

Iveta Hamarneh

Geografie turismu

Mimoevropská teritoria

rozdělení světa podle metodiky UNWTO a charakteristika jednotlivých států

nejdynamičtější rostoucí region turismu - Asie a Pacifik - a jeho potenciál

předpoklady turismu v regionech Amerika, Střední východ a Afrika

 GRADA®

Iveta Hamarneh

Geografie turismu

Mimoevropská teritoria

rozdělení světa podle metodiky UNWTO a charakteristika jednotlivých států

nejdynamičtější rostoucí region turismu - Asie a Pacifik - a jeho potenciál

předpoklady turismu v regionech Amerika, Střední východ a Afrika

Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D.

Geografie turismu Mimoevropská teritoria

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE

Knih je monografie

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 4989. publikaci

Odborně recenzoval:

Doc. RNDr. Václav Kašpar, CSc.

Vydání odborné knihy schválila Vědecká redakce nakladatelství Grada Publishing, a.s.

Odpovědná redaktorka Mgr. Andrea Bláhová

Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 224

První vydání, Praha 2012

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2012

Cover Design © Eva Hradiláková

ISBN 978-80-247-4430-8

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

ISBN 978-80-247-7546-3 (ve formátu PDF)

ISBN 978-80-247-7549-4 (ve formátu EPUB)

Obsah

0	autorce	8
	Úvod	9
1.	Geografie turismu a rozložení mezinárodního turismu	11
1.1	Geografie turismu	11
1.2	Regionální rozložení mezinárodního turismu dle UNWTO	20
1.3	Shrnutí a úkoly	21
2.	Region Asie a Pacifik z hlediska geografie turismu	23
2.1	Selektivní předpoklady turismu	23
2.1.1	Objektivní předpoklady turismu	23
2.1.2	Subjektivní předpoklady turismu	25
2.2	Lokalizační předpoklady turismu	25
2.2.1	Přírodní předpoklady turismu	25
2.2.2	Společenské předpoklady turismu	27
2.3	Realizační předpoklady turismu	28
2.4	Jednotlivé subregiony Asie a Pacifiku	28
2.4.1	Severovýchodní Asie	28
2.4.2	Jihovýchodní Asie	29
2.4.3	Jižní Asie	32
2.4.4	Oceánie	33
2.5	Země regionu z hlediska geografie turismu	35
2.5.1	Čína	35
2.5.2	Hongkong	40
2.5.3	Macao	41
2.5.4	Malajsie	43
2.5.5	Thajsko	47
2.5.6	Sinapur	50
2.5.7	Indie	52
2.5.8	Pákistán	56
2.5.9	Austrálie	58
2.5.10	Nový Zéland	62
2.5.11	Ostatní země Asie a Pacifiku	64
2.6	Shrnutí a úkoly	67

3.	Region Amerika z hlediska geografie turismu	70
3.1	Selektivní předpoklady turismu	70
3.1.1	Objektivní předpoklady turismu	70
3.1.2	Subjektivní předpoklady turismu	72
3.2	Lokalizační předpoklady turismu	73
3.2.1	Přírodní předpoklady turismu	73
3.2.2	Společenské předpoklady turismu	75
3.3	Realizační předpoklady turismu	75
3.4	Jednotlivé subregiony Ameriky	76
3.4.1	Severní Amerika	76
3.4.2	Střední Amerika	77
3.4.3	Karibik	78
3.4.4	Jižní Amerika	79
3.5	Země regionu z hlediska geografie turismu	82
3.5.1	USA	82
3.5.2	Mexiko	86
3.5.3	Kanada	89
3.5.4	Kostarika	93
3.5.5	Panama	95
3.5.6	Dominikánská republika	97
3.5.7	Portoriko	100
3.5.8	Kuba	101
3.5.9	Jamajka	105
3.5.10	Bahamy	107
3.5.11	Argentina	109
3.5.12	Brazílie	111
3.5.13	Ostatní státy Ameriky	115
3.6	Shrnutí a úkoly	117
4.	Region Střední východ z hlediska geografie turismu	120
4.1	Selektivní předpoklady turismu	120
4.1.1	Objektivní předpoklady turismu	120
4.1.2	Subjektivní předpoklady turismu	125
4.2	Lokalizační předpoklady turismu	126
4.2.1	Přírodní předpoklady turismu	126
4.2.2	Společenské předpoklady turismu	126
4.3	Realizační předpoklady turismu	127
4.4	Země regionu z hlediska geografie turismu	128
4.4.1	Bahrajn	128
4.4.2	Egypt	131
4.4.3	Irák	135
4.4.4	Jemen	138
4.4.5	Jordánsko	142
4.4.6	Libanon	146

