

Potenciál VRT v cestovním ruchu

4. 3. 2020

Prezentační seminář a SMC

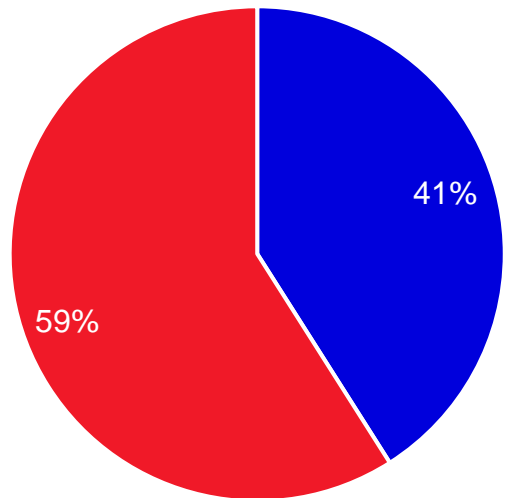
Martin Šauer



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

Význam

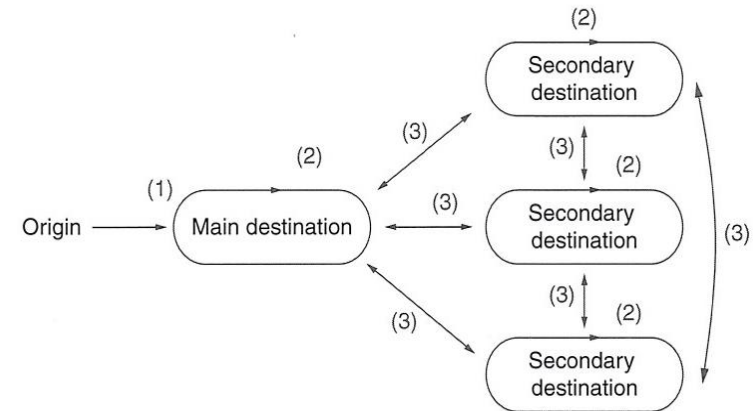
Výkony železniční osobní dopravy
Podíl cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (%)



■ Cestovní ruch ■ Pravidelné cesty

Zdroj: TSA (2018)

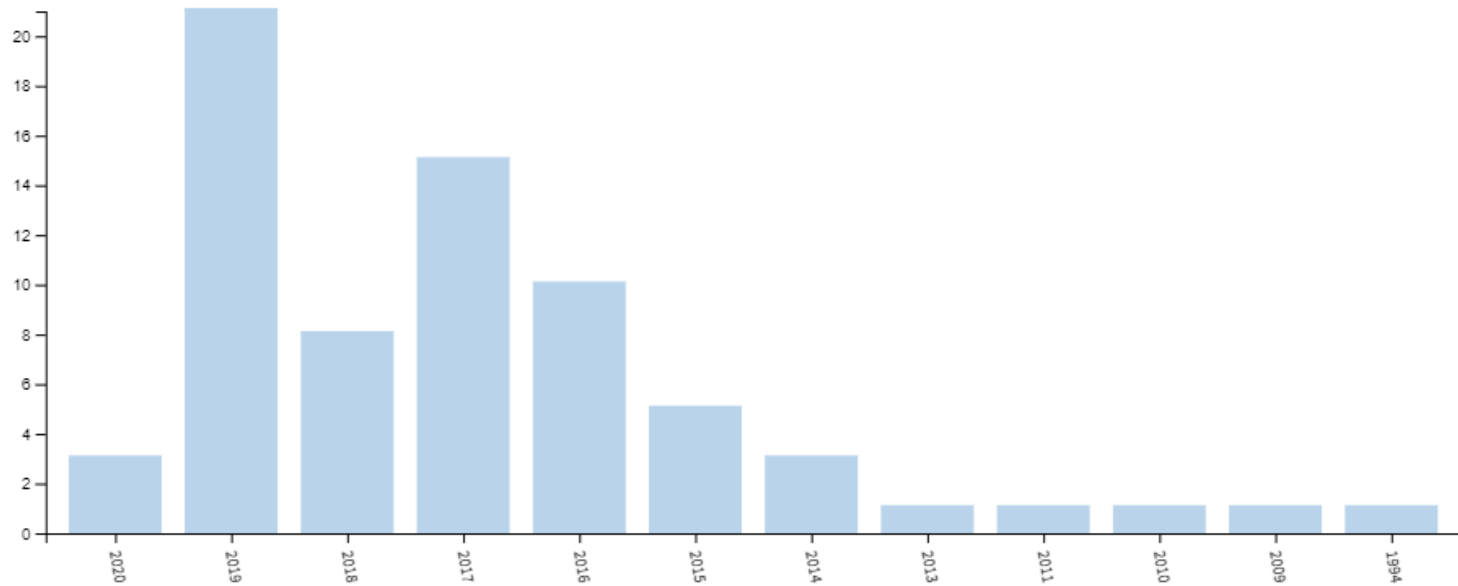
Mobilita jako integrální součást cestovního ruchu



- Otázka dostupnosti destinací jako faktor její atraktivity
- Pohyb uvnitř destinace – součást produktu cestovního ruchu (travel experience)

