

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Analýza mezilidských vztahů v regionu s vysokou intenzitou turismu

Analysis of Interpersonal Relationships in a Region with High Intensity of Tourism

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Lucie Plzáková, Ph.D.

HOSTKOVÁ

ANDREA

2023

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Hostková** Jméno: **Andrea** Osobní číslo: **492867**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávací katedra/ústav: **Institut veřejné správy a regionálních studií**
Studijní program: **Ekonomika a management**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Analýza mezilidských vztahů v regionu s vysokou intenzitou turismu

Název bakalářské práce anglicky:

Analysis of Interpersonal Relationships in a Region with High Intensity of Tourism

Pokyny pro vypracování:

Analýza mezilidských vztahů v regionu s vysokou intenzitou turismu s ohledem na rozvoj kolaborativní ekonomiky. Zásadní otázkou ve zkoumané problematice je, zda a do jaké míry, ovlivňují služby nabízené a spotřebovávané skrze model P2P (v rámci kolaborativní ekonomiky) nejen vztahy mezi rezidenty a účastníky cestovního ruchu (návštěvníci a turisté), ale i vztahy mezi rezidenty samotnými.

Seznam doporučené literatury:

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. Ekonomika turismu. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3643-3.
BERÁNEK, Jaromír, 2013. Ekonomika cestovního ruchu. Praha: MAG CONSULTING. ISBN 978-80-86724-46-1.
WILLERTON, Julia, 2012. Psychologie mezilidských vztahů. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3924-3.
PICHRT, Jan, Radim BOHÁČ a Jakub MORÁVEK, 2017. Sdílená ekonomika – sdílený právní problém. Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-874-2.
RICHTER, Jan. Airbnb v pastí růstu. Ekonom. 2017, 61(39), 14-19. ISSN 1210-0714
STONE, Brad. Uber a Airbnb mění svět: příběhy sdílené ekonomiky. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0779-7
Poděbrady, 2001-. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2021-11-29]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Pod%C4%9Bbrady>
DREDGE, D; GYIMÓTHY, S. 2017. Collaborative Economy and Tourism Perspectives, Politics, Policies and Prospects, Springer, Berlin, ISBN 331951797X

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

Ing. Lucie Plzáková, Ph.D. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **05.01.2022**

Termín odevzdání bakalářské práce: **19.02.2023**

Platnost zadání bakalářské práce: _____

Ing. Lucie Plzáková, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) práce

doc. Ing. arch. Vladimíra Šilhánková, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Studentka bere na vědomí, že je povinna vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

Datum převzetí zadání

Podpis studentky

HOSTKOVÁ, Andrea. Analýza mezilidských vztahů v regionu s vysokou intenzitou turismu . Praha: ČVUT 2023. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 12. 02. 2023

Podpis:

Poděkování

Tímto bych chtěla velmi poděkovat vedoucí bakalářské práce Ing. Lucii Plzákové, Ph.D. za cenné a odborné rady, které mi dávala po celou dobu psaní této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat respondentům, kteří byli ochotni vyplnit dotazník a v neposlední řadě rodině, za její trpělivost.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem turismu a mezilidských vztahů ve spojení s kolaborativní ekonomikou. V teoretické části popisuje turismus a jeho vývoj, kolaborativní ekonomiku a mezilidské vztahy, které vyvíjející se kolaborativní ekonomika ovlivňuje. V praktické části je analyzováno dotazníkové šetření určené obyvatelům města Poděbrady, na které je výzkum zaměřen. Cílem práce je zjistit, jak vývoj kolaborativní ekonomiky ovlivňuje mezilidské vztahy mezi rezidenty a turisty ale i mezi rezidenty samotnými v lázeňském městě Poděbrady. Závěr práce shrnuje výsledky dotazníkového šetření a stanovuje, zda se potvrdily určené hypotézy.

Klíčová slova

kolaborativní ekonomika, turismus, mezilidské vztahy, B2B, Poděbrady

Abstract

This bachelor thesis deals with topic of tourism and interpersonal relationships together with collaborative economy. Theoretical part describes tourism and its development, collaborative economy and interpersonal relationships, which collaborative economy affects. The practical part analyzes the questionnaire survey determined for residents of city Poděbrady. The goal of this bachelor thesis is to determine, how collaborative economy affects interpersonal relationships between residents and tourists and between the residents themselves in spa town Poděbrady. Conclusion summarizes results of questionnaire survey and determines whether the specified hypotheses have been confirmed.

Key words

collaborative economy, tourism, interpersonal relationships, B2B, Poděbrady

Obsah

Úvod	10
1 Turismus.....	12
1.1 Definice turismus.....	12
1.2 Historie turismu	13
1.3 Ekonomický význam turismu	14
1.3.1 Svět.....	15
1.3.2 ČR.....	16
1.4 Struktura řízení cestovního ruchu	17
1.4.1 Řízení cestovního ruchu na mezinárodní úrovni	17
1.4.2 Řízení cestovního ruchu na národní úrovni ČR	18
1.4.3 Řízení cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni.....	19
1.5 Destinační management.....	20
1.6 Lázeňský turismus.....	20
2 Kolaborativní ekonomika	21
2.1 Charakteristika kolaborativní ekonomiky	21
2.2 Příklady kolaborativní ekonomiky	22
2.2.1 Airbnb.....	22
2.2.2 Carsharing.....	23
2.3 B2B.....	24
2.4 Sociální rozměr kolaborativní ekonomiky (rezidenti – turisté)	24
3 Poděbrady	27
3.1 Historie města.....	27
3.2 Lázeňství v Poděbradech	27
3.3 Nabídka a poptávka ubytování v Poděbradech	28
3.4 Poplatek z pobytu	29
4 Dotazníkové šetření	30
4.1 Analýza online dotazníku.....	30
4.2 Shrnutí výsledků	44
Závěr	45
Seznam použité literatury	46

Seznam obrázků.....	49
Seznam grafů.....	50
Seznam tabulek	51

Úvod

Turismus je v dnešní době nedílnou součástí našich životů, ať už z pohledu toho, že člověk cestuje do jiných měst či zemí nebo se jeho město stává předmětem turismu. Kolaborativní ekonomika se během posledních let začala velmi vyvíjet a nabízí služby jako sdílení aut, kol, koloběžek či ubytování. Součástí turismu jsou i vyvíjející se vztahy mezi turisty a rezidenty a mezi rezidenty samotnými. Turismus přivádí do měst či zemí různé typy lidí, kteří ovlivňují život tamějších obyvatel ať už pozitivním či negativním směrem. Z tohoto důvodu se tato bakalářská práce zabývá analýzou mezilidských vztahů v regionu s vysokou intenzitou turismu s ohledem na kolaborativní ekonomiku, a to konkrétně ve městě Poděbrady.

Turismus je součástí lidských životů od konce 18. století, kdy lidé začali cestování, do jiných koutů světa, využívat jako volnočasovou aktivitu a zdroj jejich zábavy. Postupem času se turismus začal čím dál více rozvíjet a lidé začali navštěvovat jiná města či země mnohonásobně více. Tento růst pokračoval až do začátku pandemie Covid-19, kdy turismus kvůli státním restrikcím téměř vymizel. Od poloviny roku 2021 se turismus začal pomalu vracet do starých kolejí a v současné době se turismus začal opět velmi rozšiřovat.

Kolaborativní ekonomika, která v poslední době nabízí obrovské množství služeb od sdílení věcí až po sdílení ubytování je využívána zejména turisty a usnadňuje jim pobyt v dané destinaci. Důležitou otázkou této bakalářské práce je, jestli má kolaborativní ekonomika vliv na vztahy mezi turisty a rezidenty nebo právě mezi rezidenty navzájem. Tato analýza proběhla ve městě Poděbrady z důvodu vysoké návštěvnosti této lokality turisty.

Cílem bakalářské práce je zhodnotit, jak vývoj kolaborativní ekonomiky ovlivňuje mezilidské vztahy, nejen mezi rezidenty a turisty, ale i mezi rezidenty samotnými, v lázeňském městě Poděbrady. Pro výzkum tohoto cíle byly zvoleny následující hypotézy:

- 1) Vysoká míra intenzity turismu v Poděbradech negativně ovlivňuje kvalitu života tamějších obyvatel.
- 2) Rozvoj Airbnb má vliv na mezilidské vztahy mezi obyvateli.
- 3) Vysoká návštěvnost turistů má pozitivní dopad na ekonomický rozvoj města.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je popsán právě turismus a jeho význam. Dále se práce zabývá již zmíněnou kolaborativní ekonomikou, kde je popsána charakteristika kolaborativní ekonomiky a její příklady.

V praktické části práce je popsáno město Poděbrady, tedy jeho historie, a vývoj lázeňství. Dále se práce věnuje samotnému výzkumu, který proběhl formou online dotazníkového šetření, jehož respondenty tvořili obyvatelé města Poděbrady. Díky tomuto šetření bylo možné provést analýzu a zhodnotit předem stanovené hypotézy.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Turismus

Turismus v dnešní době umožňuje cestování po celém světě. Nebylo tomu vždy tak, k jeho vzniku byla v první řadě potřeba svoboda pohybu. Nyní je turismus jedním z významných odvětví světové ekonomiky a je důležitý jak pro veřejný, tak i soukromý sektor.

1.1 Definice turismus

Turismus je nyní definován jako „*činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší, než je stanovená, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňovány*“. (Palatková, Zichová 2014)

Turismus bývá označován jako složitý ekonomický jev, který zasahuje do sociálních, psychologických, ekologických a geografických oblastí společnosti, a proto jeho definování nebylo vůbec jednoduché. Definice se snažily o odlišení pojmu turismus od širšího pojmu cestování. Průkopníci v oblasti turismu Hunziker a Krapf roku 1942 definovali turismus jako „*souhrnné označení vztahů a jevů vznikajících na základě cesty a pobytu nerezidentů, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojená žádná výdělečná činnost*“. Tato definice byla mezníkem pro definování turismu a byla dlouho přijímána odborníky, včetně Mezinárodní asociace vědeckých odborníků v turismu. (Palatková, Zichová 2014)

Dle Burkarta a Medlika (1974) má turismus z pojmového hlediska tyto atributy (Palatková, Zichová, 2014):

- Turismus je souhrnem vztahů a jevů
- Tyto vztahy a jevy vyplývají z pohybu lidí a pobytu v různých destinacích, obsahují prvek dynamický i statický
- Cesta a pobyt se uskutečňují mimo obvyklé životní či pracovní prostředí
- Cesta a pobyt mají dočasný charakter
- Cesta a pobyt nejsou spojeny s výkonem výdělečné činnosti, resp. účastník turismu není z navštíveného místa odměňován.

V knize, Palatková a Zichová (2014), definují i ostatní pojmy spojené s pojmem turismus, a to jak domácím, tak mezinárodním, které je důležité definovat:

- **Stálý obyvatel v mezinárodním turismu** – ve vztahu k dané zemi se jím rozumí osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku
- **Stálý obyvatel v domácím turismu** – ve vztahu k určitému místu v dané zemi jde o osobu, jež v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců
- **Návštěvník v mezinárodním turismu** – osoba cestující do jiné země, než v které je trvale usídlena, na dobu nepřekračující jeden rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována

- **Návštěvník v domácím turismu** – osoba, která je trvale usídlena v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi mimo své běžné prostředí na dobu kratší než šest měsíců, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována
- **Turista v mezinárodním turismu** – osoba, která cestuje do jiné země, než v které je trvale usídlena, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována
- **Turista v domácím turismu** – osoba, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného prostředí (ale ve své zemi), na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována
- **Jednodenní návštěvník v mezinárodním turismu** – osoba, která cestuje do jiné země, než v níž je trvale usídlena a mimo své obvyklé prostředí, aniž v dané zemi přenocuje, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována
- **Jednodenní návštěvník v domácím turismu** – osoba, která cestuje do místa odlišného od místa jejího běžného prostředí (ale ve své zemi), aniž v navštíveném místě přenocuje, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou je z navštíveného místa odměňována

1.2 Historie turismu

Turismus, tak jak ho známe, se začal rozvíjet od poloviny 19. století. Důležitou roli v jeho rozvoji nemá pouze ekonomický rozvoj ale také vědeckotechnický pokrok, a to konkrétně průmyslová revoluce. V jejím důsledku měli lidé větší potřebu vzdělávat se, chodit častěji do přírody a navštěvovat své přátelé a rodiny. K vytvoření turismu též přispěla svoboda pohybu, volný čas, volné finanční prostředky a lepší dopravní možnosti. Tyto podmínky jsou klíčové pro existenci turismu. (Palatková, Zichová, 2014; Plzánková, Studnička, 2014)

První cestovní kanceláře založil Thomas Cook, a právě proto se často považuje za zakladatele cestovního ruchu. V masovém cestovním ruchu viděl potenciál, a tak začal provádět rezervace v hotelech a dopravě, zavedl cestovní šeky a klasifikace hotelů a v neposlední řadě vydával i kvalitní průvodce. (Beránek, 2013)

Mezi první spolky, které začaly ovlivňovat domácí turismus v Československu, můžeme zařadit takzvané turistické a okrašlovací spolky nebo tělovýchovný spolek Sokol. První zemskou organizací cestovního ruchu na našem území byl Zemský svaz cestovního ruchu se sídlem v Karlových Varech, založen roku 1905. Do této doby státní správa rozvoj turismu nepodporovala, a proto docházelo k opoždění v jeho rozvoji. V meziválečném období patřil cestovní ruch pod ministerstvo průmyslu, obchodu a živností, lázeňství pod ministerstvo veřejného zdravotnictví a o propagaci cestovního ruchu se staralo ministerstvo zahraničí. Na konci 20. let 20. století se diskutovalo o vytvoření ministerstva pro turistiku a cizinecký ruch a o vytvoření zákona na podporu cestovního ruchu. Jeden

z problému, které měl zákon řešit, je problém s financováním cestovního ruchu. V Karlových Varech se například již od roku 1471 vybírají lázeňské poplatky, zvané Kurtaxe, které jsou příjmem obcí. Při okupaci Československa v roce 1939 byl vývoj turismu přerušen, došlo k úpadku jeho ekonomického významu a také v dalších letech pro jeho rozvoj nebyly vhodné podmínky. V roce 1958 byly zřízeny Koordinační výbory pro otázky cestovního ruchu při ministerstvu vnitřního obchodu v Česku a pověřenectvu obchodu na Slovensku, hlavním důvodem jejich vzniku bylo podpoření cestovního ruchu při jeho rozvoji. Koordinační výbor na Slovensku zanikl dva roky po jeho zřízení, neboť neměl dostatečné pravomoci zcela řídit cestovní ruch. (Plzáková, Studnička, 2014)

