotlivá kritéria, jelikož nemají pro obyvatele takový význam jako výše uvedené a udržitelnost z jejich pohledu není ohrožena. Jde o nabídku sportovních a kulturních akcí, kterou můžou využívat také místní obyvatele, o investiční příležitosti do cestovního ruchu pro místní obyvatele a podnikatele, o zvyšování povědomí o regionu vlivem cestovního ruchu a o sledování erozí, které by mohly nastat při nadměrném počtu turistů, turistických stezek a cyklostezek.

Čtvrtý kvadrant „málo významné“ obsahuje ta kritéria, která nejsou pro obyvatele natolik důležitá a nepřipadají jim z hlediska udržitelnosti nijak ohrožující. Tato kritéria, ale ani nehodnotí nijak nadprůměrně ve výkonu a lze tedy říci, že jim není potřeba z pohledu obyvatel věnovat zvýšenou pozornost. Zde jsou obsažena pouze dvě zkoumaná kritéria, a to sledování nadměrné výstavby v regionu v souvislosti s turismem, která by mohla škodit životnímu prostředí a sledování zvyšování cen vlivem cestovního ruchu.



Obr. 17 Importance-performance matice
Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 10 Hodnocení výkonnosti kritérií

Výkonnost. Označte možnosti podle toho, jak si stojí region Východní Morava v následujících tvrzeních?	Určitě ne	Spíše ne	Z části ano, z části ne	Spíše ano	Určitě ano
Vlivem cestovního ruchu zde dochází k růstu cen zboží a služeb	33	127	85	17	8
Cestovní ruch vytváří nová pracovní místa a zvyšuje zaměstnanost v regionu	7	47	67	116	33
Investice do infrastruktury (hřiště, cesty, cyklostezky) přispívají k vyšší kvalitě života místních obyvatel	9	6	26	88	141
Cestovní ruch zvyšuje životní úroveň místních obyvatel (využití volného času, pracovní podmínky...)	12	17	51	114	76
Cestovní ruch nabízí investiční příležitosti místním obyvatelům a podnikatelům	11	22	61	121	55
Cestovní ruch zvyšuje povědomí o Východní Moravě	7	11	33	96	123
Zvyšuje se nabídka sportovních a kulturních akcí pro místní obyvatele vlivem cestovního ruchu	6	26	69	100	69
Cestovní ruch zde napomáhá udržet místní tradice a zvyky	13	31	57	103	66
Cestovní ruch zvyšuje kriminalitu v regionu Východní Morava	46	146	62	10	6
Soukromí místních obyvatel je napadeno vlivem přílivu turistů	37	123	82	24	4
Nadměrná výstavba v souvislosti s cestovním ruchem škodí životnímu prostředí	22	80	101	51	16
Nárůst turistických a cyklistických stezek zde může způsobovat eroze půdy	47	121	68	28	6
Cestovní ruch v regionu může přispívat ke zlepšení životního prostředí (údržba destinace, zeleně, ...)	11	37	73	114	35
Nadměrný růst počtu turistů může ohrozit krajinu a životní prostředí v regionu	33	84	97	44	12
Turisté produkují velké množství odpadu a emisí, což může mít negativní vliv na krajinu regionu.	21	64	102	62	21

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 11 Významnost jednotlivých kritérií

Důležitost. Označte možnosti, zda je podle vás důležité, aby:	Určitě ne	Spíše ne	Z části ano, z části ne	Spíše ano	Určitě ano
Zde nedocházelo vlivem cestovního ruchu k růstu cen zboží a služeb	15	31	41	80	103
Cestovní ruch vytvářel nová pracovní místa a zvyšoval tak zaměstnanost v regionu	4	22	30	88	126
Investice do infrastruktury (hřiště, cesty, cyklostezky) přispívaly k vyšší kvalitě života místních obyvatel	2	17	20	90	141
Cestovní ruch zvyšoval životní úroveň místních obyvatel (využití volného času, pracovní podmínky...)	4	12	26	98	130
Cestovní ruch nabízel investiční příležitosti místním obyvatelům a podnikatelům	8	29	30	102	101
Cestovní ruch zvyšoval povědomí o Východní Moravě	2	29	37	82	120
Byla vlivem cestovního ruchu vyšší nabídka sportovních a kulturních akcí pro místní obyvatele	5	18	36	97	114
Zde napomáhal cestovní ruch udržet místní tradice a zvyky	6	18	31	80	135
Cestovní ruch nezvyšoval kriminalitu v regionu Východní Morava	16	18	22	45	169
Nebylo vlivem přílivu turistů napadeno soukromí místních obyvatel	14	19	30	61	146
Byla sledována nadměrná výstavba v souvislosti s cestovním ruchem, která škodí životnímu prostředí	8	22	51	84	105
Zde nedocházelo k erozím půdy nárůstem turistických a cyklistických stezek	14	33	48	77	98
Cestovní ruch v regionu přispíval ke zlepšení životního prostředí (údržba destinace, zeleně, ...)	5	8	33	89	135
Nadměrný růst počtu turistů neohrozil krajinu a životní prostředí v regionu)	8	19	30	83	130
Turisté neprodukovali velké množství odpadu a emisí, což může mít negativní vliv na krajinu regionu	4	15	37	49	165

Zdroj: Vlastní zpracování

K jednotlivým kritériím se vyjádřil také odborník na cestovní ruch v regionu a podle něj zvyšování cen nemá vliv na běžného spotřebitele. Co se týká nabídky pracovních míst, je podle něj situace taková, že pracovní místa v cestovním ruchu nejsou zdaleka obsazena a je potřeba pracovní sílu ještě z okolí dovážet, například i ze Slovenska (W9). Problém nevidí v tom nabídnout pracovní pozici, ale spíše obsadit tuto pozici kvalitním pracovníkem s odpovídajícími zkušenostmi (W10, T9). Výběr pracovníků v cestovním ruchu není nijak ovlivňován pohlavím, vždy záleží na konkrétní profesi. Každopádně většina profesí v cestovním ruchu umožňuje vykonávat činnost jak mužům, tak i ženám. Základní platy v cestovním ruchu jsou v regionu nasazeny docela nízko (W11). Dobře jsou zaplacení klíčoví zaměstnanci, například kuchaři, ti se pohybují v žebříčku platově vysoko. Cestovní ruch zvyšuje životní úroveň místního obyvatelstva (O8), nabízí jim pracovní místa, mohou využívat nově vybudovanou infrastrukturu, je jim dostupných více služeb, mohou využívat cyklostezky apod. Investiční příležitosti se odvíjí podle toho, zda má dané území nějaký potenciál pro rozvoj. Poptávka po službách v cestovním ruchu tedy vytváří investiční příležitosti (O10). Z hlediska kriminality je kraj ve srovnání s Prahou velmi bezpečný (S9) a Praha je bezpečnější než jiná města, takže se zde turisté necítí nijak ohroženi a kritérium, podle kterého se rozhodují, rozhodně není nízká kriminalita, ale spíše přátelskost v regionu a nabídka. Co se týká rozšiřování a další výstavby, je většina již uskutečněna, spíše se plánují rozvojové projekty, které budou hrazeny z rozpočtu obcí do lokalit, které mají zemědělský charakter. Aktuálně je ve výstavbě cyklostezka Bečva-Vlára-Vláh (O11), čímž se infrastruktura pro cyklisty rozšíří, což by mohlo způsobit další příliv návštěvníků ze Slovenska. Cestovní ruch má spoustu negativních dopadů na životní prostředí, což je potřeba nějak kompenzovat tím, že bude přispívat k jeho zlepšení. Přispívá například vznikem infrastruktury, regulací pohybu turistů, výstavbou parkovišť se zpevněnou plochou, výstavbou chodníků, cyklotras apod. (S15). V okolí Frenštátu pod Radhoštěm například cestovní ruch chrání životní prostředí před těžbou uhlí. Zvýšená produkce odpadků, odpadů a emisí (T10) je cestovnímu ruchu značným problémem. Proto ale každý turista platí místní poplatky při uskutečnění pobytu, které se odvádí do obecní kasy, protože dochází k zátěži životního prostředí.

Podle zástupce Centrály cestovního ruchu je těžké konstatovat, kdo je jejich největším konkurentem. Z hlediska blízkosti by to byl asi Olomoucký kraj, ale jednotlivé kraje mezi sebou nelze tak srovnávat, protože každý nabízí něco jiného. Velký význam má podle něj chytit se vzájemné spolupráce (O12), protože území Moravy je historicky propojeno a většina turistů jede na Moravu a nerozlišuje na jakou. Již v roce 2012 na jejich popud spojily síly všechny moravské kraje plus Vysočina a Pardubický kraj a vytvořili projekt, který propagoval východní část republiky. V celé této oblasti se nachází 8 památek UNESCO a celá tato oblast pak zvýší atraktivitu pro zahraničního návštěvníka, proto je lepší síly spojit než si vzájemně konkurovat.

Ve vztahu k cestovnímu ruchu považuje Centrála cestovního ruchu za nejdůležitější environmentální pilíř. Sami jako organizace cestovního ruchu jsou zapojeni do systému kvality a služeb.

4.3.3 SWOT matice

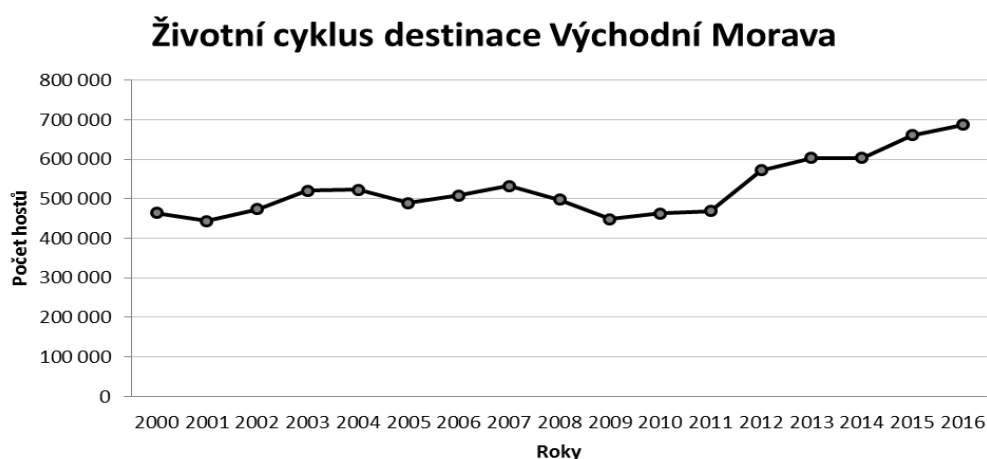
Tab. 12 SWOT matice

Silné stránky	Slabé stránky
Široká nabídka cestovního ruchu (S1) Kulturní a přírodní památky (S2) Unikátní příroda, rostliny a živočichové (S3) Lázně (S4) Cykloturistika a turistika (S5) Destinační agentura CCRVM (S6) Velké množství hotelů (S7) Rostoucí HDP regionu (S8) Nejmenší počet trestných činů (S9) Nejnižší znečištění ovzduší dopravou (S10) Chráněné krajinné oblasti (S11) Převaha pozitivních dopadů cestovního ruchu nad negativními (S12) Nepřelidněnost turisty v regionu (S13) Propojenost a komplexní produkty destinace (S14) Kompenzace negativních dopadů cestovního ruchu (S15)	Krátkodobý cestovní ruch (W1) Nízká kvalita a množství silnic a dálnic (W2) Růst produkce odpadů na obyvatele (W3) Znečištění vodních toků a koupacích vod (W4) Nejmenší podíl maloplošných chráněných území (W5) Neznalost konceptu CSR a udržitelného cestovního ruchu (W6) Absence reportingu hotelů (W7) Sezónnost v regionu (W8) Nedostatek zaměstnanců (W9) Neodpovídající zkušenosti pracovníků (W10) Nízké platy pracovníků (W11)
Příležitosti	Hrozby
Letní i zimní cestovní ruch (O1) Kriminalita v ČR se snižuje (O2) Příležitost pojmout více turistů bez výraznějších dopadů na místní obyvatele (O3) Roste zájem zahraničních turistů o návštěvu regionu (O4) Delší doba strávená v regionu (O5) Návštěva regionu na podzim (O6) Uskutečňování pravidelného reportingu (O7) Zvyšování životní úrovně místních obyvatel (O8) Růst investic do infrastruktury (O9) Investiční příležitosti (O10) Příliv návštěvníků vlivem výstavby cyklostezky Bečva -Vlára-Váh (O11) Spolupráce mezi kraji (O12)	Znečištění ovzduší z Moravskoslezského kraje (T1) Klesající dotace (T2) Vyšší kvalita života v ostatních krajích (T3) Koncept CSR je standardem hotelů (T4) Velké množství odpadů (T5) Ohrožení krajiny a životního prostředí (T6) Ohrožení soukromí místních obyvatel (T7) Zánik místních tradic a zvyků (T8) Nízká kvalita služeb z důvodu nedostatku kvalitních zaměstnanců (T9) Zvýšení emisí (T10)

