

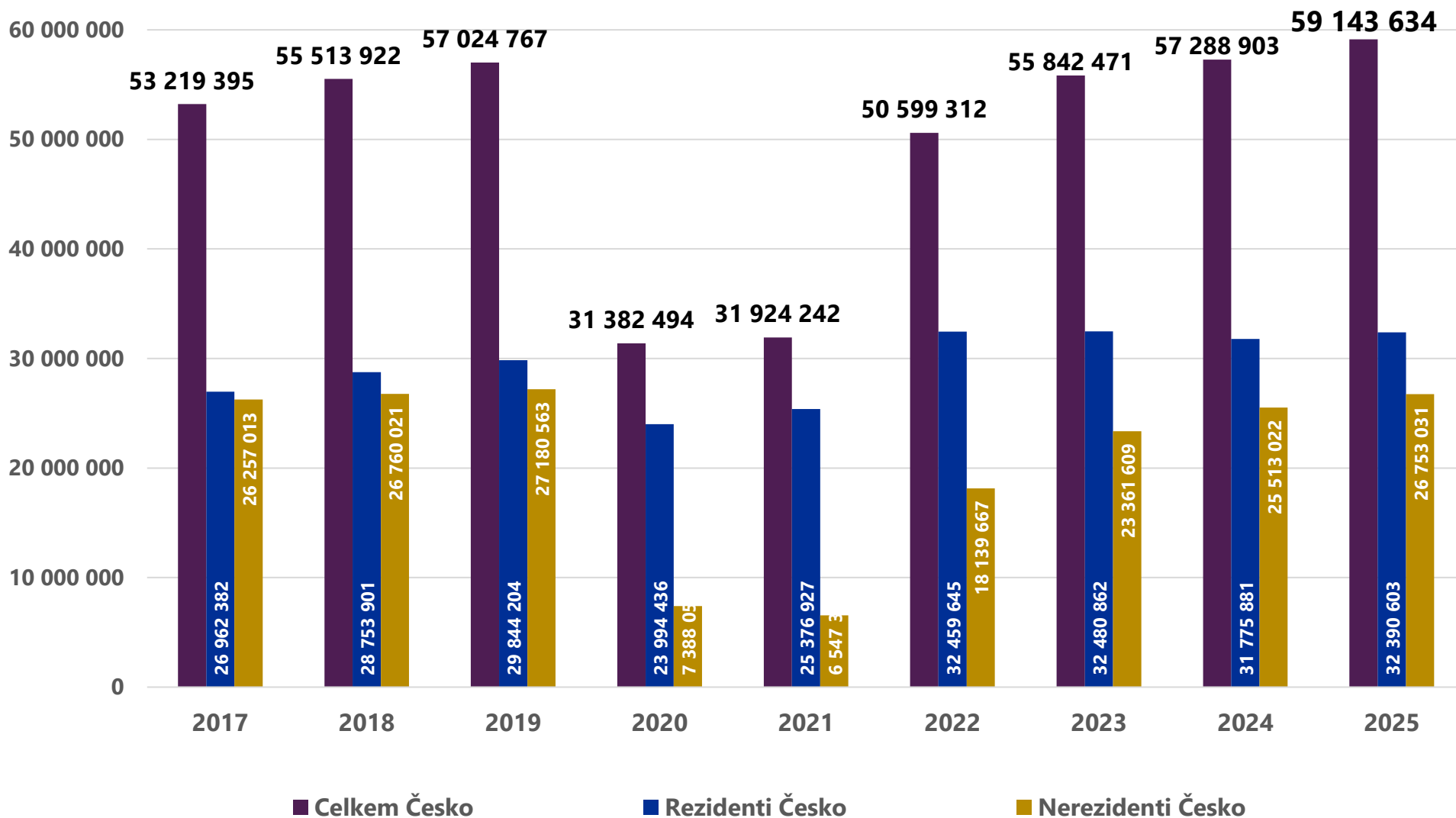


Hrozí Česku přetížení turismem?