Na základě vládního usnesení v roce 1963 bylo umožněno rozvíjet cestovní ruch i jiným organizacím. Vznikl Vládní výbor pro cestovní ruch, na Slovensku Výbor Slovenské národní rady pro cestovní ruch, který mohl kontrolovat, řídit a organizovat domácí a zahraniční cestovní ruch a také vydával obecně právní předpisy, a pokyny orgánům, týkající se problematiky turismu. Pod Vládní výbor patřil Fond cestovního ruchu, se kterým bylo nakládáno podle směrnice Vládního výboru pro cestovní ruch, která se v průběhu let aktualizovala. Směrnice zahrnuje například tvorbu fondu cestovního ruchu, jeho použití, hospodaření s fondem, zásady pro financování z fondu apod. Po federativním uspořádání republik v ČSR a SSR řídila cestovní ruch ministerstva obchodu a cestovního ruchu národních republik. Roku 1982 se o zahraniční cestovní ruch staralo Ministerstvo zahraničního obchodu ČSSR. V roce 1993 vznikla příspěvková organizace Česká centrála cestovního ruchu, která později určila turistické regiony a oblasti pro marketingový záměr. V roce 2004 byla zřízena Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch spadající pod ministerstvo pro místní rozvoj, pod které spadá od roku 1996 agenda cestovního ruchu. Cestovní ruch finančně podporoval Národní program podpory cestovního ruchu a fondy Evropské unie. (Plzáková, Studnička, 2014)

Od roku 2022 chce Ministerstvo pro místní rozvoj vymežit ze státního rozpočtu na rozvoj turismu 1,2 miliardy korun, což je o 500 tisíc milionů více než v předešlých letech, velkým důvodem je také úpadek cestovního ruchu v době pandemie. Podpora by se měla zaměřit především na budování infrastruktury, propagace ČR jako turistické destinace, provoz státní agentury CzechTourism ale i na zmírnění dopadu turismu na místní obyvatele a životní prostředí. (svethospodarstvi.cz, 2021)

1.3 Ekonomický význam turismu

Stále pro více zemí je turismus důležitý zdroj pro ekonomický rozvoj. Cestovní ruch přispívá k tvorbě nových pracovních míst, k vyšším příjmům daného regionu, k rozvoji podnikatelské činnosti a má podíl na tvorbě hrubého domácího produktu. Vedle pozitivních efektů cestovního ruchu jsou i negativní, a to například emise, narušení biodiverzity, výskyt patologických jevů a sezonní nezaměstnanost. (Plzáková, Studnička, 2014)

Turismus je hospodářské odvětví, které může mít jak socioekonomické, tak ekologické dopady. Turistickými atrakcemi jsou i přírodní památky a dědictví, tudíž dochází k pustošení životního prostředí. Proto je úkolem státu regulovat aktivity turismu ku prospěchu životního prostředí. Na druhé

straně funkce státu spočívá i v podpoře domácího turismu, který vede k pochopení mezi národy a kulturami, má dopad na zaměstnanost a podporuje vzdělávání a poznávání. (Tittelbachová, 2011)

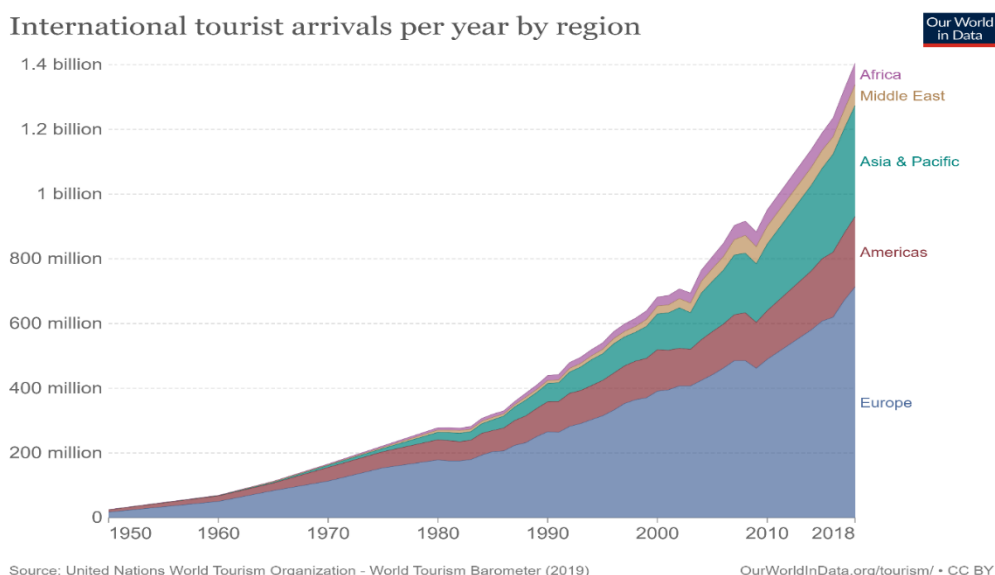
Pro odvětví turismu jsou důležité i jiné sektory, které do něj zasahují. Pro ekonomické vymezení turismu je nejlepší kombinace nabídkového a poptávkového přístupu. Nabídkový přístup rozděluje odvětví, zasahující do turismu dále na ty, které mají sloužit k uspokojování potřeb turistů a odvětví, které spotřebovávají turisté i rezidenti. Mezi tyto odvětví řadíme například ubytovací a stravovací služby, doprava, rekreační a volnočasové služby, velkoobchod a maloobchod, kulturní služby a mnoho dalších. Ne všechny tyto sektory se na produkci spotřebované účastníky turismu podílí stejně. K určení jeho míry, se využívá ukazatel TR (tourism ratio). Poptávkový přístup s využitím input-output analýzy, která určuje vazby a míru propojení mezi sektory a způsob spojení s turismem, určuje rozsah a strukturu produkce, která je v turismu spotřebována. (Palatková, Zichová, 2014)

1.3.1 Svět

V Chorvatsku, jakožto jedné z nejvíce závislých zemí na cestovním ruchu, v roce 2019 tvořil turismus až 20 % HDP. Pandemie ovlivnila v dalším roce příchod turistů, a to tak, že oproti roku 2019 klesl o celých 63 %. (euroskop.cz, 2021)

Obrázek č.1 ukazuje, jak se od 50. let minulého století vyvíjely příjezdy turistů na celém světě až do roku 2018. Podle UNWTO se příjezdy za těchto 68 let zvýšili 56krát, a to z odhadovaných 25 milionů na 1,4 miliardy mezinárodních příjezdů ročně.

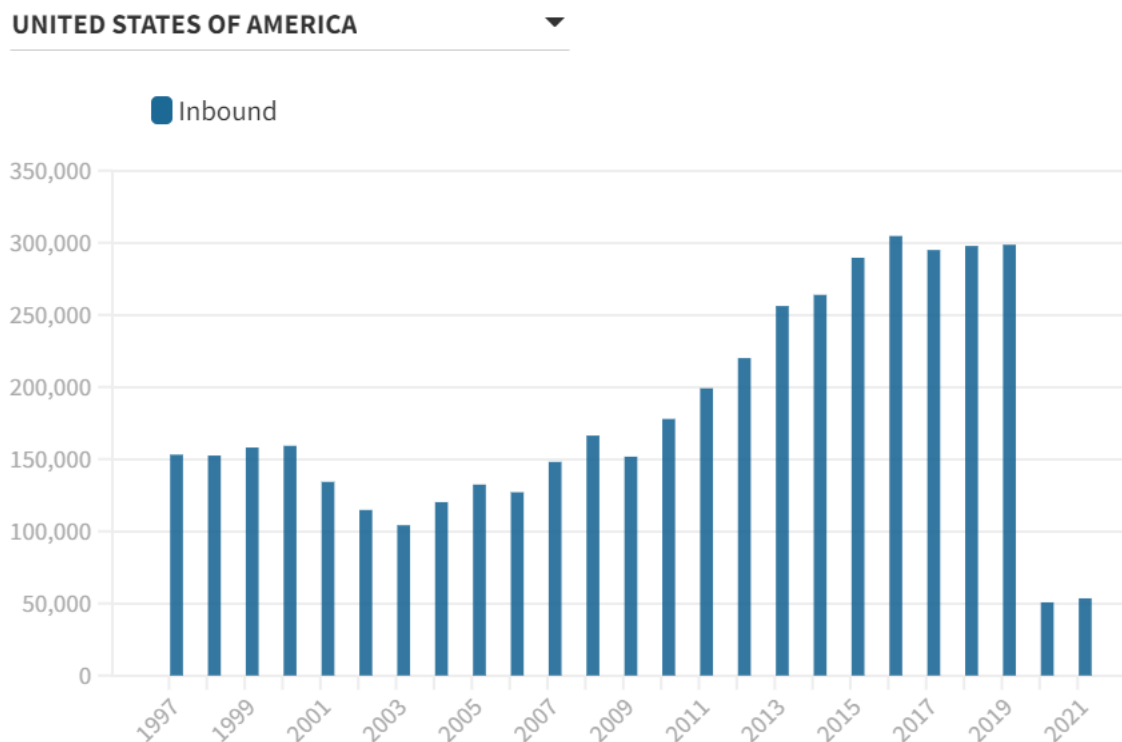
Obrázek 1 - Mezinárodní příjezdy turistů ročně



Zdroj: ourworldindata.org

Na Obrázku č.2 vidíme vývoj příchozích turistů ve Spojených státech amerických od roku 1997 do roku 2021. Na začátku nového tisíciletí můžeme vidět mírný pokles příchozích turistů, od roku 2011 se však množství turistů stále zvyšovalo. Největší pokles nastává v roce 2020 a pokračuje i v roce 2021, příčinou je pandemie onemocnění Covid-19. V těchto letech bylo cestování téměř nemožné.

Obrázek 2 Turismus ve Spojených státech amerických



Zdroj: unwto.org

1.3.2 ČR

V roce 2019 přinesl turismus do ekonomiky 300 miliard korun, zaměstnával kolem 240 000 lidí a jeho podíl na HDP byl 2,76 %. V době koronaviru byl však cestovní ruch jedním z nepostiženějších odvětví, v roce 2020 klesla zaměstnanost v tomto oboru o 7,3 % a jeho podíl na tvorbě HDP klesl na 1,48 %, což je 84,3 miliardy korun. První čtvrtletí roku 2022 ukazuje, že se vše pomalu vrací do stavu před pandemií. (czso.cz, 2022)

1.4 Struktura řízení cestovního ruchu

Důležitost řízeného cestovního ruchu spočívá v jeho komplexitě, tedy propojováním veřejné správy s podnikatelskou i neziskovou sférou na národní, regionální i lokální úrovni. Systém je charakteristický svou strukturou a cílovým stavem, který by měl vést ke konkurenceschopnosti destinací navzájem. Odvětví cestovního ruchu je neustále rostoucím již od 2. poloviny 20. století z několika hledisek. Tato hlediska jsou ekonomická, regionální, sociální a ekologická, z toho se ekonomické hledisko stalo zdrojem prosperity čím dále většího počtu zemí či regionů. Tento fakt podporuje důležitost řízení tohoto odvětví. (Plzáková, Studnička, 2014)

1.4.1 Řízení cestovního ruchu na mezinárodní úrovni

Řízením cestovního ruchu na mezinárodní úrovni se zabývají subjekty zmíněné v následujících odstavcích.

Světová organizace cestovního ruchu

Světová organizace cestovního ruchu je organizací OSN. Odpovídá za podporu a rozvoj cestovního ruchu, který má být dostupný a udržitelný. Podporuje sociální, kulturní a ekonomické přínosy, a usiluje o minimalizování negativních dopadů na životní prostředí. (mmr.cz)

UNWTO je přední organizací v oblasti cestovního ruchu a propaguje ho jako důležitý nástroj hospodářského růstu. Skládá se ze 160 členských států a 500 přidružených členů. Má za cíl začlenit cestovní ruch do národních a mezinárodních politik a vytvořit podmínky pro lepší rozvoj tohoto odvětví, podporovat udržitelný cestovní ruch a vzdělání a v neposlední řadě budovat partnerství se soukromým sektorem. (unwto.org)

Světová rada cestování a cestovního ruchu

WTTC (World travel and tourism council), tedy Světová rada cestování a cestovního ruchu je globální autorita, která se stará o sociální a ekonomický přínos v cestovním ruchu. WTTC byla založena v roce 1990 a jejím hlavním cílem je zajistit, aby byl sektor cestování a cestovního ruchu bezpečný, bezproblémový a udržitelný. Zároveň usiluje o prohloubení spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem. Členové Rady jsou předsedové, prezidenti a generální ředitelé významných soukromých podniků cestovního ruchu ve světě. (wttc.org)

Evropská unie

Evropská unie se tématu cestovního ruchu věnuje ve velké míře. Jednou z důležitých aktivit evropské unie je program Udržitelný cestovní ruch. Tento program zahrnuje tzv. Zelený pás, který představuje 6,8 tis. kilometrů stezek od Barentsova moře po Černé moře a má za úkol podporovat vznik sítě přeshraničních stezek vhodných pro pěší nebo cyklistické výlety. Nelze opomenout ani program DiscoverEU, který je určen pro 18leté občany Evropy, kteří dostanou příležitost procestovat EU a dozvědět se zajímavé informace o jiných kulturách napříč Evropou. (europarl.europa.eu)

Program COSME podpořil propagaci nadnárodních tematických produktů cestovního ruchu, který propojuje cestovní ruch s kulturními a kreativními odvětvími. V rámci tohoto programu byly podpořeny další návrhy:

- Podpora konkurenceschopnosti a udržitelného růstu
- Podpora a rozvoj sportu
- Uspříchnění cestování pro seniory a mladé lidi
- Zvýšení spolupráce cestovního ruchu a jinými důležitými odvětvími (europarl.europa.eu)

Cílem Evropské unie je rovněž podpora vzniku otevřené sítě evropských turistických regionů, což je přínosem pro výměnu znalostí a inovačních řešení, dalším z cílů je i podpora zaměstnanosti v tomto odvětví. Podporuje tyto aktivity i finančně např. Fond soudržnosti sloužící k financování infrastruktury v oblasti životního prostředí a dopravy, Evropský sociální fond na podporu zaměstnanosti. (europarl.europa.eu)

European Travel Commission

Evropská komise pro cestovní ruch (ETC) je nezisková organizace jejímž úkolem je propagace Evropy jako turistické destinace na třetích trzích. Na budování hodnoty a udržitelného rozvoje cestovního ruchu pro evropské země, spolupracuje 35 členských národních organizací cestovního ruchu. Jejich spolupráce spočívá ve sdílení osvědčených postupů, informací o trhu a propagaci. V současné době se aktivity ETC soustřeďují na výzkum, který je důležitý pro rozvoj marketingových strategií a na marketing, který je důležitý pro propagaci Evropy jako turistické destinace. V neposlední řadě se zabývá advokací, která prosazuje zvýšení podvědomí mezi evropskými orgány i veřejností o významu cestovního ruchu a potřebě zajistit jeho rozvoj pomocí vhodných opatření. (etc-corporate.org)

1.4.2 Řízení cestovního ruchu na národní úrovni ČR

Řízením cestovního ruchu se zabývají jak zákonodárné orgány, tak instituce státní správy. V poslanecké sněmovně i senátu našeho parlamentu jsou to konkrétně Podvýbory pro cestovní ruch. Institucemi státní správy jsou Ministerstvo pro místní rozvoj, a tedy jeho příspěvková organizace CzechTourism a dále krajské či městské úřady. (Jarolímková, 2018)

Ministerstvo pro místní rozvoj

Ministerstvo pro místní rozvoj je orgán pro subjekty aktivní v oblasti cestovního ruchu. Jeho cílem je využít legislativní nástroje při vytváření pravidel a podmínek pro rozvoj cestovního ruchu. MMR se účastní odborných konferencí a veletrhů cestovního ruchu, kde prezentuje svoji aktivitu a zapojuje se do činností mezinárodních organizací. Důležitý nástroj pro funkci MMR v cestovním ruchu je Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR, která se vždy vytváří na určité období. (mmr.cz, 2023)

CzechTourism

Agentura CzechTourism spadá pod Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a je státní příspěvkovou organizací. Jejím cílem je propagace ČR jako turistické destinace, proto spolupracuje s mezinárodními i regionálními akcemi, které mají význačný mediální a marketingový potenciál. Dále také navrhuje marketingové kampaně pro domácí i příjezdový cestovní ruch a využívá veškeré marketingové nástroje od tisku, televize až po influencer marketing. Současně je i hlavním marketingovým a mediálním koordinátorem vládních a meziresortních projektů. (czechtourism.cz, 2023)

1.4.3 Řízení cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni

Řízením cestovního ruchu na regionální a lokální úrovni se zabývají subjekty zmíněné v následujících odstavcích.

