



XXII. MEZINÁRODNÍ KOLOKVIUM O REGIONÁLNÍCH
VĚDÁCH. SBORNÍK PŘÍSPĚVKŮ

22ND INTERNATIONAL COLLOQUIUM ON REGIONAL
SCIENCES. CONFERENCE PROCEEDINGS

Place: Velké Bílovice (Czech Republic)
June 12-16, 2019

Publisher: Masarykova univerzita (Masaryk University Press), Brno

Edited by:

Viktorie KLÍMOVÁ

Vladimír ŽÍTEK

(Masarykova univerzita / Masaryk University, Czech Republic)

Vzor citace / Citation example:

AUTOR, A. Název článku. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, 2019. s. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

AUTHOR, A. Title of paper. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *22nd International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press, 2019. pp. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

Publikace neprošla jazykovou úpravou. / Publication is not a subject of language check.

Za správnost obsahu a originalitu výzkumu zodpovídají autoři. / Authors are fully responsible for the content and originality of the articles.

© 2019 Masarykova univerzita
ISBN 978-80-210-9268-6 (online : pdf)

DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-58

IDENTIFIKACE GLOBÁLNÍCH TRENDŮ V CESTOVNÍM RUCHU A JEJICH VLIV NA UDRŽITELNOST DESTINACE**Identification of global tourism trends and their impact on destination sustainability****MARKÉTA NOVOTNÁ****LENKA GRAJCIAROVÁ****DOMINIKA POLEHŇA**

*Katedra regionální ekonomie a správy | Department of Reg. Economics and Administration
Ekonomicko-správní fakulta | Faculty of Economics and Administration
Masarykova univerzita | Masaryk University
✉ Lipová 41a, 602 00 Brno, Czech Republic
E-mail: marketa.novotna@econ.muni.cz*

Anotace

Príspevek sa zameruje na problematiku udržiteľnosti destináci cestovného ruchu, ktoré se z dôvodu své prostorové odlišnosti potýkajú s rozmanitými problémami spôsobovanými výskytom různých globálních trendů. Za účelem zjištění konkrétních přístupů k řešení aktuálních dopadů na udržitelnost destinací je však nejprve nezbytné identifikovat samotné globální trendy, které se v současnosti projevují v cestovním ruchu. Cílem příspěvku je proto poskytnout ucelený přehled, na jehož základě je možné kategorizovat klíčové globální trendy a analyzovat jejich potenciální vliv na udržitelnost destinací. Za tímto účelem je provedena kompilace vybraných mezinárodních studií. S využitím analyticko-syntetických metod dochází následně k identifikaci významných trendů, jejich utřídění a utvoření specializované databáze, jejíž součástí je i vyhodnocení očekávaných dopadů na destinace, potažmo na jejich infrastrukturu, nabízené služby a produkty. Dle metodiky OECD jsou trendy rozčleněny do čtyř základních kategorií – lidé, planeta, produktivita a funkční rámec. Vzhledem k provázanosti trendů je však možno uplatnit vícehlediskovou kategorizaci. Při vyhodnocování dopadu je proto nutné vzít v úvahu tuto propojenost a vzájemnou ovlivnitelnost trendů. Závěrem je nastíněna volba modelových destinací vzhledem k výskytu identifikovaných trendů a jsou navrženy další výzkumné postupy ve vztahu k udržitelnosti destinací.

Klíčová slova

cestovní ruch, udržitelnost, megatrendy

Annotation

The paper focuses on the issue of the tourism destination sustainability which is confronted with the problems caused by the different global trends. However, to determine particular approaches to managing tourism impacts on destination sustainability, it is necessary to identify the current global trends currently affecting tourism. Therefore, the paper aims to provide a comprehensive overview for categorization of key global trends and analysis of their potential impact on destination sustainability. For this purpose, a compilation of selected international studies is carried out. Using analytical-synthetic methods, the significant trends are then identified, classified and summarized in a specialized database, including the evaluation of the expected impacts on the destinations, their infrastructure, services, and products offered to a consumer. According to the OECD methodology, trends are divided into four basic categories – people, planet, productivity, and polity. However, due to the interconnection of trends, it is possible to apply multi-aspect categorization. For evaluation, it is necessary to take into account the interconnectivity and the mutual influence of the trends. Finally, the choice of model destinations is outlined based on the occurrence of identified trends, and further research procedures related to destination sustainability are proposed.