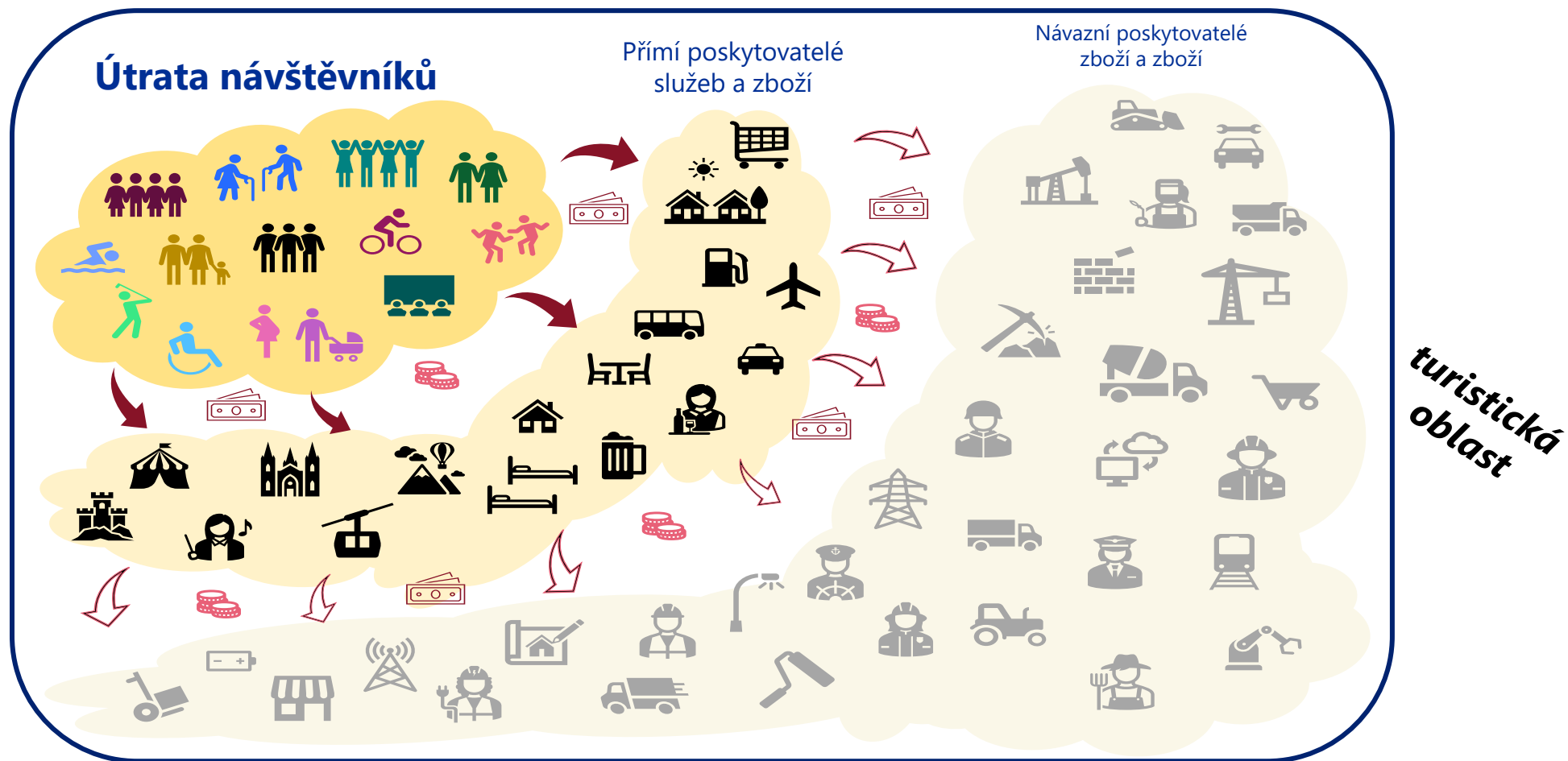
Ondřej Špaček

březen 2026

Vývoj cestovního ruchu v Česku – přenocování v HUZ



Multiplikační efekt cestovního ruchu



Cestovní ruch je iniciačním a průřezovým odvětvím

Ekonomické dopady cestovního ruchu v Česku – 2025 (předb. odhad)