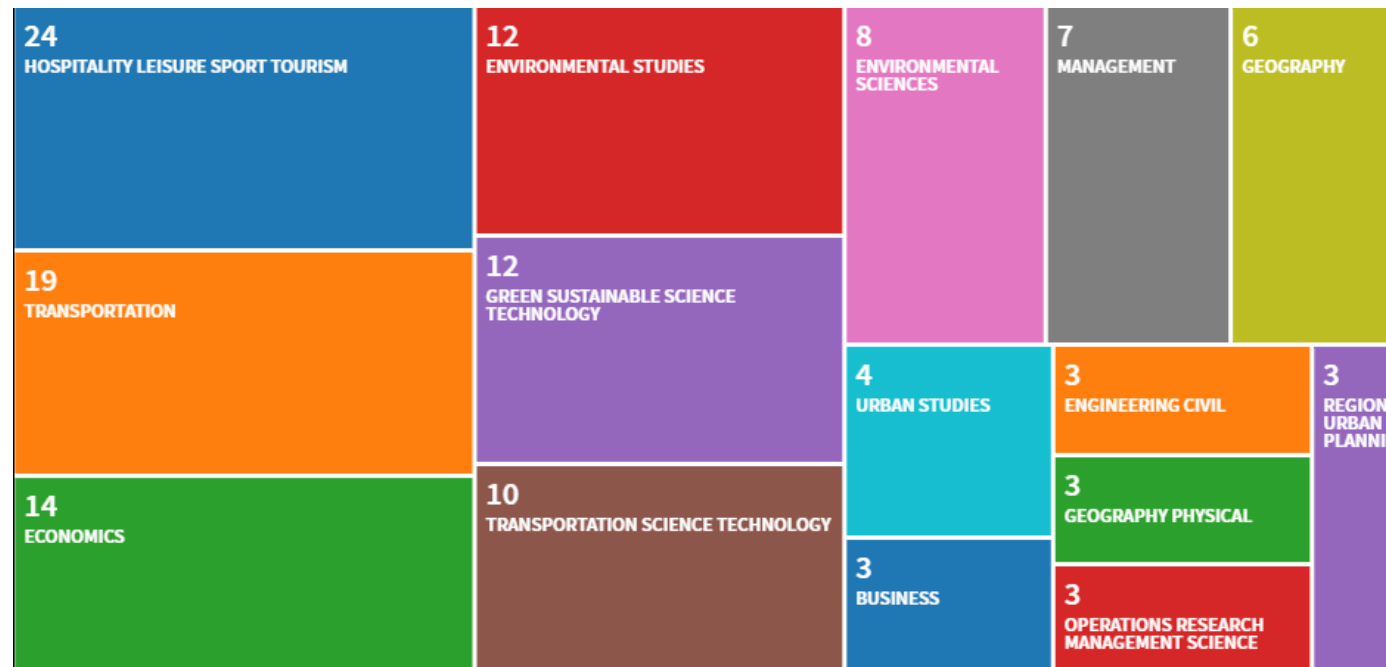
Obsah

- Analýza a rešerše studií a publikací na téma HSR a cestovní ruch
 - Key word „High Speed Rail“ – přes 2 tis. záznamů ve WoS
 - Ve spojení s „tourism“ pouze 70 článků

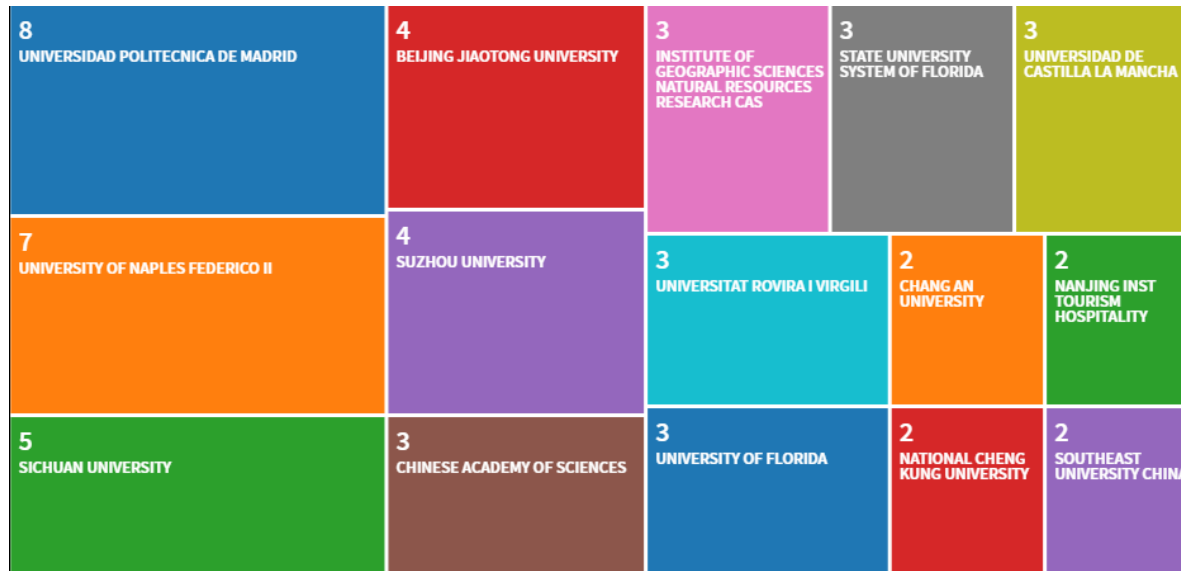
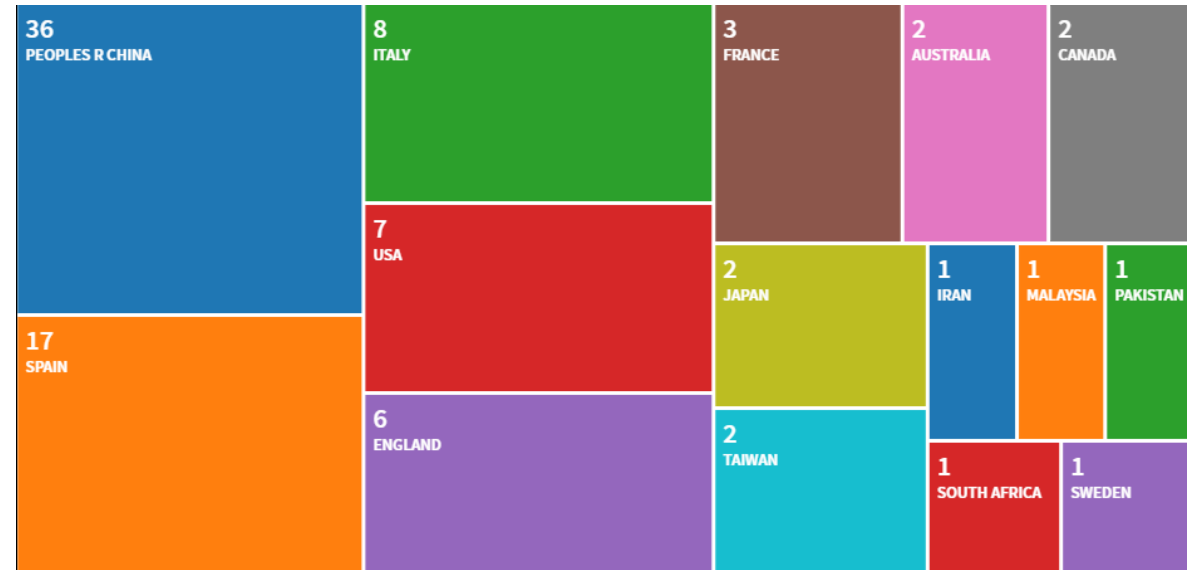