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.4 Životní cyklus destinace Východní Morava

Na základě údajů o vývoji počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních získaných z Českého statistického úřadu pro roky 2000–2016 je v následujícím grafu uveden životní cyklus destinace Východní Morava. Z trajektorie křivky destinace lze vidět, že hned z počátku sledovaného období byl pokles v počtu ubytovaných ve Východní Moravě (také v České republice), což je možné vysvětlit poklesem příjezdů v důsledku teroristických událostí v roce 2001. V roce 2002 se projevily na nižším počtu ubytovaných povodně, které zasáhly celou Českou republiku včetně Moravy. Po roce 2001 lze vidět, že destinace prochází jakýmsi rozvojem a počet hostů postupně roste. V roce 2003 začíná tempo růstu zpomalovat-konsolidace a křivka kolísá okolo hodnoty 500 tis. hostů ročně – stagnace. Destinační agentura začala v regionu působit od roku 2007, což se nijak příznivě neprojevilo na životním cyklu destinace. Od roku 2008 lze sledovat postupný pokles – krize, která se zastavila v roce 2009 na 448 222 hostech za rok. Tento propad lze přisuzovat světové hospodářské krizi, kdy lidé začali více šetřit a méně cestovat. Je možné ale uvažovat, že dopady světové hospodářské krize na destinaci byly díky působení destinační agentury zmírněny. Od roku 2009 se projevuje mírný růst až do roku 2011, což naznačuje, že se cestovní ruch ve Východní Moravě postupně zbrchává ze světové krize, destinační agentura začíná správně fungovat a region se přizpůsobuje ekonomické situaci. Od roku 2012 destinace prochází prudkým rozvojem, křivka životního cyklu strmě roste, ale je třeba vzít úvahu, že od tohoto roku došlo ke zkvalitnění informací a ke změně měření dat, tudíž jsou hodnoty automaticky vyšší a nelze je tak bezohledně srovnávat s vývojem předchozích let. Z hlediska trajektorie vývoje destinace je zřejmé, že vývoj počtu hostů je znázorněn spíše plochou křivkou a v destinaci tak převládá tzv. měkký - individuálně provozovaný cestovní ruch. Především na základě hloubkového rozhovoru a poznatků z výzkumu shrnutých ve SWOT matici lze říci, že se destinace z dlouhodobého hlediska nachází ve fázi rozvoje.



Obr. 18 Životní cyklus destinace

Zdroj: Vlastní zpracování podle Český statistický úřad, 2017

4.4 Monitorovací systém destinace Východní Morava

Tab. 13 Profil destinace

Profil destinace			
Destinace	Východní Morava		
Země	Česká republika		
Hranice destinace	Slovensko Jihomoravský kraj Olomoucký kraj Moravskoslezský kraj		
Místo	Přehled		
Charakteristika	Vzdálenost od hlavního města země (v km)	Hlavní typy cestovního ruchu a nejoblíbenější aktivity	Pět nejoblíbenějších turistických atrakcí
Východní Morava pokrývá území Zlínského kraje a člení se do čtyř turistických oblastí, z nichž každá nabízí velké množství specifických zážitků, lidové tradice a přírodní krásy.	306,6 km po dálnici D1	- rekreační - kulturní - se zaměřením na zdravotní péči - sportovně turistický - cyklistika - turistika - vinařská turistika - hrady a zámky	Zoo Lešná Zlín Zámek v Kroměříži a Květná a Podzámecká zahrada Pustevny Valašské muzeum v přírodě Luhačovice
Zeměpis			Počasí
Rozloha destinace a hlavní fyzické charakteristiky	Dominantní přírodní prostředí	Úroveň biologické rozmanitosti	Rok 2016
3 964 km ² řeky: Morava, Bečva, Olšava pohoří: Bílé Karpaty, Velký Javorník Moravskoslezské Beskydy, Chřiby nejvyšší bod: Čertův mlýn	Zemědělská půda Les/lesnatá oblast Městské	Vysoká Živočichové: vlk, medvěd, rys, vydry, bobři, sumci, amuři, kapři, štiky, velké množství druhů ptáků Rostliny: orchideje, kosatce, oskeruše, vstavače, kotvice plovoucí	Průměrná roční teplota: 9 °C Roční úhrn srážek kraje průměrně 747 mm Průměrně spadlo 62 cm nového sněhu Slunce svítilo průměrně 1606 hod.

Obyvatelstvo		Doprava	
Počet obyvatel	Hustota osídlení	Vzdálenost od nejbližšího mezinárodního letiště	Prostředky veřejné dopravy
583 698 obyvatel	147,3 obyvatel/km ²	80 km	Vlak Trolejbus Dálkový Autobus Autobus Taxi Lod' Lanovka
Turisté		Turistická vybavenost	
Roční počty návštěvníků celkem a podle hlavních trhů	Přibližný počet hotelů (podle počtu hvězdiček) a pokojů v destinaci	Charakteristiky ubytovacích zařízení	Přibližný počet restaurací
Počet hostů: 686 935 Počet přenocování: 2 056 592 Počet tuzemských návštěvníků: 576 322 Trhy primárních zdrojů: 1. Slovensko 39 729 2. Německo 14 433 3. Polsko 13 224 4. Rakousko 5 829	Celkem: 453 5*: 1 4*: 33 3*: 63 2*: 20 1*: 12 garni: 5 penziony: 167 kempy: 20 chatové osady: 10 ubytovny: 39 jiné: 83	Počet pokojů: 9 863 Počet lůžek: 26 103 Průměrný počet přenocování: 3,5 dne	1068 (firmy.cz)

Zdroj: Vlastní zpracování podle Evropská unie, 2013; Českého statistického úřadu, 2017; Maruska.ordoz.com, 2017; Centrály cestovního ruchu Východní Moravy, 2017; Wikipedia.org, 2017; Mapy.cz, 2017; Firmy.cz, 2017

Tab. 14 Základní indikátory

	Základní indikátory	Jednotka	Zdroj dat
Ekonomický pilíř	Počet přenocování za měsíc	počet nocí/měsíc	ČSÚ
	Denní útrata na turistu (ubytování, strava, ...)	Kč/den	Primární průzkum
	Průměrná délka pobytu turistů	počet nocí	ČSÚ
	Obsazenost ubytovacích kapacit	měsíc, Ø rok	ČSÚ
	Přímá zaměstnanost v cestovním ruchu jako procentuální podíl na celkové zaměstnanosti	%	Primární průzkum
	Podíl podniků v odvětví cestovního ruchu, u kterých za poslední rok proběhla kontrola požární ochrany	%	Údaje podniků
Sociální pilíř	Počet turistů/návštěvníků na 100 obyvatel	počet/100 obyvatel	ČSÚ
	Podíl mužů a žen zaměstnaných v odvětví cestovního ruchu	%	Primární průzkum
	Podíl ubytovacích zařízení s pokoji, které jsou přístupné osobám se zdravotním postižením	%	Údaje ubyt. zařízení
	Podíl návštěvnických atrakcí, které jsou přístupné osobám se zdravotním postižením	%	Údaje atrakcí
	Podíl destinace, na který se vztahuje politika nebo plán na ochranu kulturního dědictví	%	Primární průzkum
Environmentální pilíř	Podíl turistů a návštěvníků, kteří k dopravě do destinace využívají různé druhy dopravy	%	Primární průzkum
	Průměrná délka cesty turistů z domova do destinace a zpět či průměrná délka cesty z předchozí destinace do destinace aktuální	km	Údaje ubyt. zařízení
	Objem odpadu, který destinace vytváří	tun/obyv./rok (měsíc)	ČSÚ
	Objem recyklovaného odpadu	% tun/obyv./rok (měsíc)	ČSÚ
	Spotřeba sladké vody na turistu a noc ve srovnání se spotřebou běžného obyvatelstva na osobu a noc	l	Údaje ubyt. zařízení
	Spotřeba energie na turistickou noc ve srovnání se spotřebou energie na osobu a noc u běžného obyvatelstva	kWh	Údaje ubyt. zařízení
	Podíl destinace, na který se vztahuje ochrana	plocha v km ²	Primární průzkum

Zdroj: Vlastní zpracování podle Evropská unie, 2013

Tab. 15 Rozšiřující indikátory

Rozšiřující indikátory	Jednotka	Zdroj dat
Podíl podniků v odvětví cestovního ruchu, které třídí odlišné druhy odpadu	%	Údaje podniků
Podíl sezónních pracovních míst v cestovním ruchu	%	Údaje podniků
Podíl podniků v odvětví cestovního ruchu poskytujících stáže pro studenty	%	Údaje podniků
Investice do infrastruktury v regionu	tis. Kč	Rozpočet kraje, měst a obcí
Podíl turistů, kteří se oficiálně obrátili na policii	%	Údaje policie ČR
Počet trestných činů způsobených vlivem cestovního ruchu	počet	Údaje policie ČR
Počet uskutečněných akcí ročně, které podporují tradice a zvyky	počet	Primární průzkum
Počet muzeí a jiných míst, ve kterých se zachovávají místní tradice a zvyky	počet	Primární průzkum
HDP na obyvatele	Kč	ČSÚ
Index lidského rozvoje (HDI) ¹	<0,1>	ČSÚ
Relativní příspěvek cestovního ruchu k ekonomice destinace	% HDP	Primární průzkum
Sledování soukromí místních obyvatel	anketa	Primární průzkum
Pravidelný reporting poskytovatelů služeb	report	Primární průzkum

Zdroj: Vlastní zpracování podle primárního výzkumu a Evropské unie, 2013

¹ Vzorec Index lidského rozvoje (HDI):

HDI = (index očekávané délky života + index vzdělání + index HDP) / 3

Index očekávané délky života = (očekávaná délka života při narození – minimální hodnota) / (maximální hodnota – minimální hodnota)

Index vzdělání = (2/3*ukazatel podílu gramotných dospělé populace) + (1/3*ukazatel podílu zapsaných ke studiu)

ukazatel podílu gramotných = (podíl gramotných na dospělé populaci – minimální hodnota) / (maximální hodnota – minimální hodnota)

ukazatel podílu zapsaných ke studiu = (podíl zapsaných ke studiu – minimální hodnota) / (maximální hodnota – minimální hodnota)

Index HDP = [log (HDP na osobu v US\$) -log (minimální hodnota v US\$)] / [log (maximální hodnota v US\$)-log (minimální hodnota v US\$)]

(Syróvátka, 2008)

Tab. 16 Návrh reportu

Měsíční report pro hotely			
Report		Měsíc:	Rok:
Název:		Adresa:	
Typ:			
Počet hvězdiček:			
Počet pokojů:			
Počet lůžek:			
Počet hostů:			
Počet přenocování:			
Průměrná délka pobytu:			
Obsazenost hotelu:			
Počet zaměstnanců:			
Environmentální ukazatele			
Spotřeba vody celkem			
Spotřeba energie celkem			
Odpady	množství celkem:		
	z toho recyklovaný:		
Poslední kontrola požární bezpečnosti			
Bezbariérový přístup		ano	ne
Počet pokojů s bezbariérovým přístupem			
Počet poskytovaných stáží studentům			
Počet sezónních pracovníků			
Průměrná vzdálenost turistů z místa bydliště do hotelu			

Zdroj: Vlastní zpracování podle Milanés-Montero a kol., 2014

Tab. 17 Anketa na web

Anketa na webu
Mé soukromí je napadeno vlivem přílivu turistů
<ul style="list-style-type: none"> • Ano • Z části ano, z části ne • Ne

Zdroj: Vlastní zpracování

Vnímání soukromí místních obyvatel bude zpracováno na základě ankety, která bude připnuta na webových stránkách obcí, kde můžou obyvatelé jednoduše hlasovat, zda cítí v jejich místě bydliště ohroženo své soukromí nebo ne. Výsledky budou zpracovány podle jednotlivých anket obcí a měst za každý rok. Bude tak možné zjistit, v kterých oblastech cítí lidé více ohroženo své soukromí a v kterých méně.

