

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

**Vlivy a dopady cestovního ruchu na životní, přírodní a
socio-kulturní prostředí**

Bc. Markéta Čapková

© 2014 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci " Vlivy a dopady cestovního ruchu na životní, přírodní a socio-kulturní prostředí" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 10. 2. 2014

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Aleně Kolářové za vedení mé diplomové práce. Velice oceňuji její podporu, připomínky a názory, které mi byly celou dobu psaní mé práce velkou oprou. Dále bych ráda poděkovala za vstřícnou spolupráci majitelce Farmy Košík RNDr. Dagmar Havlové, CSc a starostům obcí Košík a Dětenice za poskytnuté informace. Velký dík patří i PhDr. Janě Vojtíškové, Ph.D za milou schůzku a její rozbor konceptu Středověké krčmy. Také děkuji za odpovědi všem respondentům mých dotazníků.

Vlivy a dopady cestovního ruchu na životní, přírodní a socio-kulturní prostředí

Influences and Impacts of Tourism on the Environmental, Natural and Social and Cultural Surroundings

Souhrn

Práce sleduje, zkoumá a analyzuje vlivy a dopady cestovního ruchu na životní, přírodní a socio-kulturní prostředí. Tvoří ji pět tematických celků. Nejprve je provedena literární rešerše a sestavena teoretická východiska. Následuje popis zvolených lokalit a podrobná charakteristika území včetně stanovení předpokladů cestovního ruchu. Navazuje analytická část, kdy jsou identifikovány úkazy a procesy v sociálně-kulturní a přírodní oblasti vzniklé interakcí turismu a lokální kultury. Následná část klasifikuje a hodnotí pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu na sledované destinace. Závěr sumarizuje zjištěné skutečnosti a navrhuje několik nápravných opatření a krátkodobé i dlouhodobé změny, které umožní nalezení řešení pro přirozený rozvoj udržitelnosti ve spojení s cestovním ruchem.

Summary

The study monitors, examines and analysis influences and impacts on Natural, Social and Cultural Environment. It consists of five topics. It is followed by description of selected locations and characteristics of the territory including specification of preconditions for tourism. Further on there is an analysis with identification features and processes in social, cultural and natural areas arisen by interaction of tourism and local culture. The next part classifies and evaluates positive and negative impacts of tourism on the studied destinations. The conclusion summarises identified facts and proposes several measures how to improve the existing situation and short term as well as long term changes that will enable to find a solution for natural development sustainability in connection with tourism.

Klíčová slova

Cestovní ruch, destinace, obec Dětenice, obec Košík, místní obyvatel, sociální prostředí, tradice, turista, únosná kapacita území, vlivy a dopady cestovního ruchu

Keywords

Tourism, destination, municipality Dětenice, municipality Košík, local inhabitant, social surrounding, tradition, tourist, feasible capacity for the territory, influences and impacts of tourism

Obsah

1	Úvod.....	9
2	Cíl práce a metodika	10
2.1	Cíl práce.....	10
2.2	Metodika	10
3	Cestovní ruch – teoretická východiska	14
3.1	Vlivy cestovního ruchu na přírodní a socio-kulturní prostředí	23
3.1.1	SWOT analýza vlivů cestovního ruchu na životní prostředí	24
3.1.2	Pozitivní vlivy cestovního ruchu na socio – kulturní prostředí	26
3.1.3	Negativní vlivy cestovního ruchu na sociálně – kulturní prostředí.....	28
3.2	Koncepce udržitelného cestovního ruchu	29
3.3	Životní cyklus destinace	34
3.4	Defertova turistická funkce	36
3.5	Iritační index.....	37
4	Analýza dopadů cestovního ruchu na vybrané destinace	38
4.1	Dětenice	38
4.1.1	Selektivní předpoklady cestovního ruchu	38
4.1.2	Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	38
4.1.3	Realizační předpoklady cestovního ruchu	39
4.1.4	Monitoring turistických toků	42
4.1.5	Aplikace Butlerova modelu na resort Dětenice	43
4.1.6	Vyjádření starosty obce Dětenice	44
4.1.7	Analýza – obyvatel obce Dětenice	44
4.1.8	Výpočet indexů udržitelného rozvoje	47
4.1.9	Rozbor konceptu středověké krčmy – srovnání se středověkem v konzultaci s PhDr. Janou Vojtíškovou, Ph.D.	48
4.1.10	Brigádnice ve Středověké krčmě – volný rozhovor	49

4.1.11	Analýza - návštěvník – Dětenice	50
4.1.12	Analýza – náhodný respondent mimo sledovanou destinaci	54
4.1.13	Testování nezávislosti znaků A a B	56
4.1.14	SWOT analýza vlivů cestovního ruchu s vlastním návrhem řešení	59
4.1.15	Zhodnocení výstupů vlastního šetření - Dětenice	62
4.2	Farma Košík	64
4.2.1	Selektivní předpoklady cestovního ruchu	64
4.2.2	Lokalizační předpoklady cestovního ruchu	64
4.2.3	Realizační předpoklady cestovního ruchu	65
4.2.4	Aplikace Butlerova modelu na farmu Košík	67
4.2.5	Vyjádření starosty obce Košík.....	67
4.2.6	Analýza – obyvatel obce Košík/Tuchom.....	68
4.2.7	Výpočet indexů udržitelného rozvoje – farma Košík.....	69
4.2.8	Brigádnice farma Košík/penzion Tuchom – volný rozhovor	70
4.2.9	Majitelka Farmy Košík – RNDr. Dagmar Havlová, CSc.	71
4.2.10	Analýza - návštěvník Košík/Tuchom.....	71
4.2.11	Analýza – náhodný výběr mimo sledovanou destinaci	72
4.2.12	Analýza závislosti kvalitativních znaků.....	74
4.2.13	SWOT analýza vlivů cestovního ruchu s vlastním návrhem řešení	74
4.2.14	Zhodnocení výstupů vlastního šetření.....	77
4.3	Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu na vybrané destinace	78
4.4	Komparace obou destinací dle výstupů vlastního šetření.....	80
5	Závěr	85
6	Zdroje dat.....	89
6.1	Literatura.....	89
6.2	Online zdroje	91
7	Seznam příloh.....	94

1 Úvod

V dějinách lidstva mělo cestování pro člověka velký význam. Stále se zvyšující mobilita spolu s technickým pokrokem a ekonomickou situací umožňuje cestování začlenit do běžného života jako dostupnou záležitost. Cestování a cestovní ruch neznamena jen přesun z místa na místo, ale má svůj význam i při vzdělávání, neboť jde o formu a způsob trávení volného času, rozšiřuje člověku obzory. Díky cestování a poznávání si člověk vytváří vzpomínky, vazby a city. Cestovní ruch by měl obohatit nejen návštěvníka, ale i místní obyvatele. Návštěvník by měl mít zážitek z výletu a místní obyvatelé by měli vnímat kulturní, sociální nebo ekonomické přínosy.

Problematika dopadů cestovního ruchu na destinaci je obtížně identifikovatelný a měřitelný jev. V počátečních fázích rozvoje destinace jsou vnímány převážně kladné přínosy a teprve s postupným rozvojem a vyšším nápoem návštěvníků se začínají projevovat i další důsledky. Velký vliv mají především sezónní výkyvy návštěvnosti, tedy nerovnoměrné rozložení v průběhu celého roku. Negativní dopady cestovního ruchu na destinaci mohou vést až ke zničení přírodního prostředí, ztrátě kulturních zvyků a tradic, dualizaci místních obyvatel, komercionalizaci nebo ztrátě genia loci lokality i celého území. Je mnoho případů turistických destinací, kdy vlivem neregulovaného turismu byla negativními dopady turismu zničena celá přímořská území, nebo téměř úplně vysídleny turistické oblasti. Mnoho vzácných krajinných oblastí, ostrovů, korálových útesů nebo chráněných lokalit bylo nenávratně poškozeno.

Tyto procesy mohou být nezvratné a proto je nutné se problematikou dopadů cestovního ruchu zabývat a věnovat se jí.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem práce je definovat, analyzovat a monitorovat vlivy a dopady cestovního ruchu na destinaci. Zjistit, jak ovlivňuje příliv turistů život místních obyvatel a jaké je jejich vnímání turismu a turistů.

Primární cíl: Hodnocení vlivů cestovního ruchu na životní, přírodní a socio-kulturní prostředí bude naplněn dílčími cíli:

cíl 1: zhodnocení vlivu na socio-kulturní prostředí

analýza návštěvníka destinace

rozbor konceptu Středověké krčmy v porovnání se středověkem

cíl 2: zhodnocení vlivu na životní a přírodní prostředí

analýza současné hodnoty turistického zatížení

2.2 Metodika

V rámci teorie jsou srovnávána teoretická východiska a přístupy jednotlivých autorů k dané problematice. Budou použity literární zdroje, statistické údaje a ročenky, informační letáky, územní dokumentace, propagační materiály, ale i zdroje dostupné na internetu.

Praktická část se zabývá hodnocením dopadů cestovního ruchu na socio-kulturní a přírodní prostředí v turistické destinaci. Za účelem lepší vypovídací schopnosti šetření a komparace byly zvoleny dvě turistické lokality obec Dětenice a obec Košík, které leží geograficky blízko sebe a mají i obdobně nízký počet obyvatel. V obou destinacích vznikl v nedávné době nový turistický cíl.

Jednotlivé lokality jsou popsány z hlediska realizačních, selektivních a lokalizačních předpokladů cestovního ruchu. Konkrétní data k této deskripci jsou převzata

z existujících zdrojů dat obecních úřadů a územních plánů, statistických databází Českého statistického úřadu a informačních brožur.

Níže uvedená tabulka schematicky znázorňuje naplňování jednotlivých cílů pomocí dílčích analýz a jim odpovídajících metodických nástrojů.

Tabulka 1 - Cíle, dílčí analýzy a metodické nástroje

cíl	dílčí analýza	ukazatelé	metoda sběru dat
Zhodnocení sociokulturního prostředí	analýza návštěvníka	střet kultur, etnická norma	dotazník turistů, řízené rozhovory
	analýza obyvatele	sociální stres, etnická norma, dualizace, turistická iritace	dotazník, řízené rozhovory
	rozbor konceptu středověké krčmy	ukazatele TUR: komodifikace, komercializace, standardizace, autenticity	řízené rozhovory
	rozbor konceptu farmy Košík	ukazatele TUR – komercializace, komodifikace standardizace, autenticity	řízené rozhovory
Zhodnocení životního a přírodního prostředí	analýza únosné kapacity území	ukazatele TUR – Defertova funkce, únosná kapacita, hustota výskytu turistů, životní cyklus destinace	dotazník, data ČSÚ, územní plány
	rozbor v obci Dětenice a blízkém okolí	vizuální a estetické narušení prostoru, zábor zemědělské půdy, nepůvodní živočišné druhy	osobní šetření v dané lokalitě, agrární portál, ročenky životního prostředí, zprávy ministerstva životního prostředí
	rozbor v obci Košík a blízkém okolí	zábor zemědělské půdy, nepůvodní živočišné druhy, vizuální narušení prostoru	osobní šetření v dané lokalitě, agrární portál, ročenky životního prostředí, zprávy ministerstva životního prostředí

Vlastní zpracování

Realizace cíle 1:

Pro zhodnocení socio-kulturního prostředí byla v obou destinacích provedena dílčí analýza návštěvníka, místního obyvatele a rozboru konceptu obou destinací. Bude sledován profil, množství a struktura návštěvníků, jejich motivace, míra spokojenosti a koncentrace v čase.

Byly určeny ukazatele trvale udržitelného rozvoje: komodifikace, komercializace, sociální stres, standardizace, ztráta autenticity destinace. Bude zjišťováno, zda ve vybraných destinacích dochází k udržování kulturního dědictví a místních tradic. Za účelem získání dat pro zjištění těchto ukazatelů byl sestaven dotazník pro rezidenty a návštěvníky obou destinací. Dotazníkové šetření probíhalo ve sledovaných lokalitách v období od října 2012 do ledna 2013, zúčastnilo se ho osmdesát pět respondentů. Návratnost dotazníků byla 75 %. Dotazník byl distribuován osobně ve zvolených destinacích. Pro důkladnější analýzu návštěvníka a získání upřesňujících dat o návštěvnosti a provozu byly provedeny řízené rozhovory se zaměstnanci v obou turistických destinacích. Pro získání většího souboru dat a rozšíření informací o návštěvnosti a povědomí o lokalitách byl sestaven elektronický dotazník a proveden průzkum mimo zvolené destinace prostřednictvím webových stránek „Vyplňto.cz“. Dalším důvodem byla komparace a ověření dat získaných osobním šetřením. Dotazník se skládal se z uzavřených, polouzavřených, otevřených, selektivních a identifikačních otázek a probíhal v říjnu 2013. Návratnost dotazníků byla 78 % a zúčastnil se ho 201 respondent.

Pro zjištění míry vzájemné spolupráce majitele destinace s obcí, byli osloveni starostové obcí a uskutečněny s nimi polostandardizované rozhovory. V obci Dětenice to byl pan starosta Ing. Radomír Vališka a v obci Košík pan starosta Luděk Kutmon. O vyjádření byli požádáni oba majitelé sledovaných resortů. Majitel Resortu Dětenice pan Pavel Ondráček jakékoliv komentáře k provozování a koncepci resortu odmítl. Majitelka Farmy Košík RNDr. Dagmar Havlová, CSc. poskytla rozhovor velmi ochotně.

Byl proveden rozbor konceptu Středověké krčmy v Dětenicích v porovnání se stolováním a pohostinstvím ve středověku. Konzultaci a názor na formu prezentace středověku poskytla PhDr. Jana Vojtíšková, Ph.D., která se problematice středověku již několik let věnuje.

Realizace cíle 2:

Pro zhodnocení životního a přírodního prostředí budou zjišťovány indikátory udržitelnosti jako je hustota výskytu turistů, Defertova funkce, únosná kapacita území a hustota a intenzita cestovního ruchu ve zvolených destinacích. Tyto indikátory slouží k rozpoznání potencionálních ohrožení a symptomů nežádoucích změn. Pro monitoring turistických toků budou využity statistické údaje, databáze Cot Bussines a také data z Obecních úřadů a územních plánů lokalit. Za účelem získání upřesňujících informací pro vyhodnocení těchto ukazatelů byl sestaven dotazník pro rezidenty a návštěvníky obou destinací. O odhad počtu návštěvníků byli požádáni i zaměstnanci obou destinací i jejich majitelé.

Aplikací Butlerova modelu bude zkoumáno, v jakém životním cyklu destinace se zvolené objekty nachází. Bude zjišťováno, zda došlo k negativním nebo pozitivním dopadům cestovního ruchu. Vlastním šetřením bude sledováno, zda v lokalitách došlo k vizuálnímu zlepšení nebo zhoršení vzhledu obce. Bude zkoumáno, jaké důsledky na celkový ráz obce, krajiny i prostředí provoz turistického cíle cestovního ruchu přináší.

Pro podrobnější analýzu výstupů šetření v obou destinacích bude sestavena matice hodnocení a komparační analýza dopadů cestovního ruchu. Pro oba objekty budou identifikovány faktory působící na přírodní a socio-kulturní prostředí. Přiřazení vah vychází z relativní důležitosti daného jevu a jejich interval je 0 – 1. Hodnocení dopadů bude vycházet z celkového skóre.

Po naplnění dílčích cílů bude možné sestavit SWOT analýzu, zhodnotit celkové dopady cestovního ruchu na sledované destinace a navrhnout následná nápravná opatření.

Ze získaných dat mimo zkoumané lokality budou provedeny analýzy závislosti kvalitativních znaků. Pro požadované výstupy bude použit program SPSS a Microsoft Excel. Bude proveden Chí-kvadrát test nezávislosti v kontingenční tabulce pro hladinu významnosti $\alpha = 0,05$. Byla stanovena nulová hypotéza: vybrané znaky jsou nezávislé a alternativní hypotéza: vybrané znaky jsou závislé.