4.4.7	Saúdská Arábie	150
4.4.8	Spojené arabské emiráty	153
4.4.9	Sýrie	156
4.4.10	Ostatní státy Středního východu	159
4.5	Shrnutí a úkoly	160
5.	Region Afrika z hlediska geografie turismu	163
5.1	Selektivní předpoklady turismu	163
5.1.1	Objektivní předpoklady turismu	163
5.1.2	Subjektivní předpoklady turismu	167
5.2	Lokalizační předpoklady turismu	167
5.2.1	Přírodní předpoklady turismu	167
5.2.2	Společenské předpoklady turismu	169
5.3	Realizační předpoklady turismu	169
5.4	Jednotlivé subregiony Afriky	170
5.4.1	Severní Afrika	170
5.4.2	Subsaharská Afrika	171
5.5	Země regionu z hlediska geografie turismu	175
5.5.1	Maroko	176
5.5.2	Tunisko	179
5.5.3	Nigérie	182
5.5.4	Ghana	184
5.5.5	Kamerun	187
5.5.6	Angola	189
5.5.7	Zimbabwe	191
5.5.8	Mosambik	194
5.5.9	Keňa	196
5.5.10	Jihoafrická republika	199
5.5.11	Botswana	202
5.5.12	Ostatní státy regionu Afrika	205
5.6	Shrnutí a úkoly	207
Závěr	210	
Shrnutí/Summary	211	
Přílohy	213	

O autorce



Ing. Iveta Hamarneh, Ph.D. (* 1971)

V roce 1994 absolvovala Fakultu financí a účetnictví a vedlejší specializaci Cestovní ruch na Vysoké škole ekonomické v Praze. Po studiu se věnovala přednáškové a konzultační činnosti na VŠE v Praze, zároveň zde působila jako samostatný odborný referent mezinárodního projektu M.A. Economics of International Trade and European Integration.

V roce 2001 obhájila na VŠE v Praze dizertační práci na téma *Postavení cestovního ruchu v mezinárodních ekonomických vztazích* a získala titul Ph.D. v oboru Mezinárodní ekonomické vztahy. V roce 2007 získala Osvědčení za absolvování kurzu Vysokoškolská pedagogika (Centrum pro studium vysokého školství).

Je autorkou knihy *Geografie cestovního ruchu – Evropa* (2008), publikace *Přípravenost českých podnikatelských subjektů v cestovním ruchu na vstup do EU* (GAČR 402/04/P133) a vysokoškolských skript: *Geografie cestovního ruchu Česka* (2010), *Pokyny pro vypracování bakalářské, diplomové a jiné písemné práce* (2009). Dále je autorkou řady odborných článků (v českém i anglickém jazyce), které se věnují geografii cestovního ruchu, ale i dalším tématům turismu (nové trendy turismu, společenská odpovědnost firem v turismu apod.).

V současné době se věnuje přednáškové a konzultační činnosti na Vysoké škole obchodní v Praze, o. p. s., Univerzitě Jana Amose Komenského v Praze a na Vyšší obchodní podnikatelské škole, s. r. o. Je členkou Společnosti vědeckých expertů v cestovním ruchu.

Úvod

Předložená publikace volně navazuje na dílo Hamarnehová, Iveta. *Geografie cestovního ruchu. Evropa*. Plzeň: Nakladatelství a vydavatelství Aleš Čeněk, 2007. ISBN 978-80-7380-093-2. Snaží se jak laické, tak odborné veřejnosti přiblížit mimoevropská teritoria z hlediska geografických aspektů ovlivňujících rozvoj turismu daných území.

Členění jednotlivých regionů a subregionů turismu v publikaci vychází z metodiky Světové organizace cestovního ruchu, která přistupuje k členění světa odlišně oproti obecné geografii, a to zejména v kontextu specifické oblasti jejího působení – turismu. Charakteristika regionů, subregionů i jednotlivých zemí vychází z předpokladů selektivních, lokalizačních a realizačních.

Publikace je strukturována do pěti základních kapitol. První kapitola nejdříve vymezuje geografii turismu jako vědní disciplínu a poté charakterizuje selektivní, lokalizační a realizační předpoklady turismu. Součástí kapitoly je i stručné regionální rozložení mezinárodního turismu.

Druhá kapitola se věnuje regionu Asie a Pacifik, který patří mezi nejdynamičtější se rozvíjející světové regiony, a to zejm. díky destinacím, které leží v severovýchodní a jihovýchodní Asii.

Třetí kapitola charakterizuje předpoklady turismu v regionu Amerika, který se v současné době nalézá na třetí pozici z hlediska mezinárodních příjezdů i příjmů z mezinárodního turismu.

Region Středního východu a jeho potenciál z hlediska turismu je součástí čtvrté kapitoly. Pátá kapitola se věnuje regionu Afrika, který můžeme charakterizovat jako region plný kontrastů, a to nejen z hlediska turismu, ale i obecného ekonomického vývoje.

Každá kapitola, kromě celkového zhodnocení předpokladů turismu, obsahuje i informace o jednotlivých subregionech (kromě regionu Střední východ, který se do subregionů nečlení). Nejnavštěvovanější země příslušných regionů jsou představeny na základě geografie turismu podrobněji, země ostatní jsou zmíněny pouze okrajově.