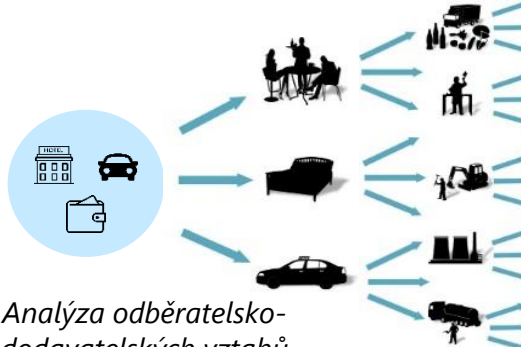
Iniciovaná spotřeba

 *Spotřeba spojená s ubytováním a gastronomií*

 *Spotřeba spojená s dopravou a přesuny v rámci území*

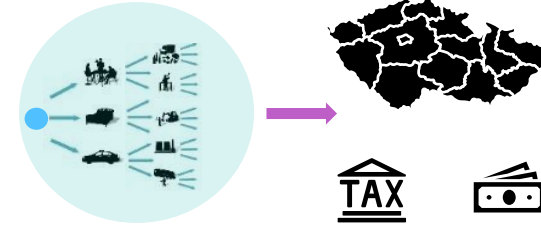
 *Spotřeba za služby a zboží v návaznosti na návštěvu určité oblasti v Česku*

Tržby v multiplikaci



Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů

Příjmy pro veřejné rozpočty



Příjmy pro veřejné rozpočty na území Česka (DPH, SPD, DPFO, DPPO, SP, ZP, atd.)

cca **355** mld. Kč

Spotřeba spojená s cestovním ruchem na území Česka v roce 2025

cca **675** mld. Kč

Tržby v multiplikaci vyplývající z cestovního ruchu na území Česka v roce 2025

cca **150** mld. Kč

Příjmy pro veřejné rozpočty z cestovního ruchu na území Česka v roce 2025



Vytvoření pracovních příležitostí

Pracovní místa přímo spojená s cestovním ruchem a místa vznikající v důsledku iniciovaných ekonom. dopadů

cca **395** tis. FTE

Počet vytvořených pracovních úvazků v návaznosti na cestovní ruch na území Česka v roce 2025



Investiční potenciál v návaznosti na spotřebu

Část tržeb v multiplikaci tvoří ziskovou marži ek. subjektů. Ti část z ní spotřebují, ale významná část je reinvestována.

cca **50** mld. Kč

Vytvořený investiční potenciál ve vazbě na odvětví cestovního ruchu na území Česka v roce 2025