3 Cestovní ruch – teoretická východiska

Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch je spojován s pohybem nebo přesunem člověka z místa na místo. Tento jev je charakterizován různými autory takto:

Cestovní ruch je podle J. Orišky (1999) definován jako soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, většinou ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních.¹

V domácí, zejména ekonomické literatuře se definuje cestovní ruch jako „forma uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka, a to mimo každodenní životní prostředí a obvykle ve volném čase, jako i potřeb společnosti mimo každodenního životního prostředí“²

Definice podle UNWTO³: „Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest, ale osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa.“⁴

Cestovní ruch dnes často označovaný jako turistický průmysl, tvoří komplex činností a podílí se na něm celá řada subjektů. Cílem tohoto oboru je umožnit, organizovat a zpříjemnit občanům cestování. Hlavním subjektem je v cestovním ruchu cestující občan. K uspokojení jeho přání a potřeb se postupně vytvořila celá škála profesí a profesionálních podnikatelských subjektů. Šíře oboru cestovního ruchu tak ve svých ekonomických souvislostech přináší značný multiplikační efekt.⁵

Cestovní ruch je komplexní společenský jev, který je vzájemně se podmiňujícím souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů souvisejících s narůstající mobilitou lidí

¹ Oriška J., Technika služeb cestovního ruchu, 1999, s. 5

² Kopšo, E., 1979, s. 12; Gúčik, M., Úvod do geografie a cestovního ruchu, 1990, s. 46

³ United Nations World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

⁴ Czechturism, [online], [cit. 7. 11. 2012], dostupné z [www: http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/](http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/)

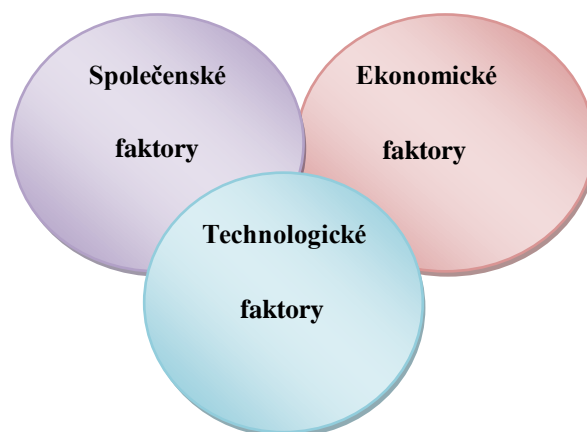
⁵ Vitáková, M., Využití kulturních a přírodních památek pro CR, [online], [cit. 7. 11. 2012], dostupné z [www: http://www.mmr.cz/getmedia/473a8dbe-5c92-4eef-818e-0252a54c8200/GetFile2.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/473a8dbe-5c92-4eef-818e-0252a54c8200/GetFile2.pdf)

motivovanou uspokojováním potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání.⁶ Dle Mill a Morrison (1992) je cestovní ruch charakterizován: „*Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem; cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem; cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.*“⁷

Podmínky vzniku cestovního ruchu

Podmínky pro vznik cestovního ruchu jsou technologické, ekonomické a společenské faktory. Tyto faktory se vzájemně prolínají a musí být všechny splněny. Společenské faktory zahrnují faktory související se způsobem života lidí včetně jejich životních hodnot. Technologické faktory jako jsou dopravní technologie, komunikační technologie a provozní technologie. Ekonomické zahrnují faktory, které souvisí s vývojem ekonomických procesů, jako jsou toky peněz, zboží, služeb, informací a energií.⁸

Schéma 1 Podmínky vzniku cestovního ruchu



Vlastní zpracování dle J. Čertík

Dalšími podmínkami jsou ale i podmínky politické a přírodní. Mezinárodní i vnitrostátní politická situace země, její stabilní politické prostředí i bezpečnostní situace

⁶ Zelenka J., Pásková M., Výkladový slovník cestovního ruchu, 2002

⁷ Zelenka J., Pásková M., Výkladový slovník cestovního ruchu, 2002

⁸ J. Oriška, Technika služeb cestovního ruchu & Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení

je pro cestovní ruch nezbytnou. Přírodní podmínky jsou zásadním hlediskem neboť povrch, vodstvo, klima jsou pro realizaci cestovního ruchu hlavní podmínkou.⁹

Demografické podmínky se týkají obyvatelstva. Je to hustota obyvatel nebo věkové a rodinné složení. Ve většině zemí cestuje mnoho lidí až v poproduktivním věku, jelikož mají dostatek volného času i financí. S největším zájmem cestovat se setkáváme u mladých lidí, kteří se ovšem mnohdy potýkají s nedostatkem peněžních prostředků. U některých národů poznamenaných ve větší míře tradicí nebo náboženstvím nemusí být tato snaha tak běžná jako u národů evropských.¹⁰

Personální zabezpečení znamená dostatek vzdělaného personálu pracujícího v oblasti cestovního ruchu. Odborná úroveň pracovníků závisí hlavně na úrovni systému školství, kam patří mimo jiné i jazyková vybavenost pracovníků. Vzdělaných pracovníků je třeba v institucích, které bezprostředně obsluhují účastníky cestovního ruchu, ale i ve vládních a správních institucích, které mohou svým rozhodováním ovlivnit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.¹¹

Administrativní podmínky jsou výjezdní a vstupní formality. K administrativním podmínkám dále řadíme formy zprostředkovacích a obchodních služeb cestovního ruchu, přístup k zákazníkům a praxi prodeje jízdenek, poskytování různých slev a opatření na podporu či omezení různých forem cestovního ruchu.¹²

Zdravotní a bezpečnostní podmínky souvisí s požadavky na neexistenci různých chorob a hrozeb nákazy. Turisté se vyhýbají zemím se špatnými hygienickými podmínkami a s vysokou možností nákazy nějakou smrtelnou chorobou¹³

Základní složky cestovního ruchu

Základními složkami cestovního ruchu jsou rekreační prostor, účastník cestovního ruchu, materiálně-technická základna a služby.¹⁴

⁹ Holeček M., Mariot P., Cestovní ruch & Kaspar, C. (1982), Kessner, L. a kol. (2008), Kotíková, H. & Schwarzhořová, E. (2008), Parmová, D (2003)

¹⁰ Francová E, Cestovní ruch, 1. vyd., Olomouc, 2003, s. 15 – 16.

¹¹ Francová E., Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc, 2003, s. 15 – 20 & Oriška, J., Technika služeb cestovního ruchu

¹² Francová E., Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc, 2003, s. 15 – 20

¹³ Francová, E, Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc, 2003, s. 15 – 20

¹⁴ Oriška, J., Technika služeb cestovního ruchu & Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení

Rekreační prostor je území vhodné pro cestovní ruch. Vývojem cestovního ruchu se může měnit, podléhat módnosti, sezónnosti nebo dočasné oblíbenosti.¹⁵

Účastníkem cestovního ruchu může být výletník nebo turista. Výletník v navštívené destinaci nepřenocuje a nečerpá ubytovací služby. Návštěva má krátkodobý charakter. Turista přenocuje a čerpá tedy ubytovací služby.

Objektem cestovního ruchu je to, co může být cílem změny pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu i hospodářství. Objekt cestovního ruchu je tedy nositelem nabídky. Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.¹⁶

Materiálně-technická základna cestovního ruchu umožňuje jeho realizaci. Rozlišujeme vlastní materiálně-technickou základnu, která je určena pro účastníky cestovního ruchu, která není místními obyvateli využívána. Jedná se například o hotely. Dále pak využívanou materiálně-technickou základnu. Ta je využívána nejen místními obyvateli, ale i turisty. Jedná se například o kino, divadlo nebo obchodní síť.¹⁷

Služby tvoří významnou součást cestovního ruchu. Jejich cílem je spokojenost účastníka a poskytnutí servisu u pobytů a zájezdových akcí. Poskytované služby lze dále členit na hlavní, vedlejší a doplňkové. Hlavní služby vytváří základní podmínky pro možnou účast v cestovním ruchu. Jsou to služby ubytovací, stravovací, dopravní. Vedlejší služby nebývají podmínkou. Jejich cílem je usnadnění a pomoc klientovi. Jedná se například o překladatelské a průvodcovské služby.¹⁸

Funkce cestovního ruchu ve společnosti

- Ekonomická

Ekonomicky by bylo možné cestovní ruch vymezit jako určitou formu spotřeby, ke které se váží výdaje realizované v místě spotřeby mimo domov nebo obvyklé prostředí.

¹⁵ Oriška J., Technika služeb cestovního ruchu. Idea Servis 1999 & Čertík M. a kol. : Cestovní ruch. OFF, s.r.o. Praha 2001

¹⁶ Hesková, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha, Fortuna, 2006, s. 12

¹⁷ Čertík M. a kol. : Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001, s. 19-22

¹⁸ Čertík M. a kol. : Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001 Praha, s. 22-24

Cestovní ruch ovlivňuje státní rozpočet, přináší finanční prostředky do místních rozpočtů regionů, krajů. Promítá se do životní úrovně obyvatel.¹⁹

- Společenská a kulturní

Dochází ke kontaktu v rekreačním prostoru, komunikaci mezi účastníky, poznávání a respektování jiných kultur, je nezbytná ohleduplnost a vzájemný kontakt s obyvatelstvem a poznávání a sdílení místních tradic nebo náboženských rozdílů. Tato funkce souvisí také s politickou situací státu²⁰.

- Politická

Vede ke sblížení systémů, poznávání a respektování určité politické situace. Ukázka a respektování různých zavedených systémů a snaha o poznání, pochopení, případně toleranci. Může být nápomocné při pochopení souvislostí a zvyklostí.

- Poznávací a vzdělávací

Účastník cestovního ruchu získává poznatky, vlastní prožitky a zážitky vyplývající ze seznámení se s historií, tradicemi nebo se způsobem a stylem života. Vlastní prožitky a zážitky mají mnohem vyšší významu pro formování osobnosti než teoreticky načerpané poznatky. Můžou to být nejen kulturní a tradiční zvyklosti, ale třeba i stravovací návyky určitých oblastí, jiný druh pokrmů a potravin, ale současně i jazykové znalosti nebo osvojení si určitých manuálních dovedností nebo načerpání nových intelektuálních vědomostí.²¹

- Rekreační

Jedna z důležitějších funkcí je charakter odpočinkového rázu, regenerace a načerpání nových sil. Dočasná změna životního rytmu spojená s odpočinkem a rekreací může mít krátkodobý i dlouhodobý charakter.²²

19 Drobná, D., Morávková, E. Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. Praha: Fortuna, 2004. & Pásková, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus, 2008, s. 20

20 Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení & Indrová, J. a kol.: Cestovní ruch (základy), VŠE Praha, 2009, s. 23-25

21 Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001 Praha, s.25-30

22 Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001 Praha, s.25-30

- Výchovná

Nenásilná forma formování osobnosti člověka, respektování národů, etnik, poznávání i nutnost chránit přírodu, živočišné druhy, krajinu nebo místa neposkvrněná lidskou civilizací vychovává a působí na člověka. Zahrnuje i kontakt s místními obyvateli nebo seznámení se s netradičními a novými jevy nebo tradicemi a způsoby chování.²³

- Ekologická

Ochrana životního prostředí, nenásilná tvorba krajiny pro podmínky a užívání cestovního ruchu by se mělo stát nedílnou součástí cestovního ruchu. Při realizaci cestovního ruchu by mělo být maximálně zohledňováno ekologické hledisko a snaha o maximální využití alternativních ekologických zdrojů.²⁴

- Zdravotní a sportovní

Jedná se o ozdravné nebo lázeňské pobyty, ale také pobyt v přírodě ve spojení se sportovní aktivitou, který má léčivé a uklidňující účinky na organismus i psychický stav člověka²⁵.

- Historická

Návštěva cizího místa vyvolává zájem o historické souvislosti, seznámení s architekturou, pamětihodnostmi propojí historické události v kontextu v různých souvislostech a názorně prezentuje teoretické poznatky ve srovnání se současností.²⁶

23 Indrová, J. a kol.: Cestovní ruch, VŠE Praha, 2009, s. 32-33

24 Pásková, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus, 2008, s. 20

25 Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001 Praha, s. 35-40

26 Pásková, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus, 2008, s. 25 & Indrová, J. Cestovní ruch, *Economica*, 2004, s. 22 – 28

Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch lze dělit na několik druhů z různých hledisek.²⁷ Jedním z nich je rozdělení dle místa realizace. Jedná o domácí nebo zahraniční cestovní ruch. Domácí cestovní ruch představuje aktivity na cestovním ruchu domácího obyvatelstva. Zahraniční cestovní ruch znamená zahraniční obyvatele. Dalším hlediskem je rozdělení dle vztahu k platební bilanci. Ve vztahu k platební bilanci rozlišujeme příjezdový, tranzitní a výjezdový cestovní ruch. Příjezdový cestovní ruch je označován jako aktivní. Jsou to aktivity spojené s příjezdem občanů ze zahraničí do dané země a znamenají dovoz deviz. Pasivní cestovní ruch jsou aktivity spojené s výjezdem občanů dané země do zahraničí, které znamenají vývoz platebních prostředků. Jako tranzitní cestovní ruch jsou označovány aktivity spojené s tranzitem zahraničních osob přes danou zemi. Ty jsou označovány jako část aktivního cestovního ruchu.²⁸ Dalším hlediskem je způsob organizace cestovního ruchu. Organizovaný cestovní ruch je způsob, kdy je účast zajišťována prostřednictvím cestovní kanceláře nebo jiného zprostředkovatele. Neorganizovaný cestovní ruch kdy si účast a organizaci zajistí účastník sám.

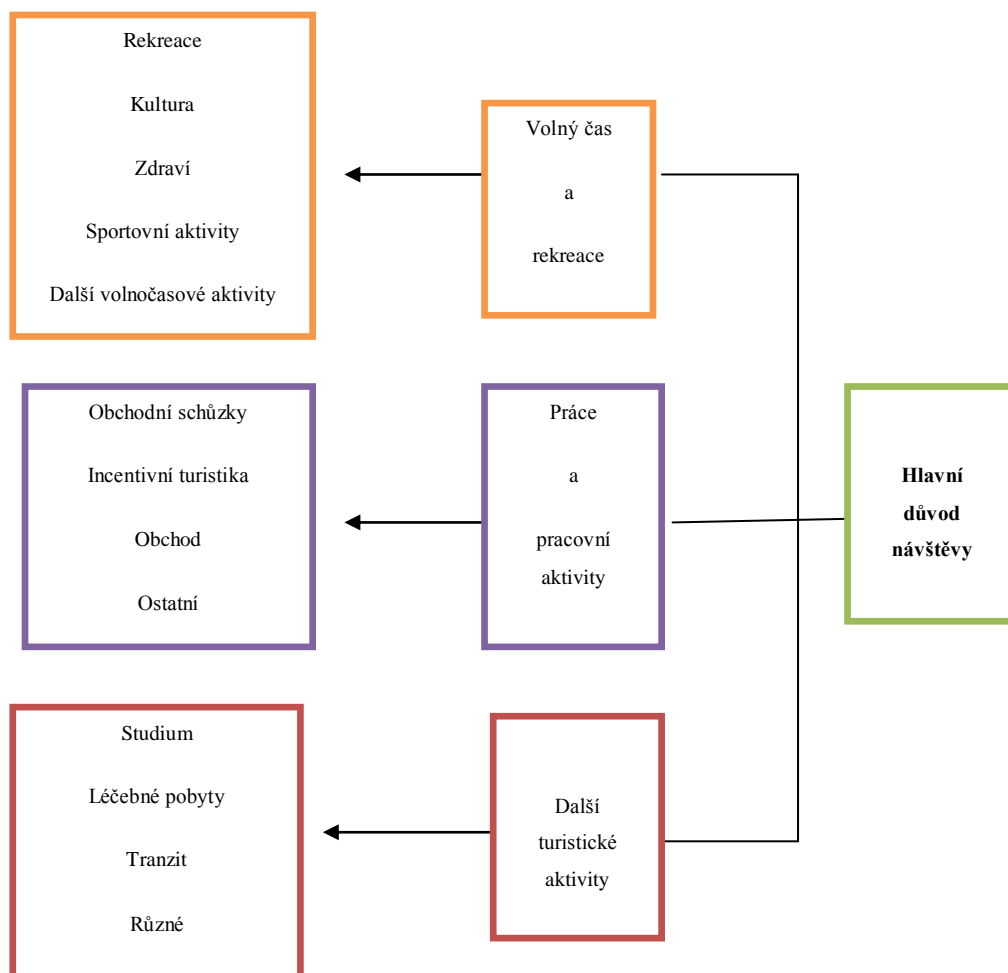
Cestovní ruch lze dělit i z hledisek dle jeho formy. Zde se může jednat například o rekreační cestovní ruch, který znamená je spojení cestovního ruchu s obnovou duševních a fyzických sil účastníka cestovního ruchu. Dalším příkladem je kulturně-poznávací forma cestovního ruchu, kdy cílem je návštěva historických objektů a kulturních akcí. Sportovně-rekreační forma cestovního ruchu a sportovně zaměřené pobyty jako jsou vodní sporty, cykloturistika, lyžování, pěší turistika, které stále více nabírají na oblibě. Kongresová turistika a aktivity spojené s účastí na veletrzích a výstavách, obchodní cesty se stává velmi silným odvětvím cestovního ruchu. Seniorská forma cestovního ruchu je poměrně nová formou cestovního ruchu. Vzhledem ke stárnutí populace bude mít potenciál nabývající na síle. Venkovská turistika má sice jen regionální význam, ale pro místní obyvatele nezanedbatelný.²⁹

