

**Mendelova univerzita v Brně**  
**Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií**

# **VLIV CESTOVNÍHO RUCHU NA SOCIO-EKONOMICKÝ ROZVOJ ZAMBIE**

Bakalářská práce

**Autor:** Pavla Soukopová

**Vedoucí práce:** Ing. Samuel Antwi Darkwah, Ph.D.

Brno 2014

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci „Vliv cestovního ruchu na socio-ekonomický rozvoj Zambie“ 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 předmětná 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 31. prosince 2014

.....

### **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce Ing. Samuelovi Antwi Darkwahovi, Ph. D. za jeho trpělivost, odborné vedení a zejména za čas, který mi v průběhu zpracování této práce věnoval. Děkuji také své rodině a přátelům, především za jejich podporu a trpělivost.

## **ABSTRAKT**

SOUKOPOVÁ, P. *Vliv cestovního ruchu na socio-ekonomický rozvoj Zambie*. Bakalářská práce. Brno, 2014.

Cílem této bakalářské práce je prezentovat a analyzovat rozvoj cestovního ruchu v Zambii. První část je zaměřena na literární rešerši v otázce cestovního ruchu. Stručně shrnuje jeho historii, následně porovnává definice pojmů s cestovním ruchem souvisejícím z hlediska různých autorů. Zasazuje cestovní ruch do rámce přírodních, politických i kulturních podmínek důležitých pro jeho rozvoj a následně hodnotí jeho celkové dopady. Druhá část, vlastní práce, se zaměřuje na situaci cestovního ruchu v Zambii. V úvodu kapitoly je poskytnuta deskripce státu z hlediska geografického, administrativního, politického uspořádání a přírodních předpokladů. Navazuje část, kde jsou podrobně analyzovány socio-ekonomické souvislosti a dopady cestovního ruchu, a to hlavně z pohledu jeho příspěvku k HDP. Návštěvnost Zambie, speciálně přírodního dědictví, enormně během posledního desetiletí narostla a s tím rostou i výdaje turistů a následně příjmy místních podnikatelů a i konečný příspěvek k hrubému domácímu produktu Zambie.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, Zambie, návštěvník, zaměstnanost, HDP

## **ABSTRACT**

SOUKOPOVÁ, P. *The impact of tourism on the socio-economic development in Zambia.* Bachelor thesis. Brno, 2014.

The aim of this work is to present and analyze the development of tourism in Zambia. The first part focuses on a literature review on the issue of tourism. It summarizes its history, it compares definitions related to tourism from the perspective of different authors. It describes tourism in the framework of natural, cultural and political conditions essential for its development and then evaluates its overall impact. The second part, own work, focuses on the situation of tourism in Zambia. There is the description of geographical, administrative and political structure and climatic conditions in the beginning of this chapter followed by the part where all of these condition are analyzed in detail within socio-economic context, especially in terms of its contribution to GDP. Because of the beauty of the nature and natural heritage itself, the visitors have been coming to the Zambia to see the world that is not controlled by human yet. Therefore, the number of visits has been growing during last three decades influencing incomes of local entrepreneurs and consequently a final contribution to gross domestic product in Zambia.

**Key words:** tourism, Zambia, visitor, employment, GDP



## OBSAH

<b>1. Úvod.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Cíl a metodika práce .....</b>	<b>10</b>
2.1 Metodika.....	10
2.2 Cíl práce .....	11
<b>3. Literární rešerše .....</b>	<b>12</b>
3.1 Cestovní ruch .....	12
3.1.1 Definice cestovního ruchu .....	12
3.1.2 Historie turismu .....	14
3.1.3 Typologie cestovního ruchu.....	15
3.1.4 Základní složky cestovního ruchu .....	16
3.1.5 Podmínky vzniku cestovního ruchu.....	16
3.1.6 Funkce cestovního ruchu ve společnosti .....	17
3.2 Cestovní ruch a HDP .....	18
3.2.1 Hrubý domácí produkt (HDP).....	18
3.2.2 Cestovní ruch a národní ekonomický růst.....	19
3.2.3 Ekonomické dopady turismu.....	19
3.2.3.1 Role turismu ve světové ekonomice.....	19
3.2.3.2 Turismus a ekonomický rozvoj .....	20
3.2.3.3 Ekonomické výhody a břemena .....	21
3.2.3.4 Ekonomická břemena .....	21
3.2.3.5 Environmentální dopady turismu .....	25
3.2.3.6 Socio-kulturní dopady cestovního ruchu .....	26
<b>4. Vlastní práce.....</b>	<b>29</b>
4.1 Zambie.....	29
4.2 Turismus Zambie .....	32
4.2.1 Návštěvnost Zambie.....	32
4.2.2 Návštěvnost země dle pohlaví.....	36
4.2.3 Prostředky dopravy.....	37
4.3 Návštěvnost turistických míst .....	38
4.3.1 Viktoriiny vodopády.....	38
4.3.2 Hlavní národní parky .....	39
4.4 Cestovní ruch a zaměstnanost v Zambii.....	40
4.5 Výdaje mezinárodních turistů.....	41

4.6	Příspěvek turismu k HDP.....	41
<b>5.</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>43</b>
5.1	Diskuze a doporučení:.....	43
	<b>Seznam citované literatury a použitých zdrojů .....</b>	<b>44</b>
	<b>Přílohy.....</b>	<b>47</b>



## 1. ÚVOD

Turistický ruch je významným fenoménem nejen z pohledu samotných turistů, ale i z pohledu států, které tyto turisty přijímají. I když stále pokračují sporné diskuze o dopadech turismu do ekonomik států i do jejich sociálního prostředí, většina autorů zastává názor, že silné odvětví cestovního ruchu přímo podporuje ekonomický růst konkrétní země a regionu, především těch, které jsou vybaveny dostatečným potenciálem turistických atraktivit.

Je známo, že cestovní ruch se koncentruje v území se zachovalou přírodou, přírodními památkami a rezervacemi. V místech, kde není patrný vliv člověka. Africké země a jejich národní parky dnes patří k oblastem s nejrychleji se rozvíjejícím cestovním ruchem ve světě. Počet návštěv těchto oblastí roste velmi rychle a s nimi většinou i podíl cestovního ruchu na HDP dané země. Ekonomické přínosy cestovního ruchu jsou nesporné, nicméně je potřeba pohyb výjezdů a příjezdů v rámci cestovního ruchu monitorovat s cílem předejít nevratnému poškození přírodního fondu navštěvované země a případně nastavovat preventivní či (v horším případě) nápravná opatření. Zambie je jedna z afrických zemí disponující bohatým přírodním kapitálem, který láká velký počet turistů, kteří zde tráví nejen svůj volný čas při návštěvě safari. Do Zambie směřují i velké počty obchodníků z různých koutů světa, které do země láká velké množství nerostných surovin. Na tomto přírodním bohatství staví svůj profit zahraniční firmy z Číny a Velké Británie.

Je proto třeba sledovat účel a délku návštěv. Monitorovat ekonomické, sociologické, přírodní přínosy/negativa cestovního ruchu a v neposlední řadě je zapotřebí sledovat závislost ekonomického růstu na odvětví cestovního ruchu a únosnou absorpční kapacitu Zambie.

Dostupnost literatury a materiálů v češtině, která by mapovala situaci v afrických zemích, konkrétně Zambii, je doposud velmi málo. Dostupnost materiálů v angličtině je více, a navíc velká část z nich obsahuje neaktuální a zastaralé informace. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla tyto informace zpracovat v rámci své bakalářské práce.

## 2. CÍL A METODIKA PRÁCE

### 2.1 Metodika

Výběr lokality byl podmíněn přírodními a kulturně-historickými předpoklady destinace, které vytvářejí podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.

První, teoretická část, byla zpracována na základě dostupné literatury z pohledu různých autorů.

Praktická část – k obecnému popisu a vytvoření si historicko-kulturních souvislostí o sledovaném území je využito sekundárních dat z materiálů poskytnutých dotčenými úřady v Zambii, konkrétně od paní Mwinga Chiluwe z Ministry of Tourism and Arts, a z již zpracovaných rozvojových programů, studií a odborných publikací dalších organizací, např. Skupina Světové banky nebo World Travel & Tourism Council dostupných na internetu. Po podrobnější deskripci konkrétních přírodních lokalit nejsou bohužel dostupná žádná data.

Stěžejní částí je statistická analýza hodnotící vývoj turismu a jeho ekonomicko-sociální dopady. Protože je cestovní ruch hodnocen z pohledu příspěvku k významným makroekonomickým ukazatelům, byla analýze podrobena následující data a jejich nestacionární časové řady:

- Počet příjezdů do Zambie
- Výdaje turistů
- Podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti v Zambii
- Počet příjezdů a růst HDP

Pro analýzu časových řad byly použity míry popisné (deskriptivní) statistiky – především míry polohy (průměry) a dynamiky (bazické a řetězové indexy). Pro grafické zobrazení časových řad byly zvoleny spojnicové grafy. Vše bylo prováděno v programu MS Office ECXEL.

Trend v časových řadách je popsán pomocí trendové funkce LinTrend, která vytvoří předpověď budoucího vývoje na základě proložení bodů přímkou metodou nejmenších čtverců. Funkce byla zvolena, protože se hodí na predikci (odhad) už zaběhnutých situací. Trend vždy odpovídal lineární funkci a nebylo zapotřebí aplikovat metody klouzavých průměrů.

Časové řady jsou 10-15ti leté, dostupnost dat je bohužel velmi špatná a starší data než k roku 1995 nejsou mnohdy vůbec dostupná.

Pro určení závislosti mezi výdaji turistů a jejich příspěvkem k HDP je provedena korelační analýza a pomocí tzv. korelačního koeficientu je počítána závislost pro tyto dvě skupiny dat. Korelační koeficient nabývá hodnoty od -1 do 1.

## **2.2 Cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je analyzovat rozvoj cestovního ruchu v Zambii. Práce je rozdělena do dvou částí. V první části, literární rešerši, se práce věnuje vymezení cestovního ruchu. Druhá část, vlastní práce se věnuje cestovnímu ruchu v Zambii a obsahuje tyto části:

dílčí cíl č. 1: vymežit sociálně-ekonomické předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu (geografie, administrativní členění, infrastruktura, hospodářství)

dílčí cíl č. 2: analyzovat cestovní ruch v Zambii (počet a struktura návštěvníků, návštěvnost turistických míst, podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti)

dílčí cíl č. 3: analyzovat příspěvek cestovního ruchu k makroekonomickým ukazatelům HDP a míře zaměstnanosti.

