

Vysoká škola hotelová



SBORNÍK
RECENZOVANÝCH PŘÍSPĚVKŮ

**Z MEZINÁRODNÍ VĚDECKÉ
KONFERENCE**

**HOTELNICTVÍ, TURISMUS
A VZDĚLÁVÁNÍ**

Praha 2016

Programový výbor konference

doc. Ing. Josef Abrhám, Ph.D.

vedoucí Katedry cestovního ruchu Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze

Ing. Miroslav Bukva

ředitel Clarion Congress Hotel Prague****

doc. Ing. Jan Hán, Ph.D.

prorektor pro výzkum a spolupráci s praxí Vysoké školy hotelové v Praze

prof. PhDr. Irena Korbelářová, Dr.

proděkanka Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě

prof. Ing. Jana Kučerová, PhD.

zástupkyně vedoucího Katedry cestovního ruchu a společného stravování Ekonomické fakulty Univerzity Mateje Bela v Banské Bystrici

doc. Ing. Jiří Patočka, CSc.

vedoucí Katedry arts managementu Fakulty podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze

Ing. Lucie Plzáková, Ph.D.

odborná asistentka katedry cestovního ruchu Vysoké školy hotelové v Praze

Ing. Václav Stárek

prezident Asociace hotelů a restaurací České republiky

Ilja Šedivý

předseda představenstva, Regata Čechy, a.s.

doc. Ing. Václav Vinš, CSc.

rektor Vysoké školy hotelové v Praze

doc. RNDr. Jiří Vystoupil, CSc.

člen Katedry regionální ekonomie a správy Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně

Organizační výbor konference

prof. Ing. Jiří Jindra, CSc.

předseda organizačního výboru konference, emeritní rektor VŠH

PhDr. Jan Máče, Ph.D.

prorektor pro studium VŠH

Ing. Petr Studnička, PhD.

vedoucí katedry hotelnictví VŠH

Ing. Veronika Studničková

odborná pracovnice oddělení výzkumu VŠH

Bc. Silvia Mihaldová

asistentka marketingu VŠH

Záštita nad konferencí



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Hlavní město Praha

MVDr. Pavel Bělobrádek

místopředseda vlády ČR pro
vědu, výzkum a inovace

Odborní partneři konference



ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



CZECH ASSOCIATION
OF THE HOTELS
AND RESTAURANTS

CzechTourism

Za podpory



Mediální partner konference



Partneři konference



BOHEMIA SEKT
Starý Pěvec



Hotels.com

A. D. 1430
CHÂTEAU VALTICE
Vinné sklepy Valtice, a.s.

moderní úsporné
MONTYCON[®]
gastronomické technologie



R. JELÍNEK



VYBRANÉ TEORETICKÉ ASPEKTY DESTINAČNÉHO MARKETINGU ZALOŽENÉHO NA PARTICIPÁCIÍ MARGINALIZOVANÝCH KOMUNIT

SELECTED THEORETICAL ASPECTS OF THE DESTINATION MARKETING BASED ON PARTICIPATION OF MARGINALIZED COMMUNITIES

Kvetoslava Matlovičová, Jana Kolesárová, René Matlovič

Abstrakt

Cieľom príspevku je poukázať na možnosti cielenia stratégie destinačného marketingu na báze tzv. pro-poor turizmu (PPT). V tomto smere sú zmienené tri potenciálne stratégie zapojenia chudobných do rozvoja PPT: stratégie zamerané na ekonomické benefity pre chudobných, zvyšovanie životnej úrovne a na reformu politík a procesov. Identifikovaní sú kľúčoví aktéri a ich úlohy v procese poskytovania turistických služieb ako aj možné riziká, ktoré môžu viesť k nežiaducim efektom vylúčenia chudobných z transferov benefitov PPT.

Kľúčové slova

Pro-poor turizmus, chudoba, lokálny rozvoj, destinačný marketing

Abstract

The aim of this paper is to point out the possibility of targeting the destination marketing strategy based on so called pro-poor tourism (PPT).

In this regard, three groups of potential strategies involving the poor in developing the PPT are mentioned. These are strategies focused on economic benefits for the poor, strategies improving the living standards and the strategies focused on the reform of policies and processes. The key actors and their roles in the process of tourist services provision as well as the possible risks, which could lead to unintended effects of the exclusion of the poor from the PPT benefits, were also identified.