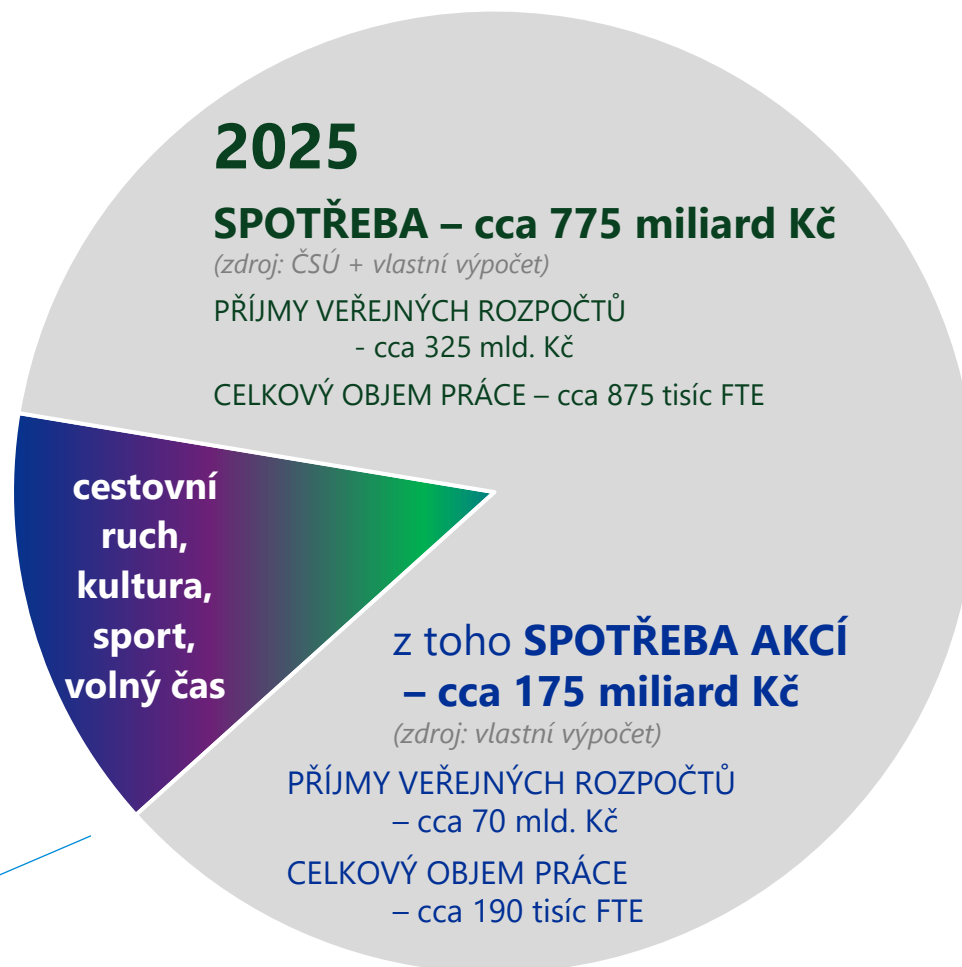
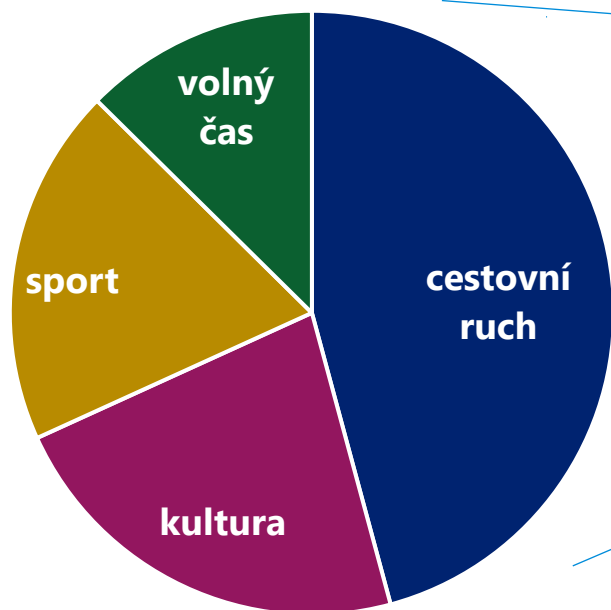
Poznámka: FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)

Cestovní ruch, kultura, sport a volnočasové aktivity 2025 (předb. odhad)

V roce 2025 tvoří odvětví
cestovního ruchu, kultury,
sportu a volného času

(vč. multiplikačních efektů)

cca 1 / 7 české ekonomiky (odhad)



Přínosy cestovního ruchu pro kraj, města a obce a jejich občany

*Rozvinutý cestovní ruch v Česku má **pozitivní dopady** na všeobecný rozvoj kraje, měst a obcí i na ekonomiku státu, kraje a oblastí a veřejné rozpočty.*

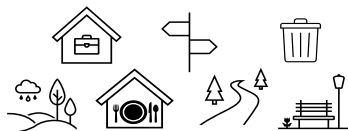
**Přímý dopad
do rozpočtu
státu / kraje
/ měst / obcí**



**Sekundární
dopady do
ekonomiky**



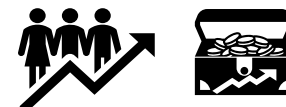
**Investice
do veřejného
prostoru**



**Zvýšení známosti
a prestiže státu /
kraje / měst /
obcí**



**Pozitivní dopad
na vývoj počtu
obyvatel státu /
kraje / měst /
obcí**



*Stejně tak má **dlouhodobě fungující cestovní ruch v Česku pozitivní vliv na kvalitu života místních obyvatel** a tím pádem **může pozitivně ovlivňovat vývoj počtu obyvatel v kraji, ve městech a obcích.***