27 Garep, průmysl CR, [online], [cit. 8. 4. 2013], dostupné z [www: http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf](http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf)

28 Indrová, J. Cestovní ruch, *Economica*, 2004, str. 22 – 28

29 Indrová, J. Cestovní ruch, *Economica*, 2004, s. 22 – 28 & Cooper, Ch., *Tourism: Principles and Practice* s. 122-137

Schéma 2-Klasifikace poptávky cestovního ruchu



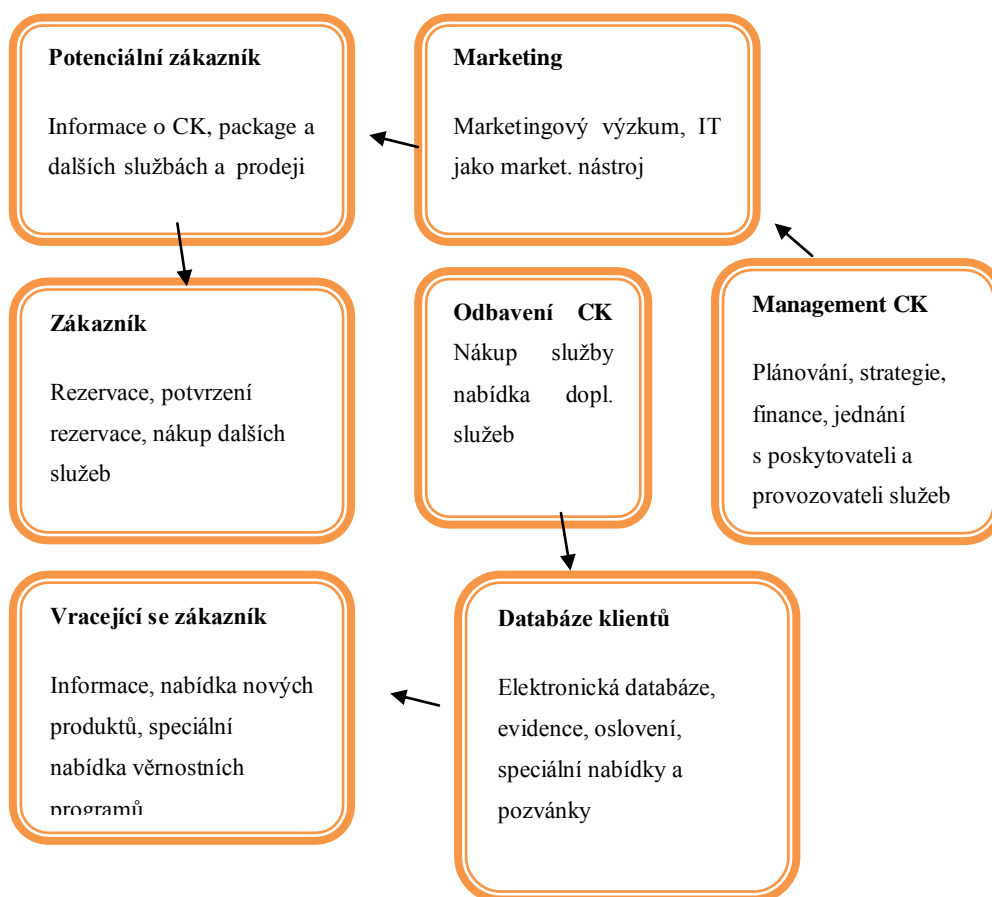
Vlastní zpracování dle Chris Cooper, Tourism: Principles and Practise

Specifika podnikání v cestovním ruchu

V oblasti cestovního ruchu nelze podnikat kdekoliv. Je nutné důkladně zvážit a analyzovat poptávku a teprve pak zvolit místo i typ podnikatelské aktivity. Ubytovací podniky má smysl provozovat pouze v místech, která vyvolávají vznik poptávky. Je nutná znalost okolního prostředí. Velmi podstatné jsou i vnější vlivy, jako vlivy hospodářské, politické, ale i obecně společenské předpoklady ovlivňují zásadně poptávku. Dále je nutné respektovat sezónnost a nerovnoměrnost poptávky. Podnik musí zvládnout koncentrovanou poptávku na vrcholu sezóny stejně jako její nedostatek

mimo sezónu. Je nutné brát v potaz různorodost poptávky. Podnikatel v cestovním ruchu nestojí jako samostatný subjekt, ale je součástí řetězce na sobě navzájem závislých podnikatelů, kteří v daném místě poskytují služby. Poptávka vyhledává dojmy a zážitky. Podnikání v cestovním ruchu znamená tvořit produkty pro volný čas, podnikatel musí respektovat požadavek klientů prožít čas své dovolené co možná nejzajímavěji a nejefektivněji a z dovolené si odvést co nejpříjemnější zážitky a prožitky³⁰

Schéma 3 Cyklus realizace prodeje produktu cestovního ruchu



Vlastní zpracování dle J. Zelenka

³⁰ Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, s. 195-205

3.1 Vlivy cestovního ruchu na přírodní a socio-kulturní prostředí

Cestovní ruch a cestování se během dvacátého století stalo masovým fenoménem. Masovost cestovního ruchu, působení vyspělejších a bohatších kultur na kultury méně zaměřené na hmotné statky by mohly v budoucnu vést k nežádoucím vlivům. Cestovní ruch je spjatý s ekologickou zátěží a dochází k zásahům do životního prostředí. Příroda a přírodní zdroje se stávají statkem, který člověk užívá a čerpá. Především pro přírodní prostředí jsou známy negativní vlivy a dopady cestovního ruchu, i když obdobně by mohly být uvedeny i dopady na antropogenní neboli socio-kulturní prostředí. Genius loci je vytvářen oběma složkami životního prostředí a je velmi často negativně ovlivňován cestovním ruchem³¹. Hlavním cílem trvale udržitelného rozvoje je mezigenerační udržitelnost, tedy snaha o zachování životního způsobu a kulturní identity pro budoucí generace při minimálním poškození životního prostředí. Toho bude možné dosáhnout, pokud bude mít ochrana životního prostředí hlavní roli v nejen myšlení, ale i při tvorbě legislativy, turistických i jiných produktů, ale hlavně i každodenním vztahu člověka k přírodě.³²

Schéma 4-Schéma propojenosti životního prostředí-cestovního ruchu a lidské společnosti



Vlastní zpracování dle Daniel Mourek

³¹ Štýrský J., Šípek J., Geografie turismu Evropy a světa s důrazem na působení genia loci a zážitkovou turistiku, Guadeamus 2008, s. 22-24

³² Mourek, D.: Cestovní ruch a životní prostředí, Sborník K udržitelnému rozvoji České republiky: vytváření podmínek, Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, Praha 2002, svazek III, str. 195-205

3.1.1 SWOT analýza vlivů cestovního ruchu na životní prostředí³³

SWOT analýza je analytická metoda zaměřená na hodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace, ale i jiného záměru jako je třeba nový produkt nebo služba. Tuto metodu lze aplikovat i na analýzu vlivů cestovního ruchu. Analýza byla provedena za účelem popisu, identifikace případně odhalení vznikajících pozitivních nebo negativních jevů a měla by být nápomocná při dalším rozhodování. Kromě objektivního popisu skutečnosti je však také žádoucím výstupem, aby se identifikovaly závislosti mezi položkami v jednotlivých kategoriích. A právě tyto interakce pomáhají při hledání žádoucích změn.³⁴

Označení SWOT je z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů: Strengths - silné stránky, Weaknesses - slabé stránky, Opportunities – příležitosti, Threats – hrozby.

Schéma 5 – aplikace SWOT analýza

	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Příležitosti (O)	Strategie SO	Strategie WO
Ohrožení (T)	Strategie ST	Strategie WT

Vlastní zpracování dle P. Kotler

SO – využít silné stránky na získání výhody

WO – překonat slabiny využitím příležitostí

SW – využít silné stránky na čelení hrozbám

WT – minimalizovat náklady a čelit hrozbám

SWOT analýza je jedním ze základních nástrojů strategického managementu.

„Metoda SWOT³⁵ byla vyvinuta pro tvorbu strategie budoucího způsobu řízení organizace, která buď zachová, nebo zlepší její konkurenční postavení. Dobrá strategie je taková, která neutralizuje hrozby očekávané z vnějšího prostředí, dovoluje využít

³³ Guide 1998, Middleton, 1998 & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 36-41

³⁴ Kotler, P.: Moderní marketing, Grada 2007, 1. vydání

³⁵ Veber, J., a kol., Management - Základy - prosperita - globalizace. 1. vyd, Praha, Management Press, 2000, s. 428-429

budoucí příležitosti, těží ze silných stránek organizace a odstraňuje nebo neutralizuje její slabé stránky.“

Touto metodou je možné analyzovat i vlivy cestovního ruchu.

- **Pozitivní vlivy**

ochrana a údržba památek, stav krajiny, ekonomické přínosy pro destinaci a region, ochrana a udržování kulturního dědictví a tradic, genius loci, ochrana biodiverzity, vytváření příjmů na revitalizaci přírody, prosazování mezinárodních norem, etických kodexů, zvyšování životního standardu místních obyvatel, zvyšování hodnoty pozemků v dané lokalitě³⁶

- **Negativní vlivy**

poškození vzhledu krajiny, vysoká lokální spotřeba přírodních zdrojů, poškození půd a rostlinstva, nadměrná koncentrace, komercializace, problém přetížení destinace v hlavní sezóně, problémy infrastruktury v hlavní sezóně, turistická iritace, dualizace obyvatel³⁷, inscenizace³⁸, folklorizace³⁹, ekologicky únosná a ekonomicky únosná kapacita, nárůst kriminality, ztráta kvality života místních obyvatel, změna místní kultury, změna přírodního prostředí na umělé, narušování přírodního prostředí a vazeb v ekosystémech⁴⁰

- **Příležitosti**

nové technologie se snižováním spotřeby zdrojů, zlepšení životního prostředí v destinacích cestovního ruchu, nové pracovní příležitosti pro místní obyvatele, možnost moderního marketingu, ekoturismus, venkovský cestovní ruch, populační vývoj a jeho vliv na cestovní ruch, problematika stárnutí populace, stimulace podnikatelů v cestovním ruchu pro zlepšování životního prostředí, environmentální

³⁶ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 42-48 & Zelenka, J.: Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus, 2007, s. 272 - 275

³⁷ Dualizace – rozdělování obyvatel

³⁸ Inscenizace – předvádění kulturních zvyklostí pro účely cestovního ruchu

³⁹ Folklorizace- předvádění folkloru pro účely cestovního ruchu

⁴⁰ Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, s. 272- 275 & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 60 - 63

management podniků a území, zvyšující se znalosti o ekosystémech a antroposystémech, monitorování a prevence⁴¹

- **Hrozby**

kvantitativní rozvoj cestovního ruchu, nárůst kriminality v turisticky vyhledávaných oblastech, přílišný nárůst může vést k masovosti, rozvoj nových sportovních aktivit podporovaných technikou, výrazný nárůst dopravy, rozšíření cestovního ruchu do přírodně a společensky cenných území a lokalit, důraz na kvantitu prodeje a masový cestovní ruch⁴²

Mezi cestovním ruchem a životním prostředím je vzájemná souvislost. Cestovní ruch využívá přírodních zdrojů, ale také produkuje znečištění a odpad a zvyšuje dopravu. Současně je třeba si uvědomit, že přírodní prostředí, hory, řeky, lesy jsou základním prostředkem, který umožňuje existenci turistického průmyslu. Jejich poškození by znamenalo i ohrožení jeho růstu a životaschopnosti. Na druhé straně může cestovní ruch za určitých okolností významně přispět k ochraně životního prostředí.

3.1.2 Pozitivní vlivy cestovního ruchu na socio – kulturní prostředí

Rozvoj osobnosti účastníků cestovního ruchu

Cestovní ruch působí pozitivně na osobnostní rozvoj účastníků výjezdového turismu. Snaha připravit se na cestu co nejlépe, vede účastníky výjezdového turismu k zájmu seznámit se s prostředím. Tím si budoucí turista rozšiřuje své vědomosti. Seznámení s místem, zemí vede často k tomu, že zájem o rozšiřování poznání je trvalý, cestovní ruch se tak stává v některých případech tvůrcem procesu dlouhodobějšího vzdělávání. Turismus přispívá k lepšímu porozumění, chápání druhých a napomáhá minimalizaci vzájemného nepřátelství.⁴³

⁴¹ Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, s. 272- 275 & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 60 - 63

⁴² Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, s. 272- 275

⁴³ Štyrský J., Šípek J., Geografie turismu Evropy a světa s důrazem na působení genia loci a zážitkovou turistiku, Gaudeamus, 2008, s. 77-80

Vytváření pracovních míst

Mezi další pozitivní působení cestovního ruchu v sociálně-kulturním prostředí patří zcela jistě vytváření pracovních míst. Cestovní ruch má takzvaný multiplikační efekt, což znamená vytváření nejen přímých pracovních míst, ale i následných. Nejen pracovní místa v hotelích a restauracích, ale i prádelnách, informačních centrech, taxi službě, u vleků nebo lanovek.⁴⁴

Kulturně výchovná funkce

Lidé se kontaktují, seznamují, hovoří spolu a tím se vnitřně se navzájem obohacují, více si rozumějí a ztrácejí předsudky.⁴⁵

Zvýšení životního standardu místních obyvatel

Cestovní ruch zvyšuje životní standard místních obyvatel, protože mohou využívat zařízení vybudovaná pro návštěvníky destinace. Ať už se jedná o výstavbu silnic, ubytovacích a stravovacích zařízení. Místní mohou navštěvovat kulturní atraktivitu, které byly plánovány pro turisty. Dále se zlepšuje i kulturní prostředí. Jsou zakládány nebo revitalizovány parky, dbá se na údržbu chodníků a celkový vzhled destinace.⁴⁶

Záchrana a udržování kulturního dědictví a tradic

Pozitivní vliv má cestovní ruch na záchranu kulturních tradic, historie nebo tradičních řemesel. Cestovní ruch vtahuje místní obyvatele k ochraně přírodních a kulturních hodnot, stimuluje jejich pocit hrdosti na tradice a historii.⁴⁷

⁴⁴ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus, 2008, s. 61 - 62

⁴⁵ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus, 2008, s. 61 - 62

⁴⁶ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63 & Hesková, M.: Základní problémy cestovního ruchu, VŠE, 1999

⁴⁷ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 - 63

3.1.3 Negativní vlivy cestovního ruchu na sociálně – kulturní prostředí

Komercializace

Lokální tradice se stanou jednou z komodit prodeje návštěvníkům. Může se jednat například o náboženské rituály kmenů, nebo se tradiční etnické obřady a festivaly zredukují na míru prezentovanou pouze návštěvníkům a účelem profitu.⁴⁸

Standardizace

Destinace si zvolí standardizaci některé z nabídek produktů nebo služeb cestovního ruchu, protože není mnoho návštěvníků, kteří skutečně chtějí zkusit úplně nové věci. Návštěvníci často hledají známá zařízení v neznámém prostředí, jakými jsou například hotely a fast food restaurace, které jsou součástí známých sítí.⁴⁹

Ztráta autenticity

Prizpůsobení se turistům ve zvyklostech a deklarování nových a nepůvodních a nepřirozených zvyklostí jako původní způsob života.⁵⁰

Prizpůsobení výrobků lidového umění

Výrobci lidového umění, suvenýrů, uměleckých předmětů prizpůsobí poptávce návštěvníků, jejich požadavkům, svůj sortiment zboží. To může mít za následek zapomenutí tradičních technik a vzorů.