Key words

Pro-poor tourism, local development, destination marketing

JEL Classification: L83, Z32, I3

Úvod

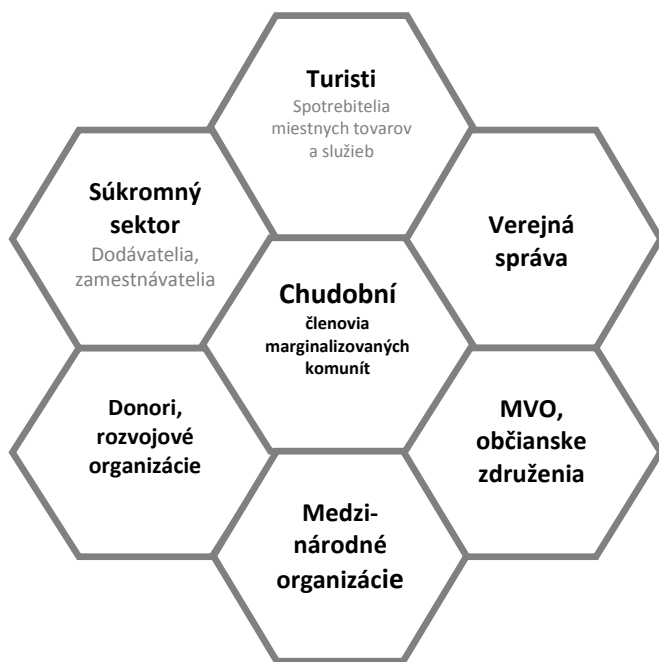
Záujem akademikov o problematiku možných prínosov turizmu pre zmierňovanie chudoby marginalizovaných komúní, možno datovať približne do 70. rokov 20. storočia (De Kadt, 1979). Počiatky diskusie boli súčasťou širšie koncipovaných politicko-ekonomických debát o rozvoji území. K prvým pokusom o exaktné vymedzenie problematiky a sformovanie teoreticko-metodologických rámcov pro-poor prístupu v rámci turizmu dochádza až koncom 90. rokov minulého storočia.

Pro-poor turizmus (PPT) nie je chápaný ako špecifická forma turizmu. Ide o prístup k stratégii jeho rozvoja. Chápeme ním akúkoľvek formu turizmu, ktorá primárne sleduje cieľ zapojiť do jeho rozvoja chudobné, zväčša marginalizované komunity a nasmerovať tak v maximálnej možnej miere benefity z jeho rozvoja chudobným (viac v Matlovičová a kol. 2016).

Kľúčoví aktéri pro-poor turizmu (PPT)

K hlavným zainteresovaným stranám v prípade PPT patria *chudobní*, súkromný sektor, samosprávne orgány, mimovládne organizácie, občianske združenia, donori, rôzne rozvojové organizácie a samozrejme turisti. Samotní chudobní predstavujú ústredný článok PPT (obrázok 1), keďže sú jedným z hlavných cieľových príjemcov benefitov. V plánovacích a rozhodovacích procesoch sa primárne sledujú ich záujmy. Veľmi častým problémom pri optimalizovaní PPT stratégie je vnútorná heterogenita a sociálna stratifikácia miestnych marginalizovaných komunít (rôzna miera chudoby, vzdelania, rozdielne postavenie v rámci akceptovanej hierarchickej štruktúry v komunite a pod.). V tomto smere by preto mala byť venovaná pozornosť primárne najviac chudobou ohrozenému segmentu.

Obrázok 1: Zainteresované subjekty PPT



Zdroj: vlastné spracovanie podľa Jamieson, Goodwin, Edmunds (2004, s.7)

Hlavnou hybnou silou ktorá oživuje PPT je *súkromný sektor*. Zabezpečuje širokú škálu úloh, ku ktorým patrí poskytovanie investícií, vývoj produktov, ich marketing a pod. (Ashley, Roe 2003, s.17). Svojimi obchodnými aktivitami vytvára tak živý organizmus kooperačných vzťahov, ktoré sú založené na vyžívaní miestnych dodávateľov i pracovnej sily, poskytovaním informačného poradenstva, budovaním a zdieľaním prístupu k infraštruktúre či rozvíjaním partnerstiev s miestnymi obyvateľmi (Jamieson et al. 2004, s. 8; Id21 Insights 2006).