**Zaměstnání
přímo
v cestovním
ruchu**



**Zaměstnání
v návazných
odvětvích**



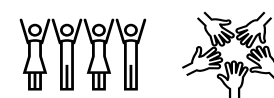
**Kvalita trávení
volného času**



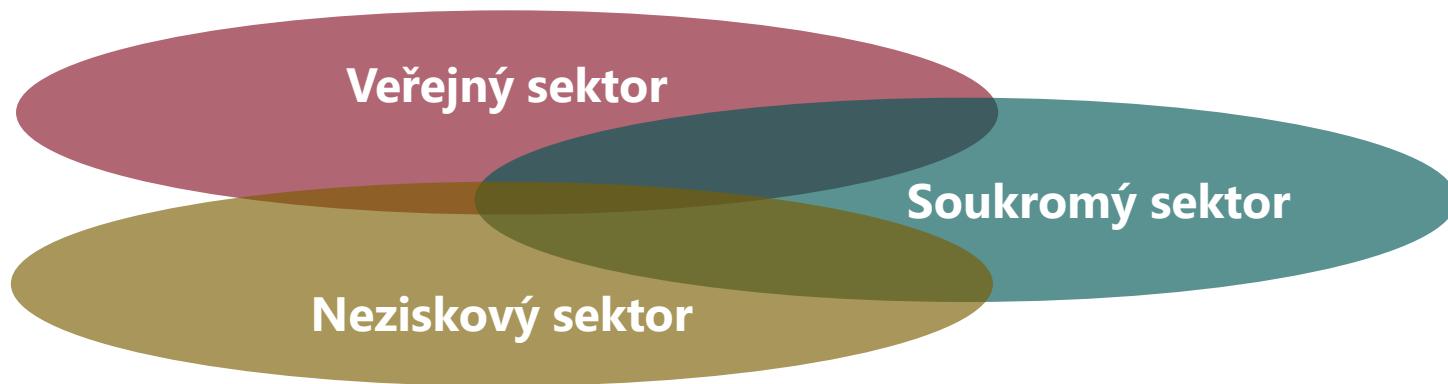
**Lepší kvalita
života v kraji,
ve městech
a obcích**



**Vyšší
sounáležitost
s krajem /
oblastmi / městy**



Role destinační spolupráce v koordinaci rozvoje cestovního ruchu



Základní princip: vyvážená a spravedlivá spolupráce mezi veřejným, soukromým a neziskovým sektorem v rámci celé destinace !!!

3K jako základní zásada destinačního managementu:

✓ **Komunikace**

– soustavná vzájemná výměna informací mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci.

✓ **Koordinace**

– zajištění věcného, finančního, časového a prostorového souladu organizace realizovaných aktivit v destinaci jednotlivými subjekty cestovního ruchu.

✓ **Kooperace**

– spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci, na jejímž základě vznikají synergické efekty ve formě přidané hodnoty pro spolupracující subjekty.

Přínosy destinační spolupráce

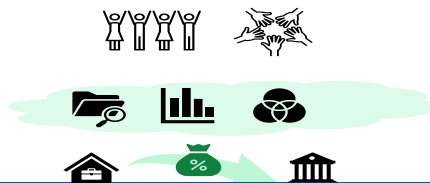
Dobře nastavená a dlouhodobě efektivní destinační spolupráce může výrazně **pomoci zdravému, pozitivnímu a udržitelnému rozvoji** cestovního ruchu v Česku / v kraji / v oblastech.

Dobře nastavená, dostatečně financovaná a kvalitně personálně zabezpečená **destinační společnost** může vykonávat množství aktivit, zastřešovat rozvojové projekty a záměry, které by jinak musely zajišťovat kraj / města a obce / další aktéři cestovního ruchu.