5 Diskuze

Region Východní Morava, stejně jako jiné destinace v České republice podléhá vnějším vlivům, které mohou být buďto pozitivní nebo negativní. Aby bylo možné zachovat kulturní dědictví a přírodní podmínky pro příští generace, je potřeba i v tomto regionu vytvořit systém indikátorů udržitelného rozvoje.

V úvodu vlastní práce je uveden základní přehled o destinaci Východní Morava, který napomáhá určit, jaké formy cestovního ruchu v destinaci převládají. Jednotlivé formy jsou odvozeny z klasifikace, kterou uvádí ve své studii autorka Ghețe Ana Maria. Pro region je typický především rekreační a volnočasový cestovní ruch. Nachází se zde celkem 4 památky UNESCO a mnoho kulturních památek, především hrady, zámky, historické budovy aj., což je typické pro kulturní formu cestovního ruchu. Nachází se zde lázně Luhačovice s léčivým minerálním pramenem Vincentka, a proto zde přijíždí velké množství návštěvníků, především starších věkových kategorií na léčebné pobyty. Vzhledem k tomu, že se vyskytuje v regionu velké množství turistických stezek, cyklotras a největší počet kilometrů cyklostezek, navíc je aktuálně ve výstavbě cyklostezka, která propojuje Česko a Slovensko, je zde obrovský potenciál pro sportovně turistický typ cestovního ruchu. Vinařská turistika nelze odepřít regionu Východní Morava. Nenachází se zde však tak velké množství vinic jako na Jižní Moravě, ale i tak má vinařství pro region velký význam, zejména v oblasti Slovácko. Tyto hlavní formy převládají v regionu Východní Morava. Vzhledem k široké a rozmanité nabídce si na své přijdou všechny věkové kategorie a potenciál pro rozvoj a návštěvnost regionu Východní Morava se neustále zvyšuje. Proto je potřeba zkoumat udržitelnost v regionu a negativní vlivy cestovního ruchu, které by se stoupajícím přílivem návštěvníků mohly nastat. Jak uvádí Jurigová, Lancsézová (2015) kulturní a horské destinace jsou dvě oblasti, kde je třeba měřit udržitelnost z důvodu ekologického, sociálního a ekonomického zachování destinace. Také Dinu, Nistorescu (2015) studují rozmanitou destinaci s bohatým potenciálem fauny a flory, s léčebnými lázeňskými faktory, s kulturně historickým a architektonickým dědictvím a s velkým potenciálem, který je však potřeba rozvíjet udržitelným způsobem, aby se destinace stala více atraktivní a více konkurenceschopná. Jelikož splňuje region Východní Morava obdobné předpoklady pro tyto formy cestovního ruchu v destinaci, je třeba se věnovat jeho udržitelnosti.

Vzhledem k předchozím úvahám je v další části hodnocena udržitelnost regionu Východní Morava. Jednotlivé ukazatele týkající se udržitelnosti cestovního ruchu nejsou dostupné pro jednotlivé kraje, proto jsou v práci zkoumány ukazatele, které poskytují přehled o ekonomické, sociální a environmentální situaci v regionu obecně.

Na základě provedeného dotazníkového šetření je hodnocen koncept CSR v hotelech východní Moravy. Koncept CSR má s konceptem udržitelného rozvoje několik společných rysů. Oba koncepty jsou založeny na stejných principech, zahrnují téměř identické aktivity, orientují se na budoucnost příštích generací a jsou založeny na třech společných pilířích. Hlavní rozdíl spočívá v tom, že aktivity CSR

se zobecňují pro všechny druhy podnikání a organizace, zatímco činnosti udržitel-
ného cestovního ruchu jsou specifikovány pouze pro jeden průmysl, kterým je ces-
tovní ruch. Proto je součástí CSR také podnikání a aktivity firem v oblasti cestovní-
ho ruchu (Combos a Halladay, 2012; Jurigová, Lencséssová, 2015; Elkington, 2004;
Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007). Vzhledem k uvedeným skutečnostem v kapi-
tole 4.3.1 je zřejmé, že vedení zkoumaných hotelů si neuvědomuje koncept spole-
čenské odpovědnosti podniků, na rozdíl od situace v USA, kde je povědomí o kon-
ceptu na velmi vysoké úrovni (Sheldon, Park, 2011). Při strategických rozhodová-
ních vedení zahrnuje aktivity CSR a udržitelného rozvoje, ale bez jejich pochopení
a znalosti. Toto zjištění je v souladu s výsledky výzkumu prováděného Colesem,
Dinanem, Fenclovou (2009), kde autoři uvádějí, že organizace cestovního ruchu
jednají zodpovědně, ale neuznávají činnosti přispívající k tomuto typu chování jako
činnosti společenské odpovědnosti podniků. Jednotlivým manažerům chybí teore-
tické znalosti a hlubší informace. Vedení hotelů musí vzdělávat sebe sama i své
zaměstnance o konceptech, aby udrželi krok s konkurencí na národní i mezinárod-
ní úrovni. Respondenti si jsou vědomi pozitivních dopadů dodržovaných aktivit
konceptů, nicméně je třeba, aby se snažili pochopit principy konceptu CSR. V hote-
lech nejsou určeni konkrétní pracovníci, kteří by byli zodpovědní za společenskou
odpovědnost, díky níž by mohli dosáhnout lepších výsledků. Implementací koncep-
tů by pak hotely mohly vylepšit svou reputaci a budovat si tak loajální vztah se
svými zákazníky. Hotely, které by se začaly řídit konceptem CSR a pravidelně by
reportovaly, získaly by tak jistou konkurenční výhodu oproti ostatním hotelům
v regionu. Vzhledem k nepříznivé situaci byl se zástupcem centrály cestovního ru-
chu prodiskutován návrh, zda by bylo reálné pro organizaci CCRVM nabídnout ho-
telům, které budou implementovat do svého podnikání koncepty CSR a udržitel-
nosti na oplátku například zařazení do seznamu ubytovacích zařízení, která by byla
centrálou propagována nebo poskytnout nějakou jinou propagaci (webové strán-
ky, pořádané akce) na podporu udržitelnosti regionu. Případně zda by bylo reálné
zřídit z tohoto důvodu nějaký vlastní informační a rezervační systém cestovního
ruchu pro region Východní Morava, obdobně jako má Česká republika CZeCOT, na
kterém by mohly být nabízeny hotely, které dodržují koncepty CSR a udržitelnosti.
Tato myšlenka však nebyla z jeho strany podpořena, vzhledem k tomu, že se agen-
tura stará o propagaci a propojení destinace jako celku, nikoliv o propagování jed-
notlivých hotelů. Navíc podle něj nevybírají turisté ubytování podle toho, jestli ho-
tel dodržuje aktivity v rámci jednotlivých pilířů konceptů, ale spíše se rozhoduje
podle doporučení, vlastních zkušeností a informací na webu, které poskytuje každý
hotel sám. Neplnění konceptu CSR je slabou stránkou hotelů ve východní Moravě.
Proto by bylo vhodné obeznámit společnosti, které poskytují školení a kurzy zamě-
řené na CSR, aby využily současné nepříznivé situace a specializovaly se právě na
hotelový průmysl v tomto regionu.

Zkoumáním konceptu CSR v hotelech je hodnocena situace zástupců poskyto-
vatelů služeb v oblasti cestovního ruchu. Dále bylo provedeno dotazníkové šetření,
které zkoumalo, jak vnímají udržitelnost cestovního ruchu obyvatelé v regionu.
Aby byl získán komplexní pohled na studovanou problematiku, jsou jejich odpově-

di porovnávány s názorem odborníka na cestovní ruch v destinaci, s marketingovým specialistou místní destinační organizace. V metodice se doporučuje zkoumat pohled návštěvníků, ten však nebyl proveden z důvodu rozsahu diplomové práce. Většina respondentů vnímá cestovní ruch v destinaci pozitivně. Převahu pozitivních dopadů nad negativními potvrzuje také marketingový specialista Centrály cestovního ruchu Východní Moravy, což se projevilo i v návštěvnosti regionu a ve vnímání poskytovatelů služeb. Navíc místní obyvatelé vnímají region ve většině případů jako přiměřeně zaplněný nebo dokonce nepřeplněný, což potvrzuje závěry o udržitelném cestovním ruchu v regionu vycházející z charakteristiky destinace a životního cyklu destinace. Většina dotazovaných by doporučila navštívit region v létě, ale i ostatní měsíce jsou doporučovány ve velké míře, což značí celoroční využití v regionu a lze z toho usoudit, že region není nijak vázán na sezónnost. Také otevírací doba jednotlivých atraktivit a zábavních center vypovídá o celoročním využití v regionu. Přesto podle slov zástupce Centrály cestovního ruchu Východní Moravy se zde sezónnost výrazně projevuje, a to od června do září. Některé atraktivitativy v regionu, jako je Zoo nebo cyklostezky, jsou v letních měsících poměrně přelidněné a bylo by lepší tuto návštěvnost více rozprostřít do jiných měsíců, vzhledem k tomu, že i jarní a podzimní počasí umožňují dobré podmínky pro hlavní formy cestovního ruchu v tomto regionu. Proto by bylo vhodné zaměřit propagaci na mimosezónní období. Stále však není návštěvnost na takové úrovni, aby obtěžovala místní obyvatelstvo. O tom, jak hodnotí místní obyvatelé stanovená kritéria pilířů udržitelného rozvoje a jak jsou pro ně tato kritéria důležitá, vypovídá matice importance-performance. Z této matice přehledně vychází kritéria, kterým je potřeba věnovat zvýšenou pozornost pravidelným monitoringem. Jedná se o produkci odpadu a emisí, nadměrný počet turistů, péči a údržbu destinace poskytovateli služeb, zaměstnanost v cestovním ruchu a soukromí obyvatel. Dále je potřeba sledovat životní úroveň, kriminalitu, investice do infrastruktury, udržování tradic a zvyků.

Z krátké charakteristiky regionu lze vidět, že region se vyznačuje poměrně udržitelným cestovním ruchem. Nachází se zde chráněná území včetně chráněných rostlin, což svědčí o tom, že příroda zde je poměrně zachovalá. Převládá zde poznávací cestovní ruch a cestovní ruch zaměřen především na cyklistiku a turistiku, což přírodu bez většího přílivu turistů nijak zvlášť nezatěžuje. Co by však mohlo přinést destinaci negativa z hlediska udržitelnosti je výstavba nové cyklostezky a rozvoj MTB cyklotras obecně a je tedy třeba zvážit, jestli výstavba nijak neohrozí udržitelnost v destinaci. Region je využíván jak v zimní, tak i v letní sezóně a přílivy turistů se tak rozptýlí v destinaci rovnoměrně po celý rok. SWOT matice shrnuje výsledky primárního i sekundárního výzkumu, a i přes její statickou povahu napomáhá identifikovat fázi životního cyklu. Vzhledem k tomu, že roste počet návštěvníků přijíždějících do destinace, i těch zahraničních, zvyšuje se HDP na daném území, roste počet ubytovacích a restauračních zařízení a na základě dalších poznatků uvedených ve SWOT matici lze říci, že destinace v současnosti prochází fází rozvoje. V regionu však není provozován žádný masový cestovní ruch, což je dle literatury typické pro tuto fázi. O měkkém cestovním ruchu vypovídá také plochá

křivka destinace bez výrazných výkyvů a lze tedy region považovat za trvale udržitelný.