Jedným z dôležitých aktérov siete subjektov PPT je *verejná správa*, ktorá môže zohrať neraz kľúčovú úlohu v procese usmerňovania aktivít tak, aby nedošlo k narušeniu istej udržateľnej rovnováhy prerozdelenia benefitov z rozvoja turizmu v území (najmä medzi súkromným sektorom a miestnymi chudobnými komunitami). Prijatím účelných opatrení môže pôsobiť ako významný katalyzátor a sprostredkovateľ implementácie PPT. Svojimi rozhodnutiami môže napríklad podporiť difúziu turizmu do chudobných oblastí prostredníctvom investícií do infraštruktúry a marketingu, odbúravaním prekážok pre vstup na trh (vďaka mikroúverom môže podporiť rozvoj podnikania a zjednodušiť prístup k technológiám), vzdelávaním a šírením inovácií vďaka súkromno-verejným partnerstvám ako aj investíciám do výskumu či prostredníctvom posilňovania miestnych väzieb. Napríklad pomocou podporných fiškálnych balíčkov môže podnietiť súkromný sektor, aby vo väčšej miere nakupoval od miestnych dodávateľov a využíval miestnu pracovnú silu.

Turisti v pozícii zákazníkov predstavujú spotrebiteľov miestnych tovarov a služieb, čím sa stávajú významným zdrojom príjmov pre destináciu. Popri zintenzívňujúcom sa konzumnom spôsobe života sa zvyšuje aj počet turistov, ktorí sú ochotní vlastnou aktivitou prispieť k zlepšeniu podmienok v turistickej destinácii, ktorú navštevujú. Títo sa stávajú významným zdrojom neekonomickej pomoci chudobným vo forme dočasnej dobrovoľníckej práce, transferu znalostí (napr. vyučovanie cudzích

jazykov), kultúrnej výmeny a podobne (UNWTO 2004, s. 44). Uvedený druh motivácie ako súčasť komunitného turizmu (*CBT – community based tourism*) alebo dobrovoľníckeho, je často podceňovaný a v rozvojových stratégiách chudobných regiónov sa mu nevenuje náležitá pozornosť.

Ďalším z potenciálnych aktérov vstupujúcich do siete vzťahov v rámci PPT sú *mimovládne organizácie* (napr. napríklad vidiecke rozvojové organizácie, združenia zaoberajúce sa ochranou kultúrneho a prírodného dedičstva i organizácie zamerané na problematiku rozvoja podnikania či marginalizovaných komunit). Ich zapojenie je možné prostredníctvom financovania, školiacich aktivít, poskytovania poradenstva, sprostredkovania podnikateľských možností medzi súkromným sektorom a chudobnými či v oblasti rozvoja procesov, ktoré posilňujú hlas chudobných pri tvorbe a implementácii stratégie PPT (Ashley et al. 2001, s. 9; Jamieson et al. 2004, s. 8).

Rozvojové organizácie a iní *donori* predstavujú subjekty poskytujúce granty, pôžičky alebo iný druh pomoci pre rozvojové projekty. Aj keď darcovia sa zvyčajne priamo nepodieľajú na rozvoji, sú oprávnení kontrolovať efektivitu použitia poskytnutých zdrojov/ financií na stanovené účely. Rozvojová pomoc by všeobecne mala byť zameraná predovšetkým na podporu rozvojových procesov prebiehajúcich v marginalizovaných oblastiach prostredníctvom podpory rozvoja pracovných príležitostí, rozvoja infraštruktúry či zakladania malých a stredných podnikov (Chock et al. 2007, s.20).

Mnohé z popísaných prípadových štúdií dokazujú, že udržateľná úspešnosť projektov si vyžaduje úzku spoluprácu medzi všetkými zainteresovanými stranami. Vláda, súkromný sektor, mimovládne organizácie, občianske združenia a samotní chudobní zohrávajú významné a zároveň veľmi odlišné úlohy v PPT, pričom multi-úrovňový prístup sa považuje za nevyhnutný. Zároveň možno povedať, že jeho udržateľnosť bude tým väčšia, čím

väčšiemu počtu zainteresovaných strán bude takýto rozvoj prospešný (Ashley, Boyd, Goodwin 2000, s. 6).

Možnosti participácie marginalizovaných komunít na rozvoji turizmu

Jeden z veľmi častých mýtov v spojitosti s rozvojom turizmu v území je, že sa automaticky naštartuje aj proces zmiernovania chudoby. Často sa však zabúda na to, že väčšina foriem turizmu je minimálne v jeho počiatkoch postavená na kvalifikovanej pracovnej sile, ktorá sa v oblasti kreuje ako nová skupina nerezidentov. Marginalizované komunity ktoré sú zväčša tvorené ľuďmi s nízkym stupňom kvalifikácie a bez pracovných skúseností im v takýchto prípadoch nedokážu konkurovať. Riešením v takýchto prípadoch je premyslená a citlivo zvolená forma turizmu tak, aby miestni chudobní obyvatelia mohli byť súčasťou produktu. Napríklad prezentáciou tradičného spôsobu života, kultúry, remesiel, folklóru a pod.