### 3. LITERÁRNÍ REŠERŠE

#### 3.1 Cestovní ruch

##### 3.1.1 Definice cestovního ruchu

Existuje několik různých definic cestovního ruchu. Již na začátku 19. století se různé výkladové slovníky zaměřily na význam slova turista. Nejčastější definice byla osoba, která cestuje kvůli cestování, ze zvědavosti a také proto, že nemá nic lepšího na práci, později Společnost národů definovala tento pojem pro účely statistického sledování a měření. (Bhatia, 2006)

Cestovní ruch je soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, převážně ve svém volném čase a to za účelem kulturního a sportovního vyžití, poznání, zotavení, společenského kontaktu. (Bhatia, 2006)

Cestovní ruch obsahuje cestování, ale ne vždy považujeme cestování za cestovní ruch; ten totiž zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem; dále jej uskutečňujeme ve volném čase, ale ne úplně celý volný čas věnujeme cestovnímu ruchu. (Mill a Morrison, 2012)

Cestovní ruch tvoří komplex činností, na nichž se podílí celá řada subjektů. Úkolem tohoto oboru je zprostředkovat a zpříjemnit cestování každému zájemci. Nejdůležitějším subjektem je cestující občan. Díky němu existuje celá škála podnikatelských subjektů všech možných profesí, které se snaží uspokojit každé přání zákazníka. (Vitáková, 2007)

Konference při Organizaci Spojených Národů na téma Cestování a Turismus, která se konala v Římě roku 1963, uznala konečnou definici termínu jako „kdokoliv, kdo navštíví jinou zemi, kromě té, kde má své obvyklé místo pobytu z jakéhokoliv důvodu jiného než odměňování za zaměstnání v rámci navštívené země. (Bhatia, 2009)

Tato definice se vztahuje na:

- a) Turista, tedy dočasný návštěvník, ubytovaný nejméně dvacet čtyři hodin v dané zemi. Účel jeho návštěvy musí být zařazen do jedné z následujících kategorií:
  - 1) Volný čas (rekreace, dovolená, sportovní aktivity, zdraví, náboženství nebo studium

2) Obchod, zasedání, vyslanectví nebo rodina

b) Účastník zájezdu neboli výletník – tedy osoba, která v navštívené zemi stráví méně než dvacet čtyři hodin (zahrnuje i cestovatele na výletních lodích).

Tato definice vylučuje cestující, kteří nevstupují do země v právním slova smyslu (například cestující v letecké dopravě, kteří neopouští letištní tranzitní prostor). (Bhatia, 2006)

Další definice cestovního ruchu byla vytvořena Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) v roce 1989 v Haagské deklaraci. Podle této definice je cestovní ruch „činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí, po dobu kratší jednoho uceleného roku, za účelem trávení volného času nebo služebních cest, ale osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa“. (Palatková, Zichová, 2014: s. 17)

Definice přijatá na International Conference on Travel and Tourism Statistics konající se na konci června 1991 v Ottawě (ratifikována Statistickou komisí při Organizaci Spojených Národů v New Yorku v roce 1993, stanovuje: (Beaver, 2005)

**Domácí cestovní ruch** – situace, kdy občan cestuje v rámci své země.

**Aktivní cestovní ruch** – nerezidenti, kteří jezdí navštěvovat jinou zemi než jejich vlastní.

**Pasivní cestovní ruch** – státní příslušník navštěvující jiné země.

**Příjezdový cestovní ruch** – nerezidenti navštěvující jinou zemi než je ta, kde mají trvalý pobyt.

**Výjezdový cestovní ruch** – rezidenti dané země navštěvující jinou zemi.

**Mezinárodní návštěvník** neboli **turista v mezinárodním turismu** je osoba, která cestuje do jiné země, než kde má svůj trvalý pobyt po dobu nejvýše dvanáct měsíců a jejíž hlavním cílem návštěvy je jiný výkon odměňované činnosti než v rámci navštívené země.

**Mezinárodní návštěvník** je osoba, která se v navštívené zemi zdrží déle než jednu noc.

**Jednodenní návštěvník v mezinárodním turismu** je turista, který cestuje do jiné země, než kde je trvale usídlen a mimo své obvyklé prostředí, aniž v dané zemi přenocuje, přičemž účel cesty není vykonávání výdělečné činnosti

**Návštěvník v domácím turismu** je osoba s trvalým bydlištěm v zemi, která cestuje uvnitř země, avšak mimo místo trvalého pobytu a to po období nepřesahující šest měsíců, jejíž hlavní cíl návštěvy je jiný, než výkon odměňované činnosti v rámci navštíveného místa.

**Turista v domácím turismu** je osoba, která cestuje do jiného místa, než je její běžné prostředí po dobu minimálně jednoho přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

**Jednodenní návštěvník v domácím turismu** – osoba cestující do odlišného místa od jejího běžného prostředí, aniž by v navštíveném místě přenocovala. Hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

### 3.1.2 Historie turismu

Kořeny turismu sahají hluboko do historie. Cestování je spojené již se starověkými civilizacemi. Jako první etapu označujeme tzv. **předfázi**; sahající zhruba do r. 1850. Kromě pěší chůze byl jako dopravní prostředek považován kůň, drožka a částečně i loď. Motivací byly poutní cesty, křížácké výpravy, obchod, vzdělání nebo objevitelské cesty a účastnila se převážně elita, obchodníci nebo vzdělanci. Etapu před první světovou válkou v letech 1850 -1914 nazýváme jako **počáteční fázi**. Členové nové střední třídy cítili potřebu zotavení se a rekreace. V době před válkou už existovala železnice a parní loď. Mezi dvěma světovými válkami nastala **rozvojová fáze** v letech 1915 – 1945. Kromě železnice existoval automobil, autobus nebo letadlo (liniové). Hlavní motiv pro cestování bylo léčení, rekreace, komerční účely a dovolit si to mohli pracující s vyšší životní úrovní. **Vrcholná fáze** nastala roku 1945 a trvá až do současnosti. Téměř všechny vrstvy lidí mají dostatek volného času a finančních zdrojů na to, aby si mohli dopřát oddych. K hlavním prostředkům dopravy patří automobil nebo letadlo, liniové i charterové lety. (Palatková, Zichová, 2014)

### 3.1.3 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch má mnoho podob, trh pro cestovní ruch se stává stále více roztržštěný do široké palety výklenků, z nichž každý má svou vlastní klientelu.

Jedním z rozdělení cestovního ruchu je dle místa realizace. Jedná se vnitrostátní turismus zahrnující turismus domácí a příjezdový na území dané země a mezinárodní turismus, kdy dochází k překročení hranic státu. Dalším hlediskem je **způsob organizace** cestovního ruchu. *Organizovaný cestovní ruch* je zajištěný cestovní kanceláří, *neorganizovaný* – svoji účast si každý cestovatel zajistí sám. (Indrová, 2009)

Dále rozděluje cestovní ruch **dle délky pobytu**, a to na *jednodenní* (v rámci 24hodin), *krátkodobý* (jedno až tři přenocování), *dlouhodobý* označujeme jako turismus zahrnující 4 a více přenocování, ale celková délka je omezena na 6 měsíců v rámci domácího turismu a mezinárodního turismu 1 rok.

Dalším hlediskem může být **důvod cesty** a *to osobní* (nejčastěji dovolená, volný čas, rekreace nebo návštěva příbuzných, vzdělávání, náboženský turismus) nebo *obchodní a profesní turismus* (pracovní setkání, motivační pobyty – motivace jako nástroj managementu, využívá se pro motivaci vlastních zaměstnanců anebo určitá forma odměny pro klíčové obchodní partnery, kongresy a konference, výstavy.

Turismus rozděluje i dle **věku účastníků**. Vycházíme z předpokladu, že různé věkové skupiny mají různé potřeby a omezení. Rozlišujeme tedy *turismus dětí* (děti do 15 let na různých školních výletech pod dozorem dospělých osob), *turismus mládeže* (16-24 let, mladiství cestující samostatně, nemají ještě své vlastní rodiny), *turismus rodin s dětmi* (podobné jako turismus dětí, ale cestují v rámci své rodiny), *turismus osob v produktivním věku* (osoby cestující bez dětí s dostatkem volného času i finančních prostředků) a *turismus seniorů*.

Posledním hlediskem je rozdělení dle **vztahu k platební bilanci**. Rozlišujeme *příjezdový (aktivní)*, *výjezdový (pasivní)* a *tranzitní cestovní ruch*. Aktivní cestovní ruch souvisí s příjezdem občanů ze své domoviny do dané země a znamenají dovoz deviz. Pasivní cestovní ruch souvisí s výjezdem občanů dané země do jiného státu, což znamená vývoz platebních prostředků. Jako část aktivního cestovního ruchu počítáme i tranzitní cestovní ruch, což jsou aktivity spojené s tranzitem zahraničních osob přes danou zemi. (Palatková a Zichová, 2014)

Cestovní ruch lze rozdělit i z hlediska **formy**. Jedná se například o *kulturně poznávací* formu cestovního ruchu, za účelem návštěvy kulturních akcí nebo různých historických objektů jako jsou hrady, zámky atd. Dalším příkladem může být *rekreační* cestovní ruch, kdy si turista obnovuje své fyzické a duševní síly. Na oblibě stále více nabírá *sportovně-rekreační* forma. Lyžování, vodní sporty, pěší turistika se těší zájmu účastníků téměř všech věkových kategorií. *Venkovská turistika* má velký význam pro obyvatele menších vesnic. *Seniorská turistika* se stává silným odvětvím díky stárnutí populace. Obchodní cesty, účast na veletrzích nebo výstavách nazýváme jako *kongresovou turistiku*. (Indrová, 2009)

### 3.1.4 Základní složky cestovního ruchu

Cestovní ruch je uceleným systémem, který je tvořen různými ekonomickými, ale i mimoekonomickými činnostmi. Rozlišujeme služby, objekty a subjekty cestovního ruchu. (Orieška, 2010)

**Objektem** je rekreační prostor (může se měnit, podléhá sezónnosti) a materiálně technická základna (umožňuje realizaci cestovního ruchu). Materiálně technickou základnu dělíme na vlastní a využívanou. Vlastní – není využívána místními obyvateli, jedná se např. o hotely. Technická naopak, využívají ji místní obyvatelé i turisté (obchodní domy, divadla..).

**Subjektem** jsou orgány a organizace, které se cestovním ruchem zabývají, pracovníci cestovního ruchu a jeho účastníci.

Významnou součástí cestovního ruchu tvoří **služby**. Spokojenost zákazníka a poskytnutí kvalitního servisu u pobytů a zájezdových akcí. Poskytované služby dělíme na hlavní a vedlejší a doplňkové. Mezi hlavní patří služby ubytovací, stravovací a dopravní. Vedlejší služby nejsou podmínkou, ale setkáváme se s nimi velmi často. Jejich záměrem je pomoci klientovi. Mezi vedlejší služby řadíme průvodcovské nebo překladatelské služby.

### 3.1.5 Podmínky vzniku cestovního ruchu

Základní podmínky pro vznik cestovního ruchu jsou ekonomické, technologické a společenské faktory. Všechny faktory musí být splněny a vzájemně se prolínají.



**Ekonomické faktory** zahrnují ekonomické procesy jako tok peněz, zboží, služeb a informací. Mezi technologické faktory řadíme dopravní, komunikační a provozní technologie. Společenské faktory souvisí se způsobem života lidí.

K dalším podmínkám řadíme **přírodní a politické podmínky**. Přírodní podmínky jsou zcela zásadní, jelikož vodstvo, klima a povrch je hlavní podmínkou. Politická situace v zemi patří k velmi důležitým podmínkám. Politická nestabilita nebo válečné konflikty značně ovlivňují či zcela znemožňují rozvoj turismu. Není možné opomenout současnou hrozbu terorismu.

**Zdravotní a bezpečnostní** podmínky souvisí s existencí různých exotických chorob a možností nákazy. Země, se špatnými hygienickými podmínkami nebo vyšší možností nákazy různých smrtelných chorob, nepatří k turisticky vyhledávaným.

**Personální podmínky** zahrnují dostatek vyškoleného personálu. Velmi důležitá je jazyková vybavenost pracovníků. Vše se ovšem odvíjí od úrovně školského systému.

**K demografickým** podmínkám patří hustota obyvatel nebo věkové a rodinné složení. Největší zájem cestovat mají mladí lidé, jelikož mají dostatek času, ale chybí jim finanční prostředky. Dost lidí cestuje i v poproduktivním věku, protože mají nejen čas, ale i peníze.