Z Evropského systému ukazatelů, matice importance-performance a názorů zástupce destinační organizace vychází návrh monitorovacího systému pro region Východní Morava. Skládá se z návrhu profilu pro hodnocenou destinaci, který je vytvořen podle předlohy dané Evropským systémem ukazatelů. Dále jsou součástí základní indikátory stanovené rovněž podle tohoto systému ukazatelů. Vzhledem k tomu, že soubory indikátorů navrhované akademickými pracovníky bývají obecně příliš složité, aby je mohli přijmout tvůrci politik (Tanguay a kol., 2012), jsou jednotlivé ukazatele voleny podle toho, zda je lze aplikovat na region Východní Morava a zda k nimž lze pravidelně získávat potřebné údaje. V ekonomickém pilíři jsou navrženy tyto indikátory: počet turistických nocí, denní útrata na turistu, průměrná délka pobytu, obsazenost ubytovacích kapacit, zaměstnanost v cestovním ruchu, podíl podniků, u kterých za poslední rok proběhla kontrola požární ochrany. Do sociálního pilíře je zařazen počet turistů na 100 obyvatel, podíl mužů a žen zaměstnaných v odvětví cestovního ruchu, podíl ubytovacích zařízení a návštěvnických atrakcí, které jsou přístupné osobám zdravotně postiženým a podíl destinace na který se vztahuje plán na ochranu kulturního dědictví. Do ekologického pilíře spadá procentuální podíl turistů podle využívání různých druhů dopravy, průměrná délka cesty turistů do destinace, objem celkového a recyklovaného odpadu, spotřeba vody a energie na turistu, podíl destinace, na který se vztahuje ochrana. V návaznosti na kritéria získané z matice Importance-performance a názory odborníka je navržen rozšiřující systém indikátorů, který doplňuje výše uvedené základní indikátory. Pro obyvatele je důležité, aby bylo snižováno množství odpadů a emisí, proto je v rozšiřujících indikátorech hodnocen podíl podniků v odvětví cestovního ruchu, které třídí odlišné druhy odpadů. Vzhledem k tomu, že podle marketingového specialisty destinační agentury se projevuje v destinaci sezónnost, a navíc je zde vysoká poptávka po pracovní síle v období sezóny, jsou pro zkoumání navrženy také indikátory hodnocení sezónních pracovních míst v cestovním ruchu. Navíc jak dodává odborník, problém je získat kvalifikované pracovníky v oboru, proto je navržen také indikátor, který hodnotí nabídku pracovních stáží pro studenty v odvětví cestovního ruchu. Velkou roli hraje pro místní obyvatelstvo soukromí, proto součástí monitorovacího systému je také návrh krátké ankety, která by byla uvedena na webových stránkách obcí a měst. Velký význam mají pro obyvatele investice do infrastruktury, proto je tento ukazatel v regionu také součástí návrhu systému. I přesto, že v regionu je nejnižší kriminalita v republice a podle odborníka je situace bezpečnosti v regionu velmi dobrá, pro obyvatele je toto kritérium velmi důležité, a tak je zakomponován ve formě indikátoru, který hodnotí podíl turistů, kteří se oficiálně obrátili na policii a také počet trestných činů způsobených vlivem cestovního ruchu. Region má bohatou historii, ze které pochází mnoho významných tradic. Místní obyvatelé si uvědomují význam zachování tradic a zvyků typických pro region, proto by mělo být každoročně zjišťováno, kolik akcí se uskuteční a kolik muzeí se věnuje zachování místních tradic a zvyků. Místní obyvatelé hodnotí poměrně dobře životní úroveň v regionu, také je ale pro

ně tento faktor velmi důležitý, proto je zařazeno pravidelné zkoumání údajů o HDP na osobu a podíl cestovního ruchu na HDP regionu do systému indikátorů. Jako jistou alternativu k HDP na osobu lze považovat ukazatel HDI (index lidského rozvoje). V porovnání se studií autorek Jurigová, Lancsézová (2015) se návrh indikátorů liší. Je to způsobeno jednak tím, že destinace Východní Morava splňuje více forem cestovního ruchu než pouze kulturní a jednak tím, že autorky vycházely kromě Evropského systému ukazatelů ještě z jiných sad indikátorů. Navíc je diplomová práce doplněna o návrh rozšiřujících indikátorů, které vychází z provedeného dotazníkového šetření a hloubkového rozhovoru. Jak je uvedeno v kapitole hodnocení konceptu CSR hotelů, nejen, že zkoumané hotely nevykazují reporty o CSR, ale nevydávají ani zprávy o udržitelnosti. Vzhledem k tomu, že některé ukazatele udržitelného cestovního ruchu mohou být přímo propojeny s ukazateli, které slouží k měření, vykazování CSR a udržitelnosti se vzájemně může doplňovat. Navíc spousta dat k navrženému systému indikátorů není dostupných, proto by tyto problémy řešil navržený report pro ubytovací zařízení, který by měsíčně jednotlivé hotely odesílaly a potřebná data by tak byly k dispozici při hodnocení udržitelného rozvoje. Díky této získané databázi by bylo možné hodnotit a zkoumat jednotlivé indikátory udržitelného cestovního ruchu v delším časovém období. Na základě výsledků diplomové práce by měl být v budoucnu proveden výzkum v destinaci Východní Morava s cílem uplatnit tento soubor ukazatelů, čímž by se měla ověřit jeho účinnost. Tento navržený systém by pak umožňoval pravidelně sledovat, vývoj ukazatelů, které jsou pro obyvatele důležité v průběhu delší doby.

6 Závěr

Region Východní Morava disponuje pestrou nabídkou cestovního ruchu pro různé věkové skupiny návštěvníků. Právě z tohoto důvodu by mělo řízení destinace usilovat o to, aby se zachovaly přírodní, historické a sociální zdroje, které jsou součástí destinace jako celku pro příští generace. Práce zkoumala koncepty udržitelného rozvoje cestovního ruchu a společenské odpovědnosti hotelů vybraného regionu České republiky. Koncepty jsou vzájemně propojeny, mají společné tři pilíře, orientují se budoucí generace, vychází z obdobných principů, indikátory a reporty se vzájemně doplňují. Rozdíl spočívá v tom, že udržitelný cestovní ruch se specializuje na turismus, kdežto koncept CSR na podniky obecně, tedy i na poskytovatele služeb v oblasti cestovního ruchu.

Je provedena analýza sekundárních zdrojů, která poskytuje přehled vybraných ukazatelů ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře obecně pro region Východní Morava, a to z důvodu nedostupnosti dat vztahujících se přímo k cestovnímu ruchu.

Udržitelnost cestovního ruchu z pohledu obyvatel je hodnocena příznivě. Jednotlivá kritéria jsou mezi sebou porovnána z hlediska významu a výkonu a ta, která mají pro obyvatele velký význam, a zároveň však nedosahují podle nich natolik příznivých výsledků, jsou zakomponována ve formě indikátorů do návrhu monitorovacího systému. Výsledky výzkumu konceptu CSR však ilustrují nepříznivou současnou situaci v hotelech regionu týkající se konceptu společenské odpovědnosti podniků. Velký nedostatek je zjištěn v oblasti reportingu, protože žádný hotel ne-reportuje externě. Trh, v němž jsou hotely aktivní, vyžaduje zlepšení a vytváření nových strategií, aby byl konkurenceschopný na domácí i mezinárodní úrovni. Udržitelný rozvoj cestovního ruchu a CSR, jako koncepty budoucnosti, musí být aplikovány také v destinaci, kde nebyly dosud dostatečně objeveny. Dodržování konceptu společenské odpovědnosti má pozitivní dopad na udržitelný cestovní ruch, proto by je měly povzbuzovat nejen hotely, ale i další organizace aktivní v cestovním ruchu Východní Moravy. Výsledky dotazníkového šetření místních obyvatel i hotelů jsou propojeny s názorem zástupce destinační agentury působící v regionu Východní Morava a vytváří tak komplexní pohled na problematiku udržitelného rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

Životní cyklus regionu společně s jeho charakteristikami naznačuje, že region může být považován za udržitelný. Na základě provedeného výzkumu, který je shrnut ve SWOT matici lze konstatovat, že destinace se nachází z hlediska jejího životního cyklu ve fázi rozvoje.

Přidaná hodnota této diplomové práce spočívá ve vytvoření specifického monitorovacího systému pro konkrétní destinaci Východní Morava. Skládá se z profilu destinace, návrhu základních a rozšiřujících ukazatelů a návrhu reportu pro ubytovací zařízení v regionu. Jeho cílem je pravidelně sledovat vývoj a stav jednotlivých indikátorů, což umožňuje v dlouhodobém časovém horizontu hodnotit udržitelnost cestovního ruchu v regionu, činit nápravná opatření a tím předcházet negativním dopadům cestovního ruchu.

7 Literatura

- BUHALIS, D. Marketing the Competitive Destination of the Future. *Competitiveness and Tourism*, 2012, 1, 439-458s. ISBN 9781849809276.
- COLES, T., DINAN, C. a FENCLOVA, E. Corporate social responsibility among low-fares airlines: Current practices and future trends. Exeter: University of Exeter [online]. 2009. [cit. 10-05-2017]. Dostupné z: <http://www.exeter.ac.uk/slt/newspublications/publications/>
- COLES, T., DINAN, C. a FENCLOVA, E. Corporate social responsibility among low-fares airlines: Current practices and future trends. *Exeter: University of Exeter* [pdf], 2009. [cit. 10-05-2017]. Dostupné z: <http://www.exeter.ac.uk/slt/newspublications/publications/>
- COMBOS, W., HOLLADAY, S. *Managing corporate social responsibility: a communication approach*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012. ISBN 978-144-4336-450.
- CVELBAR L, DWYER L. An importance–performance analysis of sustainability factors for long-term strategy planning in Slovenian hotels. *Journal Of Sustainable Tourism*, 2013, 21(3), 487-504s.
- DINU, A. and NISTORESCU, T. Strategic approaches concerning the sustainable development of the tourism destination clisura dunarii. *Quality - Access to Success*, 2015, 16, 473-480s.
- DURAŠEVIĆ, S. Tourism in Montenegro: A destination management perspective. *Tourism* (13327461). 2015, 63(1), 81-96s.
- ELKINGTON, J. Enter the triple bottom line. The triple bottom line: Does it all add up, 2004., 11(12), 1-16s.
- Ghete, M.A. CLASSIFICATION OF VARIOUS FORMS OF TOURISM. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 2016, 25(2), 313-319s.
- GNOTH, J. Leveraging export brands through a tourism destination brand. *Journal of Brand Management*, 2002, 9(4), 262-280s.
- GÚČIK, M. Kooperatívny manažment ako nástroj rozvoja cestovného ruchu v regióne. In *Acta Oeconomica 2007*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2007, 22, 7-17s. ISBN 978-80-8083-524-8.
- GÚČIK, M. et al. *Výkladový slovník – Cestovný ruch, hotelierstvo, pohostinstvo*. Bratislava: Slovesné pedagogické nakladateľstvo, 2006, 216s. ISBN 80-10-00360-3.
- HŘEBÍK, Š. a TŘEBICKÝ, V. *Manuál zpracování a využití sady indikátorů rozvoje pro malé obce*, 2007, EnviConsult, s.r.o., Praha, ISBN 978 – 80 –239 –8594 –8.
- CHOI, Y and CHO, Y.C. Exploring Factors that Affect Destination Brand in the Tourism Industry. *Journal of Marketing Thought*, 2016, 3(3), 1-10s.
- JURIGOVÁ, Z. and LENCSÉSOVÁ, Z. Monitoring System of Sustainable Development in Cultural and Mountain Tourism Destinations. *Journal of Competitiveness*, 2015, 7(1), 35-52s.

