

POLITICKÉ VEDY / POLITICAL SCIENCES

Časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá / Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies

URL časopisu / URL of the journal: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk>

Autor(i) / Author(s): Josef Abrhám – Milan Vošta
Článok / Article: Rozmístění mezinárodního cestovního ruchu a expanze asijského regionu
Vydavateľ / Publisher: Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov – UMB Banská Bystrica / Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica

Odporúčaná forma citácie článku / Recommended form for quotation of the article:

ABRHÁM, J. – VOŠTA, M. 2015. Rozmístění mezinárodního cestovního ruchu a expanze asijského regionu. In *Politické vedy*. [online]. Roč. 18, č. 1, 2015. ISSN 1335 – 2741, s. 151-166. Dostupné na internete: http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/userfiles/file/1_2015/ABRHAM_VOSTA.pdf.

Poskytnutím svojho príspevku autor(i) súhlasil(i) so zverejnením článku na internetovej stránke časopisu *Politické vedy*. Vydavateľ získal súhlas autora / autorov s publikovaním a distribúciou príspevku v tlačenej i online verzii. V prípade záujmu publikovať článok alebo jeho časť v online i tlačenej podobe, kontaktujte redakčnú radu časopisu: politicke.vedy@umb.sk.

By submitting their contribution the author(s) agreed with the publication of the article on the online page of the journal. The publisher was given the author's / authors' permission to publish and distribute the contribution both in printed and online form. Regarding the interest to publish the article or its part in online or printed form, please contact the editorial board of the journal: politicke.vedy@umb.sk.

ROZMÍSTĚNÍ MEZINÁRODNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU A EXPANZE ASIJSKÉHO REGIONU

DEPLOYMENT OF INTERNATIONAL TOURISM AND ASIAN EXPANSION

Josef Abrahám – Milan Vošta*

ABSTRACT

The paper aims to assess the changing positions of the tourism regions in the contemporary era of global economy. The focus is put on a dynamically developing region of Asia and the Pacific. The text is therefore analysing the regional distribution of income and arrivals in international tourism and the average ranking of regions within the of competitiveness rankings of the World Economic Forum. The emphasis is placed on the current expansion of the subregion Northeast Asia, where there are, taking into account the economic development, materialized deployment preconditions for the development of tourism and are being developed conditions for the actual implementation of the tourism industry. The solution-seeking methodology is based on the assessment of factors of competitiveness of tourism and changes in the regional distribution of international tourism using a deployment analysis factoring also the approach of geographic determinism

Key words: tourism, region, competitiveness, Asia, international arrivals, international receipts

Úvod

Obdobně jako v rozmístění světové ekonomiky dochází i v geografickém rozložení mezinárodního cestovního ruchu k významným změnám, které způsobují oslabování světového podílu vyspělých ekonomik oproti rozvíjejícím se trhům. Udržitelná konkurenceschopnost ve srovnání s novými destinacemi a schopnost přilákat turisty z rozvíjejících se trhů se stávají klíčovými faktory

* Doc. Ing. Josef Abrahám, Ph.D. působí jako vedoucí Katedry cestovního ruchu, Fakulta mezinárodních vztahů, Vysoká škola ekonomická v Praze, Nám. W. Churchilla 4, Praha 3, Česká republika, e-mail: abraham@vse.cz.

Doc. PaedDr. Milan Vošta, Ph.D. působí jako docent na Katedře světové ekonomiky, Fakulta mezinárodních vztahů, Vysoká škola ekonomická v Praze, Nám. W. Churchilla 4, Praha 3, Česká republika, e-mail: vosta@vse.cz.

úspěchu na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Vývoj sektoru turismu je vedle změn v rozmístění formován také pokračujícím rozvojem moderních informačních a komunikačních technologií, které se stále více promítají i do chování spotřebitelů. Tradiční nákupní rozhodování je postupně nahrazováno pružnějšími přístupy, které preferují zejména nastupující generace účastníků cestovního ruchu. Na poměrně dynamické posuny, kterými prochází mezinárodní cestovní ruch, reagují teoretické koncepty i politiky v oblasti cestovního ruchu. Porozumění a schopnost reakce na změny struktury, forem a rozmístění světového cestovního ruchu se stávají důležitým předpokladem pro koncipování a řízení efektivní politiky cestovního ruchu na národní úrovni.

Cílem předložené studie je zhodnocení měnícího se postavení regionů cestovního ruchu v soudobé etapě globálního ekonomického vývoje se zaměřením na dynamiku regionu Asie a Pacifik. Metodologický postup řešení vychází z posouzení faktorů konkurenceschopnosti cestovního ruchu a změn v regionálním rozložení mezinárodního cestovního ruchu na základě lokalizační analýzy se zřetelem na přístup geografického determinismu. Teoretická východiska jsou mapována prostřednictvím rešerše zahraničních a tuzemských odborných publikací. Analýza vychází z geografických předpokladů a empirických statistických údajů. Jako hlavní datová základna byly využity zdroje UNWTO a Světového ekonomického fóra.

1 Teoretické přístupy k hodnocení mezinárodního konkurenceschopnosti

Cestovní ruch zůstává, i přes volatilitu současné globální ekonomiky, stabilně rostoucím sektorem. Mění se však jeho rozložení, druhy, formy i struktura. Uvedené posuny reflektují soudobé odborné publikace, které mapuje následující text.