Z hľadiska rôznych rolí pri rozvoji PPT, ich účasť sa môže realizovať dvomi spôsobmi. Môžu pôsobiť ako:

a) účastníci rozhodovacích procesov

b) alebo ako vykonávatelia ekonomickej činnosti (Ashley et al. 2001).

Ekonomickú činnosť možno vykonávať buď:

a) formou platenej práce

b) alebo samostatnej zárobkovej činnosti (Ashley et al. 2001).

Zapojenie marginalizovaných chudobných komunít do rozhodovacích procesov a rozumného rozvoja PPT môže mať pozitívny vplyv na posilnenie a emancipáciu príslušnej komunity. Okrem toho, že takáto participácia umožňuje nasmerovanie aspoň časti ziskov k chudobným, pôsobí aj motivačne vo vzťahu k nastaveniu životných stratégií jej členov, ktorí predtým nevideli perspektívu osobného rozvoja a začlenenia sa do majoritnej spoločnosti.

Hlavné zdroje rozvoja PPT

Všeobecne implementácia PPT projektov si v zásade vyžaduje tri základné typy zdrojov. Sú to čas, financie a ľudská pracovná sila. Ashley a Haysom (2006, s. 275) na základe realizovaných PPT projektov odvodili komplexnejší súbor implementačných faktorov, do ktorého okrem uvedených troch zahrnuli aj výber vhodných vstupov, potrebu miestnych vodcov, ktorí budú hnať rozvoj, praktický prístup k rozvoju – učenie sa v praxi a budovanie partnerstiev (meniaci sa postoj súkromného sektora a verejných orgánov - od paternalizmu k partnerstvu).

V porovnaní s bohatými destináciami, v ktorých sú k dispozícii významné finančné zdroje na budovanie svojho postavenia vo všetkých smeroch, chudobné destinácie môžu disponovať zväčša iba komparatívnymi výhodami viažucimi sa na veľmi obmedzený počet atribútov destinácie (napr. hlavné atrakcie). Z uvedeného dôvodu sa pre chudobnejšie destinácie ako vhodnejšia javí stratégia zamerania sa na hľadanie konkurenčných výhod popri rozumnom využívaní obmedzených zdrojov a za súčasného využitia výhod pozície „druhého“ hýbateľa (Ritchie 2004 in. Zhao, Ritchie 2007, s.15).

K osvedčeným konkurenčným stratégiám pre chudobné oblasti patrí tiež podpora takých foriem CR, ktoré sú z veľkej časti postavené na dostupných a špecifických miestnych zdrojoch. Ide napríklad o kultúrny cestovný ruch, agroturistiku či vidiecky cestovný ruch. Vychádzajúc z lokálnych charakteristík, tieto formy CR sú zvyčajne veľkou atrakciou pre zahraničných turistov, pričom môžu byť realizované bez veľkých investícií a rozsiahleho budovania.

V nadväznosti na túto stratégiu je vhodné zamerať sa na tie trhy a turistov, ktorí sú neinštitucionálni (Cohen 1972), alebo allocentrici (Plog 1973). Teda na tých, ktorí majú záujem o autenticitu miestneho prostredia a nemajú veľký záujem o fyzicky zastavané prostredie.

Rozvoj destinácie ako klastra atrakcií a cieľené navrhovanie turistických trás predstavujú ďalšie dva prístupy podporujúce PPT, ktoré sledujú podobné princípy, t.j. zameriavajú sa na posilňovanie konkurencieschopnosti destinácie prostredníctvom budovania a rozvíjania partnerstiev. Ďalšie súvisiace výskumy ukázali, že pre budovanie konkurencieschopnosti destinácii s obmedzenými zdrojmi je praktickejšie i perspektívnejšie zamerať sa na realizovanie stratégií v menšom geografickom rozsahu t.j. v rámci dosiahnuteľných (lokálnych/regiónálnych) trhov ako na národnú, kontinentálnu či globálnu úroveň (Zhao, Ritchie 2007, S.16; Derco, Pavlisinova 2016).