- KIRÁLOVÁ, A. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
- KOTLER, P. and LEE, N. *Corporate Social Responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. New Jersey, USA, John Wiley and Sons, Inc., 2005. ISBN: 978-0-471-47611-5.
- LANFRANCHI, M., GIANNETTO, C. and PIRNEA, I.C. Rural Tourism: Corporate Social Responsibility and Sustainable Tourism. *Quality - Access to Success*, 2015, 16(146), 83-88s.
- MACKEY, A., MACKEY, T. and BARNEY, J.B. Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies. *The Academy of Management Review*, 2007, 32(3), 817s.
- MAIER, K. a KOLEKTIV. *Udržitelný rozvoj území*. 1. Vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4198-7.
- MARKOVÁ, V., MARÁKOVÁ, V., HIADLOVSKÝ, V. and WOLAK-TUZIMEK, A. The concept of corporate social responsibility in selected economic sectors. Instytutu Naukowo-Wydawniczego „Spatium”, Radom, 2014. ISBN 978-83-62805-25-9.
- MARTILLA J. A., JAMES J. C. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 1977, 41(1), 77-79s.
- MIHALIČ, T., ZABKAR, V. and CVELBAR, L.K. A hotel sustainability business model: evidence from Slovenia. *Journal of sustainable tourism*, 2012, 20(5), 701-719s.
- MILANÉS-MONTERO, P., STONE, Ch. and PÉREZ-CALDERÓN, E. Environmental reporting in the hospitality industry: an international analysis. *Environmental Engineering*. 2014, 13(10), 2531-2540s.
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj*. [pdf], 2007 [cit. 10-03-2016]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15_1.pdf
- MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. *Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR*. Vyd. 1. Praha, Ministerstvo životního prostředí, 2010. ISBN 978-80-7212-536-4.
- MORALES, O., GONZÁLEZ A., FUMERO M. and CRUZ Y. *Island Studies Journal*, 2016, 11(2), 561-584s.
- MORRISON, A. M. *Marketing and managing tourism destinations*. 1st pub. London: Routledge, 2013. ISBN 978-0-415-67250-4.
- NEJDL, K. *Management destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 204s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- NORDIN, S. and WESTLUND, H. Social capital and the life cycle model: The transformation of the destination of Åre. *Tourism* (13327461). 2009, 57(3), 259-284s.
- NOVÁČEK, P. *Udržitelný rozvoj*. 2. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. ISBN 978-80-244-2795-9.

- PALATKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 341s. ISBN 80-247-1014-5.
- PARK, C. W., JAWORSKI, B.J. and MACLNNIS, D.J. Strategic Brand Concept-image Management. *Journal of Marketing*, 1986, 50(4), 135-145s.
- PAWLICZEK, A. *Udržitelný rozvoj – vybrané aspekty z oblasti podnikání*. Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011.
- PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, 298s. ISBN 978-80-7435-006-1.
- PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost cestovního ruchu*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014, 335s. ISBN 978-80-7435-329-1.
- PÁSKOVÁ, M. *Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle kriticko-realistické metodologie*. *Disertační práce*. Praha: Univerzita Karlova, 2003, 269s.
- PLAN BLEU REGIONAL ACTIVITY CENTRE. Methodological sheets of the 34 priority indicators for the “Mediterranean Strategy for Sustainable Development” Follow-up. Sophia Antipolis, 2006.
- RAKITOVAC, A. Corporate Social Responsibility as a Tool for Responsible Tourism: The Case of Croatian Hotel Industry. *2nd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM201*, 2015. ISBN 978-619-7105-48-3.
- RAŠI, Š. *Predpoklady a aktivity manažmentu strediska cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB, 2000, 109s. ISBN 80-8055-451-X.
- RUKUIŽIENĚ, R. Sustainable tourism development implications to local economy. *Regional Formation*, 2014, (14), 170-177s.
- RYGLOVÁ, K. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- RYGLOVÁ, K., BURIAN, M. a VAJČNEROVÁ, I. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SANDA, G. How to make a destination more competitive in tourism. *Annals of 'Constantin Brancusi' University of Targu-Jiu. Economy Series*, 2016, (3), 74-77s. ISSN 18447007.
- SHELDON, P. and PARK, S. An exploratory study of corporate social responsibility in the US travel industry. *Journal of Travel Research*, 2011, 50(4), 392–407s.
- SYROVÁTKA, M. Jak (ne)měřit kvalitu života: Kritické pohledy na index lidského rozvoje. *Mezinárodní vztahy*, 2008.
- ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A. a KOLEKTIV. *Cestovní ruch: Učební text*. Vyd. 1. Brno, Masarykova univerzita, 2015.
- ŠIMKOVÁ, E. *Sustainability in tourism and rural areas: monograph*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, 190s. ISBN 978-80-7435-361-1.

- TANGUAY, G.A., J. RAJAONSON and M.-C. THERRIEN. Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2012.
- UNITED NATIONS SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *United Nations Conference on Environment & Development*. Agenda 21. Brazil: Rio de Janeiro [pdf], 1992, [cit. 12-02-2017]. Dostupné z: <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. *Our Common Future*. United Nations. [pdf], 1987, [cit. 17-02-2017]. Dostupné z: http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future_Brundtland_Report_1987.pdf
- WORLD TOURISM ORGANIZATION AND UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (WTO & UNEP). *Making tourism more sustainable*. A Guide for Policy Makers [pdf], 2005, [cit. 17-02-2017]. Dostupné z: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>
- WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *Travel & Tourism Economic Impact*, 2013: Spain. London: WTTC, 2013.
- YILMAZ, H. and YILMAZ, S. Corporate Social Responsibility in Hotel Businesses. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 2016, 16(2), 89-100s.
- ZÁVODNÁ, L.S. *Udržitelný cestovní ruch: principy, certifikace a měření*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4576-2.

Internetové zdroje

- Aktuálně.cz*. Grafika: Nejlepší místo pro život v Česku. Projděte si podrobné porovnání podle krajů. [online], 2016 [cit. 06-04-2017] Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/jak-se-zije-v-cesku-projdete-si-podrobne-porovnan-podle-kra/r~14890304d17a11e5807d0025900fea04/?redirected=1494279432>
- CENIA. Zpráva o životním prostředí ve Zlínském kraji [pdf], 2015 [cit. 10-04-2017]. Dostupné z: <file:///C:/Users/Acer/Downloads/stav-zp-2015-zlinsky.pdf>
- Centrála cestovního ruchu Východní Moravy [online], 2017 [cit. 03-08-2016]. Dostupné z: <http://www.ccrvm.cz/doc/informace-pro-pruvodce-v-cestovnim-ruchu>
- CzechTourism*. Mapa turistických regionů a oblastí, kontakty. [online]. 2005-2017 [cit. 05-03-2017]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-provas/spoluprace-s-regiony/mapa-turisticky-ch-regionu-a-oblasti-kontakty/>
- Český statistický úřad [online], 2017 [cit. 05-04-2017] Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
- Český statistický úřad. Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu [online], 2014 [cit. 10-04-2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20536250/17023214.pdf/7545a15a-8565-458b-b4e3-e8bf43255b12?version=1.1>

- Český statistický úřad.* Vybrané oblasti udržitelného rozvoje v krajích České republiky. [pdf], 2010 [cit. 25-04-2017]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20534934/138310.pdf/d84f48bd-73cf-4880-94ce-fa53355a2d36?version=1.0>
- Evropská unie.* Evropský systém ukazatelů v oblasti cestovního ruchu: Soubor nástrojů pro udržitelné destinace [pdf], 2013 [cit. 26-04-2017]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/ed4ea4de-1cf2-4323-a2a2-e96113b96691/Evropsky-system-ukazatelu-v-oblasti-cestovniho-ruchu.pdf>
- Firmy.cz.* Katalog firem a institucí. [online], 2017 [cit. 24-04-2017]. Dostupné z: <https://www.firmy.cz/Restauracni-a-pohostinske-sluzby/kraj-zlinsky>
- Mapy.cz.* [online], 2017 [cit. 24-04-2017]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=16.6333010&y=49.2000010&z=11mapy.cz>,
- Maruska.ordoz.com.* Meteorologická stanice Maruška - Hostýnské vrchy. Roční přehled počasí v Moravskoslezském, Olomouckém a Zlínském kraji [online], 2017 [cit. 24-04-2017]. Dostupné z: http://maruska.ordoz.com/pocasi_prehledy/rocni_prehled_pocasi_v_moravskoslezskem_olomouckem_a_zlinskem_kraji
- Novinky.cz.* Východní Morava má ambice stát se ukázkovým cykloturistickým regionem v ČR [online], 2015 [cit. 03-08-2016]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/vase-zpravy/zlinsky-kraj/zlin/2986-31688-vychodni-morava-ma-ambice-stat-se-ukazkovym-cykloturistickym-regionem-v-cr.html>
- Wikipedia.org.* Zlínský kraj. [online], 2017 [cit. 24-04-2017]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Zl%C3%ADnsk%C3%BD_kraj
- Zlínský kraj.* Rozpočet Zlínského kraje na rok 2014, 2015, 2016, 2017 [online], 2017 [cit. 06-04-2017] Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz/rozpocet-zlinskeho-kraje-na-rok-2017-cl-3899.html>
- Zlínský kraj - Východní Morava* [online], 2000-2017 [cit. 03-08-2016]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/#domu>

8 Seznam obrázků

Obr. 1	System destínace a jeho pozice v prostředí	14
Obr. 2	Životní cyklus destínace v komplexním pojetí	20
Obr. 3	Pilíře udržitelného rozvoje	26
Obr. 4	Importance-performance matice	36
Obr. 5	Metodika vlastní práce	38
Obr. 6	Vymezení regionu Východní Morava	39
Obr. 7	Počet přenocování	42
Obr. 8	Počet tří a čtyř hvězdičkových hotelů ve Východní Moravě	42
Obr. 9	Hrubý domácí produkt mezikrajské srovnání	44
Obr. 10	Výdaje odboru strategického rozvoje kraje	46
Obr. 11	Výdaje odboru životního prostředí a zemědělství	48
Obr. 12	Aktivity ekonomického pilíře	49
Obr. 13	Aktivity sociálního pilíře	50
Obr. 14	Aktivity environmentálního pilíře	50
Obr. 15	Věkové složení respondentů	52
Obr. 16	Roční období	55
Obr. 17	Importance-performance matice	57
Obr. 18	Životní cyklus destínace	62
Obr. 19	Vzdělání obyvatelstva	89
Obr. 20	Kvalita života podle krajů	90

9 Seznam tabulek

Tab. 1	Ukazatele cestovního ruchu	41
Tab. 2	Hrubý domácí produkt	44
Tab. 3	Délka silnic a dálnic	45
Tab. 4	Vývoj počtu trestných činů	46
Tab. 5	Výdaje na kulturu	46
Tab. 6	Investice na ochranu životního prostředí	47
Tab. 7	Kontingenční tabulka - Dopady cestovního ruchu	53
Tab. 8	Kontingenční tabulka - Počet návštěvníků	53
Tab. 9	Kontingenční tabulka - Přelidněnost destinace	54
Tab. 10	Hodnocení výkonnosti kritérií	58
Tab. 11	Významnost jednotlivých kritérií	59
Tab. 12	SWOT matice	61
Tab. 13	Profil destinace	63
Tab. 14	Základní indikátory	65
Tab. 15	Rozšiřující indikátory	66
Tab. 16	Návrh reportu	67
Tab. 17	Anketa na web	67
Tab. 18	Zábava - sezónnost	84
Tab. 19	Adrenalin - sezónnost	84
Tab. 20	Koupání - sezónnost	85
Tab. 21	Produktivita práce na pracovníka	86
Tab. 22	Intenzita podnikatelské aktivity	86
Tab. 23	Přijaté dotace na obyvatele	86

Tab. 24	Míra investic	87
Tab. 25	Míra nezaměstnanosti	88
Tab. 26	Index stáří	88
Tab. 27	Podnikový a komunální odpad	90
Tab. 28	Emise skleníkových plynů	91
Tab. 29	Průměry výkonnost a významnost pro grafické znázornění IP matice	100

Přílohy

A Aktivity a jejich sezónnost

Tab. 18 Zábava - sezónnost

Zábava pro rodiny s dětmi	Sezónnost
Plavba po Baťově kanálu	duben - říjen
Hledání pokladu biskupa Bruna	květen - říjen
Archeoskanzen Modrá	duben - říjen
Unikátní prosklený tunel Živá voda	celoročně
Letecké muzeum Kunovice	duben - říjen
Pravý westernový ranč Kostelany (Junior program)	celoročně (květen-červen)
Grunt v Těšánkách	duben - říjen
Zámek a zoo koutek Buchlovice	duben - říjen
Hrad Buchlov	duben - říjen
Atrakce pro děti Šlapací káry Stupava	květen - říjen
Dětské hrací centrum Smajlíkov	celoročně
Centrum volnočasových aktivit Amfík Bukovina	celoročně
Svatý Hostýn	celoročně
Zábavní park v Rožnově pod Radhoštěm	celoročně
Sjezd na koloběžce z Pusteven do údolí	květen - listopad
Návštěva koňských stájí ve Francově Lhotě	celoročně
Muzeum Valašských Strašidel	celoročně
Hvězdárna Valašské Meziříčí	celoročně
Lanový park Velké Karlovice	celoročně
Hrad Brumov	duben - říjen
Adrenalinová zábava ve Všemíně	celoročně
Pivečkův lesopark ve Slavičíně	celoročně
Zřícenina hradu Lukov	duben - říjen
Zábavní park Galaxie Zlín	celoročně
Lezecké centrum Zlín	celoročně
Zoo Zlín-Lešná	celoročně