Významná skupina autorů se zaměřuje na hodnocení faktorů ovlivňujících konkurenceschopnost destinací cestovního ruchu. Metodologické přístupy se dosti podstatně odlišují dle preference počtu a typu zvolených indikátorů. (Abrhám, 2014) V posledních letech převažují tzv. multifaktorové modely hodnocení konkurenceschopnosti. V následujícím textu bude rozebráno několik vybraných teoretických přístupů. **Goeldner, Ritchie** považují za hlavní faktor konkurenceschopnosti destinace její schopnost udržet a zvyšovat podíly na domácím a mezinárodním trhu cestovního ruchu (Goeldner, Ritchie, 2003). **Snieška** rozšiřuje soubor determinant konkurenceschopnosti turismu o

politické, environmentální, sociální, kulturní a další faktory. Zmiňuje důležitost sociální a ekologické udržitelnosti odvětví, dlouhodobé orientace a budování image turistické destinace (Sniška, 2008). **Dwyer, Kim** publikovali tzv. model konkurenceschopnosti a udržitelného rozvoje turistické destinace (CDS Model), ve kterém jsou taxativně uvedeny tři hlavní pilíře konkurenceschopnosti destinace (Dwyer, Kim, 2003): základní zdroje a faktory atraktivity turistické destinace (fyzicko-geografické, historické, kulturně-společenské a tzv. real-time faktory, které autoři definují jako velké akce s relevantním dopadem na cestovní ruch), správa turistické destinace (efektivní řízení, standardy kvality, atd.) a trh cestovního ruchu a udržitelnost odvětví (sezónnost, povědomí o značce, spotřebitelské preference, sociální a environmentální udržitelnost). **Enright, Newton** rozlišují dvě skupiny faktorů konkurenceschopnosti (Enright, Newton, 2005): specifické faktory trhu cestovního ruchu (architektura, historie, specifika místních obyvatel, kulturní zvláštnosti, eventy, muzea a galerie, koncertní sály a divadla, noční život měst); a všeobecné faktory podnikatelského prostředí (cena a kvalifikace pracovní síly, úroveň rozvoje maloobchodu, technologický pokrok, strategie místních firem, politická stabilita, protikorupční politika, kvalita vzdělávacího systému, stabilita měnového kurzu a spotřebitelských cen).

Aktuálně publikovaný přístup k měření konkurenceschopnosti předkládají **Dupeyras and MacCallum**, kteří doporučují harmonizovaný systém měření konkurenceschopnosti v zemích OECD. Autoři definují konkurenceschopnost turistické destinace jako schopnost optimalizovat atraktivitu pro rezidenty i nerezidenty, poskytovat kvalitní a inovativní služby v cestovním ruchu a získat pozici na mezinárodním trhu při současném zajištění efektivního a udržitelného využívání zdrojů a podpor odvětví. Rámec konkurenceschopnosti dle **Dupeyras and MacCallum** je rozdělen do jedenácti jádrových indikátorů: přímého podílu cestovního ruchu na hrubém domácím produktu, příjmů z příjezdového cestovního ruchu v relativním vyjádření na návštěvníka, počtu přenocování ve všech typech ubytovacích zařízení, exportu služeb cestovního ruchu, produktivity práce v sektoru turismu, cenové úrovně, vizové politiky, přírodních zdrojů a biodiversity, kulturních zdrojů, spokojenosti návštěvníků a národní strategie v cestovním ruchu. První čtyři jádrové indikátory hodnotí ekonomické a tržní výsledky cestovního ruchu. Další sedm ukazatelů měří vstupy a potenciální příspěvky konkurenceschopnosti v cestovním ruchu. (Dupeyras, MacCallum, 2013)

Jako nejosfistikovanější modely lze označit tzv. indexy konkurenceschopnosti destinace cestovního ruchu. **Navickas, Malakauskaite**

prezentovali vlastní model měření konkurenceschopnosti (Competitiveness Monitor Model), který je strukturován do osmi dílčích indexů, které jsou následující: index cenové konkurenceschopnosti (ceny hotelů a restaurací, ceny zboží a služeb, parita kupní síly), index rozvoje infrastruktury (silniční síť, železniční doprava, letecká doprava a telekomunikace, kvalita pitné vody, hygienická infrastruktura), index environmentálních indikátorů (hustota zalidnění, koncentrace emisí skleníkových plynů, ekologická politika), index technologického rozvoje (index internetu, index komunikačních prostředků a high-tech export), index lidských zdrojů (obyvatelstvo, vzdělanostní index), index tržní otevřenosti (index vızového styku, stupeň otevřenosti turismu a obchodu, daňové faktory), index turismu (participace v odvětví cestovního ruchu a dopady turismu) a index sociálního rozvoje. (Navickas, Malakauskaite, 2009)

Blank and Chiesa publikovali v letošním roce již třetí verzi tzv. Indexu konkurenceschopnosti cestovního ruchu (TTCI index) Světového ekonomického fóra, který je zjišťován na základě zhruba 80 indikátorů, kterou jsou klasifikovány na stupnici od 1 do 6 (6 = nejlepší hodnocení) a rozděleny do tří dílčích indexů a čtrnácti pilířů: Dílčí index A: Regulační prostředí pro rozvoj turismu (pilíře: politická pravidla a regulace, ekologická udržitelnost, bezpečnostní situace, zdraví a hygiena, preference odvětví cestovního ruchu), Dílčí index B: Podnikatelské prostředí a infrastruktura (pilíře: infrastruktura letecké dopravy, infrastruktura pozemní dopravy, infrastruktura cestovního ruchu, informační a komunikační technologie, cenová konkurenceschopnost v cestovním ruchu), Dílčí index C: Lidské, kulturní a přírodní zdroje (pilíře: lidské zdroje, vstřícnost vůči turismu, přírodní zdroje, kulturní zdroje).