Vzhledem k tomu, že předložená publikace je věnována geografii turismu, budou zde uváděny geografické názvy států vyjadřující kulturně-historickou tradici jednotlivých zemí, jejichž časté užívání vnáší tu či onu zemi do povědomí lidí na celém světě.

Publikace *Geografie turismu – mimoevropská teritoria* je v prvé řadě určena studentům Vysoké školy obchodní v Praze, o. p. s., jimž může být v rámci předmětu Geografie cestovního ruchu či Teritoriální aspekty rozvoje cestovního ruchu vhodnou studijní pomůckou. Zároveň je určena i studentům dalších vyšších odborných a vysokých škol, kteří se specializují na turismus. Stejně tak je publikace určena široké veřejnosti, která ráda cestuje, poznává nové kraje a dovídá se o nich zajímavé informace. V neposlední řadě je také věnována pracovníkům v oblasti turismu, kteří svým přístupem a odborností mohou přispět k rozvoji turismu, ať už v lokálním, regionálním, či mezinárodním měřítku.

V žádném případě si ale neklade za cíl postihnout veškeré geografické prvky mimoevropských destinací, vyjmenovat veškerá turisticky atraktivní místa světa; chce být spíše určitým průvodcem po krásách jednotlivých regionů a návodem, jak svět lépe poznat. V závěru každé

kapitoly jsou uvedeny otázky a úkoly, jejichž cílem je rozšířit a doplnit informace daných kapitol a učinit tak z předložené publikace co nejkomplexnější studijní materiál.

Jsem si vědoma, že publikace podléhá určitým vývojovým tendencím, a proto se zavazuji nezbytné údaje a informace průběžně aktualizovat a doplňovat. Uvítám také vaše náměty a připomínky, které pro mě budou inspirací pro její následné zkvalitnění.¹

¹ Můžete využít např. e-mailového spojení: Iveta.Hamarnehova@vso-praha.eu.

1. Geografie turismu a rozložení mezinárodního turismu

Kapitola předkládá regionální rozložení mezinárodního turismu, jak ho metodicky zpracovává Světová organizace cestovního ruchu (World Tourism Organization, UNWTO). Součástí kapitoly je i pojetí a obsah geografie turismu a vymezení selektivních, lokalizačních a realizačních předpokladů turismu, na základě kterých budou jednotlivé regiony, subregiony i země v dalších kapitolách charakterizovány.

1.1 Geografie turismu

Geografie turismu je jednou z nejmladších disciplín geografie a má své vědecké počátky ve 30. letech minulého století, kdy byly zejm. rozpracovány definice pojmů a vymezeny sféry výzkumu geografických problémů. Existovaly přibližně čtyři hlavní základny výzkumu – Německo, Švýcarsko, Francie a USA. Po druhé světové válce nastal obrovský rozmach geografie turismu, vedoucí k vytvoření samostatné disciplíny geografie. Významnými geografy, kteří definovali turismus z hlediska geografických aspektů, byli např. Hans Poser a Peter Mariot.

Hans Poser definoval turismus jako „lokální nebo územní nahromadění cizinců s přechodným pobytem, které podmiňuje vznik vzájemných vztahů mezi cizinci na straně jedné a domácím obyvatelstvem, místem a jeho územím na straně druhé“. [9, s. 171] Tuto definici více než tři desetiletí akceptovala většina autorů geografických výzkumů.

Peter Mariot se na základě dosaženého stupně rozvoje turismu a jeho geografických výzkumů pokusil o definici turismu vystihující geografické aspekty: „...společenská aktivita, která podmiňuje přemísťování obyvatelstva do částí krajinné sféry, charakterizovaných interakcemi krajinných prvků, schopnými vyvolat dočasnou změnu místa pobytu.“ [5, s. 14]

Veškerý lidský život, včetně ekonomických aktivit, se odehrává v určitém čase a prostoru. Jakýkoliv vymezený prostor tvoří základnu pro ekonomickou činnost lidské společnosti, je jejím existenčním prostředkem i předmětem. Rozmístění ekonomických aktivit člověka není na Zemi rovnoměrné. Způsobeno je to tím, že rozmístění ekonomických aktivit je „dynamickým stavem výslednice sil společenských a přírodních vlivů z minulosti, jehož nestabilita je dána změnami vlivů na straně jedné a vlastními rozdíly na straně druhé“. [6, s. 4]

Vědou, která se zabývá obecnými zákonitostmi a pravidly systému rozmístění všech prvků a jevů na Zemi, je geografie. Socioekonomická geografie se pak věnuje studiu rozmístění lidské společnosti a veškerých aktivit v rámci souboru prvků a jevů Země jako celku. Ekonomická geografie, která je její součástí, se zabývá studiem rozmístění existujících hospodářských aktivit na Zemi a změnami v jejich územní organizaci v podmínkách vývoje lidské společnosti. Vzhledem ke skutečnosti, že turismus se stal významným fenoménem světové ekonomiky, byla geografie turismu vyčleněna jako samostatná disciplína.