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 19 Adrenalin - sezónnost

Adrenalin	Sezónnost
Akrobatické skoky do vody Na Stanoch Nový Hrozenkov	Léto
Laser Game	Celoročně
Paintbol	Léto
Airsoft	Léto
Zorbing	Léto
Čtyřkolky	Léto

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 20 Koupání - sezónnost

Koupání	Sezónnost
Vnitřní aquapark + venkovní koupaliště Uherské Hradiště	Celoročně
Krytý plavecký bazén + letní koupaliště Uherský Brod	Celoročně
Koupaliště v Květné	Léto
Městská plovárna Luhačovice	Celoročně
Koupaliště Pozlovice u přehrady Luhačovice	Léto
Koupaliště a sportovní areál Bajda v Kroměříži	Léto
Venkovní koupaliště Kroměříž	Léto
Venkovní koupaliště Rusava	Léto
Koupaliště v městském lesoparku Zahájené Bystřice pod Hostýnem	Léto
Vyhřívaná venkovní koupaliště a kryté bazény Zlín	Celoročně
Lázně + venkovní koupaliště Vsetín	Celoročně
Vyhřívané bazény Velké Karlovice	Celoročně
Koupaliště Valašské klobouky	Léto
Venkovní koupaliště Valašská Senice	Léto
Krytý bazén + venkovní koupaliště Valašské Meziříčí	Celoročně
Krytý bazén + venkovní koupaliště Rožnov pod Radhoštěm	Celoročně
Rekreační oblast Štěrковиště Otrokovice	Léto
Jezera u Ostrožské Nové Vsi	Léto
Přehrada Bystřička	Léto
Přírodní koupaliště Na Stanoch Nový Hrozenkov	Léto
Koupání u několika splavů řeky Bečva	Léto

Zdroj: Vlastní zpracování

B Ukazatele udržitelného rozvoje regionu

Ekonomický pilíř

Produktivita práce na zaměstnaného

Tab. 21 Produktivita práce na pracovníka

Jednotka	2013	2014	2015	trend
Kč/pracovníka	702 814,2	780 784,4	794 433,4	↑

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Důvodem, proč se měří produktivita práce na zaměstnaného, je měření výkonnosti výrobního faktoru. Vypočítá se obecně jako podíl množství výstupu ku množství vstupu, v tomto případě je výstupem HDP Zlínského kraje a vstupem množství pracovníků ve Zlínském kraji pro roky 2013-2015. Vzhledem k tomu, že pro Zlínský kraj platí rostoucí trend, lze konstatovat, že se zvyšuje konkurenceschopnost ekonomiky, naopak nepřímo se tento ukazatel projevuje na růstu životní úrovně. Aby se region prosadil mezi ostatními kraji v republice a na zahraničních trzích, je potřeba produktivitu práce nadále zvyšovat.

Intenzita podnikatelské aktivity

Tab. 22 Intenzita podnikatelské aktivity

Jednotka	2014	2015	2016	trend
počet/1000 obyvatel	237,2	239,8	241,7	↑

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Intenzita podnikatelské aktivity představuje počet aktivních podnikatelských subjektů na 1000 obyvatel. Vypovídá o kvalitě podnikatelského prostředí pro místní obyvatele a o ekonomické životaschopnosti kraje. Zlínský kraj vykazuje od roku 2014 mírně rostoucí tendenci a dosahuje hodnoty 241,7 podnikatelských subjektů na 1000 obyvatel. V mezikrajském srovnání se v roce 2016 řadí až na 9. příčku. Tento indikátor vypovídá také o tom, že množství nabízených služeb a šance získat zaměstnání v tomto kraji není tak vysoká jako v ostatních krajích, především v Praze, kde je situace téměř dvakrát příznivější než v ostatních krajích.

Přijaté dotace

Tab. 23 Přijaté dotace na obyvatele

Jednotka	2014	2015	2016	trend
Kč	8 931,24 Kč	8 791,75 Kč	8 735,12 Kč	↓

Zdroj: Rozpočet Zlínského kraje na rok 2014, 2015, 2016

Tento ukazatel ekonomického pilíře je zjišťován jako podíl dotací ze stanoveného rozpočtu a počtu obyvatel pro roky 2014-2016. Znázorňuje, jak je kraj schopen

získávat finanční prostředky z různých dotačních zdrojů (EU, národní a jiné). Tyto zdroje jsou pak důležité pro financování či spolufinancování různých aktivit v kraji. Za poslední tři roky vykazují dotace v kraji klesající tendenci, což vypovídá o nižší aktivitě Zlínského kraje v oblasti získávání finančních prostředků (T2).

Míra investic kraje

Tab. 24 Míra investic

Jednotka	2015	2016	2017	trend
%	15,8	9,9	13,5	↓

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Tento ukazatel je zjišťován ze stanoveného rozpočtu Zlínského kraje a zjišťuje se jako podíl investičních výdajů kraje na celkových výdajích kraje. Oblast investičních výdajů je pro rok 2017 rozpočtována ve výši 1 263 314 tis. Kč a zahrnuje výdaje na reprodukci majetku ZK (402 380 tis. Kč), investiční transfery – dotace pro zřizované příspěvkové organizace (274 039 tis. Kč) a investiční výdaje Fondu Zlínského kraje (586 895 tis. Kč). Ve srovnání se schváleným rozpočtem na rok 2016 jsou plánované investiční výdaje rozpočtu roku 2017 vyšší o 440 681 tis. Kč. Celkové plánované výdaje pro rok 2017 jsou ve výši 9 327 621 tis. Kč, což je proti schválenému rozpočtu roku 2016 zvýšení výdajů o 1 030 096 tis. Kč. Jaká bude míra investiční aktivity, takový bude rozvoj kraje. Jestliže bude kraj patřičně alokovat finanční prostředky do výstavby nových bytů, do infrastruktury, škol, kultury a sportovních zařízení, bude tak usilovat o zkvalitňování života obyvatel v kraji.

Sociální pilíř

Míra nezaměstnanosti

Míra registrované nezaměstnanosti je základním indikátorem sociální oblasti a je hlavní příčinou chudoby v kraji. Zjišťuje se jako podíl registrovaných nezaměstnaných obyvatel, žen, mužů, mladistvých ku celkové pracovní síle v kraji. Ve všech kategoriích nezaměstnanosti níže uvedených v tabulce se projevuje klesající trend, což znamená pro region příznivý vývoj, jelikož lidé nemají problémy si najít pracovní místo a navíc se snižuje vyplácení dávek v nezaměstnanosti a chudoba.

Tab. 25 Míra nezaměstnanosti

Míra nezaměstnanosti	Jednotka	2014	2015	2016	trend
Registrované	%	9,7	7,84	6,65	↓
Žen	%	4,7	3,85	3,22	↓
Mužů	%	5	3,99	3,43	↓
Mladistvých a absolventů	%	0,57	0,46	0,34	↓

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Největší podíl uchazečů o zaměstnání v roce 2016 ve Zlínském kraji zauímají padesátníci, ve věku 55 až 59 let 15,2%, ve skupině 50 až 54 let 12,7 %. Za nimi se řadí s podílem 11,6 % osoby ve věku 40 až 44 let.

Očekávaná délka života při narození a ve věku 65 let

Tento ukazatel udává, jakého průměrného věku se může novorozenec a občan ve věku 65 let dožít, za předpokladu, že úmrtnostní poměry se udrží na stejné úrovni daného období. Oproti roku 1992 se zvýšila naděje na dožití mužů o 6 let, u žen o 5 let. Jak udávají poslední údaje českého statistického úřadu z let 2014 a 2015, muž, který se narodí v roce 2015, se dožije věku až 75,43 let a žena která se narodila v minulém roce, se průměrně dožije až 81,76 let. Jak je patrné z delšího časového úseku, očekávaná délka života se od roku 1992 zvyšuje. Od tohoto roku se pro muže zvedla o 6,26 let a pro ženy o 4,79 let. Muž Zlínského kraje, který v roce 2015 dosáhl věku 65 let má před sebou pravděpodobně 16 let a žena 20 let. Ukazatel znázorňuje jakýsi zdravotní stav obyvatelstva, protože zaznamenává negativní i pozitivní dopady, které mají vliv na zdraví lidí. Vzhledem k tomu, že se očekávaná délka života postupně zvyšuje lze konstatovat, že dochází ke zlepšování zdravotní péče a tedy i větší šance na dožití. Ve srovnání mezi kraji je naděje mužů na dožití čtvrtá nejnižší a naděje žen se pohybuje ve středu tabulky. Nejpriznivějších výsledků očekávané délky života při narození dosahuje Praha a naopak nejnižší hodnoty vykazuje Ústecký kraj.

Index stáří

Tab. 26 Index stáří

Jednotka	2011	2012	2013	2014	2015	trend
Index	1,178385	1,21071	1,236334	1,262585	1,285527	↑

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Tento index dobře vypovídá o stavu klíčových věkových skupin obyvatel kraje. Zjišťuje se jako podíl počtu obyvatel v poproduktivním věku tedy 65 a více let ku počtu v předproduktivním věku 0-14 let. Do roku 2005 byl tento index nižší než 1, což znamenalo vyšší podíl obyvatel v předproduktivním věku. Rok od roku se hodnota indexu zvyšuje, a z hodnoty 1,037 roku 2006 se vyšplhal v roce 2015 až na

hodnotu 1,286. Rostoucí trend tohoto ukazatele značí vyšší podíl starších osob v populaci a tedy indikuje demografické stárnutí populace, což znamená vyšší náklady na sociální a zdravotní služby. Indikátor znázorňuje klesající počet obyvatel kraje, který má vliv na rozvoj a vyhlídky kraje do budoucna.

Vzdělávání

Největší podíl obyvatelstva s vysokoškolským vzděláním má jednoznačně hlavní město Praha. Nadprůměrných hodnot dosahuje ještě Jihomoravský kraj. Již od roku 1997 se počet lidí s vysokoškolským vzděláním ve Zlínském kraji se zvyšuje, ale po celou dobu se nachází mírně pod celorepublikovým průměrem. V roce 2006 byl Zlínský kraj s hodnotou 9,2 % obyvatel s vysokoškolským vzděláním na šestém místě. Při posledním sčítání lidu z roku 2011 si Zlínský kraj společně s Moravskoslezským krajem s hodnotou 10,2 % polepšil na pátou příčku, což značí rostoucí vzdělanostní úroveň obyvatelstva, lidé by měli být úspěšnější při uplatňování na trhu práce, dosáhnout vyššího výdělku a mít tak lepší životní úroveň a navíc by se měla zvyšovat kvalita lidských zdrojů.