Možné stratégie rozvoja PPT

Z doposiaľ popísaných prípadových štúdií vyplýva, že pre dosiahnutie a následne zvyšovanie úžitkov chudobných vďaka pro-poor turizmu, je potrebné naplánovať širokú škálu aktivít. Okrem kľúčových činností spojených s rozvíjaním destinácie a vytváraním pracovných príležitostí pre členov chudobných komún je potrebné venovať úsilie aj marketingovým aktivitám, budovaniu väzieb so súkromným sektorom, rešpektovaniu zákonov a nariadení, zabezpečovaniu účasti na rozhodovaní a podobne. PPT stratégie tak integrujú celú škálu aktivít naprieč rôznymi úrovňami (od mikro úrovne až po makro úroveň) a rozvíjajú kooperáciu medzi rôznymi zainteresovanými subjektmi. Podľa Ashley a kol. (2001, s. viii) môžeme rozdeliť stratégie PPT do troch skupín (tabuľka 1):

- a) stratégie zamerané na ekonomické benefity pre chudobných
- b) stratégie zamerané na neekonomické benefity (zvyšovanie životnej úrovne)
- c) a stratégie orientované na reformu politík a procesov.

Tabuľka 1: Stratégie uplatňované pri rozvoji pro-poor turizmu

<i>a) Ekonomické benefity</i>	<i>b) Neekonomické benefity</i>	<i>c) Stimulácia zapojenia a podpora partnerstiev</i>
-------------------------------	---------------------------------	---

Zvýšenie lokálnej zamestnanosti	Zabezpečovanie školení	Budovanie priaznivejšieho prostredia, nastavenie politik podpory
Zvýšenie lokálnych podnikateľských príležitosti	Zlepšovanie lokálnej infraštruktúry a prístupu k službám	Stimulácia účasti chudobných v procese rozhodovania
Vytváranie zdrojov kolektívnych príjmov (poplatky, akciové príjmy a pod.)	Posilňovanie celkového postavenia chudobných	Zapájanie súkromného sektora do PPT projektov
	Riešenie otázok sociálnych, kultúrnych a environmentálnych dopadov turizmu	Zvýšenie toku informácií, zlepšenie komunikácie

Zdroj: Ashley et al. 2001, s. viii

a) Hlavným cieľom PPT stratégií zameraných na *ekonomické prínosy* je zaistiť, aby turizmus prinášal ekonomické benefity pre chudobných. Pre dosiahnutie tohto zámeru boli identifikované tri kľúčové ciele:

- expanzia podnikateľských príležitostí;
- rozvoj nových pracovných príležitosti pre chudobných
- a posilňovanie kolektívnych benefitov cez kolektívne komunitné príjmy (Roe, Urguhart 2001, s.5).

Ako uvádzajú Ashley a kol. (2000, s.4), turizmus v rámci ekonomických vplyvov môže generovať štyri rôzne druhy príjmov:

- mzdy od zamestnávateľov;
- príjmy z predaja tovarov, služieb alebo z príležitostnej práce (napr. predaj jedla, remeselných výrobkov, stavebných materiálov, poskytovanie sprievodcovských služieb);
- dividendy a zisky vznikajúce z vlastníctva miestnych podnikov;
- kolektívne príjmy, t.j. napr. zisky z hromadne riadených podnikov, dividendy z partnerstva v súkromnom sektore či z prenájmu pozemkov a pod.

V rámci uvedených stratégií možno realizovať niekoľko prístupov pre zlepšenie socioekonomických podmienok vybranej komunity a uspokojenie ich základných potrieb. WTO (2006, s.2-5) na základe zozbieraných

prípadových štúdií vyčlenila sedem hlavných prístupov, ktoré pomáhajú maximalizovať zisky z turizmu pre chudobných:

1. *Zamestnanie chudobných v rámci miestnych turistických aktivít* – pozície nevyžadujúce vysokú kvalifikáciu (pomocné práce, upratovacie služby, obsluha a pod.)

2. *Zapojenie chudobných alebo podnikmi, ktoré zamestnávajú chudobných do dodávateľských reťazcov v rámci miestneho turizmu* – využívanie lokálnych zdrojov, uprednostňovanie lokálnych dodávateľských reťazcov

3. *Priamy predaj tovarov a služieb chudobnými turistom* - prvé štádium rozvoja tzv. férových obchodných praktík (fair trade)

4. *Zakladanie a riadenie podnikov v turizme chudobnými* (napr. mikro, malé a stredné podniky) *alebo podniky založené/ vedené komunitami* (formálna ekonomika) - v mnohých prípadoch ide aj o rodinné alebo komunitné (vlastníkom sú asociácie, družstvá alebo podielové spoločnosti) podniky. Úspešnosť tohto prístupu je ovplyvňovaná viacerými faktormi. Mnohé prípady odkazujú na dôležitosť vytvorenia prijateľného podnikateľského prostredia a na vhodné politické prostredie, ktoré podporia a stimulujú chudobných, aby prebrali iniciatívu založiť takýto podnik. Podporne môžu pôsobiť napríklad aj rôzne školiace programy, fiškálna pomoc, verejné i súkromné dotácie, mikro úvery, budovanie infraštruktúry, nákup materiálov, pomoc v oblasti marketingu, podpora aktivít a iné.