Key words

tourism, sustainability, megatrends

JEL classification: Q56, Z32

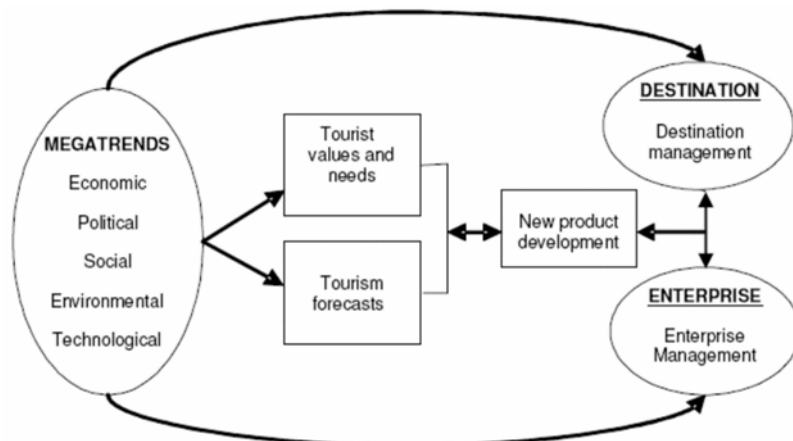
1. Úvod

Cestovní ruch jako socioekonomický jev působí na své okolí pozitivním i negativním způsobem. Zároveň je však ovlivňován nadřazenými systémy, v jejichž rámci se odehrává (Haedrich a kol., 1998). Je tedy zřejmé, že mezi systémem cestovního ruchu a nadřazenými systémy existují vzájemné interakce (Mason, 2008). Proto se do popředí výzkumných aktivit souvisejících s cestovním ruchem dostává potřeba sumarizovat teoreticko-metodické přístupy k udržitelnosti destinace. Na problematiku udržitelnosti bývá často nahlíženo v kontextu vlivů cestovního ruchu na destinaci, přičemž tyto vlivy bývají dle působení na dané prostředí děleny na vlivy ekonomické, environmentální a sociokulturní (Hall a Page, 2006). Co se negativních vlivů na ekonomické prostředí týče, bývají zmiňovány ekonomické úniky, sezónní inflace, nadměrná závislost na příjmech z cestovního ruchu, sezónnost produkce a nízká návratnost investic (Pearce, 1989; Mason, 2008; Wall a Mathieson, 2006). Ty pozitivní se projevují v růstu zaměstnanosti, zvýšení životního standardu či investic (Hall a Page, 2006). Mezi negativní dopady cestovního ruchu na přírodní prostředí je možné zařadit snížení kvality vody, ovzduší, hlukové znečištění, emise, erozi, úbytek zvířat či poškození přírodních hodnot a biodiverzity (Wall a Mathieson, 2006). Za pozitivní je na druhou stranu považováno zvýšení povědomí o potřebnosti ochrany přírody (Pásková, 2012). Na rozdíl od vlivů na přírodní prostředí jsou vlivy na sociokulturní prostředí hůře identifikovatelné. Autoři k těm negativním vlivům řadí např. demonstrační efekty, dualizaci společnosti, zvýšení kriminality, turistickou iritaci, akulturaci či změnu hodnotového systému a ztrátu autenticity (Pásková, 2012; Page, 2014; Wall a Mathieson, 2006). Za pozitivní naopak považují posílení regionálních hodnot a tradic či zvýšení úrovně místního zájmu (Page, 2014).

Specifičnost destinací i jejich prostorová odlišnost zapříčiňuje, že se destinace potýkají v tomto ohledu s různými problémy, které ovlivňují jejich udržitelnost a také vyžadují rozdílné přístupy a nástroje (Mowforth a Munt, 2009; Husáková, 2018). Toto potvrzuje i studie Peeters a kol. (2018), podle níž převažují v městských destinacích sociokulturní dopady, zatímco venkovské a přímořské destinace jsou citlivější na dopady environmentální. Pro studium dynamiky a udržitelnosti destinací je kromě těchto specifík navíc nutné znát i vlivy, kterými vnější okolí působí na cestovní ruch. Potřeba tohoto poznání vychází z výše zmíněné vzájemné provázanosti a zohlednění mezioborovosti a komplexity daného problému (Pásková, 2012), kdy je cestovní ruch ovlivněn sociálními, politickými, ekonomickými, technologickými a environmentálními změnami ve všech měřítcích. Populační růst, redistribuce bohatství, geopolitické změny a konflikty, rostoucí náklady na palivo, klimatické změny a jejich důsledky, nové technologie a pracovní vzorce a všechny formy vlivu sociální módnosti jsou faktory, které působí na to, kam, na jak dlouho a za jaké ceny chtějí lidé cestovat (Buckley a kol., 2015). Problematika udržitelného a zároveň konkurenceschopného rozvoje cestovního ruchu a destinace jako celku se proto stává čím dál aktuálnější z důvodu nutnosti řešení dopadů těchto globálních trendů, které se v cestovním ruchu projevují (Halkier, Kozak a Svensson, 2014, OECD, 2018, Roxas a kol., 2018).