Čestnost článků podle roku vydání

Klasifikace podle oborů



Země původu autora



Výzkumná pracoviště

Obsah

- Analýza a rešerše studií a publikací na téma HSR a cestovní ruch
 - Key word „High Speed Rail“ – přes 2 tis. záznamů ve WoS
 - Ve spojení s „tourism“ pouze 70 článků
- Výběr cca 25 článků (relevantní z hlediska zaměření a obsahu)
- Koresponduje s nejvýznamnějšími autory



Výzkumné problémy

Tourists' behaviour and its changes

- Tourists' decision-making process (e.g., transport choice, destination choice)
- Tourists' consumption patterns (e.g., average number of stays, tourists' preferences)
- **How does HSR availability affect destination choice?** (Lack of significant impact at the local level. However, it can have an effect on the tourists' choice to visit neighbouring cities)

Destination competitiveness and tourism development

- Enhancing destination's accessibility (e.g., functional-spatial arrangement, attractiveness)
- Enhancing spatial competition (e.g., dealing with new tourists' consumption patterns)
- **How does the availability of HSR promote further tourism development?** (It gives value to already known and popular tourist destinations; a surprising result is that several authors have found a decrease in the number of overnight stays).

Vliv na výběr dopravního módu

Transport choice

– Air transport vs. HSR

Albalete, D.; Bel, G. & Fageda (2015). Competition and cooperation between high-speed rail and air transportation services in Europe

Table 3

Descriptive statistics of largest airports in each country (data for 2010).

| | Hub airport | National destinations with non-stop services | International destinations with non-stop services | Total frequencies (national + international) | Share dominant airline | High speed rail station at the airport |
|-----------|---------------------|--|---|--|------------------------|--|
| Madrid | YES | 21 | 164 | 211,859 | 50% (Iberia) | NO |
| Barcelona | NO | 22 | 133 | 130,394 | 22% (Vueling) | NO |
| Paris-CDG | YES | 15 | 229 | 228,256 | 59% (Air France) | YES |
| Paris-ORY | YES | 31 | 104 | 111,520 | 54% (Air France) | NO |
| Rome-FCO | YES | 19 | 165 | 159,602 | 45% (Alitalia) | NO |
| Milan-MXP | YES/NO ^a | 6 | 133 | 85,470 | 24% (Easyjet) | NO |
| Frankfurt | YES | 14 | 244 | 218,664 | 63% (Lufthansa) | YES |
| Munich | YES | 19 | 181 | 185,159 | 65% (Lufthansa) | NO |

^a Milan MPX cannot be considered a hub airport after Alitalia ceased offering connections and long distance flights in 2007.

Vliv na výběr dopravního módu

Transport choice

Závěry

- Ukazuje se, že přítomnost HSR nemá vliv na snížení počtu spojů (s výjimkou vnitrostátních letů ve Španělsku).
- K většímu poklesu dochází na letištích, která neslouží jako huby (výjimkou je Německo).
- V případě letišť s velkým podílem transitu, je úbytek pasažérů vyšší tam, kde neexistuje přímé napojení na síť VRT

- In Japan (pioneering HSR since 1964) a rapid fall in airline transportation was noted after the extension of the HSR network. According to [Taniguchi \(1992\)](#), HSR was more competitive over distances of less than 438 miles
- In the case of the Madrid–Seville route, the share of air traffic fell from 40% to 13% between 1991 and 1994 ([European Commission, 1996](#), [Park and Ha, 2006](#)). More recently, in 2009, the Spanish *AVE* enjoyed 85% of the market share on the Madrid–Seville route, more than 70% on the Madrid–Malaga route, and around 50% on the Madrid–Barcelona line in 2009
- For example, between Seoul and Daegu the number of monthly air departures fell from 517 to 293 prior to the entry of HSR and 2 months after the entry they were down to just 183 ([Suh et al., 2005](#)). These figures are consistent with those of [Park and Ha \(2006\)](#). Similarly, in Taiwan, the market share held by air services between Taipei and Kaohsiung fell from 24% to 13% following the introduction of HSR services (see [Cheng, 2010](#)).
- In China, according to the managing director of the country’s General Administration of Civil Aviation (CAAC), around 50% of flights over distances of less than 310 miles and about 20% of flights between 500 and 620 miles became unprofitable in 2009 as a result of competition from HSR services.