Geografie cestovního ruchu se zabývá studiem obecných zákonitostí a faktickým rozmístěním turismu. Mezi hlavní problémové okruhy geografie turismu patří:

- analýza a hodnocení základních faktorů a podmínek rozvoje turismu;
 - prostorová analýza turismu;
 - geografická analýza hlavních typů turismu [více např. 8];
 - geografické aspekty mezinárodního turismu;
 - koncepce a prognózy rozvoje turismu a rekreace;
 - geograficko-kartografické přístupy a metody v turismu;
 - udržitelný rozvoj turismu, hodnocení vlivů cestovního ruchu na geografické prostředí.
- [Více např. 2, 4, 5]

Geografie turismu je interdisciplinární, hraniční a syntetická (navazuje na poznatky z jiných přírodních, ekonomických i společenských věd) vědní disciplína, která je organickou součástí geografických věd. Je vědou společenskou, neboť realizace a rozmístění turismu jsou v rozhodující míře formovány společensko-ekonomickými skutečnostmi.

V geografii turismu má klíčové slovo studium předpokladů, které tento významný fenomén moderní doby umožňují a formují. Dle funkčně-chorologického přístupu je můžeme rozdělit na předpoklady selektivní, lokalizační a realizační. [více např. 2, 4, 6]

Selektivní předpoklady rozvoje turismu lze označit za stimulační a můžeme je charakterizovat jako předpoklady, které stimulují vznik turismu ve funkci poptávky. Vyjadřují způsobilost dané oblasti či země podílet se na turismu aktivně i pasivně a umožňují vybrat ty obyvatele nebo ty oblasti, které mají nejlepší předpoklady pro účast na turismu.

Selektivní předpoklady turismu se člení na objektivní a subjektivní.

Objektivní předpoklady se dále rozdělují na politické, ekonomické, demografické, urbanizační a ekologické. Mezi základní politické faktory stimulující rozvoj turismu patří obecně mírové uspořádání světa bez válečných konfliktů jakéhokoli rozměru, ve vztahu k jednotlivým zemím pak jejich vnitropolitická situace a charakter politického systému. V rámci politicko-administrativního rozdělení mají značný vliv na územní uspořádání mezinárodního turismu státní hranice, které zpravidla omezují volný pohyb obyvatelstva na široké frontě a soustředí ho na určité koridory (přístavy, letiště, hraniční přechody aj.).

Mezi klíčové reality stimulující rozvoj turismu ekonomického charakteru patří dosažená životní úroveň obyvatelstva a s ní související fond volného času. Životní úroveň je podmíněna stupněm rozvoje výrobních sil, které se v konečném důsledku projevují v úrovni výživy, bydlení, vzdělání, kultury, zdravotní péče, pracovních i mimopracovních podmínkách, v právu na práci, délce pracovního času, v délce dovolených, v získávání volného času, v růstu reálných mezd apod. Existuje přímá úměrnost mezi životním standardem obyvatelstva určitého státu a jeho podílem na turismu. Ekonomickou úroveň zemí můžeme hodnotit podle hrubého domácího produktu na obyvatele (v paritě kupní síly, v USD) nebo podle indexu lidského rozvoje (Human Development Index, HDI). Platí zde vzájemný vztah, že se stupněm růstu ekonomické aktivity státu roste i stupeň aktivity obyvatelstva v turismu. Důležitým předpokladem účasti na turismu je disponibilita volného času. Hlavním zdrojem růstu volného času je rozvoj výrobních sil, který postupně umožnil zkrátit pracovní část dne, týdne a roku. Se zkrácením pracovního času v průběhu roku se zmenšuje i počet odpracovaných

roků v životě člověka. Skupina trvale zaměstnaného obyvatelstva získává základní fond volného času formou placené dovolené, která je v současnosti v mnoha zemích uzákoněna v délce tří až čtyř týdnů. Z tohoto hlediska jsou pak početnými účastníky turismu ti, kteří mají dostatek volného času, jako důchodci a studenti.