Jelikož výskyt nových trendů klade zvýšené nároky na změnu produktů cestovního ruchu (Dwyer a kol., 2008; obr. 1) a jejich uzpůsobení současným požadavkům (Hudson a Hudson, 2017), je nutné se zaměřit na prohloubení dosavadních poznatků a rozšířit je o další teoretickou, metodickou i aplikační rovinu vázanou na mapování aktuálních ekonomických, politických, technologických, sociokulturních a environmentálních megatrendů cestovního ruchu a možností jejich řešení. Identifikace těchto vlivů následně umožňuje zdůraznit a diskutovat významné faktory, které vyvolávají změny jak na straně nabídky, tak na straně poptávky cestovního ruchu (Dwyer a kol., 2008).

Obr. 1: Vliv trendů na destinaci



Zdroj: Dwyer a kol. (2008)

2. Cíle a metody

Cílem předloženého příspěvku je vytvoření uceleného přehledu, na jehož základě je možné kategorizovat klíčové globální trendy a vyhodnotit jejich potenciální vliv na udržitelnost destinací. Příspěvek má charakter integrativní přehledové studie, vycházející z literární rešerše relevantních dokumentů. Při vytvoření celkového přehledu trendů jsou aplikovány základní metody analýzy, syntézy, dedukce-indukce a kompilace.

Zpracování přehledové studie je dle Dunkina (1996) realizováno ve 3 fázích:

- primární fáze, v jejímž rámci probíhá shromažďování relevantních podkladů;
- sekundární fáze, založená na vlastní analýze trendů a jejich kategorizaci;
- terciární fáze, v níž dochází k formulování obecných závěrů týkajících se vlivu daných trendů na udržitelnost destinací, potažmo na jejich infrastrukturu, nabízené služby a produkty.

Za účelem naplnění stanoveného cíle je provedena kompilace vybraných mezinárodních studií zaměřených na hlubší analýzu globálních trendů, které jsou zpracovávány jak mezivládními organizacemi, tak soukromými marketingovými či konzultantskými agenturami. Jako podklady pro kompilaci a vlastní analýzu současných globálních trendů, které ovlivňují vývoj cestovního ruchu a potažmo i udržitelnost destinace, jsou použity tyto zdroje:

- Horwath HTL (2015): Tourism Megatrend;
- PwC (2017): Global Megatrends;
- GDS-Index (2017): Sustainable Destination Management Trends and Insights;
- Intrepid Travel (2017): 10 Travel Trends for 2018;
- Skift (2018): Megatrends Defining Travel;
- Transdanube.Pearls (2017): Guideline for Sustainable, Transnational Mobility Products in Tourism;
- UNWTO (2018): European Union Tourism Trends;
- OECD (2018): Tourism Trends and Policies;
- Euromonitor (2019): Top 10 Global Consumer Trends for 2019.

Kategorizace trendů poté probíhá na základě hledání podobnosti jevů a nalézání společných tříd, do nichž lze porovnávané jevy umístit (Šanderová, 2005). Jelikož je možné v tomto případě zařadit určitý jev do více kategorií, dochází k vytvoření vícehlediskové kategorizace, z nichž každá na daný jev nahlíží odlišným pohledem a používá různá kritéria členění (Mills, 2004).

3. Identifikace globálních trendů

Tlak na cestovní ruch je vytvářen trendy, mezi něž lze zařadit environmentální důsledky postupného globálního oteplování a extrémních klimatických událostí (PwC, 2017; Skift, 2018; OECD, 2018). S těmito problémy souvisí i vyčerpání přírodních zdrojů, neboť není možné udržet současné modely výroby a spotřeby, které vedou k dalším environmentálním důsledkům v podobě úbytku vody ve světě, a to zejména v kontextu vyšších standardů ubytování a dalších činností náročných na vodu (PwC, 2017). Mezi rozvojem cestovního ruchu a ochranou přírody tak existují rostoucí vazby i konflikty. I z toho důvodu musí letecké společnosti, hotely a způsobilé orgány přehodnotit své krátkodobé i dlouhodobé plánování (Skift, 2018).

Destinace by se měly zaměřovat na dlouholeté plány týkající se udržitelnosti i s ohledem na sociální trendy. Do skupiny sociálních trendů lze zařadit širokou škálu aktuálních problémů, které je možné rozdělit i na úzeji zaměřené podskupiny. Jednou z nich je například proces urbanizace (PwC, 2017; Skift, 2018). Se současným rostoucím počtem obyvatel žijících ve městech se na druhou stranu významně zvyšuje poptávka po pobytu na venkově, v přírodě a po nabídce různých rekreačních aktivit. Ve městech žije přibližně 50 % celkové populace (PwC, 2017). Trendem spojeným s městy je také rostoucí obliba a zvyšující se návštěvnost světových a evropských velkoměst. Nekontrolovatelně rychlá urbanizace představuje problémy v podobě omezených fyzických kapacit, vedoucích k možnému přetížení center měst, a finančních prostředků pro výstavbu infrastruktury a poskytování služeb (Skift, 2018).

K sociálním trendům řadí některé studie také demografický problém celosvětového stárnutí populace (zejména v Evropě, Americe a Asii, které jsou také významnými světovými zdrojovými trhy) a objevující se nové skupiny spotřebitelů (generace Y a Z), které způsobují významné mnohostranné poptávkové posuny na trhu cestovního ruchu (PwC, 2017; Transdanube.Pearls, 2017; OECD, 2018). Vzhledem k těmto novým trendům vznikají nové poptávkové segmenty s novými požadavky, které mohou přispět ke snižování sezóny (např. návštěva zimních festivalů) a zrovnomnění příjmů z cestovního ruchu (Intrepid Travel, 2017). Důležitým turistickým segmentem se v tomto ohledu stává segment „Silver hair tourists“, který je aktivní, zabezpečený, relativně zdravý

(Transdanube.Pearls, 2017; UNWTO, 2018). U tohoto segmentu se očekává i velká kupní síla, tedy že bude utrácet víc než všechny ostatní věkové skupiny. Zároveň jsou potřeby tohoto segmentu zakládány na vysoce individualizovaných službách na míru a na uspokojování unikátních zážitků (Transdanube.Pearls, 2017; Intrepid Travel, 2017). Roste kupříkladu význam zdravého životního stylu, k němuž je možno zařadit i preferenci zdravé kuchyně a místních potravin, wellness a lázní, meditace, různých sportů a rekreačních aktivit. Jejich preferování jedinečných přizpůsobených zážitků vychází do jisté míry z principů udržitelného cestování a může vést k odklonu od tradičních (3S) produktů (OECD, 2018). Zájem o udržitelné produkty a formy cestovního ruchu (geotourism, ecotourism, hipo a agrotourism) souvisí s uvědomělostí poptávkové strany, její vzdělaností a orientací v problému (Transdanube.Pearls, 2017). Posílení významu zdravotního trendu a postupně intenzivnější integrace do nabídky cestovního ruchu přináší i životní styl mileniálů, kteří preferují zážitky a cestování před jinými prioritami a upřednostňují autenticitu (GDS-Index, 2017; Skift, 2018). Vychutnávají si proto různé kulinářské kurzy, ochutnávky vína, návštěvy místních trhů, gastronomii místních producentů a služby místních průvodců, vyhledávají také adrenalin a riziko, jsou technologicky důvtipní a velmi odlišní od sebe navzájem (Horwath HTL, 2015). Nezbytností pro nalákání tohoto segmentu je vyvíjení předvídanějšího a diferencovanějšího obsahu založeného na zpracování velkých objemů dat a cílený storytelling, tedy prodej destinace založený na osobních zážitcích/příbězích (GDS-Index, 2017).

Cestovní ruch je velmi ovlivňován i ekonomickými trendy v podobě rozvíjejících se ekonomik, růstu střední třídy a projevováním se důsledků sdílené ekonomiky. Zvýšení průměrného příjmu a pokles úrovně absolutní chudoby mají za následek rostoucí střední třídu (OECD, 2018). Největší nárůst střední třídy se očekává v Asii. Hospodářský růst a sociální změny v oblastech s vysokou hustotou obyvatelstva, jako je Indie a Čína, vede k zásadním změnám v etnickém a kulturním mixu mezinárodních návštěvníků. Lze dokonce očekávat, že z hlediska mezinárodních příjezdů turistů předčí ekonomiky rozvíjející se ekonomiky vyspělé (Horwath HTL, 2015; PwC, 2017). Zásadní ekonomický efekt vyvolává také trend sdílené ekonomiky, do níž je zařazováno sdílení ubytování a dopravy, které má šetřit náklady, ale i sdílení fotografií, tipů a zážitků prostřednictvím aplikací a sociálních sítí (Transdanube.Pearls, 2017). Propojení ekonomických přínosů pro cestující a zároveň i rezidentů v turistických oblastech bylo záměrem platformy Airbnb, poskytující většinou krátkodobé ubytování v nemovitostech vlastněných samotnými poskytovateli ubytování, která získala na popularitě také kvůli rostoucí potřebě hledání originality a zážití místních prvků (GDS-Index, 2017). Rychlý rozvoj tohoto fenoménu zapříčinil odklon od principů sdílení a přesun na komerční bázi, kdy dochází k nabídce pronájmu celých bytů či domů, přispívající k různým ekonomickým únikům a dalším negativním dopadům (OECD, 2018).