Střet kultur

Přemísťování lidí mezi různými geografickými prostory a vytváření sociálních vztahů mezi nimi lidmi, kteří by se za jiných podmínek nikdy nepotkali, může vyvolat sociální střety mezi rozdílnými kulturami, etniky a náboženskými skupinami. A to především v důsledku různých hodnot životního stylu, jazykové bariéry, stupně prosperity, obsazování lépe placených míst cizinci, či v důsledku chování návštěvníků. Postoj místních obyvatel k návštěvníkům se v této souvislosti může měnit od stavu euforie,

⁴⁸ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 61 - 62

⁴⁹ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63 & Hesková, M.: Základní problémy cestovního ruchu, VŠE, 1999, s. 65-69

⁵⁰ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 61 – 63

kdy jsou návštěvníci bouřlivě vítáni, přes apatii až k podrážděnosti a potenciálnímu nepřátelství.⁵¹

Sociální stres

Konflikt mezi rozvojem cestovního ruchu a místními obyvateli v souvislosti s využíváním zdrojů jako je voda nebo elektřina, zvyšování nákladů spojených se zvýšenou potřebou finančních prostředků na opravu přetíženého vodovodu nebo kanalizace, s nemožností využívat přírodní zdroje pláže, lesy, rybníky.⁵²

Nerespektování etických norem

S rozvojem cestovního ruchu roste i kriminalita. Velký počet návštěvníků s množstvím peněz láká kriminální živly.

Komodifikace

Zdroj cestovního ruchu se stává komoditou, tedy prodejním artiklem. V rámci procesu komercializace je zboží vyráběno a nabízeno masově a vytrácí se jeho jedinečnost.⁵³

3.2 Koncepce udržitelného cestovního ruchu

Udržitelný rozvoj odráží závislost mezi prostředím a rozvojem území. Udržitelnost vyžaduje, aby současná generace zanechala prostředí ve stejně dobrých, či lepších podmínkách, než ho našla. Metoda udržitelného rozvoje hledá možnosti a způsoby tak, aby přírodní zdroje byly využívány udržitelným způsobem. Udržitelný cestovní ruch dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí.⁵⁴ Předpokladem udržitelnosti je obnovitelnost zdrojů a skutečnost, že zůstane regenerační schopnost přírodního zdroje zachována. Trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu je šetrné

⁵¹ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63 & Hesková, M.: Základní problémy cestovního ruchu, VŠE, 1999, s. 47-51

⁵² Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63 & Hesková, M.: Základní problémy cestovního ruchu, VŠE, 1999

⁵³ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63 & Hesková, M.: Základní problémy cestovního ruchu, VŠE, 1999

⁵⁴ Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, str. 153-158

zacházení s přírodou, které je sociálně únosné a hospodářsky schopné, a které zaručuje dlouhodobý rozvoj.⁵⁵

Citace dle § 6 zákona č. 17/1992 Sb., o životním prostředí „*Trvale udržitelný rozvoj společnosti je takový rozvoj, který budoucím generacím zachová možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů*“⁵⁶

Definice organizace World Commission on Environment and Development: „*Trvale udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který uspokojuje potřeby současné generace, aniž by omezoval schopnost budoucích generací uspokojovat jejich vlastní potřeby.*“⁵⁷

Cílem a základní charakteristikou trvale udržitelného rozvoje je:

- zlepšení kvality života hostitelské komunity
- zachování generačních a mezigeneračních vazeb
- ochrana kvality životního prostředí zachováním biologické diverzity a ekologických systémů
- zajištění kulturní integrity a sociální soudržnosti komunity

Charakteristika trvale udržitelného turismu⁵⁸:

- turismus, který se zaměřuje na kvalitu zážitku
- zohledňuje sociální rovnost a zapojení komunity a respektuje potřeby místní komunity
- zaměstnává místní obyvatele a zapojuje je plánovacího a rozhodovacího procesu
- turismus, který se pohybuje pouze v mezích možností využití místních zdrojů

⁵⁵ Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, str. 153-158

⁵⁶ Úplné znění, dostupné z [www: http://www.uplnezneni.cz/zakon/17-1992-sb-o-zivotnim-prostredii/](http://www.uplnezneni.cz/zakon/17-1992-sb-o-zivotnim-prostredii/)

⁵⁷ World Commission on Environment and Development, Our Common Future, Oxford University Press, 1987, s. 43

⁵⁸ Štýrský J., Šípek J., Geografie turismu Evropy a světa s důrazem na působení genia loci a zážitkovou turistiku, Gaudeamus 2008 & Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, s. 153-158 & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 62 – 63

- je založen na aktivitách, které reflektují a respektují charakter místního regionu
- umožňuje turistovi seznámit se s navštíveným regionem, a který podporuje turistu zájem o komunitu a životní prostředí
- nelimituje ostatní odvětví při uplatňování principů udržitelnosti
- integrovaný do místního, regionálního či národní rozvojového plánu

Směřování k udržitelnosti cestovního ruchu vyžaduje:

- dobrý management a marketing – destinační management
- moderní marketingové metody – využívání informačních a komunikačních technologií, globální navigační systémy, Internet
- plánování
- propojení s dalšími ekonomickými aktivitami
- všestrannou komunikaci se všemi zájmovými skupinami
- zavádění BAT⁵⁹ - nejlepší dostupné technologie představují nejpokročilejší stupeň vývoje použitých technologií a způsobu jejich provozování, které mohou být zavedeny v příslušném odvětví za ekonomicky a technicky přijatelných podmínek a to při dosažení nejúčinnější ochrany životního prostředí jako celku
- využívání a rozpracování konceptů únosné kapacity a životního cyklu destinace

Koncept únosné kapacity zjišťuje současnou hodnotu únosné kapacity nezátěžovanějších částí území destinace pro rozvoj cestovního ruchu. Hodnoty by měly být zjišťovány na základě znalosti hodnot krajiny, fungování ekosystémů, záznamů o návštěvnosti a především na základě analýzy výsledků terénního šetření zátěže cestovním ruchem.

Destinační management se skládá z mnoha procesů a jedním velice důležitým je také marketing destinace. Dobře promyšlený a cílený destinační management může být

⁵⁹ BAT – zkratka - best available technologies – nejlepší dostupné technologie

nápomocen pro potřeby a cíle udržitelného cestovního ruchu. Lze využít různých metod destinačního managementu.

Indikátory trvalé udržitelnosti

Indikátor trvale udržitelného rozvoje je vhodně zvolená veličina, měřená nebo získaná výpočtem, která má vztah k vyhodnocení globálního vývoje, vývoje ekosystému, regionu, města nebo společnosti ve vztahu ke koncepci trvale udržitelného rozvoje. Indikátory trvale udržitelného rozvoje rozdělujeme na indikátory globální a lokální.⁶⁰

Monitorování únosnosti rozvoje cestovního ruchu by měla odrážet nejen stanoviska odborníků, ale i názory a postoje místních obyvatel i návštěvníků území, tím se tento proces stává náročným a výsledky obtížně interpretovatelnými. Sledování dopadů změn vyvolaných aktivitami cestovního ruchu a míry jejich únosnosti pro dané území ale i přijatelnosti pro komunitu na něm žijící by mělo postupu vyústit v rozšíření klasického informačního, rezervačního nebo navigačního systému na informační monitorovací systém. Ten je nezbytným podkladem pro efektivní a odbornou práci destinačního managementu a měl by poskytovat nezbytné informace a zpětnou vazbu.⁶¹

- **Únosná kapacita**

Únosná kapacita je ukazatelem, který měří zranitelnost lokality a identifikuje změny v její schopnosti unést reprezentativní soubor na ní provozovaných turistických aktivit. Cílem tohoto indikátoru je odhadnout mezní hodnoty počtu návštěvníků provozujících formy cestovního ruchu, které jsou typické pro danou lokalitu. Složkami únosné kapacity jsou fyzicky, ekologicky, ekonomicky, socio-kulturně a psychologicky únosná kapacita.⁶²

- **Fyzicky únosná kapacita**

Určuje maximální množství osob, které může daný objekt či prostranství pojmout, aniž by došlo k jeho fyzické destrukci. Jedná se o nejvyšší možnou zátěž, kterou může

⁶⁰ Zelenka, J. – Pásková, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, Ministerstvo pro místní rozvoj & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 132 – 133

⁶¹ COT Business 6-2003 & Pásková, M., Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 1-7

⁶² Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 135 – 136

system daného objektu či prostranství snést nárazově, avšak opakování či pravidelnost takovéto zátěže mu může způsobit nenávratné škody.⁶³

- **Institucionálně únosná kapacita**

Zahrnuje míru administrativní připravenosti pro rozvoj cestovního ruchu, koordinace a spolupráce s místní samosprávou, úroveň osvětové činnosti.⁶⁴

- **Ekologicky únosná kapacita**

Udává maximální úroveň dlouhodobě chápané turistické zátěže, se kterou se ekosystém vyrovná bez trvalých následků. Je přímo úměrná samoregulační schopnosti daného ekosystému.⁶⁵

- **Ekonomicky únosná kapacita**

Hodnota, která vychází z Paretova optima⁶⁶ a pomocí optimalizační rovnice určuje dlouhodobě udržitelný kompromis mezi ekonomickou výtěžností a kvalitou životního prostředí v destinaci. Stanovuje míru maximálního ekonomického přínosu cestovního ruchu pro destinaci při současné minimalizaci čerpání kapitálu cestovního ruchu.

- **Socio-kulturně únosná kapacita**

Představuje hranici rozvoje cestovního ruchu, při jejímž překročení aktivity cestovního ruchu způsobují v místní komunitě negativní nevratné změny. Zpravidla dochází k narušení lokálního životního stylu, postupné ztrátě identity a změně v hodnotové hierarchii.⁶⁷

- **Psychologicky únosná kapacita**

Zahrnuje subjektivní ukazatele indikující maximální stupeň rozvoje cestovního ruchu, který je ještě kompatibilní s určitým typem turistického zážitku, vyhledávaným v daném

⁶³ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 136 – 137

⁶⁴ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 139

⁶⁵ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 138

⁶⁶ Paretovo optimum: situace, kdy neexistuje možnost zlepšení na jedné straně, aniž bychom zhoršili jinde

⁶⁷ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 139

objektu či prostranství. Hodnoty těchto ukazatelů závisí na vymezení žádoucích forem cestovního ruchu, ale také na dosavadních zkušenostech a očekávání návštěvníků.⁶⁸

3.3 Životní cyklus destinace

Životní cyklus destinace⁶⁹ představuje teoretický model vývoje turistické destinace, který je variantou obecné křivky životního cyklu výrobku aplikované v marketingu, ale také obecné logistické křivky znázorňující vývoj jakékoliv inovace v čase.

Vývoj destinace lze sledovat na základě vybraných indikátorů. To může být únosná kapacita destinace, růst počtu návštěvníků a jejich průměrných výdajů, růst podílu turistů nebo vývoje nákladů na propagaci. Dle Butlera má životní cyklus destinace šest fází.

- **Fáze objevení**

Jedná se o fázi, kdy do nové destinace zpravidla zcela neorganizovaně proudí malý počet individuálních cestovatelů, kteří preferují dobrodružnější formu cestování, které si zpravidla zajišťuje vlastními silami a na základě vlastních znalostí. Protože ve vznikající destinaci zatím neexistuje téměř žádná infrastruktura cestovního ruchu, je míra využívání místní infrastruktury a intenzita kontaktu návštěvníků s místními obyvateli značná. Místní komunitou jsou tito turisté v této fázi obvykle příznivě přijímáni.

- **Fáze vtažení**

Spolu s nárůstem objemu a pravidelnosti návštěvnosti destinace se někteří místní obyvatelé začínají realizovat v podnikání. V této fázi se postupně formuje propagace destinace. Začíná se objevovat sezónnost a změny v místní sociální kultuře. Vzrůstá rozdíl mezi obyvateli vtaženými do procesu rozvoje cestovního ruchu a zbytkem

⁶⁸ Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Gaudeamus 2008, s. 140

⁶⁹ Butler, R. W.: The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources. Canadian Geographer, No. 24, 1980, vol. 1, pp. 5–12 & Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Hradec Králové, Gaudeamus, 2008 & DOXEY, G. V. A.: Causation Theory of Visitor-Resident Irritants; Methodology and Research Inference. Paper given at San Diego, California, The Travel Research Association Conference, 1975, No. 6, TTRA, s. 195-198

obyvatel, začínají se objevovat i tlaky na samosprávu a veřejné instituce ve smyslu zabezpečení infrastruktury cestovního ruchu.

- **Fáze rozvoje**

Lokalita disponuje okruhem zdrojových oblastí. Nastává důrazná propagace cestovního ruchu v dané destinaci. S postupem této fáze aktivita místních obyvatel výrazně klesá. Atraktivita cestovního ruchu jsou rozvíjeny či dokonce uměle generovány, někdo dokonce již komercializovány a doplňovány uměle vytvořenými atraktivitami, které již nezapadají do destinace. Dochází k masovosti, která přináší nežádoucí dopady na ekonomické, fyzické, ekologické a socio-kulturní prostředí.

- **Fáze konsolidace**

V této fázi dochází ke zpomalování tempa růstu návštěvnosti, i když počet návštěvníků ještě stále roste a celkový denní počet návštěvníků alespoň v sezóně převyšuje počet stálých obyvatel. Převážná část místní ekonomiky je vázána cestovním ruchem a stává se pro destinaci životně důležitou z hlediska příjmů i zaměstnanosti. Mohou se tvořit dokonce turistická ghetta. V destinaci se začínají objevovat pobočky významných hotelových i pohostinských řetězců. Marketing a propagace nabývají značné intenzity a vyznačují se snahou rozšířit návštěvnickou sezónu. Stále vysoký objem návštěvníků vzbuzuje větší nespokojenost u místních obyvatel.

- **Fáze stagnace**

Tato fáze je nejkritičtější etapou destinačního cyklu, neboť její průběh do značné míry rozhoduje o tom, která z variant poslední fáze se stane skutečností. Počet návštěvníků dosahuje svého vrcholu, průměrná délka pobytu a průměrná útrata návštěvníka zpravidla vykazují klesající tendenci. Destinace má velice pevně zakotvenou image, ale již není moderní. Přírodní a autentické kulturní atraktivita jsou postupně vytlačeny uměle vytvořenými atrakcemi. Autenticita destinace nepředstavuje klíčovou motivaci k její návštěvě. V této fázi se zhoršení postoje místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu týká i těch, kteří jsou angažovaní, neboť přínosy se snižují, zatímco nežádoucí vlivy vysoké návštěvnosti na prostředí destinace narůstají.

- **Fáze poststagnace**

Fáze poststagnace může v závislosti na předchozím vývoji proběhnout v 5 základních variantách:

- **fáze úpadku** je výsledkem vyčerpávání zdrojů destinace, výrazného snížení kvality životního prostředí, degradace místního životního stylu, ztráty genia loci.
- **fáze poklesu** se vyznačuje postupným útlumem návštěvnosti zpravidla zapříčiněným překročením únosné kapacity území pro rozvoj cestovního ruchu a nedostatečnými investicemi do údržby a inovace infrastruktury
- **fáze stabilizace** je charakterizována udržováním stabilní úrovně návštěvnosti destinace poté, co se jí podařilo vyrovnat s předcházejícím poklesem
- **fáze adaptace** je spojena s jistými modifikacemi rozvoje cestovního ruchu a přizpůsobení únosné kapacity území, přičemž pokračující ochrana zdrojů umožní jistou míru růstu návštěvnosti
- **fáze omlazení** představuje výsledek, který vede ke změně image destinace a zvýšení její únosné kapacity pomocí efektivních metod řízení, inovací a nových technologií. Touto fází začíná nový životní cyklus destinace a opětovný vzrůst návštěvnosti. Nejvýraznějšími alternativami z hlediska životaschopnosti destinace jsou úpadek a omlazení.