Obyvatelstvo ve věku 15 a více let podle nejvyššího ukončeného vzdělání v krajích ČR k 26. 3. 2011

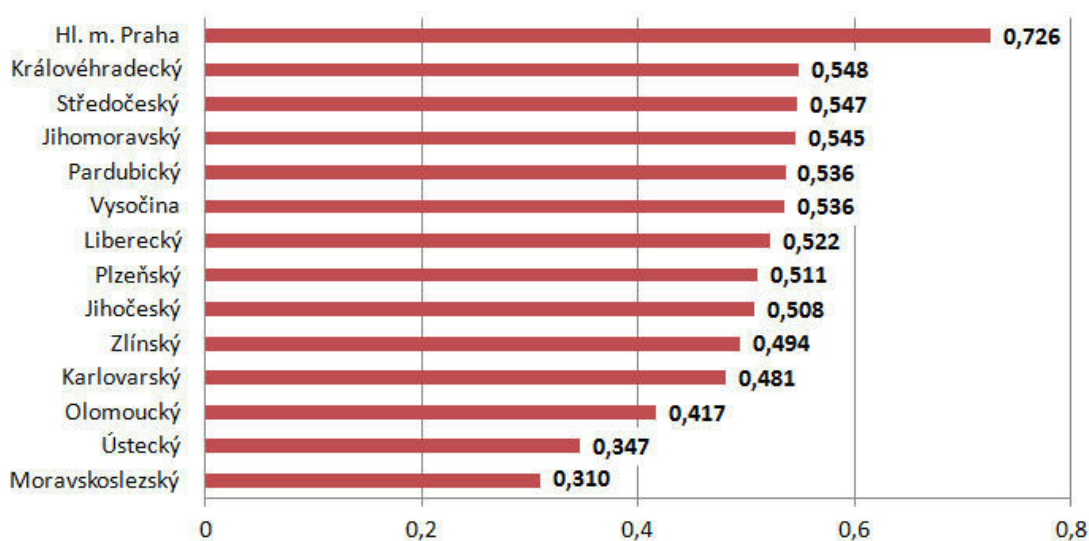
Kraj	Obyvatelstvo ve věku 15+ celkem	v tom nejvyšší ukončené vzdělání v %						
		bez vzdělání	základní vč. neukončeného	střední vč. vyučení	úplné střední	nástavbové a vyšší odborné	vysokoškolské	nezjištěno
ČR celkem	8 947 632	0,5	17,6	33,0	27,1	4,1	12,5	5,3
Hlavní město Praha	1 115 174	0,2	10,2	20,3	29,9	5,4	23,6	10,4
Středočeský kraj	1 089 911	0,4	16,9	33,6	28,2	4,3	11,5	5,1
Jihočeský kraj	537 217	0,5	18,2	34,9	27,5	4,1	10,8	4,0
Plzeňský kraj	490 932	0,4	18,1	34,7	27,2	3,7	10,4	5,4
Karlovarský kraj	253 436	0,8	22,4	34,3	24,2	3,5	7,0	7,7
Ústecký kraj	687 269	0,8	21,7	34,9	24,7	3,4	7,6	6,8
Liberecký kraj	367 842	0,5	18,6	35,9	26,0	3,8	9,6	5,4
Královéhradecký kraj	468 789	0,5	17,6	35,5	27,4	4,3	10,1	4,6
Pardubický kraj	436 534	0,4	17,9	36,6	26,9	4,2	9,9	4,1
Kraj Vysočina	431 767	0,4	18,5	37,5	27,1	4,0	9,5	3,0
Jihomoravský kraj	1 000 714	0,4	17,6	32,3	26,9	4,0	14,7	4,2
Olomoucký kraj	538 029	0,5	18,4	35,4	26,9	3,7	11,4	3,5
Zlínský kraj	497 677	0,4	19,0	35,8	26,6	3,8	11,2	3,1
Moravskoslezský kraj	1 032 341	0,6	19,6	35,1	25,9	3,6	11,2	4,1

Obr. 19 Vzdělání obyvatelstva
Zdroj: Český statistický úřad, 2014

Environmentální pilíř

Kvalita života

V rámci porovnání kvality života v jednotlivých krajích se umísťuje Zlínský kraj na 10. pozici (T3). Je tak porovnáváno na základě indexu, který je hodnocen čtyřia dvaceti kritérii rozdělenými do tří skupin. Jedná se o průměrný věk dožití, kriminalitu, dostupnost lékařské péče, situaci na trhu práce, znečištění ovzduší, aktivní zájem obyvatel o dění v kraji a další kritéria.



Obr. 20 Kvalita života podle krajů
Zdroj: Aktuálně.cz, 2016

Odpady

Mezi lety 2009 a 2015 výrazně vzrostla celková produkce odpadů na obyvatele ve Zlínském kraji a to až o 80,8 % na hodnotu 2726,8 kg/obyvatele. Ve srovnání mezi kraji zaujímá v roce 2015 Zlínský kraj 6. příčku v množství komunálního odpadu na obyvatele.

Tab. 27 Podnikový a komunální odpad

	Jednotka	2011	2012	2013	2014	2015
Podnikový odpad	tis. tun	928	564	864	713	995
Komunální odpad/obyvatele	kg	291,2	300,4	297,3	307,8	298,9

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Ovzduší

Hlavním zdrojem znečištění ve Zlínském kraji byly pro rok 2014 tzv. malé stacionární zdroje znečištění, které způsobují znečištění emisemi, zapříčiněné vytápěním domácností, používáním organických rozpouštědel a chovem hospodářských zvířat. Velké stacionární zdroje znečištění jsou zdroje vyrábějící elektřinu a teplo a doprava. Střední zdroje znečištění jsou zanedbatelné.

Tab. 28 Emise skleníkových plynů

	jednotka	2012	2013	2014	trend
oxid siřičitý	tun	4 927,7	4 768,3	4 234,1	↓
oxid siřičitý/obyv.	kg	8,38	8,13	7,23	↓
oxidy dusíku	tun	6 198,2	5 875,0	5 770,9	↓
oxidy dusíku/obyv.	kg	10,55	10,02	9,86	↓
oxid uhelnatý	tun	20 501,1	20 568,1	17 611,0	↓
oxid uhelnatý/obyv.	kg	34,88	35,08	30,09	↓

Zdroj: Český statistický úřad, 2017

Emise oxidu siřičitého, oxidu dusíku a oxidu uhelnatého se sledují, jelikož mohou přispívat ke globální změně klimatu. Podle odborníků může globální změna klimatu představovat nejzávažnější environmentální, ale také ekonomický a sociální problém, který je potřeba řešit. Hodnoty emisí se vztahují na obyvatele a vzhledem ke klesajícímu trendu, je situace rok od roku ve Zlínském kraji příznivější.

Kvalitu ovzduší Zlínského kraje již dlouhodobě ovlivňuje přenos znečištění z Moravskoslezského kraje, dále silniční doprava a také lokální topeniště. Dle mapy oblastí s překročením imisních limitů došlo v roce 2015 na 93,7 % území Zlínského kraje k překročení imisního limitu alespoň pro jednu znečišťující látku, což znamenalo oproti roku 2014 značné navýšení překročení. Tato situace byla zapříčiněna extrémně teplým létem, což vytvořilo vhodné podmínky pro tvorbu přízemního ozonu.

Zátěž ovzduší dopravou je ve Zlínském kraji nejnižší. V letech 2000 – 2015 poklesy emise znečišťujících látek z dopravy na úroveň nižší než 40 % oproti roku 2000. Na tomto pozitivním výsledku má zásluhu modernizace vozového parku. Emise skleníkových plynů z dopravy zaznamenaly od roku 2000 nárůst o asi 30 %, což bylo zapříčiněno zvyšováním přepravních výkonů silniční dopravě (CENIA, 2015).

Voda

Zlínský kraj je na třetím místě ve výši podílu obyvatel napojených na kanalizaci. Vyniká tak díky realizaci řady dotačních titulů zaměřených na zlepšení vodohospodářské infrastruktury a snaze o snížení znečištění vod v obcích. Podíl obyvatel, kteří jsou připojeni na veřejný vodovod, je v ČR mírně nadprůměrný. Vypovídá to o dobré životní a zdravotní úrovni obyvatel a o míře znečištění životního prostředí. V roce 2015 byla spotřeba vody z veřejného vodovodu na jednoho obyvatele 141,6, což je sice vyšší než hodnota z roku 2014, ale i přesto je to nejnižší hodnota v rámci celé České republiky. Pokles spotřeby vody v domácnostech je zapříčiněn především vlivem růstu ceny vody (CENIA, 2015).

C Primární průzkum

Dotazník Koncept CSR v hotelech Východní Moravy

Hezký den,

v rámci výzkumu, který se zabývá společenskou odpovědností firem a hodnocením trvale udržitelného rozvoje v destinaci Východní Morava, si Vás dovoluujeme požádat o vyplnění tohoto dotazníku, které trvá přibližně 5-7 minut. Dotazník je směřován na zástupce hotelového managementu. Všechny Vámi poskytnuté údaje jsou zcela anonymní. Prosím vyplňte odpověď, která se nejvíce hodí k Vašemu vyjádření.

Za vyplnění dotazníku předem děkujeme.

S pozdravem

Lucia Klimková a Adéla Krchňáková

Mendelova univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Ústav Managementu

1. Slyšel/a jste už o konceptu Společenské odpovědnosti firem (CSR)?

- a) ano
- b) ne

2. Koncept CSR a udržitelného cestovního ruchu je založen na třech pilířích – ekonomickém, sociálním a environmentálním. Seřad'te od 1 po 3 důležitost zmíněných pilířů pro Váš hotel.

- 1.
- 2.
- 3.

3. Jaké aktivity plní Váš hotel v rámci ekonomického pilíře CSR a udržitelnosti regionu?

- a) vytváří a rozšiřuje nabídku pracovních příležitostí
- b) přináší finanční prostředky do rozpočtu obcí
- c) rozvíjí infrastrukturu v regionu
- d) sponzorství a finanční dary v destinaci
- e) poskytování levnějších služeb místnímu obyvatelstvu
- f) dodržuje principy platební morálky
- g) jiné:

4. Jaké aktivity plní Váš hotel v rámci sociálního pilíře CSR a udržitelnosti regionu?

- a) zaměstnává lidi v sociální nouzi
- b) zvyšuje životní úroveň místního obyvatelstva
- c) umožňuje místnímu obyvatelstvu účastnit se pořádaných kulturních akcí
- d) služby (stravování, wellness, fitnes aj.) jsou k dispozici místnímu obyvatelstvu
- e) nabízí svým zaměstnancům různé benefity a zaměstnanecké slevy
- f) umožňuje svým zaměstnancům podílet se na řízení
- g) jiné:

5. Jaké aktivity plní Váš hotel v rámci ekologického pilíře CSR a udržitelnosti regionu?

- a) instalace zařízení šetřících vodu ve sprchách a na toaletách
- b) zavedení recyklačních systémů odpadových materiálů, včetně obalů, papíru, lahví a organického odpadu
- c) používání recyklovaných materiálů všude, kde je to možné, například papírnického zboží
- d) výhradní používání úsporných žárovek
- e) další opatření šetřící energii, včetně tepelné izolace
- f) používání biopotravin a bioproduktů
- g) jiné:

6. Jaké jsou podle Vás důvody pro zavedení konceptu společenské odpovědnosti do hotelu?

- a) zájem o budoucnost světa (ve smyslu morální odpovědnosti)
- b) vize a dobré jméno hotelu
- c) růst loajality zaměstnanců a jejich produktivity
- d) budování vztahů se zákazníky založených na důvěře
- e) růst loajality zákazníků
- f) pozitivní dopad na profit
- g) vyrovnání se konkurenci
- h) jiné:

7. Jaké důvody podle Vás mohou zabránit zavedení konceptu společenské odpovědnosti do hotelu?

- a) zvýšení nákladů
- b) strach z byrokracie
- c) nedostatek času
- d) je obtížné donutit zaměstnance, aby akceptovali nové koncepty
- e) nedostatek znalostí a jeho aplikace v praxi
- f) nedostatek motivace od vlastníků
- g) jiné:

8. Uved'te míru souhlasu/nesouhlasu s následujícími tvrzeními.

Tvrzení	Určitě ano	Spíše ano	Z části ano, z části ne	Spíše ne	Určitě ne
Je důležité dodržovat koncept CSR v hotelu.					
Plnění konceptu CSR v hotelu zvyšuje udržitelnost destinace.					
Dodržováním konceptu CSR hotel redukuje negativní vlivy cestovního ruchu.					

9. Vyvinul Váš hotel nějaký písemný dokument na podporu společenské odpovědnosti v praxi? (Např. Etický kodex, směrnice o chování zaměstnanců ve vztahu k požadavkům zákazníků, vyřizování stížností, odměňování zaměstnanců, péče o zaměstnance, úspory energie, atd.)

- a) Ano, jaký:
- b) Ne

10. Provádí se ve vašem hotelu pravidelné CSR reporty?

- a) ano
- b) ne

10a) Jsou tyto reporty zveřejňovány externím uživatelům? (Např. webová stránka, výroční správa apod.)