Nejen v případě ubytování, ale v celém segmentu cestovního ruchu sehrává důležitou roli digitalizace a nové technologie, zahrnující sociální média, ovlivňující marketing, řízení i poskytování služeb (Transdanube.Pearls, 2017). Digitalizace se infiltrovala do celého hodnotového řetězce; od samotného rozhodnutí se cestovat až po dokončení cesty může být vše provedeno na digitální platformě (PwC, 2017). Cestovní ruch je tak ovlivněn používáním mobilních technologií, vč. různých aplikací, které umožňují orientaci v místě, nákup letenek, ubytování a jiných služeb. Mobilní aplikace představují výzvu také pro poskytovatele služeb, neboť jejich prostřednictvím lze predikovat potřeby návštěvníka (Skift, 2018). Nutnost být SMART, adaptabilní a flexibilně reagovat vytváří tlak na destinace a jejich konkurenceschopnost. Tento trend tak pramení hlavně z toho, že poslední generace vyrůstaly v době internetu, jsou zvyklé na využívání mobilních technologií (OECD, 2018), a tudíž se u nich může prodej destinace odehrávat na sociálních sítích (GDS-Index, 2017). Při rozhodování o návštěvě destinace hraje velký význam i geopolitická situace (Skift, 2018). Geopolitizaci cestovního ruchu je možné chápat jako nástroj na posílení národní identity a soudržnosti. Na druhou stranu může způsobit etnické, kulturní a náboženské napětí. Nepředvídatelné události ohrožují budoucí vývoj cestovního ruchu v jakékoli destinaci (UNWTO, 2018). Na druhou stranu nestabilita v některých zemích může vést ve světě k objevení nových center cestovního ruchu (Horwath HTL, 2015).

3.1 Možnosti kategorizace trendů

Výše uvedené členění identifikovaných trendů vycházelo z rozdělení megatrendů v cestovním ruchu dle Dwyera a kol. (2008). Tato kategorizace však nepředstavuje jedinou možnost členění, což dokládá také tab. 1. Metodický rámec OECD (2018), korespondující s vytvořením souboru archetypových scénářů budoucího vývoje, nabízí jiný pohled. Dle tohoto rámce jsou megatrendy členěny do následujících oblastí, které je možné pojmenovat jako kategorie 4P:

- lidé (people),
- planeta (planet),
- produktivita (productivity),
- funkční rámec (polity).

Tab. 1: Kategorizace trendů

Megatrend	Podkategorie	4P	Trend	Tržní členění	Charakteristika	Vliv	Případová studie
Environmentální	Klimatické	planet	<i>Klimatické změny</i>	Nabídkový	Neschopnost podporovat současné modely výroby a spotřeby	Nutnost přehodnocení krátkodobého i dlouhodobého plánování a snahy o větší efektivitu zdrojů a integrovaný vládní přístup	Snaha omezit rizika záplav v Benátkách a Amsterdamu či opatření na přizpůsobení se změně klimatu v Portugalsku (climate-adapt.eea.europa.eu)
			<i>Přírodní zdroje</i>	Nabídkový	Nedostatek vody, zejména v kontextu vyšších standardů ubytování a dalších činností náročných na vodu		
	<i>Energetické zdroje</i>		Nabídkový	Volatilita nákladů, levné lety, spotřeba paliva			
Sociální	Demografické	people	<i>Stárnutí populace</i>	Poptávkový	Specifická přání, luxus, zdravý životní styl	Mnohostranný poptávkový posun vyvíjí tlak na přizpůsobení produktů a infrastruktury. Nutnost segmentace spotřebitelských profilů a předvídanější a diferencovanější obsah založený na zpracování velkých objemů dat.	Vytváření obsahu pro vyprávění příběhů o dovolené v Rakousku a vytváření produktových balíčků zaměřených na zážitky (www.austriatourism.com)
			<i>Generace Y a Z</i>	Poptávkový	Důraz na zážitky a jejich sdílení, storytelling, využívání technologií a sociálních sítí		
	Společenské		<i>Vzdělávání</i>	Poptávkový	Udržitelnost zvyšování povědomí o problematice udržitelnosti a ekoaktivitách – vzdělávání nejen návštěvníků, ale i akterů např. s ohledem na možnost certifikace a jejich přínosů pro business		
			<i>Změny struktur společnosti</i>	Poptávkový	Singles, Solo cestovatelé, gender, pokles loajality, individuální cestování a kratší pobyty		
	Urbanizační		<i>Urbanizace</i>	Nabídkový	Města lákají větší množství návštěvníků a zároveň u obyvatel měst roste poptávka po pobytu na venkově		
Ekonomické	Regionální	<i>Rozvíjející se ekonomiky</i>	Poptávkový/ Nabídkový	Zvýšení průměrného příjmu a pokles úrovně absolutní chudoby; významný ekonomický růst rozvíjejících se zemí	Tlak na nové produktové balíčky a zmírnění problému overtourismu	Projekt Slow Food s respektem k hostující kultuře, komunitě, historii a životnímu prostředí (www.slowfood.com)	
		<i>Růst blahobytu</i>	Poptávkový				
		<i>Regionalismus</i>	Poptávkový	Důraz na lokální prvky, preference regionálních produktů a producentů, potřeba autentičnosti, čerstvé a ekologické potraviny s příběhem			
	Kolaborativní	<i>Sdílená ekonomika</i>	Nabídkový	Sdílení ubytování a dopravy, ale i fotek/tipů a zážitků prostřednictvím aplikací a sociálních sítí	Zatížení center měst, vyšší ceny nemovitostí a nájemného	Problém Airbnb v Berlíně (http://airbnbvsberlin.com)	
Technologické	Modernizační	productivity	<i>Strategické inovace</i>	Nabídkový	Kreativita, umělá inteligence, využití při analýze dat, marketingových strategiích	Snížení provozních nákladů a negativních dopadů na životní prostředí; Tlak na destinaci, flexibilitu a konkurenceschopnost, vylepšení obchodních strategií	Silné zaměření na infrastrukturu veřejné dopravy a projekt udržitelné mobility pro vozičkáře v Barceloně: Easy Walking Tour Gòtic (www.barcelonaturisme.com)
			<i>Digitalizace</i>	Nabídkový	Vznik specializovaných portálů a on-line platform, využívání sociálních sítí a změna hodnotového řetězce		
	Dopravní		<i>Mobilita</i>	Nabídkový	Dostupnost, velká diverzita dopravních možností		
Politické	Bezpečnostní	polity	<i>Bezpečnost</i>	Poptávkový	Mír, bezpečnost a politická stabilita	Vliv na rozhodování výběru destinace, objevení nových destinací	Reykjavík jako bezpečná destinace (https://visitreykjavik.is)
			<i>Terorismus</i>	Poptávkový	Nepředvídatelné události, různá napětí		

Zdroj: vlastní zpracování na základě analyzovaných studií

Kategorie „lidé“ se obecně odkazuje na měnící se demografickou strukturu, stejně jako na trendy související se zdravím, pracovní silou a sociální soudržností, ekonomickým růstem některých zemí a růstem střední třídy. Kategorie „planeta“ poukazuje na stav životního prostředí a změny klimatu, jakož i na přístup ke zdrojům, jako jsou potraviny, energie a voda. „Produktivita“ se týká zdrojů růstu, jakými jsou nové technologie, inovace a podnikání. V souvislosti s cestovním ruchem má vzestup podporovaných technologií vliv na to, jak mohou cestovat lidé po celém světě. Poslední kategorie zaměřující se na funkční rámec („polity“) hodnotí stav veřejné správy, důvěru a odpovědnost ve veřejné sféře. V souvislosti s cestovním ruchem totiž politika sehrává důležitou úlohu v řadě oblastí, zejména v oblasti zmíněné cestovní mobility. Mobilita je totiž významně ovlivněna stupněm, do něhož národní vlády podporují mezinárodní dopravu a usnadňují cestování.

Pro další způsob třídění je možné využít členění dle tržního mechanismu na nabídkový a poptávkový trend. U některých trendů je možné upozorovat, jestli jsou vyvolány působením nabídkové strany, jakožto institucionálního podsystemu cestovního ruchu, nebo stranou poptávky, tedy samotných návštěvníků. Vezmou-li se v úvahu demografické a společenské změny, je evidentní, že ovlivňují preference a požadavky poptávky. Z toho lze usuzovat, že základní trendy ve vývoji nabídky cestovního ruchu jsou často zásadně ovlivněny dlouhodobějším vývojem a pramení z požadavků poptávky cestovního ruchu.

3.2 Vliv na udržitelnost destinace

Významné globální trendy související se změnami ve společnosti, jakými jsou demografické, ale i společenské a ekonomické změny, stejně jako další trendy v oblasti technologií a rozvoje nejnovějších dopravních systémů s sebou nesou tlak také na udržitelný a konkurenceschopný rozvoj destinací. V souvislosti s mnohostranným poptávkovým posunem, způsobeným změnami ve společnosti a vznikem nových spotřebitelských segmentů, je vyvíjen tlak na přizpůsobení produktů a tvorbu nových balíčků a vznik alternativních forem cestovního ruchu, které by více reagovaly na specifické potřeby, životní styl, zkušenosti a kreativitu spotřebitelů. Tento tlak vyžaduje ze strany poskytovatelů služeb větší flexibilitu, využívání technologií, vylepšení obchodních strategií a nutnost plánování (Skift, 2018).

Přehodnocení dlouhodobého i krátkodobého plánování je nezbytné i kvůli očekávanému zvyšování návštěvnosti z lidnatých asijských států (Euromonitor, 2019), a to za účelem nepřekročení ekologické únosnosti a zajištění kvality života obyvatel destinace (Dioko a So, 2017). Klíčovým parametrem pro destinační management se stává délka pobytu těchto návštěvníků (Gössling a kol., 2018). Jelikož Asiaté inklinují ke kratším pobytům či jednodenním návštěvám, stejně jako mladší generace cestující typicky častěji, ale na kratší dobu (OECD, 2018), hrozí kvůli zvyšování návštěvnosti přetížení veřejné infrastruktury, ohrožení kulturního dědictví a zhoršení zážitku návštěvníka (Peeters a kol., 2018). Tento problém se může vyskytnout obzvláště v městských destinacích, které lákají velké množství návštěvníků. Nezbytnou podmínkou pro udržitelnost je v tomto případě vzájemná spolupráce veřejného a soukromého sektoru (Skift, 2018).

Identifikované trendy představují ve své podstatě výzvu pro efektivnější zapojení do udržitelného rozvoje, pro účelnější vynakládání zdrojů a zavedení integrovaných přístupů (OECD, 2018). Omezené kapacity i finanční prostředky na výstavbu infrastruktury vyžadují lepší plánování (PwC, 2017) a využívání strategických inovací (Skift, 2018).

4. Závěr

Příspěvek se zaměřoval na problematiku udržitelnosti destinací cestovního ruchu v kontextu výskytu globálních trendů. Došlo k identifikování významných trendů, vyhodnocení jejich potenciálního vlivu na udržitelnost destinací a vícehlediskové kategorizaci. Jako zásadní problém pro udržitelnost vznikající na straně poptávky lze vnímat výrazné změny v návštěvnícké struktuře. Ta vzniká v důsledku měnící se úrovně příjmů a vzdělání v rozvíjejících se zemích. Vezmou-li se v úvahu také všechny další demografické, společenské a ekonomické změny, je zde evidentní dopad vyplývající z odlišných preferencí poptávky, jejich zkušeností, technologické vyspělosti, požadavků na komfort a individualizaci služeb. Základní trendy ve vývoji nabídky cestovního ruchu lze proto identifikovat spíše až v souvislosti s dlouhodobějším vývojem a požadavky poptávky cestovního ruchu.

Již z této široké možnosti pojetí problémů lze usuzovat, že vyvození závěrů a predikcí je obtížné. Dopady některých trendů, jako je například rostoucí populace, jsou přesněji odhadnutelné, než ty které vycházejí ze společensko-kulturních změn. Vybrané příklady zároveň ukazují, že budoucí výzkumy by měly vzít v úvahu nejen výskyt a působení jednotlivých trendů, ale také jejich vzájemnou propojenost a ovlivnitelnost. To vyplývá ze samotné podstaty cestovního ruchu, který je zásadně integrován s jinými odvětvími, a na jeho hnací síly nelze pohlížet izolovaně. Z důvodu šíře celé problematiky je proto při řešení konkrétních dopadů, výběru nástrojů a formulaci doporučení nutné zvažovat specifika a podmínky vybraných destinací.

Literatura

- [1] BUCKLEY, R., GRETZEL, U., SCOTT, D., WEAVER, D., BECKEN, S., (2015). Tourism Megatrends. *Tourism Recreation Research*, vol. 40, no. 1, pp. 59-70. ISSN 2320-0308. DOI 10.1080/02508281.2015.1005942.
- [2] DIOKO, L. D. A., SO, A. S., (2017). Residents' quality of life and visitors' quality of experience: Revisiting tourism carrying capacity in Macao. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 9, no. 3, pp. 349-360. ISSN 1755-4217. DOI 10.1108/WHATT-02-2017-0006.
- [3] DUNKIN, M. J., (1996). Types of errors in synthesizing research in education. *Review of Educational Research*, vol. 66, no. 2, pp. 87-97. ISSN 0034-6543. DOI 10.3102/00346543066002087.
- [4] DWYER, L., EDWARDS, D. C., MISTILIS, N., ROMAN, C., SCOTT, N., COOPER, C., (2008). *Megatrends Underpinning Tourism to 2020: Analysis of Key Drivers for Change*. Queensland: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd. ISBN 9781920965525.
- [5] EUROMONITOR, (2019). *Top 10 Global Consumer Trends for 2019*. London: Euromonitor International.
- [6] GDS-INDEX, (2017). *Sustainable Destination Management Trends and Insights: A Path to a Brighter Future*. In IMEX, ICCA, MCI & ECM: A white paper and analysis of the 2016 global destination sustainability index. Dostupné z: <https://www.gds-index.com/uploads/extra/GDS-Index-trends-and-insights-2016-whitepaper.pdf>.
- [7] GÖSSLING, S., SCOTT, D., HALL, C. M., (2018). Global trends in length of stay: implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 26, no. 12, pp. 1-15. ISSN 1747-764. DOI 10.1080/09669582.2018.1529771.
- [8] HAEDRICH, G., KASPAR, C., KLEMM, K., KREILKAMP, E., (1998). *Tourismus-Management*. Berlin, New York: Walter de Gruyter. ISBN 3-11-015185-5.
- [9] HALKIER, H., KOZAK, M., SVENSSON, B., (2014). Innovation and tourism destination development. *European Planning Studies*, vol. 22, no. 8, pp. 1547-1550. ISSN 1469-5944. DOI 10.1080/09654313.2013.784571.
- [10] HALL, C. M., PAGE, S., (2006). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. 3rd ed. London: Routledge. ISBN 0-415-33560-4.
- [11] HORWATH HTL, (2015). *Tourism Megatrends. 10 things you need to know about the future of tourism*. Dostupné z: <https://horwathhtl.com/publication/tourism-megatrends-report/>.
- [12] HUDSON, S., HUDSON, L., (2017). *Marketing for tourism, hospitality & events: a global & digital approach*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: Sage. ISBN 978-1-47392-663-9.
- [13] HUSÁKOVÁ, M., (2018). Use of the Multi-Agent Paradigm in Sustainable Tourism. *Czech Journal of Tourism*, vol. 7, no. 1, pp. 5-24. ISSN 1805-9767. DOI 10.1515/cjot-2018-0001.
- [14] INTREPID TRAVEL, (2017). *10 Travel Trends For 2018*. [online]. Dostupné z: <https://www.intrepidtravel.com/travel-trends-2018/>.
- [15] MASON, P., (2008). *Tourism impacts, planning and management*. Second edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-7506-8492-7.
- [16] MILLS, J., (2004). Faceted classification and logical division in information retrieval. *Library Trends*, vol. 52, no. 3, pp. 541-570. ISSN 0024-2594.
- [17] MOWFORTH, M., MUNT, I., (2009). *Tourism and sustainability: development globalisation and new tourism in the third world*. 3rd ed. London: Routledge. ISBN 978-0-415-41402-9.
- [18] OECD, (2018). *Tourism Trends and Policies*. Paris: OECD Publishing. ISBN 978-92-64-28739-6. DOI 10.1787/tour-2018-en.
- [19] PAGE, S., (2014). *Tourism management*. 5th edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-1-138-78457-4.
- [20] PÁSKOVÁ, M., (2012). Environmentalistika cestovního ruchu. *Czech Journal of Tourism*, vol. 1, no. 2, pp. 77-113. ISSN 1805-9767.
- [21] PEARCE, D. G., (1989). *Tourism Development*. London: Longman. ISBN 978-0582014350.
- [22] PEETERS, P. M., GÖSSLING, S., KLIJS, J., MILANO, C., NOVELLI, M., DIJKMANS, C. H. S., MITAS, O., POSTMA, A., (2018). *Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses*. Brussels: European Union. ISBN 978-92-846-4406-3. DOI 10.2861/919195.
- [23] PWC, (2017). *Global megatrends and their impact on the Middle East's travel and tourism industry*. Dostupné z: <https://www.pwc.com/m1/en/publications/documents/global-megatrends-impact-middle-east-travel-tourism-industry.pdf>.
- [24] ROXAS, F. M. Y., RIVERA, J. P. R., GUTIERREZ, E. L. M., (2018). Framework for creating sustainable tourism using systems thinking. *Current Issues in Tourism*, 1-17. ISSN 1747-7603. DOI 10.1080/13683500.2018.1534805.
- [25] SKIFT, (2018). *Megatrends defining travel in 2018*. ISBN 978-0-9986958-1-5. Dostupné z: <https://skift.com/wp-content/themes/skift/img/megatrends-2018/Skift-Megatrends-2018.pdf>.

- [26] ŠANDEROVÁ, J., (2005). *Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách*. Praha: Sociologické nakladatelství. ISBN 80-86429-40-7.
- [27] TRANSDANUBE.PEARLS, (2017). *Guideline for sustainable, transnational mobility products in tourism*. Dostupné z: http://www.interreg-danube.eu/uploads/media/approved_project_output.
- [28] UNWTO, (2018). *European Union Tourism Trends*. ISBN 978-92-844-1947-0. DOI 10.18111/9789284419470.
- [29] WALL, G., MATHIESON, A., (2006). *Tourism: change, impacts and opportunities*. Harlow, England: Pearson Prentice Hall. ISBN 0-13-099400-6.

Příspěvek byl zpracován v rámci projektu specifického výzkumu na Masarykově univerzitě MUNI/A/1166/2018.