3.4 Defertova turistická funkce

Negativní dopady turismu na lokalitu a místní populaci jsou vyjadřovány různými způsoby a jedním z nich je Defertova turistická funkce.

Tato funkce je ukazatelem intenzity turistické aktivity v destinaci. Počítá se jako poměr počtu stálých lůžek v destinaci a počtu rezidentů, která předpokládá přímou úměru mezi růstem turistické funkce a růstem nevraživosti rezidentů vůči návštěvníkům destinace, a

proto se často nazývá irridexem, neboli iritačním indexem, kde N je počet stálých lůžek a P počet stálých obyvatel.⁷⁰

$$T(f) = N/P \times 100$$

V případě, že vypočtená funkce irridexu je menší než 4, v destinaci se téměř žádná turistická aktivita nevyvíjí, hodnota v rozmezí 4 – 10 udává pro destinaci nevýraznou turistickou aktivitu, hodnota v rozmezí 10 – 40 významnou, ale nepřevažující turistickou aktivitu, převážně turistická destinace vykazuje hodnotu v rozmezí 40 – 100, významná destinace hodnotu 100 – 500 a hodnota irridexu pro hyperturistickou destinaci překračuje 500. Tato funkce uvažuje ale pouze turistická lůžka, nezohledňuje jednodenní návštěvníky.

3.5 Iritační index

Turistická iritace označuje proces vývoje vztahu místních obyvatel k cestovnímu ruchu na území dané destinace. Doxeyho iritační index⁷¹ ilustruje, jak interakce mezi turisty a residenty může vyústit do různých stupňů iritace.

Residenti prochází čtyřmi stadii:

- euforie – počáteční fáze rozvoje, návštěvníci i investoři jsou vítáni a ze strany místní správy existuje minimální plánování a kontrolní mechanismus
- apatie – návštěvníci jsou bráni na milost a dochází k přímému kontaktu návštěvníka s residentem, vztah je spíše formální až komerční, proces plánování zahrnuje spíše marketing
- znechucení – residenty mají obavy z cestovního ruchu jako průmyslu, nositele rozhodnutí hledají řešení ve zvyšování infrastruktury místo omezení růstu turistů
- antagonismus – vyjádření odporu, návštěvníci jsou vnímáni jako tvůrci problémů

⁷⁰ Kiralová, A.: Marketing: destinace cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2003, s. 27 & Czech institute for tourism and management, o.p.s.: Ekonomický a sociální pilíř udržitelného cestovního ruchu v České republice k 2007, [on-line], [citace 18.11.2013], dostupné z [www: http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/3512.aspx](http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/3512.aspx)

⁷¹ DOXEY, G. V. A.: Causation Theory of Visitor-Resident Irritants; Methodology and Research Inference. Paper given at San Diego, California, The Travel Research Association Conference, 1975, No. 6, TTRA, s. 195-198

4 Analýza dopadů cestovního ruchu na vybrané destinace

4.1 Dětenice

4.1.1 Selektivní předpoklady cestovního ruchu

Obec Dětenice spadá do NUTS III kraje Královéhradeckého a NUTS IV okresu Jičín. Dětenice se nachází v jižní části okresu Jičín a jihovýchodní části Českého ráje. Geomorfologicky je celé součástí České tabule. Okolní oblast má charakter pahorkatiny.

Obec Dětenice se skládá ze tří historických částí: Dětenice, Osenice, Brodek. Všechny tři části leží na rozhraní tří okresů Jičín, Mladá Boleslav a Nymburk, proto se také Dětenice staly ústřední obcí svazku obcí „Mikroregion Rozhraní“. Obec sama patří do Královéhradeckého kraje a do okresu Jičín. V obci žije 723 obyvatel. (údaj k 1. 1. 2012) Okolí je obklopeno lesy, pahorky, loukami, poli a mnoha rybníky. Je to kraj bez průmyslu a větších silnic. Kraj malých vesniček a měst s krásnou lidovou architekturou. Je to místo pro turistu zatím zapomenuté. Dětenice leží v zemědělské oblasti s kvalitní zemědělskou půdou. Její celková katastrální plocha je 1767 hektarů, z toho orné 55% orné půdy. V obci je základní škola nižšího stupně a mateřská škola, sportovní hřiště, knihovna, sokolovna, poštovní úřad, kostel a hřbitov. U základní školy začíná školní naučná stezka Viničky.⁷²

4.1.2 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

Jižně od Dětenic na hranici okresů Jičín a Nymburk se nachází chráněné území Rožďalovické rybníky⁷³.

Kaple Svatého Jana Nepomuckého na návsi v Dětenicích, kostel Narození Panny Marie v centru Osenic s unikátními varhany a oltář Svatého Salvátora jsou na seznamu kulturních památek České republiky. Součástí hmotného kulturně-historického dědictví jsou také původní domy z osmnáctého a devatenáctého století, budova sokolovny,

⁷² Obec Dětenice. [online]. [cit. 8.4.2013]. Dostupné z www: <http://www.obecdetenice.cz/>

⁷³ Ptačí oblast Rožďalovické rybníky byla vyhlášena nařízením vlády č. 606 ze dne 27. října 2004. Toto významné ptačí území se nachází na rozhraní Královéhradeckého a Středočeského kraje. – zdroj: Zákony pro lidi, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-606>

osenický hřbitov s kaplí, budova bývalých lázní na Viničkách, hasičská zbrojnice se zvoničkou v Brodce a množství kapliček a křížů podél cest.⁷⁴

V obci se dochovaly tradice velikonočního koledování, pálení čarodějnic, poutí, posvícení a karnevalů pro děti i dospělé. Nově je zde zavedena tradice vynášení zimy a mikulášská zábava. Dále jsou to tancovačky, plesy a zábavy organizované obcí a místními spolky a sraz rodáků. V obci je také amatérský divadelní spolek Korálka. V Osenicích se koná festival Foersterovy Osenice. Vždy první sobotu v červnu přijíždí amatérské pěvecké sbory z Čech a Slovinska, aby zde uctili památku českého skladatele, spisovatele, básníka a malíře Josefa Bohuslava Foerstra, jehož dědeček pocházel z Osenic.⁷⁵

Přes obec vede cyklotrasa číslo 14 vedoucí z Jičína do Rožďalovic, která měří 26,5 kilometrů, cyklotrasa číslo 8451 z Dětenic do Dobrovic měřící 18 kilometrů a okružní cyklotrasa z Kopidlno v délce 58,62 kilometrů.⁷⁶

4.1.3 Realizační předpoklady cestovního ruchu

Tato obec by byla pravděpodobně nevýznamným turistickým cílem, pokud by zde nebyl zbudován Zámecký resort Dětenice. V roce 1998 pan Pavel Ondráček, majitel cestovní kanceláře Aro Tour, koupil zchátralý zámek, opravil ho, zařídil a počátkem roku 2000 ho zpřístupnil veřejnosti. V roce 2003 zakoupil i poblíž stojící chátrající pivovar, který také opravil, včetně obnovení tradiční výroby piva a otevření Středověké krčmy. V době svého založení to byl v České republice styl podniku, který neměl ani obdoby ani konkurenci. Svérázný styl obsluhy, neobvyklé zařízení tohoto prostoru, ale i program, který je zde nabízen láká každým rokem víc a víc turistů.⁷⁷

Zámek Dětenice a zámecká zahrada

Zámek, který byl od padesátých let minulého století majetkem státu, byl využíván jako zvláštní internátní škola a bez celkové rekonstrukce by pravděpodobně úplně zchátral. V

⁷⁴ Obec Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.obecedetenice.cz/domain/obecedetenice/files/dok/2011/UP%20SEA%20Detenice%20-%20Z1.pdf>

⁷⁵ Obec Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z <http://www.obecedetenice.cz/kultura/foerstrovy-osenice/>

⁷⁶ Cykloserver, cykloatlas online, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.cykloserver.cz/cykloatlas/#pos=50.37257P15.17698P15>

⁷⁷ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.zamekdetenice.cz/historie>

roce 2000 byl znovu zpřístupněn veřejnosti. Na zámku jsou prováděny tematické celoroční komentované prohlídky. Je možnost uspořádat svatební obřad včetně hostiny, jakékoliv firemní nebo kulturní akce.⁷⁸

Středověká krčma

Krčma se nachází v prostorách pivovaru a je považována za druh projektu, který do roku 2003 nebyl v Čechách realizován. Má kapacitu 800 míst. Je stylizována do středověkého prostředí a celý koncept umocňuje i specifické oblečení, vystupování a chování obsluhy. Menu krčmy je připravováno na otevřeném ohni, jí se rukama a je zde nabízeno tradiční dětenické pivo. Krčma nabízí různé formy středověkých programů, kdy je host obklopen skupinou tanečnic, šermířů, kejklířů, žebráků a fakírů, kteří se starají o zábavu a rozptýlení. Ve Středověké krčmě je možnost mít rodinnou i svatební hostinu či podnikový večírek.⁷⁹

V roce 2005 obdržela Středověká krčma ocenění za úspěšný gastronomický koncept bronzovou plaketu Jaroslava Vašaty⁸⁰. Ocenění může obdržet restaurace nebo řetězec restaurací, kavárna, cukrárna a řetězce těchto zařízení, stejně jako podnik účelového stravování. Za úspěšný označuje redakce ten koncept, který má zajímavý nápad a kvalitu produktu dokazuje vysoká návštěvnost a oblíbenost těchto podniků. Důležitý je i fakt, že se koncept dále rozvíjí.

Zámecký pivovar

Od roku 1948 pivovar chátral a pustnul až do roku 2000, kdy ho koupili noví majitelé, kteří obnovili tradiční výrobu piva a pivovar zrestaurovali. Návštěvník může vidět historické sklepy, pivovar a vaření piva podle tradičního receptu. Jedná se o nepasterované pivo, které je pojmenováno Pivo lásky.⁸¹

⁷⁸ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www: http://www.zamekdetenice.cz/](http://www.zamekdetenice.cz/)

⁷⁹ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www: http://www.krcmadetenice.cz/](http://www.krcmadetenice.cz/)

⁸⁰ COT Business, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www: http://www.cot.cz/index.php? Page=200 &jazyk=1&id=6730&srchtxt=d%ECtenice](http://www.cot.cz/index.php?Page=200&jazyk=1&id=6730&srchtxt=d%ECtenice)

⁸¹ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www: http://www.pivovardetenice.cz/](http://www.pivovardetenice.cz/)

Středověký hotel

Středověký hotel byl otevřen v prosinci 2009 a doplňuje na koncept Středověké krčmy a nabízí formu zážitkové turistiky. Je zde 41 stylově vybavených pokojů, kde se může ubytovat až 80 hostů, s přistýlkou je to až 105 hostů.⁸²

Hotel Rustikal

Hotel má kapacitu 46 lůžek, s přistýlkou je to 65 lůžek. Součástí hotelu je restaurace s pizzerií. Hotel není v areálu zámku, ale patří k resortu a je orientován spíše na firemní klientelu.⁸³

Kolbiště

Středověké kolbiště bylo vybudováno ihned po opravách stájí v roce 2009. Na tomto kolbišti probíhají letní a zimní rytířské turnaje.⁸⁴

Doprava

Největším problémem v této obci je doprava. Území leží v silniční síti II. třídy. Nejbližší rychlostní silnice R10 – mladoboleslavská je vzdálena 20 km. Zajištěna je pouze autobusová doprava, omezená jen na nejméně frekventovanější časové intervaly. Dříve zde fungovala i vlaková doprava, ta však byla v roce 2009 zcela zrušena.

Obec Dětenice je od roku 2013 hlavním organizátorem prázdninové vlakové dopravy, kterou společně s Královéhradeckým krajem a okolními obcemi zajišťuje a financuje. Letní vlaky o prázdninových víkendech provozuje občanské sdružení Mladoboleslavský železniční spolek. Trasa vlaku: Mladá Boleslav – Bakov nad Jizerou – Dolní Bousov – Sobotka – Rabakov – Dětenice – Kopidlno – Jičín – Jinolice – Libuň – Libošovice – Sobotka – Dolní Bousov.⁸⁵

⁸² Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.stredovekyhotel.cz/>

⁸³ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.hotelrustikal.cz/>

⁸⁴ Zámek Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.konedetenice.cz/>

⁸⁵ Obec Dětenice, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.obcedetenice.cz/vlakova-doprava/>

4.1.4 Monitoring turistických toků

Jako orientační ukazatel zátěže území cestovním ruchem slouží přehled o počtu návštěvníků. Obec Dětenice se díky Zámeckému resortu Dětenice stala velmi oblíbeným a vyhledávaným turistickým cílem.

Dle statistických údajů je již několik let Resort Dětenice druhým nejvyhledávanějším turistickým cílem v Královéhradeckém kraji a jeho návštěvnost stále stoupá. Tento resort v roce 2009 navštívilo více než 147 tisíc návštěvníků, v roce 2010 to bylo více než 167 tisíc návštěvníků, v roce 2011 to bylo dokonce 180 tisíc návštěvníků zámeckého resortu. V roce 2012 počet opět stoupl na 195 tisíc návštěvníků.⁸⁶

TOP 5 nejnavštěvovanějších turistických cílů v Královéhradeckém kraji⁸⁷

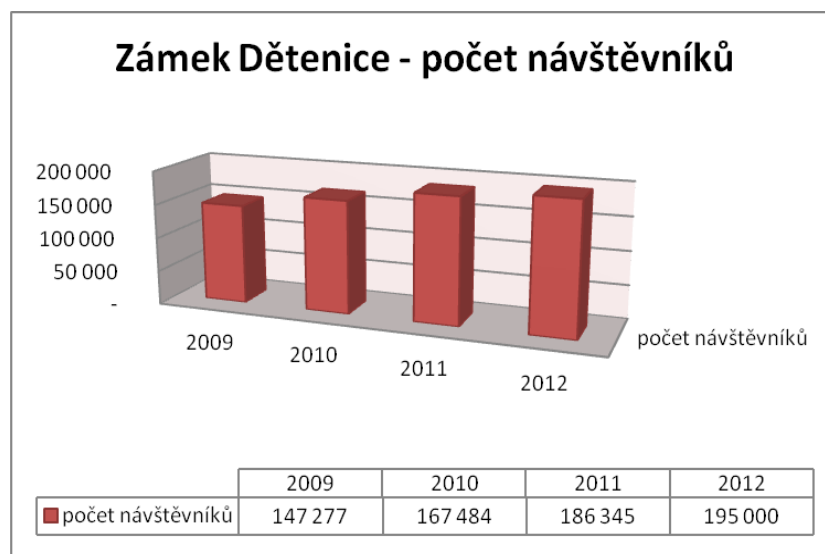
Pořadí	název objektu	počet návštěvníků v roce 2011 (v tis. osob)
1.	Zoologická zahrada Dvůr Králové	411,4
2.	Zámek Dětenice	186,3
3.	Galerie Zdeňka Buriana, Dvůr Králové	87,0
4.	Krkonošské muzeum při správě KRNAP muzeum, galerie	64,6
5.	Hrad Kost	63,8

Vlastní zpracování, zdroj dat: COT Bussines

⁸⁶ Národní informační středisko pro kulturu, statistika kultury, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_pamatek_2012.pdf](http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_pamatek_2012.pdf)

⁸⁷ COT Business, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z [www:http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040815739&srchtxt=d%ECtenice](http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040815739&srchtxt=d%ECtenice)

Graf 1 Dětenice - počet návštěvníků 2009-2012



Vlastní zpracování, zdroj dat: Nipos-MK – statistika kultury

4.1.5 Aplikace Butlerova modelu na resort Dětenice

Tato destinace se dle definice Butlerova modelu nachází ve fázi stagnace a poststagnace. Vykazuje vysoký počet návštěvníků, přírodní a autentické kulturní atraktivity jsou vytlačeny uměle vytvořenými atrakcemi, které jsou hlavním motivem návštěvy destinace. Autenticita destinace nepředstavuje klíčovou motivaci k její návštěvě. Postoje místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu nejsou kladné, neboť nežádoucí vlivy vysoké návštěvnosti na prostředí destinace narůstají. Vzhledem k dopravní zátěži došlo k výraznému nárůstu provozu a s tím vzniklé zvýšené hlukové zátěži v obci.