Krajské úřady

Krajské úřady mají odbory zabývající se cestovním ruchem v daném kraji. Například v Praze je to Magistrát hlavního města Prahy, který sestavuje analýzy a koncepce pro rozvoj území, vypracovává program pro rozvoj turismu v kraji a formuje pro to podmínky.

Na krajské úrovni není povinnost vytvářet koncepce nebo strategie rozvoje cestovního ruchu ale bývá to součástí Strategie rozvoje kraje, které povinné jsou. Častým přístupem krajů k řízení cestovního ruchu na jejich území je zakládání organizací destinačního managementu na krajské úrovni (například kraj vysočina, moravskoslezský kraj). (cestovnuruch.studentské.cz, 2009)

Organizace destinačního managementu

Světová organizace turismu (2004) definuje organizace destinačního managementu (destination management organizations) jako organizace, zodpovědné za řízení managementu a/nebo marketingu destinací. Organizace dále můžeme rozdělit podle kategorií (Holešinská, 2012):

- Národní – orgány a organizace, které řídí cestovní ruch na národní úrovni
- Regionální – státní DMO, odpovědná za řízení cestovního ruchu v kraji nebo státu
- Lokální – místní DMO, organizace odpovědné za řízení cestovního ruchu v menší oblasti jako je město nebo města

V ČR reprezentuje národní kategorii již zmíněná agentura CzechTourism. Od roku 2018 se zabývá kategorizací organizací destinačního managementu. Kategorizace je forma normy, která stanovuje podmínky a definuje minimální požadavky na jejichž základě uděluje certifikace pro vznik DMO. Cílem kategorizace je zvyšování potenciálu cestovního ruchu v ČR a zkvalitňování marketingových aktivit na domácím i zahraničním trhu. Organizace, které mají v ČR certifikaci k 11.10.2022 jsou například Prague City Tourism a.s., České Švýcarsko o.p.s., Koruna Vysočiny z.s., Destinační společnost Východní Čechy a mnoho dalších. (czechtourism.cz)

Organizace destinačního managementu zajišťují komunikaci s ostatními účastníky cestovního ruchu a s veřejností, spolupracují s turistickými centry, hledají partnery pro spolupráci. Dále realizují

marketingové aktivity, zastupují zájmy destinací, pracují na rozvoji destinací a v neposlední řadě se starají o zpracování a předložení dotací. (Holešinská, 2012)

Městské a obecní úřady

Jsou nižším stupněm řídicího systému, navrhují koncepce pro rozvoj cestovního ruchu a střežají nutné finance pro podporu odvětví na daném území. Města a obce v ČR mají ve své působnosti nastavení místního zdanění cestovního ruchu, a to formou místního poplatku z pobytu, jehož maximální sazba činí 50 korun/osoba/den od roku 2021. Tyto prostředky mohou, avšak nemusí obce investovat zpět do rozvoje cestovního ruchu.

Města a obce jsou často členy organizace destinačního managementu na lokální nebo regionální úrovni. Významná velká města jako například Brno, jsou iniciátory a spoluzakladateli DMO na regionální úrovni. (cestovnuruch.studentské.cz, 2009)

Turistické informační centrum

TIC propaguje příslušnou oblast a jeho okolí ať už město, obec nebo kraj. Komunikuje s návštěvníky, poskytuje jim zdarma důležité informace z informační databanky, jako jsou kulturní nebo turistické informace, informace o službách a ubytovací a stravovací možnosti. Jeho činnost a poskytované informace u návštěvníků vytvářejí dojem o dané oblasti. TIC je také vybaveno propagačními materiály na jejichž vydání se i samo podílí. (Matouš, 2018)

1.5 Destinační management

Destinace v cestovním ruchu je cílové místo návštěvníků a turistů, kteří si ho vybírají k uspokojení svých potřeb a trávení volného času. Pod pojmem management si můžeme vybavit vědní disciplínu, řídicí činnost nebo skupinu řídicích pracovníků. V pojetí cestovního ruchu je to vědní disciplína. Nejvhodnější definice destinačního managementu podle Holešinské je tedy "*destinační management neboli řízení destinací je specifická forma řízení, která spočívá v procesu založeném na kooperaci mezi jednotlivými zainteresovanými aktéry cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci, přičemž klíčovým faktorem úspěšné realizace destinačního řízení je vzájemná komunikace*". (Holešinská, 2012)

1.6 Lázeňský turismus

Lázeňství můžeme brát jako specifickou formu turismu, která souvisí s pobytem v lázních, s využíváním léčebné péče, ubytování a stravovacích služeb nebo jako nedílnou součást zdravotního a sociálního systému společnosti. V České republice lázeňství vzkvétalo ale procházelo i obdobím úpadku. Tak jako cestovní ruch bylo lázeňství ovlivněno válkami a později zestátnováním majetku, kam patřily i lázeňské subjekty. Po roce 1989 docházelo k privatizaci a v lázeňství došlo ke změnám podmínek úhrad lázeňského pobytu pojišťovny a také nároky lázeňské klientely se měnily. (Vystoupil, Kotíková a kol., 2017)

V dnešní době se lázeňské společnosti zaměřují i na klienty, kteří si pobyt hradí sami, ať už ze zdravotních či rekreačních důvodů, a to proto, že se nemohou spolehnout pouze na veřejné zakázky a klienty, které na léčebný pobyt posílají pojišťovny. (Jakubíková, 2019)

Hlavním důvodem návštěvy lázní jsou zdravotní důvody a zásadní rozdíl mezi lázněmi a ostatními zdravotními zařízeními je ten, že využívají místní přírodní léčivé zdroje schválené ministerstvem zdravotnictví. V roce 1995 vznikl Svaz léčebných lázní České republiky s cílem udržovat léčebnou úroveň lázní. Pro rozvoj lázeňských míst, českého lázeňství a pro zdokonalování okolí a architektury, vzniklo v roce 1997 Sdružení lázeňských míst České republiky. V neposlední řadě svaz reprezentuje česká lázeňská místa, nejen jako ozdravná ale i jako zajímavé turistické cíle. (Plzáková, Studnička 2014)

2 Kolaborativní ekonomika

Kolaborativní ekonomika neboli sdílená ekonomika v posledních letech zažívá velký rozvoj. Její činností, jak můžeme vidět z názvu, je sdílení. Hlavní myšlenka je taková, že z věcí pro některé nepotřebných, dělá pro jiné užitečné.

2.1 Charakteristika kolaborativní ekonomiky

Definice kolaborativní neboli sdílené ekonomiky stále není jasně dána, ale podle Vebera si pod tímto pojmem můžeme představit „sdílení skupinových statků různými uživateli, kteří se finančními platbami podílí na jejich financování majiteli“. Oxford English slovník definuje sdílenou ekonomiku „sharing economy“ nebo také „peer economy“, „collaborative economy“, „colaborative consumption“, „on-demand economy“ jako „ekonomický systém, v němž jsou sdílena aktiva nebo služby mezi soukromými osobami, a to buď zdarma, nebo za poplatek, obvykle prostřednictvím internetu. Ke sdílení jsou potřeba statky s nerivalitní spotřebou (tj. spotřeba jedince či skupiny snižuje schopnost spotřeby jiné osoby), které dále rozdělujeme na **paralelní**, kdy statek může používat více jedinců najednou a na **sériové**, kdy statek může používat více jedinců ne však najednou ale postupně. (Veber, 2018)

Sdílená ekonomika je ekonomický model propojující dodavatele (vlastníka), který má něco v přebytku nebo není schopen využít celou kapacitu statku a spotřebitele (zájemce), který potřebuje to, co má někdo jiný v přebytku. Pro většinu spotřebitelů je vhodnější pouze krátkodobé využití daného statku či služby než její vlastnění, proto také důležitou roli hraje i výhodnost transakcí oproti obvyklým způsobům pořízení a užívání věcí. Dodavatelé a spotřebitelé se nejčastěji propojují pomocí technologických platforem, ke kterým se dostanou pomocí aplikací v mobilních telefonech. (Veber, 2018)

Mezi přínosy sdílené ekonomiky lze zařadit, snižování transakčních nákladů, zvyšování množství kapitálu v ekonomice, různorodější výběr produktů a vyšší specializace a efektivita na straně nabídky. Sdílená ekonomika ukazuje, že se z pro nás nepotřebných věcí dá udělat cenné aktivum, které může

uspokojit potřeby jiných lidí. Podle Chovanculiaka „sdílená ekonomika umožňuje servírovat oběd zdarma, bez toho, že by něco nového uvařila“. (Chovanculiak, 2020).

Do výhod sdílené ekonomiky lze zařadit, větší využitelnost statků, širší nabídka, nižší cena nebo rozšíření online trhu. Naopak nevýhody jsou, nedostatečná ochrana zákazníka nebo nižší zisky společností v tradiční ekonomice. (Veber, 2018)

2.2 Příklady kolaborativní ekonomiky

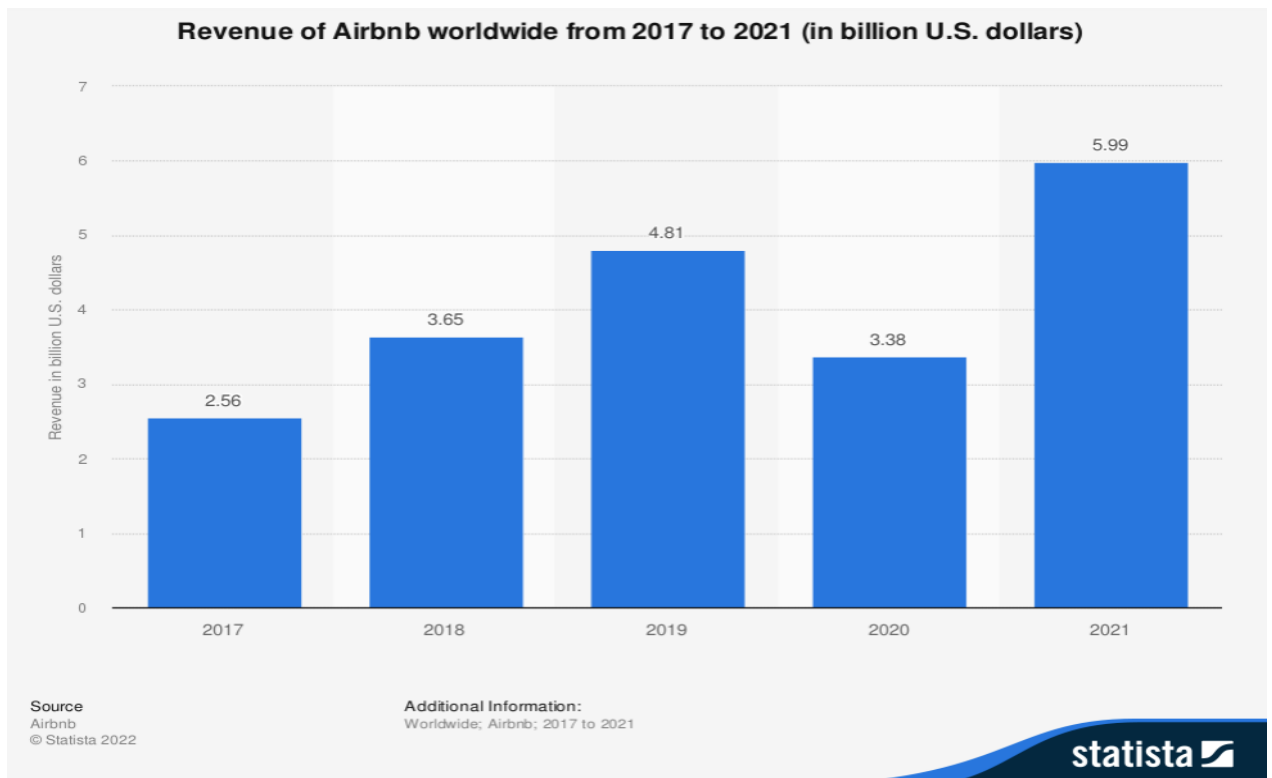
Sdílené věci a služby mohou mít různou podobu. V následujících odstavcích je popsáno Airbnb a carsharing.