Lepší spolupráce subjektů při rozvoji cestovního ruchu



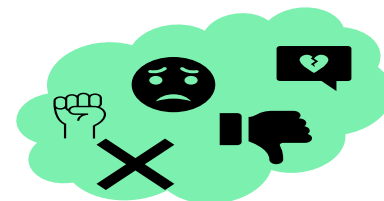
Zvyšování kvality nabídky služeb cestovního ruchu a její koordinace



Koordinovaný destinační marketing, efektivní propagace



Zabránění negativním dopadům turismu, eliminace rizik



Aktuální trendy rozvoje cestovního ruchu

Turistika krátkých vzdáleností – přeshraniční cesty, domácí

Objevování lokálních destinací

Kulturní a historické zážitky - zájem o místní tradice, gastronomii a historii

Zážitková turistika

Personalizované zážitky - jedinečné, na míru šité zážitky spojené s místní kulturou a přírodou

Wellness a zdravotní turismus - zájem o wellness pobyty a lázeňství, které podporují fyzické a mentální zdraví



Business turismus, konferenční akce

Pokles počtu obchodních a služebních cest z důvodu online alternativ a komunikačních platforem

Růst počtu konferenčních akcí



Aktuální trendy rozvoje cestovního ruchu

Technologické inovace

Digitální transformace - online rezervace, virtuální prohlídky, mobilní aplikace usnadňující plánování

System eTurista

Umělá inteligence a big data - personalizace zážitků a zlepšení zákaznické zkušenosti



Udržitelnost

Podpora lokálních komunit - zvýšený důraz na autentické zážitky a podporu místních podniků

Rostoucí poptávka po šetrném cestování, snaha snižovat uhlíkovou stopu

V rovnováze všechny **3 základní aspekty** :

- ***environmentální aspekt***
- ***sociálně-kulturní aspekt***
- ***ekonomický aspekt***



Nadměrný turismus?

***Je Česko zatížené nadměrným turismem?
Trpí Česko projevy overturismu?***

NE !!!

Pouze se projevuje:

- ***nedostatečná komunikace, kooperace koordinace v rámci systému destinační spolupráce,***
 - ***využívají se zastaralé technologie a***
- ***ze strany veřejného sektoru, (především národní úrovně) nemá rozvoj cestovního ruchu téměř žádnou podporu !!!***

Druhy OVERTURISMU

Prostorový / koncentrační overturismus

Definice

Extrémní koncentrace návštěvníků na omezeném území, kdy hustota turistů překračuje únosnou kapacitu veřejného prostoru.

Nejde o celkový počet turistů ve městě, ale o jejich **nahuštění v mikro-lokalitě**.

Typické projevy

- ztráta průchodnosti
- crowding efekt
- konflikty s rezidenty
- tlak na městskou infrastrukturu
- vizuální degradace prostoru

Příklady

Praha – Karlův most - extrémní hustota pěších, omezený pohyb, dominují jednodenní návštěvníci.

Praha – Staroměstské náměstí - koncentrace ikon (orloj, radnice, Týn).

Český Krumlov – Latrán a centrum - úzké ulice, autobusové skupiny, vysoký poměr turistů k rezidentům.

Dubrovník – hradby - limitovaná šířka trasy, přeplnění ve špičce.

Benátky – okolí náměstí sv. Marka - silná koncentrace výletních turistů.

Barcelona – La Rambla - turistická tepna s vysokou hustotou pohybu.

Hallstatt – centrum obce - extrémní koncentrace na malé ploše.

Santorini – Oia při západu slunce - fotospot, prostorová saturace.

Paříž – Louvre (okolí pyramidy) - vysoká koncentrace front.

Řím – Fontána di Trevi - přetížení malého veřejného prostoru.

Druhy OVERTURISMU

Sezónní overturismus

Definice

Krátkodobé extrémní přetížení během určité části roku.

Destinace je mimo sezónu poddimenzovaná, ale ve špičce přetížená.

Projevy

- kolaps dopravy
- dočasné přetížení služeb
- nestabilita pracovního trhu

Příklady

Sněžka (léto) – víkendové extrémy.

Krkonoše (zimní prázdniny) – špičky na sjezdovkách.

Chorvatské pobřeží (červenec–srpen) – přeplněné pláže.