Fáze poststagnace se zde projevuje snížením kvality životního prostředí pro místní obyvatele vlivem vysoké turistické zátěže. Vzhledem k neustálému rozšiřování resortu a novým nabídkám kulturních a zábavních aktivit zde současně dochází i k přiměřené stabilizaci, neboť pro návštěvníka se nově nabízené atraktivity stávají novou možností pro výletní cíl. Vzhledem k dobře aplikovaným marketingovým strategiím a neustálou snahou o inovace tato destinace opakovaně prochází fázemi stagnace a poststagnace.

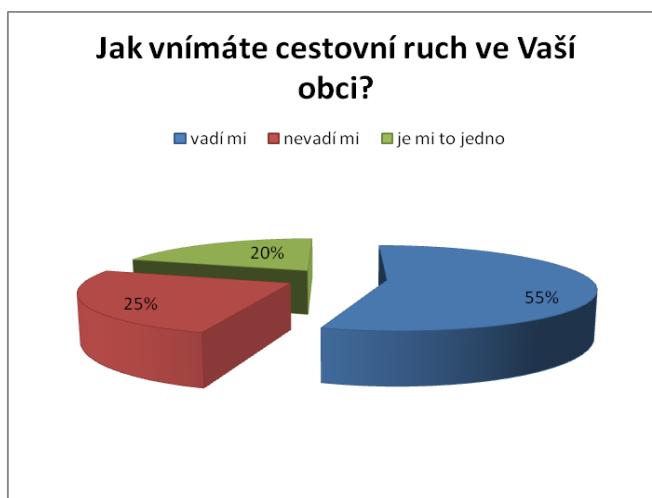
4.1.6 Vyjádření starosty obce Dětenice

Pan starosta obce se vyjádřil k dané problematice poměrně stroze. Z jeho přístupu byly patrné známky apatie, stejně jako u většiny dotazovaných místních obyvatel. Přesto bylo shledáno kladně, že pro tento výzkum poskytl požadované odpovědi. V souvislosti se zahájením provozu zámeckého resortu Dětenice k rozvoji obce, dle názoru pana starosty, nedošlo. Nebyl schopen zhodnotit, zda v návaznosti na provoz resortu vznikly nové podniky či se rozšířily možnosti podniků stávajících. Pozitivně hodnotí vznik pracovních příležitostí místním občanů. Nedokáže a zdržuje se hodnotit, co je největším přínosem a pozitivem cestovního ruchu pro Dětenice, ale připouští občasnou spolupráci resortu s obcí. Jako příklad uvádí zajištění vytápění školy a Sokolovny odpadním teplem z bioplynové stanice Dětenice. Je názoru, že obec je výrazně zatížena cestovním ruchem během celého roku s rostoucím náparem v sezoně. Hlavní přínos cestovního ruchu pro obec nedokáže specifikovat, nicméně jako hlavní negativní dopady identifikuje nekázeň návštěvníků, nepořádek, hluk nebo zvýšenou dopravu. V obci podle jeho vyjádření nejvíce schází parkovací a odstavné plochy, kvalitnější dopravní infrastruktura nebo lepší dostupnost hromadnými dopravními prostředky.

4.1.7 Analýza – obyvatel obce Dětenice

Bylo provedeno zjišťování, jak občané vnímají cestovní ruch. Toto šetření ukázalo, že více než polovina dotazovaných uvedla, že jí cestovní ruch vadí. Pouze čtvrtině dotazovaných cestovní ruch v obci nevadí. Dvacet procent dotazovaných uvedlo, že jim je cestovní ruch v jejich obci lhostejný. Zjištěné výsledky jsou názorně uvedeny v příloženém grafu.

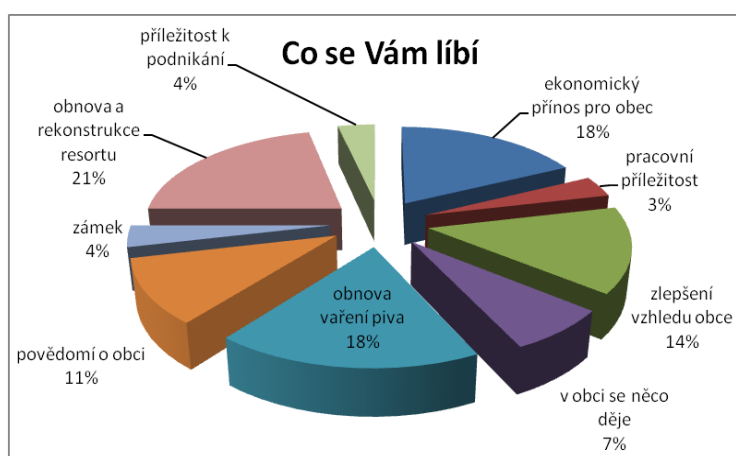
Graf 2 Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?



Zdroj: Vlastní šetření

Dalším předmětem zjišťování bylo, co se místním občanům na cestovním ruchu líbí. 21 % dotazovaných uvedla, že se jim líbí, že došlo k rekonstrukci zámku a byl obnoven zámecký resort a park. 18 % procent dotazovaných chválí ekonomický přínos cestovního ruchu pro obec a také obnovu vaření piva v místním pivovaru. S tímto úzce souvisí i kladné hodnocení od 14 % respondentů, kdy je chváleno celkové zlepšení vzhledu obce. 11 % obyvatel se také líbí povědomí o jejich obci, publicita resortu a s tím spojená i publicita obce. Dále byly kladně hodnoceny i nové příležitosti k podnikání (4 %) a možnost nových pracovních příležitostí (3 %).

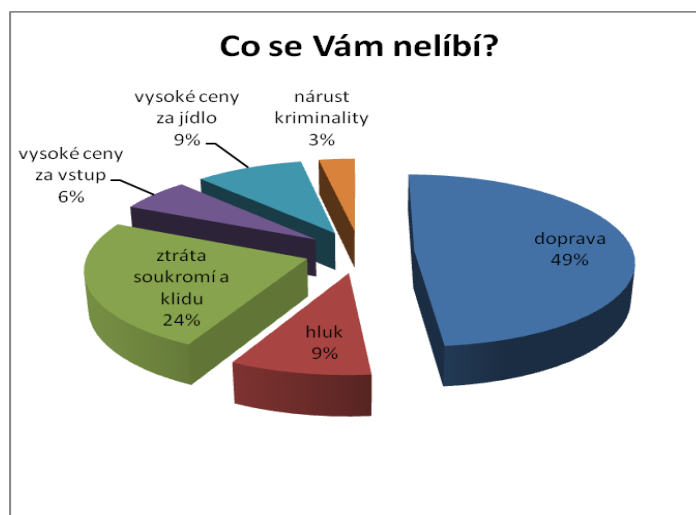
Graf 3 Co se Vám na cestovním ruchu ve Vaší obci líbí?



Zdroj: vlastní šetření

Při zjišťování negativ byla jako hlavní problém označena doprava a nadměrná hustota provozu a to u 49 % dotazovaných. Dalším závažným problémem pro místní občany je ztráta soukromí a klidu nebo rušení nočního klidu vlivem nepřetržitého náporu turistů, což uvedlo 24 % dotazovaných. S tímto problémem souvisí i zvýšení hluku v obci. Dalé jsou negativně vnímány vysoké ceny za vstup, vysoké ceny za jídlo a nárůst kriminality.

Graf 4 Co se Vám na cestovním ruchu ve Vaší obci nelíbí?



Zdroj: vlastní šetření

Jako doplňující otázka bylo zjišťováno, zda dotazovaní respondenti tento resort navštěvují. Bylo zjištěno, že 90 % dotazovaných resort navštívilo, ale opakovaně již tuto návštěvu nerealizuje. 75 % respondentů odpovědělo, že resort nenavštěvuje, pouhých 25 % odpovědělo, že ano, ale většinou se jedná pouze o návštěvy dětenické krčmy.

Většina dotazovaných uvedla, že negativně vnímá i prezentaci a způsob zábavy ve středověké krčmě, kdy je s hosty jednáno „jako ve středověku“, ovšem nevhodným, často až vulgárním způsobem, to je místními obyvateli vnímáno jako cíleně plánovaná komerční záležitost. Většina dotazovaných se domnívá, že toto jednání nemá se středověkem nic společného. Občané uvedli, že jejich počáteční nadšení a radost z obnovy zámku a postupného budování a rozšiřování resortu nadmírou a stále se zvyšujícím přílivem dalších turistů dávno opadla a v některých případech se změnila v averzi, až nechuť ke všem návštěvníkům Dětenic. Většina obyvatel nad současným stavem už rezignovala, situaci se nepokouší nijak řešit, ale pouze s obavami vyčkává,

jaký další podnikatelský záměr jejich obci čeká. Je jen velmi malá část obyvatel, kterým cestovní ruch a dění v obci nevadí a vnímá ho pozitivně. Kladně je hodnocen cestovní ruch, který přímo souvisí s návštěvami zámku. Jako nejvíce nežádoucí byl označen cestovní ruch spojený s provozem Středověké krčmy.

4.1.8 Výpočet indexů udržitelného rozvoje

Defertova turistická funkce

$$T(f) = N * 100 / P$$

$$T(f) = 175 * 100 / 528$$

$$T(f) = 33,075$$

Dle Defertovy turistické funkce je zjištěno, že se jedná o destinaci s významnou, ale nepřevažující turistickou aktivitou. Zjištěný výsledek je ale zavádějící, neboť Defertova turistická funkce zohledňuje pouze turisty, kteří v destinaci přenocují. Resort Dětenice je ovšem navštěvován převážně jako cíl jednodenních výletů, takže zjištěný ukazatel nemá pro tento výzkum požadovanou vypovídací schopnost.

Hustota výskytu turistů

$$(186\ 345 * 1,1) / 17,67 / 365 = 31,78$$

Výsledek znamená, že ve sledované destinaci jsou denně 31,78 turistů na 1 km². Vzhledem k tomu, že tato funkce počítá celkovou plochu, tedy katastrální území a ne pouze plochu sledované obce, je i přes to hustota výskytu turistů v této destinaci velmi vysoká.

Iritační index

Dle Doxeyho stupnice hodnocení interakce rezidentů vůči turistům byly shledány u místních obyvatel dle vlastního šetření znaky apatie a v některých případech dokonce hraničící se znechucením.

4.1.9 Rozbor konceptu středověké krčmy – srovnání se středověkem v konzultaci s PhDr. Janou Vojtíškovou, Ph.D.

Jednou z hlavních turistických atrakcí je dětenická Středověká krčma. Celá tato koncepce je marketingově prezentována jako ukázka středověku. Interiér krčmy je vybaven dubovými stoly a lavicemi, na zemi je podestláno slámou a osvětlení zajišťují svíčky. Dekorací jsou louče, kovové svícný, různé typy křížů až po výzdobu z lebek. Zaměstnanci krčmy jsou oblečeni v kostýmech a jejich vystupování, mluvený projev a jednání s hosty je poněkud specifické. Jídelní lístek se jmenuje „žrádelník“, jídlo je nazýváno žrádlem a nápoje chlastem. Servírování pokrmů je na těžkých keramických talířích, ale příbor zde host nedostane. Jednání obsluhy je v nevybíravé až hrubé a v některých případech v rozporu se zásadami slušného chování. Úcta k hostu zde není téměř patrná a vulgární a neslušné chování je prezentováno jako středověké. Středověk v prezentaci dětenické krčmy se rovná urážkám, nadávkám a hrubému chování personálu na hranici vulgarity.

Ukázka výrazů používaných ve středověké krčmě⁸⁸:

„Holomku, ty jsi zmatenej jak lesní včela!“

„Co si dáte k žrádlu a k chlastu?“

„Hnáty si zlámej, selko!“

„Jaký záchody? Na latrýnu jedine, nebo na hnůj!“

„Kde sis to jako uhnala? Někde na seně?“ - uvítání těhotné ženy

„Tak s Pánem Bohem panenka, sejdeme se na seníku.“

Host: „Mohl bych prosím dostat párátko?“ Obsluha: „Nemám čas, nevotravuj a utrhni si třísku ze stolu!“

Host: „Mohla byste mi přinést příbor?“ Obsluha: „Žrát doma pařátama tě neučili?“

Coca cola = čertova moč

Sprite = žabí hlen

Fanta = panenská moč

⁸⁸ Autorova vlastní zkušenost & osobní vyprávění zaměstnankyně dětenické krčmy

PhDr. Jana Vojtíšková, Ph.D., která se věnuje problematice středověku, byla požádána o konzultaci a názor na tuto koncepci a formu prezentace středověku ve Středověké krčmě v Dětenicích.

Citace: „Výše zmíněné výrazy nemají s historií nic společného. Jsou to vymyšlené věty, které usilují o překvapení, šok, zajímavost, přijít s něčím jiným ... Vycházejí z představy, že středověk byl „syrový“. Ovšem ve středověkém právu nebylo naprosto přípustné někoho bezdůvodně urážet, to je zásadní rozpor. To by šli před soud. Takže ono „hraní“ si na středověk má závažné trhliny. Snad jen s tím přiborem jsou poblíž pravdy. Je třeba si klást otázku, do jaké míry „turista“ představovanému modelu uvěří a bude si myslet, že takto to skutečně chodilo. To je na tom asi to nejnebezpečnější... Jejich mluva byla jistě jednoduchá, nikoli však takto zásadně a v podstatě výlučně vulgární. (Dokážu si představit, že byl-li někdo z hostů opilý a dotěrný, mohla ze strany obsluhy vyletět i nějaká sprostá slova, v podstatě něco jako obrana.) Spíš bych to interpretovala jako pokleslost dnešní kultury.

Prezentace středověku touto formou pouze ukazuje komerční zneužití historie!.,

4.1.10 Brigádnice ve Středověké krčmě – volný rozhovor

Pro podrobnější analýzu návštěvníka a získání upřesňujících dat o návštěvnosti a provozu Středověké krčmy byla o rozhovor požádána zde pracující brigádnice. Na otázku, zda středověkou krčmu navštěvují i místní obyvatelé a v jakém poměru k turistům bylo uvedeno, že odhadem tak v poměru jeden místní obyvatel na čtyři sta turistů. Jako hlavní motiv pro návštěvu destinace byl uveden nevšední zážitek, dále zámek, pivovar a program pro děti i dospělé. Hlavními typy hostů byly jmenovány organizované zájezdy, rodiny s dětmi nebo páry a skupiny mladých. Nejvyšší národnostní skupinou návštěvníků zde jsou Češi, ale také Rusové a Němci. Na dotaz, jaký je nejčastější dopravní prostředek pro návštěvu destinace, bylo odpovězeno, že auto nebo autobus prostřednictvím cestovní agentury.

Návštěvnost v letní sezoně byla definována jako o mnoho vyšší díky turistům ze zahraničí. Dotazovaná odhaduje, že v letní sezoně navštíví pouze Středověkou krčmu sedm set až osm set osob denně.

Dále uvádí, že jen večer, když bývá krčma plně obsazena, je kapacita krčmy asi tak pět set hostů. V zimní sezoně odhaduje, že jmenovaný podnik navštíví kolem tři sta až čtyři sta hostů denně. Myslí si, že cestovní ruch zde místním občanům vadí, ale také zmiňuje, že mohou být vděční za nabízená pracovní místa, kterých v této době přebytek není. Jako hlavní dopady cestovního ruchu pro obec byla označena pracovní místa pro místní občany, finanční přínos vesnici, společenské akce, údržba vesnice a okolí, dále také však velký provoz na silnici a o víkendech až nepříjemný rozruch.

4.1.11 Analýza - návštěvník – Dětenice

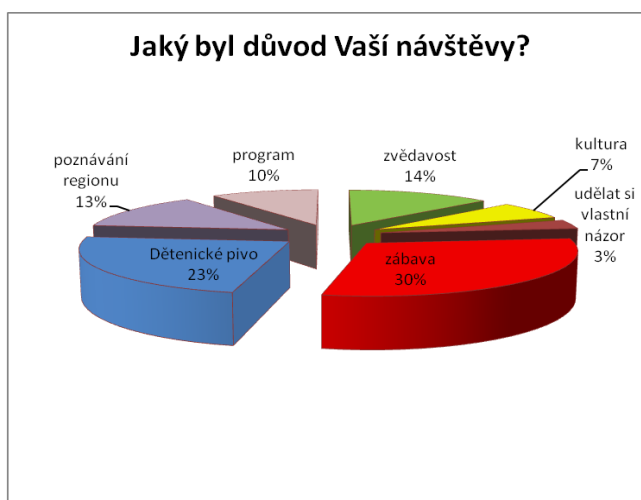
V obci bylo provedeno i dotazníkové šetření u návštěvníků obce. Bylo zjišťováno, odkud se o dětenickém resortu dozvěděli, jaký byl jejich cíl a důvod návštěvy, zda se jim zde líbilo nebo nelíbilo a zda přijedou znovu. Součástí dotazování bylo hodnocení, zda prezentovaná středověká krčma navozuje v návštěvnících pocit přiblížení nebo shodu se středověkem.

Dětenický resort má velmi dobrou marketingovou strategii, díky níž se stal oblíbeným výletním cílem. 27 % dotazovaných navštívilo destinaci díky propagačním marketingovým nástrojům. Více než polovina dotazovaných přijela na základě doporučení nebo vyprávění známých nebo příbuzných a kamarádů. To vypovídá o vysoké významnosti ústního podání a doporučení osob, které lokalitu navštívily a byly nějakým způsobem osloveny nebo ovlivněny. Tato forma propagace v takové síle není úplně typickým jevem. V případě daného resortu byla velmi silná v počátcích rozvoje, hlavně v případě středověké krčmy, neboť se pro návštěvníka jednalo o netypický zážitek a neobvyklou formu zábavy, kdy návštěvník je zpočátku ohromen i šokován zároveň. V počáteční fázi rozvoje byl koncept středověké krčmy v Česku tak netypický, že si návštěvníci, kteří krčmu viděli, o tomto zážitku vyprávěli tak často a barvitě, že svým vyprávěním motivovali další návštěvníky. Dětenický resort má velmi dobrou prezentaci na webu, stránky aktualizuje a doplňuje a díky internetovým zdrojům si vybralo tento resort jako turistický cíl 17 % návštěvníků. Zajímavým jevem je, že pouhá 3 % návštěvníků přijela do Dětenic díky informacím z turistického informačního centra. To může být zapříčiněno vysokou informovaností návštěvníků, kdy návštěvník má jasně daný cíl a informace má již shromážděny před plánovanou cestou, nebo důvodem může

být upadající zájem o turistická informační centra díky moderním komunikačním technologiím

Vzhledem k tomu, že Dětenice je malá obec, která by bez dětenického resortu pravděpodobně turistickým cílem vůbec nebyla, byly zkoumány důvody návštěvy této obce. Bylo zjišťováno, zda turisté vyhledávají nějaké místní a tradiční zvyky anebo, zda jsou již o možnostech informováni a jaký je hlavní důvod jejich návštěvy. Nejvyšší procento u odpovědí bylo, že důvodem návštěvy této destinace byla zábava a pobavení. Tuto odpověď uvedlo 30 % dotazovaných, 23 % odpovědí bylo, že důvodem návštěvy bylo Dětenické pivo, tedy pivo vařené v místním pivovaru podle staré receptury. 14% návštěvníků uvedlo, že byli zvědaví na resort, o kterém v minulosti slyšeli nebo zde již byli zvědaví na další vývoj a rozvoj tohoto resortu. 13 % dotazovaných se zde zastavilo během poznávání regionu nebo cestování v okolí. 10 % návštěvníků přilákal středověký program v krčmě nebo jiný zde prezentovaný program. 7 % procent návštěvníků přijelo za kulturou nebo prohlídkou zámku. Zajímavé bylo i zjištění, že 3 % návštěvníků přijela, aby si viděla tento resort a mohla si udělat vlastní názor a úsudek o tomto resortu.

Graf 5 Jaký byl důvod Vaší návštěvy



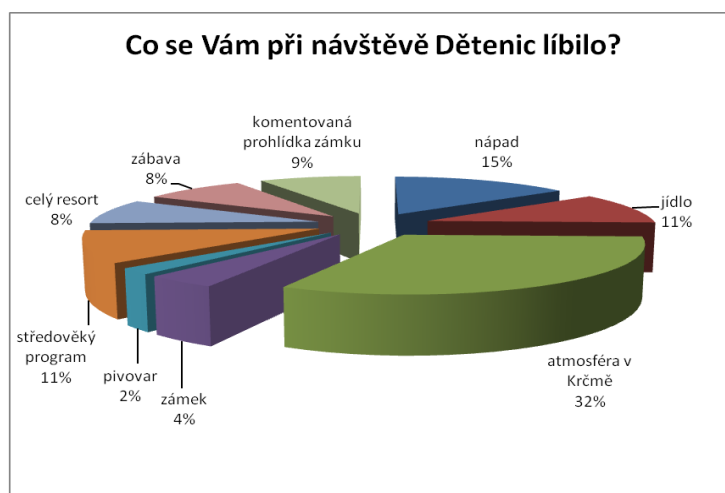
Zdroj: vlastní šetření

Na základě výstupů z provedeného šetření bylo sestaveno hodnocení návštěvníků o tom, co se jim v dětenickém resortu líbilo a nelíbilo. Poměrně zajímavým výstupem bylo hodnocení 32 % dotazovaných, kdy jako nejlépe hodnocenou byla atmosféra ve středověké krčmě. To bylo vzhledem ke kontroverznosti názorů na obsluhu,

vystupování, mluvu i prostředí v krčmě poměrně zajímavým zjištěním. 15 % dotazovaných kladně hodnotí dobrý nápad a odlišný způsob provozování hostinského zařízení. 11 % respondentů kladně zhodnotilo jídlo v krčmě a středověký program v krčmě nebo další zde provozované programy. 9 % návštěvníků bylo spokojených při komentované prohlídce zámku a velmi kladně hodnotí nápaditost a zábavnou formu komentované prohlídky hlavně pro děti. Dále bylo kladně hodnoceno: celkový resort, jeho úprava a udržovanost a neustálé zlepšování (8 %), zde nabízené formy zábavy a zpestření volného času (8 %), pivovar a jeho prohlídka (2 %).

Negativně byly hodnoceny vysoké ceny jídla, vysoké vstupné a vstupné, které je nutné platit do středověké krčmy v době, kdy je zde provozován středověký program. S těmito negativy bylo nespokojeno 24 % dotazovaných. 21 % dotazovaných uvedlo, že se jim nelíbí slovník, chování a forma obsluhy ve středověké krčmě. 10 % dotazovaných uvedlo, že se jim nelíbí interiér zámku, forma jeho rekonstrukce a restaurování některých jeho částí, případně složení a kompozice historických objektů zde. Další negativní odpovědi byly: masovost cestovního ruchu zde (7 %) a jídlo, které dotazovým nechutnalo (5 %).

Graf 6 Co se Vám při návštěvě Dětenic líbilo



Zdroj: vlastní šetření

Vzhledem k prezentaci středověké krčmy i jejího programu bylo zjišťováno, zda návštěvníkům tato atraktivita něco přinesla, zda mají pocit, že jim návštěva krčmy přiblížila středověk, nebo že se o středověku dověděli něco nového. 80 % návštěvníků v tomto případě odpovědělo negativně, ale zároveň to prý ani nebylo očekáváno,

vzhledem k hlavnímu cíli, což byla zábava a ne poučení nebo vzdělání se. 20 % návštěvníků mělo pocit, že jim středověká krčma, forma stolování a styl prostředí pocit středověku navodilo.

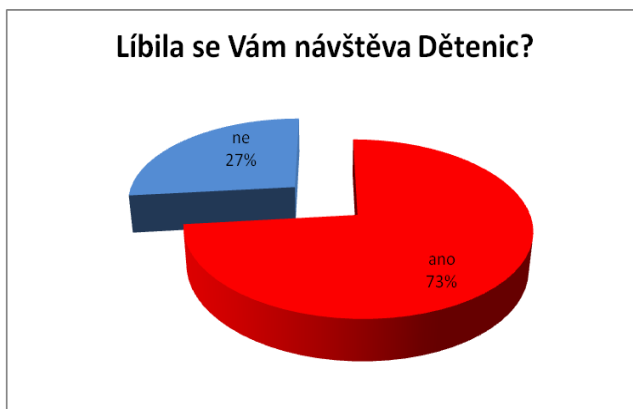
Graf 7 Hodnocení prezentace středověku ve Středověké krčmě



Zdroj: vlastní šetření

Aby byl zjištěn celkový dojem z návštěvy této destinace, byla položena otázka, zda se dotazovaným návštěva Dětenic líbila nebo nelíbila. 73 % dotazovaných odpovědělo, že ano, 27 % odpovědělo, že ne. Dále, pro představu o dalším vývoji destinace, byla položena otázka, zda návštěvníci přijedou znovu. Více než polovina dotazovaných návštěvníků (56 %) uvedla, že ano, téměř třetina (26 %) uvedla, že ne a 17 % dotazovaných uvedlo, že zatím neví.

Graf 8 Líbila se Vám návštěva Dětenic



Zdroj: vlastní šetření

4.1.12 Analýza – náhodný respondent mimo sledovanou destinaci

Pro testování o obecném povědomí o destinaci, rozšíření souboru dat o návštěvnosti a dalších jevů byl sestaven dotazník pro náhodného respondenta mimo zkoumanou lokalitu. Data získaná pomocí tohoto dotazníku budou použita také pro statistické výstupy. Veřejná adresa výsledků výzkumu je: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/detenice-neco-vice/>.

Z vlastního šetření prostřednictvím internetového dotazníku byly získány odpovědi sto padesáti dvou respondentů. Z těchto respondentů bylo v Dětenicích osmdesát sedm osob. Ti tvoří podmnožinu, která odpovídá na další otázky. Ostatních šedesát pět respondentů (42,8 %) v Dětenicích nikdy nebylo a z dalšího šetření odpadá.

Tabulka 2 Výstup SPSS - Byl jste někdy v Dětenicích?

Statistics					
Byl jste někdy v Dětenicích?					
N	Valid	152			
	Missing	0			
Byl jste někdy v Dětenicích?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ano	87	57,2	57,2	57,2
	ne	65	42,8	42,8	100,0
	Total	152	100,0	100,0	

Zdroj: vlastní šetření, zpracováno pomocí SPSS

Z osmdesáti sedmi osob, které v Dětenicích byly, je sedmdesát žen a sedmnáct mužů. Více než dvěma třetinám návštěvníků se v Dětenicích líbilo (67,8 %). Za záporné odpovědi lze považovat jak odpověď „ne“ (10,3 %), tak odpověď žádnou (21,8 %).

80 % návštěvníků se o Dětenicích dozvědělo především od známých. Jako motiv pro návštěvu uvedlo 44 % návštěvníků zábavu ve středověké krčmě a téměř 40 % uvedlo zvědavost. Na otázku, co se návštěvníkům v Dětenicích nejvíce líbilo, uvádějí koncept středověké krčmy, atmosféru v krčmě, zámek nebo pivovar, jídlo a zábavu. Negativně

jsou komentovány vysoké ceny, komercializace a masovost. Méně časté byly odpovědi jako vstupné a slovník a chování obsluhy.

Další návštěvu Dětenic plánuje 47,1 % návštěvníků a dalších 35,6 % je nerozhodnutých. To znamená, že téměř polovina, tedy každý druhý návštěvník plánuje opakovanou návštěvu. Zajímavým zjištěním bylo, že téměř polovina respondentů uvedla, že si navštívenou obec vůbec neprohlédla.

Chování a mluva personálu je dle vyjádření dotazovaných shodná se středověkem ve 28,7 % hodnocení, v ostatních 71,3 % buď není, nebo dotazovaný neví. Prezentovaný koncept středověké krčmy podle 37,9 % dotazovaných reprezentuje nebo napomáhá uchovat nějaké místní lidové tradice a zvyky, ale naopak 40,2 % respondentů si to nemyslí.

Tabulka 3 Výstup SPSS - Myslíte si, že je chování a mluva v krčmě shodná se středověkem?



Zdroj: vlastní šetření, zpracováno pomocí SPSS

4.1.13 Testování nezávislosti znaků A a B

Ověření hypotézy: Shoda mluvy a chování personálu ve Středověké krčmě v Dětenicích se středověkem nemá vliv na to, zda návštěvník přijede znovu.

Asociační tabulka

Pomocí asociační tabulky byly zjišťovány empirické a očekávané četnosti.

Bylo zjišťováno, zda pokud si návštěvník myslí, že mluva a chování personálu je shodné se středověkem, ovlivňuje rozhodování o tom, zda přijede do Dětenic znovu.

Tabulka 4 Asociační tabulka

skutečné hodnoty		8) Přijedete do Dětenic znovu?		
		ano	ne+nevím	Celkem
7) Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?	ano	19	6	25
	ne	8	22	30
	Celkem	27	28	55

očekávané hodnoty		8) Přijedete do Dětenic znovu?		
		ano	ne+nevím	Celkem
7) Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?	ano	12,3	12,7	25
	ne	14,7	15,3	30
	Celkem	27	28	55

Zdroj: vlastní šetření

Dle přiložené tabulky vyplývá:

Z celkového počtu dotazovaných, kteří byli v Dětenicích, si 25 myslí, že je chování a mluva personálu shodná se středověkem. Z tohoto počtu respondentů 19 přijede do Dětenic znovu a 6 nepřijede nebo neví. Pokud by skutečnost, že si návštěvník myslí, že je chování a mluva personálu shodná se středověkem, tak bychom očekávali, že 12,3 dotazovaných přijede znovu a 12,7 ne nebo neví.

Dále 30 dotazovaných si myslí, že mluva a chování personálu shodná se středověkem není a z této skupiny 8 je rozhodnuto přijet do Dětenic znovu, 22 přijet už nehodlá nebo neví. Pokud by skutečnost, že si návštěvník nemyslí, že je chování a mluva personálu

shodná se středověkem, tak bychom očekávali, že 14,7 dotazovaných přijede znovu, a 15,3 dotazovaných ne nebo by nevědělo.

Test nezávislosti znaků A a B

Tabulka 5- Analýza nezávislosti znaků

testová statistika		8) Přijedete do Dětenic znovu?		
		ano	ne+nevím	Celkem
7) Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?	ano	3,688	3,556	
	ne	3,073	2,963	
	Celkem			13,280

Zdroj: vlastní šetření

Hladina významnosti α byla zvolena 0,05.

Chí kvadrát: hodnota 13,280

Kritická hodnota Chí (1) pro α hodnota: 3,841

$p < \alpha$ 0,00 < 0,05

13,280 > 3,841

Zamítne nulovou hypotézu.

Výsledek testu: To, zda si návštěvník myslí, že je mluva a chování personálu ve středověké krčmě v Dětenicích shodná se středověkem má vliv na to, zda přijede znovu.

Statisticky se potvrzuje, že rozhodnutí přijet znovu do Dětenic souvisí s tím, zda návštěvníci považují mluvu a chování personálu za podobnou jako ve středověku. Tedy pokud návštěvníci považují prostředí za věrohodné, pak jsou ochotni a chtějí přijet znovu. Naopak se také potvrzuje, že ti, kdo mluvu v krčmě nepovažují za věrohodnou, pak znovu přijet neplánují.

Ověření hypotézy: To, že důvodem návštěvy dětenické krčmy je zábava, nemá vliv na to, zda návštěvník přijede znovu.

Tabulka 6 – Analýza nezávislosti znaků

skutečné hodnoty		2) Líbilo se Vám tam?		
		ano	ne+nevím	Celkem
4.1) Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu Dětenice? - zábava	zábava	31	7	38
	neuveďeno	28	21	49
	Celkem	59	28	87

očekávané hodnoty		2) Líbilo se Vám tam?		
		ano	ne+nevím	Celkem
4.1) Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu Dětenice? - zábava	zábava	25,8	12,2	38
	neuveďeno	33,2	15,8	49
	Celkem	59	28	87

testová statistika		2) Líbilo se Vám tam?		
		ano	ne+nevím	Celkem
4.1) Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu Dětenice? - zábava	zábava	1,061	2,236	
	neuveďeno	0,823	1,734	
	Celkem			5,855

Zdroj: vlastní šetření

Hladina významnosti α byla zvolena 0,05.

Chí kvadrát: hodnota 5,855

Kritická hodnota Chí (1) pro α hodnota: 3,841

$p < \alpha$ 0,00 < 0,05

5,855 > 3,841

Zamítne nulovou hypotézu.