- a) ano, jak:
- b) ne

10b) Jsou tyto reporty vypracovány na základě konkrétního standardu?

- a) ano, jakého:
- b) ne

11. Jste

- a) muž
- b) žena

12. Váš věk

- a) 18-23 let
- b) 24-30 let
- c) 31-40 let
- d) 41-50 let
- e) 51-60 let
- f) 61 a více

13. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

- a) středoškolské
- b) vysokoškolské

14. Název hotelu, pro který pracujete

.....

15. Vaše pozice v hotelu

.....

16. Počet hvězdiček hotelu, ve kterém pracujete

- a) 3
- b) 4

Dotazník hodnocení udržitelného rozvoje místním obyvatelstvem

Vážený respondente,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci, která se zabývá hodnocením udržitelného rozvoje v regionu Východní Morava. Dotazník je směřován na obyvatele tohoto regionu. Zahrnuje 12 otázek a jeho vyplnění by Vám nemělo zabrat více jak 10 minut. Vaše odpovědi jsou zcela anonymní. Předem děkuji za ochotu a čas věnovaný vyplňování dotazníku.

S pozdravem

Adéla Krchňáková

Mendelova univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, obor Manažersko-ekonomický

1. Žijete v regionu Východní Morava déle než jeden rok?

- a) ano
- b) ne

2. V regionu Východní Morava převažují spíše pozitivní dopady cestovního ruchu nad negativními. S uvedeným tvrzením

- a) souhlasím
- b) nedokáži posoudit
- c) nesouhlasím

3. Vyšší počet návštěvníků v regionu Východní Morava mi nevádí. S uvedeným tvrzením

- a) souhlasím
- b) je mi to jedno
- c) nesouhlasím

4. Region Východní Morava je dle Vašeho názoru turisty

- a) přeplněný
- b) přiměřeně zaplněný
- c) nepřeplněný

5. Návštěva regionu Východní Morava je dle Vašeho názoru nejvhodnější

- a) na jaře
- b) v létě
- c) na podzim
- d) v zimě

6. Výkonnost. Označte možnosti podle toho, jak si stojí region Východní Morava v následujících tvrzeních?

Tvrzení	Určitě ne	Spíše ne	Z části ano, z části ne	Spíše ano	Určitě ano
Vlivem cestovního ruchu zde dochází k růstu cen zboží a služeb					
Cestovní ruch vytváří nová pracovní místa a zvyšuje zaměstnanost v regionu					
Investice do infrastruktury (hřiště, cesty, cyklostezky) přispívají k vyšší kvalitě života místních obyvatel					
Cestovní ruch zvyšuje životní úroveň místních obyvatel (využití volného času, pracovní podmínky,...)					
Cestovní ruch nabízí investiční příležitosti místním obyvatelům a podnikatelům					
Cestovní ruch zvyšuje povědomí o Východní Moravě					
Zvyšuje se nabídka sportovních a kulturních akcí pro místní obyvatele vlivem cestovního ruchu					
Cestovní ruch zde napomáhá udržet místní tradice a zvyky					
Cestovní ruch zvyšuje kriminalitu v regionu Východní Morava					
Soukromí místních obyvatel je napadeno vlivem přílivu turistů					
Nadměrná výstavba v souvislosti s cestovním ruchem škodí životnímu prostředí					
Nárůst turistických a cyklistických stezek zde může způsobovat eroze půdy					
Cestovní ruch v regionu může přispívat ke zlepšení životního prostředí (údržba destinace, zeleně, ...)					
Nadměrný růst počtu turistů může ohrozit krajinu a životní prostředí v regionu					
Turisté produkují velké množství odpadu a emisí, což může mít negativní vliv na krajinu regionu.					

7. Důležitost. Označte možnosti, zda je podle vás důležité, aby:

Tvzení	Určitě ne	Spíše ne	Z části ano, z části ne	Spíše ano	Určitě ano
Zde nedocházelo vlivem cestovního ruchu k růstu cen zboží a služeb					
Cestovní ruch vytvářel nová pracovní místa a zvyšoval tak zaměstnanost v regionu					
Investice do infrastruktury (hřiště, cesty, cyklostezky) přispívaly k vyšší kvalitě života místních obyvatel					
Cestovní ruch zvyšoval životní úroveň místních obyvatel (využití volného času, pracovní podmínky...)					
Cestovní ruch nabízel investiční příležitosti místním obyvatelům a podnikatelům					
Cestovní ruch zvyšoval povědomí o Východní Moravě					
Byla vlivem cestovního ruchu vyšší nabídka sportovních a kulturních akcí pro místní obyvatele					
Zde napomáhal cestovní ruch udržet místní tradice a zvyky					
Cestovní ruch nezvyšoval kriminalitu v regionu Východní Morava					
Nebylo vlivem přílivu turistů napadeno soukromí místních obyvatel					
Byla sledována nadměrná výstavba v souvislosti s cestovním ruchem, která škodí životnímu prostředí					
Zde nedocházelo k erozím půdy nárůstem turistických a cyklistických stezek					
Cestovní ruch v regionu přispíval ke zlepšení životního prostředí (údržba destinace, zeleně, ...)					
Nadměrný růst počtu turistů neohrozil krajinu a životní prostředí v regionu)					
Turisté neprodukovali velké množství odpadu a emisí, což může mít negativní vliv na krajinu regionu					

8. Máte nějaké poznámky, které byste chtěl/a sdělit k dané problematice?

.....

9. Jste

- a) muž
- b) žena

10. Věk

- a) do 26 let
- b) 27 – 38 let
- c) 39 – 50 let
- d) 51 – 62 let
- e) 63 let a více

11. Ekonomická aktivita

- a) student
- b) zaměstnanec
- c) podnikatel
- d) nezaměstnaný
- e) důchodce
- f) mateřská dovolená

12. Jste z oblasti

- a) Valašsko
- b) Slovácko
- c) Zlínsko a Luhačovicko
- d) Kroměřížsko

Tab. 29 Průměry výkonnost a významnost pro grafické znázornění IP matice

Kritéria	průměr výkonnost	průměr důležitost
ceny	3,59	3,83
nabídka pracovních míst	3,45	4,15
investice do infrastruktury	4,28	4,30
životní úroveň	3,83	4,25
investiční příležitosti	3,69	3,96
povědomí o regionu	4,17	4,07
nabídka sportovních a kulturních akcí	3,74	4,10
tradice a zvyky	3,66	4,19
kriminalita	3,80	4,23
soukromí	3,61	4,13
nadměrná výstavba	3,15	3,95
eroze	3,65	3,79
péče a údržba destinace	3,46	4,26
nadměrný počet turistů	3,30	4,14
produkce odpadu a emisí	3,01	4,32
průměr	3,626	4,111
min	3,01	3,79
max	4,28	4,32

Zdroj: Vlastní zpracování

Hlubkový rozhovor

1. Jaké dopady cestovního ruchu podle Vás převažují v regionu Východní Morava. Jsou to spíše pozitivní dopady, tj. peníze do místních rozpočtů, vyšší nabídka kulturního a sportovního vyžití, nabídka pracovních míst atd. nebo negativní dopady, tedy na ničení přírody, snížení soukromí pro místní obyvatelstvo? V čem vidíte největší přínos cestovního ruchu pro region?

2. Jak je to s počtem návštěvníků v regionu Východní Morava dlouhodobě? Zvyšuje se nebo naopak klesá? Jak si stojí ve srovnání s ostatními regiony nebo kraji v republice? Může destinace pojmout ještě větší množství návštěvníků nebo turistů, aniž by ji to škodilo, ohrozilo krajinu či ŽP (přeplnění, ohrožení soukromí místních obyvatel, odpadky)?

3. Ve kterém ročním období je region nejvíce zaplněn turisty a ve kterém naopak nejméně? Kdybyste měl svým známým doporučit návštěvu regionu, které roční období byste mu doporučil?

4. Má podle Vás cestovní ruch vliv na zvyšování cen v tomto regionu?

5. Vytváří podle Vás cestovní ruch nová pracovní místa a možnosti pro místní obyvatele? Jaké pohlaví má podle Vás větší možnosti získat dobré zaměstnání v tomto oboru? Máte přehled, jaké platy pobírají lidé v tomto oboru ve Východní Moravě, jestli je to na dobré živobytí nebo se sotva užíví?

6. Zvyšuje podle Vás cestovní ruch také životní úroveň místních obyvatel? (využití volného času, pracovní podmínky, nabídka sportovních a kulturních akcí, investice do infrastruktury -hřiště, cyklostezky,...)

7. Nabízí cestovní ruch podle Vás investiční příležitosti místním obyvatelům a podnikatelům? Do čeho podle Vás lidé nejčastěji investují v oblasti cestovního ruchu?

8. Na následující otázku nevím, jestli budete mít dostatečné informace, možná, že kdybych se obrátila na policii, tak mi mohou poskytnout přesnější údaje z nějakých statistik, ale přesto se zeptám na Váš názor. Myslíte si, že se můžou cítit místní obyvatelé turisty nebo naopak turisté místním obyvatelstvem v regionu ohrožení krádeží? Například na nějakých hradech, zoo, festivalech a dalších atraktivních místech regionu? Je zde podle Vás cestovní ruch rozvinut natolik, aby bylo ohroženo soukromí místních obyvatel?

9. Jak je to s výstavbou (cest, budov, cyklostezek), může podle Vás další rozšiřování škodit životnímu prostředí nebo jsou ještě dostatečné kapacity? Východní Morava je region s nejvyšším počtem cyklostezek a tras, aktuálně se propojuje Česká re-

publika se Slovenskem. Myslíte si, že by mohl rozvoj dalších tras a stezek a následně větší množství cyklistů škodit přírodě a životnímu prostředí?

10. Jak podle Vás může cestovní ruch přispívat ke zlepšení ŽP (údržba zeleně)? Dělá pro to pravidelně nějaké kroky Vaše organizace, aby zajišťovala údržbu zeleně (např. nějaká kampaň uklidíme Východní Moravu apod.)? Nebo si to zajišťuje kraj, obce či soukromníci?

11. Produkují podle Vás turisté v regionu větší množství odpadu a emisí než například místní obyvatelé? Nebo je to stejně, či právě naopak?

12. Slyšel jste už konceptu CSR (společenská odpovědnost firem)? Jaký pilíř je podle Vás nejdůležitější, na jaký se nejvíce organizace zaměřuje a jaký se daří destinaci nejlépe dodržovat?

13. Vydává CCRVM nějaké dokumenty k udržitelnosti či podmínky na ochranu životního prostředí subjektům podnikajícím v regionu? Reportujete nějak CSR subjektů podnikajících v cestovním ruchu nebo udržitelnost cestovního ruchu v regionu Východní Morava?

14. Již jsem provedla průzkum u 3* a 4* hotelů, kde jsem zjišťovala, zda už slyšeli o konceptu CSR, jestli provádí nějaké činnosti v rámci ekonomického, sociálního a environmentálního pilíře a zda reportují. Moc hotelů nebylo ochotných odpovědět a získali jsme pouhých 31 odpovědí z 83. Ale už to vypovídá o tom, že se moc společensky odpovědně nechovají, navíc z dotazovaných znají koncept CSR pouze 4 manažeři, 10 praktikuje jeho aktivity, ale 17 o něm nikdy neslyšelo. Což značí, že situace není nijak příznivá.

Bylo by pro organizaci CCRVM reálné nabídnout hotelům, které budou implementovat do svého podnikání koncepty CSR a udržitelnosti na oplátku například zařazení do seznamu ubytovacích zařízení, která by byla centrálou propagována nebo poskytnout nějakou jinou propagaci (webové stránky, pořádané akce) na podporu udržitelnosti regionu? Případně bylo by reálné zřídit z tohoto důvodu nějaký vlastní informační a rezervační systém cestovního ruchu pro region Východní Morava, obdobně jako má Česká republika CZeCOT, na kterém by mohly být nabízeny hotely, které dodržují koncepty CSR a udržitelnosti?

15. Poslední otázka. Z jaké destinace cítíte největší konkurenci? Která je nejvíce podobná typem cestovního ruchu z hlediska nabídky? Je nějaká destinace, se kterou byste se mohli v navržených indikátorech srovnávat?

16. Máte nějaké jiné poznámky, které byste chtěl sdělit k dané problematice?