Faktory volby destinace

Destination choice

Hlavní faktory volby místa pobytu

Table 4.1. A typology of vacation decision items.

| Decision item | Definition |
|-------------------------|--|
| Accommodation | Includes lodging but also the general infrastructure of the place of stay: pool, tennis, disco, etc. |
| Accompaniment | People with whom one spends one's vacation |
| Activities | What people do during their vacation time: sports, cultural visits, reading, entertainment, etc. |
| Attractions | Types of attractions the vacationer visits: museum, cities, monuments, national parks, events, etc. |
| Budget and expenditures | Amount of money that is spent on vacation and the way it is spent |
| Destination | Place(s) where the vacation will be spent |
| Duration | Duration and timing of the vacation |
| Formula | Global type of vacation: staying in one spot or touring, sea or mountains, city or countryside, etc. |
| Meals | Eating patterns: what and where one eats for breakfast, lunch, dinner |
| Organization | The way the vacation is organized and reserved: by oneself, by a travel intermediary, by friends, etc. |
| Period | Period of the year when one goes on vacation |
| Purchases | Anything that is purchased and/or taken back home from one's vacation: souvenirs, self-gifts, postcards, photos, etc. |
| Route | Route that is followed to reach the vacation destination |
| Tour | Destination area that is visited, and route that is followed for that purpose |
| Transportation | Transportation modes used to reach the vacation destination and to make excursions there |
| Vacation style | Vacation lifestyle, which is more particularly characterized by the comfort level of the vacation and the level of integration in local life |

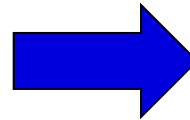


Table 5.1. Evolution of the emergence of vacation subdecisions (number of occurrences in the interview transcripts).

| Vacation subdecision | t_1 | t_2 | t_3 | Total |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| Accommodation | 59 | 66 | 34 | 159 |
| Activities | 49 | 60 | 36 | 145 |
| Period | 52 | 54 | 39 | 145 |
| Transportation | 64 | 50 | 29 | 143 |
| Accompaniment | 55 | 39 | 30 | 124 |
| Duration | 33 | 44 | 42 | 119 |
| Tour | 22 | 27 | 27 | 76 |
| Route | 18 | 28 | 28 | 74 |
| Attractions | 21 | 23 | 20 | 64 |
| Budget and expenses | 18 | 27 | 15 | 60 |
| Meals | 18 | 27 | 15 | 60 |
| Organization | 25 | 16 | 13 | 54 |
| Purchases | 14 | 18 | 16 | 48 |
| Formula | 21 | 10 | 11 | 42 |
| Vacation style | 7 | 3 | 3 | 13 |

Pramen: Decrop (2006). Vacation Decision Making

Faktory volby destinace

Destination choice

Hlavní poznatky

- HSR nemá pravděpodobně žádné přímé účinky na volbu destinace (např. Albalate & Fageda, 2016; Guirao & Campa, 2016)
- Ale může mít významný vliv na výběr návštěvy okolních měst (Pagliara, La Pietra, Gomez a Vassallo, 2015) – case Madrid a okolní historická města.
- Podle autorů Albalate, Campos a Jiménez (2017) jsou minimální nebo dokonce negativní účinky omezeny na velká města.
- Naopak může pozitivně ovlivnit business segment v důsledku růstu komfortu a snížení nákladů na čas cestování (Albalate, Campos, & Jiménez, 2017).

Cestovní a spotřební zvyklosti

Tourists` consumption patterns

– Délka pobytu

- It can affect the length of stay and allows a higher degree of flexibility. HSR tends to reduce the number of nights spent by tourists at the destination (Gutiérrez, Miravet, Saladié, & Clavé, 2019)

– Frekvence návštěv

- The development of tourism in served destinations is finally conditioned by the strategy of the railway operator. It can foster a dynamic tourism especially in the short term through commercial actions (promotional tickets, etc.) (Delaplace 2012a)

– Spotřebitelské preference

- Results highlighted that no specific tourist profile is associated with HSR (Gutiérrez & Ortuño, 2017)

Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

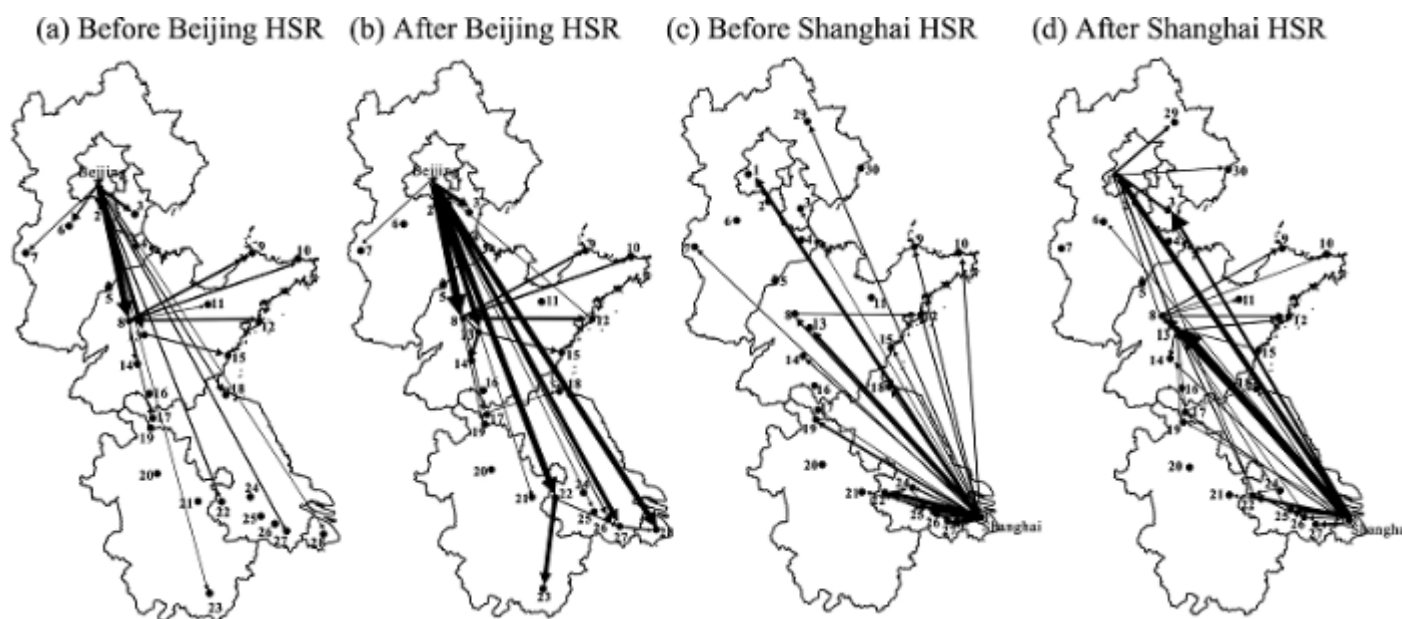
Efekty realizace sítě vysokorychlostní železnice na rozvoj cestovního ruchu