**Administrativní** podmínky slouží pouze jako vstupní a výjezdní formality. Můžeme k nim řadit i přístup k zákazníkům při prodeji jízdenek nebo poskytování různých slev. (Orieška, 2010)

### 3.1.6 Funkce cestovního ruchu ve společnosti

K nejdůležitějším funkcím cestovního ruchu ve společnosti patří funkce **ekonomická** - cestovní ruch se promítá do životní úrovně tamních obyvatel. Přináší peníze do místních rozpočtů obcí, krajů, regionů. Celkově ovlivňuje státní rozpočet. Další je funkce **politická** - vedoucí ke sblížení systémů, respektování a poznávání politické situace. Jelikož načerpání nových sil a regenerace jsou pro každého velmi důležité, patří **rekreační** funkce k těm významnějším. Jako nenásilnou formu formování osobnosti člověka chápeme výchovnou funkci. Poznávání a potřeba chránit živočišné druhy a přírodu nebo místa netknutá člověkem působí na člověka. Naopak u **poznávací a vzdělávací** funkce získá aktér cestovního ruchu nové poznatky, vlastní prožitky

a zážitky. Tohle vše má mnohem vyšší význam pro formování osobnosti než pouhá teorie. Mimo osvojení si jazykových znalostí, pozná účastník cestovního ruchu i tradiční a kulturní zvyklosti, stravovací návyky atd. **Historická funkce** – návštěva cizího místa vyvolá zájem o architekturu či historické souvislosti. Při realizaci cestovního ruchu by mělo být zohledňováno ekologické hledisko a vyvinuta maximální snaha na využívání alternativních zdrojů energie. Samotná ochrana životního prostředí by měla být nedílnou součástí cestovního ruchu. Zdravotní funkce s sebou přináší lázeňské a ozdravné pobyty, ale také pobyt v přírodě, často ve spojení s nějakou sportovní aktivitou, jež má na člověka léčivé účinky. **Společenská a kulturní funkce** – účastníci se spolu potkávají a komunikují v rekreačním prostoru, dochází k jejich seznámení. Velmi důležitá je ohleduplnost a respekt. (Indrová, 2009)

## 3.2 Cestovní ruch a HDP

### 3.2.1 Hrubý domácí produkt (HDP)

#### *Definice HDP*

Existují tři hlavní definice HDP.

Definice 1: HDP = suma všech konečných prodejů v rámci geograficky ohraničené lokality (např. státu) a časové období, většinou 1 rok

Definice 2: HDP = suma všech přidaných hodnot vytvořených v rámci geograficky ohraničené lokality (např. státu) za časové období, většinou 1 rok

Definice 3: HDP = suma všech příjmů získaných z ekonomické aktivity v rámci geograficky ohraničené lokality (např. státu) za časové období, většinou 1 rok. (Burda a Wyplosz, 2009)

#### *HDP per capita*

HDP per capita (HDP na osobu) je vypočteno jako celkové HDP dělené velikostí populace. Tento indikátor je užitečný při porovnávání ekonomické situace mezi státy.

### **3.2.2 Cestovní ruch a národní ekonomický růst**

Podíl turismu na HDP se vypočítá jako výdaje návštěvníků za aktuálních cen (aktuální v době výdajů) v rámci domácího i zahraničního turismu. Dle potřeby lze provést kalkulaci jen pro zahraniční turisty. Platby provedené zahraničními turisty jsou zaznamenávány mezi devizové příjmy. Hodnota HDP generována výdaji zahraničních turistů se skládá z těchto jejich výdajů mínus náklady na výrobu jimi kupovaných statků a služeb. (Burda, 2009)

Podíl turismu na tvorbě HDP je užitečný nástroj k měření ekonomického významu turismu.

Můžeme rozdělit podíl turismu následujícím způsobem: (WTTC, 2014)

Podíl turismu na tvorbě HDP je tvořen odvětvími, která přímo pracují s turismem, například hotelnictví, letecká a jiná doprava, cestovní agentury, pohostinství a volnočasový průmysl.

*Celkové vnitřní výdaje turismu v rámci státu – výdaje vynaložené těmito odvětvími (včetně importu).*

Celkový podíl je tvořen přímo cestováním a turismem plus nepřímý a indukovaný podíl, zahrnující podíl kapitálových investic.

### **3.2.3 Ekonomické dopady turismu**

#### **3.2.3.1 Role turismu ve světové ekonomice**

Tabulka 1 ukazuje, jak cestovní ruch ovlivňuje HDP za posledních 13 let. I přestože celkový podíl cestovního ruchu na celosvětovém HDP vykazuje klesající trend, jeho % podíl se za sledované období pohybuje v průměru 9,74 %, přičemž přímý podíl se pohybuje kolem průměru 3,04 %.

Tab. 1 Podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Přímý podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP</b>											
Reálný růst (%)	0,7	4,2	1,7	3,6	2,7	-2,6	-4,4	2,6	4	3,1	2,9
% podíl	3,1	3,2	3,1	3,1	3,1	2,9	2,9	2,8	2,8	2,9	2,9
<b>Celkový podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP</b>											
Reálný růst (%)	0,3	5	2,8	3,9	3,4	0	-4,7	2	3,9	3,3	2,9
% podíl	9,8	9,9	9,9	9,9	9,9	9,7	9,5	9,2	9,3	9,4	9,5

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC

Velmi podobný je i podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti, který v posledních letech stagnuje, ale přesto stále přispívá k zaměstnanosti téměř 9 %.

Tab. 2 Podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Přímý podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti</b>											
Reálný růst (%)	2,2	4,5	1,4	3,7	-0,8	-0,3	-3	0,3	1,6	1,4	1,3
% podíl	3,5	3,5	3,5	3,6	3,5	3,5	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
<b>Celkový podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti</b>											
Reálný růst (%)	1,3	5,1	1,2	3,1	2,5	-3,9	-2,9	-1,2	2	1,7	1,8
% podíl	9,3	9,6	9,5	9,7	9,7	9,2	8,9	8,7	8,8	8,8	8,9

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC

Z tabulek vidíme, že vliv cestovního ruchu je vysoký, v některých zemích může být rozhodující. Na druhou stranu, v jiných zemích nemá cestovní ruch tak velký vliv. Například Namibie známá především těžbou diamantů nebo Sierra Leone s významným těžebním průmyslem. (UNWTO, 2014)

### 3.2.3.2 Turismus a ekonomický rozvoj

Rozvoj turismu podněcuje nárůst různých výhod a břemen v rozličných oblastech.

Patří sem mimo jiné příspěvek k národní platební bilanci, tvorba pracovních míst, investice do infrastruktury a rozvoj související ekonomiky, meziodvětvových vazeb a multiplikační efekty výdajů na cestovní ruch.

Ekonomické výhody jsou doprovázeny taky různými fyzickými a společenskými břemeny, které mohou být dostačujícím argumentem proti rozvoji turismu. Turismus je stále mnohými vnímán jako důležitý nástroj v plánech na ekonomický rozvoj, ale je zde také rostoucí povědomí o nutnosti lépe plánovat za účelem snížení dopadu břemen. (Wall a Mathieson, 2006)

### **3.2.3.3 Ekonomické výhody a břemena**

Turismus ovlivňuje hospodářství pozitivně, ale také negativně a negativní dopady turismu na hospodářství by neměly být opomíjeny.

Rozsah ekonomických dopadů se řídí podle mnoha faktorů. Ty více relevantní zahrnují například:

1. Povaha hlavního objektu a jeho atraktivitu pro turisty;
2. Objem a intenzita turistických výdajů v lokalitě;
3. Úroveň hospodářského rozvoje cílové oblasti;
4. Velikost ekonomické základny v cílové oblasti;
5. Stupeň propojení mezi ekonomickými sektory v místě určení, ve kterém turistické výdaje recirkulují, včetně poměru výdajů vůči vývozu zboží a pohybu kapitálu;
6. Stupeň přizpůsobení místa určení na sezónnost turistické poptávky;
7. Typ a model cestovních služeb zakoupený turisty.

Výše zmíněné faktory také určují, jestli bude dopad turismu převážně pozitivní nebo negativní. (Wall a Mathieson, 2006)

### **3.2.3.4 Ekonomická břemena**

***Přílišná závislost na turismu*** – některé destinace příliš spoléhající na turismus jako zdroj obživy se dostávají do zranitelné situace vůči změnám v turistické poptávce. Turismus je vysoce citlivý na změny jednak vnitřní (tj. změny v cenách, změna módy a růst konkurenceschopnosti v jiných regionech), tak i vnější (tj. globální ekonomické trendy, politická a bezpečnostní situace, dostupnost energie). (Wall a Mathieson, 2006)

### ***Inflace a vyšší cena půdy***

Inflační důsledky cestovního ruchu mohou vzniknout několika různými způsoby. Turisté si mohou dovolit kupovat zboží a služby za vysoké ceny. Maloobchodníci po zjištění, že jejich příjmy mohou narůst orientací na turisty, zvýší kvalitu a cenu již existujícího výrobku nebo služby a ty pak nabízí turistům. Tito prodejci úspěšně konkurují těm, které se stále orientují na místní zákazníky. Mohou si dovolit platit vyšší nájem a daně, které jsou přeneseny na zákazníky skrze vyšší ceny. Místní obyvatelé, krom toho, že musí platit vyšší ceny, musejí také jet dál do okolí, neboť diversita místní nabídky se snižuje z důvodu přeorientování některých prodejců na nabídku pro turisty.

Inflace v rámci destinace je zapříčiněna také *zvýšením ceny půdy*. Nárůst turismu vytváří dodatečnou poptávku po půdě a konkurence mezi potenciálními kupci zvyšuje cenu půdy. Poptávka po více hotelích, prázdninových domech a turistických zařízeních může přinést zdroj obživy pro stavaře, realitní agenty a vlastníky půdy, ale místní obyvatelé jsou nuceni platit více za své domovy a vyšší daň. (Wall a Mathieson, 2006)

### ***Sezónnost*** – její dopad z ekonomického pohledu

1. Krátká doba provozu vytváří tlak na zařízení, která musí generovat zisky na celý rok během několika týdnů, přitom často jsou fixní náklady placeny po dobu několika let.
2. Zařízení mohou být zavřena mimo sezónu
3. Nedostatečné využívání kapitálových statků a následné problémy přilákat další investice do turistické infrastruktury
4. Problémy se zajišťováním podpory ze strany dopravců, zejména leteckých, kteří nemají zájem vynakládat zdroje na sezónní dopravu.
5. Vznik spíše krátkodobých než dlouhodobých pracovních pozic, což v důsledku tvoří problémy se zajišťováním kvality zboží a služeb, typický rys sezónní práce.
6. Veřejné služby a zařízení se často setkávají s vyššími provozními náklady v zájmu zajištění služeb v době vrcholné sezóny, ale musí zůstat v provozu i mimo ni.
7. Turisti se často setkávají s vyššími cenami během vrcholné sezóny, hustým provozem s častými zácpami, nižší úrovní služeb, což vede k nespokojenosti a ke zhoršení pověsti destinace. (Wall a Mathieson, 2006)

***Nepřímé náklady*** – turismus vytváří nepřímé náklady v destinaci a reakce místních obyvatel na tyto náklady se různí: mohou přijmout nižší životní úroveň, mohou využít

příjmy z daní k rozvoji místních zařízení a zmírnit tak pokles životní úrovně nebo mohou uvalit daně a poplatky na turismus. (Wall a Mathieson, 2006)

**Náklady ušlé příležitosti** – obyvatelé destinace, investující své omezené suroviny do rozvoje turismu, si zřídka kdy uvědomují, že ty stejné suroviny mohou využít v jiném odvětví. Jinými slovy, je nutné zvážit relativní ekonomické výhody investic do turismu v porovnání s investicemi do jiných odvětví. (Wall a Mathieson, 2006)

### **Platební bilance**

Představuje finanční transakce za určité období v rámci jedné ekonomiky (státu), zahrnující podrobnosti o transakcích obyvatel, firem a organizací s vnějším světem (mimo hranice zkoumaného území).