Demografická struktura současného světa a tendence jejího vývoje v jednotlivých makroregionech ovlivňují charakter a směry rozvoje turismu a tím i jeho intenzitu. K tomu je třeba také poznat demografické charakteristiky, jako jsou zaměstnání obyvatelstva, jeho vzdělání, věková struktura, podíl městského obyvatelstva a stupeň jeho koncentrace. Při posuzování této problematiky je třeba vycházet zejména z rychlého nárůstu počtu obyvatelstva světa, což je typický jev pro druhou polovinu 20. stol. Věkové složení obyvatelstva ovlivňuje dynamiku rozvoje jednotlivých forem turismu. Častějšími účastníky turismu jsou mladší věkové skupiny, zvláště v rozmezí 15–39 let. Ani podíl mužů a žen není v rovnováze. V ekonomicky vyspělých státech vznikají změny v zaměstnanosti, tj. postupné přeskupování (podle hlavních ekonomických sektorů) ve prospěch terciárního a sekundárního sektoru. Zaměstnanost v zemědělství se trvale snižuje a v ekonomicky vyspělých oblastech dosahuje méně než 15 % aktivně činného obyvatelstva. Tento jev v konečném důsledku vede i k prostorovým změnám v rozmístění obyvatelstva a jeho koncentraci ve prospěch městských sídel. Co se týče zaměstnanosti, největší zájem o turismus projevují osoby ekonomicky aktivní (zaměstnanci v průmyslu a službách), opak tvoří zemědělci a pracující důchodci. Turismus více vyhledávají osoby s vyšším vzděláním – mají větší touhu po poznání.

Z pohledu rozvoje turismu se determinujícím faktorem demografických struktur ukazuje vzrůst podílu městského obyvatelstva. Výraz městské obyvatelstvo je syntetizující pojem, který vyjadřuje i proces přechodu od zemědělství k jiným formám hospodářských činností reprezentujících se v prostoru město. Už desítky roků se proces přechodu spojuje s migrací obyvatelstva do měst. Svět se urbanizuje rychleji, než jaké je tempo přírůstu obyvatelstva. Tyto poznatky jsou důležité zejména proto, že městské obyvatelstvo je aktivnější v turismu než obyvatelstvo venkovské. Vyplývá to z charakteru urbanizovaného prostoru.

Proces urbanizace¹ je růst městského osídlení a bývá spojen s růstem role města² v životě společnosti, s koncentrací a intenzifikací nezemědělské hospodářské činnosti. Ještě ke konci 19. stol. žila ve městech pouhá 3 % lidí. V polovině 20. stol. vzrostl podíl městského obyvatelstva na 29,2 % a do roku 2000 překročil 46 %. V r. 2025 by ve městech mělo žít již asi 60 % obyvatel světa. Příchod lidí z venkova do měst vede ke vzniku chudinských čtvrtí uvnitř i na okraji metropolí se všemi negativními průvodními jevy, jako jsou kriminalita, nezaměstnanost, podvýživa, nedostatečné vzdělání, prostituce atd. Na druhé straně ale městské aglomerace (rozšiřování sídelní jednotky z jádra do šířky) a centra měst získávají stále více na významu a dostávají se mezi nejdůležitější destinace turismu. V současné době se v různých studiích o turismu ukazuje, že novým trendem je při rozšiřování celkového fondu dovolené jeho rozdělení na kratší časové úseky častěji v roce. Tomuto trendu vyhovuje mezi jinými forma městského turismu. Většinou se jedná o formu krátkodobého turismu určenou pro všechny věkové kategorie.

1 Míra urbanizace stoupá s klesajícím významem zemědělství v ekonomice.

2 Města vznikala již ve starověkých otrokářských státech Mezopotámii, Indii, Číně a Egyptě. Všeobecně známá jsou také antická města starověkého Řecka a Říma. I starověké indiánské civilizace budovaly sídla městského typu. Vznik měst umožnila zemědělská nadvýroba a oddělení řemesel a obchodu od zemědělství.

Pokud se týká dopadů turismu na životní prostředí, nemusí být jednoznačně negativní. Tam, kde je turismus ze strany státních orgánů dobře organizován a koordinován s ostatními sektory ekonomiky, má efekty kladné. V místech výskytu atraktivit turismu je zabráněno devastaci prostředí průmyslovou výrobou, flóra a fauna je chráněna systémem národních parků a rezervací. Architektonické památky mohou znamenat i určitý finanční přínos ze strany státu nebo mezinárodních organizací. V místech realizace turismu roste kvalita infrastruktury a suprastruktury, existuje zde tlak na zlepšování životního prostředí a je zabraňováno trvalému vysídlování oblastí odlehlých od ekonomických center. Je nezbytné, aby se v dalším vývoji turismu pokračovalo v souladu s udržitelným rozvojem, a to citlivými či alternativními formami. Bohužel ve většině případů převažují vlivy negativní, spojené s masovým rozvojem turismu. Nejzjevnějším efektem je fyzická změna krajiny, například v důsledku odlesňování nebo budování ubytovacích kapacit pro turisty. Pomaleji se projevující, ale o to zhoubnější následky masového turismu jsou znečištění všech složek prostředí, devastace přírodních i kulturních atraktivit a v neposlední řadě i problémy s likvidací odpadu.