- Wang, D.-G., Niu, Y., & Qian, J. (2018). **Evolution and optimization of China's urban tourism spatial structure: A high speed rail perspective.** *Tourism Management*, 64, 218-232. doi:10.1016/j.tourman.2017.08.010
- Wang, X., Huang, S., Zou, T., & Yan, H. (2012). **Effects of the high speed rail network on China's regional tourism development.** *Tourism Management Perspectives*, 1(1), 34-38. doi:10.1016/j.tmp.2011.10.001
- Yin, P., Pagliara, F., & Wilson, A. (2019). **How Does High-Speed Rail Affect Tourism? A Case Study of the Capital Region of China.** *Sustainability*, 11(2), 472. doi:10.3390/su11020472
- Wang, D., Wang, L., Chen, T., Lu, L., Niu, Y., & Alan, A. L. (2016). **HSR mechanisms and effects on the spatial structure of regional tourism in China.** *Journal of Geographical Sciences*, 26(12), 1725-1753. doi:10.1007/s11442-016-1355-3

Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

Efekty realizace sítě vysokorychlostní železnice na rozvoj cestovního ruchu

Vysokorychlostní železnice Peking – Šanghaj

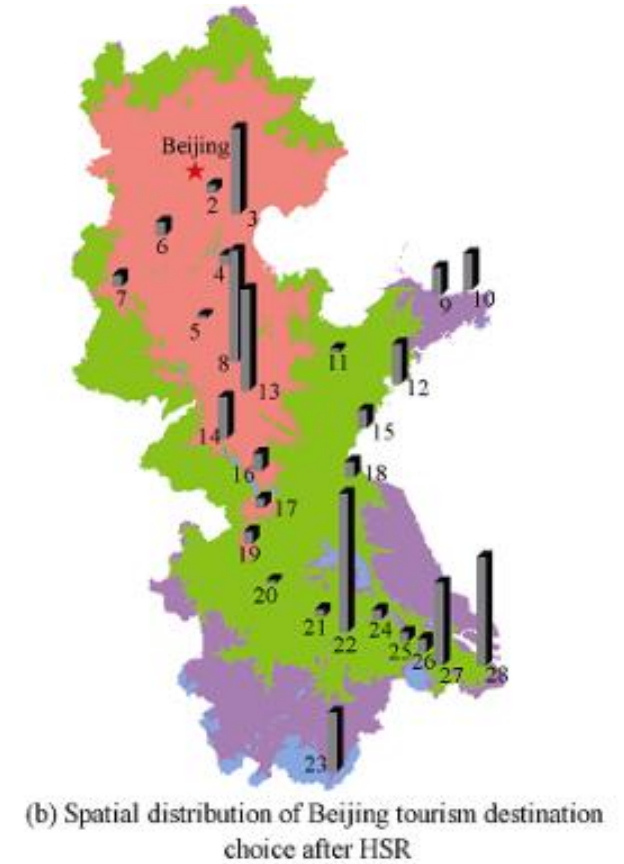
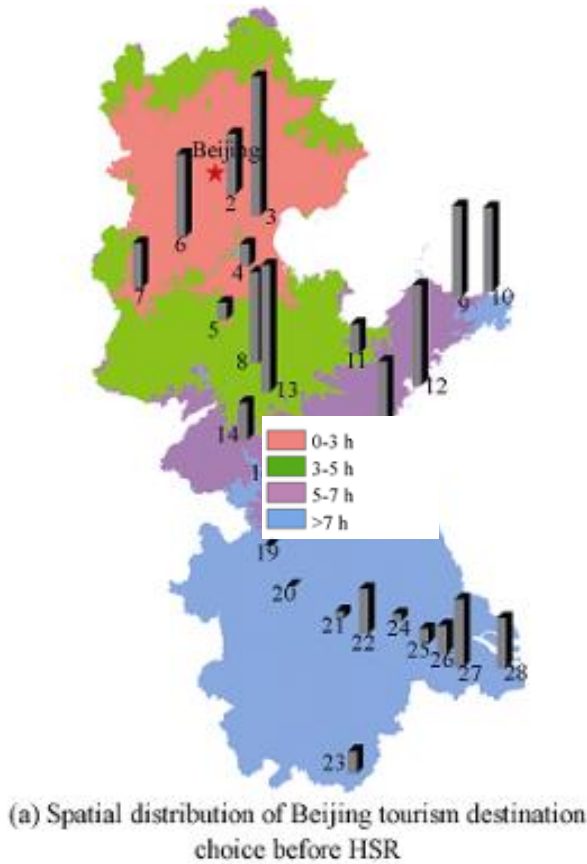


- zkoumá účinky HSR na prostorovou strukturu regionálních turistických toků (s využitím síťové analýzy)
- rozebírá mechanismy, jimiž HSR ovlivňuje regionální turistické toky
 - Matthewův efekt
 - filtrační efekt
 - difúzní efekt
 - efekty překrytí

Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

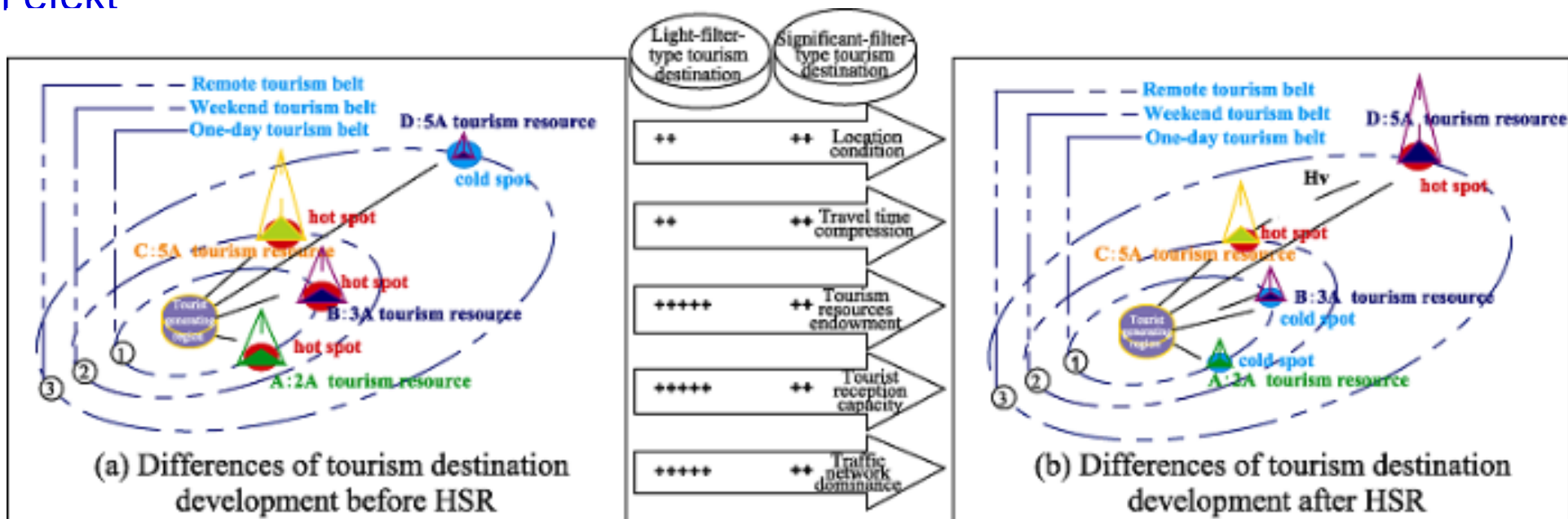
Efekty realizace sítě vysokorychlostní železnice na rozvoj cestovního ruchu

Změna dostupnosti a dopady
na poptávku cestovního
ruchu



Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

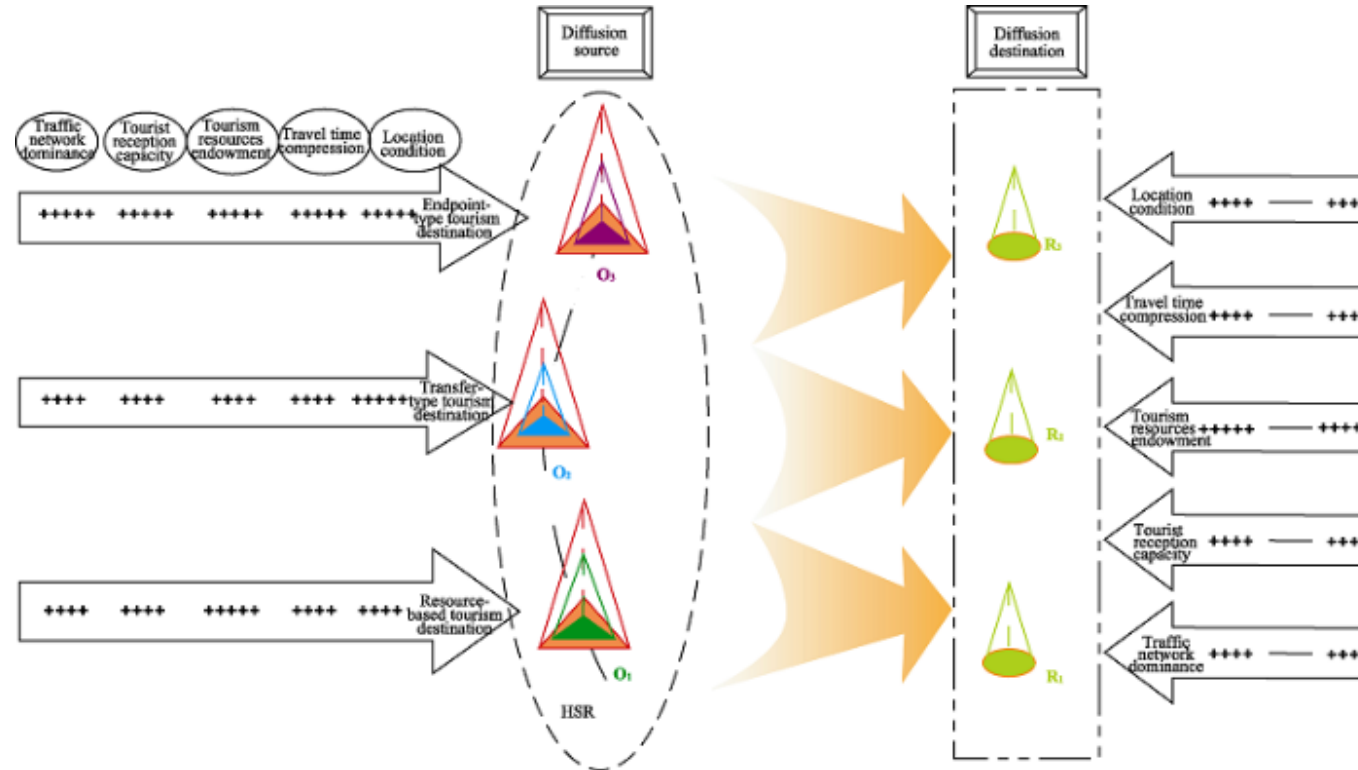
Filtrační efekt



Filtrační efekty se projevují především v zázemí silných zdrojových trhů, kde jsou lokální cíle nahrazovány atraktivními, ale vzdálenými destinacemi

Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

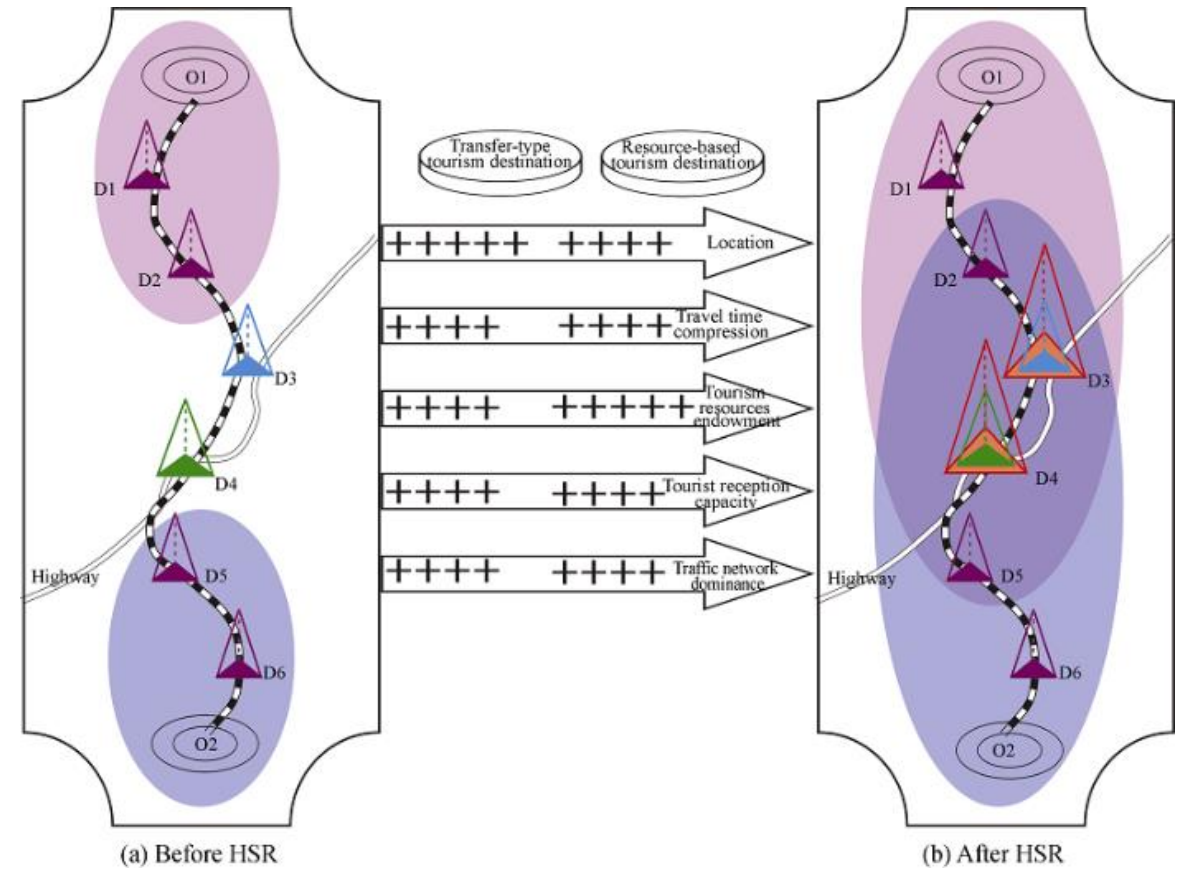
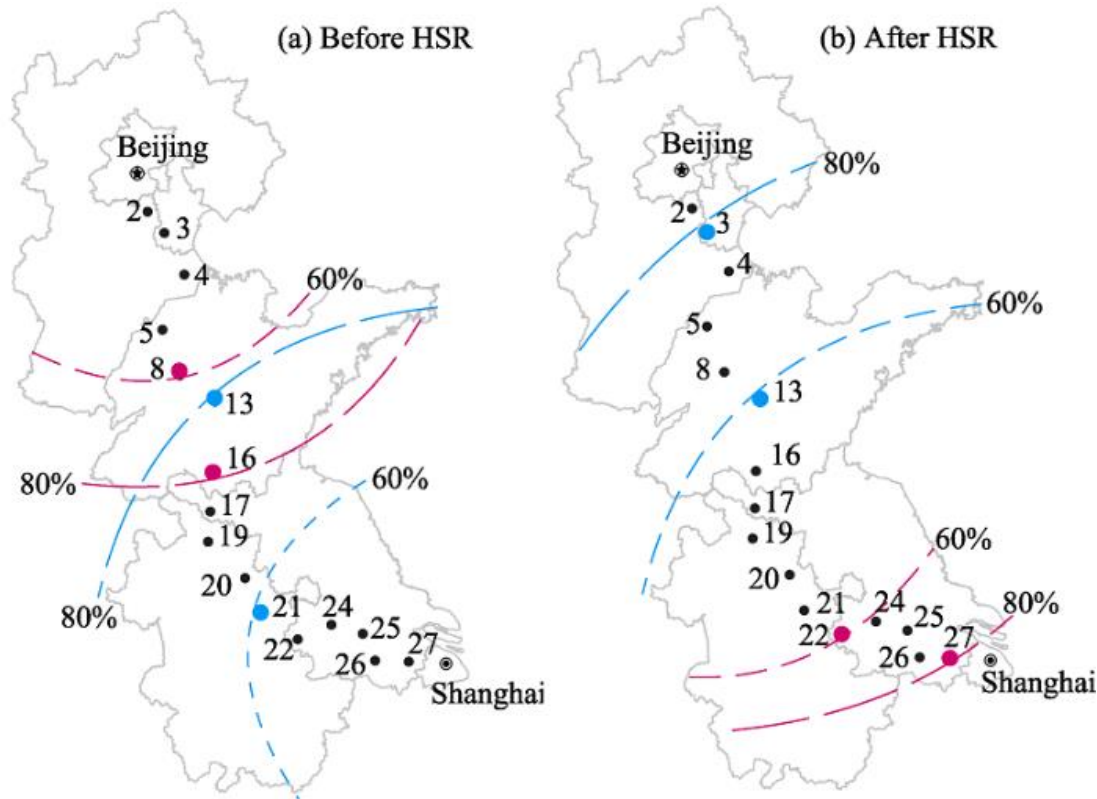
Difusní efekt