Cestovní ruch má dvojí dopad na platební bilanci:

1. Platební bilance zahrnuje, na jednu stranu, dopad cestovního ruchu vně státu – lze měřit jako příjmy.
2. Na druhou stranu zahrnuje výdaje vznikající jako dopad pasivního cestovního ruchu.

Dopad turismu na platební bilanci může být přímý, nebo nepřímý (Mathieson a Wall, 2006).

1. *Primární přímý dopad* – představuje tok peněz. Je relativně snadné ho měřit a sledovat tento pohyb, tedy prostřednictvím centrální banky: zjištění bilance oficiálně prodané a nakoupené cizí měny

2. *Sekundární dopad* – cestovatelé nemusí cestovat z jedné země do druhé, zatímco v případě primárních dopadů je to nezbytné. Můžeme rozlišit mezi:

a. *Přímými sekundárními dopady* – zahrnují náklady na marketingové aktivity prováděné v zahraničí, poplatky a provize vyplácené cestovním agentům, příjmy zahraničních investorů do cestovního ruchu nebo náhrady vyplácené posádkám národních aerolinek. Musíme také klasifikovat výdaje, které se projeví formou importu zboží, neboť firmy v turismu mohou usilovat o zvýšení spokojenosti zákazníků nabídkou jimi preferovaného zboží.

b. *Nepřímé sekundární dopady* – část příjmu plynoucí z turismu je transferována do dalších nákupů zboží a služeb.

c. *Indukované sekundární dopady* – nákupy turistických společností zajišťují příjem (mzdy a platy) zaměstnancům dodavatelských firem, kteří následně využijí tyto peníze. V tomto kontextu, zaměstnanci, kteří utratí tyto peníze v zahraničí, se dostávají do kategorie indukovaných sekundárních dopadů.

3. *Terciální dopad* - představuje finanční transakce, které nejsou přímo spjaté s výdaji turistů. To je například import produktů potřebných pro cestování (například kufr) a investiční příležitosti vytvořené turistickou aktivitou. (Rátz, 2002)

### ***Zaměstnanost plynoucí z turismu***

Je evidentní, že turismus posiluje zaměstnanost a, s malými připomínkami, obecně tímto posiluje ekonomiku.

Existují 3 typy zaměstnanosti generované turismem:

1. Přímá zaměstnanost vychází z výdajů návštěvníků v zařízeních.
2. Nepřímá zaměstnanost je stále ještě podporována turismem, ale nevychází přímo z výdajů turistů.
3. Indukovaná zaměstnanost vychází z efektu multiplikátoru cestovního ruchu, kdy místní obyvatelé utrácení příjmy, které získali z turismu.

Charakteristika turismem podporované zaměstnanosti:

1. Zaměstnanost a příjmový efekt jsou úzce propojeny.
2. Efekt turistikou podpořené zaměstnanosti se liší podle turistické aktivity a celkového nastavení, kdy mnoho podniků je malých a velká část pracovních pozic vychází ze samozaměstnávání.
3. Turismem podpořená zaměstnanost je typická nízkým platovým ohodnocením, částečným nebo dočasným zaměstnáním.
4. Turismem podpořená zaměstnanost je obecně brána jako nenáročná na dovednosti a počáteční požadavky.
5. Turismem podpořená zaměstnanost je silně sezónní.
6. Efekt turismem podpořené zaměstnanosti je často skrytý, a přesto je „uznán nebo potvrzen“.
7. Turismem podpořená zaměstnanost má specifickou genderovou strukturu. (Burda a Wyplosz, 2009)



**Podpora podnikatelské činnosti** – obecně je popisována jako pozitivní dopad cestovního ruchu. Zisky z cestovního ruchu se často rozdělují pouze mezi malou část místního obyvatelstva. Avšak, nepřímý efekt posílené ekonomiky a sociálních služeb je dostatečně významný na potlačení takto směřované kritiky cestovního ruchu. (Mathieson a Wall, 2006).

#### *Cestovní ruch a regionální rozvoj*

Charakteristika role cestovního ruchu v regionálním rozvoji je většinou popisována následovně:

1. Rozvoj turismu je silně soustředěn do oblastí bohatých na turistické atrakce (přírodní, kulturní) a přeměnou těchto atrakcí na export dochází k redistribuci národního příjmu ve prospěch těchto oblastí.
2. Zvýšená poptávka po turisticky atraktivních „statcích“ vyžaduje zvýšení produkce v cílovém regionu, stimuluje nové na turismus orientované aktivity, růst produkce u nepřímých zásobitelů turismu, tvorbu nových pracovních míst, růst příjmů a také spotřeby.
3. Zvýšená spotřeba rostoucí populace v cílovém regionu teoreticky zvýší příjem na osobu a teoreticky také sníží relativní rozdíl v příjmu na osobu mezi více a méně rozvinutými regiony.
4. Rozvoj turismu může nastat v regiorech, které v současnosti trpí úpadkem tradičních odvětví nebo celkově nerozvinutou ekonomikou. Takové regiony mohou být nevhodné pro rozvoj výrobních odvětví a turismus může být tedy vhodná alternativa. (Mathieson a Wall, 2006).

#### **3.2.3.5 Environmentální dopady turismu**

Hlavní negativní environmentální dopady turismu jsou:

1. Nevhodný rozvoj: Rozvoj selže ve snaze být citlivý k životnímu prostředí. Typické v případě krátkodobého plánování.
2. Ztráta přirozeného prostředí
3. Znečištění: Kvalita vod a čištění odpadních vod jsou často zanedbávány v případě rozvoje turismu, někdy kvůli nedostatku plánování nebo financí. Znečištění dopravou je také významným činitelem.

4. Ztráta „duše“: Ztráta atmosféry může být vnímána individuálně, ale může mít také širší důsledky pro turismus v případech, kdy hlavní atrakcí je právě místní atmosféra.

5. Přelidnění a dopravní zácpy: Přelidnění představuje zvyšující se riziko pro životní prostředí a omezuje vyžití pro jednotlivce. Doprava může poškodit ŽP skrze znečištění, vibrace, hluk a ztrátou atmosféry.

6. Opotřebení: Fyzické poškození je samozřejmé v krajině i v urbánních oblastech.

7. Aktivity: Různé turistické aktivity poškozují ŽP.

Avšak turismus také může soustředit pozornost na environmentální problémy a stimulovat iniciativu na ochranu a zachování životního prostředí. Hlavní oblasti těchto aktivit jsou následující:

1. Zachování nadbytečných a / nebo historických budov pro alternativní použití
2. Posílení místního životního prostředí: Je-li cestovní ruch považován za důležitý zdroj příjmů, je pravděpodobné, že místní vláda se bude snažit udržet a zvýšit návštěvnost zlepšením životního prostředí
3. Ochrana volně žijících živočichů. (Peage a Connell, 2006)

### **3.2.3.6 Socio-kulturní dopady cestovního ruchu**

Socio-kulturní dopady se týkají převážně cílových oblastí. Rozvoj turismu vede ke změnám v sociální struktuře

#### Pozitivní vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí

##### **Vytváření pracovních míst**

Patří k velmi pozitivnímu působení cestovního ruchu. Ten má tzv. multiplikační efekt, což ve výsledku znamená, že nevytváří jen pracovní místa přímo (například restaurace, hotely), ale i následně (taxi služby, informační centra).

##### **Záchrana a udržování tradic**

Cestovní ruch přispívá k záchraně a udržování kulturního dědictví velmi pozitivně. Cestovní ruch stimuluje obyvatele k návratu k tradicím i řemeslům.

## **Rozvoj osobnosti účastníků cestovního ruchu**

Většina turistů se snaží připravit na cestu co nejlépe. Rozšiřují si své obzory a tím se vzdělávají. Poznání místa vede většinou k trvalému zájmu o prostředí. Tímto se cestovní ruch stává tvůrcem procesu dlouhodobého vzdělávání.

## **Zvýšení životního standardu místních obyvatel**

Životní standard místních obyvatel se díky turismu jednoznačně zvyšuje. Nejen díky tomu, že i místní obyvatelé mohou navštěvovat kulturní akce, které byly uspořádané pro turisty, ale převážně mohou místní využívat statky vybudované za účelem turismu. Jde o výstavbu stravovacích a ubytovacích zařízení nebo silnic. Dbá se i na kulturu místního prostředí a vzhled destinace. (Pásková, 2008)

### *Negativní vlivy cestovního ruchu na sociálně-kulturní prostředí*

#### **Sociální stres**

Rozpor mezi místními obyvateli ve spojitosti s využíváním zdrojů vody a elektřiny a tím zvednutá potřeba peněžních prostředků na opravu elektrického vedení, kanalizace a podobně.

#### **Komercializace**

Místní tradice se stanou prodejným zbožím. Různé náboženské rituály se prezentují jen pro návštěvníky za účelem zisku.

#### **Ztráta autenticity**

Přizpůsobení se turistům a vytváření nových zvyklostí, jež jsou prezentovány jako původní způsob života

#### **Střet kultur**

Stěhování lidí z různých míst a s tím spojené formování sociálních vztahů mezi lidmi, kteří by se za jiných okolností pravděpodobně nikdy nepotkali, vyvolává sociální kolize mezi různými etniky, náboženskými skupinami a kulturami. Vztah lokálních obyvatel k turistům může být velmi přátelský, ale i plný nenávisti.

## **Nerespektování etických norem**

S rozkvětem cestovního ruchu souvisí i rozmach kriminality. Vysoký počet „bohatých“ turistů láká různé zloděje.

## **Standardizace**

Ve skutečnosti není mnoho návštěvníků, kteří do destinace přijeli z důvodu, aby zkusili něco nového. Turisté v neznámém prostředí vyhledávají jim známé zařízení jako jsou fastfoody nebo hotelové sítě. Destinace si proto volí standardizaci některé z nabídek cestovního ruchu.

## **Komodifikace**

Cestovní ruch se stává komoditou. Díky komercializaci se zboží vyrábí masově, čímž se vytrácí jeho ojedinělost. (Pásková, 2008)

## **4. VLASTNÍ PRÁCE**

### **4.1 Zambie**

#### **Historie**

O půlnoci 24.10.1964 se Zambie stala nezávislou republikou a jejím prvním prezidentem byl Kenneth Kaunda, který ve své funkci zůstal po dobu 27 let a postupně v zemi vytvořil autoritativní režim. Demonstrace v roce 1990 přinutily Kaundu, aby legalizoval opoziční strany. První svobodné volby se konaly v říjnu 1991 a prezidentem se stal Frederick Chiluba. Slíbil demokratickou, transparentní a odpovědnou správu, ale zdědil prázdné pokladny, zahraniční dluh sedm miliard dolarů a zemi v horším stavu, než když získala nezávislost. Problémy v zásobování potravinami pokračovaly a docházelo k hladomorům. Při nástupu do prezidentské funkce, Chiluba uznal křesťanství jako státní náboženství. Po ekonomické stránce se vláda pustila do řady reforem - zrušení devizové kontroly, nové investiční zákony, nastavení burzy a privatizační program, který byl uznán Světovou bankou jako nejlepší na kontinentu. Tohle vše motivuje řadu investorů v Zambii investovat své prostředky. (Zambia Tourism,2014)

#### **Geografická poloha**

Zambie, oficiálně Zambijská republika je vnitrozemský stát v jižní Africe. Zambie sousedí s Angolou, Konžskou demokratickou republikou, Malawi, Mosambikem, Namibií, Tanzanií a Zimbabwe. Nemá vlastní přístup k moři, přírodní říční hranici se Zimbabwe tvoří řeka Zambezi. Se svojí rozlohou 752.614 km<sup>2</sup> je desetkrát větší než Česká republika. 740.724 km<sup>2</sup> tvoří vlastní území a 11 890 km<sup>2</sup> tvoří vodní plochy. Výšková poloha země dává Zambii příjemnější klima, než je typické ve většině tropických zemí. Nejvyšší zeměpisný bod – Mafinga Hills (2301 m n. m) a nejnižší je řeka Zambezi 329 m n. m. Jsou zde tři roční období – chladné a suché od května do srpna, horké a suché od září do listopadu a teplé a vlhké od prosince do dubna. Pouze v údolí Zambezi a Luangwa je nadměrné teplo, a to zejména v říjnu a v období dešťů, což je dáno vysokou vlhkostí. V teplém období dešťů jsou typické časté přeháňky a bouřky následované slunečním svitem. (Zambia Tourism, 2014).

## Administrativní členění

Zambie má 10 provincií: Central, Copperbelt, Eastern, Luapula, Lusaka, Muchinga, Northern, NorthWestern, Southern, Western. Hlavním městem je Lusaka s 1,7 mil. obyvateli. (Zambia Country Study Guide, 2008) K dalším velkým městům patří Kitwe, Ndola, Kabwe, Chingola, Livingstone.



Obr. 1 Mapa Zambie

Zdroj: zambiamining.com

## Demografie

Počet obyvatel Zambie je 14,2 mil. (cia factbook, 2014), hustota obyvatel na 1km<sup>2</sup> je 18,9. Podíl ekonomicky činného obyvatelstva (ve věku 15 – 64 let) je 51,4 %. Průměrný roční přírůstek obyvatelstva je 2,9 % (2012). V zemi je vysoká úmrtnost v důsledku HIV/AIDS, což může mít za následek nižší dosahovaný průměrný věk, vyšší dětskou i celkovou úmrtnost, nižší počet obyvatel a jejich přírůstek. V roce 2012 byl průměrný roční přírůstek obyvatelstva 2,9 %. Odhadované demografické složení obyvatel:

0 – 14 let:	46,2 %
15 – 24 let:	20 %
25 – 54 let:	28,5 %
55 – 64 let:	2,9 %
65 let a výše:	2,4 % (MZV ČR, 2014)

Ačkoliv v Zambii žije méně než 15 milionů obyvatel, obsahuje neuvěřitelných 72 etnických skupin. To dokládá i heslo na státním znaku „One Zambia – One Nation“, jež má spojit multikulturní zambijskou společnost. Nejznámějšími domorodými jazyky jsou *bemba* (2 miliony mluvčích), *nyanja* (1 milion mluvčích), *tonga* (1 milion mluvčích). Úředním jazykem je ale angličtina. Zambie je domovem pro prosperující asijské komunity, převážně indického a čínského původu. Zambie je považována za jeden z nejpřátelštějších a nejvíce příjemných států na světě.

60 % obyvatel Zambie jsou křesťané (většinou protestanti, katolíci nebo příslušníci afrických křesťanských náboženství). 29 % obyvatel vyznává islám a hinduismus a 1 % obyvatel se hlásí k původním náboženstvím. (Zambia Country Study Guide, 2008)

### **Hospodářský vývoj**

Ačkoliv Zambie stále obsazuje nejnižší patra světových žebříčků národního bohatství (hodnota HDP Zambie představuje 0,04 % světové ekonomiky, zatímco podíl na světové populaci činí 0,2 %) a rozvoje, neustále vykazuje jasnou stabilní růstovou tendenci. Hrubý domácí produkt na obyvatele v Zambii byl 821,56 amerických dolarů v roce 2013, což se rovná 7% světovému průměru. Hrubý domácí produkt Zambie byl 22,38 miliard amerických dolarů v roce 2013, což je zvýšení o 10,7 % oproti roku předchozímu. (TRADING ECONOMICS, 2014)

Hlavním tahounem růstu je bezesporu těžba mědi, jež zabezpečuje až 75 % vývozních příjmů. Země disponuje i dalšími významnými zdroji nerostných surovin jako je zinek, kobalt, zlato, stříbro, olovo, černé uhlí, uran.

Průmyslová činnost má nízký podíl na tvorbě národního bohatství (kromě primárního zpracování přírodních surovin). Ekonomická struktura Zambie je velmi podobná většině zemí subsaharské Afriky, kde stále přetrvává orientace na málo produktivní subsistenční hospodářství. Velká část práceschopné populace je zaměstnána právě v tomto sektoru, což brzdí ekonomiku země. (MZV ČR, 2014)

### **Infrastruktura**

Zambie je vnitrozemská země závisející na silniční, letecké a železní dopravě.

Silniční síť má celkem 91.440 km, asfaltové silnice jsou 20.117 km. Stav silnic se v posledních letech zlepšuje. Řada mezinárodních silničních tahů prošla rekonstrukcí a důležité úseky (např. silnice spojující Lusaku a hraniční přechody se Zimbabwe v Livingstone a Chirundu) splňují vysoké jakostní standardy. Nadále se však v Zambii nachází velké množství silnic vyznačujících se nevalnou kvalitou, řada z nich má jen šterkový povrch. Jednou z hlavních priorit zambijské vlády jsou opravy a výstavby silnic.

V Zambii se nachází 88 letišť, z toho má 8 zpevněný povrch. Hlavní letiště v Lusace nabízí pravidelné linky do většiny jihoafrických metropolí. Mimo africké destinace

je propojeno s Londýnem, Amsterdamem a Dubají. Další významné mezinárodní letiště se nachází v Livingstone a Ndole.

Délka železniční sítě je 2.157 km. Železnicí je Zambie dobře propojena s Konžskou demokratickou republikou, Zimbabwe, Tanzánií, Jihoafrickou republikou a Angolou. Několik tratí je však částečně nebo úplně nefunkčních.

Využitelné vodní cesty pro lodní dopravu dosahují délky 2.250 km na řekách Zambezi a Luapula a jezeře Tanganika. (MZV ČR, 2014)

## **4.2 Turismus Zambie**

Cestovní ruch patří v Zambii k velmi potencionálnímu odvětví s vysokým potenciálem. Velká podpora ze strany vlády prostřednictvím rozvoje infrastruktury, podpora na zvýšení účasti soukromého sektoru, stejně jako atraktivní daňové pobídky (nulová daň ze zisku po dobu pěti let od uskutečnění investice, snížení daně atd) pro všechny investice v odvětví. (BusinessInfo.cz, 2014)

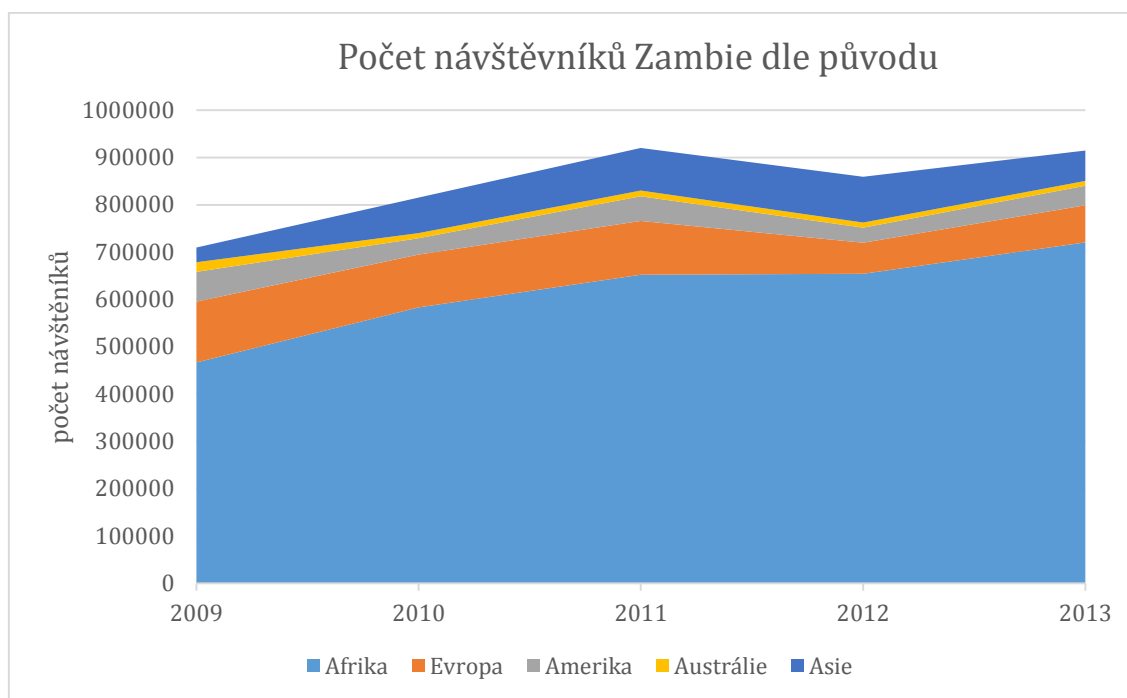
Zambie oplývá celou řadou turistických zajímavostí. Hlavní atrakcí turistického ruchu v zemi jsou bezesporu Viktoriiny vodopády, patřící k Sedmi přírodním divům světa, a bohatství v podobě divoké zvěře je rozloženo do 19 národních parků o celkové rozloze 65.000km<sup>2</sup>. Krom toho se v zemi nachází vodopády, řeky, jezera. Zaznamenává jednu z největších koncentrací ptačích druhů na světě. (Tourism Sector profile, 2014).

Dle zpráv Světové banky (2009) dosáhla Zambie mezi roky 2003 a 2007 rychlého růstu v oblasti cestovního ruchu ve srovnání s ostatními zeměmi v jižní Africe

### **4.2.1 Návštěvnost Zambie**

Podle grafu 1 vidíme, že nejvíce návštěvníků Zambie je z Afriky a to 78,8 %, následuje Evropa 8,6 %, Asie 7 %, Severní a Jižní Amerika s 4,5 % a Austrálie 1,1 % v roce 2013. V posledních 5 letech kontinuálně stoupala návštěvnost ze zemí Afriky, přičemž návštěvnost z ostatních kontinentů kolísala.