5. *Dane a výrubu z príjmov/ ziskov z turizmu ako ďalší zo spôsobov postúpenia benefitov k chudobným* – podporné fiškálne mechanizmy (zníženie alebo oslobodenie od platenia daní pre tie podniky, ktoré sú vedené marginalizovanými komunitami, využívanie verejnej infraštruktúry a verejných služieb bez poplatkov alebo dohoda s miestnymi samosprávami o realizovaní komunitných projektov. Získané prostriedky sú následne investované do zlepšovania a rozvoja životného prostredia chudobných, budovanie ciest, sanitačné opatrenia, opatrenia na zlepšenie zdravotného stavu chudobných, budovanie škôl a podobne.

6. *Dobrovoľné príspevky/ dary plynúce od turistov a podnikov v pôsobiacich v turizme* - podpora chudobným rodinám alebo komunitám pre zlepšenie ich života, obnovu škôl, zabezpečenie bývania pre učiteľov, budovanie alebo rekonštrukciu infraštruktúry, zabezpečovanie bezplatných školení pre členov komunit a iné.

7. *Investície do infraštruktúry potrebnej pre rozvoj turistických aktivít, z ktorej zároveň čerpajú výhody aj miestni chudobní* - zlepšenia sa môžu týkať aj poľnohospodárskeho zavlažovacieho systému, knižníc, inovácii mäkkých technológií z oblasti životného prostredia (solárna energia), rekreačných a športových zariadení a podobne.

b) Druhá skupina PPT stratégií, t.j. stratégie riešiace *neekonomické vplyvy* na rozvoj životnej úrovne chudobných, sa zameriava na environmentálne a etické otázky. Dôraz sa kladie na zabezpečovanie školení, zlepšovanie lokálnej infraštruktúry, prístup k službám ako aj posilňovanie celkového postavenia chudobných. V centre záujmu sú aj otázky sociálnych, kultúrnych a environmentálnych dopadov CR. Pri dosahovaní týchto cieľov sa využíva množstvo darcovských či dobrovoľníckych aktivít (Roe, Urguhart 2001, s. 5; Ashley et al, 2000, s. 11).

c) Posledná, tretia skupina PPT stratégií zameraných na *reformu politík a plánovania* zahŕňa budovanie priaznivejšieho prostredia, nastavenie podporných politík, podporovanie účasti, zapájanie súkromného sektora do PPT projektov či zvýšenie toku informácií a zefektívnenie komunikácie.

Spolupráca a zásahy orientované v prospech chudobných by mali byť realizované tak na úrovni destinácie, ako aj na úrovni regionálnych a národných politík. (Roe, Urguhart 2001, s. 5; Ashley et al 2000, s. 11). Vo všeobecnosti, generovanie potenciálnych ziskov pre miestne komunity z CR, si vyžaduje preorientovanie rozvoja CR v prospech záujmov a potrieb lokálnych zainteresovaných strán, obzvlášť chudobných (Foster 2004 in. Mensah, Amuquandoh 2010, s.79). Ak chceme reagovať na výzvy, ktoré nám predostiera PPT a hovoriť o úspešnom PPT projekte, od miestnych autorít sa očakáva prijatie plánovacích praktík a procesov v CR, ktoré podporia udržateľný a na chudobných orientovaný (pro-poor) turizmus. Stratégie musia byť prispôbené miestnym podmienkam, cieľovému trhu a záujmom chudobných, zapojenie zainteresovaných strán musí byť založené na uznaní chudobných za rovnoprávne jednotky a rozvoj PPT destinácie musí byť prepojený s tradičnými produktmi CR. Následne je potrebné monitorovať a hodnotiť vplyv turizmu s cieľom usmerňovať proces tvorby ďalších politík a plánovania (PPT Partnership 2005 in. OSN 2005, s.18).

Záver

Pro-poor stratégia rozvoja turizmu je vnímaná najmä inštitúciami verejného a súkromného sektora veľmi pozitívne. V akademických kruhoch je však potenciál pro-poor prístupu pre zmierňovanie chudoby vnímaný ambivalentne. Na jednej strane sú popisované jeho prínosy, ale na strane druhej čelí aj kritike. Najmä odporcovia liberálnych rozvojových teórií ovplyvnení teóriou závislosti a politickou ekonómiou spochybňujú schopnosť transferu benefitov (Telfer, Sharply 2002, s. 41) z rozvoja turistickej destinácie až na najnižšiu hierarchickú úroveň v spoločenskom rebríčku územia, ktoré je predmetom záujmu. Britton (1982, s. 332) dokonca tvrdí, že rozvoj turizmu naopak disparity prehĺbuje. Tento názor korešponduje s varovaniami Jafariho tzv. „cautionary platform“ (2001, s. 30) pred je nekontrolovaným masívnym rozvojom, ktorý následne vedie k environmentálnym problémom, degradácii životného prostredia, ale aj narušeniu či nežiaducim spoločenským zmenám, modifikácii či dokonca až úpadku tradičných kultúr a podobne.

Na strane druhej, zástancovia PPT poukazujú na pozitíva rozvoja PPT, ktoré naopak môžu stimulovať upadajúce komunity k znovu oživeniu či udržaniu tradícií, lokálnych či regionálnych špecifik, ktoré v konečnom dôsledku poslúžia ako diferenciačný základ značky turistickej destinácie. Rovnako tu existuje potenciál pre posilnenie environmentálneho povedomia o miestach chudobných komunit a stimuláciu ochranárskych aktivít unikátnych prírodných zdrojov, ktoré sa s rozvojom turistických aktivít stanú zdrojom ich benefitov.

Poznámka:

Príspevok vznikol vďaka podpore prostriedkov z projektov: KEGA č. 046PU-4/2015: „Diverzifikácia a posilnenie interdisciplinárneho a aplikačného charakteru geografickej edukácie - vydanie učebnice: Destinačný marketing pre geografov“ a VEGA č. 1/0165/15: „Pro-poor

turizmus ako nástroj trvalo udržateľného rozvoja marginalizovaných komunit a sídiel na východnom Slovensku“.

Literatúra

- [1] ASHLEY, C. - BOYD, CH - GOODWIN, H., (2000): Pro-poor tourism: putting poverty at the heart of the Tourism agenda. In. Natural resource perspective.. Number 51, March 2000 Overseas Development Institute. London. ISSN: 1356-9228. [online] [cit. 2012- 20- 2]. Dostupné z: www.odi.org.uk/resources/download/2096.pdf
- [2] ASHLEY, C., ROE, D., GOODWIN, H. (2001): Pro-poor tourism strategies: making tourism work for the poor a review of experience. Overseas Development Institute. Pro-poor tourism report. No 1. April. 2001.. The Russell Press, Nottingham. ISBN 0 85003 522 [online] [cit. 2012- 20- 2]. Dostupné na: www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3246.pdf
- [3] ASHLEY, C., ROE, D. 2003. Working with the private sector on pro-poor tourism: Opinions and experience from two development practitioners. Pro-Poor Tourism Working Paper. London: Overseas Development Institute. Pp.18. [online] [cit. 2013- 15- 5]. Dostupné z: www.propoortourism.info/documents/WorkingwithPrivatesector2002.pdf
- [4] ASHLEY, C., HAYSOM, G. 2006. From philanthropy to a different way of doing business: strategies and challenges in integrating pro-poor approaches into tourism business. In. Development Southern Africa Vol. 23, No. 2, June
- [5] COHEN, E. 1972. Towards a sociology of international tourism. Social Research, 39(1), 164-182.

- [6] DE KADT, E., (Eds.) 1979. Tourism - passport to development? : perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries World Bank. Unesco.Oxford University Press.1979. ISBN: 9780195201505. s. 360.
- [7] DERCO, J., PAVLISINOVA, D. (2016), Research note: Financial position of medical spas – the case of Slovakia, Tourism Economics, in press. DOI: <http://dx.doi.org/10.5367/te.2016.0553>
- [8] MENSAH, E., AMUQUANDO, F. 2010. Poverty Reduction Through Tourism: Residents' Perspectives. Journal of Travel and Tourism Research, Spring/ Fall 2010. pp.77-96. [online] [cit. 2012- 20- 5]. Dostupné z: [www.site.adu.edu.tr/jttr/webfolders/topics/JTTR-2010_5 .pdf](http://www.site.adu.edu.tr/jttr/webfolders/topics/JTTR-2010_5.pdf)
- [9] CHOCK, T. M., FOX, J. R., ANGELINI, J. R., LEE, S., AND LANG, A. (2007). Telling me quickly: How arousing fast-paced PSAs decrease self-other differences. Communication Research, 34(6), 618-636.
- [10] ID21 INSIGHTS (2006). Communicating international development research: How pro-poor is tourism? id21 insights č.62, jun 2006. [online] [cit. 2012- 20- 2]. Dostupné na: <http://www.dfid.gov.uk/r4d/PDF/Outputs/IDS/insights62.pdf>
- [11] JAMIESON, W., GOODWIN, H., EDMUNDS, CH. 2004. Contribution of tourism to poverty alleviation. Pro-poor tourism and the challenge of measuring Impacts. Transport and Tourism Division. UN ESCAP. 2004. [online] [citované: 2012- 20- 2]. Dostupné z: haroldgoodwin.info/resources/povertyalleviation.pdf.
- [12] JAFARI, J. 2001. The scientification of Tourism, in. Smith, V., Brent, M., (eds) Host and Guest revisited: Tourism issues of 21. Century, Cognizant Communication, New York. 2001. ISBN 1-882345-29-0. Pp.28 – 41.
- [13] MATLOVIČOVÁ K., KOLESÁROVÁ J., MATLOVIČ R. (2016): PRO-POOR turizmus ako nástroj rozvoja marginalizovaných