Difusní efekt se projevuje tam, kde HSR posiluje regionální cílové destinace, které nový zdroj poptávky dále přenáší do vysoce atraktivních lokalit (předpokladem je dobré dopravní spojení)

Funkčně-prostorové uspořádání cestovního ruchu

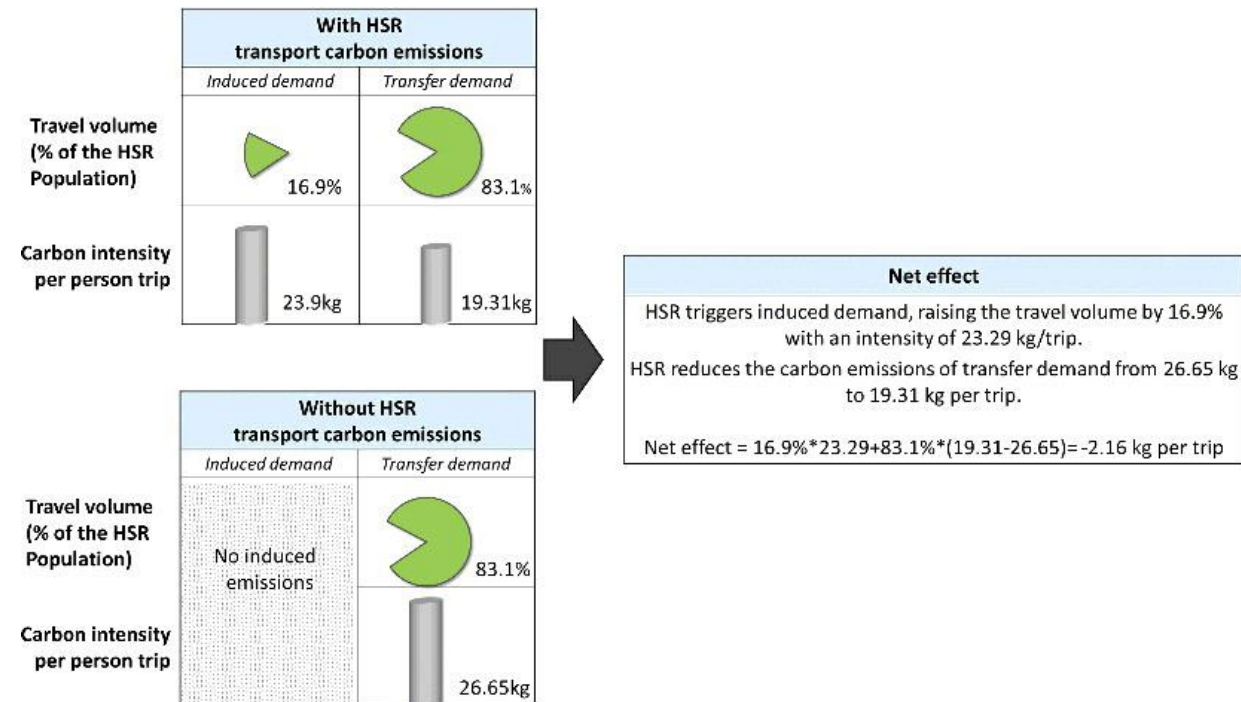
Efekt překrytí



Move fast, travel slow: influence of high-speed rail on tourism

HSR vykazuje na střední vzdálenosti velmi dobré výsledky emisí CO₂, nejméně o 50 % lepší oproti letecké a automobilové dopravě (konvenční pohon)

U ostatních konkurenčních druhů veřejné dopravy, které jezdí na elektřinu, může HSR vykazovat podobné výsledky, a to za předpokladu dostatečné poptávky a tedy vytížení kapacit.





Závěry

- Zjištění týkající se sítí HSR a jejich dopadu na rozvoj cestovního ruchu nejsou zcela jednoznačné.
- Účinky HSR na poptávku v cestovním ruchu jsou problematické (vliv na výkony cestovního ruchu, přínosy vs. náklady).
- Pozitivní účinky jsou patrnější u destinací se stávajícím vysokým potenciálem cestovního ruchu (kulturně-historický a obchodní cestovní ruch, akce)
- Kvalita propagace destinace může zvýšit pozitivní HSR efekty. Výsledky ukazují, že HSR může být pro zázemí měst přínosem (atraktivní lokality). Pozitivně působí zejména na městské destinace. Z tohoto hlediska může HSR posílit vztahy mezi městy a představovat rozvojovou příležitost pro větší města.
- Výsledky však jasně ukazují pozitivní účinky turistických destinací na poptávku HSR.