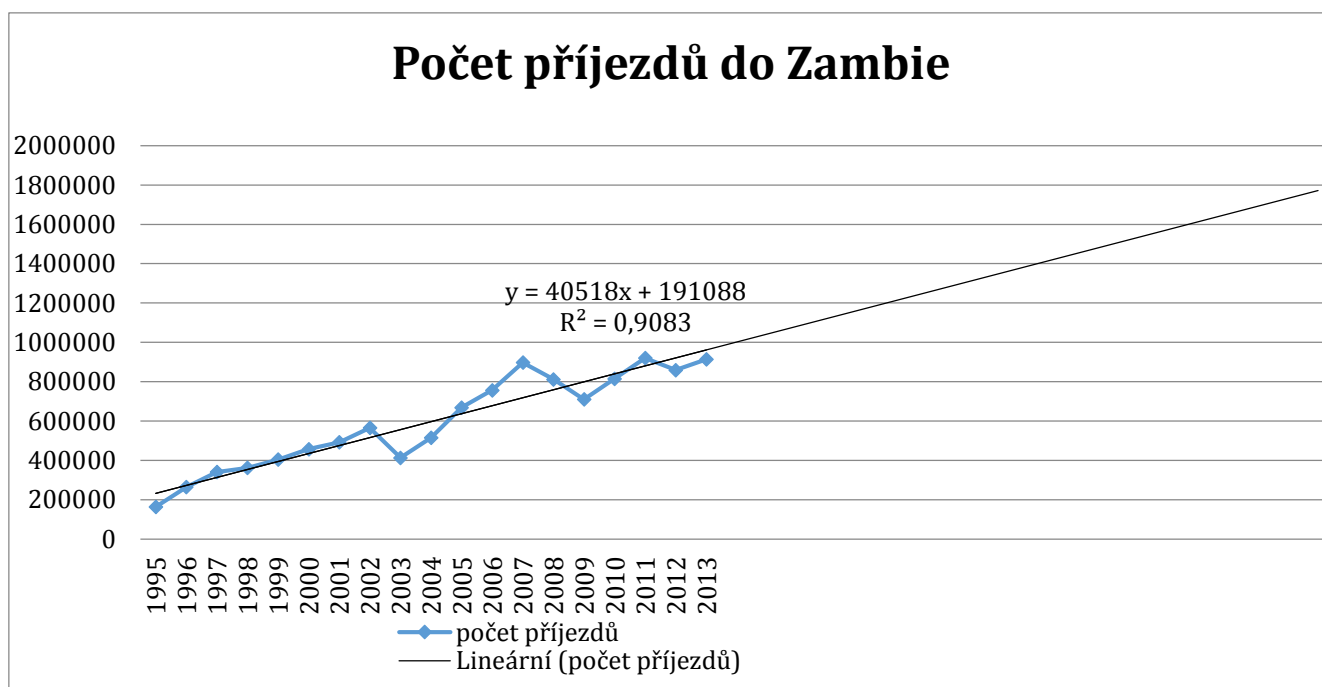




**Graf 1 Počet návštěvníků Zambie dle původu**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Každoročně přijíždělo do Zambie nejvíc návštěvníků z Jižní Afriky a ze sousední Tanzanie. Naopak nejméně turistů bylo ze zemí západní Afriky. Je zajímavé, že z Evropy navštívilo zemi téměř stejně turistů z Německa a Dánska. U cestovatelů z Dánska byl zaznamenán enormní nárůst z 2.665 turistů v roce 2009 na 32.309 turistů v roce 2013. Pokles byl zaznamenán u Velké Británie, Itálie a dalších evropských zemí. Počet turistů za posledních pět let zůstal nezměněn u Spojených států amerických, Austrálie a Asie. (2013 Tourism statistical digest, 2014)



**Graf 2 Počet příjezdů do Zambie**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC

Graf 2 zachycuje počet příjezdů do Zambie. Jedná se o počet cestujících přijíždějících do Zambie ze zahraničí a tráví zde alespoň jednu noc, ale méně než 1 rok. Toto číslo proto zahrnuje i jiné návštěvníky než jen turisty (např. pohyb obchodníků, kongresová turistika apod.) Data, která by posuzovala podrobněji počty výhradně turistů, bohužel nejsou pro Zambii dostupná, a proto může docházet k určitému zkreslení, protože ukazuje počet příjezdů, ne počet návštěvníků – tzn. jeden návštěvník mohl za sledované období uskutečnit několik příjezdů.

Na základě dosud známých dat byla časová řada proložena lineární funkcí a na základě funkce Lintrend odhadnut budoucí počet návštěv. Hodnota koeficientu  $R^2$  se pohybuje vysoko (0,9), tzn., že zvolený lineární model byl zvolen vhodně a spolehlivost odhadu je velmi vysoká. Konkrétní odhady příjezdů jsou 1.262.330 turistů pro rok 2020, 1.676.707 turistů v roce 2030, 2.091.082 turistů v roce 2040, pro rok 2050 je odhadovaný počet turistů 2.505.458 a v roce 2100 je to 4.577.336 turistů.

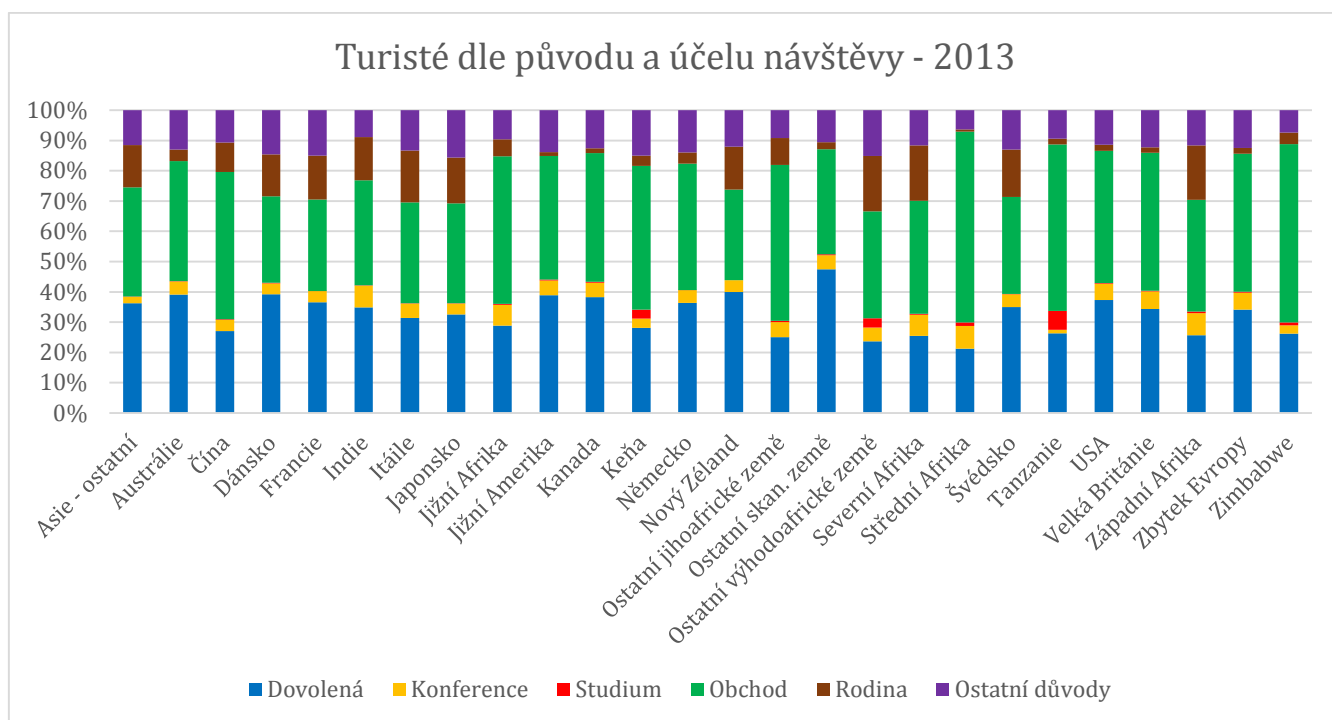
Pro lepší dokreslení počtů je graf doprovázen tabulkou č. 3 s bazickými a řetězovými indexy.

Tab. 3 Vývoj počtu příjezdů do Zambie

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
počet příjezdů	163000	264000	341000	362000	404000	457000
bazické indexy	x	1,62	2,09	2,22	2,48	2,80
řetězové indexy	x	1,62	1,29	1,06	1,12	1,13
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
počet příjezdů	492000	565000	413000	515000	669000	757000
bazické indexy	3,02	3,47	2,53	3,16	4,10	4,64
řetězové indexy	1,08	1,15	0,73	1,25	1,30	1,13
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
počet příjezdů	897000	812000	710000	815000	920000	859000
bazické indexy	5,50	4,98	4,36	5,00	5,64	5,27
řetězové indexy	1,18	0,91	0,87	1,15	1,13	0,93
	2013	2020	2030	2040	2050	2100
počet příjezdů	914000	1262330	1676707	2091082	2505458	4577336
bazické indexy	5,61	7,74	10,29	12,83	15,37	28,08
řetězové indexy	1,06	1,38	1,33	1,25	1,2	1,83

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle Světové banky

Na počátku sledovaného období, roku 1995, byl počet příjezdů 163.000, dle nejaktuálnějších dat v roce 2013 přijelo do Zambie 914.000 návštěvníků, tj. 5,6x více než na začátku sledovaného období. Ačkoliv počet příjezdů lineárně roste, došlo v mezidobí k několika výrazným poklesům. Pokles v roce 2002 byl způsoben hladomorem a v roce 2009 klesl počet příjezdů z důvodu globální finanční krize. V roce 2013 se v Livingstone konala konference o cestovním ruchu pod záštitou Světové organizace cestovního ruchu, které se zúčastnily stovky lidí. (Zambia Tourism, 2014)



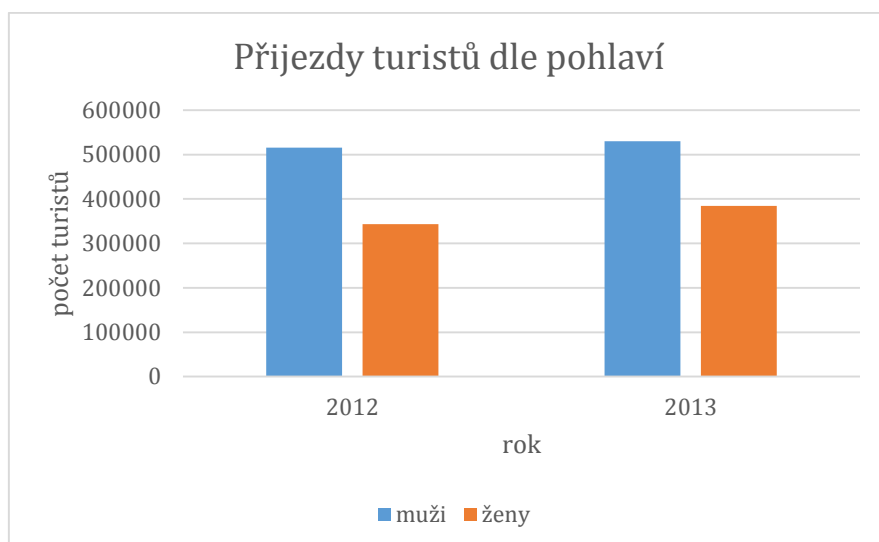
**Graf 3 Turisté dle původu a účelu návštěvy - 2013**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Na grafu 3 vidíme, že z afrických zemí do Zambie míří za obchodem především občané Zimbabwe a Tanzanie, tedy zemí, které se Zambií přímo sousedí. U Tanzanie také můžeme sledovat největší příliv lidí za účelem studia, protože zambijská vláda jim poskytuje zvýhodněná stipendia. (WTTC, 2014) Nejvíce lidí z Evropy, kteří Zambii navštívili, putovali zejména za obchodem. Na druhém místě poté stojí dovolená, kdy lidé přijíždějí zejména kvůli turistickým lákadlům, jakými jsou Viktoriiny vodopády či národní parky. Země jako Francie, Itálie, Dánsko, Švédsko mají hodně benevolentní imigrační politiku, proto je zde patrná vyšší návštěvnost rodinných příslušníků. Za studiem přijíždí z Evropy malé množství lidí, většinou na stipendijní semestrální programy. (College Scholarships.org, 2014). U asijských zemí je pozoruhodná návštěva rodinných příslušníků z Indie. V Zambii žije odhadem 13.000 Indů pracujících v bankovníctví, zemědělství nebo hornictví. (Ministry of External Affairs, 2014)

#### 4.2.2 Návštěvnost země dle pohlaví

Počet turistů, kteří navštívili Zambii, dle pohlaví vidíme na grafu 4. V roce 2013 to bylo 530.220 mužů a 384.356 žen, což představuje 58 % a 42 %, zatímco o rok dříve přijelo do země 515.453 mužů a 343.635 žen.



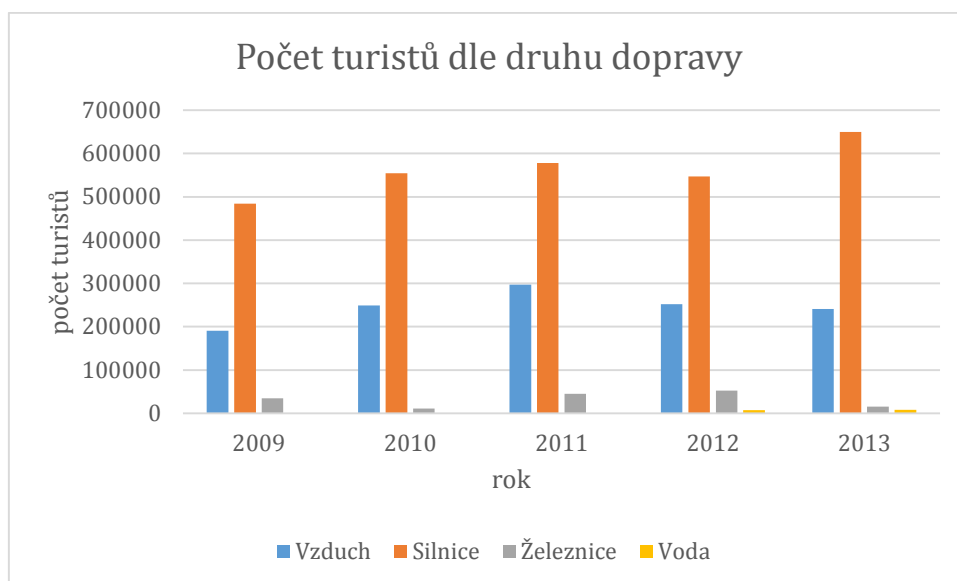
**Graf 4 Příjezdy turistů dle pohlaví**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Je zajímavé, že téměř čtvrtina ze všech mužů, tak i žen, přijela do města Nakonde (2013 Tourism statistical digest, 2014). Nakonde je hraniční město severní provincie, vzdáleno asi 1000 km od Lusaky. Tohle město je známé vysokou koncentrací návštěv z důvodu podnikání. (Zambia Country Study Guide, 2008)

#### 4.2.3 Prostředky dopravy

V grafu 5 vidíme, že většina turistů, jež navštívili Zambii, si jako způsob dopravy vybrali silniční vozidla. Je to dáno tím, že velké množství turistů je ze sousedních zemí. (CIA factbook, 2014) Druhým nejčastějším způsobem je letecká doprava, v roce 2013 tak Zambii navštívilo 240.858 turistů. Železniční nebo vodní dopravu využívá jen malé procento návštěvníků. V letech 2009 – 2011 nejsou dostupné údaje, kolik lidí si vybralo vodní dopravu.



**Graf 5 Počet turistů dle druhu dopravy**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

## 4.3 Návštěvnost turistických míst

### 4.3.1 Viktoriiny vodopády

Viktoriiny vodopády jsou jedny z nejatraktivnějších a největších vodopádů na světě. Jedná se i o jedno z nejkrásnějších míst v celé Africe. Jsou 1.708 m široké, jejich výška je 90 – 107 metrů. Každou minutu zde v průměru proteče 550.000 krychlových metrů vody. Voda řítící se do úzké skalní propasti vytváří vodní oponu, jejíž opar je možné vidět až 40 km daleko. (Zambia Tourism, 2014)

Dle grafu 6 v roce 2013 vodopády navštívilo 152.952 návštěvníků ve srovnání s 72.002 v roce 2004, představuje nárůst o 12,4 %. Statistika ukazuje mírný nárůst návštěvníků vodopádů v letech 2011 až 2013. Ve srovnání s předchozími roky byla nejvyšší návštěvnost vodopádů v roce 2005. Tento velký nárůst má za následek marketingová kampaň, probíhající nejen v okolních zemích, ale i ve Spojených státech amerických, (Africa Travel Magazine, 2014) pro zvýšení povědomí a následné návštěvnosti Zambie. Kampaň byla především zaměřena na Viktoriiny vodopády a národní parky. Kampaň byla zahájena v roce 2005.

Nárůst v letech 2012 a 2013 byl částečně dán zatraktivněním místa, vybudováním nových funkčních budov a příjemného okolí vodopádů (Zambia Tourism, 2014)



**Graf 6 Návštěvnost Viktoriiných vodopádů**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

#### 4.3.2 Hlavní národní parky

V Zambii je 20 národních parků a 34 chráněných míst pro zvířata o celkové rozloze 752.614km<sup>2</sup>, což je asi 30% země. Zambie je známá pro safari, jezera a mokřady, mnoho ptáků a divokých zvířat, nedotčená divočina. V zemi najdeme přírodní rezervace, mnoho aktivit jako je pěší safari, safari vyjížd'ky, slaňování, kanoe, rafting.

V tabulce 4 vidíme nejznámější národní parky Zambie. Nejnavštěvovanější a zároveň nejpropagovanější park je South Luanwga. Ze všech národních parků má nejlepší infrastrukturu a mnoho cestovních kanceláří jej dává na první místo. V posledních letech bylo vybudováno několik safari kempů a chat v okolí národního parku Kafue, investovalo se i do infrastruktury, což s sebou přineslo více návštěvníků. (Zambia Tourism, 2014)

Tab. 4 Počet návštěvníků do národních parků

Národní park	2012	2013	% změna
<b>Kafue</b>	5.461	9.085	66.4
<b>Lower Zambezi</b>	6.937	9.371	35.1
<b>Mosi-o-Tunya</b>	14.659	17.883	22.0
<b>South Luangwa</b>	35.480	40.943	15.4
<b>CELKEM</b>	62.537	77.282	23.6

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

#### 4.4 Cestovní ruch a zaměstnanost v Zambii

V tabulce 5 vidíme, že celková zaměstnanost stoupá. Celkový podíl zaměstnanosti v cestovním ruchu zahrnuje nejen přímé zaměstnance, ale i taxikáře, prodejce suvenýrů atd. Růst odvětví cestovního ruchu lze částečně připsat zavedení hotelů a další doprovodné infrastruktury, především v hlavním turistickém městě Livingstone a také Lusace. (Tourism Sector Profile, 2014). Ačkoliv oficiální údaje o zaměstnanosti v jednotlivých odvětvích hospodářství nejsou dostupné, na základě oficiálních odhadů se % zaměstnaných v cestovním ruchu pohybuje kolem hladiny 3,4 %. Absolutně je průměrně v odvětví cestovního ruchu zaměstnáno 63.980 lidí.

Tab. 5 Podíl cestovního ruchu na zaměstnanost v Zambii

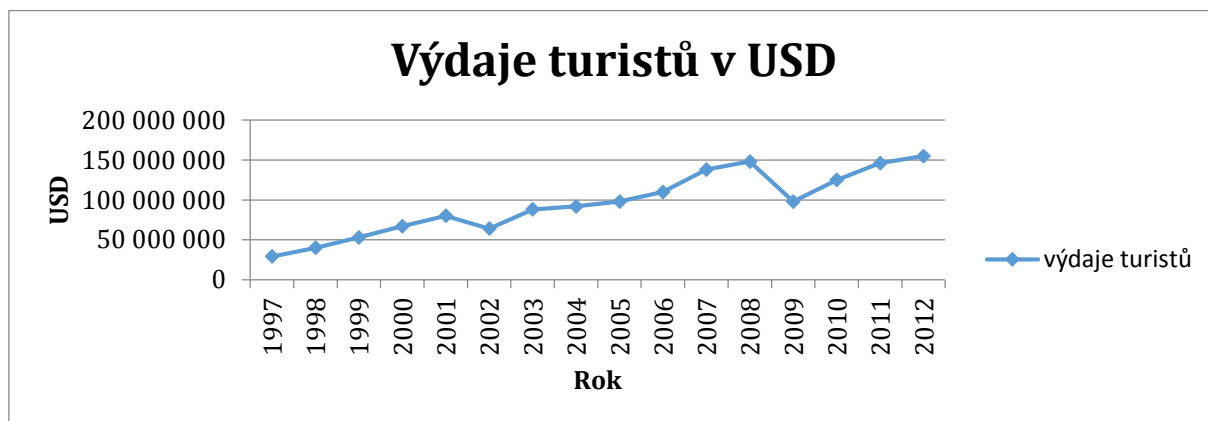
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Přímý podíl cestovního ruchu na zaměstnanosti</b>	21300	21200	22300	22900	23300	23400
% podíl	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2
bazické indexy	x	1,00	1,05	1,08	1,09	1,10
řetězové indexy	x	1,05	1,05	1,03	1,02	1,00
<b>Celkový podíl zaměstnanosti v cestovním ruchu</b>	64600	62300	61000	65400	66600	67500
% podíl	3,6	3,4	3,3	3,5	3,6	3,6

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC



## 4.5 Výdaje mezinárodních turistů

Graf 7 sleduje výdaje mezinárodních turistů za období 1997 – 2012. Výdaje stabilně rostly, avšak v roce 2009 byl zaznamenán vysoký pokles, což koresponduje s globální ekonomickou krizí. Klesl především počet návštěvníků z Evropy, kteří v Zambii utrácí významné finanční částky.

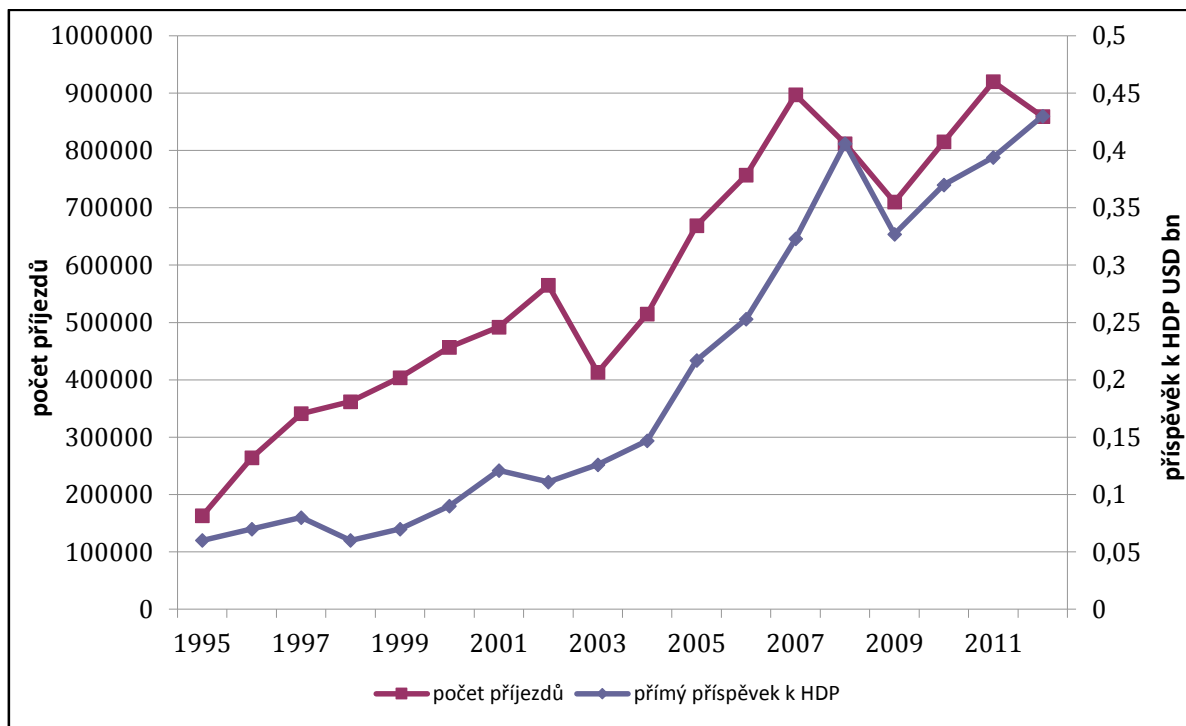


**Graf 7 Výdaje turistů v USD**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC

## 4.6 Příspěvek turismu k HDP

Na tvorbě HDP se nejvíce podílí služby – 46 %, průmysl – 34 % a nejmenší část tvoří zemědělství s 20 %. (cia factbook, 2012) Oficiální údaje o roční nezaměstnanosti neexistují, neoficiální jsou kolem 50 %. Následující graf 8 ukazuje vývoj počtu návštěv a růst HDP.



**Graf 8 Počet příjezdů a růst HDP**

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC a Světové banky

Dle grafu 8 je zřejmé, že s rostoucím počtem návštěv, roste i HDP. Silný pokles můžeme sledovat v roce 2008, 2009 z důvodu ekonomické krize, která se projevila významným poklesem v počtech příjezdů do Zambie.

## 5. ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat rozvoj cestovního ruchu v Zambii. V počátku práce byl vymezen cestovní ruch, jeho definice, historie, typologie. Dále byly zmíněny ekonomické, environmentální a socio-kulturní dopady cestovního ruchu. Praktická část byla věnována cestovnímu ruchu v Zambii. Ten patří k velmi potenciálním odvětvím. Země nabízí mnoho turistických zajímavostí a návštěvnost stoupá. Turisticky nejvyhledávanější jsou bezesporu Viktoriiny vodopády. Ke zvýšení návštěvnosti zde především dopomohla mezinárodní kampaň a rekonstrukce silnic. Turisté hojně navštěvují i národní parky, návštěvnost stoupá především díky vybudování nových kempů a chat. Díky tomu stoupl i počet lidí, kteří jsou přímo a nepřímo zaměstnání v cestovním ruchu. Turismus napomáhá ke zvýšení zaměstnanosti a můžeme tedy předpokládat, že napomáhá socio-ekonomickému rozvoji země.

### 5.1 Diskuze a doporučení:

Ze zjištěných informací vyplývá, že turismus přispívá k socio-ekonomickému rozvoji země. Pomocí funkce LinTrend byl proveden odhad, kolik turistů přijede do Zambie v určitých letech. Predikce pro 2050 udává 2.505.458 turistů, pro rok 2100 až 4.577.336 turistů. Otázkou zůstává absorpční kapacita země. Jedná se především o ubytovací kapacity, dopravní infrastrukturu nebo zátěž životního prostředí. Se stoupajícím počtem návštěvníků Zambie bude potřeba odpovídající infrastruktura. Země by se měla snažit nalákat více turistů z Evropy nebo Ameriky, tzn. investovat do marketingových strategií, jako je reklama v mezinárodním prostředí např. CNN, BBC a sociálních médií. Dalším problémem je, že turisté navštíví Viktoriiny vodopády, popř. některý z národních parků a odjedou ze země. Je zapotřebí rozvinout další aktivity – např. golf, vyjížděky na koni atd. Turisté se zdrží déle a budou moci více utrácet. Pokud se Zambie bude víc věnovat turismu, může více zaměstnávat. Odvětví cestovního ruchu je náročné na pracovní sílu a navíc může výrazně přispět k vytvoření nových pracovních míst. Při podpoře turismu a stavbě silnic bude potřeba najmout více zaměstnanců, ti pak budou mít více finančních prostředků a víc jich utrácet. Mohou se vyrábět suvenýry popř. regionální produkty, které se následně budou prodávat turistům. Podnikatelé budou ze svých zisků odvádět daně, stát bude bohatnout a poroste HDP. Turismus může zemi významně pomoci, ale stát by měl investovat i do jiných odvětví, aby nebyl závislý jen na něm.

## SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY A POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Knižní zdroje

BEAVER, A. *A dictionary of travel and tourism terminology*. 2nd ed. Wallingford: CABI Publishing, 2005. 409 s. ISBN 0-85199-020-7

BHATIA, A. K.. *International tourism management*. New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd, 2006. 539 s. ISBN 978 81 207 2412 9

BURDA, M C. -- WYPLOSZ, C. *Macroeconomics : a European text* . Oxford, UK: Oxford University Press, 2009. 543 s. ISBN 978-0-19-960864-5

IBP, U. *Zambia Country Study Guide*. USA: International Business Publications, 2008. 150 s. ISBN 1-4330-6001-9.

INDROVÁ, J. a kol.: *Cestovní ruch*, Vysoká škola ekonomická, 2. vyd., Praha, 2009, 122s. ISBN 978-80-245-1569-4

MATHIESON, A. -- WALL, G. *Tourism: Changes, impacts, and opportunities*. London UK: Pearson Education Limited, 2006. 412 s. ISBN 978-0-130-99400-4.IBP,

MILL, R. C. a A. M. MORRISON. *The Tourism System*. Kendall Hunt Publishing Company, 2012, 427 s. ISBN 9780757599767.

MINISTRY OF TOURISM AND ARTS. *2013 TOURISM STATISTICAL DIGEST*. Zambia, 2014.

ORIEŠKA, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Sevis, 2010. ISBN 9788085970685.

PAGE S. aj. CONNELL. *Tourism: a modern synthesis*. London: Thomson Learning, 2006. 546 s. ISBN 978-1-84480-198-5.

PALATKOVÁ, M. a J. ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 19.06.2014. Praha: Grada Publishing, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3

PÁSKOVÁ, M. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. 298 s. ISBN 978-80-7041-658-7.

RÁTZ, Tamara. *The impact of tourism: an introduction*. Hämeenlinna: Häme Polytechnic, 2002. 408 s. ISBN 951-784-059-4.

## Internetové zdroje

*Africa Travel Magazine* [online]. 2014 [cit. 2014-12-16]. Dostupné z: <http://www.africa-ata.org/bulletins.htm>

*CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY: THE WORLD FACTBOOK* [online]. 2007-2014 [cit. 2014-12-13]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

*Ministerstvo zahraničních věcí České republiky* [online]. 2014 [cit. 2014-12-13]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/index.html>

*Ministry of External Affairs: Government of India* [online]. 2014 [cit. 2014-12-17]. Dostupné z: <http://mea.gov.in/index.htm>

*THE WORLD BANK: IBRD IDA* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.worldbank.org/>

*TOURISM SECTOR. Zambia Development Agency: Promoting economic growth and development* [online]. 2014, s. 13 [cit. 2014-12-05]. Dostupné z: <http://www.zda.org.zm/sites/default/files/Tourism%20Sector%20Profile%20-%20September%202014%200.pdf>

*TRADING ECONOMICS* [online]. 2014 [cit. 2014-12-24]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/>

VITÁKOVÁ, M. MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Využití kulturních a přírodních památek pro cestovní ruch*. Praha, 2007. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/473a8dbe-5c92-4eef-818e-0252a54c8200/GetFile2.pdf>

*WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL* [online]. 2014 [cit. 2014-12-30]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/>

Zambia Study Abroad Scholarships. *College Scholarships.org* [online]. 1999-2014 [cit. 2014-12-30]. Dostupné z: <http://www.collegescholarships.org/scholarships/country/zambia.htm>

ZAMBIA: *LET'S EXPLORE* [online]. 2014. vyd. [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.zambiatourism.com/>

*Zambiamining.com* [online]. 2014 [cit. 2014-12-12]. Dostupné z: <http://zambiamining.com/>

Zambie. *BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. 1997-2014 [cit. 2014-12-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/zambie.html>

## PŘÍLOHY

Tab. 6 Návštěvnost Zambie dle pohlaví

	2012	2013
<b>Muži</b>	515453	530220
<b>Ženy</b>	343635	385356

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Tab. 7 Příjezdy dle druhu dopravy

	Vzduch	Silnice	Železnice	Voda
<b>2009</b>	190943	484185	34820	-
<b>2010</b>	249143	554737	11269	-
<b>2011</b>	297095	578217	44987	-
<b>2012</b>	252030	547016	52496	7546
<b>2013</b>	240858	649815	15512	8391

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Tab. 8 Návštěvnost Viktoriiniých vodopádů

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
72002	179786	109424	176612	136904	134204	138148	133053	151005	152952

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Tab. 9 Počet návštěvníků dle původu

Země	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Afrika</b>	467045	583356	652276	654114	720465
<b>Evropa</b>	128340	111772	113831	65826	78542
<b>Amerika</b>	63089	34326	51668	31559	41171
<b>Austrálie</b>	20308	10430	12599	10814	10136
<b>Asie</b>	31166	75256	89925	96775	64262
<b>total</b>	709948	815140	920299	859088	914576

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest

Tab. 10 Návštěvníci Zambie dle původu a účelu cesty

	<b>Dovolená</b>	<b>Konference</b>	<b>Studium</b>	<b>Obchod</b>	<b>Rodina</b>	<b>Ostatní důvody</b>
<b>Asie - ostatní</b>	4 264	242	19	4 227	1 643	1 356
<b>Austrálie</b>	3 962	443	7	4 025	376	1 323
<b>Čína</b>	7 477	1 035	54	13 463	2 690	2 946
<b>Dánsko</b>	919	86	3	669	327	341
<b>Francie</b>	1 411	142	2	1 164	561	579
<b>Indie</b>	5 953	1 222	17	5 922	2 440	1 518
<b>Itálie</b>	1 193	181	2	1 267	651	504
<b>Japonsko</b>	1 799	199	7	1 823	837	868
<b>Jižní Afrika</b>	25127	5956	276	42503	4891	8385
<b>Jižní Amerika</b>	1 467	182	14	1 539	47	523
<b>Kanada</b>	2 131	263	19	2 370	88	701
<b>Keňa</b>	4077	451	432	6883	499	2173
<b>Německo</b>	2 599	300	6	2 985	260	1 001
<b>Nový Zéland</b>	776	74	0	581	275	234
<b>Ostatní jihoafrické země</b>	25010	4958	359	51388	8881	9171
<b>Ostatní skan. země</b>	3 292	323	24	2 408	163	734
<b>Ostatní východoafrické země</b>	3544	664	470	5267	2744	2251
<b>Severní Afrika</b>	544	150	6	797	391	248
<b>Střední Afrika</b>	25835	9092	1401	76481	951	7681
<b>Švédsko</b>	987	120	3	901	443	366
<b>Tanzanie</b>	48476	2069	11549	101248	3578	17267
<b>USA</b>	11 881	1 718	71	13 885	637	3 636
<b>Velká Británie</b>	11 108	1 870	68	14 708	588	3 967
<b>Západní Afrika</b>	1385	388	28	1987	968	627
<b>Zbytek Evropy</b>	6 630	1 084	57	8 869	358	2 426
<b>Zimbabwe</b>	50083	5166	1822	112532	7373	14072

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle 2013 Tourism Statistical Digest



Tab. 11 Výdeje návštěvníků Zambie

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2020	2030	2040	2050	2100
<b>výdaje turistů USD mil</b>	29	40	53	67	80	64	88	92	98	110	138	148	98	125	146	155	215,5	292,8	370,1	377,9	764,4

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle Světové banky

Tab. 12 Počet příjezdů a přímý podíl cestovního ruchu na HDP Zambie

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>miliardy US\$</b>	0,06	0,07	0,08	0,06	0,07	0,09	0,121	0,111	0,126	0,147	0,217	0,253	0,323	0,406	0,327	0,37	0,394	0,43
<b>počet příjezdů v tis</b>	163	264	341	362	404	457	492	565	413	515	669	757	897	812	710	815	920	859

**Zdroj:** Vlastní zpracování dle WTTC