Mallorca (léto) – sezónní tlak na vodu a odpad.

Island (léto) – nápor na přírodní atrakce.

Alpy (únor) – vysoká intenzita zimních sportů.

Lednice–Valtice (vinobraní) – krátkodobý extrém.

Adršpach (pandemie 2020) – sezónní boom.

Benátky (karneval) – krátkodobá saturace.

Oktoberfest (Mnichov) – dočasný masový nápor.

Druhy OVERTURISMU

Environmentální overturismus

Definice

Turistická aktivita překračuje ekologickou nosnou kapacitu území.

Projevy

- eroze
- ztráta biodiverzity
- znečištění
- tlak na vodní zdroje

Příklady

Sněžka – eroze cest.

Machu Picchu – degradace archeologické lokality.

Galapágy – tlak na unikátní ekosystém.

Islandské vodopády (Skógafoss) – vyšlapávání vegetace.

Mount Everest – odpad.

Phi Phi Islands (Thajsko) – poškození korálů.

Dolomity – eroze horských stezek.

Plitvická jezera – tlak na vodní systém.

Národní park Yosemite – dopravní zátěž.

Moravský kras – citlivé jeskynní prostředí.

Druhy OVERTURISMU

Sociální / rezidentní overturismus

Definice

Turismus negativně ovlivňuje kvalitu života místních obyvatel.

Projevy

- růst cen bydlení
- hluk
- zánik lokálních služeb
- „touristification“

Příklady

Praha 1 – Airbnb efekt.

Barcelona – protesty rezidentů.

Amsterdam – regulace krátkodobých pronájmů.

Benátky – vylidňování.

Lisabon – růst nájmu.

Florence – vytlačování lokálních obchodů.

Dubrovník – závislost na turismu.

Český Krumlov – ekonomická monostruktura.

Hallstatt – omezený běžný život.

Santorini – tlak na lokální komunitu.

Druhy OVERTURISMU

Infrastrukturní / kapacitní overturismus

Definice

Fyzická infrastruktura není schopna absorbovat návštěvnost.

Projevy

- kolaps parkování
- přeplněná MHD
- vyprodané vstupy

Příklady

Punkevní jeskyně – omezená kapacita.

Adršpach – nutnost rezervací.

Louvre – slotový systém.

Vatikánská muzea – vyprodané vstupy.

Cinque Terre (vlaky) – přeplněné spoje.

Český ráj (parkování) – víkendové kolapsy.

Dolomity (průsmyky) – kongesce.

Mount Fuji – přetížení stezek.

Santorini (přístav) – limit výletních lodí.

Stonehenge – řízené vstupy.

Druhy OVERTURISMU

Ekonomický / strukturální overturismus

Definice

Destinace je nadměrně závislá na turismu a ztrácí ekonomickou diverzitu.

Projevy

- zranitelnost krizemi
- jednosektorová ekonomika
- kolaps při výpadku poptávky

Příklady

Český Krumlov

Benátky

Dubrovník

Mallorca

Santorini

Malta

Bali

Phuket

Monako

Las Vegas

Druhy OVERTURISMU

Mediální / digitální / virální overturismus

Definice

Nárazové nebo dlouhodobé přetížení destinace způsobené mediální expozicí – zejména sociálními sítěmi, filmem, seriály nebo influencery.

Nejde primárně o tradiční marketing destinace, ale o **organický nebo virální efekt viditelnosti**.

Projevy

- vznik tzv. „Instagram spots“
- extrémní nárazové špičky
- nečekaný nárůst jednodenních návštěvníků
- přetížení míst bez adekvátní infrastruktury
- tlak na autenticitu místa

Příklady

Island (po Hře o trůny) - seriál zvýšil globální povědomí → prudký růst příjezdů 2013–2018.

Dubrovník (Game of Thrones) - natáčecí lokace vedly k masivnímu nárůstu návštěvnosti.

Hallstatt (Instagram + Asie) - virální fotografie způsobily nárazovou popularitu.

Skógafoss (Island) - fotogenický vodopád → koncentrace návštěvníků u jednoho místa.