- komunit (příklad obce Spišský Hrhov). pp.: 199-228 in Michálek A., Podolák P. (2016): *Regióny chudoby na Slovensku*, Geografický ústav SAV, ISBN: 978-80-89580-12-5, 241 s.
- [14] PLOG, S. 1973. Why Destinations Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 14(4):13-16.
- [15] PPT PARTNERSHIP 2005. Key Principles and Strategies of Pro-poor Tourism. London: Pro-poor Tourism Partnersjip 2005.
- [16] ROE, D., URGUHART, P. 2001: Pro-Poor Tourism: Harnessing the World's Largest Industry for the World's poor, IIED, World Summit on Sustainable Development (Johannesburg 2002). [online] [cit. 2012-20-2]. Dostupné z: www.eldis.org/vfile/upload/1/document/0708/DOC10076.pdf
- [17] TELFER, D., SHARPLEY, R., 2002. Tourism and Development: Concepts and issues, *Aspects of Tourism* 5, Channel view publications, Clevedon. 2004, ISBN 1-873150-34-2. s. 395.
- [18] UNWTO. 2004. Tourism and Poverty Alleviation: Recommendations for Action. UNWTO. Madrid. 2004. ISBN 92-844-0701X. s. 49.
- [19] WTO. 2006. Poverty alleviation through tourism – A compilation of good practices. World tourism organisation. Madrid. 2006. ISBN-13: 978-92-844-0920-4. s. 142.
- [20] ZHAO W., RITCHIE J.R.B (2007). Tourism and Poverty Alleviation: An Integrative Research Framework. *Curr. Iss. Tourism*, 10(2): 119-143

Kontakt na autori

Doc. RNDr. Kvetoslava Matlovičová, PhD.

Katedra geografie a aplikovanej geoinformatiky,

Fakulta humanitných a prírodných vied,

Prešovská univerzita v Prešove,
17. novembra 1, 0800 Prešov, Slovenská republika
T: 00421 (0) 51/757 06 91
E: kveta.matlovicova@gmail.com

Charakteristika autora

Docentka na Katedre geografie a aplikovanej geoinformatiky Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojej vedecko-výskumnej činnosti sa aktuálne venuje geografickým aspektom turizmu, destinačnému marketingu, brandingu územia a regionálnemu rozvoju.

RNDr. Jana Kolesárová, PhD.
Ústav verejnej správy
Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave
Furdekova 16, 851 04 Bratislava 5
E: jana.kolesarova@vsemvvs.sk

Charakteristika autora

Odborná asistentka na Ústave verejnej správy Vysokej školy ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave. Vo svojej vedecko-výskumnej činnosti sa aktuálne zameriava na socioekonomické aspekty rozvoja rómskej menšiny na Slovensku, turizmus, regionálny rozvoj a regionálnu ekonomiku a politiku.

Prof. RNDr. René Matlovič, PhD.
Katedra geografie a aplikovanej geoinformatiky,
Fakulta humanitných a prírodných vied,
Prešovská univerzita v Prešove,
17. novembra 1, 0800 Prešov, Slovenská republika
T: 00421 (0) 51/757 06 91
E: rene.matlovic@unipo.sk

Charakteristika autora

Profesor na Katedre geografie a aplikovanej geoinformatiky Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojej vedecko-výskumnej činnosti sa aktuálne venuje urbánnej geografii, regionálnym disparitám, geografii turizmu a paradigmatickému vývoju geografického myslenia.