2.2.1 Airbnb

Jedná se o sdílenou ekonomiku, kde hlavní slovo hraje ubytování. Přes webovou či mobilní aplikaci si uživatel dokáže prohlížet a rezervovat všechny typy ubytování. Službu založil Brian Chesky, Joe Gebbia a Nathan Blecharczyk v roce 2008 v Kalifornském městě San Francisco pod názvem Airbad and Breakfast - "matrace a snídaně". Ubytovací platforma Airbnb funguje napříč celým světem a v roce 2017 překročila hranici tří milionů nabídek a z toho téměř 16 tisíc u nás v České republice. Za zmínku stojí i fakt, že předběhla celkem pět největších sítí hotelů bez fyzického vlastnictví jakéhokoliv hotelu. Důvod, proč je služba, tak oblíbená a využívaná je její nižší cena oproti ceně hotelu. Nižší cena je dána především tím, že v ceně pronájmu není zohledněna pořizovací cena bytové jednotky. Zjednodušeně řečeno na poskytnutí ubytování přes platformu Airbnb nemusel nikdo kupovat nový byt, či stavět nový hotel. (Chovanculiak, 2020)

Na Obrázku č.3 je graf příjmů Airbnb po celém světě od roku 2017 do roku 2021 v miliardách amerických dolarů. V roce 2017 byl jeho příjem 2,56 miliard dolarů, v dalších letech příjem stále stoupal, v roce 2018 byl příjem 3,56 miliard dolarů a v roce 2019 činil 4,81 miliard dolarů. Pokles příjmů nastává v roce 2020, ovlivněn již zmíněnou pandemií Covid-19, kvůli které bylo cestování složitější či nemožné. V roce 2021 jsou příjmy 5,99 miliard dolarů, což je nejvíce za sledované období.

Obrázek 3 Příjmy Airbnb po celém světě od roku 2017 do 2021 (v miliardách U.S. dolarů)



Zdroj: [statista.cz](https://www.statista.cz)

2.2.2 Carsharing

Některým lidem s nevyplatí vlastnit automobil ať už z finančních důvodů nebo z důvodu, že ho tak často nepoužívají. Proto je čím dál více populární carsharing neboli sdílení aut. Sdílení může probíhat neoficiální formou, kdy se skupina lidí domluví na spoluvlastnění vozu, který využívají společně nebo oficiální formou, kdy auta půjčují firmy. V této době už je velké množství firem, ze kterých si uživatel může vybrat. Nejpopulárnější jsou například CAR4WAY, Anytime nebo Uniqway, který je prvním studentským carsharingem v ČR. Nabízí sdílení aut mezi studenty ČVUT, VŠE a ČZU. ([wikipedia.org](https://www.wikipedia.org))

Zapůjčení vozu, například u firmy CAR4WAY, funguje následovně. Nejprve se zaregistrujete v aplikaci nebo na webu. K registraci potřebujete platný řidičský průkaz, občanský průkaz a platební kartu, po schválení registrace můžete službu začít využívat. V aplikaci na mapě si najdete vůz, který chcete zapůjčit, můžete si ho rezervovat, aby si ho do doby, než se k němu dostanete nepůjčil jiný uživatel, a k jeho půjčení vám stačí telefon, případně karta, kterou si můžete vyzvednout v CAR4WAY. Můžete si vybrat ze dvou druhů tarifů. Minutový tarif má v ceně kilometry a zapůjčení se účtuje dle minut, nebo hodinový tarif, kdy k hodinám máte určité kilometry v ceně a kilometry najeté navíc se účtují podle ceníku. Když chcete vůz vrátit, výhodou je, že nemusíte z místa, kde jste si ho půjčili ale v jakékoliv lokalitě, která je vyznačena na mapě v aplikaci. Vrácení vozu je velmi

jednoduché a stačí vám pouze telefon, kdy po kontrole vozu v aplikaci kliknete na tlačítko „Ukončit a zamknout“. (car4way.cz, 2023)

Carsharing má své výhody, mezi které zahrnujeme efektivnější využívání vozu, menší využívání parkovacích míst, zvýhodněné parkování, široký výběr vozů a v neposlední řadě méně starostí s vozem. Jsou tu i jisté nevýhody, kdy si uživatel musí jízdu naplánovat, podle toho zvolit typ vozu, ne pokaždé je auto k dispozici nebo se k němu musí dopravit. (wikipedia.org)

2.3 B2B

Na B2B trhu (business-to-business) nakupují firmy od firem na rozdíl od trhu B2C, kde nakupují koneční spotřebitelé. Na B2B trhu najdeme nejen produkty ale i služby a nemovitosti sloužící k podnikání. Zákazníci jsou firmy, vládní organizace, výrobci či distributoři. Zákazníků je na trhu B2B méně ale jsou větší, a proto je zde i velké množství peněz. Je důležité, aby firmy dbali na komunikaci se zákazníky a snažili se co nejlépe uspokojit jejich potřeby, protože je zde velká konkurence. (Příkrylová, 2019)

B2B se ve spojení s kolaborativní ekonomikou stává stále důležitější, firmy mohou sdílet technologie, zdroje, partnerství, vzájemné dodávky, a tak zlepšují svoji konkurenceschopnost, efektivitu a zvyšují své zisky. Díky spolupráci a sdílení informací dokážou lépe reagovat na změny trhu, identifikovat nové příležitosti, zvyšovat kvalitu dodávek a stávají se tak pro zákazníky spolehlivější. B2B pomáhá v kolaborativní ekonomice firmám snižovat náklady a zvyšovat udržitelnost. Tento vztah však vyžaduje silnou důvěru a transparentnost mezi spolupracujícími podniky a realizuje se například v automobilovém průmyslu, potravinářském průmyslu nebo mezi logistickými společnostmi. (Rufrová, 2021)

2.4 Sociální rozměr kolaborativní ekonomiky (rezidenti – turisté)

Psychologové, sociologové a etnografové přišli s důkazy, že kulturní prostředí a jazyk se odrážejí na lidských emocích. Každá kultura má své tradice, zvyky, rituály a hodnoty, proto i emoce jsou v různých kulturách různě chápány a mohou se pojít k odlišným situacím. Každý jazyk má pro vyjádření různých emocí své výrazy. Vyšší či nižší počet emočních slov pro různé životní situace a oblasti napovídá o jejich důležitosti v dané kultuře. Například angličtina má téměř 2 tis. slov vyjadřujících emoce, holandština téměř 1,5 tis., tchajwanská čínština 750 a malajština 230, což neukazuje rozvíjenost jazyka ale komunikační potřeby kultur. Základ našeho chování je postaven na emocích, sociální prostředí však určuje, za jakých okolností je vhodné či nevhodné konkrétní emoci vyjádřit. Kulturní prostředí a proces socializace ovlivňuje, to, co prožíváme. Vyjádřením emoce sdělujeme okolí, jak na danou situaci nebo jiné lidi nahlížíme. Emoce jsou proto součástí sociální role a jiní lidé nejobvyklejší příčinou emocí. (Slaměník, 2011)

Turista je spíše moderním výrazem a britským výtvozem. Za předchůdce turistů se označují britští aristokraté, kteří cestovali na jiné kontinenty již v době renesance v takzvaných Grand Tours, za účelem poznání kultury a minulosti. Cestování tedy bylo spjata zejména se vzděláním, nebo muselo

mít vážnější, praktičtější a užitečnější cíl. Až ke konci 18. století se začalo cestovat i kvůli poznávání krajiny a památek a poprvé se objevuje slovo turista. Slova cestovatel a turista měla nejprve stejný význam, ale později se začala rozlišovat. Cestovatel byl typ člověka, který měl k cestování závažnější důvod, například to byl zdroj jeho obživy, jeho cesta obnášela dlouhé plánování a zahrnovala i možná zdravotní rizika. Zatímco turista očekává, že pro něj bude vše zabezpečené a může si zařídit, aby pro něj cestu a zážitky naplánoval někdo jiný. (Chorvát, 2006)

Turista je hlavní postavou v oblasti cestovního ruchu, cestuje především pro radost, pro poznávání nových destinací a kultur, pro nové zážitky a kvůli odpočinku. Každý turista je jiný, má jiné finanční prostředky, účel cestování a očekávání. Status turisty se mění a ovlivňují ho neočekávané situace a změny chování. V průběhu života turisty se mění jeho volby dovolené, na které mají vliv již prožité zážitky a zkušenosti. (Půtová, 2019)

Nejen turisté ale i lokální komunita je velkou součástí cestovního ruchu. Spadají do ní:

- rezidenti, kteří v destinaci bydlí
- obyvatelé, kteří v destinaci pouze pracují nebo v ní pracují a bydlí zároveň
- pracovníci v turismu
- vlastníci nemovitostí a pozemků.

Hosté jsou kupříkladu prodejci, poskytovatelé služeb a nestálí pracovníci. (Půtová, 2019)

Setkání turistů a rezidentů může mít pozitivní ale i negativní vlivy. Mezi pozitivní vlivy řadíme například poznávání nových kultur, zvyšování životní úrovně rezidentů (díky využívání služeb turisty) nebo rozvoj infrastruktur. Negativní vlivy se mohou projevit při pobytu většího množství turistů v dané destinaci, a to například vyšší kriminalitou, dále může destinace přicházet o své tradice a hodnoty nebo v dané destinaci mohou být vyšší ceny zboží a služeb. (Holešinská, 2012; Půtová, 2019)

PRAKTICKÁ ČÁST

3 Poděbrady

Poděbrady jsou městem nacházejícím se ve středočeském kraji v okrese Nymburk, které se rozkládá na obou březích řeky Labe. Mají 14 317 obyvatel (ČSÚ). Jsou známe především díky lázeňství s dlouholetou historií a atraktivní jsou pro návštěvníky i díky památkám.

3.1 Historie města

Ve spojení se šlechtickým rodem Sezemiců se objevuje první písemná zmínka o Poděbradech v polovině 12. století. Jejich historie však sahá až daleko před počátky českého státu. Ve druhé polovině 13. století získal Poděbrady Přemysl Otakar II., ačkoliv v té době Poděbrady byly spíše poddanské městečko, díky možnosti lovu v lužních lesích zajímalo i jiné české panovníky. Největší rozmach zažilo město za rodu Pánů z Kunštátu, jehož nejvýznamnější postavou byl Jiří z Poděbrad. Díky němu byly Poděbrady na začátku 15. století povýšena na město a získaly tak podstatná práva a městský znak. Po třicetileté válce a požárech v roce 1681, které zničily tehdejší podobu města, v polovině 18. století nechala Marie Terezie přestavět zámek do současné podoby. Po dalších požárech v 19. století dostávalo město novou podobu. (město-poděbrady.cz)

3.2 Lázeňství v Poděbradech

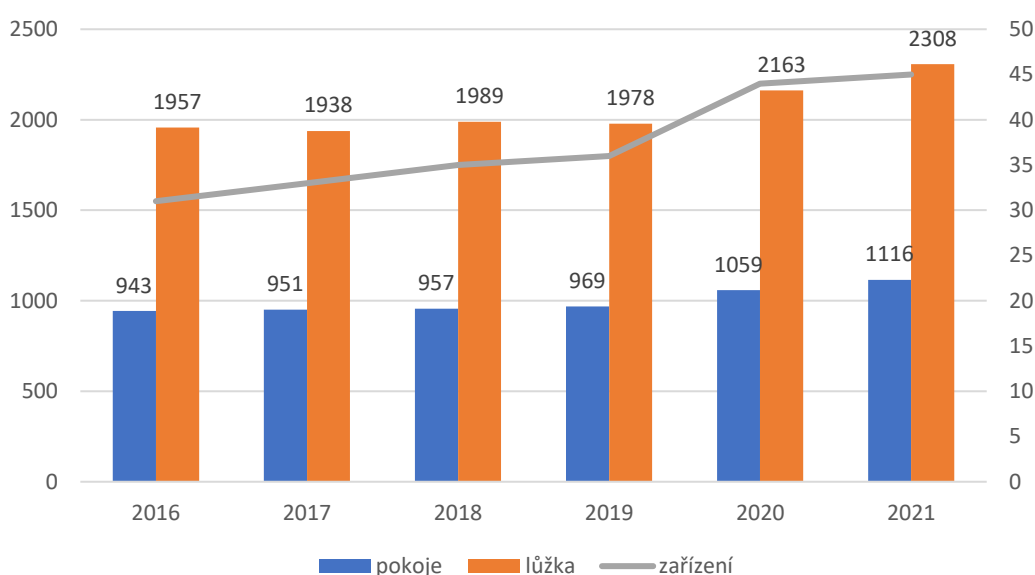
První zmínka o léčebném prameni v Poděbradech je ve spisech Jana Amose Komenského. Železitý pramen se objevil v roce 1624. V roce 1722 se začaly stavět železité lázně, které se až do roku 1925 postupně vylepšovaly, poté však zanikly a připomíná je už pouze kamenná studna u kostela Nanebevzetí Panny Marie. Roku 1905 byl objeven pramen uhličitě minerální vody na zámeckém nádvoří a byl pojmenován podle jeho objevitele Bülowa. O dva roky později byl objeven pramen Charicléa a kníže Filip Arnošt z Hohenlohe–Schillingsfürtu zde nechal postavit lázně. V roce 1910 obec od knížete lázně odkoupila a postupně začala budovat další lázeňské budovy. Objevovali se i další léčivé prameny jako například Libuše, Eliška, Božena, Trnkův, Krále Jiřího nebo Vrchlického. Roku 1918 koupila od města lázně akciová společnost Uhličitě lázně, převzala celý lázeňský podnik a začala kupovat okolní pozemky, za účelem rozšíření lázní. Po druhé světové válce byly lázně zestátněny a provozovala je Státní zdravotní správa. V roce 1992 vznikla akciová společnost Lázně Poděbrady, kterou jsou dodnes. (lázně-poděbrady.cz)

Lázně Poděbrady jsou největší lázně ve středočeském kraji. Specializují se především na léčbu srdečních obtíží ale i léčbu pohybového ustrojí. Návštěvníci sem však jezdí i za odpočinkem do wellness pobytů. Ubytování je možné v několika hotelech, které jsou součástí lázní. Lázně nabízí řadu koupelí, masáží, zábalů, různé léčebné procedury nebo dokonce návštěvu solné jeskyně. Lázně navštívilo spousta známých osobností jako například básník Viktor Dyk nebo herec Vlasta Burian. (lázně-poděbrady.cz)

3.3 Nabídka a poptávka ubytování v Poděbradech

Na následujícím Grafu č.1 můžeme vidět vývoj počtu zařízení, pokojů a lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v Poděbradech za pět let od roku 2016 do roku 2021. Hromadná ubytovací zařízení jsou hotely, motely, botely různých kategorií od jedno hvězdičkových po pěti hvězdičkové, dále penzióny, kempy a ostatní hromadná ubytovací zařízení. Z grafu vyplývá že počty všech zmíněných subjektů během sledované doby každoročně rostly. Ubytovací zařízení vzrostly od roku 2016 do roku 2021 o 14 zařízení, pokoje o 173 a lůžka o 351. Na začátku roku 2020 se, již několikrát zmíněná, pandemie Covid-19 dostala i do České republiky, což může být příčinou, že v období 2020 až 2021 vzrostl počet ubytovacích zařízení pouze o jedno. (czso.cz)

Graf 1 Vývoj počtu zařízení, pokojů a lůžek

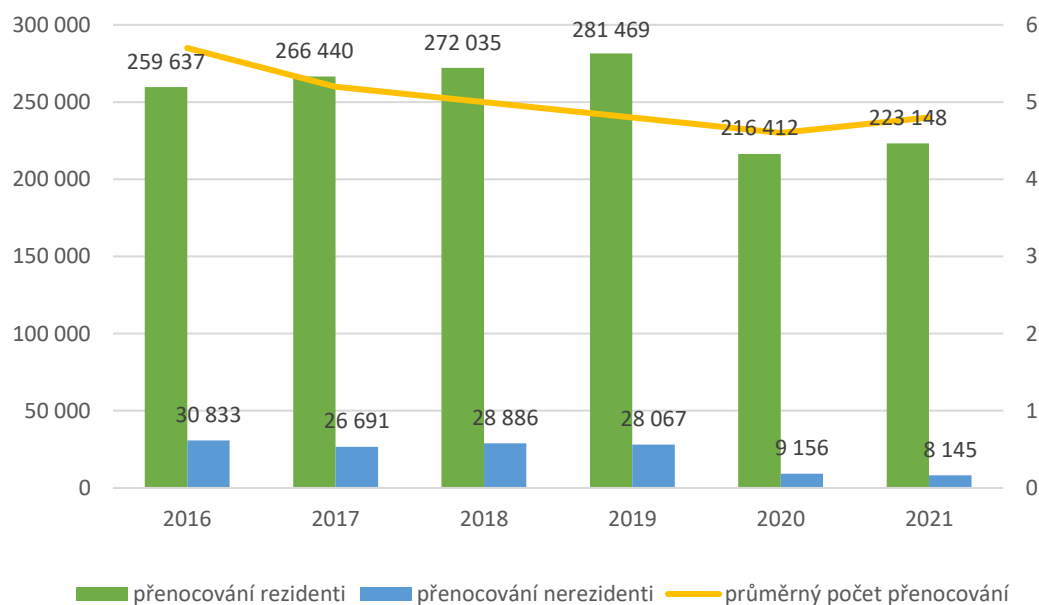


Zdroj: Český statistický úřad 2022; vlastní zpracování

Platforma Airbnb má na svých stránkách 26 nabídek ubytování v Poděbradech. Na výběr má uživatel z bytů, apartmánů, soukromých pokojů nebo si dokonce může pronajmout vilu. Platforma Booking má 50 nabídek ubytování převážně v hotelech a penziónech, zatím co na Airbnb převažují soukromé nabídky. (airbnb.cz, booking.cz)

Na Grafu č.2 vidíme vývoj počtu přenocování rezidentů i nerezidentů a průměrný počet přenocování od roku 2016 do roku 2021. Zatímco počet přenocování rezidentů až do roku 2019 každoročně rostl, počet přenocování nerezidentů se mezi roky 2016 a 2017 snížil o 4 142 přenocování. V roce 2018 můžeme vidět drobný nárůst, který však v dalších letech klesl. V roce 2020 klesl na 9 156, kdy klesl i počet přenocování rezidentů o více než 65 tisíc oproti předešlému roku. Toto snížení zapříčinila pandemie Covid-19. V roce 2021 lehce vzrostl počet přenocování rezidentů, avšak u nerezidentů znovu klesl. Důvodem je téměř nemožné cestování v době pandemie. Průměrný počet přenocování, který byl 5,7 dnů v roce 2016 každoročně klesal a v roce 2020 činil 4,6 dnů. V roce 2021 průměrný počet přenocování mírně vzrostl na 4,8 dnů. (czso.cz)

Graf 2 Vývoj počtu přenocování rezidentů i nerezidentů



Zdroj: Český statistický úřad 2022; vlastní zpracování

3.4 Poplatek z pobytu

Jak již bylo zmíněno, města a obce v ČR mají ve své působnosti nastavení zdanění cestovního ruchu formou místního poplatku z pobytu. Místní poplatek z pobytu nahradil od roku 2020 dva místní poplatky, a to z ubytovací kapacity a za lázeňský nebo rekreační pobyt. Místní poplatek z pobytu je pro města s intenzivnějším turismem pozoruhodným zdrojem příjmů. Maximální denní sazba tohoto poplatku činila v roce 2020 21 Kč, nyní zákon umožňuje obcím denní sazbu poplatku zvýšit až na 50 Kč. (celyoturismu.cz, 2020)

Tabulka č.1 zobrazuje příjem města Poděbrady, ze zdanění cestovního ruchu formou místních poplatků. Nejvíce činil příjem v roce 2019 a to 3 021 589 Kč. V dalším roce příjem klesl o více než milion korun, jak již víme turismus v tomto roce velmi ovlivnila pandemie Covid-19. V roce 2021 příjem vzrostl na 2 557 467 Kč. Průměrně tedy do rozpočtu města za sledovaných 5 let přibýlo každoročně přes 2,5 milionu korun.

Tabulka 1 Příjem města z poplatku z pobytu

Rok	2017	2018	2019	2020	2021
Poplatek z ubytovací kapacity	653 641 Kč	569 498 Kč	701 061 Kč	/	/
Poplatek za lázeňský nebo rekreační pobyt	2 146 764 Kč	2 230 266 Kč	2 320 528 Kč	/	/
Poplatek z pobytu	/	/	/	1 955 050 Kč	2 557 467 Kč
Celkem	2 800 405 Kč	2 799 764 Kč	3 021 589 Kč	1 955 050 Kč	2 557 467 Kč

Zdroj: Městský úřad Poděbrady; vlastní zpracování

4 Dotazníkové šetření

Pro výzkum jsem si vybrala město Poděbrady, protože je to turisticky atraktivní místo. Dotazníkové šetření bylo provedeno formou online dotazníku a bylo určeno pro obyvatele Poděbrad bez ohledu na trvalé bydliště. Dotazník jsem v úvodu představila, informovala o jeho anonymitě a za jakým účelem byl vytvořen. Dotazník se skládá z 26 otázek zaměřených na mezilidské vztahy v Poděbradech s vlivem turismu a Airbnb ubytování. Dotazník jsem umístila na sociální síť Facebook, na stránku Máme rádi Poděbrady. Opakovaně jsem příspěvek sdílela pro větší dosah a od 10.6. do 18.7. 2022 jsem získala 253 respondentů.

4.1 Analýza online dotazníku

V této části jsem zanalyzovala a popsala odpovědi respondentů na jednotlivé otázky.

1. Jste obyvatel Poděbrad? (bez ohledu na trvalé bydliště)

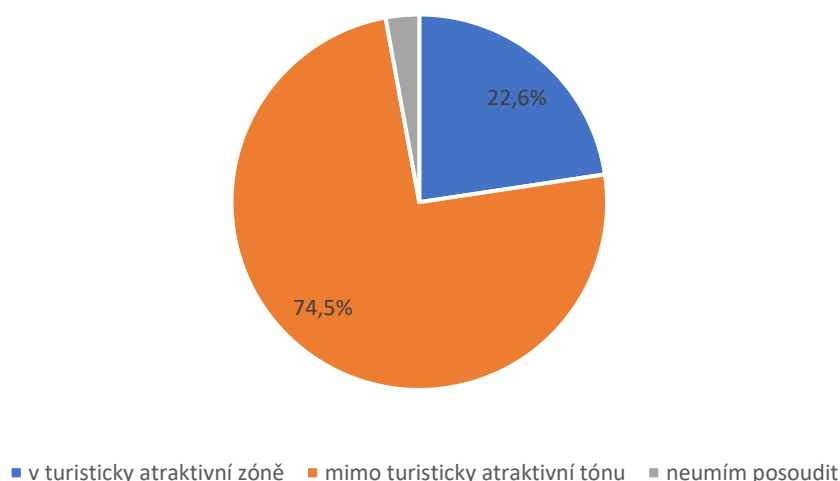
Dotazník byl určen pouze obyvatelům Poděbrad, proto tato otázka sloužila pro oddělení respondentů, kteří nežijí v Poděbradech. 96 % respondentů odpovědělo ano, pro ty byla přístupná část dotazníku s ostatními otázkami a pro zbylé 4 % respondentů se dotazník uzavřel.

2. V jaké lokalitě ve městě bydlíte?

Obyvatelé žijící v turisticky atraktivní zóně jsou turismu více vystaveni, a proto můžou mít jiný pohled na turismus či turisty samotné než ostatní obyvatelé.

74,5 % respondentů odpovědělo, že žijí mimo turisticky atraktivní zónu, 22,6 % respondentů žije v turisticky atraktivní zóně a 2,9 % respondentů neumí posoudit, zda bydlí či nebydlí v turisticky atraktivní zóně.

Graf 3 Lokalita bydliště obyvatel

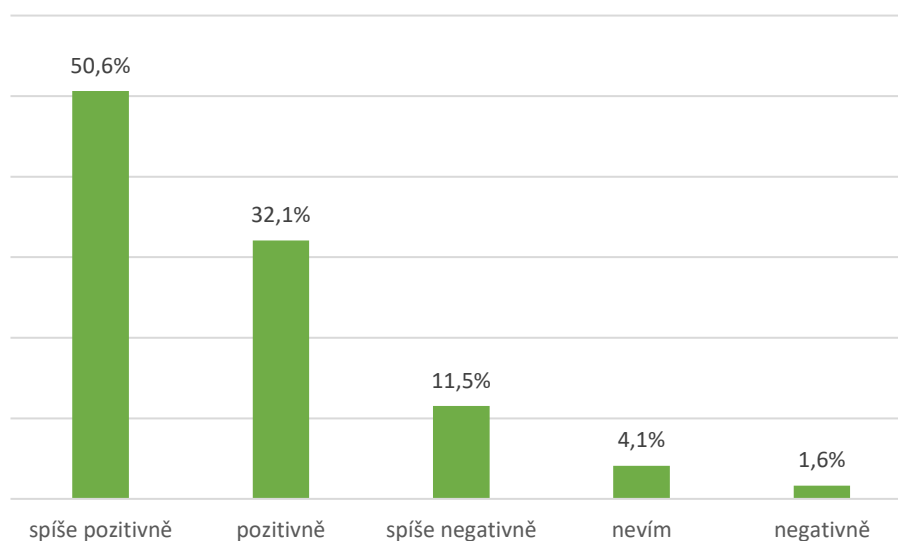


Zdroj: vlastní zpracování

3. Jak vnímáte turismus v Poděbradech?

Velká část respondentů na otázku odpověděla že vnímají turismus pozitivně nebo spíše pozitivně. Z toho lze usoudit, že obyvatelé mají k turismu v Poděbradech kladný vztah.

Graf 4 Vnímání turismu v Poděbradech



Zdroj: vlastní zpracování

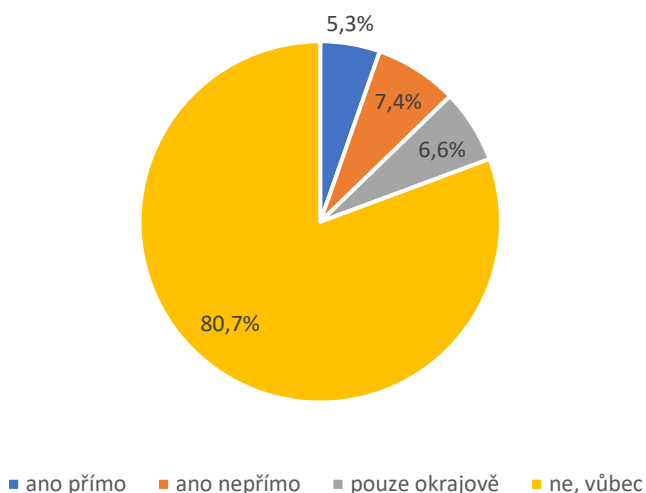
4. Týká se Vaše ekonomická činnost (podnikání, zaměstnání) oblasti turismu?

Sféra, ve které obyvatelé Poděbrad pracují, může mít vliv na jejich pohled na turismus ve městě. Pokud například pracují ve službách určené pro turisty, je pravděpodobné, že se budou přiklánět k rozvoji turismu a jejich vnímání turistů bude pozitivní.

Ekonomická činnost 80,7 % respondentů se vůbec netýká oblasti turismu. 6,6 % respondentů odpovědělo, že jejich ekonomická činnost se týká turismu pouze okrajově a ostatní respondenti

pracují buďto ve stravovacích službách, ubytovacích službách, Turistickém informačním centru anebo v návazných službách, které využívají jak rezidenti, tak návštěvníci.

Graf 5 Ekonomická činnost respondentů



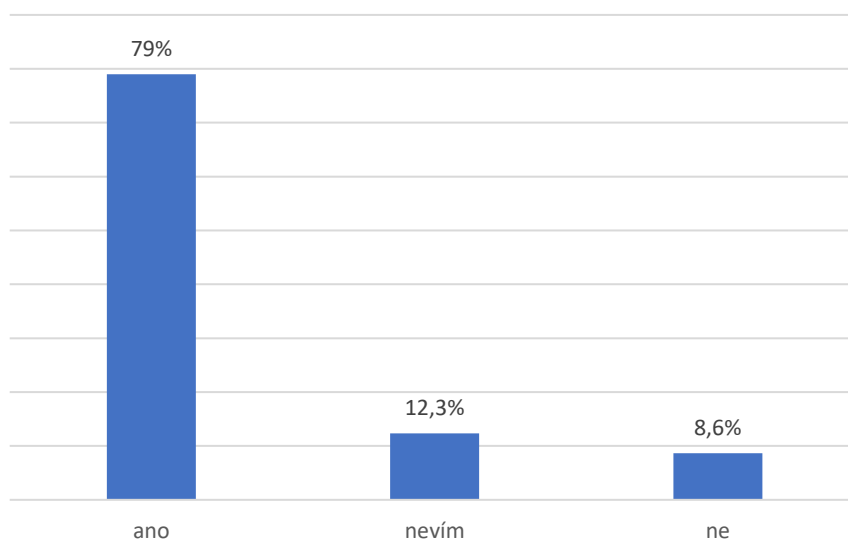
Zdroj: vlastní zpracování

5. Chcete, aby město Poděbrady podporovalo rozvoj turismu na svém území?

Rozvoj turismu může mít přínos i pro obyvatele, například mohou vznikat nová pracovní místa a vyšší příjmy z turismu mohou financovat veřejné služby.

Z jedné z předchozích otázek vyplývá, že turismus je v Poděbradech vnímán pozitivně. Proto není překvapením, že by valná většina respondentů chtěla, aby město rozvoj turismu podporovalo.

Graf 6 Podpora turismu

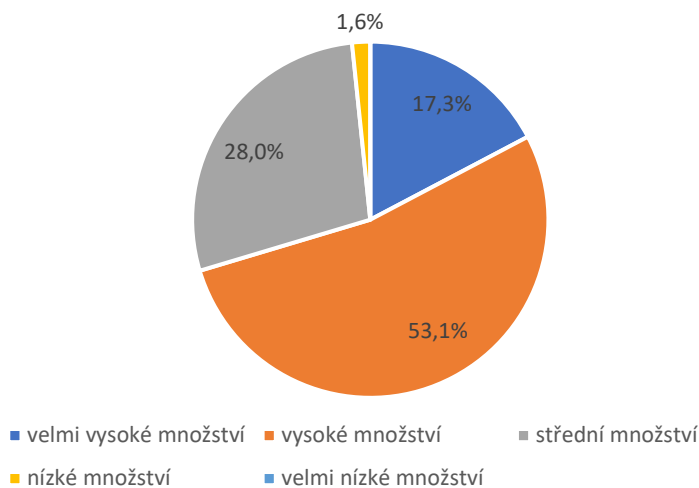


Zdroj: vlastní zpracování

6. Jak vnímáte množství turistů/návštěvníků, kteří navštěvují město Poděbrady ročně?

Většina obyvatel vnímá množství turistů jako vysoké nebo velmi vysoké. Pouze 1,6 % respondentů si myslí, že množství turistů navštěvující Poděbrady je nízké a nikdo si nemyslí že je velmi nízké. Z odpovědí můžeme usoudit, že obyvatelé město vnímají jako turisticky atraktivní místo s vysokou návštěvností.

Graf 7 Množství turistů

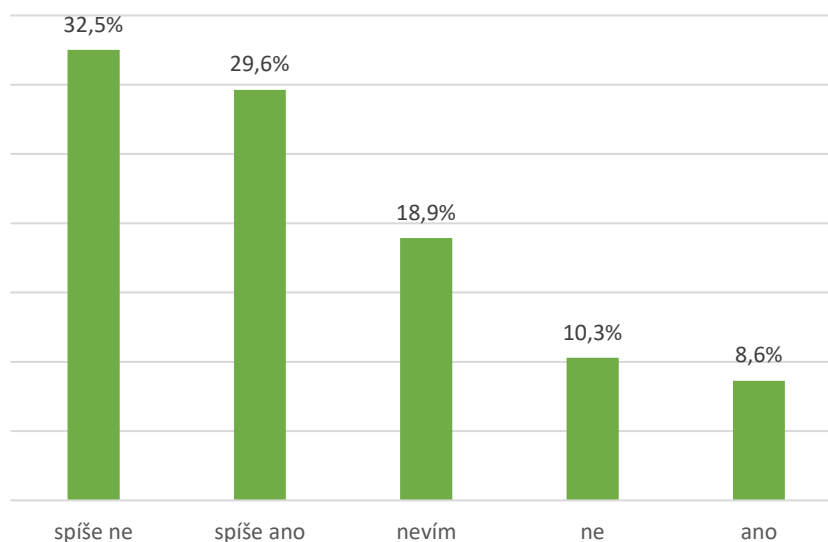


Zdroj: vlastní zpracování

7. Vnímáte ve svém okolí, díky zvýšenému turismu, lepší podmínky ve městě?

Odpovědi na tuto otázku jsou velmi rozdělené. 32,5 % respondentů vnímá lepší podmínky ve městě, 29,6 % respondentů lepší podmínky nevnímá a 18,9 % odpovědělo neví. 10,3 % odpovědělo ne a 8,6 % ano.

Graf 8 Podmínky ve městě



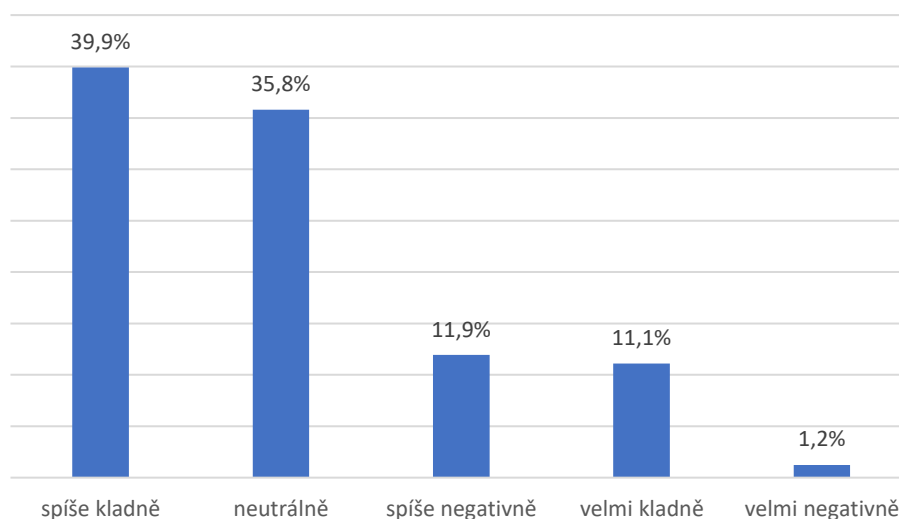
Zdroj: vlastní zpracování

8. Jak Vy vnímáte přítomnost turistů/návštěvníků v Poděbradech?

Pokud obyvatelé používají kolaborativní platformy ke sdílení s turisty, (například jejich volné byty nebo pracují ve službách využívaných právě turisty), příjem, který z toho mají může ovlivňovat to, jak vnímají přítomnost turistů ve městě.

Z grafu je patrné, že většina obyvatel vnímá přítomnost turistů/návštěvníků spíše kladně nebo neutrálně.

Graf 9 Vnímání turistů v Poděbradech



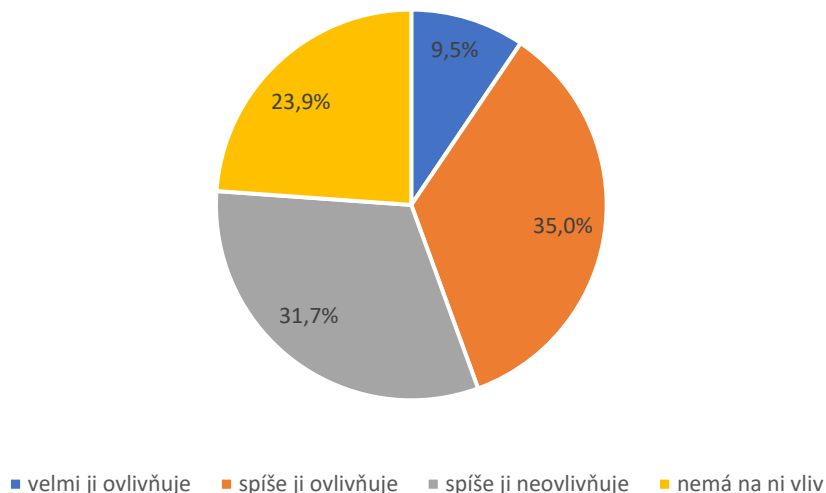
Zdroj: vlastní zpracování

9. Jak ovlivňuje turismus ve městě kvalitu Vašeho života?

Turismus ve spojení s kolaborativní ekonomikou může ovlivňovat život obyvatel. Například, pokud jsou turisté ubytováni v Airbnb, které se nachází v domě kde bydlí i obyvatelé.

Na otázku, zda turismus ve městě ovlivňuje kvalitu jejich života, odpovědělo 35 % obyvatel, že ji spíše ovlivňuje, 31,7 % odpovědělo, že ji spíše neovlivňuje, pro 23,9 % turismus na kvalitu života nemá vliv avšak 9,5 % obyvatel turismus kvalitu života velmi ovlivňuje.

Graf 10 Vliv turismu na kvalitu života



Zdroj: vlastní zpracování

10. Pokud pozitivně, tak jak?

Tato otevřená otázka navazuje na předešlou otázku č.9, jak turismus ve městě ovlivňuje kvalitu života a je zaměřená na pozitivní ovlivňování. Respondenti se nejvíce shodovali na tom, že díky turismu je ve městě více kulturních akcí, větší čistota, udržovaná zeleně a centrum města a výběr z mnoha restaurací, kaváren a služeb, které jsou kvalitní.

11. Pokud negativně, tak jak?

Tato otázka byla zaměřena na negativní ovlivňování života ve městě. Nejčastější odpovědi byly, vysoké ceny, nepořádek od turistů, velké množství lidí, přeplněné podniky, plná parkovací místa a přeplněné cyklostezky.

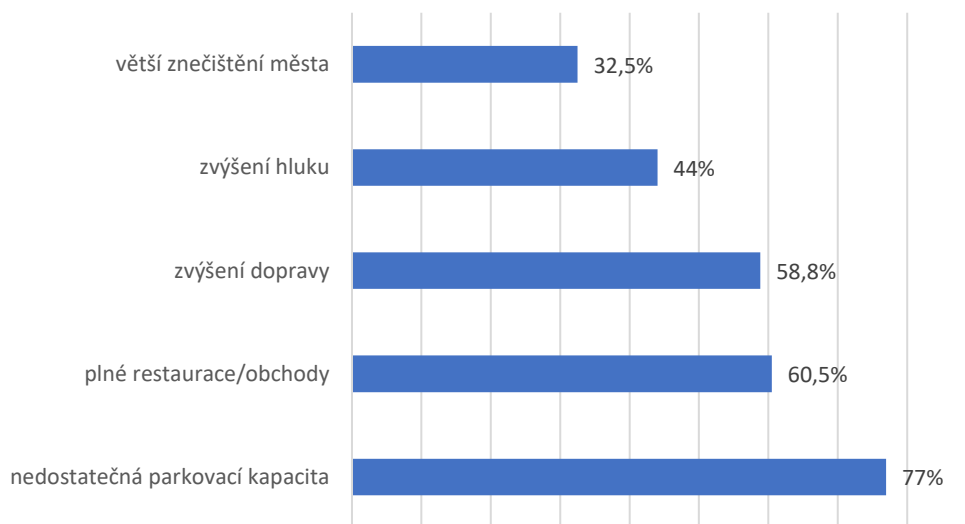
Můžeme vidět, že v otázce č.10 pozitivní ovlivňování života ve městě, se objevila větší čistota a údržba města a v negativním ovlivňování nepořádek. Tento fakt, může být způsoben tím, že se více udržuje turisticky atraktivní zóna města.

12. Pozorujete ve městě v turistické sezóně, některé z těchto jevů?

V této otázce měli respondenti možnost vybrat jeden nebo více jevů, které pozorují ve městě v turistické sezóně. 77 % respondentů vnímá nedostatečnou parkovací kapacitu, 60,5 % plné restaurace/obchody, 58,8 % zvýšení dopravy, 44 % zvýšení hluku a 32,5 % větší znečištění města.

Jevy jako větší znečištění města, plné restaurace/obchody a plná parkovací místa se již objevily v předchozí otevřené otázce.

Graf 11 Jevy v turistické sezóně



Zdroj: vlastní zpracování

13. Je otázka rozvoje turismu ve městě Poděbrady faktorem, který určuje Váš vztah k ostatním rezidentům? (např. Podle mě je zde příliš mnoho turistů a město Poděbrady by nemělo již dále rozvoj turismu podporovat a ten, kdo má na to jiný názor, s tím já nemohu mít žádný kladný vztah)

Obyvatelé mohou mít rozdílné názory a postoje k rozvoji turismu ve městě, které mohou ovlivňovat jejich mezilidské vztahy. Je důležité respektovat názor ostatních a najít kompromis, vyhovující všem zúčastněným stranám.

Pro 77,4 % obyvatel otázka turismu jejich mezilidské vztahy nijak neovlivňuje, 14,8 % obyvatel neví a pro 7,8 % je to zásadní otázka.

Graf 12 Vztah k ostatním rezidentům



Zdroj: vlastní zpracování

14. Víte, co je to Airbnb?

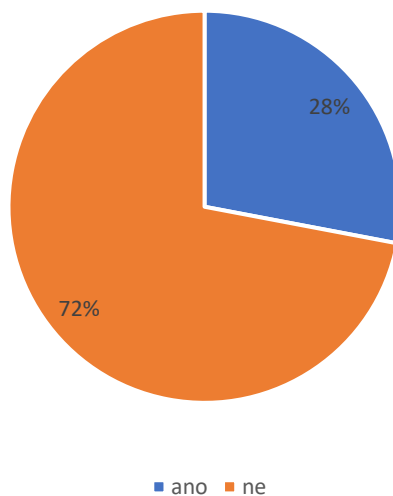
Většina, tedy 81,1 % respondentů ví, co je to sdílená platforma Airbnb.

15. Víte o nějakém Airbnb ve Vašem městě/okolí?

Kolaborativní platforma pro sdílení ubytování, je, využívána i v Poděbradech a někteří vlastníci nemovitostí nabízí své byty turistům.

72 % respondentů ví o nějakém Airbnb poskytovaném v jejich městě či okolí.

Graf 13 Povědomí o Airbnb



Zdroj: vlastní zpracování

16. Jakou máte osobní zkušenost s Airbnb ve Vašem městě?

Právě i Airbnb a jeho poskytování může mít vliv na mezilidské vztahy mezi rezidenty a turisty, a rezidenty samotnými.

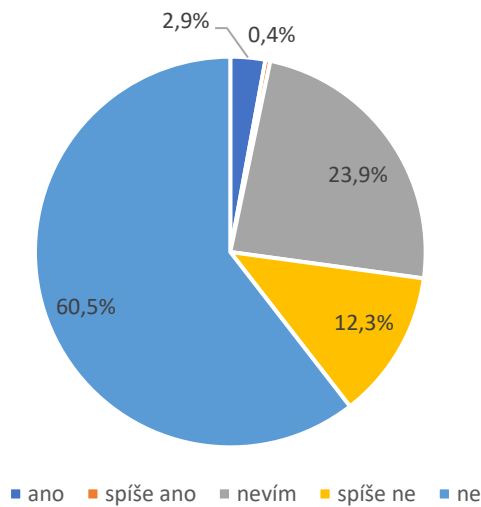
86,8 % respondentů nemá žádnou osobní zkušenost s Airbnb v Poděbradech. Někteří respondenti mají pozitivní ale i negativní zkušenosti.

17. Ovlivňuje Vás (vaši kvalitu života) přítomnost Airbnb ve městě?

Přítomnost Airbnb může kvalitu života obyvatel ovlivňovat. Například zvýšení kriminality. Turisté mohou být hluční a mohou rušit obyvatele. Také se může snížit dostupnost bydlení pro obyvatele, pokud pronajímatel dá přednost sdílenému ubytování před dlouhodobým pronájmem.

60,5 % obyvatel přítomnost Airbnb ve městě kvalitu jejich života neovlivňuje, 23,9 % neví a 12,3 % obyvatel spíše neovlivňuje.

Graf 14 Vliv Airbnb na rezidenty



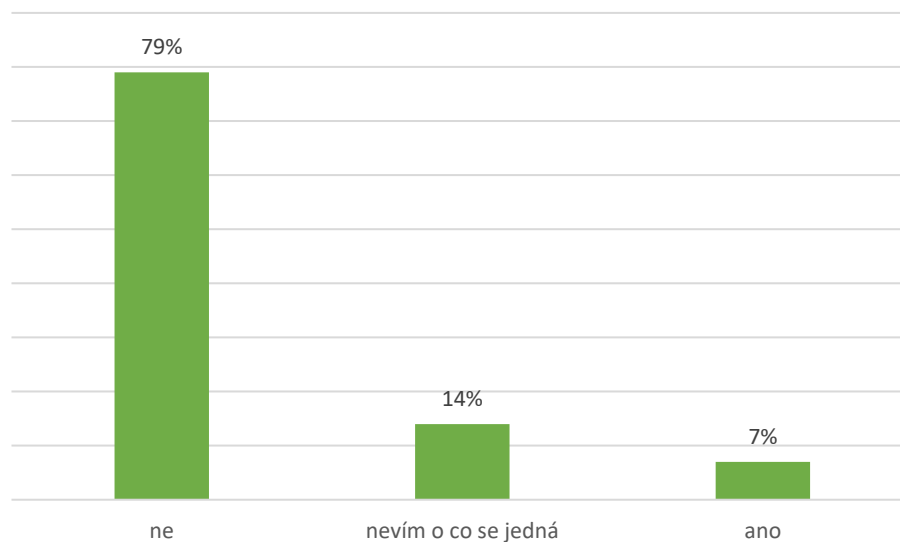
Zdroj: vlastní zpracování

18. Využíváte nějaké sdílené služby?

Sdílené služby jsou velmi využívané, a tak s nimi obyvatelé mohou mít zkušenost i ze svých výletů a dovolených v jiných městech a zemích.

79 % sdílené služby nevyužívá, 14 % neví o co se jedná a pouze 7 % respondentů sdílené služby využívá.

Graf 15 Využívání sdílených služeb rezidenty



Zdroj: vlastní zpracování

19. Pokud ano, jaké?

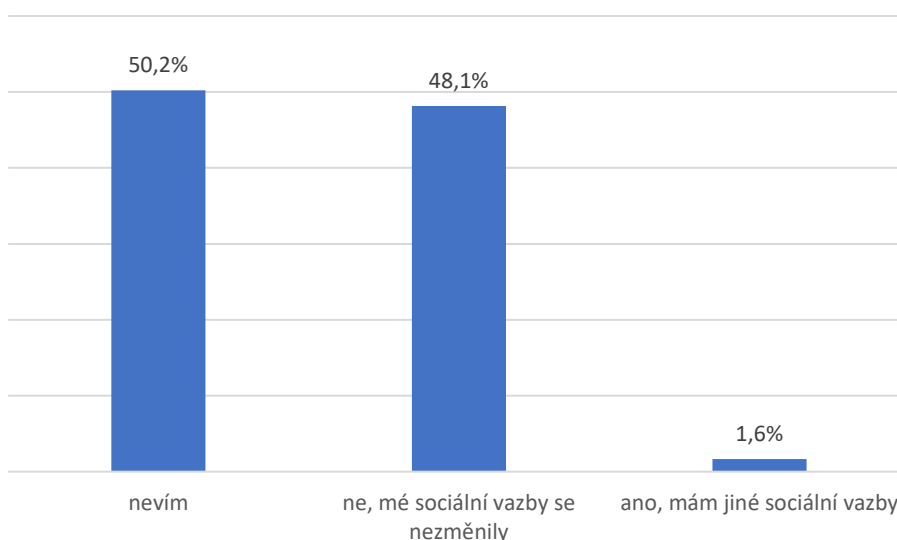
V této otevřené otázce mohli respondenti, využívající sdílené služby, napsat jaké sdílené služby využívají. Nejvíce se objevovali odpovědi jako Airbnb, které respondenti využívají v jiných městech nebo zemích a carsharing neboli sdílení aut.

20. Pokud tyto sdílené služby využíváte, má to vliv na Vaše sociální vazby ve Vašem obvyklém prostředí?

Využívání sdílených služeb může ovlivnit sociální vazby a je důležité uvědomit si, jaké dopady to může mít na kvalitu života a vztahy s ostatními.

Z odpovědí respondentů však můžeme konstatovat, že v Poděbradech využívání sdílených služeb sociální vazby téměř neovlivňuje. 50,2 % respondentů neví, zda využívání sdílených služeb ovlivňuje jejich sociální vazby, 48,1 % respondentů má stejné sociální vazby, pouze 1,6 % respondentů má jiné sociální vazby.

Graf 16 Vliv sdílených služeb na mezilidské vztahy

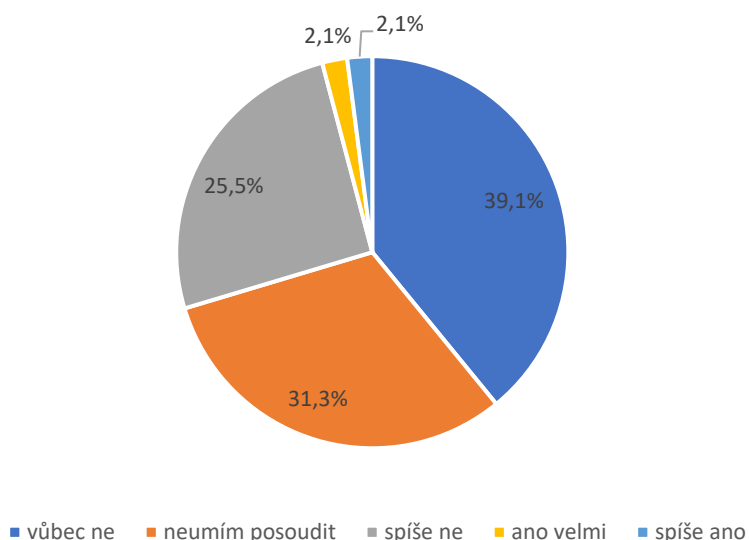


Zdroj: vlastní zpracování

21. Změnil se Váš pohled na turisty/návštěvníky s vývojem sdílených služeb? (ubytování Airbnb, sdílení aut)

Pohled na turisty/návštěvníky s vývojem sdílených služeb 39,1 % respondentů se vůbec nezměnil, 31,3 % neumí posoudit, 25,5 % jejich pohled spíše nezměnilo a jen velmi malému množství respondentů svůj pohled na turisty změnilo. Z odpovědí plyne, že vývoj sdílených služeb pohled obyvatel na turisty/návštěvníky téměř neovlivňuje.

Graf 17 Pohled na turisty



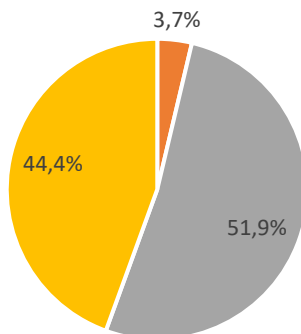
Zdroj: vlastní zpracování

22. Změnily se Vaše mezilidské vztahy se sousedy, známými, či ostatními obyvateli ve městě na základě Vašich/jejich vztahu ke sdíleným službám?

Ať už pozitivní či negativní vztah ke sdíleným službám může mezi obyvateli vést k nedorozuměním. Někteří mohou být například nespokojeni s fungováním sdílených služeb nebo nemusí s jejich poskytováním souhlasit, a to může vést ke konfliktu mezi poskytovatelem a nespokojeným obyvatelem. Ke změnám mezilidských vztahů může docházet i kvůli finančním zdrojům, které z toho poskytovatel sdílené služby má.

51,9 % respondentů zvolilo odpověď: Ne. Bez ohledu na to, zda jsem či nejsem poskytovatelem či uživatelem sdílených služeb mi to nijak mezilidské vztahy nenarušuje. 44,4 % respondentů nad touto otázkou nikdy nepřemýšlelo a 3,7 % respondentů zvolilo odpověď: Ano. Žádné sdílené služby neposkytují, ale moji známí, sousedé, ano. Ale na mě to má negativní dopad (zvýšení hluku, více lidí, přeplněné popelnice, málo parkovacích míst atd.)

Graf 18 Změna mezilidských vztahů



- Ano. Jsem poskytovatel sdílených služeb a zaznamenal jsem změnu chování k mé osobě.
- Ano. Žádné sdílené služby neposkytuji, ale moji známí, sousedé, ano. Ale na mne to má negativní dopad.
- Ne. Mezilidské vztahy mi to nijak nenarušuje.
- Nevím, nikdy jsem o tom nepřemýšlel/a.

Zdroj: vlastní zpracování

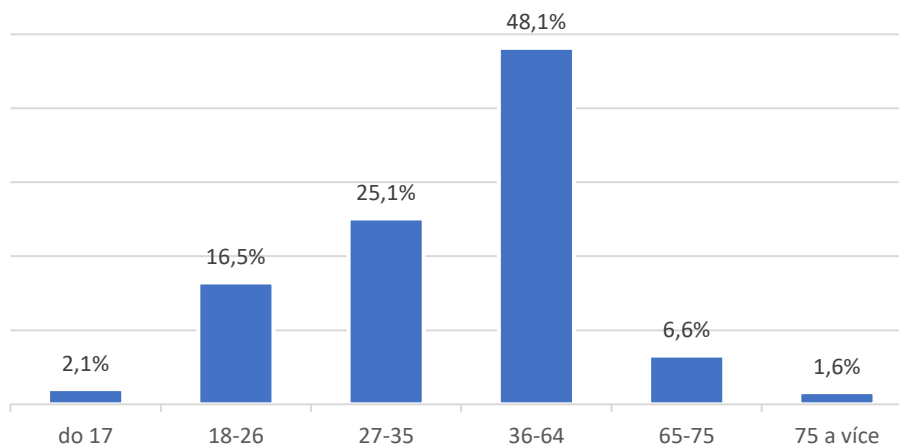
23. Pohlaví

Větší část respondentů tvořily ženy a to 67,9 % a 32,1 % tvořili muži.

24. Věk

Nejvíce respondentů 48,1 % bylo ve věku 36-64 let, z ekonomického hlediska je tato skupina nejvíce produktivní a aktivní. 25,1 % respondentů bylo z věkové kategorie 27-35 let, která je charakteristická tím, že lidé zakládají rodiny a budují svou kariéru. 16,5 % respondentů bylo z věkové kategorie 18-26 let, tedy mladá generace, studenti a mladí lidé začínající svou kariéru. 2,1 % respondentů spadá do kategorie do 17 let, 6,6 % do kategorie 65-75 let, tedy lidé v důchodovém věku a 1,6 % do věkové kategorie 75 a více let.

Graf 19 Věk

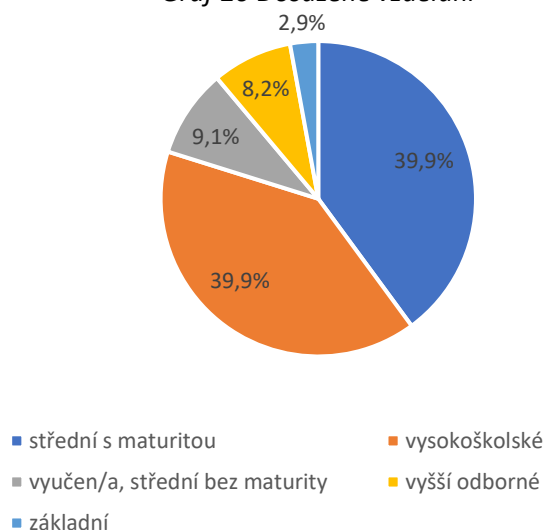


Zdroj: vlastní zpracování

25. Dosažené vzdělání

Největší část respondentů tvořili obyvatelé se středoškolským vzděláním s maturitou 39,9 % a obyvatelé s vysokoškolským vzděláním 39,9 %.

Graf 20 Dosažené vzdělání

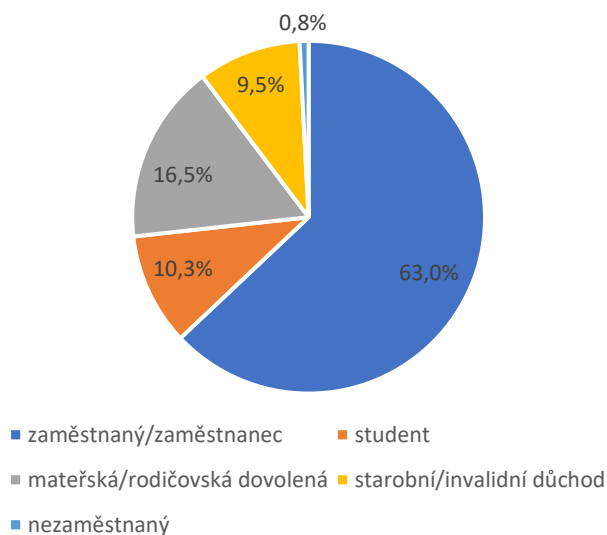


Zdroj: vlastní zpracování

26. Jaký je Váš současný status?

Většinu respondentů tedy 63 % tvořili zaměstnaní lidé, 16,5 % lidé na mateřské/rodičovské dovolené, 10,3 % studenti, 9,5 % lidé se starobním/invalidním důchodem a 0,8 % respondentů tvořila skupina nezaměstnaných.

Graf 21 Status

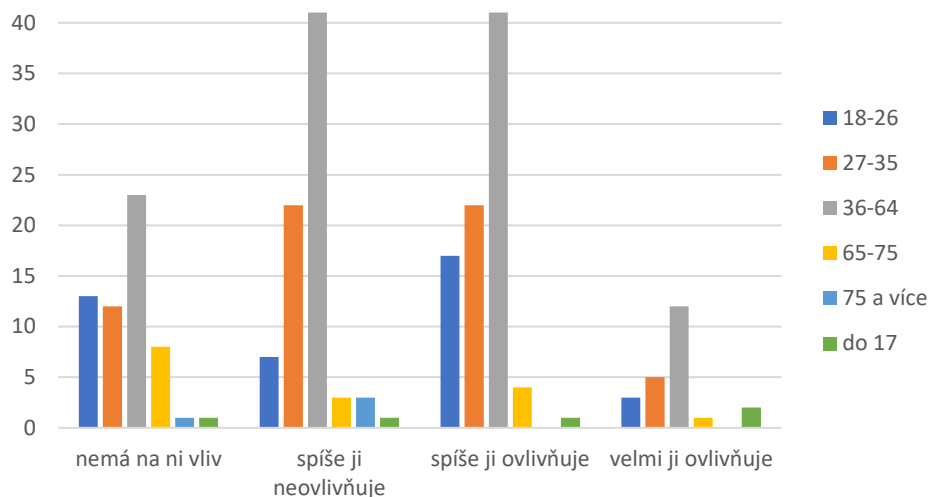


Zdroj: vlastní zpracování

Vliv turismu na kvalitu života s ohledem na věk

U otázky číslo 9. Jak ovlivňuje turismus ve městě kvalitu Vašeho života? byly odpovědi velmi rozdělené, proto mě zajímalo, zda rozhoduje faktor věku respondentů. Z následujícího grafu č.22 vyplývá, že věková kategorie není faktorem, který by ovlivňoval pohled na to, zda turismus ve městě ovlivňuje život obyvatel.

Graf 22 Vliv turismu na kvalitu života s ohledem na věk

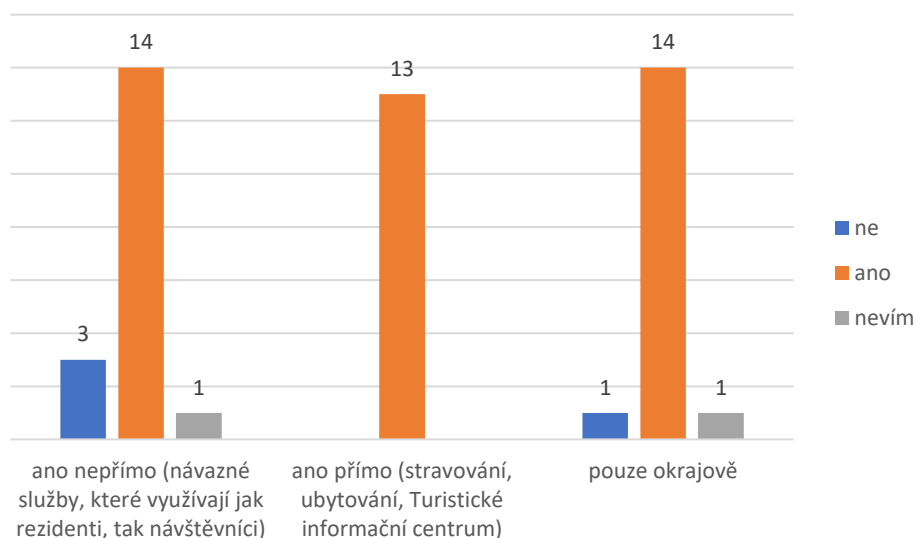


Zdroj: vlastní zpracování

Podpora rozvoje turismu s ohledem na ekonomickou činnost respondentů

Z logického hlediska, můžeme konstatovat, že obyvatelé, kteří pracují nebo podnikají přímo, nepřímo či okrajově v oblasti turismu budou chtít, aby město turismus ve městě podporovalo. Z následujícího grafu vyplývá, že tvrzení je pravdivé. Téměř všichni respondenti pracující přímo, nepřímo či okrajově v oblasti turismu a v otázce č.5, chcete, aby město Poděbrady podporovalo rozvoj turismu na svém území? odpovědělo Ano.

Graf 23 Podpora turismu s ohledem na ekonomickou činnost



Zdroj: vlastní zpracování

4.2 Shrnutí výsledků

Stanovené hypotézy:

- 1) Vysoká míra intenzity turismu v Poděbradech negativně ovlivňuje kvalitu života tamějších obyvatel.
- 2) Rozvoj Airbnb má vliv na mezilidské vztahy mezi obyvateli.
- 3) Vysoká návštěvnost turistů má pozitivní dopad na ekonomický rozvoj města.

Z odpovědí respondentů, kterými jsou obyvatelé města Poděbrady, je patrné, že vysoká míra intenzity turismu v Poděbradech v určité míře negativně ovlivňuje život tamějších obyvatel. Ve městě jsou v turistické sezóně problémy s parkováním, v některých částech města je větší znečištění, hluk, jsou plné podniky a vysoké ceny. I přesto by obyvatelé chtěli, aby město podpořilo vývoj turismu v Poděbradech a mají pozitivní vztah k němu i turistům samotným. Vedle negativních jevů přináší turismus do města i ty pozitivní, jako větší rozmanitost a kvalitu služeb.

Rozvoj Airbnb v Poděbradech nemá na vztahy mezi rezidenty vliv. Velká část obyvatel nemá žádnou osobní zkušenost s Airbnb ve městě a ani o žádném v jejich okolí neví. Obyvatelé mají s Airbnb zkušenosti spíše z dovolených. Ani rozdílné pohledy na sdílené služby nijak jejich mezilidské vztahy neovlivňují.

Ano, vysoká návštěvnost turistů má pozitivní dopad na ekonomický rozvoj města. Díky místním poplatkům z ubytování získává město další příjem do jeho rozpočtu. Dále se ve městě užíví díky turismu více podniků. To je přínosem i pro místní obyvatelé, kteří mají ve městě větší výběr z nabízených služeb nebo ve městě podnikají.

Závěr

Turismu je stále se rozvíjícím sektorem světové ekonomiky. Každý den cestují lidé z různých koutů světa, na různá místa, za účelem poznání nové kultury, za odpočinkem a pro získání nových zážitků. Ve spojení se sdílenými službami je cestování lépe dostupnější. Turismus je tedy ve světě na denním pořádku a neovlivňuje pouze turisty ale i obyvatele navštíveného kontinentu, země či města. Mezilidské vztahy mezi turisty a obyvateli mohou být ovlivňovány rozdílnou kulturou a zvyklostmi. Turismus může mít vliv i na vztahy mezi rezidenty, například pokud mají jiný názor na turismus a turisty samotné anebo jsou provozovateli sdílených služeb, čímž mohou ovlivňovat ostatní obyvatele.

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, zda turismus ve spojení s rozvíjející se kolaborativní ekonomikou ovlivňuje mezilidské vztahy mezi rezidenty a turisty a mezi rezidenty samotnými. Analýza proběhla ve městě Poděbrady formou online dotazníkového šetření a úkolem bylo ověřit stanovené hypotézy.

Teoretická část byla rozdělena do dvou kapitol. První kapitola popisovala turismus, jeho historii a ekonomický význam v ČR i ve světě. Dále se také věnovala řízení cestovního ruchu a organizacím, které se o jeho řízení starají. V druhé kapitole byla popsána kolaborativní ekonomika, byly uvedeny příklady sdílených služeb, které jsou mezi lidmi čím dál více oblíbené. V neposlední řadě popisuje i mezilidské vztahy, které se vývojem kolaborativní ekonomiky a rostoucím turismem mohou měnit.

Praktická část popisuje město Poděbrady, ve kterém byl výzkum proveden. Shrnuje poptávku a nabídku ubytování a příjmy z poplatku z ubytování, které jsou pro města s vysokým turismem zajímavým příjmem do rozpočtu města. Další kapitola se věnuje analýze dotazníkového šetření, jehož respondenti byly obyvatelé Poděbrad. Bylo zjištěno, že turismus v určité míře negativně ovlivňuje kvalitu života tamějších obyvatel, avšak do města přináší i určitá pozitiva jako široký výběr kvalitních služeb. Rozvoj Airbnb ani vyšší turismus ve městě nemá vliv na mezilidské vztahy mezi rezidenty ani neovlivňuje pohled na turisty. Obyvatelé jsou pro to, aby město rozvoj turismu podporovalo. Vysoká návštěvnost má pozitivní dopad na ekonomický rozvoj města, je zde široký výběr různých podniků a příjmy, které z turismu město má může dále investovat do veřejných služeb.

Seznam použité literatury

Odborná literatura

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1.

HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5847-7.

CHORVÁT, Ivan, 2006. Turista a turizmus ako metafory pohybu a pohybu človeka v modernej spoločnosti. K niektorým vybraným koncepciám sociológie turizmu. *Život v pohybu* [online]. **3**.(1.), 111-128 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: https://journals.muni.cz/socialni_studia/article/view/5523/4621

CHOVANCULIAK, Róbert, 2020. *Pokrok bez povolení: Jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnilly svět* [online]. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-02-01]. ISBN 978-80-271-1601-0. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/pokrok-bez-povoleni-1163513/>

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, Eliška VILDOVÁ, Petr JANEČEK a Jan TLUČHOŘ, 2019. *Lázeňství: management a marketing* [online]. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-02-09]. ISBN 978-80-271-1118-3. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/lazenstvi-1163476/>

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3643-3.

PLZÁKOVÁ, Lucie a Petr STUDNIČKA, 2014. *Řízení cestovního ruchu v České republice – minulost, současnost, budoucnost*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 9788074785931.

PŘIKRYLOVÁ, Jana a kolektiv, 2019. *Moderní marketingová komunikace* [online]. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing [cit. 2023-02-01]. ISBN 978-80-271-2649-1. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/moderni-marketingova-komunikace-1140585/>

PŮTOVÁ, Barbora, 2019. *Antropologie turismu*. Univerzita Karlova: Karolinum. ISBN 978-80-246-4354-0.

RUFROVÁ, Jolana, 2021. *Sdílená ekonomika z pohledu B2B trhu*. Pardubice. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice.

SLAMĚNÍK, Ivan, 2011. *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3311-1.

TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. *Turismus a veřejná správa*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3842-0.

VEBER, Jaromír a kolektiv, 2018. *Digitalizace ekonomiky a společnosti: výhody, rizika, příležitosti*. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-554-4.

VYSTOUPIL, Jiří, Halina KOTÍKOVÁ a kolektiv, 2017. *Městský cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 978-80-244-5255-5.

Internetové zdroje

Airbnb. 2023. Poděbrady. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://1url.cz/tr09X>

Booking. 2023. Poděbrady. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://1url.cz/er0bN>

CAR4WAY. 2023. Nejčastější dotazy. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.car4way.cz/nejcastejsi-dotazy/carsharing>

Celyoturismu. 2020. Místní poplatky z pobytu v roce 2021 [online]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/mistni-poplatky-z-pobytu-v-roce-2021/>

Cestovní ruch. 2009. Systém řízení cestovního ruchu. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://cestovnuruch.studentske.cz/2009/02/system-rizeni-cestovniho-ruchu.html>

CzechTourism. 2023. Základní informace o agentuře CzechTourism. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism>

Český statistický úřad. 2022. Cestovní ruch 1.čtvrtletí [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/cestovni-ruch-1-ctvrtleti-2022>

European Travel Commission. What we do [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://etc-corporate.org/what-we-do/>

Euroskop, 2021. Příjmy Chorvatska z turistiky by letos mohly být rekordní [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://euroskop.cz/2021/08/24/prijmy-chorvatska-z-turistiky-by-letos-mohly-byt-rekordni/>

Evropský parlament. Cestovní ruch [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/cs/sheet/126/tourism>

JAROLÍMKOVÁ, Liběna, 2018. Cestovní ruch České republiky [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://kcr.vse.cz/wp-content/uploads/page/319/Cestovn%C3%AD-ruch-%C4%8Cesk%C3%A9-republiky.pdf>

Lázně Poděbrady. Dějiny poděbradského lázeňství. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.lazne-podebrady.cz/historie>.

MATOUŠ, Jan, 2018. Turistické informační centrum od A do Z. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: http://www.aticcr.cz/assets/File.ashx?id_org=200039&id_dokumenty=2750

Město Poděbrady. 2023. Historie města. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://www.mesto-podebrady.cz/historie-mesta/d-1057/p1=36283>

Město Poděbrady. Závěrečný účet města [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.mesto-podebrady.cz/zaverecny-ucet-mesta/ds-1099/p1=36687>

Ministerstvo pro místní rozvoj. 2023. Cestovní ruch. [online]. [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch>

Ministerstvo pro místní rozvoj. Účast v mezinárodních organizacích. Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-\(unwto\)](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-(unwto))

MMR chce ze státního rozpočtu na rozvoj cestovního ruchu 1,2 mld. Kč ročně [online]. Svět hospodářství, 2021 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://svethospodarstvi.cz/ekonomika/mmr-chce-ze-statniho-rozpoctu-na-rozvoj-cestovniho-ruchu-12-mld-kc-rocne/>

Our World in Data. International tourists arrival. [online obrázek] [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://ourworldindata.org/tourism>

Sdílení aut, 2022. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2023-02-09]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Sd%C3%ADlen%C3%AD_aut

Statista. 2022. Revenue of Airbnb worldwide from 2017 to 2021 [online obrázek]. [cit. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1193134/airbnb-revenue-worldwide/>

The World Tourism Organization. About us [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/about-us>

World Tourism Organization (UNWTO). Global and Regional Tourism Performance [online]. [cit. 2023-02-02]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.

World Travel & Tourism Council. About us [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://wtcc.org/about/about-us>

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Mezinárodní příjezdy turistů ročně	15
Obrázek 2 Turismus ve Spojených státech amerických	16
Obrázek 3 Příjmy Airbnb po celém světě od roku 2017 do 2021 (v miliardách U.S. dolarů).....	23

Seznam grafů

Graf 1 Vývoj počtu zařízení, pokojů a lůžek	28
Graf 2 Vývoj počtu přenocování rezidentů i nerezidentů	29
Graf 3 Lokalita bydliště obyvatel.....	31
Graf 4 Vnímání turismu v Poděbradech.....	31
Graf 5 Ekonomická činnost respondentů.....	32
Graf 6 Podpora turismu	32
Graf 7 Množství turistů	33
Graf 8 Podmínky ve městě	33
Graf 9 Vnímání turistů v Poděbradech.....	34
Graf 10 Vliv turismu na kvalitu života	34
Graf 11 Jevy v turistické sezóně	35
Graf 12 Vztah k ostatním rezidentům	36
Graf 13 Povědomí o Airbnb.....	37
Graf 14 Vliv Airbnb na rezidenty	38
Graf 15 Využívání sdílených služeb rezidenty	38
Graf 16 Vliv sdílených služeb na mezilidské vztahy	39
Graf 17 Pohled na turisty	40
Graf 18 Změna mezilidských vztahů.....	41
Graf 19 Věk.....	41
Graf 20 Dosažené vzdělání.....	42
Graf 21 Status.....	42
Graf 22 Vliv turismu na kvalitu života s ohledem na věk.....	43
Graf 23 Podpora turismu s ohledem na ekonomickou činnost	43

Seznam tabulek

Tabulka 1 Příjem města z poplatku z pobytu 30