Santorini – Oia (západy slunce) - sociální síť vytvořily masovou atraktivitu konkrétního bodu.

Mount Fuji (Lawson store viewpoint) - fotospot u obchodu se stal globálním virálním místem → lokální zásah samosprávy.

Pláž Maya Bay (Thajsko) - film „The Beach“ způsobil extrémní nárůst návštěvnosti → dočasné uzavření.

Trolltunga (Norsko) - instagram dramaticky zvýšil počet turistů na exponovaném skalním výběžku.

Cinque Terre (Itálie) - sociální síť posílily koncentraci na nejfotogeničtější vesnice.

„Hidden gems“ publikované influencery - často dočasné přetížení malých, dříve klidných lokalit.

Druhy OVERTURISMU

Dopravní overturismus

Definice

Přetížení dopravní infrastruktury v důsledku turistické mobility.

Tento typ nemusí znamenat přeplněné centrum, ale **kolaps přístupových cest a dopravního systému**.

Projevy

- kongesce
- nedostatek parkovacích míst
- přeplněná MHD
- tlak na letiště
- hluk a emise
- konflikt s rezidenty

Příklady

Český ráj (víkendy) - parkovací kolaps u Prachovských skal.

Sněžka (Pec pod Sněžkou) - přetížené parkování při dobrém počasí.

Dolomity (Passo Sella) - extrémní automobilová zátěž horských průsmyků.

Hallstatt - autobusové zájezdy zahlcují obec.

Cinque Terre (vlaková doprava) - přeplněné regionální spoje mezi vesnicemi.

Santorini (výletní lodě) - nárazový příjezd tisíců turistů během hodin.

Benátky (cruise tourism) - dopravní a ekologický tlak laguny.

Mount Fuji (horolezecká sezóna) - přetížení přístupových cest.

Yosemite NP - automobilová kongesce v parku.

Mallorca (letiště v létě) - sezónní kapacitní limity letecké dopravy.

OVERTURISMUS ve vybraných zemích - srovnání

Země	KOMPLEXNÍ HODNOCENÍ <i>5 - nesilnější, 1 - nejslabší</i>	<i>Cenové nástroje (tax/fee)</i>	<i>Kapacitní limity / rezervace</i>	<i>Regulace STR (Airbnb)</i>	<i>Řízení dopravy / bus</i>	<i>Regulace chování (party, hluk)</i>	<i>Demarketing</i>	<i>Disperze do regionů</i>	<i>Data & monitoring</i>
Nizozemsko	4,0	4	3	4	3	4	5	3	5
Rakousko	3,6	4	4	3	5	3	1	4	4
Španělsko	3,6	4	3	4	3	4	2	4	4
Itálie	3,4	5	4	3	3	3	1	3	3
Portugalsko	3,0	3	2	5	2	2	1	3	3
Česko	2,1	2	1	3	2	4	1	3	2

Regulace ANO, ale na bázi SPOLUPRÁCE v území !!!

- analyzovat, určit, zda-li se **opravdu** jedná o **overturismus** ? (v čase a místě)
- identifikovat **příčiny vysoké návštěvnosti**, zvážit **potenciál dlouhodobosti** (trvalý x pomíjivý potenciál)
- posoudit **současný vliv** této vysoké návštěvnosti **na region / oblast** (přínosnost i pro jiné...)
- identifikovat stávající a určit budoucí **cílové segmenty**, umístit je **v čase** (sezóny, dny v týdnu, hodiny...)
- identifikovat možné **sekundární cíle**, hledat cestu k nim a následně „nominovat“ **participující subjekty**
- zahájit **komunikaci s potenciálními participanty** na rozvojových opatřeních
- promyslet nástin rozvojové **koncepce využití vysokých návštěv ve prospěch regionu / oblasti**
- promyslet provázaný **reservační systém** společně s **dopravní strategií**, způsoby **distribuce návštěvníků** (vstup, parkování, hrom. doprava, služby...)
- **zvážit hrazený vstup**, od počátku promýšlet způsob prezentace, komunikace, diferenciaci ceny v čase

Děkuji Vám za Vaši pozornost

ONDŘEJ ŠPAČEK

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz