

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta

Bakalářská práce

2023

Natálie Zelingerová

Univerzita Hradec Králové  
Pedagogická fakulta  
Katedra anglického jazyka a literatury, Katedra německého jazyka a literatury

## **Overturismus v České republice**

Overtourism in the Czech Republic

Bakalářská práce

Autor:	Natálie Zelingerová
Studijní program:	Filologie
Studijní obor:	Anglický a německý jazyk pro cestovní ruch
Vedoucí práce:	Ing. Eva Šimková, Ph.D.
Oponent práce:	Mgr. Jana Kostincová, Ph.D.
Hradec Králové	říjen 2021 – květen 2023



## Zadání bakalářské práce

**Autor:** Natálie Zelingerová

**Studium:** P19P0344

**Studijní program:** B7310 Filologie

**Studijní obor:** Cizí jazyky pro cestovní ruch - anglický jazyk, Cizí jazyky pro cestovní ruch - německý jazyk

**Název bakalářské práce:** **Overturismus v České republice**

**Název bakalářské práce AJ:** Overtourism in the Czech Republic

### **Cíl, metody, literatura, předpoklady:**

Cílem této práce je charakterizovat pojem overturismus, uvést turistické cíle v České republice, které jsou overturismem nejvíce postiženy a navrhnout řešení tohoto problému. V teoretické části je charakterizován cestovní ruch vč. jeho environmentálních, socio-kulturních i ekonomických dopadů. Dále je definován pojem overturismus spolu s příčinami jeho vzniku. Praktická část se zaměřuje na popis turistických destinací na území ČR potýkajících se s overturismem, na které jsou aplikovány návrhy, jak vzniku tohoto problému předcházet.

1. BUTLER, Richard W. a Rachel DODDS, RICKLY, Jilian M., ed. Overtourism: Issues, realities and solutions. 1.vyd. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg, 2019. 289 s. ISBN 978-3-11-060736-9.
2. PÁSKOVÁ, Martina. UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ, FAKULTA INFORMATIKY A MANAGEMENTU. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu: Terminologický slovník. 2. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008, 298 s. ISBN 978-80-7435-006-1.
3. SYNEK, M., SEDLÁČKOVÁ, H., VÁVROVÁ, H. Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1212-9

**Zadávací pracoviště:** Katedra ruského jazyka a literatury,  
Pedagogická fakulta

**Vedoucí práce:** Ing. Eva Šimková, Ph.D.

**Oponent:** Mgr. Jana Kostincová, Ph.D.

**Datum zadání závěrečné práce:** 19.1.2021

## Anotace

Bakalářská práce se zabývá problematikou overturismu v České republice. Cílem práce je charakterizovat pojem overturismus, uvést turistické cíle v České republice, které jsou overturismem nejvíce postiženy a navrhnout řešení tohoto problému. V teoretické části je charakterizován cestovní ruch vč. jeho environmentálních, socio-kulturních i ekonomických dopadů. Dále je definován pojem overturismus, příčiny jeho vzniku a možnosti, jak lze tomuto problému předcházet. Praktická část se zaměřuje na popis turistických destinací na území ČR potýkajících se s overturismem, na které jsou aplikovány možné návrhy, jak vzniku tohoto problému předcházet.

### Klíčová slova:

cestovní ruch, Česká republika, destinace, overturismus, udržitelný cestovní ruch

## Annotation

The bachelor thesis deals with the issue of overtourism in the Czech Republic. The aim of the thesis is to characterize the concept of overtourism, to state the tourist destinations in the Czech Republic that are most affected by overtourism and to propose possible solutions to this problem. In the theoretical part, the term tourism is characterized, including its environmental, socio-cultural and economic impacts. Then, the concept of overtourism is defined together with the causes of its occurrence and the ways in which this problem can be prevented. The practical part focuses on the description of tourist destinations in the Czech Republic facing overtourism, to which possible suggestions for preventing the problem are applied.

Key words:

tourism, the Czech Republic, destination, overtourism, sustainable tourism

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Overturismus v České republice“ vypracovala pod vedením vedoucí práce samostatně. Veškerá použitá odborná literatura i další prameny, ze kterých jsem čerpala, jsou řádně citovány a uvedeny v seznamu zdrojů.

V Hradci Králové dne

.....

Podpis

## Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí práce paní doktorce Ing. Evě Šimkové PhD. za odborné vedení mé bakalářské práce, a především za cenné rady.

## Obsah:

Seznam zkratk:	1
Úvod	2
1. Cestovní ruch a jeho dopady	4
1.1. Definice pojmu	4
1.2. Význam cestovního ruchu	5
1.3. Dopady cestovního ruchu	6
1.3.1. Environmentální dopady	7
1.3.2. Socio-kulturní dopady	7
1.3.3. Ekonomické dopady	8
2. Overturismus	10
2.1. Vymezení pojmu	10
2.2. Příčiny vzniku overturismu	11
2.2.1. Překročení únosné kapacity destinace	12
2.2.2. Narůstající počet světové populace i ubytovacích zařízení	13
2.2.3. Větší dostupnost cestování	14
2.2.4. Zvyšující se oblíbenost jednotlivých míst	15
2.3. Dopady overturismu	17
3. Možnosti předcházení overturismu	19
3.1. Udržitelný cestovní ruch	19
3.1.1. Indikátory a kritéria udržitelného rozvoje cestovního ruchu	20
3.1.2. Marketing udržitelného rozvoje cestovního ruchu	21
3.1.3. Demarketing	22
3.1.4. Management udržitelného cestovního ruchu	23
3.1.5. Destinační management	23
3.1.6. Návštěvnický management	24
4. Metodika práce	25
4.1. Kvalitativní výzkum	25
4.1.1. Analýza kvalitativních dat	26
5. Místa v České republice nejvíce zasažená overturismem	27
5.1. Kulturní památky	29
5.1.1. Praha	29
5.1.1.1. Pražský hrad	30
5.1.1.2. Lanová dráha na Petřín	31



5.1.2.	Český Krumlov .....	31
5.1.3.	Státní zámek Hluboká nad Vltavou.....	32
5.2.	Přírodní památky .....	32
5.2.1.	Adršpašsko-teplické skály.....	32
5.2.2.	Sněžka .....	33
5.2.3.	České Švýcarsko .....	33
	.....	34
6.	Možnosti předcházení overturismu ve vybraných destinacích.....	35
6.1.	Nástroje k předcházení overturismu:.....	35
6.2.	Praha .....	36
6.3.	Český Krumlov.....	37
6.4.	Krkonoše.....	37
6.4.1.	Sněžka .....	39
	Závěr .....	40
	Knižní zdroje: .....	43
	Internetové zdroje: .....	44
	Seznam tabulek: .....	51
	Seznam obrázků: .....	51

## Seznam zkratk:

AirBnb	AirBedandBreakfast
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
TIC	turistické informační centrum
UNWTO (cestovního ruchu)	United Nations World Organisation (Světová organizace)
HDP	hrubý domácí produkt
TRAN Committee	Výbor pro dopravu a cestovní ruch
4P marketingový mix (Promotion)	produkt (Product), cena (Price), místo (Place) a propagace

## Úvod

Cestovní ruch je důležitým ekonomickým odvětvím mnoha států. Nebereme-li v potaz předchozí dvouleté období celosvětové koronavirové pandemie, jedná se o vysoce výdělečný sektor, jenž každoročně nabývá na významu.

Během 20. století cestovní ruch rapidně stoupl na popularitě a důvodů podněcujících touhu cestovat přibývá. Jedním z těch nejčastějších je touha po poznání – ať už nové země, jejich obyvatel, kultury a zvyků nebo zajímavých míst, ale samozřejmě také o touze po odpočinku či vystoupení z komfortní zóny. Nelze opomíjet ani cestování za účelem pracovním, které je v posledních letech hojně a oblíbené. Velké množství firem posílá své zaměstnance na služební cesty, tzv. business trips, a pro některé z nich je to v dnešní době neodmyslitelná část jejich práce.

Cestovní ruch je rozšířen celosvětově. V každé zemi se důležitost tohoto odvětví značně liší. Existují země, které jsou na příjmech ze sektoru cestovního ruchu zcela závislé, jelikož jeho podíl na HDP představuje většinu z celkové hodnoty. Na druhou stranu lze na světě najít mnoho států, jejichž fungování není tímto odvětvím výrazně podmíněno.

Kromě pozitivních vlivů s sebou cestovní ruch přináší i řadu negativních dopadů, které jsou mimo jiné nejčastěji spojovány s enormním množstvím návštěvníků, jinými slovy též s overturismem.

Bakalářská práce se zabývá problematikou overturismu v České republice. Cílem práce je charakterizovat pojem overturismus, uvést turistické cíle v České republice, které jsou overturismem nejvíce postiženy a navrhnout řešení tohoto problému. V teoretické části je charakterizován cestovní ruch vč. jeho environmentálních, socio-kulturních i ekonomických dopadů. Dále je definován pojem overturismus, příčiny jeho vzniku a možnosti, jak lze tomuto problému předcházet. Praktická část se zaměřuje na popis turistických destinací na území ČR potýkajících se s overturismem, na které jsou aplikovány návrhy, jak vzniku tohoto problému předcházet.

Bakalářská práce je zaměřena na období před vypuknutím koronavirové pandemie, jež měla za následek značné množství omezení, která měla a stále do jisté míry mají dosah na odvětví cestovního ruchu a celková situace se tak zatím neustálila. Zdali se overturismus ještě vůbec vrátí, a pokud ano, jestli v tak velkém měřítku, je otázkou. Dle mého názoru existuje velká pravděpodobnost, že se tato problematika znovu objeví, a to velmi brzy. Je možné, že se bude jednat o mnohem větší davy a náporu turistů, na které jsme byli doteď zvyklí.

Někteří lidé omezili cestování z důvodu obav z nákazy onemocněním COVID-19, jiní o své již objednané zájezdy přišli z důvodu jejich zrušení.

Důvodem výběru tématu „Overturismus v České republice“ bylo především značné množství osobních zkušeností s tímto problémem. Snahou práce bylo zmapovat místa na území ČR, která jsou pro návštěvníky zvláště atraktivní a bývají s overturismem spojovány. Hlavním zdrojem informací pro tuto práci byly kromě literatury především cizojazyčné odborné články, výzkumy a publikace.

## 1. Cestovní ruch a jeho dopady

Pojem cestovní ruch lze definovat mnoha způsoby, a to především díky rozmanitosti tohoto odvětví. Pojmy cestovní ruch i turismus jsou českým překladem výrazu „tourism,“ jež pochází z anglického jazyka.

Autoři Goeldner a Ritchie (2006) na cestovní ruch pohlížejí jako na souhrn určitých činností, procesů a výsledků, jež vyplývají ze vzájemných vztahů a interakcí mezi turisty, poskytovateli služeb cestovního ruchu, hostitelskými vládami i komunitami a okolním prostředím, které se v nemalém měřítku podílejí na upoutávání pozornosti návštěvníků.

### 1.1. Definice pojmu

Cestovní ruch pojmenovává pohyb osob mimo místo jejich bydliště s motivací poznávat nová místa, kulturu či obyvatele.

Dle autorky Páskové cestovní ruch *„zahrnuje aktivity, které se nějakým způsobem podílejí na službách a infrastruktuře, spojených s cestováním osob. Avšak nejde o jakékoliv cestování, jedná se o cesty za účelem aktivního i pasivního poznávání přírody a kultury navštívených destinací a konečně v současnosti stále významnější motivace kontaktování se s dalšími lidmi. Tyto aktivity probíhají jak ve volném čase, tak i v rámci výkonu profese, avšak nesmí jít o práci hrazenou z navštívené destinace a zároveň jde časově omezenou aktivitu“* (Pásková, 2014, s. 17).

Z pohledu Zelenky a kol. je v knižní publikaci Udržitelný cestovní ruch (2013) cestovní ruch chápán jako aktivita, jež člověk provozuje mimo místo trvalého bydliště v rámci svého volného času bez úmyslu provozování jakékoliv výdělečné činnosti. Od migrace se liší dobou trvání.

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) nahlíží na cestovní ruch jako na *„sociální, kulturní a ekonomický jev, který zahrnuje pohyb lidí do zemí nebo míst mimo jejich obvyklé prostředí za osobními nebo obchodními/profesionálními účely. Tito lidé se nazývají návštěvníci (což mohou být turisté nebo výletníci; rezidenti nebo nerezidenti) a cestovní ruch souvisí s jejich aktivitami, z nichž některé zahrnují výdaje na cestovní ruch“* (UNWTO, 2008).

Dle „Výkladového slovníku cestovního ruchu“ si pod pojmem cestovní ruch lze představit *„komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či jiným účelem, i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby*

*včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby už nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 83).*

Cestovní ruch je významným společensko-ekonomickým fenoménem, a to z pohledu jednotlivce, ale i celé společnosti, jelikož každoročně představuje největší pohyb celé světové populace. Důvodem bývá nejčastěji rekreace či poznávání. Cestovní ruch je součástí typického způsobu života zejména pro obyvatele ekonomicky vyspělých zemí (Hesková, 2006).

Může být definován také jako jedna z forem uspokojování lidských potřeb. V případě, kdy dochází k uspokojení nejnižších základních potřeb daných lidí, mohou se následně věnovat uspokojování potřeb nejvyšších, mezi které podle Maslowovy pyramidy řadíme potřebu seberealizace, odpočinku či poznání (Pásková, 2014).

## **1.2. Význam cestovního ruchu**

Význam cestovního ruchu jako společenského a ekonomického fenoménu v České republice v posledních 20 letech vzrostl. (Vystoupil, Kunc, 2009) Poměrně zásadní změnu v této oblasti zaznamenala Česká republika po vstupu do Evropské Unie v roce 2004, kdy došlo jednak ke zvýšení návštěvnosti, tak i k nárůstu příjmů pramenících z turismu (Pásková, 2014).

Cestovní ruch je důležitým odvětvím národního hospodářství České republiky, jenž spadá do sektoru služeb a představuje jedno z nejdůležitějších hospodářských odvětví Evropské unie. Značně ovlivňuje odvětví obchodu či dopravy, proto vzhledem k jeho významu i dopadům na životní prostředí, kulturu nebo trh práce usiluje Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) o vytvoření adekvátních podmínek pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu.

Odvětví cestovního ruchu značně ovlivňuje nejen celkovou hodnotu HDP<sup>5</sup>, ale zároveň také působí na zaměstnanost, cenovou stabilitu i vnější ekonomickou rovnováhu dané země. Příjmy a výdaje z turismu totiž představují důležitý faktor vnější ekonomické rovnováhy (Palatková, Zichová, 2012).

Cestovní ruch je jedním z odvětví, které dlouhodobě poskytuje vysoký počet pracovních míst. Ačkoliv je dle Ministerstva pro místní rozvoj ČR zaměstnání ve sféře cestovního ruchu značně ovlivněno sezónností určitých aktivit, podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v České republice v roce 2019 činil 4,47 %, kdy 239 506 osob (každý 22. Čech) pracovalo v oblasti cestovního ruchu (ČSÚ, 2021).

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR v letech 2003 - 2019

Ukazatel	2003	2008	2012	2016	2019	2020	2021
Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu	237 753	241 236	229 551	233 299	239 506	220 663	215 233
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Zaměstnané osoby (v %)	4,79	4,56	4,53	4,43	4,41	4,13	4,02
Počet pracovních míst v cestovním ruchu <sup>3)</sup>	233 507	236 376	229 602	231 655	237 999	218 982	213 984
Podíl CR na celkové zaměstnanosti Pracovní místa (v %)	4,74	4,48	4,57	4,47	4,47	4,18	4,06

Zdroj: ČSÚ, 2022 (vlastní zpracování – souhrn dvou tabulek)

Odkaz: 1.) [https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823\\_t71.xls/5ec79355-4fef-4331-8bce-78652710e2ee?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823_t71.xls/5ec79355-4fef-4331-8bce-78652710e2ee?version=1.1)

2.) [https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823\\_t72.xls/61faa6a4-e183-4db3-9d0f-ab3764683a3a?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823_t72.xls/61faa6a4-e183-4db3-9d0f-ab3764683a3a?version=1.1)

Dle statistik ČSÚ znázorňujících počet návštěvníků za rok 2017 na základě druhu cestovního ruchu strávilo 90 160 000 Čechů svou dovolenou na území České republiky. Příjezdový cestovní ruch čítal 34 700 000 návštěvníků, z čehož nejvyšší podíl představovali návštěvníci z Německa, Slovenska, Polska či Ruska. U domácího i příjezdového cestovního ruchu v roce 2017 tvořili nadpoloviční většinu jednodenní návštěvníci (ČSÚ, 2019). Údaje z roku 2019 vypovídají o tom, že Českou republiku v tomto roce navštívilo celkem 21 998 lidí, zatímco v roce 2021 pouze 11 384 000 rezidentů a nerezidentů, což lze přisuzovat koronavirové pandemii. (ČSÚ, 2022.)

### 1.3. Dopady cestovního ruchu

První statistiky zabývající se sledováním dopadů cestovního ruchu pocházejí již ze 70. let 20. století. Postupem času začaly být kromě environmentálních dopadů pozorovány také dopady socio-kulturní, stejně tak jako ekonomické (Zelenka a kol., 2013). Pásková ve své publikaci *Udržitelnost cestovního ruchu* (2014) zmiňuje, že cestovní ruch „vedle nejčastěji analyzovaných ekonomických vlivů na národní hospodářství dlouhodobě a komplexně působí na přírodní i socio-kulturní složky geografického prostředí. Plánování místního, resp. regionálního rozvoje cestovního ruchu proto vyžaduje mezioborový přístup, který by měl zahrnovat nejen ekonomicky přínosné projekty, ale také zohledňovat dopady cestovního ruchu na další rozměry geografického prostředí“ (Pásková, 2014, s. 23).

### **1.3.1. Environmentální dopady**

Environmentální dopady cestovního ruchu jsou podmíněny mnoha faktory, mezi které lze zařadit míru koncentrace návštěvníků, aktivity, jež provozují či jejich změny (příklad autora: vyšší podíl motorizovaného pohybu územím, vyšší pohyb volně v terénu – geocaching, hipoturistika). Environmentální rizika zapříčiněná turismem lze rozčlenit dle druhu biosféry, na něž působí – jmenovitě na ekosystémy, půdu, vegetaci, vodu, ovzduší a volně žijící druhy. Cestovní ruch ovlivňuje jednotlivé biosféry odlišným způsobem. Dle údajů zaznamenávajících Environmentální rizika cestovního ruchu a jeho dopady dle částí biosféry mají přímý dopad na přírodní ekosystémy především stavby ubytovacích zařízení, návštěvnických středisek nebo dalších infrastruktur CR. Motorizovaná doprava je mimo jiné hlavním zdrojem znečištění místní vegetace i ovzduší. Na místech s větší koncentrací návštěvníků roste také poptávka po pitné i užitkové vodě, stejně tak jako hluk, kterým návštěvníci mohou rušit nejen místní obyvatelé, ale i zvěř (Zelenka a kol., 2013).

Autorka Pásková se ve své publikaci zabývá vlivy cestovního ruchu na přírodní prostředí v podobě turistického znečištění, zvýšeného množství emisí, narušování přírodních povrchů procesem eroze, šíření nepůvodních rostlin, mikroorganismů či drobných živočichů, což má za následek poškozování biodiverzity celé lokality (Pásková, 2014).

Mezi negativní dopady cestovního ruchu ovlivňující přírodní prostředí lze zařadit i přeměnu přirozeného prostředí na prostředí umělé (např. výstavbou ubytovacích zařízení, rozšiřováním dopravní infrastruktury v podobě stavby letišť, silnic, dálnic či rychlostních vlakových tratí nebo parkovacích ploch), což úzce souvisí se zmenšováním plochy zemědělské i lesní půdy (Kostková, 2013).

### **1.3.2. Socio-kulturní dopady**

Pojmem socio-kulturní dopady jsou označovány negativní vlivy působící na sociální uspořádání společnosti, místní kulturu i životní styl (Zelenka a kol., 2013). Vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí jsou v porovnání s environmentálními vlivy méně prozkoumané, jejich projevy nejsou zcela viditelné, čímž se stávají hůře identifikovatelnými, ale i přes tyto skutečnosti spolu navzájem souvisejí a ovlivňují se (Pásková, 2013).

Socio-kulturní prostředí do značné míry ovlivňuje poptávku v oblasti cestovního ruchu v dané turistické destinaci, kde „*při realizaci turismu dochází k interakci rezidentů a návštěvníků destinace a ke střetávání kultur*“ (Palatková, Zichová, 2012, s. 96). Tento střet může vést k dopadům pozitivním, stejně tak jako negativním.



Autorka Palatková v publikaci *Ekonomika turismu* (2012) dále zdůrazňuje skutečnost, že vliv turismu na obyvatele žijící v destinaci je podstatně rizikovější než jeho působení na návštěvníky destinace. Jedná se především o rezidenty, kteří jsou „nuceni“ přizpůsobovat se změnám i opatřením zaváděným v místě jejich bydliště jakožto v turistické destinaci (např. zvýšení cen parkovného či jiných služeb) (Palatková, Zichová, 2012).

Mezi pozitivní vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí bývá obvykle zařazeno udržování tradic a lidových zvyklostí, snaha o ochranu životního prostředí, zlepšení kvality života v místě turismu ve smyslu rozvoje veřejné infrastruktury nebo rostoucí příjmy pramenící z návštěvnosti turistického cíle.

Za nežádoucí dopady cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí destinace lze označit neustále narůstající ekonomickou nerovnost ve společnosti (v případě opakovaných střetů rezidentů a návštěvníků destinace, kdy se ekonomické úrovně destinace a zdrojové země značně liší), upřednostňování využití zařízení (ubytovacích, stravovacích, nákupních, dopravních apod.) návštěvníkům před místními obyvateli nebo zvýšení počtu výskytu sociálně-patologických jevů ve společnosti (kriminalita, prostituce aj.) (Palatková, Zichová, 2012).

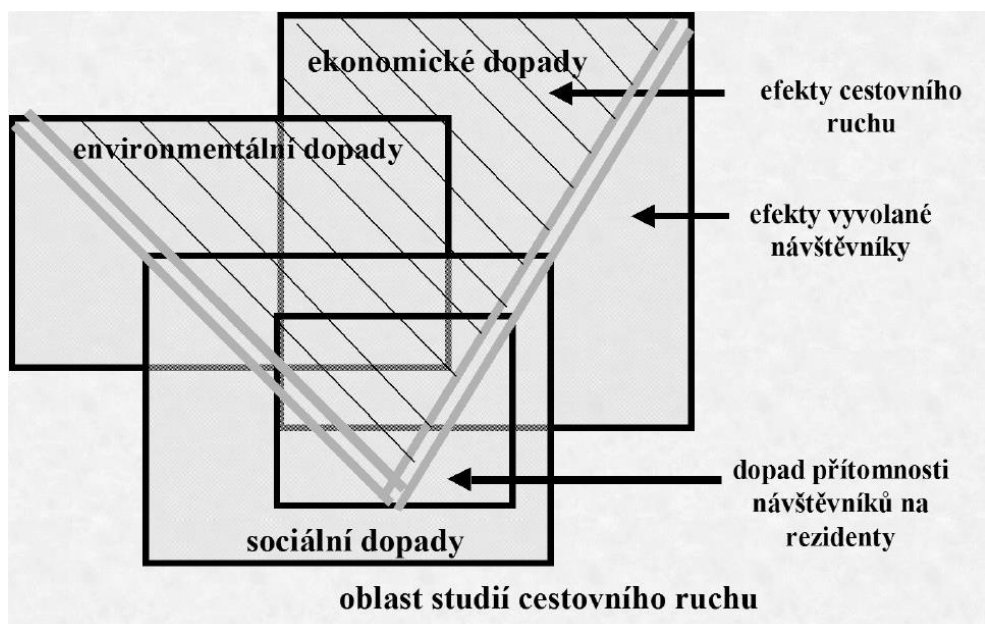
### **1.3.3. Ekonomické dopady**

Ekonomické dopady bývají obecně považovány za pozitivní. Klady cestovního ruchu spočívají především v množství pracovních pozic, jež toto odvětví poskytuje, ve zkvalitnění infrastruktury i zajištění důležitého zdroje kapitálu, jak bylo již zmíněno v kapitole 1.2. Význam cestovního ruchu.

Odvětví cestovního ruchu významně ovlivňuje HDP, a to především z důvodu nepřímých vlivů na další odvětví ekonomiky. Turismus má dále značný vliv na platební bilanci státu, jež představuje „výkaz ekonomických transakcí mezi národní ekonomikou a zahraničím, zachycující veškeré operace týkající se turismu“ (Palatková, Zichová, 2012, s. 99). Položka turismu v platební bilanci je rozdělena na dvě části - služební cesty a cesty soukromé – a zahrnuje příjmy i výdaje všech návštěvníků, které vynaložili za zboží nebo služby vyžádané pro jejich osobní spotřebu při pobytu v dané destinaci (např. stravování, ubytování, zakoupení suvenýrů aj.) (Palatková, Zichová, 2012).

Autoři Pellešová a Kajzar shledávají cestovní ruch „nejkompatibilnější ekonomickou rozvojovou aktivitou, která je v dané oblasti dostupná a doplňuje tak ostatní ekonomické aktivity“ (Pellešová, Kajzar, 2017, s. 22).

Krom dopadů environmentálních, socio-kulturních či ekonomických se stále vyšší počet destinací potýká s problémem nadměrného množství turistů na daných místech, jenž nese název overturismus. Pásková (2014) se ve své publikaci okrajově zabývá důsledky nadměrného cestovního ruchu, který může mít značný vliv na zapsání jednotlivých míst či památek do seznamu světového dědictví UNESCO nebo může přispívat k jeho vyřazení.



Obrázek 1: Průřezovost problematiky dopadů cestovního ruchu Zdroj: Pásková, 2014 – strana 50  
Dostupné z: <https://databaze.op-vk.cz/Product/Detail/60774>

## 2. Overturismus

Cestovní ruch s sebou kromě značného množství pozitiv přináší také vlivy negativní. Jedním z nejdiskutovanějších a nejaktuálnějších témat spojených s negativními dopady turismu se v poledních letech stal overturismus, jinak chápán jako nadměrný cestovní ruch.

Dle článku publikovaného odborným časopisem *Tourism Recreation Research* lze o pojmu overturismus hovořit jako o nově vzniklém výrazu, jež zatím není uveden v jiném lexikonu než v Collinsově internetovém slovníku (*Tourism Recreation Research*, 2018).

I přes zmíněnou skutečnost, že je overturismus poměrně novým pojmem, se s problémem přelidnění a nadměrného cestovního ruchu, který v tomto výrazu spočívá, potýkají lidé již pár desítek let. Odborná publikace s názvem *Overtourism: Between the Right to Travel and Residents' Rights* (2019) poukazuje na skutečnost, že se již v roce 1980 spekulovalo o otázce únosné kapacity turistických destinací, která byla následně zkoumána i dále (Perkumienė, Pranskūnienė, 2019).

Španělský antropolog Manuel Delgado Ruiz je autorem první zmínky pojmu souvisejícího s overturismem v podobě pojmenování *tourist-phobia*, tzv. fobie z turistů. Ruiz tento pojem vysvětluje jako „směsici pohrdání, nedůvěry a opovržení vůči postavě, která je rezidenty nazývána „*guiiri*“ (nadávka používaná pro pojmenování zahraničních turistů (Delgado, 2007 – strana 5). Hlavní problém, na nějž Ruiz upozorňuje, se týká některých turistických destinací, kde se vyskytují pouze turisté a žádní místní občané, kteří kvůli náporu turistů raději dané lokality opustili. *Tourist-phobia* označuje projev chování spočívajícího v nedůvěře či nepřátelství zaměřeného proti lidem, kteří z daného místa nepocházejí (Garcia, Macias, Balbuena-Vázquez, 2019, s. 5).

Španělská média označila tento jev pojmem „fobie z cestovního ruchu“ (*turismofobia*), který se následně stal hojně používaným. Vznikl při snaze vyjádřit nespokojenost s neustále narůstajícími počty návštěvníků, ačkoliv jeho význam není zcela přesný (Milano, 2017).

### 2.1. Vymezení pojmu

Pojem overturismus začal být intenzivněji používán poté, co ho v jednom ze svých příspěvků na sociální platformě Twitter v roce 2016 uveřejnil Rafat Ali, zakladatel a výkonný ředitel zpravodajského webu zabývajícího se cestovním ruchem *Skift.com* (*The Globe and Mail*, 2018). Název byl přejat z anglického pojmenování „*overtourism*“, který vyjadřuje masový či nadměrný cestovní ruch a vyznačuje se především nepříznivým dopadem na mnoho odvětví spojených s cestovním ruchem.

Collinsův cizojazyčný internetový slovník<sup>5</sup> definuje overturismus jako nově vzniklý fenomén, kdy je oblíbená destinace nebo památka neúměrným způsobem zahlcena turisty (Collins online dictionary, 2018). Dle Ministerstva životního prostředí se jedná o „*přesycenost určitého místa lidmi, kteří ho přijeli obdivovat*“ (Ministerstvo životního prostředí, 2020, s. 3).

Výzkum s názvem Overtourism: Impact and possible policy responses, adresovaný Výboru pro dopravu a cestovní ruch (TRAN Committee<sup>3</sup>) ve své studii termín overturismus popisuje jako situaci, kdy dopady cestovního ruchu v určitém období na určitých místech překračují fyzický, ekologický, sociální, ekonomický, psychologický nebo politický práh kapacity (Peeters et al. 2018).

Overturismus je autory článku Overtourism a growing global problem (2018) - Milanem, Cheerem a Novellim - chápán jako nadměrný nárůst počtu návštěvníků, jež vede k přelidnění jednotlivých oblastí, v nichž obyvatelé trpí následky dočasných sezónních turistických náporů, které si vynutily trvalé změny v jejich životním stylu, přístupu k vybavení pro občany a celkové pohodě. Autoři ve své publikaci tvrdí, že nadměrný cestovní ruch poškozují nejen krajinu, ale také ničí pláže, vystavuje infrastrukturu enormnímu tlaku a vytlačuje obyvatele z trhu s nemovitostmi. Jedná se o nesmírně složitý problém, který je často příliš zjednodušován (Milano, Cheer M., Novelli, 2018).

V odborné publikaci s názvem Overtourism? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions (2018) autoři Koens, Postma, a Papp došli k závěru, že je pojem overturismus novým populárním výrazem pro stávající přetížení a míru únosnosti cestovního ruchu (UNWTO, 2018). Dr. Harold Goodwin, odborník v oblasti odpovědného cestovního ruchu, vysvětluje overturismus jako opak odpovědného cestovního ruchu, jehož smyslem je využívat turismus k tomu, aby se daná místa stala lepšími nejen pro život, ale i návštěvu. Zhoršování stavu často pocítují návštěvníci i hosté současně (Goodwin, 2016).

## **2.2. Příčiny vzniku overturismu**

Cestování je celosvětovým fenoménem a postupem času neustále nabývá na významu. Faktorů, jež přispívají ke vzniku nadměrného turismu lze pojmenovat mnoho. Autor Samik Ray se ve své práci Contradiction on Delimiting and Limiting “Overtourism“ (2021) zmiňuje především o výsledném úpadku sektoru výrobní ekonomiky po obou světových válkách, jenž byl z velké části nahrazen ekonomikou služeb. Tímto zásadním krokem se ze společnosti, jejíž ekonomika spočívala převážně ve výnosu ze sekundárního ekonomického sektoru, stala společnost postindustriální, jinými slovy společnost závislá na příjmech primárně ze sektoru

terciárního. Nárůst volného času v kombinaci s rekreací a cestováním se po celém světě rozšířily v enormním měřítku a přispěly tak k postupnému vzniku nadměrného cestovního ruchu (Ray, 2021).

Hlavními faktory ovlivňujícími vznik overturismu se zabývá také Butler W. a Dodds R. ve své publikaci *Overtourism: Issues, realities and solutions*. Zmiňují například zvyšující se počet účastníků cestovního ruchu, vliv médií, stejně tak jako fakt, že se cestování stalo značně dostupnějším.

Masový cestovní ruch je obecně považován za důsledek růstu a koncentrace poptávky a nabídky cestovního ruchu. Mezi nejčastější projevy lze řadit příliš vysoký počet negativních dopadů na životní prostředí (Padrón Ávila, Hernández-Martín, 2019).

### **2.2.1. Překročení únosné kapacity destinace**

Nadměrný cestovní ruch úzce souvisí s oblibou určitých turistických atrakcí a zajímavých míst, která mají následně větší tendenci k přetížení. Jedním z hlavních ukazatelů, kdy cestovní ruch lze nazvat overturismem, je překročení hranice únosné kapacity dané destinace (angl. carrying capacity). Zelenka a Pásková ve své knize *Výkladový slovník cestovního ruchu* nahlíží na pojem únosná kapacita v cestovním ruchu (angl. tourism carrying capacity) jako na „maximální zatížení daného území cestovním ruchem bez snížení kvality životního prostředí a ekosystémů, zážitku a spokojenosti návštěvníka, bez negativních vlivů na místní komunitu, její socio-ekonomickou strukturu a kulturu dané oblasti“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 594).

Únosná kapacita v cestovním ruchu je autory Iflazoglu a Can knihy *Overtourism as Destination Risk* (2021) v 8. kapitole popisována jako maximální počet lidí, které lze v určitém regionu nebo oblasti ubytovat, aniž by došlo k nepřijatelné změně fyzického prostředí a neakceptovatelné snížení kvality zážitků z cestovního ruchu (Iflazoglu, Can, 2021).

Jak uvádí Pásková ve své knize *Udržitelnost cestovního ruchu* (2014), je možné rozlišovat 6 druhů únosné kapacity, konkrétně ekologicky, socio-kulturně, ekonomicky, institucionálně, fyzicky, a psychologicky únosnou kapacitu. Ekologicky únosná kapacita by měla hrát významnou roli „především při zřizování parkovacích ploch na přístupových komunikacích v místech nástupu do řešených oblastí, například u vstupů do historického jádra města“ (Pásková, 2014, s. 268). Lze ji označit jako maximální možnou zátěž dané destinace turisty, jež je pro toto místo snesitelná bez trvalých následků například v podobě menšího výskytu určitého živočicha. Ekonomicky únosná kapacita stanovuje kompromis mezi kvalitou životního prostředí a ekonomickým vytížením v destinaci, který lze považovat za dlouhodobě

udržitelný. Fyzicky únosnou kapacitu lze nejlépe vytyčit pro místa, kam je nějakým způsobem regulován vstup jednotlivých návštěvníků. Jedná se o maximální možný počet osob v daném objektu, který je schopen pojmout bez toho, aniž by došlo k fyzickému poškození dané lokality. Socio-kulturně únosnou kapacitu Pásková (2014) vysvětluje jako míru rozvoje turismu v dané destinaci, která by v rámci zachování autenticity a životního stylu místních obyvatel neměla být překročena. Dle institucionálně únosné kapacity je možné odhalit maximální míru destinačního rozvoje cestovního ruchu, jelikož poukazuje na administrativní připravenost důležitou pro kvalitu destinačního managementu, zprostředkování dotací i celkový rozvoj cestovního ruchu v konkrétní destinaci. Posledním druhem únosné kapacity je psychologicky únosná kapacita, která je posuzována převážně ze subjektivního hlediska. Jedná se o subjektivní pocity návštěvníka destinace, na jeho spokojenost a vyhodnocení, kdy lze turistickou destinaci vnímat jako přelidněnou. (Pásková, 2014).

### **2.2.2. Narůstající počet světové populace i ubytovacích zařízení**

S nárůstem světové populace se zvyšuje i počet turistů, což může být vnímáno jako jedna z hlavních příčin vzniku overturismu. V roce 1989 se na mezinárodním cestovním ruchu podílelo přes 438 milionů osob. Počet účastníků mezinárodního cestovního ruchu během následujících 30 let vzrostl až na 1,5 miliard příjezdů, které byly zaznamenány v roce 2019. (Evropský parlament, 2022)

Dle statistik ČSÚ<sup>2</sup> týkajících se příjezdového cestovního ruchu navštívilo v roce 1989 Českou republiku 9 108 000 turistů. O deset let později návštěvnost stoupla až na 11 477 000 hostů a dle údajů z roku 2019 se počet návštěvníků vyšplhal na číslo 21 998 000, což je více než dvojnásobný počet v porovnání s rokem 1989.

Také celkový počet přenocování na území České republiky v roce 1989, číselně 28 715 000 přenocování, byl od tohoto data v 2019 navýšen dvojnásobně – a to na 57 025 000 nocí strávených v ČR.

Statistiky ČSÚ<sup>2</sup> dále ukazují, že se počty ubytovacích zařízení mezi lety 1989 až 2020 zvýšily pětinašobně a lůžková kapacita, která byla v ČR nabízena v roce 1989 a činila 342 246 volných míst navýšila v roce 2019 počet jednotlivých lůžek na celkový počet 539 685, nezahrnujeme-li místa pro stany a karavany či možné přistýlky. (Český statistický úřad, 2020)

Tabulka 2: Cestovní ruch v České republice

	1989	1990	1999	2010	2015	2019	2020
<b>Ubytovací zařízení V tom podle kategorie:</b>	2 863	2 531	7 487	7 235	9 163	9 383	10 699
Hotely a podobná ubytovací zařízení	1 431	1 263	3 614	4 300	5 992	6 236	7 491
Pokoje	342 246	318 638	171 780	176 403	206 258	210 496	228 431
<b>Lůžka</b>			462 126	449 068	529 250	539 685	592 314
Místa pro stany a karavany				49 844	48 585	53 772	53 530
<b>Hosté v tis. osob</b>	9 108	8 423	11 477	12 212	17 196	21 998	10 836
<b>Přenocování v tis.</b>	28 715	24 480	42 349	36 909	47 940	57 025	31 382

Zdroj: ČSÚ, 2021 (vlastní zpracování)

Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/143522126/32018121\\_1001.pdf/c7327adc-8ee6-4c41-8bfa-bfbdde844ff5?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/143522126/32018121_1001.pdf/c7327adc-8ee6-4c41-8bfa-bfbdde844ff5?version=1.1)

### 2.2.3. Větší dostupnost cestování

Cestování se stalo v průběhu let dostupnějším především z hlediska finančního, stejně tak jako z důvodu vzniku velkého množství cestovních kanceláří a agentur zprostředkovávajících tuzemské i zahraniční pobyty. Internetové portály hrají v dnešní době významnou roli. Vše, co je nutné udělat pro získání téměř jakéhokoliv typu dovolené, je vyhledat si možnosti nabízených pobytů online, zadat potřebné informace týkající se počtu cestujících, jejich věku a požadavků a v neposlední řadě zájezd zarezervovat či přímo zaplatit online.

V posledních letech zaznamenala městská turistika výrazné změny, kdy veřejná doprava, infrastruktura i další služby primárně vytvořeny pro využívání rezidentů nyní trpí z důvodu neustále rostoucího počtu návštěvníků (Koens, Postma, Papp, 2018).

Ubytovací servery AirBnb či Booking.com nabízejí zájemcům možnost nakonfigurovat si nejrůznější typy zájezdů či dovolenkových pobytů a jejich popularita je dle Ministerstva místního rozvoje na vzestupu. Airbnb a podobné portály usnadnily turistům hledání cenově dostupného ubytování a umožnily tak cestovat více lidem (Goodwin, 2017).

Sdílená ekonomika AirBnb znázorňuje jednu z možností ekologické a ekonomické udržitelnosti a nabízí tak cenově dostupnější ubytování s plným soukromím. Mezi výhody tohoto druhu ubytování lze zařadit snadný výdělek z hlediska pronajímatele, a především nabídka cenově dostupnějšího ubytování doprovázená snadným procesem rezervace, s čímž souvisí také navýšení počtu hostů. I tento způsob ubytování ale může nést svá rizika v podobě možného rušení nočního klidu nebo nižších příjmů pro místní ubytovací zařízení, stejně tak jako následné zvyšování nájemného pro místní obyvatelstvo a snížení nabídky trvalého bydlení (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2017).

K lepší dostupnosti cestování přispěla také možnost využití nízkonákladových leteckých společností. Za průkopníka nízkonákladových letů je považována aerolinka *Ryanair*, jejíž leteckou základnu nalezneme na letišti v irském Dublinu. *Ryanair* zprostředkovává letecká spojení napříč více než 40 zeměmi Evropy. Jedním z důvodů, proč jsou letenky zprostředkovávané touto aerolinkou cenově nenáročné je skutečnost, že *Ryanair* využívá z velké části letiště nacházející se na okrajích měst, čímž lze dosáhnout nižších poplatků i cen letenek pro cestovatele. V ceně letenky *Ryanair* je vždy zahrnuto příruční zavazadlo zdarma. (Student Agency, 2022).

#### **2.2.4. Zvyšující se oblíbenost jednotlivých míst**

I když to není na první pohled zřejmé, existuje velké množství skutečností, jež ovlivňují oblíbenost a návštěvnost jednotlivých turistických destinací.

Jedním z nich je proslavení daného místa pomocí filmového či jiného natáčení. Důvodů, proč jsou lidé destinacemi z filmů tak fascinováni, je mnoho – ať už přítomnost jejich oblíbeného herce na místě děje nebo profesionálně natočené a často také upravené snímky daných destinací. Jelikož se téměř vždy jedná o nádhernou krajinu či města s dechberoucí architekturou, není divu, že si tato místa poté mnozí chtějí prohlédnout na vlastní oči.

Na internetovém webu Quartz byl v roce 2019 reportérkou Annabelle Timsit uveřejněn článek, ve kterém je popisován vliv hudebního interpreta Justina Biebera na své fanoušky. Tento zpěvák v roce 2015 natočil v prostředí majestátního islandského kaňonu Fjadrárgljúfur



videoklip ke své skladbě I'll show you. Od té doby bylo místo zaplaveno návštěvníky a intenzita pěší turistiky ničila zdejší vegetaci. Počet návštěvníků kaňonu se mezi lety 2017 a 2018 téměř zdvojnásobil, proto byla islandská agentura pro životní prostředí v zájmu ochrany této destinace nucena k zavedení opatření ve formě uzavření kaňonu Fjadrárgljúfur až do 1. června 2019 (Quartz, 2019).

Ministerstvo životního prostředí se ve svém zpravodaji z února 2020 věnovanému problematice overturismu také zabývá skutečností, kdy filmová sláva ničí přírodu a ovlivňuje život v místech natáčení. Jedním z příkladů je dle autorů nejznámější filmový snímek z roku 1999 s názvem Pláž, nazvaný dle stejnojmenné knihy Pláž. Konkrétně se jedná o pláž Maya Bay, jež se nachází v Thajsku. Poté, co byl film odvysílán, se toto místo stalo turistickým cílem pro návštěvníky z celého světa, což s sebou přineslo i velké množství negativních dopadů, kvůli nimž musela být pláž na dva roky uzavřena. Tamní úřady, které se starají o správu daných míst byly nuceny zavést mnohá opatření, ať už v podobě zákazu kouření či úplného uzavření pláží.

V rámci negativního vlivu filmových natáčení na území České republiky poukazuje Zpravodaj také na obec Hradištko-Kersko, která se proslavila díky filmu režiséra Jiřího Menzela – Slavnosti sněženek. Nejen, že se po odvysílání tohoto filmu obec stala turisty vyhledávanou víkendovou destinací, ale mnozí s nich tu dokonce začali s výstavbou rodinných domů, což významně ovlivňuje autenticitu i atmosféru dřívější chatové osady (Zpravodaj MŽP, 2020).

Další ze skutečností podmiňujících návštěvnost daného turistického cíle může představovat také prezentace dané destinace za pomoci pořádání společenských událostí či reklamy na sociálních sítích nebo informačních portálech. Reklama a recenze jsou důležitými ukazateli oblíbenosti i návštěvnosti jednotlivých míst.

Jedním z příkladů měst, která si na své prezentaci zakládají je Český Krumlov. 16. května 2022 obdržela turistická destinace Český Krumlov Region na celostátní konferenci ISSS v Hradci Králové ocenění za druhou nejlepší turistickou prezentaci na sociálních sítích (Český Krumlov region, 2022).

### 2.3. Dopady overturismu

Cestovní ruch bezpochyby přináší mnoha místním komunitám řadu ekonomických výhod. Vedle pozitivních vlivů však turismus vede ke značným negativním dopadům projevujícím se především na životním i sociokulturním prostředí. Rostoucí počet turistů vyvíjí ale mimo jiné tlak na turistické destinace, proto je pojem overturismus chápán hlavně negativně. Pokud jsou místa zasažená overturismem, neboli „nadměrným turismem,“ jejich návštěvní kapacita je plně vyčerpána, ve většině případech přetížená.

Podle nedávné studie jsou dopady na životní prostředí z velké části důsledkem zvýšeného využívání přírodních zdrojů i energií, zařízení nebo turistických lokalit. Negativní dopady nadměrného cestovního ruchu mohou mimo jiné úzce souviset s následným odcizením místních obyvatel, se zhoršením turistického zážitku, s přetíženou infrastrukturou nebo ohrožením kulturního dědictví (McKinsey & Company & World Travel & Tourism Council, 2017).

V 8. kapitole knihy *Overtourism: Causes, Impacts and Solution* (2021), jenž nese název *As a Possible Solution of Overtourism in Destination: Alternative Tourism Movement* řadí autoři Nurhayat a Can mezi nejzásadnější dopady nadměrného cestovního ruchu rostoucí davy lidí, tlak vyvinutý na infrastrukturu, růst poptávky po energiích a vodě nebo poškozování historických památek i úbytek identity a autenticity jednotlivých míst. (Nurhayat, Can, 2021).

Dle autorky odborného článku *Nadměrný cestovní ruch: příčiny a důsledky* (2021) spadá do socio-kulturních dopadů „*přehlcení veřejných prostor v centru měst, privatizace veřejných prostranství (restaurační předzahrádky), přetížení dopravní infrastruktury, parkování, turistifikace (změna funkcí řady zařízení ze služeb pro rezidenty ve prospěch služeb pro návštěvníky)*“ (Fialová, 2021, s. 8). Negativní vlivy cestovního ruchu přispívají ke vzniku sociálních konfliktů. Autorka Fialová jako příklad uvádí možné rozdělení místní společnosti na část obyvatel, jenž na cestovním ruchu vydělávají, a část druhou, která trpí jeho negativními následky. Dalším z dopadů, jež může cestovní ruch přinášet, je narušení či zničení autenticity a typické atmosféry (tj. *genius loci*) dané turistické lokality (Fialová, 2021).

Výzkum nazvaný *Overtourism: Impact and possible policy responses* uvedl seznam možných důsledků nadměrného cestovního ruchu působícího na určité turistické destinace. Nejčastěji je zmiňována zvýšená dopravní zátěž, nárůst poptávky po energiích či pitné vodě, znečištění i zhoršení životního prostředí nebo ztráta identity a autenticity daných míst.

Overturismus dále způsobuje finanční navýšení životních nákladů pro místní obyvatele. Členění negativních dopadů nadměrného turismu se podrobněji věnuje Peeters a kolektiv, přičemž je rozděluje na dopady environmentální, ekonomické a sociokulturní (Peeters et al, 2018), které úzce souvisí s negativními vlivy cestovního ruchu, jimž se věnuje Zelenka a kolektiv (2013) i Palatková, Zichová (2012).

### 3. Možnosti předcházení overturismu

Možností, jak overturismu i jeho negativním dopadům předcházet či zcela zamezit existuje celá řada. Každá destinace potýkající se s overturismem se totiž musí vypořádat s rozdílnými problémy. Jedním z dlouhodobějších řešení je prosazování udržitelného cestovního ruchu.

#### 3.1. Udržitelný cestovní ruch

Pojem udržitelný cestovní ruch či udržitelný turismus označuje druh cestovního ruchu, který výrazněji nezasahuje do přírodního, kulturního a sociálního prostředí i v dlouhodobé perspektivě jeho realizace. Cílem udržitelného cestovního ruchu je ochrana a zachování biodiverzity, péče o životní prostředí a respektování životního stylu místních obyvatel (Zelenka a kolektiv, 2013).

Také Goodwin v zájmu regulace overturismu i odvrácení jeho negativních dopadů navrhuje zavedení udržitelného cestovního ruchu, jenž by napomohl zabránit vandalismu i znečišťování nebo poškozování krajiny (Goodwin, 2017).

Autorka Kostková ve svém projektu s názvem „Cestovní ruch“ nahlíží na trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu jako na *„takový, který zabezpečuje zajištění současných potřeb účastníků cestovního ruchu, aniž by ohrozil možnosti uspokojení potřeb generací budoucích, a přitom pomáhá rozvoji území. s přihlédnutím k šetrnému využívání přírodních a kulturních hodnot vede k dlouhodobé prosperitě dané oblasti“* (Kostková, 2013, s. 100).

Udržitelný rozvoj cestovního ruchu lze dle CzechTourismu vymezit jako ten, jež zajišťuje uspokojení současných i budoucích potřeb turistů a hostitelských regionů, a zároveň chrání a napomáhá k rozvoji daného území. (CzechTourism, 2008). Předpokládá se, že povede k takovému hospodaření se všemi zdroji, aby došlo k naplnění ekonomických, sociálních i estetických potřeb a zároveň zůstane zachována kulturní integrita, základní ekologické procesy, biologická rozmanitost a systém podpory života (UNWTO, 2007).

Udržitelný cestovní ruch tedy usiluje o snahu propojení a sjednocení všech složek životního prostředí – přírodní, sociální (lidské) i umělé (kulturní), respektuje ekologickou rovnováhu turistických destinací, jež je pro mnohé z nich charakteristická a vyznačuje se dlouhodobou perspektivou (Ecological Tourism in Europe, 2009).

### 3.1.1. Indikátory a kritéria udržitelného rozvoje cestovního ruchu

Ecological Tourism in Europe ve své odborné publikaci popisuje kritéria udržitelnosti cestovního ruchu jako cíle, kterých chceme prostřednictvím udržitelného rozvoje dosáhnout. Dále také vyjadřují stav či vylepšení vlastností regionu, určitého produktu cestovního ruchu nebo rozvoje turismu obecně. V případě splnění daných kritérií je možné konstatovat, že se jedná o rozvoj cestovního ruchu, a to udržitelným způsobem.

K měření skutečností, zda je či není/bylo či nebylo kritérium splněno bývají používány indikátory udržitelného rozvoje cestovního ruchu v podobě charakteristických znaků nebo číselných údajů ukazujících stav daného kritéria nebo jeho změnu. Každé kritérium by mělo mít alespoň jeden, lépe několik indikátorů, které lze měřit vědecky platným, a především objektivním způsobem (Ecological Tourism in Europe, 2009).

Tabulka 3: Přehled kritérií pro typologii efektů změn vyvolaných cestovním ruchem

Indikátor	způsob vytvoření a zjišťování indikátoru	příklad metod sběru dat
UNWTO 1. ochrana území	kategorie ochrany území podle indexu IUCN	záznamy správy území o jeho zařazení do určitých kategorií ochrany, mapy
UNWTO 2. stres	počty turistů (návštěvníků) navštěvujících místo (za rok, za nejnavštěvovanější měsíc)	počty turistů (návštěvníků), množství odpadu ve specifické studované oblasti
UNWTO 3. intenzita užívání	počty osob/ha v hlavní sezóně	počty návštěvníků pláží, ubytovaných hostů apod.
UNWTO 4. sociální dopady	poměr počtu turistů (návštěvníků) a místních obyvatel (v hlavní sezóně a průměrně)	počty turistů (návštěvníků) v místě, záznamy policie o přestupcích návštěvníků atd.
UNWTO 5. kontrola rozvoje	existence procedury hodnocení dopadů na ŽP (EIA) nebo formální kontroly rozvoje místa (land use) a intenzity užívání	materiály útvaru územního rozvoje, stavebního úřadu (zejména územní plán) atd.
UNWTO 6. odpadové hospodářství	množství pevného odpadu a podíl recyklovaného odpadu, kapacita a míra využití hygienických zařízení v místě	data statistických úřadů, záznamy o odvozech nákladů (počty nakládek), poměr osob / hygienických zařízení v hlavní sezóně

UNWTO 7. proces plánování	existence rozvojového regionálního plánu pro destinaci cestovního ruchu, který zahrnuje oblast cestovního ruchu	plánovací dokumentace pro regionální i místní cestovní ruch (včetně překladu)
UNWTO 8. kritické ekosystémy	počty vzácných/ohrožených biologických druhů	časové řady počtů ohrožených druhů
UNWTO 9. spokojenost spotřebitelů	míra spokojenosti návštěvníků	pravidelná dotazníková šetření (cizinci zvláště)
UNWTO 10. spokojenost místních obyvatel	míra spokojenosti místních obyvatel	pravidelný monitoring faktorů spokojenosti s vývojem cestovního ruchu
<b>Indikátory určené pro lokální úroveň</b>		
Sezónnost cestovního ruchu	poměr prodaných lůžek v hlavní a vedlejší sezóně	měsíční časové řady hostů registrovaných ubytovacích zařízení
Negativní dopady na přírodu	pytlačení, neoficiální vstupy do chráněných oblastí atd.	úřední záznamy incidentů
Degradace kulturního kapitálu	náklady náprav škod zapříčiněných turismem	data správců památek, pořadatelů festivalů atd.
<b>složené indikátory</b>		
UNWTO A: únosná kapacita	včasné varování: měření klíčových faktorů (několik složek) ovlivňujících schopnost místa absorbovat různou intenzitu cestovního ruchu	kombinace ukazatelů kvality vody, přístupu k vodě, citlivosti místa kapacity infrastruktury
UNWTO B: tlak na místo (lokalitu)	měření míry vlivu cestovního ruchu a kumulovaných vlivů dalších odvětví na dané místo, přírodní a kulturní atributy vlivu	náklady na úklid, odstranění škod, hustota využívání místa (osoby/m <sup>2</sup> ), sezónní návaly, negativní prvky chování
UNWTO C: atraktivnost	kvantitativní měření těch atributů místa, které je dělají přitažlivým pro cestovní ruch a mohou se měnit v čase	kombinace ukazatelů kvality vody, srovnávacího oceňování krajinné a socio-kulturní rozmanitosti, úroveň údržby, hodnocení návštěvníků

Zdroj: Pásková, 2014 (s. 191 – 193) Odkaz: <https://databaze.op-vk.cz/Product/Detail/60774>

### 3.1.2. Marketing udržitelného rozvoje cestovního ruchu

Pojem marketing může být označován jako „*řízený a cílený souhrn aktivit vyvažujících cíle firmy (destinace) s potřebami klientů*“ (Palatková, 2012, s. 19). Dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu začal být projednáván a postupně formulován během 60. let 20. století. Nástroje marketingu v destinaci cestovního ruchu by měly sloužit k uspokojení potřeb i

požadavků každého zákazníka. Cílovým produktem marketingového procesu je zisk, na který by měl být marketing orientován (Palatková, 2012).

Marketing udržitelného rozvoje cestovního ruchu, jinak také udržitelný marketing, je kombinací klasického přístupu k marketingu spolu s udržitelným rozvojem CR. Udržitelný marketing chápeme jako propojení procesu plánování spolu s propagací a následnou distribucí tak, aby vše vyšlo ve prospěch obou stran. Snahou je jednak šetrnost k životnímu prostředí, ale zároveň se jedná o marketing ekonomicky výhodný pro podnikatele. Ti ušetří při nejmenším za náklady na energii, jejíž spotřeba se díky nutnému zateplení budov sníží. (Marketingové komunikace a udržitelný rozvoj, 2012)

Dle Ministerstva pro místní rozvoj „*spočívá v podstatě udržitelnosti a naplnění tří základních cílů*, konkrétně zajistit:

- *sociální rozvoj, který respektuje potřeby všech*
- *účinnou ochranu životního prostředí a šetrné využívání přírodních zdrojů*
- *udržení vysoké a stabilní úrovně ekonomického růstu a zaměstnanosti“*

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, s. 6).

### **3.1.3. Demarketing**

Dalším potencionálním řešením, které lze použít k zamezení overturismu na místech, jež se s ním potýkají, je aplikace demarketingu. Jak již sám název napovídá, demarketing je přesným opakem marketingu, a vytváří tak neoddelitelnou součást udržitelného cestovního ruchu. Jedná se o aktivity, jež dočasně, občas i trvale, tlumí přílišnou poptávku po službách nebo produktech s cílem snížit negativní dopady nadměrného cestovního ruchu v daných destinacích či památkách. Autoři Zelenka a Pásková vysvětlují ve své publikaci Výkladový slovník cestovního ruchu (2012) pojem demarketing v cestovním ruchu jako „*marketing, jež může být využit mimo jiné pro snížení poptávky po destinacích CR, kde byla překročena únosná kapacita území (...)*“ (Zelenka, Pásková, 2012, s. 103).

Jak již v 9. kapitole Demarketing as a Potential Solution to Overtourism Problems in Tourism Destinations knihy Overtourism as Destination Risk (2021) zmiňují autoři Betül a Davut Kodaşovi, že jedním z nejčastějších faktorů přispívajících ke vzniku masového turismu je široká škála kompletních zájezdů organizovaných cestovními kancelářemi. Dané zájezdy

jsou následně propagovány prostřednictvím reklamních slotů během televizního vysílání, v podobě letáků nebo reklam na sociálních sítích.

Jelikož v sobě demarketing zahrnuje manipulaci s marketingovým mixem 4P, je jeho aplikace v praxi velice závažným krokem a je nutností situaci pečlivě zvážit odborníky na cílenou destinaci. Existuje řada metod demarketingu, jež je možné použít. Za účelem vyhnout se přelidnění přestanou destinace propagovat některé oblíbené lokality, které se zde nachází. V případě přírodních či kulturních památek lze omezit počet prodaných vstupenek na den, množství propagačních materiálů, popřípadě zvýšit cenu vstupenek či jiných služeb, což ovšem může negativně ovlivňovat také život místních obyvatel.

Nežádoucími účinky aplikace demarketingu může být působení na zavedené chování a preference turistů, průvodců či organizátorů zájezdů v dané destinaci (Responsible Tourism, 2019)

#### **3.1.4. Management udržitelného cestovního ruchu**

Pojem management lze definovat jako soubor veškerých činností, které jsou nezbytné k zaručení funkce organizace (Palatková 2012). Management udržitelného cestovního ruchu funguje pro destinaci udržitelného cestovního ruchu jako zajištění návštěvnosti, příjmů i konkurenceschopnosti.

Zelenka ve své publikaci uvádí manažerskou definici dlouhodobě udržitelného rozvoje cestovního ruchu, díky níž tento pojem vysvětluje svou podmíněnost řízením přírodních i společenských, obnovitelných i neobnovitelných zdrojů. Výsledek spočívá v dostatečném množství zdrojů pro rozvoj a koexistenci lidské společnosti a biosféry (Zelenka, 2015). Management udržitelného cestovního ruchu sestává z více druhů, jejichž plnění je klíčovým faktorem k prosperování jednotlivých destinací. (Zelenka, 2013)

#### **3.1.5. Destinační management**

Destinační management hraje významnou roli při rozvoji cestovního ruchu destinací, přičemž je klíčové stanovení celkové představy určité destinace. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR nahlíží na destinaci cestovního ruchu jako na cílovou oblast nacházející se v určitém regionu s vyšší koncentrací nejrůznějších služeb a atraktivit cestovního ruchu. Destinací mohou být označovány také země, regiony a další oblasti oplývající určitým potenciálem, pro něž je charakteristická velká koncentrace atraktivit i služeb cestovního ruchu a následnou vysokou koncentrací návštěvníků dané destinace (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007).



Snaha destinačního managementu spočívá především v možnosti ovlivnit a regulovat „množství, složení, a časové i prostorové rozložení poptávky v destinaci.“ Cílem destinačního managementu je dle Palatkové propojení nabídky destinace s poptávkou po destinaci za účelem uspokojení požadavků, přání i potřeb návštěvníků dané destinace, stejně tak jako vzájemná koordinace, spolupráce a řízení jednotlivých subjektů v destinaci (Palatková, 2012).

Mezi nejdůležitější faktory značně působící na oblast rozvoje cestovního ruchu v destinaci patří schopnost destinace podporovat vlastní rozvoj a neustále uzpůsobovat své zdroje, spolupracovat a navazovat kontakty s ostatními destinacemi a také schopnost destinace rychle se přizpůsobit novým změnám či podniknutým krokům. Destinační management využívá principů udržitelného rozvoje cestovního ruchu a projevuje snahu o vyváženost mezi ekonomickým, environmentálním, socio-kulturním prostředím cestovního ruchu (Zelenka a kolektiv, 2013)

### **3.1.6. Návštěvnícký management**

Návštěvnícký management zajišťuje dlouhodobě plánovitý a propracovaný přístup, jehož záměr spočívá v optimalizování počtů návštěvníků především v oblastech chráněných území a snížení dopadů cestovního ruchu na environmentální prostředí destinací. Cílem návštěvníckého managementu je regulace toku návštěvníků spolu se snahou poučit návštěvníky o chování v oblastech kulturních i přírodních památek. (Zelenka a kolektiv, 2013)

Nutností k dosažení žádoucího stavu, postupného vývoje i minimalizace dopadů cestovního ruchu v oblasti chráněného území je zhotovení metodického návodu zahrnujícího následující data:

- *„Sledování stavu a vývoje cestovního ruchu v chráněném území (vzhledem k dopadům na předmět ochrany přírody a krajiny)*
- *Provádění systematického výzkumu dopadů návštěvnosti na jednotlivé lokality v chráněném území*
- *Zhodnocení únosné kapacity jednotlivých lokalit chráněného území*
- *Provedení situační analýzy cestovního ruchu v chráněném území*
- *Provedení analýzy nástrojů regulace a poté možností její realizace*
- *Systematické motivování aktérů cestovního ruchu v chráněném území k preferenci ekologicky vhodných forem cestovního ruchu*
- *Využívání příkladů dobré praxe“ (Pásková, 2014, s. 210-213).*

## 4. Metodika práce

Pojem metodologie označuje systematizaci, navrhování či posuzování strategií a metod výzkumu. Zabývá se otázkami z vědních disciplín i specifickými postupy použitými v dané disciplíně. Při provádění výzkumu a řešení otázek s ním spojených jsou obecně používány dvě hlavní metody, které jsou dány dvojicemi: analýza a syntéza, induktivní postup a deduktivní postup. (Hendl, 2005)

Hlavní metodou výzkumu využívanou v této bakalářské práci je sběr dat týkajících se overturismu, jeho projevů na území ČR a následná analýza získaných informací o problematice overturismu na konkrétních místech v České republice.

### 4.1. Kvalitativní výzkum

Důvodem výběru kvalitativního výzkumu pro mou bakalářskou práci je snaha o hlubší porozumění zkoumaného tématu overturismu, a především snaha o poskytnutí komplexního obrazu této problematiky. Cílem kvalitativního výzkumu je sběr všech dostupných dat, jež souvisejí s overturismem, ale především s místy, která se s tímto problémem potýkají a případně, jak ho řeší.

Nejčastější způsob, jenž je ke kvalitativnímu výzkumu používán, spočívá ve výběru tématu výzkumu a stanovení základní výzkumné otázky, kterou se chce výzkumník zabývat. Další – doplňující – otázky lze v průběhu výzkumu, shromažďování dat i jejich analýzy následně upravovat a doplňovat, díky čemuž bývá tento typ výzkumu označován jako pružný (Hendl, 2005).

Nejdůležitější část samotného výzkumu představuje stanovení jeho cílů, v mém případě zmapování míst v České republice, která se potýkají s overturismem a navrhnout možná řešení, jež by pomohla k jeho předcházení.

Mezi zdroje, ze kterých čerpám nejčastěji, patří převážně internetové publikace (např. Zpravodaj MŽP), místní zpravodaje i online weby (Aktuálně.cz, Seznam Zprávy.cz, Český rozhlas.cz, Deník.cz aj.), které o situaci na jednotlivých místech informují. Značnou inspiraci pro mě představují také webové stránky daných památek (Prague City Tourism, Český Krumlov region.cz, Hora Sněžka.cz aj.), kde lze najít údaje o návštěvnosti, sezónní aktuality i seznam nabízených služeb. Z velké části jsem také čerpala z webových stránek agentury CzechTourism.cz či portálu ČSÚ.cz.

#### 4.1.1. Analýza kvalitativních dat

Autoři Šed'ová a Švaříček ve své publikaci zmiňují, že se kvalitativní výzkum vyznačuje specifickým způsobem zacházení se získanými daty (Šed'ová, Švaříček, 2007).

Náplň práce kvalitativního výzkumníka spočívá ve sběru jednotlivých dat a v jejich analýze. Shromažďování dat, jejich analýza a učinění rozhodnutí, jaké výsledky výzkumník potřebuje probíhají současně a jsou následovány dalším sběrem dat i analýzou. Během celého procesu výzkumu jsou výzkumníkem přezkoumávány vlastní domněnky i závěry a on sám je oprávněn publikovat návrh teorie o fenoménu, jehož pozorováním se zabýval.

Výzkum pro účely této bakalářské práce probíhal primárně během roku 2022 a začátku roku 2023, kdy se uskutečnil sběr dat týkajících se míst zasažených overturismem i aplikovaných řešení, která se již nyní pro jeho regulaci používají. Následovala analýza získaných informací. Celý výzkum se zaměřil na období před vznikem koronavirové pandemie.

Mezi přednosti kvalitativního výzkumu se dle Hendla řadí možnost získání detailního popisu a vhledu při zkoumání jedince, skupiny, události nebo fenoménu, jako je tomu v tomto případě. Kvalitativní výzkum umožňuje prozkoumat fenomén v jeho přirozeném prostředí, přinášet návrhy teorií a je vhodný především při počátečním zkoumání určitých fenoménů, protože se zabývá také otázkou, proč se zkoumaný fenomén objevil, což lze přesně aplikovat na problematiku overturismu, jíž se zabývám. Negativa kvalitativního výzkumu spočívají v časové náročnosti plnění jednotlivých částí, z nichž je složen. Z důvodu práce pouze s omezeným počtem osob a často pouze na jednom určitém místě se tato výzkumná metoda potýká s obtížemi ohledně zobecňování získaných výsledků (Hendl, 2005).

## 5. Místa v České republice nejvíce zasažená overturismem

Navzdory skutečnosti, že s sebou cestovní ruch přináší do jednotlivých destinací kromě potřebných financí také pracovní místa, neustále se zvyšující počty turistů způsobují především znečištění životního prostředí či rušení vzácných nebo chráněných zvířat na mnoha místech. (Seznam Zprávy, 2021)

Místa potýkající se s overturismem lze definovat jako destinace, kde mají hostitelé, hosté, místní obyvatelé ale také návštěvníci pocit, že se zde nachází příliš mnoho turistů, a především, že se zhoršila kvalita života v dané oblasti stejně tak jako kvalita získávaných zážitků (Goodwin, 2018).

Ve spojitosti s overturismem je často zmiňován pojem *fear of missing out syndrom*, který pojmenovává strach ze situace, že všichni již dané místo navštívili a my jsme ti poslední, kteří zde ještě nebyli. Tím pádem máme pocit, že něco zmeškáme a místo či památku jedeme kolikrát bezmyšlenkovitě navštívit. Díky této skutečnosti se mnohdy vytrácí vzdělávací funkce turismu, jež by měla být jeho nedílnou součástí.

Mezi další z hlavních faktorů, který vznik overturismu značně podporuje a usnadňuje, lze zařadit snadnou dostupnost veškerých míst, ať už automobilovou, autobusovou či vlakovou dopravou. U téměř každé památky nalezneme prostorné parkoviště, kde – i když ve většině za vysokou částku – lze bez problému zaparkovat auto, autobus nebo jiné motorové vozidlo a pokračovat směrem k našemu stanovenému cíli. Horší ale je, že tato příčina vzniku overturismu není snadno odstranitelná a lidé jí nejspíše ani odstranit nechtějí. (Seznam Zprávy, 2022)



Obrázek 2: Obyvatelé Barcelony protestující proti nadměrnému množství turistů

Zdroj: <https://www.bbc.com/news/world-europe-40826257>

Následující tabulka zobrazuje nejnavštěvovanější turistické cíle České republiky za rok 2019. První tři příčky obsadilo město Praha, a to svými nejznámějšími atrakcemi, které hlavní město ČR nabízí.

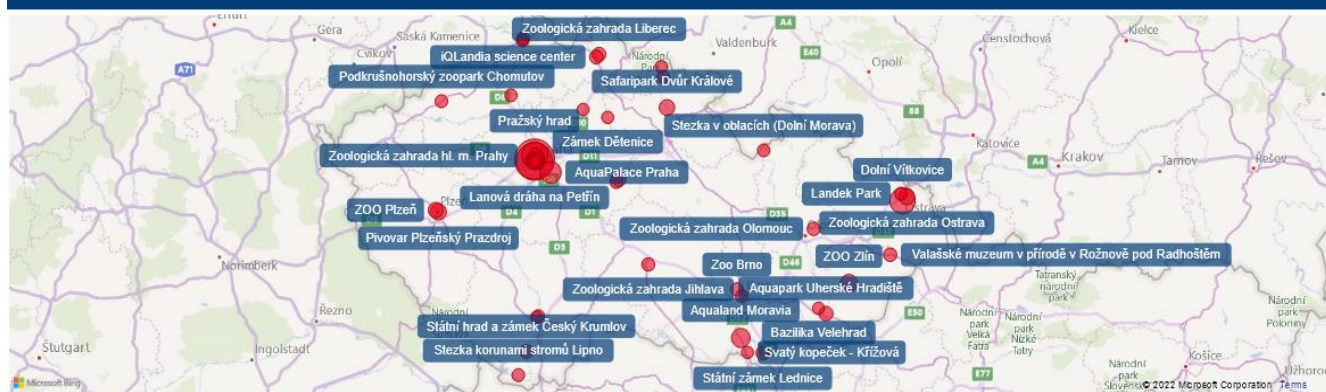
Tabulka 4: 15 nejnavštěvovanějších turistických cílů v České republice (podle počtu registrovaných návštěvníků):

Pořadí	Název turistického cíle
1.	Pražský hrad, Praha
2.	Lanová dráha na Petřín, Praha
3.	Zoologická zahrada Praha, Praha
4.	Dolní Vítkovice, Ostrava
5.	AquaPalace Praha, Praha
6.	Aqualand Moravia, Pasohlávky
7.	Petřínská rozhledna, Praha
8.	Starý hřbitov (Pinkasova synagoga), Praha
9.	Zoologická zahrada Zlín (Lešná), Zlín
10.	Staroměstská radnice, Praha
11.	Pivovar Plzeňský Prazdroj, Plzeň
12.	Zoologická zahrada Ostrava, Ostrava
13.	Zoologická zahrada Dvůr Králové, Dvůr Králové
14.	Zoologická zahrada Plzeň, Plzeň
15.	Klausová synagoga, Praha

Zdroj: CzechTourism (vlastní úpravy) Dostupné z:

<https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/doprava/turismus-cr-2020/r~32b30ac49a8811ea95caac1f6b220ee8/>

## NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍ TURISTICKÉ CÍLE



Pražský hrad	Zoologická zahrada hl. m. Prahy	AquaPalace Praha	Staroměstská r...	Pivovar Pízeňský...	Kostnice (Se...	Státní zám...	Bludiště na ...	Zoo Brno	Lanová dr...	Edm...	Pam...	Stát...	VID...
2 587,5	1 456,5	1 013,9	695,2	591,7	482,6	389,4	371,6	331,3	310,0				
		Aqualand Moravia	ZOO Zlín	Zoologická zahr...	Klausová sy...	Státní hra...	Valašské mu...	Maiselova ...	Soutěský ...	298,8	296,2	292,9	287,8
				580,1	440,4	386,3	364,1	326,3	307,2	Veletržní pa...	Prav...	Králo...	
				Safaripark Dvůr ...	Aquaspark U...	iQLandia s...	Zoologická z...	Podkrušno...	Stezka kor...				
				541,9	428,1	382,0	348,2	316,3	305,3	Jihočeská z...	270,2	267,7	
				ZOO Pízeň	Zoologická ...	Botanická ...	Chrást svatě...	Národní íe...	Landek Park	Staronová ...	Zámek ...		
				505,0	402,2	376,3	347,5	312,0	304,6		265,7		
							Zoologická z...	Stezka v o...	300,0	ŠKODA Mu...	Svatý ko...		
							346,6	310,7			261,2	25...	

CzechTourism

Obrázek 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle ČR v roce 2019

Zdroj: Czech Tourism

[https://www.facebook.com/agenturaczechtourism/photos/a.660045904018350/3084101118279471/?paipv=0&eav=AfbXkj02VUJB49UDDv45sFpZ5wVTb3iBnLYcuwyYt7bToJv7N7r1bNl6XJh\\_EMYT9ww&\\_rdr](https://www.facebook.com/agenturaczechtourism/photos/a.660045904018350/3084101118279471/?paipv=0&eav=AfbXkj02VUJB49UDDv45sFpZ5wVTb3iBnLYcuwyYt7bToJv7N7r1bNl6XJh_EMYT9ww&_rdr)

## 5.1. Kulturní památky

### 5.1.1. Praha

Praha je bezpochyby nejnavštěvovanějším místem České republiky. Vypovídají o tom také výsledky analýzy s názvem „Městský cestovní ruch a jeho dopad,“ publikované v roce 2019 na vyžádání organizace Světová rada pro cestování a cestovní ruch (WTTC). Praha byla zařazena mezi města s vysokou dynamikou nárůstu cestovního ruchu čelící značnému nátlaku (World Travel & Tourism Council, 2019).

Již v roce 2012 čelilo toto město i se svými pamětihodnostmi náporu 5 726 454 hostů. V tomto roce lákala Praha především zahraniční návštěvníky z Německa, Ruska, Ameriky či Itálie. Průměrná délka pobytu činila 3,5 dne. Dle webu *Deník.cz* obsadila Praha a její památky prvních šest příček v kategorii nejnavštěvovanějších památek ČR za rok 2017 (*Deník.cz*, 2018). O 2 roky později, v roce 2019, celkový počet příjezdů stoupl na 8 044 324, zatímco národnostní složení návštěvníků zůstalo téměř stejné a průměrná doba pobytu klesla na 3,3 dnů. Dle článku na webu *Pražský patriot* nechce Praha znovu překročit počet osmi milionů návštěvníků během jednoho roku. Hana Třeštíková, radní pro kulturu a cestovní ruch, uvedla,

že by se do budoucna město chtělo zaměřit především na rodiny s dětmi, pořadatele veletrhů či seniory, pro které je spíše typický pobyt na delší dobu, s čímž je spojené také zanechání většího finančního obnosu. Hlavním problémem města Prahy jakožto příjezdové destinace je široká škála nabízených nízkonákladových letů, které jsou často spojené s tzv. *alkoturismem*. Jedná se o druh cestování do jiných zemí provozovaný za účelem pořádání rozlučkových či jiných oslav, které jsou úzce spjaty s požíváním alkoholu. Alkohol je v cílových destinacích alkoturistů značně lacinější. Ve snaze postavit se této situaci začala v polovině října roku 2021 marketingová organizace Prague City Tourism s realizací digitální kampaně *Stay in Prague*, jejíž hlavní záměr spočíval v podpoře příjezdového cestovního ruchu a snaze poukázat na Prahu jako na klidnou destinaci vhodnou pro rodiny i starší osoby. Organizace Prague City Tourism kampaň zprostředkovala za pomoci podpory Letiště Praha a Asociace hotelů a restaurací ČR. Stěžejní v celém projektu byla skutečnost, že cílil na potenciální návštěvníky starší 35 let. Výsledkem kampaně se jevil především fakt, že se Praha ke konci roku 2021 stala vyhledávanější a navštěvovanější destinací než nedaleký Berlín či Vídeň. (Pražský patriot, 2022)

Mezi nejoblíbenější a nejhojněji navštěvované pražské památky řadíme dle *Přehledu návštěvnosti turistických cílů* Agentury CzechTourism Pražský hrad a Lanovou dráhu na Petřín. (Czech Tourism)

Ovšem nejvyšší koncentrace turistů je znatelná v celém historickém centru města, tudíž nejvíce v městské části Praha 1, kde nalezneme většinu z nejvyhledávanějších památek města Prahy.

#### **5.1.1.1. Pražský hrad**

Pražský hrad je celosvětově největším souvislým hradním komplexem rozprostírajícím se na ploše necelých 70 000 m<sup>2</sup>. Jedná se o soubor paláců a církevních staveb, kdy nejstarší z nich pocházejí již z 10. století. Zmapováním návštěvnosti památek hlavního města Prahy se mimo jiné zabývá i agentura Prague City Tourism<sup>4</sup>. Mezi lety 2000 – 2008 se nejvyšší počet návštěvníků na Pražský hrad dostavil během roku 2005, konkrétně s 2 100 000 hostů. Pražský hrad se během let 2007 - 2012 stal jednou z nejnavštěvovanějších památek ze seznamu UNESCO. Dle statistiky návštěvnosti za rok 2015 prošlo areálem 7 421 000 návštěvníků, z nichž za návštěvu Pražského hradu zaplatilo 1 875 814 z nich. V roce 2019 tuto dominantu navštívilo 2 587 500 lidí.

### 5.1.1.2. Lanová dráha na Petřín

Jedná se o významnou technickou památku, a především českými i zahraničními hosty hojně vyhledávaný cíl. Provoz Petřínské lanové dráhy byl zahájen již v roce 1891. Jednalo se o nejdelsí lanovou dráhu tehdejšího Rakouska-Uherska. Její podoba byla v průběhu let pozměněna i na dvě desítky let zastavena. Návštěvníci využívají Petřínskou lanovku jako prostředek dopravy, který je dopraví nejen k Petřínské rozhledně, ale také k Zrcadlovému bludišti, ke kostelu sv. Vavřince nebo ke Štefánikově hvězdárně (Tyrkys, 2021). Návštěvnost lanové dráhy na Petřín během několika let rapidně stoupla. V roce 2015 se jednalo o 1 479 926 návštěvníků, kteří jejích služeb využili, zatímco o 3 roky později se stala turistickým cílem 2 032 300 návštěvníků. Následující rok se lanovou dráhou na Petřínskou rozhlednu nechalo vyvést ještě téměř o 300 000 více návštěvníků. (Czech Tourism, 2015, 2018, 2019).

### 5.1.2. Český Krumlov

Český Krumlov je hojně navštěvován turisty nejen z České republiky. Každoročně toto město navštíví zhruba dva miliony návštěvníků a jejich cílem je nejčastěji historické centrum města spojené s návštěvou státního hradu a zámku. Turismus je v této destinaci podporován také z důvodu tradice vodáctví na řece Vltavě skrz historické jádro Krumlova (Rafting Krumlov, 2022). Dle článku z roku 2019 na webu *Aktuálně.cz* „Český Krumlov nedávno oznámil, že navzdory kritice i neúnosnému počtu příjíždějících investuje do propagace na turistických veletrzích a reklamy svých slavností ročně téměř dva miliony korun. Z toho 1,5 milionu dá na rozvoj cestovního ruchu.“ Město Český Krumlov vnímá cestovní ruch podle slov místostarosty Mgr. Martina Háka jako zdroj pracovních příležitostí, nikoliv jako hrozbu (Aktuálně.cz, 2019). Mezi lety 2015, 2016 a 2017 se návštěvnost postupně z 401 555 návštěvníků navýšila na 428 844 v roce 2016 a roku 2017 dosáhla počtu 466 429 hostů.



### 5.1.3. Státní zámek Hluboká nad Vltavou

V letech 2017 a 2018 čítala návštěvnost této památky v průměru 290 000 turistů (Kudyznudy.cz, Czech Tourism, 2019). Jedná o se o jeden z nejnavštěvovanějších památkových objektů v České republice. Dle výpovědi kastelána Martina Slaby pro *Deník.cz* je důvodem návštěvy pro většinu návštěvníků především pohádková podoba zámku. Během letních měsíců si vstupenku na alespoň jeden z okruhů zakoupí nejméně 2000 návštěvníků denně. Zámek je mimo vánoční svátky a na Nový rok otevřen celoročně. Rekord v návštěvnosti za rok 2019 připadl na 13. srpen, kdy si vstup zakoupilo 2 845 osob (Deník.cz, 2019).

## 5.2. Přírodní památky

### 5.2.1. Adršpašsko-teplické skály

Adršpašsko-teplické skály se na žebříčku návštěvnosti památek Královehradeckého kraje řadí již na druhou příčku a jedná se o jedno z nejoblíbenějších míst v České republice. Národní přírodní rezervace vznikla již v roce 1933. Památka se nachází v regionu Broumovsko a představuje největší celistvé skalní město, jaké lze ve střední Evropě navštívit. V roce 2019 hostily Adršpašsko-teplické skály více než 530 000 návštěvníků. S nadměrným počtem návštěvníků přírodní památky se pojí nadměrné dopravní zatížení zde i v okolí, kdy často dochází k přetížení parkovacích ploch určených návštěvníkům.



Obrázek 4: Fronta návštěvníků čekajících na vstup do Adršpašsko-teplických skal

Autor: Martin Veselý, MAFRA

Zdroj: [https://1gr.cz/fotky/idnes/18/051/org/TUU73106d\\_ve3k18hk4.jpg](https://1gr.cz/fotky/idnes/18/051/org/TUU73106d_ve3k18hk4.jpg)

### 5.2.2. Sněžka

Krkonoše se s 11 miliony návštěvníků ročně řadí k nejnavštěvovanějším chráněným územím Evropy, díky čemuž se Sněžka, nejvyšší vrchol České republiky, celoročně těší velkému zájmu. Nejenže se jedná o oblíbený turistický cíl jak v letních, tak i zimních měsících, ale mezi návštěvníky vzrostla obliba nočních procházek po horách. Zvěř zde tedy nemá téměř žádné období úplného klidu (Český rozhlas, 2022). Již v roce 2011 hlásily Krkonoše enormní přísun návštěvníků, kdy na Sněžku denně vyšplhalo až 10 000 z nich.

Hojně využívanou možností, jak se pohodlně dostat až na vrchol Sněžky, je zaplacení si jízdenky na lanovou dráhu vedoucí z Pece pod Sněžkou až na samotný vrchol nejvyšší hory ČR. Jedná se o osobní visutou jednolanovou kabinkovou lanovku, která prošla mezi roky 2011 – 2013 rozsáhlou rekonstrukcí, jejíž cena se vyšplhala až na 230 miliónů korun.

Krkonošský národní park se pyšní skutečností, že nově zrekonstruovaná lanovka dodržuje velice přísné podmínky týkající se staveb v chráněných krajinných oblastech. Během jedné hodiny je lanová dráha schopna přepravit až 250 návštěvníků, a to s převýšením o 508 metrů ve spodním úseku. Lanovka je v provozu denně od 8:00 – 18:00 hodin mimo sezónu (tudíž 1. říjen – 30. duben), v sezóně pak od 8:00 – 19:00 hodin. Provozní doba se ovšem může měnit v závislosti na změnách počasí. Cena jízdy lanovkou na Sněžku a zpět činí pro dospělého 390 Kč, pro děti do 10 let poté 180Kč. (Hora Sněžka.cz, 2022)

### 5.2.3. České Švýcarsko

Roční návštěvnost Národního parku České Švýcarsko se pohybuje okolo 400 000 návštěvníků. Poplatek spojený se vstupem do této oblasti je vybírán od 19. století. Tiskový mluvčí Národního parku České Švýcarsko Tomáš Salov uvedl pro internetový portál Aktuálně.cz, že návštěvníků posledních pět let neustále přibývá. Jako hlavní důvody uvádí nejen správně zvolenou propagaci, ale i příznivé počasí nebo velkou oblibu národního parku jak na české, tak i německé straně. K popularitě přispívá mimo jiné také rostoucí kvalita nabízených služeb, výhodné umístění památky ve smyslu dobré dopravní dostupnosti nebo velké množství turistických stezek. Mluvčí národního parku také potvrdil, že s sebou velká návštěvnost přináší také množství negativních dopadů, jež se nejvíce podepisují na místních obyvatelích i chalupářích. Občas přicházejí stížnosti i z řad návštěvníků samotných (Aktuálně.cz, 2019). Národní park České Švýcarsko již 17. rokem 24 hodin denně monitoruje návštěvnost tohoto území, a to konkrétně za pomoci automatických sčítačů. Jedná se o nejdéle prováděný monitoring velkoplošných chráněných území České republiky. Dle pozorování

vývoje návštěvnosti mezi lety 2009 až 2019 lze vyzorovat její postupný nárůst. V roce 2019 navštívilo České Švýcarsko více než 1 000 000 návštěvníků.



Obrázek 5: Problém s nárůstem individuální automobilové dopravy Zdroj: Ochrana přírody, Richard Nagel; Dostupné z: <https://www.casopis.ochranaprirody.cz/zamereno-na-verejnost/pocitame-sledujeme-hodnotime/>

## 6. Možnosti předcházení overturismu ve vybraných destinacích

Možností, jak overturismu předcházet nebo zcela zamezit jeho vzniku je mnoho, jelikož se nejedná pouze o jednu příčinu, která za tímto problémem stojí. Enormní přísun návštěvníků může být podmíněn mnoha faktory. Dle Ministerstva životního prostředí není podniknutí kroků typu uzavření lokalit potýkajících se s overturismem nebo se řešení problému vyhýbat ani trvalým, ani adekvátním východiskem. Proto za pomoci národních parků usilují o najetí jiného způsobu, jak postupnému ničení přírody i památek na území České republiky předcházet (Zpravodaj MŽP, 2020).

### 6.1. Nástroje k předcházení overturismu:

- Demarketing
- Navýšení cen (vstupné, parkovné, poskytované služby)
- Zavedení doplňkových poplatků
- Udržitelný cestovní ruch

Geoekolog z Přírodovědecké fakulty Ostravské univerzity Jan Lenart uvedl v rozhovoru s Janettou Němcovou pro portál *iRozhlas.cz* jako jeden z možných nástrojů řešení problematiky overturismu snahu o osvětu týkající se nadměrného turismu, tudíž intenzivněji o daném problému informovat. Jako další možnost navrhl *zonaci turistické dostupnosti*, díky níž lze „*dlouhá území vymezit na sektory*.“ Lenart popisuje svůj návrh tak, že na začátek území se může dostat každý z důvodu rozlehlých parkovišť. Následně by mohli být do další části území návštěvníci přepraveni za určitý peněžní obnos ekologickým autobusem a na konec údolí by se byli schopni dostat pouze ti, kteří se vydají daleko pěšky spolu se svými zavazadly a občerstvením, které v cílové části údolí nebude poskytováno. (iRozhlas, 2022)

Jak bylo již zmíněno, způsobů, jak zamezit nadměrné návštěvnosti či ji alespoň zmírnit existuje celá řada. Dalším z nich, používaným v České republice i v zahraničí, je aplikace demarketingu ve snaze zamezit propagaci návštěvníky vytížených míst. V tomto případě dochází ke zvyšování povědomí veřejnosti o místech, jež nejsou tolik známá právě s cílem rozmístit návštěvníky také do jiných lokalit.

Jeden z nejdůležitějších aspektů předcházení overturismu představuje bezpochyby regulace návštěvníků známých míst. V tomto případě lze podotknout několik způsobů, jak regulaci provádět. Jedním z nich je zavedení možnosti zakoupit si vstupenky online, a to s určitým předstihem. Motivací zakoupení online vstupenek může být například jejich zvýhodnění

cena, možnost přednostního vstupu, a především jistota vstupu jako takového, co se kapacity týče. Dalším nástrojem regulace návštěvnosti může být také navýšení cen vstupu i jednotlivých služeb. Nejčastěji se jedná o vysoký poplatek za parkování, vstup či doplňkové služby v podobě ubytování, stravování či dopravy.

Na místech, kde vstup není zpoplatněn, je regulace počtu návštěvníků značně složitější. V tomto případě je jedním z možných řešení jednak alespoň umístění automatických sčítačů, díky nimž lze pozorovat početní návštěvnost daných lokalit, stejně tak jako ochrana tamní vegetace i živočichů za pomoci instalace ochranných sítí. Města s bohatým kulturním dědictvím požadují zvláštní poplatky pro zájezdové autobusy, které návštěvníky dopravují přímo do jejich historického centra.

Ve snaze zmírnit negativní následky overturismu, a především k němu nepřispívat by mělo být zahrnuto ohleduplné chování nejen v přírodě, ale také v historických centrech měst. Je důležité dbát na čistotu svého okolí a neodhazovat odpadky na místa, kam nejsou určeny. Jedinec, který se o problematiku overturismu zajímá a nechce ji svými činy podporovat vyhledává a navštěvuje místa s nižším počtem turistů, velice často méně známé lokality. Zavádění jednotlivých opatření, která mají napomoci k regulaci návštěvníků a zamezit vzniku overturismu se v daných lokalitách liší, a proto města, památky či přírodní rezervace aplikují právě ty postupy, jež mají největší potenciál k úspěchu.

## **6.2. Praha**

Za jednu z nejefektivnějších metod, které lze k boji proti overturismu a jeho dopadům použít, je považována metoda navyšování cen vstupů i poskytovaných služeb, stejně tak jako snížení celkové propagace města Prahy. Dalším nabízejícím se řešením je naopak investice do marketingu jiných míst v České republice, která mají potenciál k rozvoji návštěvnosti, ale nejsou dostatečně propagována. (Glamour Cabaret)

Za účelem zachování Prahy atraktivním místem jednak pro residenty, ale i pro turisty, začalo město v roce 2020 s realizací komplexní koncepce udržitelného cestovního ruchu. Jedná se o aplikaci implementačního plánu, díky němuž lze kontrolovat postupy a strategie jednotlivých městských částí. (Prague City Tourism, 2023)

Součástí koncepce udržitelného cestovního ruchu představuje implementace černých židlí a stolů na veřejná místa, kde místní obyvatelé, turisté či návštěvníci tráví nejvíce času. V současné době židle a stoly nalezneme po celém městě – na náměstích, v parcích, ulicích i na náplavkách. Jedná se o způsob, jak cíleně vytvořit ideální předpoklady pro oživení veřejných

prostranství a povzbudit jejich uživatele k posezení, navázání kontaktů s ostatními či možnosti stolních her na čerstvém vzduchu. Celý projekt nese název Pražské židle & stolky a funguje již od roku 2016. (Kreativní Praha)

Regulace návštěvnosti hlavního města Prahy není jednoduše řešitelných problémem. Možností, jak nadměrný turismus v této lokalitě omezit, by mohla být značná redukce nízkonákladových letů či zvýšení ceny alkoholických nápojů, díky čemuž je Praha velice často cílovou destinací. Navrhovala bych také navýšení cen za ubytování v historickém centru města a cen vstupů na nejvytíženější pražské památky. Z důvodu rozmanitosti ve všech směrech, kterou se Praha může pyšnit, je plošná regulace návštěvníků velice obtížným tématem.

### **6.3. Český Krumlov**

Také vedení města Český Krumlov se rozhodlo pro získání větší kontroly nad množstvím příjezdějících autobusů, turistů či návštěvníků, kteří se zde pohybují. Dle webu Aktuálně.cz byl vedením města zaveden poplatek, jenž má regulovat počet výletních či zájezdových autobusů. Za každé vyložení i naložení turistů v tomto městě je nutno uhradit poplatek 750 Kč. Záměrem zavedení daného poplatku je krom regulace autobusů také snaha o omezení jednodenních návštěvníků, kteří do dané destinace nepřispějí téměř žádnými finančními prostředky. (Aktuálně.cz, 2019)

Za účelem omezit také automobilovou dopravu a parkování automobilů uvnitř historického centra Českého Krumlova, zavedlo město vysoké denní poplatky za parkovné pro návštěvníky i turisty.

Nástroj pro kontrolu nad návštěvností Českého Krumlova by mohl dle mého názoru představovat zpoplatněný vstup do centra města pro každého návštěvníka. Pokud by se jednalo o turisty ubytované v hotelu či penzionu v Českém Krumlově, ti by za vstup platit nemuseli. V každém z ubytovacích zařízení by totiž obdrželi kartu turisty, se kterou by měli vstup zdarma. Tento způsob regulace hostů Českého Krumlova by ovšem vyžadoval složité přípravy před jeho realizací, například ohraničení historického centra měst, do nějž by byl vstup pro návštěvníky zpoplatněn.

### **6.4. Krkonoše**

Oblast východních Krkonoš uvedla v červnu roku 2022 na trh nový produkt s názvem „karta hosta.“ Dle destinační společnosti Krajina pod Sněžkou, jež stojí za vznikem daného projektu, představuje karta hosta především nástroj, jak efektivně rozmístit návštěvníky a

nasměrovat je i do méně vytížených oblastí. Karta hosta byla ve fázi testování nabízena v období od června do srpna pouze turistům, kteří se ubytovali v Trutnově, Žacléři nebo Mladých Bukách. Destinační společnost Krajina pod Sněžkou na podzim roku 2022 rozšířila nabídku karet hosta do dalších 9 obcí ve východních Krkonoších. Jakub Rus, ředitel svazku Krajina pod Sněžkou, popsal v červnovém vydání Mladé Fronty Dnes kartu hosta slovy „Není to jen slevová karta.“ Mezi hlavní přínosy nabízeného produktu lze vyjma regulace turistů zařadit možnost zakoupení výhodnějších vstupů do určitých památek či rezervaci termínu prohlídek. (Mladá Fronta Dnes – 2022).

Vyjma karty hosta, která již na území Krkonošského národního parku funguje, by bylo v rámci KRNAPU možné na určitou dobu uzavřít, alespoň za pomoci ohraničení, části krajiny, jež jsou nadměrnou koncentrací turistů nejvíce poškozeny, a umožnit tak tamní flóře i fauně jejich obnovu a regeneraci. Důležité by bylo informovat o této skutečnosti také budoucí návštěvníky Krkonošského národního parku, kteří by svůj záměr návštěvy poté mohli přehodnotit nebo se alespoň těmto místům vyvarovat. Další způsob, jak přinejmenším zamezit negativním dopadům nadměrného turismu v této oblasti, je umístění většího množství odpadkových košů na místa, kde se návštěvníků shlukuje nejvíce. Řešení častého porušování pravidel týkajících se pěší turistiky po vyznačených trasách a následné ničení místní vegetace by mohlo představovat umístění většího množství kamer či používání dronů pro kontrolu pohybu hostů po celém národním parku. Z důvodu rozlehlosti Krkonošského národního parku je ovšem plošné omezení pro celou lokalitu velice náročné zrealizovat.



Obrázek 6: Fronta čekajících na lanovku na Sněžku

Autor: Veselý, MAFRA (2019)

Zdroj: [https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/turiste-snezka-navstevnost-lanovka-fronty-krkonose-kralovehradecky-cestovni-ruch.A190823\\_145447\\_hradec-zpravy\\_tuu](https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/turiste-snezka-navstevnost-lanovka-fronty-krkonose-kralovehradecky-cestovni-ruch.A190823_145447_hradec-zpravy_tuu)

Jako optimální řešení problematiky overturismu v této lokalitě se jeví také aplikace udržitelného cestovního ruchu, jehož hlavní myšlenka spočívá v optimálním využití přírodních zdrojů, stejně tak jako v toleranci vůči danému prostředí i v možnosti přiměřeného využití potenciálu navštěvovaného místa k přivýdělku. Dle mého názoru se zde naskytuje možnost využití průvodcovských služeb, jež by mohly být poskytovány místními obyvateli, kteří krajinu nejlépe znají. Průvodci by provedli návštěvníky lokalitami, které možná nejsou tolik známé, ovšem pouze z důvodu nedostatku jejich propagace, díky čemuž by se koncentrace návštěvníků rozmístila po větší ploše. Dále by byly hostům nabízeny možnosti stravování v nedalekých místních podnicích provozovaných rezidenty i s případným noclehem. Celá tato koncepce by si kladla za cíl adekvátně propojit potenciál krajiny, regulaci vstupů na místa, jež k tomu nejsou určena, spolu se znalostmi místních a možností výtěžku právě pro rezidenty.

#### **6.4.1. Sněžka**

Strážci Krkonošského národního parku na polské straně Krkonoš omezili pohyb po některých z turistických tras. Ředitel polského národního parku pro zpravodajský portál ČT24 uvedl, že se dle jeho názoru množství turistů navštěvujících Sněžku v letních měsících blíží hranici únosnosti (ČT24, 2011). Z důvodu lepšího přehledu o počtu osob pohybujících se na území Krkonošského národního parku rozmístilo jeho vedení po celé ploše KRNAPU 27 automatických sčítačů, díky nimž se zjistilo, že návštěvnost Krkonoš ve srovnání s předešlými roky stoupla (Deník.cz, 2020).

Jak uvádí mnoho informačních portálů, včetně Zpravodaje MŽP, bylo na vrcholu Sněžky i na některých z vyznačených turistických cest v Krkonoších v červu roku 2021 nutno instalovat ochranné oranžové sítě z důvodu předcházení poškozování a znečišťování okolní přírody (Zpravodaj MŽP, 2020).

Způsobů, jak návštěvnost Sněžky či celého KRNAPU omezit nebo alespoň regulovat, se může jevit mnoho. Jejich realizace ovšem není tak snadná už jen z toho důvodu, že národní park není nijak ohraničen.

Ve snaze zmírnit vysokou návštěvnost vrcholu Sněžky bych doporučila omezení provozní doby lanové dráhy, která je mnohými návštěvníky hojně využívána. Lanová dráha by byla v provozu mezi 9:00 – 11:00 hodinou dopoledne, odpoledne poté v čase mezi 15:00 – 17:00 hodinou, a to pouze s již dopředu zakoupenou či zarezervovanou jízdenkou. Ti, kteří o výstup na Sněžku opravdu stojí, si v rámci svých možností buď koupí či zarezervují jízdenku na lanovku, nebo se vydají zdolat nejvyšší vrchol České republiky pouze vlastními silami.





*Obrázek 7: Značení upozorňující návštěvníky KRNP na zákaz vstupu*

*Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-10-000-lidi-denne-snezku-trapi-fenomen-znamy-i-z-machu-picchu-209507>*

## Závěr

Bakalářská práce se zabývá problematikou overturismu v České republice. Cílem bylo charakterizovat pojem overturismus, uvést turistické cíle v České republice, které jsou overturismem nejvíce postiženy a navrhnout možná řešení tohoto problému.

Text práce představil základní pojmy spojené s cestovním ruchem, jeho význam i konkrétní dopady. Následně definoval problematiku overturismu, možné příčiny jeho vzniku i kroky, jež je potřebné poskytnout, abychom nadměrnému turismu předcházeli.

Hlavním zdrojem informací pro tuto práci byly kromě literatury především cizojazyčné odborné články, výzkumy a publikace. V teoretické části došlo k charakteristice pojmu cestovní ruch vč. jeho environmentálních, socio-kulturních i ekonomických dopadů. Dále je zde definován pojem overturismus, příčiny jeho vzniku a možnosti, jak lze tomuto problému předcházet. V praktické části byla pozornost zaměřena na popis turistických destinací na území České republiky potýkajících se s overturismem, na které byly následně aplikovány možné návrhy, jak vzniku tohoto problému předcházet.

Cestovní ruch představuje velice významné ekonomické odvětví, které neustále stoupá na popularitě, což představuje jednu z hlavních příčin vzniku overturismu. Overturismus se vyznačuje negativními dopady na okolní krajinu, památky i místní obyvatelstvo. Tento jev je typický nejen pro místa v České republice, ale také v zahraničí. Nejlepší příklad overturismu představují města Český Krumlov, Praha nebo území Krkonoš spolu s nejvyšším vrcholem ČR – Sněžkou.

Výsledkem bakalářské práce je, na základě analýzy kvalitativních dat, popis návrhů řešení overturismu v jednotlivých destinacích a zvýšení povědomí veřejnosti o této problematice.

Mezi nejčastější návrhy, které lze k regulaci overturismu použít, patří aplikace demarketingu na územích potýkajících se s nadměrným turismem, a naopak propagace méně známých míst, která mají potenciál k rozvoji turismu. Další možnost může představovat uplatnění koncepce udržitelného cestovního ruchu, který se jeví řešením dlouhodobým.

Počet návštěvníků lze snížit také zavedením doplňkových poplatků nebo zvýšením cen za vstup na jednotlivé památky i za poskytované služby (ubytovací, stravovací, dopravní, aj.), stejně tak jako zpoplatněním vstupu do historického centra měst.

Veškeré zmiňované návrhy mohou být využity také na dalších místech ve snaze zmírnit či alespoň regulovat počet tamějších návštěvníků.

Stěžejní využití bakalářské práce může spočívat v informování jejích čtenářů o problematice overturismu, jeho dopadů, ale i návrzích, jak problém lze řešit. Značně popisná

teoretická část bakalářské práce může najít své využití ve vzdělávání, co se tématu cestovního ruchu i jeho negativních dopadů týče.

## **Knižní zdroje:**

- [1] BERÁNEK, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1
- [2] BUTLER, Richard W. a Rachel DODDS, RICKLY, Jilian M., ed. *Overtourism: Issues, realities and solutions*. 1.vyd. Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg, 2019. 289 s. ISBN 978-3-11-060736-9.
- [3] GOELDNER Ch., BRENT RITCHIE J. R. (2006). *Tourism – Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN-0-471-45038-3.
- [4] HENDL, J. (2005). *Kvalitativní výzkum*. Druhé, přepracované a aktualizované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-485-4.
- [5] HESKOVÁ, M. (2006). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna. ISBN 80-716-8948-3.
- [6] KOSTKOVÁ, M. (2013). *Cestovní ruch*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě. ISBN 978-80-7248-834-6.
- [7] PALATKOVÁ, M. a ZICHOVÁ, J. (2012). *Ekonomika turismu*. DOTISK, Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [8] PÁSKOVÁ, M. (2014). *Udržitelnost cestovního ruchu*. Gaudeamus. Praha. ISBN 978-80-7435-329-1.
- [9] RYGLOVÁ, K., BURIAN, M. a VAJČNEROVÁ, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [10] SYNEK, M., SEDLÁČKOVÁ, H., VÁVROVÁ, H. *Jak psát bakalářské, diplomové, doktorské a jiné písemné práce*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1212-9
- [11] ŠVAŘÍČEK, R., ŠEĐOVÁ, K. a kol. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál. ISBN: 978-80-7367-313-0.
- [12] ZELENKA, J. (2015). *Cestovní ruch - Marketing*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-543-1.
- [13] ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

## Internetové zdroje:

- [1] *Aktuálně.cz* (2019) [online]. A kolik tam bylo lidí? Nejčastější otázka po dovolených vystihuje novodobý problém. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/nadmerny-turisticky-ruch-prinasi-radu-problemu/r~b77e8b74dd6f11e9858fac1f6b220ee8/>
- [2] *Aktuálně.cz* (2019) [online]. Pravčická brána je jako Eiffelova věž Českého Švýcarska, míří k ní čím dál tím více lidí. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/cestovani/pravcicka-brana-v-ceskem-svycarsku-laka-cim-dal-vice-turistu/r~84477ed0ea7311e9b1410cc47ab5f122/>
- [3] ALEMIDA-GARCÍA, F., CORTÉS-MACÍAS, R., a BALBUENA-VÁZQUEZ, A. (2019). [online]. *Tourism-phobia in historic centres: the case of Malaga*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83, 2823, 1–32. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2823>
- [4] *Collins Dictionary* (2018). [online]. Definition of the word „Overtourism“. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.collinsdictionary.com/submission/19794/Overtourism>
- [5] *CzechTourism* (2016). [online]. Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-pod-klady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- [6] *CzechTourism* (2008). [online]. Udržitelný cestovní ruch. [cit. 12.9.2022]. Dostupné z: <https://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>
- [7] *Česká televize - ČT24* (2011). [online]. Sněžku trápí velká návštěvnost. [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/1252788-snezku-trapi-velka-navstevnost>
- [8] Český statistický úřad (2022). [online]. Tab. 1 - Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR v letech 2003 – 2019. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823\\_t71.xls/5ec79355-4fef-4331-8bce-78652710e2ee?version=1.1;](https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823_t71.xls/5ec79355-4fef-4331-8bce-78652710e2ee?version=1.1;)  
[https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823\\_t72.xls/61faa6a4-e183-4db3-9d0f-ab3764683a3a?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/164985821/tsa022823_t72.xls/61faa6a4-e183-4db3-9d0f-ab3764683a3a?version=1.1)

- [9] *Český statistický úřad* (2021). [online]. Tab. 2 - Cestovní ruch v České republice. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/143522126/32018121\\_1001.pdf/c7327adc-8ee6-4c41-8bfa-bfbdde844ff5?version=1.1](https://www.czso.cz/documents/10180/143522126/32018121_1001.pdf/c7327adc-8ee6-4c41-8bfa-bfbdde844ff5?version=1.1)
- [10] *Český Krumlov region* (2022). [online]. [cit. 25.5.2022]. Dostupné z: <https://www.ckrumlov.info/cz/web-destinace-cesky-krumlov-region-mezi-oceneny/>
- [11] *Český rozhlas – Hradec Králové* (2022). [online]. Statistika návštěvnosti našich nejvyšších hor nabízí zajímavá data. Stoupá obliba nočních výletů. [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://hradec.rozhlas.cz/statistiky-navstevnosti-nasich-nejvyssich-hor-nabizeji-zajimava-data-stoupa-8677269>
- [12] DAŇKOVÁ, M. (2019). Centrum Českého Krumlova je turistické peklo, klid tu místní najdou jen ráno a v noci. *Aktuálně.cz* [online]. Aktuálně.cz [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/cestovani/rano-klid-pres-den-turisticke-peklo-cesky-krumlov-presto-inv/r~c33b0386b91e11e9ab10ac1f6b220ee8/>
- [13] DELGADO, M (2007). Turistofobia. *Academia.edu* [online]. Academia.edu [cit. 24.8.2022]. Dostupné z: [https://www.academia.edu/35911428/Overtourism\\_and\\_Tourismphobia\\_Global\\_trends\\_and\\_local\\_contexts](https://www.academia.edu/35911428/Overtourism_and_Tourismphobia_Global_trends_and_local_contexts)
- [14] *Deník.cz* (2020). [online]. Rekordní čísla ze Sněžky. Pěšky na ni chodí i devět tisíc lidí denně. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/cestovani/rekordni-cisla-ze-snezky-pesky-na-ni-chodi-i-devet-tisic-lidi-20200921.html>
- [15] *Deník.cz* (2019). [online]. Na hlubockém zámku padl rekord. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [https://ceskobudejovicky.denik.cz/zpravy\\_region/na-hlubockem-zamku-padl-rekord-20190817.html](https://ceskobudejovicky.denik.cz/zpravy_region/na-hlubockem-zamku-padl-rekord-20190817.html)
- [16] DHIRAJ, A. a KUMAR, S. (2021). "Overtourism: Causes, Impacts and Solution", Sharma, A. and Hassan, A. (Ed.) *Overtourism as Destination Risk (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations)*, Bingley: Emerald Publishing Limited, s. 49-56. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/978-1-83909-706-520211004>

- [17] *Ecological Tourism in Europe (ETE)* (2009). [online]. Criteria for Sustainable Tourism. Za podpory: UNESCO Regional Bureau for Science and Culture in Europe (BRESCE). [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [https://www.oete.de/images/dokumente/projekt\\_gef/ETE\\_2009\\_Criteria\\_Sustainable\\_Tourism.pdf](https://www.oete.de/images/dokumente/projekt_gef/ETE_2009_Criteria_Sustainable_Tourism.pdf)
- [18] Evropský parlament (2022). *Cestovní ruch* [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/cs/sheet/126/tourism>
- [19] FIALOVÁ, D. (2021). Nadměrný cestovní ruch: příčiny a důsledky. *ResearchGate* [online]. ResearchGate. [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/350709788\\_Nadmerny\\_cestovni\\_ruch\\_priciny\\_a\\_dusledky](https://www.researchgate.net/publication/350709788_Nadmerny_cestovni_ruch_priciny_a_dusledky)
- [20] *Glamour Cabaret.cz*. [online]. Overturismus, kde návaly turistů působí největší problémy [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: <https://www.glamourcabaret.cz/trendy/overturismus>
- [21] GOODWIN, H. (2017). *The Challenge of Overtourism*. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: <https://haroldgoodwin.info/publications/>
- [22] GOODWIN, H. (2019). *Demarketing*. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: <https://responsibletourismpartnership.org/demarketing/>
- [23] Hora Sněžka.cz. (2022). *Lanovka na Sněžku* [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: <https://www.horasnezka.cz/lanovka-na-snezku/>
- [24] *iDnes.cz: Zpravodajství* (2020). [online]. Do skal s rezervovanou vstupenkou. *Obec Adršpach míří k regulaci turistů*. [cit. 15.6.2022]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/kralovehradecky-skaly-skalni-mesto-adrspach-teplice-adrspaske-teplicke-rezervace.A200905\\_569276\\_hradec-zpravy\\_tuu](https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/kralovehradecky-skaly-skalni-mesto-adrspach-teplice-adrspaske-teplicke-rezervace.A200905_569276_hradec-zpravy_tuu)
- [25] *iRozhlas.cz*. (2022). [online]. Geoekolog: Turisté jsou jako kobylinky. Jak chránit cenná místa před dopady overturismu? [cit. 15.6.2022]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/priroda/geoekolog-turiste-kobylinky-overturismus-podcast-vinohradska-12-lenart\\_2208180600\\_mkl](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie/priroda/geoekolog-turiste-kobylinky-overturismus-podcast-vinohradska-12-lenart_2208180600_mkl)
- [26] KOENS, K., POSTMA, A. a PAPP, B. (2018). *Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context* [online]. [cit. 15.6.2022]. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/12/4384/htm>

- [27] *Kreativnipraha.eu: The Official Tourist Website for Prague* (2019) [online]. Praha: European Creative Business Network. [cit. 2023-05-01]. Dostupné z: <https://www.praque.eu/en/articles/what-prague-is-doing-for-sustainability-19308>
- [28] KUPČÍKOVÁ, T. (2020). Návštěvnost turistických cílů 2019. *CzechTourism – Tourdata* [online]. CzechTourism [cit. 22.5.2022]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/data/ntc2019/>
- [29] LACHMANN, F. (2019). Nadměrný turismus jako globální rostoucí problém. *Sociální teorie* [online]. Sociální teorie [cit. 24.8.2022]. Dostupné z: <http://socialniteorie.cz/nadmerny-turismus-jako-globalni-rostouci-problem/>
- [30] MACDONALD, G. (2018). With staggering numbers of travellers worldwide, what can we do about overtourism? *The Globe and Mail Toronto* [online] The Globe and Mail Toronto. [cit. 20.5.2022]. Dostupné z: <https://www.theglobeandmail.com/life/travel/article-with-staggering-numbers-of-travellers-worldwide-what-can-we-do-about/>
- [31] *Marketingové komunikace a udržitelný rozvoj* (2012). Udržitelný marketing. [online]. [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <http://www.udrzitelnymarketing.cz/2012/03/co-je-to-udrzitelnymarketing.html>
- [32] MILANO, C., CHEER M., J. a NOVELLI, M. (2018). Overtourism: a growing global problem. *The Conversation* [online]. The Conversation [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029>
- [33] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* (2007). [online]. Cestovní ruch a udržitelný rozvoj. Praha. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15\\_1.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15_1.pdf)
- [34] *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* (2007). [online]. Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. Praha: Thema Consulting. [cit. 15.6.2022]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/getfile2\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/getfile2_3.pdf)
- [35] *Ministerstvo pro místní rozvoj* (2017). [online]. Regulace Airbnb – zkušenosti a možnosti. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/decccec9-d9db-473b-92d7-6551dea0c2b2/CJ\\_Regulace-Airbnb-zkusenosti-a-moznosti.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/decccec9-d9db-473b-92d7-6551dea0c2b2/CJ_Regulace-Airbnb-zkusenosti-a-moznosti.pdf.aspx?ext=.pdf)
- [36] NOVOTNÁ, M., FRANTÁL, B., KUNC, J. a KUBÍČKOVÁ, H. (2019). Special Interest Tourism in the Czech Republic: Introduction and Overview. *Czech Journal of Tourism* [online]. Czech Journal of Tourism [cit. 20.5.2022]. Dostupné z: <https://doi.org/10.2478/cjot-2019-0004>



- [37] *Ochrana přírody* (2020). [online]. Počítáme, sledujeme, hodnotíme. Agentura ochrany přírody a krajiny ČR ve spolupráci se Správou jeskyní ČR a Správou NP Šumava, Krkonošského národního parku, NP Podyjí a NP České Švýcarsko. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.casopis.ochranaprirody.cz/zamereno-na-verejnost/pocitame-sledujeme-hodnotime/>
- [38] PEETERS, P., GÖSSLING S. a kol. (2018). Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. *Think Tank: European Parliament* [online]. Think Tank: European Parliament [cit. 20.5.2022] Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_STU\(2018\)629184](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2018)629184)
- [39] PELLEŠOVÁ, P. a KAJZAR, P. (2017). *Ekonomika cestovního ruchu*. Karviná: Slezská univerzita v Karviné. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [https://scholar.google.cz/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=cs&user=AXeDdKwAAAAJ&sortby=title&citation\\_for\\_view=AXeDdKwAAAAJ:NaGl4SEjCO4C](https://scholar.google.cz/citations?view_op=view_citation&hl=cs&user=AXeDdKwAAAAJ&sortby=title&citation_for_view=AXeDdKwAAAAJ:NaGl4SEjCO4C)
- [40] PERKUMIENĚ, D. a PRANSKŪNIENĚ, R. (2019). Overtourism: Between the Right to Travel and Residents' Rights. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute* [online]. Multidisciplinary Digital Publishing Institute [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/7/2138/htm>
- [41] PLECHÁČ, T. (2022). Východní Krkonoše testují kartu hosta, láká na slevy a uleví nejen Sněžce. *iDNES.cz* [online]. MAFRA [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/karta-hosta-krkonose-snezka-turiste-slevy-ubytovani.A220606\\_667676\\_hradec-zpravy\\_tuu](https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/karta-hosta-krkonose-snezka-turiste-slevy-ubytovani.A220606_667676_hradec-zpravy_tuu)
- [42] *Prague City Tourism – Guests and Nights* (2020). [online]. Czech Statistical Office [cit. 22.5.2022]. Dostupné z: <https://www.praguecitytourism.cz/en/our-services/statistics/guests-and-nights-2012-2021-18006>
- [43] *Prague City Tourism – What Prague is doing for sustainability* (2020). [online]. Prague.eu. [cit. 22.5.2022]. Dostupné z: <https://www.prague.eu/en/articles/what-prague-is-doing-for-sustainability-19308>

- [44] *Pražský patriot.cz.* (2022) Praha se nechce vrátit na metu osmi milionů návštěvníků ročně, zájem není hlavně o alkoturisty. [online]. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.prazskypatriot.cz/praha-se-nechce-vratit-na-metu-osmi-milionu-navstevniku-rocne-zajem-neni-hlavne-o-alkoturisty/>
- [45] *Přehled za celou ČR.* (2021). [online]. Agentura ochrany přírody a krajiny ČR. [cit. 22.5.2022]. Dostupné z: <https://drusop.nature.cz/ost/chrobjekty/sumarizace/index.php?frame>
- [46] RAY, S. (2021). Contradiction on Delimiting and Limiting ‘Overtourism’. Sharma, A. and Hassan, A. (Ed.) *Overtourism as Destination Risk (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations)*, Bingley: Emerald Publishing Limited, s. 7-17. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/978-1-83909-706-520211001>
- [47] KORDOVSKÝ, J. (2022) Sněžka, Krumlov a překvapivě i šumavský hrad. Kde míra turismu přetekla. [online]. Seznam Zprávy.cz. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/audio-podcast-stopaz-dojet-k-vrcholu-autem-cvaknout-fotku-na-instagram-jak-vznika-overturismus-210768>
- [48] SHARMA, A. and HASSAN, A. (2021). *Overtourism as Destination Risk*, Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83909-706-520211019>
- [49] *Student Agency – letenky* (2022). [online]. Nízkonákladové letenky Ryanair za super ceny. [cit. 28.5.2022]. Dostupné z: [https://www.studentagency.cz/letenky/specialni-akce/letenky\\_ryanair](https://www.studentagency.cz/letenky/specialni-akce/letenky_ryanair)
- [50] ŠVARŘÍČEK, R. a ŠEĐOVÁ, K. *Metody sběru dat.* [cit. 15.6.2022]. Dostupné z: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHxPid67H4AhWNtqQKHWI1Ba8QFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fd11.cuni.cz%2Fpluginfile.php%2F627031%2Fmod\\_folder%2Fcontent%2F0%2FSVARICEK\\_ROMAN\\_SEDOVA\\_KLARA--2.pdf%3Fforcedownload%3D1&usg=AOvVaw2y0CfrmDEJqEnZ52paYYSN](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjHxPid67H4AhWNtqQKHWI1Ba8QFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fd11.cuni.cz%2Fpluginfile.php%2F627031%2Fmod_folder%2Fcontent%2F0%2FSVARICEK_ROMAN_SEDOVA_KLARA--2.pdf%3Fforcedownload%3D1&usg=AOvVaw2y0CfrmDEJqEnZ52paYYSN)
- [51] TIMSIT, A. (2019). An Icelandic canyon shut down after a Justin Bieber-inspired tourist surge. *Quartz* [online]. Quartz [cit. 20.5.2022]. Dostupné z: <https://qz.com/1623112/iceland-closes-canyon-made-too-popular-by-justin-bieber-video/>
- [52] *Turistika bez hranic* (2014). [online]. Zpráva o stavu a vývoji návštěvnosti v destinaci České Švýcarsko. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/15965699-Zprava-o-stavu-a-vyvoji-navstevnosti-v-destinaci-ceske-svycarsko-cast-iii.html>

- [53] *Tyrkys.cz* (2021). [online]. Lanová dráha Petřín. Sídla cestovního ruchu. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: <https://www.tyrkys.cz/stranka/lanova-draha-na-petrin.html>
- [54] *UNWTO* (2007). [online]. Sustainable Development. [cit. 12.6.2022] Dostupné z: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- [55] *UNWTO* (2008). [online]. Glossary of Tourism Terms. [cit. 19.12.2021] Dostupné z: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- [56] VYSTOUPIL, J. a KUNC, J. (2009). Tourism in the Czech Republic: in form of presentation of Atlas of tourism of the Czech Republic. Global changes: Their regional and local aspects. *University of Warsaw* [online]. University of Warsaw [cit. 20.5.2022]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/283927500\\_Tourism\\_in\\_the\\_Czech\\_Republic\\_In\\_form\\_of\\_presentation\\_of\\_Atlas\\_of\\_Tourism\\_of\\_the\\_Czech\\_Republic](https://www.researchgate.net/publication/283927500_Tourism_in_the_Czech_Republic_In_form_of_presentation_of_Atlas_of_Tourism_of_the_Czech_Republic)
- [57] *World Tourism Organization (UNWTO)* (2018). ‘Overtourism’? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. [online]. Madrid: Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences. [cit. 10.6.2022]. Dostupné z: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- [58] *World Travel and Tourism Council* (2019). [online]. Cities Economic Impact Report. Dostupné z: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Cities>
- [59] Zpravodaj č.2/2020 (2020). [online]. Ministerstvo životního prostředí. [cit. 12.6.2022]. Dostupné z: [https://www.mzp.cz/cz/news\\_20201908-tipy-na-vylety-debatu-o-overturismu-prinasi-novy-Zpravodaj-MZP](https://www.mzp.cz/cz/news_20201908-tipy-na-vylety-debatu-o-overturismu-prinasi-novy-Zpravodaj-MZP)

## **Seznam tabulek:**

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v cestovním ruchu v ČR v letech 2003 – 2019

Tabulka 2: Cestovní ruch v České republice

Tabulka 3: Přehled kritérií pro typologii efektů změn vyvolaných cestovním ruchem

Tabulka 4: 15 nejnavštěvovanějších turistických cílů v České republice (podle počtu registrovaných návštěvníků)

## **Seznam obrázků:**

Obrázek 1: Průřezovost problematiky dopadů cestovního ruchu    Zdroj: Pásková, 2014 – strana 50; Zdroj: <https://databaze.op-vk.cz/Product/Detail/60774>

Obrázek 2: Obyvatelé Barcelony protestující proti nadměrnému množství turistů

Zdroj: <https://www.bbc.com/news/world-europe-40826257>

Obrázek 3: Nejnavštěvovanější turistické cíle ČR v roce 2019    Zdroj: Czech Tourism

Dostupné z:

[https://www.facebook.com/agenturaczechtourism/photos/a.660045904018350/3084101118279471/?paipv=0&eav=AfbXkj02VUJB49UDDv45sFpZ5wVTb3iBnLYcuwyYt7bToJv7N7r1bNl6XJh\\_EMYT9ww&\\_rdr](https://www.facebook.com/agenturaczechtourism/photos/a.660045904018350/3084101118279471/?paipv=0&eav=AfbXkj02VUJB49UDDv45sFpZ5wVTb3iBnLYcuwyYt7bToJv7N7r1bNl6XJh_EMYT9ww&_rdr)

Obrázek 4: Fronta návštěvníků čekajících na vstup do Adršpašsko-teplických skal

Autor: Martin Veselý, MAFRA

Zdroj: [https://1gr.cz/fotky/idnes/18/051/org/TUU73106d\\_ve3k18hk4.jpg](https://1gr.cz/fotky/idnes/18/051/org/TUU73106d_ve3k18hk4.jpg)

Obrázek 5: Problém s nárůstem individuální automobilové dopravy    Zdroj: Ochrana přírody, Richard Nagel

Dostupné z: <https://www.casopis.ochranaprirody.cz/zamereno-na-verejnost/pocitame-sledujeme-hodnotime/>

Obrázek 6: Fronta čekajících na lanovku na Sněžku    Autor: Veselý, MAFRA (2019)

Zdroj: [https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/turiste-snezka-navstevnost-lanovka-fronty-krkonose-kralovehradecky-cestovni-ruch.A190823\\_145447\\_hradec-zpravy\\_tuu](https://www.idnes.cz/hradec-kralove/zpravy/turiste-snezka-navstevnost-lanovka-fronty-krkonose-kralovehradecky-cestovni-ruch.A190823_145447_hradec-zpravy_tuu)

Obrázek 7: Značení upozorňující návštěvníky KRNAPU na zákaz vstupu

Zdroj: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-10-000-lidi-denne-snezku-trapi-fenomen-znamy-i-z-machu-picchu-209507>