Subjektivní předpoklady jsou tvořeny řadou psychologických a dalších pohnutek, ovlivněných kulturní úrovní obyvatel. Těmito pohnutkami je ovlivňováno rozhodování jednotlivce nebo skupiny obyvatel k účasti na turismu a k výběru lokality pro turismus. Důležitou úlohu v rámci subjektivních předpokladů rozvoje turismu hrají zkušenosti s cestováním. Významnou roli zde mají různé formy propagace, zejm. reklama a publicita, které mají vliv na vytváření módnosti některých destinací. Mezi subjektivní faktory rozvoje turismu dále patří konkrétní charakterové vlastnosti daného národa, které mohou samy o sobě být motivem, proč danou zemi navštívit. Na druhé straně je také důležité znát toto zejména z důvodu, abychom vůči lidem, cizincům v ČR i v zahraničí, zůstali zdvořilí a taktní.

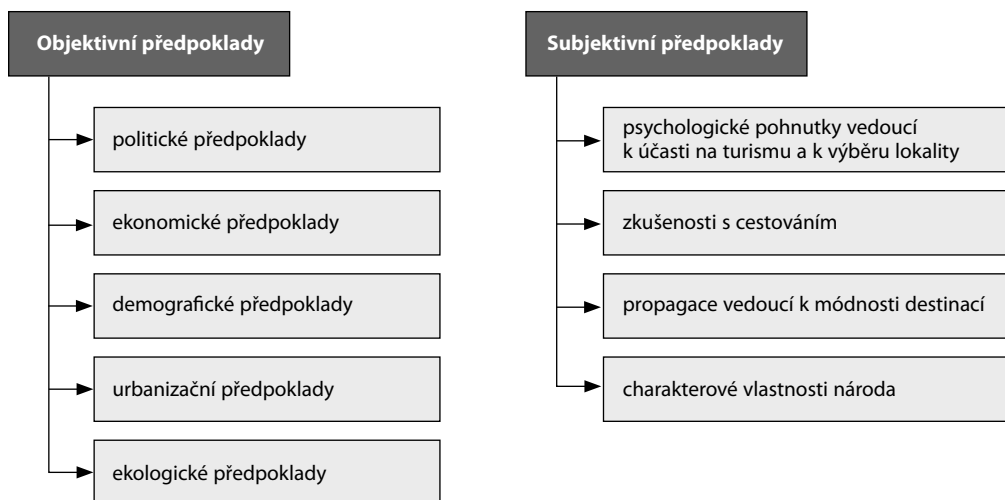


Schéma 1.1 Selektivní předpoklady turismu

Zdroj: Vlastní zpracování

Lokalizační předpoklady turismu rozhodují o funkčním využití konkrétní oblasti turismem z hlediska přírodních možností a z hlediska charakteru a kvality společenských a kulturně-historických podmínek a atraktivit. Jsou limitujícím faktorem rozvoje turismu na daném

místě. Mají kladný nebo záporný vliv na jeho další rozvoj. Je tu tedy vazba na příjezdový turismus (event. domácí turismus) a kritérium je svou orientací na diferenciaci prostoru výslovně geografické. Lokalizační předpoklady turismu dělíme na přírodní (klima, vodstvo, reliéf, fauna a flóra) a společenské (kulturně-historické památky, kulturní, zábavní a sportovní akce).

Přírodní činitele mají relativně neměnný, tj. trvalý, charakter. Nejvýznamnější oblasti turismu vznikly v místech, kde se současně vyskytují příznivé hodnoty více než jednoho z přírodních činitelů ve spojení se selektivními i realizačními faktory rozvoje turismu.

Klimatické poměry³ jsou jednou z hlavních podmínek realizace a rozmístění turismu, na něž působí prostřednictvím pozitivních hodnot svých prvků (teplota, množství srážek a jejich rozdělení, délka slunečního svitu, vlhkost vzduchu apod.). Klimatické předpoklady konkrétní oblasti jsou dány především její polohou v některém z podnebných pásů.⁴

Dalším přírodním činitelem, který podmiňuje využití krajiny z hlediska turismu, je vodstvo – podzemní i povrchové vody. Míra jejich významu, jako potenciálních činitelů ovlivňujících rozvoj turismu, je různá podle stupně jejich atraktivnosti, mohutnosti a především využitelnosti pro rekreaci a turismus. Kromě mnohostranného významu pro turismus působí voda jako kladný prvek v krajině. Vodní plochy výrazně oživují krajinu a projevují se v podobě nenahraditelných složek krajinných krás.

Hodnotu povrchových vod vytváří řada komponentů (teplota a čistota vody a s tím související i estetické faktory – průhlednost a barva, kvalita pobřežních pláží a přilehlého zázemí atd.), podle nichž se pak turisté rozhodují, zda danou oblast navštíví či nikoliv. Hlavním reprezentantem povrchových vod je moře, které samo o sobě je atraktivním prvkem přírodního prostředí přímořských krajin. Menší využití povrchových vod turismem představují jezera a umělé vodní plochy, řeky a rybníky. Řeky se zpravidla uplatňují v uspokojování krátkodobých forem turismu. Atraktivita mnohých vodních toků je zvyšována přírodními či společenskými zvláštnostmi, které se nacházejí v jejich bezprostřední blízkosti (kaňony, vodopády, kulturně-historické památky).