Rozvoj odvětví cestovního ruchu v jednotlivých destinacích není determinován pouze vnitřními faktory konkurenceschopnosti, ale také souvislostmi globálního prostředí, které působí lokálně, regionálně nebo v celosvětovém měřítku. **Blank and Chiesa** mezi takové determinanty globálního prostředí řadí: ekonomický cyklus, politickou nestabilitu, vývoj inflace a měnových kurzů, stárnutí populace, terorismus, přírodní katastrofy, posuny v regionální poptávce, digitalizaci a rozvoj mobilních technologií. (Blank, Chiesa, 2013)

Uvedené souvislosti vnějšího prostředí jsou vnímány jako globální faktory. Naproti tomu předpoklady definované v konceptech konkurenceschopnosti jsou uvažovány jako vnitřní determinanty konkurenceschopnosti turistické destinace.

V soudobé odborné literatuře (domácí i zahraniční) dosud nebyl zcela jednoznačně vyřešen a kvantifikován význam jednotlivých faktorů pro

konkurenceschopnost destinace cestovního ruchu. Výzkumy tohoto typu lze chápat spíše jako dílčí studie na vybraném segmentu ekonomik. Nejsou také k dispozici časové řady statistických dat s relevantní vypovídající schopností. Přesto je vhodné na tomto místě uvést závěry dvou odborných publikací, které sice nezavrhují význam tradičních faktorů, jako jsou především přírodní a kulturně-historické předpoklady destinace cestovního ruchu, ale upřednostňují více moderní faktory. Při srovnání obdobně vyspělých a vybavených destinací zdůrazňují především jiné – modernější – faktory. (Abrahám, 2014) **Blank and Chiesa** uvádějí v případě vyspělých destinací jako faktory s nejvyšším kvantifikovaným vlivem na mezinárodní příjezdy následující determinanty: politiky a regulaci cestovního ruchu, vstřícnost destinace k turismu a cenovou konkurenceschopnost. Jako vyspělé destinace uvažují prvních dvacet zemí dle umístění v žebříčku konkurenceschopnosti Světového ekonomického fóra. (Blank, Chiesa, 2013)

Dalším fenoménem, který se nezbytně dostává do zorného pole mnoha autorů je využití informačních a komunikačních technologií v cestovním ruchu. Tradiční nákupní rozhodování je postupně nahrazováno pružnějšími přístupy, které preferují zejména nastupující generace účastníků cestovního ruchu. Při pohledu na současný trh cestovního ruchu můžeme zaznamenat celou řadu klíčových změn, které se projevují jak na straně nabídky, tak na straně poptávky. Význam ICT pro cestovní ruch potvrzuje řada autorů, například Zelenka (2008). Tyto změny jsou globálního charakteru a ovlivňují směřování vývoje ICT jako celku. E-Tourism se stává výrazným fenoménem konce 20. a začátku 21. století a patří mezi nejdynamičtější oblasti cestovního ruchu. (Abrahám, 2014) Online trh roste v současném období rychleji než celkový trh služeb cestovního ruchu a dá se předpokládat, že tento trend bude pokračovat i do budoucna. E-Tourism signifikantním způsobem determinuje spotřební chování v cestovním ruchu. Dle výzkumu Lightspeed Research (2010), který byl realizován na vzorku 12 000 respondentů ve dvanácti zemích světa je patrné, že 75 % tzv. leisure klientely a 60 % tzv. business klientely využívá pro získávání turistických informací internet a 52 % leisure klientely a 42 % business klientely dnes využívá internet i pro přímé rezervace služeb. Dalším významným faktorem, podílejícím se na dalším růstu, je v současné době mobilní turismus (mTourismus). Mobilní technologie jsou uplatňovány nejen v rovině sociálních médií, mobilního webu a mobilních aplikací. Dynamický nárůst prodeje hardware – především chytrých telefonů, tabletů a ultrabooků a zároveň zkvalitnění možnosti mobilního připojení na internet vytváří zcela novou situaci

na trhu. Mobilní telefon (ve stále větší míře reprezentovaný tzv. chytrým telefonem) dnes reprezentuje standardní součást většiny cestujících. Představují pro ně přístup k okamžitým informacím a kontaktům na sociálních sítích, v oblasti letecké dopravy např. možnosti mobilního check-inu či využití 2D kódů jako elektronického palubního lístku nebo elektronického itineráře. K jejich využití dochází i v oblasti statistického sledování v rámci mapování pohybu návštěvníků. Uvedené trendy rozvoje mTourismu uvádí **Molz**. Informační a komunikační technologie mají vliv také na vytváření celosvětové nabídky produktů cestovního ruchu a destinací a také na lepší využití distribučních a podnikatelských modelů. (Molz, 2012) **Vaško** uvádí na základě výzkumu českého trhu, že nejvíce využívají internet účastníci cestovního ruchu do 35 let. Respondenti hledají na internetu především informace o ubytování, dopravě a destinaci jako takové. **Vaško** také odhaduje, že využití internetu k získávání informací a rezervaci služeb cestovního ruchu nadále poroste. Dostupnost turistických informací a využití mobilních zařízení povede ke zvýšení konkurence na trhu cestovního ruchu. Z pohledu českých spotřebitelů je pozice podobná jako u vyspělých trhů, což je dáno i obecně pozitivním postojem českých spotřebitelů k novým technologiím. Což je patrné i z pozice, kterou mají uživatelé např. mobilních technologií v ČR, kde se v rámci střední a západní Evropy řadí na přední příčky z pohledu rozšířenosti mobilních zařízení, především telefonů. Toto je patrné nejen u mladších a středních věkových skupin, ale podobný postoj, jako na vyspělých západních trzích, můžeme vidět i u věkové skupiny 55+. (Vaško, Valentová, 2015)

Řada autorů podporuje význam marketingového managementu pro konkurenceschopnost destinace cestovního ruchu. V této souvislosti jsou zkoumány procesy positioningu destinace a také tzv. vývoj kvality značky. **Morrison** definuje positioning jako proces, kdy se ve vybraných segmentech snaží destinace a její produkty obsadit specifické místo v mysli a vnímání (potenciálních) návštěvníků (Morrison, 2015). **Palatková** dále doplňuje výše uvedenou definici o další vysvětlení procesu umístování. Uvádí, že umístování pracuje s vnímáním (potenciálního) návštěvníka destinace, tedy s procesem výběru, selekce a interpretace informací a vytváření konečné představy o destinaci. Vnímání destinace vůči konkurenčním destinacím pak ovlivňuje rozhodovací proces klienta i jeho spotřební chování. Přes vnímání destinace je ovlivněna konkurenceschopnost dané destinace. **Palatková** považuje průzkumy vnímání destinací jako klíčový zdroj informací o konkurenceschopnosti, jež doplňují objektivní data. (Palatková, 2011) Asi neznámější metodickým

přístupem k měření brandu země je tzv. Anholt-GfK Roper Nation Brands Index. Tento index je sestavován prostřednictvím preferencí téměř 20 000 obyvatel ve dvaceti státech každý rok. Součástí dotazování je 40 otázek, na základě kterých dotazovaní vyjadřují svoji percepci vůči 50 zemím světa. Index zahrnuje 6 základních oblastí, které jsou podstatné pro měření image země, a patří mezi ně: export, vládní aktivity, kultura a dědictví, cestovní ruch, investice a imigrace a lidé.

2 Regionální rozmístění mezinárodního cestovního ruchu

Konkurenceschopnost a měnící se postavení destinací a regionů v prostředí globální ekonomiky budeme analyzovat na základě statistik podílu na mezinárodním trhu cestovního ruchu UNWTO a postavení v rámci žebříčku konkurenceschopnosti destinací Světového ekonomického fóra.

Tabulka 1: Příjezdy v mezinárodním cestovním ruchu (v %)

Region	1990	2009	2013
Evropa	62	52	52
Asie a Pacifik	17	21	23
Amerika	20	16	16
Afrika	3	5	5
Střední východ	2	6	5
Rozvinuté ekonomiky	68	56	53
Rozvojové ekonomiky	32	44	47

Source: UNWTO, 2014.

Tabulka 1 ilustruje regionální rozložení mezinárodního cestovního ruchu dle metodiky UNWTO. Tato instituce rozděluje svět do pěti regionů a téměř dvaceti subregionů. Struktura regionů cestovního ruchu dle UNWTO neodpovídá standardně užívanému geografickému členění. Region Evropa zahrnuje vedle evropských zemí ještě území bývalého Sovětského svazu, Izrael a Turecko. Region Asie a Pacifik obsahuje území od Íránu přes Japonsko až po Austrálii a Nový Zéland. Vedle tradičních světadílů je vymezen region Střední východ, který zahrnuje státy severní Afriky a oblast Asie až po Írán. Region Ameriky jako jediný odpovídá geografickému pojetí Severní, Střední a Jižní Ameriky. Region Afriky zahrnují všechny africké země s výjimkou těch, které jsou zařazeny do regionu Střední východ

V geografickém rozložení mezinárodního turismu došlo v posledních letech k podstatným změnám, které způsobují oslabování světového podílu vyspělých ekonomik oproti rozvíjejícím se trhům. Z tabulky 1 lze vysledovat, že podíl vyspělých ekonomik na mezinárodních příjezdech se snížil dle statistik UNWTO v období 1990 - 2013 z téměř 70 % na 53,4 %. Naproti tomu podíl rozvíjejících se trhů a rozvojových zemí se postupně zvyšoval a dosahuje 46,6 %. V perspektivě následujících deseti až dvaceti let lze očekávat převahu podílu rozvíjejících se ekonomik. Vyspělé destinace, které dominovaly v mezinárodním turismu ve druhé polovině minulého století, pociťují dopady zpomalení ekonomického růstu a pokles mezinárodní konkurenceschopnosti. Z hlediska regionálního můžeme sledovat pokles podílu regionů Evropy a Ameriky, a to jak na mezinárodních příjezdech, tak i na příjmech z cestovního ruchu. Zatímco regiony Asie a Pacifiku, Afriky a Středního východu v posledních dvaceti letech podstatně navyšují podíl na mezinárodním trhu cestovního ruchu.

Mezi vůbec nejdynamičtější oblasti světového turismu patřily v posledních pěti letech jihovýchodní Asie, jižní Asie, Jižní Amerika, Subsaharská Afrika, Jižní Amerika a Severovýchodní Asie. V posledních dekádách byl překonán také dlouhodobě platný fakt, že turisté v regionech Evropy a Ameriky generují větší příjmy na jeden příjezd než v rozvíjejících se destinacích. V současné době to platí již pouze pro zaostalý region Afriky. Průměrné příjmy z jednoho mezinárodního příjezdu v regionu Asie a Pacifik jsou srovnatelné s regionem Ameriky a převyšují Evropu. Regiony Středního východu a Evropy dosahují v tomto ohledu zhruba srovnatelných hodnot.

I přes klesající tendence však zůstává Evropa dominantním regionem mezinárodního cestovního ruchu, což je dáno dlouhodobou tradicí turismu a do určité míry také statistickým zkreslením. To vyplývá z vysokého počtu relativně menších zemí, který se nachází v regionu Evropy a zvyšuje tak preference mezinárodního cestovního ruchu oproti domácímu. Naproti tomu regiony Ameriky a Asie a Pacifiku vykazují větší podíl domácího cestovního ruchu. Uvedené tendence lze prokázat i na tom, že celkové objemy vytvořeného hrubého domácího produktu a generovaná zaměstnanost v sektoru cestovního ruchu převyšují v regionech Asie a Pacifiku a Ameriky hodnoty dosahované v Evropě.

Regionální rozložení světového cestovního ruchu je ovlivněno selektivními, lokalizačními i realizačními předpoklady pro rozvoj turismu. Na základě výsledků Indexu konkurenceschopnosti cestovního ruchu (TTCI index) Světového ekonomického fóra, který je sestavován na základě analyzovaných

statistických dat a dotazníkových šetření ve třech oblastech (regulační prostředí pro rozvoj turismu, podnikatelské prostředí a infrastruktura a lidské, kulturní a přírodní zdroje), lze konstatovat, že nejlepší předpoklady pro rozvoj turismu neustále vykazují evropské destinace. Průměrné pořadí evropských zemí setrvává mezi roky 2009 – 2013 téměř konstantní. V hodnocení za rok 2013 se umístilo v rámci prvních dvaceti nejkonzurenceschopnějších turistických destinací třináct evropských, dvě americké a pět z regionu Asie a Pacifik. Ostatní regiony se do prvních dvou desítek nezařadily. V rámci evropských regionů i celosvětově se na prvním místě po celé sledované období (2009 – 2013) umísťuje Švýcarsko, které je hodnoceno na nejvyšších příčkách z hlediska téměř všech sledovaných skupin faktorů. Excelentní úrovně dosahují dle aktuálního indexu lidské zdroje v cestovním ruchu, udržitelnost sektoru, bezpečnost a hygienické standardy. Jedinou výraznou slabinu představuje cenová konkurenceschopnost destinace, ale to se týká většiny vyspělých evropských zemí. Mezi další stabilně výborně vnímané destinace (umístění v první desítce) patří Rakousko, Německo, Francie, Španělsko, Velká Británie a Švédsko. Jediné destinace v regionu Evropa, které se nedostaly do první padesátky zemí v rámci Indexu konkurenceschopnosti turismu, jsou postsovětské republiky (kromě baltských států) a některé balkánské státy (Albánie a Rumunsko).

Region Asie a Pacifiku se vyznačuje značnou nerovnoměrností v pořadí jednotlivých ekonomik. Singapur, Hongkong, Japonsko, Austrálie a Nový Zéland se řadí do první dvacítky analyzovaných zemí. Zatímco Pákistán, Nepál a Bangladéš jsou až ve druhé stovce výsledkové listiny 140 zemí. Nejlépe hodnocenou zemí celého regionu je v současnosti Singapur, který profituje především z výborné dopravní a obchodní infrastruktury. Vykazuje také velmi vysokou úroveň lidských zdrojů v sektoru turismu a velmi dobře fungující veřejné instituce a politiky. Region Střední východ zahrnuje relativně heterogenní skupinu zemí z hlediska dosahovaných výsledků. Většina destinací vykazuje umístění nad průměrem výsledkové listiny, a to především v důsledku kvalitního obchodního prostředí a infrastruktury. Amerika dosahuje podobného průměrného hodnocení, ale rozložení zemí je jiné. Region zahrnuje dvě vysoce kvalitní destinace, které jsou zařazeny do první desítky (USA a Kanadu), ale také země na počátku druhé stovky výsledkové listiny zemí (Bolívie, Venezuela, Paraguay, atd.). Při výpočtu průměrné hodnoty Ameriky nebylo zahrnuto Haiti, které dosáhlo posledního 140. místa v roce 2013, ale v roce 2009 nebylo hodnoceno, a tak by došlo k statistickému zkreslení vývoje průměru. Afrika

představuje v posledních letech neustále nejhůře hodnocený region v indexu konkurenceschopnosti sektoru turismu Světového ekonomického fóra.

Dle průměrného pořadí v žebříčku konkurenceschopnosti Světového ekonomického fóra se jednotlivé regiony umísťují následovně: Evropa, Asie a Pacifik, Střední východ, Amerika, Afrika. Při srovnání vývoje konkurenceschopnosti jednotlivých zemí lze zjistit, že jediným regionem, který se pozitivně posunul v průměrném pořadí v indexu konkurenceschopnosti v období posledních čtyř let, byla Asie a Pacifik. I zde tedy můžeme sledovat nárůst vnitřních faktorů konkurenceschopnosti daného regionu. To koresponduje s absolutním nárůstem příjezdů a příjmů z cestovního ruchu, který byl zjištěn ze statistických dat za poslední dekády. Ostatní oblasti buď stagnovaly, nebo mírně zhoršily své postavení (Střední východ). Na závěr je nutné upozornit, že dělení regionů dle metodiky UNWTO a dle Světového ekonomického fóra není srovnatelné. Tomu bylo přizpůsobeny výpočty průměrných hodnot regionů.

3 Rozmístění a expanze subregionu severovýchodní Asie

Nejdynamičtějším regionem cestovního ruchu v posledních letech je Asie a Pacifik. Hlavním stimulem je především růst disponibilního důchodu obyvatel (např. ve státech Tchaj-wan, Jižní Korea a Malajsie) a také silný populační tlak zejména v Číně, Indii a Indonésii. Zásadním prvkem pro rozvoj cestovního ruchu byla změna ekonomického prostředí ve druhé polovině 20. století, kdy nastal prudký ekonomický rozvoj zejména v Hongkongu, Jižní Koreji, Singapuru a na Tchaj-wan. Země se restrukturalizovaly a došlo k technologickému rozvoji a k přílivu know-how a investic. Tyto faktory v kombinaci s levnou pracovní silou zapříčinily rychlý hospodářský růst. V 80. letech došlo k druhé vlně industrializace v dalších zemích, kterými byly Malajsie, Indonésie, Thajsko a Filipíny. Specifickým vývojem prošla Čína, kde nastartovaly ekonomický růst reformy v 70. letech. V období první etapy transformace od roku 1978 do roku 1992 se zformovaly nosné prvky transformace od koncipování systému liberalizace a změn ve vlastnických vztazích až po vytvoření prostoru pro rozvoj podnikání a vstup zahraničního kapitálu. Druhá etapa, která trvá do současnosti, byla zaměřena na intenzifikaci zavádění tržních mechanismů se současnou regulací výrobních činností státních podniků s cílem technologicky modernizovat celou ekonomiku, uskutečnit privatizaci státního majetku a precizování hospodářské spolupráce se zahraničím. Tyto makroekonomické

změny přinesly dlouhodobý růst ekonomiky oscilující v některých letech až na 14 procentech. (Baláž, Szókeová, Zábojník, 2012) Hospodářský růst nepochybně přispěl ke zlepšení infrastruktury a materiálně technické základny, která byla využita i k rozvoji cestovního ruchu. (Huseníková, Ušiak, 2011)

Geografie mezinárodního cestovního ruchu prodělala zásadní změny v 90. letech 20. století. Makroregion Asie a Pacifik předstihl region Amerika a v roce 2002 se tak stal druhým nejnavštěvovanějším regionem po Evropě. Zároveň se některé asijské destinace propracovaly mezi nejnavštěvovanější země. Rovněž výrazně narostl objem intra-regionálního asijského cestovního ruchu. (Cochrane, 2008) Je nutné připomenout, že asijské státy jsou velmi rozdílné po ekonomické, sociální i politické stránce a cestovní ruch zde nemá vhodné objektivní stimulační předpoklady. Nízkou mírou rozvinutosti se v řadě zemí vyznačují také realizační předpoklady, které umožňují skutečnou realizaci cestovního ruchu a svou kapacitou určují možnosti pro využití lokalizačních podmínek konkrétní oblasti.

Ve druhé polovině 90. let došlo v důsledku finanční krize v zemích JV Asie k poklesu intra-regionálního příjezdového cestovního ruchu. Po eliminaci následků finanční krize začal cestovní ruch opět růst. V roce 2003 došlo k teroristickému útoku na Bali, který měl za následek dočasný pokles cestovního ruchu v subregionu. Ve stejném roce se v Asii začala šířit epidemie SARS, která měla za následek výrazný pokles v počtu mezinárodních příjezdů do regionu (Cochrane, 2008).

Z hlediska institucionálního zajištění cestovního ruchu v Asii, lze uvést zejména nejvýznamnější regionální organizaci APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation), kterou byla v roce 2000 přijata tzv. Soulská deklarace (Soul Declaration on APEC Tourism Charter). Deklarace předložila vizi turismu v novém miléniu, a nabízela směřování pro rozvoj turismu. Charta vytyčila 4 hlavní cíle: odstranit překážky pro rozvoj obchodu a pohyb investic v cestovním ruchu, zvýšit mobilitu turistů a poptávku po produktech a službách v cestovním ruchu v regionu APEC, udržitelně spravovat výsledky a dopady turismu, posílit uznání a pochopení cestovního ruchu jako prostředku pro ekonomický a sociální rozvoj (Cochrane, 2008). Podobně i další regionální organizace v Asii – ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) si klade za cíl udržení politické stability, avšak s rapidním ekonomickým rozvojem členských zemí a zabývá se i hospodářskými otázkami a mj. i podporou rozvoje cestovního ruchu. Jednou z nejvýznamnějších organizací podporující cestovní ruch je PATA (Pacific Asia Travel Association). Jedná se o mnoha sektorovou organizaci,

kteřá sdružuje členy ze soukromých, vládních a nevládních organizací, které jsou částečně nebo úplně zainteresovány na cestovním ruchu. Jako nezisková obchodní organizace má cíl posílit růst, hodnotu a kvalitu turismu v Asii a Pacifiku. (PATA, 2014)

Nejnavštěvovanějším subregionem v Asii a v současné době i třetím nejvíce navštěvovaným subregionem světa je SV Asie. V letech 2010 až 2013 zaznamenal uvedený subregion průměrný růst příjezdů 6,2 %. (UNWTO, 2014) Do subregionu zahrnujeme dle UNWTO ekonomicky vyspělé země s kvalitními realizačními předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu jako jsou Hongkong, Čína, Japonsko, Macao, Jižní Korea a Tchaj-wan. Na druhé straně sem patří také země s nerozvinutými realizačními předpoklady pro cestovní ruch (Mongolsko) a KDR s nevhodnými zejména stimulačními předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

Statisticky bylo v subregionu severovýchodní Asie v roce 2013 vykázáno 127 mil. příjezdů. Celkový podíl subregionu SV Asie na světových příjezdech byl ve sledovaném roce 12,7 %. Nejvíce příjezdů směřovalo do Číny a to 47 %. Hongkong zaznamenal 19,4 %. Třetí nejnavštěvovanější destinací bylo Macao s 11% podílem. Na čtvrtém místě se umístila Jižní Korea s 9% podílem a na pátém místě Japonsko s 6,5 % celkových mezinárodních příjezdů do SV Asie. (UNWTO, 2014)

Hodnotíme-li indikátor příjmy z mezinárodního cestovního ruchu, pak vítězí rovněž Čína s 30% podílem z celkové sumy 184,7 miliard USD. Na druhém místě figuruje Macao s 26% podílem, zde lze připomenout skutečnost, že Macao se stalo zásadním světovým centrem hazardního průmyslu. Třetí je Hongkong, který generuje 19 % celkových příjmů z mezinárodního cestovního ruchu plynoucích do SV Asie.

Severovýchodní Asie je dlouhodobě nejnavštěvovanějším asijským subregionem. Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu se zde od roku 2008 do roku 2013 téměř zdvojnásobily. (CNTA, 2014) Avšak v posledních letech zaznamenal subregion relativní pokles v příjezdech na rozdíl od subregionu jihovýchodní Asie, jejíž návštěvnost od roku 2008 do roku 2013 výrazně narostla. Třetí nejnavštěvovanější region je Jižní Asie s 15 mil. příjezdů v roce 2013. Podíl Jižní Asie na celkových příjezdech do regionu Asie a Pacifik vzrostl z 10 % v roce 2008 na 15 % v roce 2013. Příjmy vzrostly z 15 mld. na 24,3 mld. USD v roce 2013.

Tabulka 2: Asie a Pacifik – vývoj mezinárodních příjezdů v letech 1990 – 2013 (v %)

subregion	1990	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013
SV Asie	47,1	52,3	54,9	54,1	54,5	53,4	52,6	51,2
JV Asie	38,3	33,9	33,5	34,3	34,2	35,6	36,2	37,5
J Asie	5,5	5,5	5,6	5,6	5,6	5,7	6,0	6,3
Pacifik	9,1	8,3	6,0	6,0	5,7	5,4	5,2	5,0

Zdroj: UNWTO, 2014, výpočty autorů.

Ekonomické a sociální prostředí v Číně je v posledních letech příznivé k naplňování základních podmínek nezbytných pro rozvoj cestovního ruchu. Posiluje tzv. střední třída a s tím se zvyšuje i životní úroveň obyvatel, kteří tak poptávají více zboží a služeb. Promítlo se to zejména v růstu výjezdového turismu a Čína se tak stala nejvýznamnější zdrojovou zemí světa. Současně patří mezi významnou přijímací destinaci cestovního ruchu (4. místo na světě v roce 2014). (UNWTO, 2014) Důležitým segmentem v pasivním cestovním ruchu Číny je cestování za hazardním průmyslem do Macaa. Vzhledem k pozvolnějšimu současnému ekonomickému vývoji, zvyšujícímu se kurzu juanu, vývoji inflace a dalším faktorům se čínský příjezdový turismus za rok 2013 tolik nezvýšil proti předchozím rokům. Celkový počet mezinárodních příjezdů v roce 2013 dosáhl 55,7 milionu, což byl pokles oproti roku 2012 o 3,5 %. Navzdory tomu celkové příjmy z mezinárodního turismu dosáhly v roce 2013 sumy 51,664 mld. USD, což byl 3,27% nárůst oproti předchozímu roku 2012. (CNTA, 2014)

Teritoriální strukturu příjezdového cestovního ruchu do Číny tvoří nejvíce turisté z Jižní Koreji a Japonska. Zde však byl zaznamenán oproti předchozímu roku pokles. Na dalších místech jsou Rusové a Američané.

Tabulka 3: Incomingový cestovní ruch Číny v roce 2013 (v mil.)

pořadí	země	příjezdy	změna 2012/13 v %
1.	Jižní Korea	3,97	-2,48
2.	Japonsko	2,88	-18,21
3.	Rusko	2,19	-9,89
4.	USA	2,09	-1,55

Zdroj: CNTA, 2014

V roce 2013 však prudce narostl výjezdový cestovní ruch. Čína se stala, jak již bylo uvedeno, největším výjezdovým trhem světa. Hlavním faktorem je větší „síla“ střední třídy a s tím rostoucí poptávka po cestování. Zásadní je rovněž

vývoj kurzu a zhodnocování čínské měny. V roce 2012 se Čína poprvé dostala na první místo států s největšími výdaji na cestování (102 mld. USD). V roce 2013 vycestovalo do zahraničí 98,2 milionů Číňanů, což byl 18% nárůst oproti roku 2012, s celkovými výdaji na cestování, které dosáhly 128,7 mld. USD. Jednalo se tak o 26,8% nárůst ve srovnání s předchozím rokem (UNWTO, 2014). Většina turistů vycestovala do blízkých asijských zemí (83 %). Pouze 10,8% podíl tvořili turisté cestující do Evropy a 2,2 % turistů cestovalo do USA. Méně je zastoupena Oceánie (2,4 %) a Afrika (0,8 %). (CNTA, 2014)

Závěr

Cestovní ruch zůstává, i přes volatilitu současné globální ekonomiky, stabilně rostoucím sektorem. Mění se však jeho rozložení, druhy, formy i struktura. Z hlediska regionálního rozmístění můžeme sledovat pokles podílu regionů Evropy a Ameriky, a to jak na mezinárodních příjezdech, tak i na příjmech z cestovního ruchu. Zatímco rozvíjející se subregiony (např. Jihovýchodní Asie, Jižní Asie, Jižní Amerika, Subsaharská Afrika, Jižní Amerika nebo Severovýchodní Asie) v posledních dvaceti letech navyšují podíl na mezinárodním trhu cestovního ruchu.

V období přelomu tisíciletí byl také překonána dlouhodobě platná skutečnost, že turisté ve vyspělých regionech generují větší příjmy na jeden příjezd než v rozvíjejících se destinacích. V současné době jsou charakteristické relativně nižší výdaje turistů pouze v regionu Afriky. Evropské a severoamerické destinace mají stále vysokou mezinárodní konkurenceschopnost, avšak v posledním období významně posiluje region Asie a Tichomoří.

Hlavním impulsem pro budoucí rozvoj cestovního ruchu v subregionech JV a SV Asie byly změny ekonomického prostředí v posledních dekádách minulého století, kdy nastal prudký ekonomický rozvoj ve vybraných zemích, který byl zásadním faktorem ke zhodnocení lokalizačních předpokladů turismu a podmínek pro faktickou realizaci průmyslu cestovního ruchu. Zároveň došlo k významnému zlepšení stimulačních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu včetně politických faktorů.

Dlouhodobě nejnavštěvovanějším asijským subregionem je Severovýchodní Asie, avšak vývoj posledních let naznačuje větší dynamiku subregionu Jihovýchodní Asie, což je způsobeno zejména pozvolnějším ekonomickým růstem Číny, posilováním kurzu čínské měny a také zvyšováním relativní

cenové úrovne. Na druhej strane signifikantným momentom odrážajúcim sa v outgoingovom turizmu Číny je zvyšovanie životní úrovne strední triedy a její rastoucí poptávka na trhu mezinárodního cestovního ruchu. Čína se tak stala kromě významně navštěvované destinace také největším zdrojovým trhem světa.

Nejen Čína, ale i další rozvíjející se ekonomiky se staly zdrojem nových turistů. Je to zejména Rusko a dále také Indie a Brazílie. Rusové vytvářejí jednu z největších položek aktivního cestovního ruchu v Číně i v JV Asii. Porozumění a schopnost reakce na změny teritoriální struktury světového cestovního ruchu se stávají důležitým předpokladem pro koncipování a řízení efektivní cestovního ruchu na národní úrovni.

Literatura:

- ABRHÁM, J. 2014. *Competitiveness of the Tourism Destination in the Global Economy*. In: The 8th International Days of Statistics and Economics. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, s. 1 – 10. ISBN 978-80-87990-02-5.
- BALÁŽ, P., SZÓKEOVÁ, S., ZÁBOJNÍK, S. 2012. *Čínska ekonomika nová dimenzia globalizácie svetového hospodárstva*. Bratislava: Sprint, 2012, 279 s., ISBN 978-80-89393-89-3.
- BLANK, J., CHIESA, L. 2013. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Geneve: World Economic Forum, 2013. ISBN-13: 978-92-95044-40-1.
- CNTA. 2014. [cit. 18.11.2014]. Dostupné na internetu: <http://old.cnta.gov.cn/lyen/index.asp>.
- COCHRANE, J. 2008. *Asian Tourism: Growth and Change*. Oxford: Elsevier, 2008, 396 s., ISBN: 978-0-08-045356-9.
- DUPEYRAS, A., MACCALUMM, N. 2013. *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism*. Paris: Organisation for economic cooperation and development, OECD Tourism Papers, 2013/02.
- DWYER, L., KIM, C. 2003. Destination Competitiveness: A model and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 369 - 414, 2003. ISSN: 1368-3500.
- ENRIGHT, M., NEWTON, J. 2005. Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality. *Journal of Travel Research*, 43 (4), 339 - 350, 2005. ISSN: 0047-2875.

- HUSENICOVÁ, L., UŠIAK, J. 2011. Čínska bezpečnostná stratégia: východiská a ciele. In *Doktríny mocností a nejdůležitějších aliancí na počátku 21. Století*. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-7431-054-6, s. 102 - 111.
- MOLZ, J. 2012. *Travel Connections – Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. London: Routledge. ISBN 978-0-415-68285-5.
- MORRISON, A. 1995. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Viktoria Publishing. 1995. ISBN 80-85605-90-2.
- NAVICKAS, V., MALAKAUSKAITE, A. 2003. Efficiency of Event Usage for the Increase in Competitiveness of Companies. *Engineering. Economics*, 2 (52), 37-44, 2003. ISSN 1392-2785.
- PALATKOVÁ, M. 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2011, 224 s., ISBN 978-80-247-3750-8.
- PATA. 2014. [cit. 18.11.2014] Dostupné na internetu: <http://pata.org>
- SNIEŠKA, V. 2008. Research into International Competitiveness in 2000 – 2008. *Engineering economics*, 4 (59), 29 - 41, 2008. ISSN 1392-2785.
- UNWTO. 2014. *Tourism Highlights 2014 Edition*, Madrid: UNWTO, [cit. 18.11.2014] Dostupné na internetu: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.
- VAŠKO, M., VALENTOVÁ, J. 2015. *Dopad rozvoje mTourismu na spotřební chování účastníků cestovního ruchu v ČR*. In: *Hradecké ekonomické dny 2015*. Hradec Králové: UHK. ISBN 978-80-7435-546-2.
- ZELENKA, J. 2008. *Cestovní ruch - komunikační technologie*. Hradec Králové: Gaudeamus: 2008. ISBN 978-80-7041-514-6.