Podzemní vody mají významnou úlohu v turismu zvláště tam, kde se dostávají na zemský povrch v podobě minerálních nebo teplých (termálních) pramenů a jsou základem pro vznik lázní. Lázeňská střediska patří k historicky nejstarším centrům turismu. Stálost vyvěrání pramenů jim umožňuje celoroční provoz, i když letní využitelnost je zpravidla vyšší. Z dalších typů podzemních vod jsou pro turismus velmi atraktivní gejzíry.

Povrch území výrazně ovlivňuje přitažlivost pro využití v turismu. Vertikální členitost povrchu⁵ se v turismu uplatňuje skrze makroformy reliéfu. Nejlepší předpoklady mají

3 Mezi faktory ovlivňující klima patří zeměpisná šířka, poloha vzhledem k oceánu, ráz aktivního povrchu (ovlivňuje poměr odraženého a pohlceného slunečního záření), georeliéf, nadmořská výška, antropogenní činnost (činnost člověka).

4 Tropický pás má vysoké a vyrovnané teploty vzduchu (24–28 °C) v průběhu dne i v průběhu roku. Dešťové srážky jsou v rovníkovém pásmu časté a vydatné, nepříjemná je především vysoká vlhkost vzduchu způsobující stálé pocení. V subtropickém pásmu se projevují rozdíly mezi teplým a suchým letním a příjemně chladnějším a vlhčím zimním půlrokem. Pro podnebí mírného pásu je typické pravidelné střídání čtyř ročních období a závislost teplot vzduchu a vydatnosti srážek na poloze území vzhledem k nejbližším mořím a oceánům. Subpolární a polární pásy se vyznačují chladným počasím během celého roku.

5 Z hlediska výškové členitosti můžeme na zemském povrchu rozlišovat nížiny, pahorkatiny, vrchoviny, homatiny a velehory.

zpravidla území s větší členitostí – se značnými výškovými rozdíly, s širokými výhledy apod. Nejzajímavější z hlediska turismu jsou hornatiny a velehory, modelované ledovci, s velkými výškovými rozdíly a s dobrými podmínkami pro letní a zimní turistiku a pro zimní sporty.

Horizontální morfologie má konkrétní vliv na charakter a kvalitu pobřeží a povrchových vod a tím i na rozvoj turismu. Minimální hodnotu mají pobřeží bažinatá, skalnatá, strmá a těžko přístupná z vnitrozemí. Největší hodnotu mají písčité pláže, a to podle rozsahu a dalších atraktivit v blízkosti (skalní útvary, jeskyně, ostrovy při pobřežní linii) ovšem za předpokladu příznivých klimatických podmínek. Zvláštní úlohu v turismu mají najatraktivnější formy reliéfu jako např. pískovcová nebo slepencová skalní města, řady menhirů⁶ a dolmenů⁷, sopečné jevy i dozívající sopečná činnost nebo krasové jevy.

Rostliny jsou důležitou složkou přírodního prostředí, která významným způsobem ovlivňuje fyziologii krajiny. V porovnání s ostatními komponenty, které patří do komplexu lokalizačních předpokladů turismu, význam této složky na jeho rozmístění není tak výrazný, ale není ani zanedbatelný. Rozmanitá vegetace související s umístěním v podnebném pásu doplňuje tvářnost krajiny a přitahuje turisty zvláštní atmosférou. Ve vyspělých zemích mají lesní porosty značný význam pro letní rekreaci a turistiku městské části populace.

Živočišstvo se v turismu uplatňuje prostřednictvím chráněné a lovné zvěře. K atraktivností, které se významně podílejí na rozvoji turismu v oblasti jejich lokalizace, patří zoologické zahrady.

Společenské či kulturně-historické podmínky a atraktivita uspokojují hlavně poptávku po poučení, vzdělání a zábavě. Ve srovnání s přírodními podmínkami jsou svým vznikem geneticky druhotné, vyplývají z výsledků tvořivé činnosti člověka, ale tuto úlohu ve vztahu k rozvoji turismu zdaleka nemají. Svou zvláštností a výjimečností jsou často profilujícími momenty pro stimulaci různých forem turismu. Jejich hodnotu může zvyšovat i to, že se vyskytují v oblastech přitažlivých z hlediska přírodních podmínek.

Kulturně-historické památky mají v komplexu lokalizačních společenských či kulturně-historických předpokladů největší význam a zaujímají v motivaci turismu specifické místo. Patří k těm faktorům, které mají významný vliv na migrační pohyby za poznáváním a poučením v mezinárodním i domácím turismu. Jejich prostřednictvím se účastníci turismu seznamují s historií, architekturou, technickými památkami a kulturou konkrétních území. Můžeme je dělit na architektonické památky, památky technické, národně-historické a památky lidové architektury.

Kulturní zařízení a kulturní akce tvoří soubor atraktivit diferencovaného určení a funkce a rozdílného významu pro rozvoj turismu. Většina z nich vystupuje jako doplněk jiných památek. Pouze ta zařízení, která soustředí a předvádějí výjimečné ukázky a akce, tvoří profilující atraktivitu dané oblasti. Objekty a provozní zařízení mají sice stabilní lokalizaci, ale řada akcí, které jsou v nich organizovány, je buď jednorázová, nebo sezonní. Podle charakteru se dělí na: zařízení soustředící sbírky různého druhu (muzea a galerie), zařízení, jejichž prostřednictvím se realizují kulturní a jiné akce (divadla, operní scény) a církevní památky a akce související s náboženskými slavnostmi a poutěmi.

Zařízení budovaná pro sportovní či zábavní akce dosahují mnohdy kolosálních rozměrů (např. sportovní stadiony a haly; Maracanã v Riu de Janeiro má 200 tis. míst). Pravidelné

6 Řady vztyčených kamenů v několika řadách.

7 Složitější kamenné stavby, dříve byly pravděpodobně hrobkami.

i nepravidelné sportovní podniky mezinárodního či národního významu (mistrovství, olympijské hry atd.) soustředí do míst jejich konání velký počet zájemců a mají značný význam pro pořádající zemi. K zábavním akcím se řadí tradiční karnevaly, býčí zápasy a různá folklórní a historická představení.

Své místo v turismu si udržují také různé zábavní a tematické parky. Volná definice by mohla znít asi takto: Je to místo, kde se koncentrují rekreační a zábavní atrakce a aktivity pro děti i dospělé, s určitým sjednocujícím zábavním, historickým nebo jiným tématem a poskytující další služby (ubytovací, stravovací, průvodcovské, nákupní a jiné).

Z hlediska přírodního i kulturně-historického dědictví jsou pro rozvoj turismu v jednotlivých zemích významné dvě iniciativy mezinárodního významu.

První je Úmluva o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví (Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, 1972), na základě které se vytváří Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO⁸ (dále Seznam UNESCO), do něhož jsou zapisovány památky s mimořádnými univerzálními hodnotami. V současné době (k 31. 7. 2012) má Seznam UNESCO 962 položek (památek) ve 157 zemích světa. Z toho je 745 památek kulturních, 188 přírodních a 29 smíšených (tj. s kulturními i přírodními hodnotami). [11]

Za druhou můžeme považovat aktivitu švýcarsko-kanadského cestovatele Bernarda Webera, který inicioval výběr sedmi novodobých divů světa a založil New7Wonders nadaci, která má obdobné cíle a vize jako Úřad OSN pro partnerství. Weber se nechal inspirovat sedmi starověkými divy světa.⁹ Dne 7. 7. 2007 byly vyhlášeny novodobé divy světa kulturně-historické, 11. 11. 2011 bylo vyhlášeno sedm nových divů přírody a v současné době probíhá anketa, která má za úkol vybrat sedm nejkrásnějších měst světa. [12] Přestože myšlenkou ankety bylo pomoci zviditelnit památky naší planety a část výtěžku věnovat

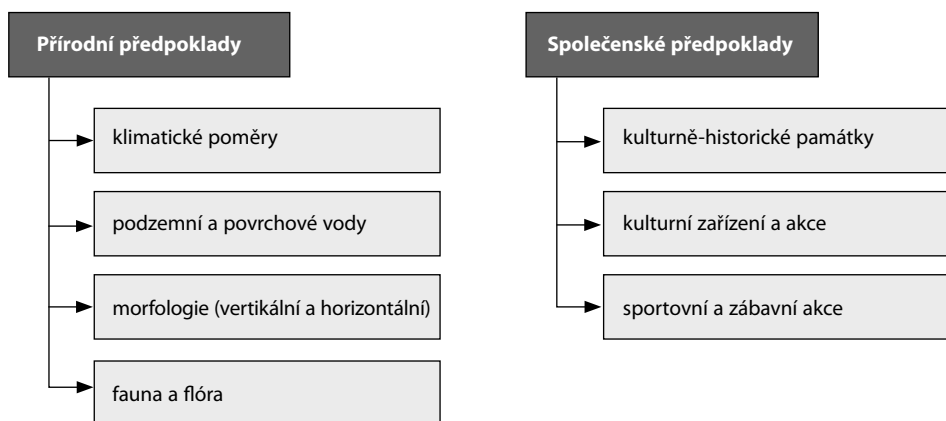


Schéma 1.2 Lokalizační předpoklady turismu

Zdroj: Vlastní zpracování

⁸ Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

⁹ Všeobecně známý seznam unikátních starověkých staveb v oblasti Středoziemního moře a na Středním východě – egyptské pyramidy, visuté zahrady Semiramidiny, Feidův Zeus v Olympii, Artemidin chrám v Efesu, mauzoleum v Halikarnasu, rhódský Kolos, maják na ostrově Faru.