Výsledek testu: Pokud je důvodem návštěvy zábava má vliv na to, zda se zde návštěvníkům líbilo.

Statisticky se potvrdilo, že pokud návštěvníci přijíždějí do Dětenic za zábavou, pak se jim tam také častěji líbí, a naopak, pokud za zábavou nepřišli, pak se jim tam častěji nelíbilo.

4.1.14 SWOT analýza vlivů cestovního ruchu s vlastním návrhem řešení

<p style="text-align: center;">Vnitřní prostředí</p> <p style="text-align: center;">Vnější prostředí</p>	<p>Slabé stránky / W:</p> <ol style="list-style-type: none"> Poškození vzhledu krajiny Poškození půd a rostlinstva Nadměrná koncentrace návštěvníků Komerzializace Problém přetížení destinace v hlavní sezoně, nadměrná doprava a vysoký počet turistů Problémy infrastruktury v hlavní sezoně, nadměrná koncentrace dopravy, vysoká hluchost dopravních prostředků, problémy s parkováním Nevraživost místních vůči turistům Ekologicky únosná kapacita destinace Nevstícná komunikace s majitelem resortu 	<p>Silné stránky / S:</p> <ol style="list-style-type: none"> Výhodná geografická poloha – zázemí Prahy, nedaleko Českého ráje Malá konkurence podniků podobného typu v okolí Ekonomické přínosy pro destinaci Zviditelnění mimopražské oblasti Záchrana a udržování objektů IT prezentace Marketing Propojení s cestovní kanceláří majitele
<p>Příležitosti / O:</p> <ol style="list-style-type: none"> Zlepšení životního prostředí v destinaci cestovního ruchu Nové pracovní příležitosti pro místní obyvatele Možnost moderního marketingu Ekoturismus Venkovský cestovní ruch Problematika stárnutí obyvatel 	<p>Strategie WO (hledání):</p> <p>W1/O3 – Použít marketingové nástroje zaměřené na ekoturismus a šetrný turismus</p> <p>W2/O1aO3 – Použít nástroje moderního marketingu, zaměřené na ekoturismus a šetrný turismus</p> <p>W3/O5 - Použít marketingové nástroje, zaměřené na šetrný turismus, případně demarketing. Dále pokusit se rozšířit cestovní ruch i do dalších okolních destinací.</p> <p>W4/O1 – Snažit se maximálně vycházet vstříc místním obyvatelům, zapojit je a zlepšovat prostředí v dané destinaci</p> <p>W5/O3– Nabádat k ekologické formě cestování.</p> <p>W7/O1 – Maximální snaha o zapojení místních obyvatel a vzájemnou spolupráci. Názorně prezentovat pozitivní vzhledu destinace. Spolupráce s obcí.</p> <p>W7/O2 – Nabídka pracovní příležitostí pro místní. Maximální snaha o spolupráci. Využít nízké nabídky pracovních příležitostí v tomto regionu.</p> <p>W8/O5 – Snaha o využití i alternativních energetických zdrojů.</p>	<p>Strategie SO (využití):</p> <p>S1/O5 – Zaměřit se nabídku korespondující s venkovem</p> <p>S2/O4- Marketingově se zaměřit i na cykloturisty a návštěvníky dalších turistických atraktivit v okolí</p> <p>S3/O1 - Ekonomické přínosy destinaci lepší prostředí i pro místní obyvatele. Přijmy do rozpočtů měst a obcí.</p> <p>S4/O5 – Využit momentální oblibu a nadšení pro venkovský cestovní ruch</p> <p>S5/O4 – Nové trendy v cestovním ruchu, kdy se velký význam klade na zážitkovou turistiku s důrazem na genia loci lze velmi dobře propojit s ekoturismem a venkovským turismem. Může se stát přínosem pro dosud neobjevené malé lokality.</p> <p>S5/O2 – Rekonstrukce a údržba a provoz památek nabízí pracovní příležitosti</p> <p>S6/O6 – Snaha o udržení a záchranu kulturního dědictví a tradic ve spolupráci se staršími obyvateli. Využití potenciálu a znalostí a paměti.</p> <p>S7/O4 – Zaměřit se na ekologii a ekolabeling. Vymezit regionální produkt.</p>

	Strategie WT (vyhýbání):	Strategie ST (konfrontace):
	<p>W3/T1 – Nadměrná koncentrace turistů může způsobit nárůst kriminality. Měla by být věnována dostatečná pozornost ochraně a zajištění pořádku v destinaci, vymezena jasná pravidla, ať už vyhláškami nebo ve spolupráci se státními orgány.</p> <p>W5/T2 - Problém přetížení v hlavní sezóně je poměrně častým jevem. Snažit se eliminovat masovost by měl jedním z hlavních úkolů managementu. Zaměřit se na nabídku různých produktů cestovního ruchu mimo hlavní turistickou sezonu.</p> <p>S7/T1- Monitoring míry a intenzity vztahů mezi turisty a místními. Zamezit turistické iritaci a předsudkům. Je velmi důležité, sledovat a zjišťovat míru a intenzitu vztahů mezi turisty a místními obyvateli.</p>	<p>S5/T2 – Pokud je třeba památky udržovat, jsou nezbytné zdroje na údržbu, které jednotlivým památkám, přináší turismus a turisté. Úkolem managementu je, použít takové marketingové nástroje, aby památky byly vyhledávány a navštěvovány. Masovost návštěv Krčmy lze odvrátit vhodnými marketingovými metodami jako je například zacílení marketingové strategie na destinaci v blízkém okolí a podobně.</p> <p>S8/T5 – Měla by převažovat snaha o to, aby se produkt cestovního ruchu, který reprezentuje Středověká krčma nestal komoditou. Ztráta genia loci, ať už při přetížení destinace nebo zničení krajiny je téměř vždy nevratným procesem.</p> <p>S2/T2 – Využít potenciálu a současně zapojit marketing na rovnoměrné rozložení návštěvnosti během celého roku. Snaha o rozšíření nabídky do dalších dosud nepokrytých destinací v okolí.</p>

Vlastní zpracování

Z provedené analýzy vyplývají pro destinaci Dětenice tyto podněty:

Management destinace by měl použít nástroje moderního marketingu a pokusit se zaměřit na ekoturismus a šetrný turismus. Dále se pokusit rozšířit cestovní ruch i do dalších okolních destinací. Snažit se maximálně vycházet vstříc místním obyvatelům, zapojit je a zlepšovat prostředí v dané destinaci. Nabídat k ekologické formě cestování. Zaměřit se na propagaci cyklostezek a cykloturistiky. Ve spolupráci s dalšími lokalitami v okolí se pokusit o vytvoření naučných stezek a tras s cílem motivace psí turistiky a poznávání. Maximálně se snažit o zapojení místních obyvatel a vzájemnou spolupráci. Názorně prezentovat pozitiva na vzhledu destinace a maximálně spolupracovat s obcí. Nabízet pracovní příležitosti pro místní obyvatele. Využít nízké nabídky pracovních příležitostí v tomto regionu. Snažit se o využití alternativních energetických zdrojů

s cílem úspory energií a ochrany životního prostředí. Zaměřit se na nabídku korespondující s venkovem.

Marketingově zacílit i na cykloturisty a návštěvníky dalších turistických atraktivit v okolí. Ekonomické přínosy použít i na zlepšení prostředí i pro místní obyvatele. Využít momentální oblibu a nadšení pro venkovský cestovní ruch. Nové trendy v cestovním ruchu, kdy se velký význam klade na zážitkovou turistiku s důrazem na genia loci lze velmi dobře propojit s ekoturismem a venkovským turismem. Využití potencialů a znalostí a pamětí starších obyvatel se záměrem prezentace tradic a zvyků. Zaměřit se na ekologii a ekolabeling. Vymezit nějaký regionální produkt.

Nadměrná koncentrace turistů může způsobit nárůst kriminality. Měla by být věnována dostatečná pozornost ochraně a zajištění pořádku v destinaci, vymezena jasná pravidla, ať už vyhláškami nebo ve spolupráci se státními orgány. Problém přetížení v hlavní sezóně je poměrně častým jevem. Snažit se vyhnout masovosti by měl jedním z hlavních úkolů managementu každé destinace. Možností by byla nabídka více různých produktů cestovního ruchu se zaměřením na různé kategorie turistů. Zde by bylo možné rozdělení například na nabídku pro seniory nebo rodiny s dětmi a také nabídku speciálních mimosezónních akcí. Turistická iritace a nesnášenlivost místních obyvatel vůči turistům a návštěvníkům může vést i k podezřívání, že veškeré kriminální činy byly způsobeny turismem a vlivem cestovního ruchu, což nemusí být vždy pravda. Je velmi důležité, sledovat a zjišťovat míru a intenzitu vztahů mezi turisty a místními obyvateli a reagovat dle zjištěných výstupů.

Pro provoz, rekonstrukci a údržbu památek jsou nezbytné finanční zdroje, které jednotlivým památkám, přináší turismus a turisté. Úkolem managementu je, použít takové marketingové nástroje, aby památky byly vyhledávány a navštěvovány. Masovost návštěv lze odvrátit vhodnými marketingovými metodami jako je například zacílení marketingové strategie na destinaci v blízkém okolí a podobně. Měla by převažovat snaha o to, aby se produkt cestovního ruchu nestal komoditou. Využití potencialů a současně zapojit marketing na rovnoměrné rozložení návštěvnosti během celého roku.

4.1.15 Zhodnocení výstupů vlastního šetření - Dětenice

Obec Dětenice by bez Zámeckého resortu otevřeného v roce 2000, byla poklidným a nijak významně turisty navštěvovaným místem. Pouze během víkendů a v letní sezóně zde život místních obyvatel zpestřovaly návštěvy chalupářů, tak jak je to v regionu nedaleko Prahy a Českého ráje běžné. Otevřením zámeckého resortu a jeho dalším rozšiřováním se zde ukázkově začaly projevovat různé dopady cestovního ruchu. Tato obec se ve velmi krátké době stala známou a vyhledávanou destinací cestovního ruchu. Počty návštěvníků se začaly rychle zvyšovat a zvyšují se dodnes.

V roce 2011 byl počet návštěvníků zámku 186 345. Toto číslo ovšem není konečné, neboť se jedná pouze o návštěvníky zámku a nezahrnuje návštěvníky středověké krčmy, takže celkové číslo by vzhledem k oblíbenosti krčmy bylo ještě vyšší. Počet návštěvníků v poměru k počtu místních obyvatel ukazuje číslo 257,7 návštěvníka obce na jednoho obyvatele.

Místní obyvatelé si za dvanáct let provozu a neustálého rozšiřování resortu přes počáteční nadšení a euforii prošli různými stavy, někteří až do fáze apatie nebo dokonce znechucení z turistů. Silný nápor návštěvníků, kteří ve většině případů přijíždí na jednodenní výlet a z obce ještě téhož dne i odjíždějí, zde zanechává nepříliš pozitivní ohlas. Je patrná celá řada projevů s negativními dopady cestovního ruchu, které lze pozorovat. Názorným příkladem může být přeplněné parkoviště na návsi obce, kde hned při příjezdu pozornost upoutají zaparkovaná osobní auta a dokonce autobusy. Na návsi této obce jsou k vidění velké reklamní billboardy a místní silnici lemují stánky s cukrovou vatou, perníky, plastovými hračkami pro děti nebo obdobným sortimentem. Parkování, zvýšení provozu a hlučnost jsou jedním ze závažných problémů. Přestože parkovné je přínosem pro obec, bylo by vhodným řešením vybudování záchytného parkoviště mimo centrum obce a úplný zákaz parkování na návsi obce. To by znamenalo jak vizuální zlepšení návsi, tak pozitivní přínos pro zde žijící obyvatele a alespoň částečné navrácení soukromí a ztišení hluku. V průběhu vlastního šetření bylo patrné, že nápor na místní obyvatele obce stoupá s rostoucím počtem návštěvníků. Majitel i nadále plánuje rozšiřování svého resortu, ale měl by zároveň brát na zřetel i názory a potřeby zde žijících obyvatel, což nečiní. Při oslovení majitele o spolupráci a jeho vyjádření ke koncepci a provozu resortu byla jeho odpověď negativní.

Lze zde pozorovat zjevné sezónní výkyvy, přestože ze strany vlastníka resortu jsou aplikovány marketingové nástroje na zmírnění vlivu dopadů sezónnosti, což se zatím daří spíše částečně a to tak, že cestovní ruch je zde i v zimních měsících. Resort nabízí celoroční komentované prohlídky zámku, různé pohádkové programy pro děti, jarní a zimní rytířské turnaje, ale i další tematické akce jako velikonoční, vánoční nebo silvestrovské programy.

Negativně je hodnocen převážně koncept středověké krčmy, kdy jsou v určité dny nabízeny masové akce spojené s vysokou návštěvností, velkým hlukem a případně i následným výtržnictvím návštěvníků. Středověká krčma má kapacitu sedm set míst, venkovní zahradu pro padesát osob a krytou zahradu pro sto osob. Pokud je kapacita podniku plně využita a do Krčmy přijede v jediný večer osm set padesát návštěvníků, je názorně vidět, jakému náporu musí tato malá obec čelit.

Cestovní ruch zde vykazuje negativní dopady na místní obyvatele i chalupáře, které velmi výrazně převažují jeho pozitiva. Jen velmi malá část obyvatel vnímá cestovní ruch ve své obci kladně.

Hodnocení resortu od jeho návštěvníků jsou rozložena od nadšení a rozhodnutí k opakované návštěvě, přes neutrální postoj, až k názorům, že se jedná o masový turismus provozovaný pouze za účelem zisku za každou cenu, až k názoru a přirovnání tohoto resortu k české formě „Disneylandu“ a rozhodnou neochotou k další návštěvě.

Rozbor koncepce a formy prezentace středověku ve Středověké krčmě v Dětenicích ve spolupráci s PhDr. Janou Vojtíškovou, Ph.D., která se již několik let věnuje problematice středověku, ukázal, že tato koncepce prezentace středověku nemá se středověkem nic společného. Věty používané obsluhou v krčmě jsou vymyšlené pouze za účelem překvapení a šokování zákazníka. V případě prezentace středověku zde se jedná se o ukázkou zneužití historie a jejího využití ke komerčním účelům.

4.2 Farma Košík

4.2.1 Selektivní předpoklady cestovního ruchu

Obec Košík spadá do NUTS III kraje Středočeského a NUTS IV okresu Nymburk. Košík se nachází severovýchodně od města Nymburk. Spadá do nížinného pásu Polabí. Obec Košík se skládá z několika místních částí: Košík, Malý Košík (cca 200 obyvatel), Doubravany (cca 60 obyvatel), Tuchom (cca 60 obyvatel) a Sovolusky (cca 10).⁸⁹

V blízkém okolí není žádné významnější středisko osídlení, města Nymburk, Poděbrady či Mladá Boleslav svou vzdáleností přesahují 20 kilometrů. Z větších obcí nad 1000 obyvatel jsou v blízkosti pouze Rožďalovice a Křinec.⁹⁰

Krajina má tradiční zemědělský charakter.

4.2.2 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu

V těsné blízkosti se nachází chráněné území Rožďalovické rybníky⁹¹, do nichž spadá jeden z nejzachovalejších rybníků – Pílský rybník. V Rožďalovicích je možné navštívit barokní kostel svatého Havla nebo Knihařskou dílnu Jendy Rajmana, která nabízí možnost svázat si svou vlastní knihu a seznámit se starými technikami knihtisku a vazeb. V rekonstruovaném patrovém roubeném domě s podloubím, který stojí na náměstí, sídlí Galerie Melantrich, kde se pořádají různé příležitostné umělecké výstavy. Polabské muzeum se stálou expozicí Jiřího Melantricha z Aventýna⁹², slavného renesančního knihtiskaře, expozice významného pedagoga Gustava Adolfa Lindnera a dalších rožďalovických rodáků je v budově bývalé školy.⁹³

⁸⁹ Obec Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.kosik-obec.cz/historie-obce/ds-3632/archiv=0>

⁹⁰ Obec Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.kosik-obec.cz/historie-obce/ds-3632/archiv=0>

⁹¹ Ptačí oblast Rožďalovické rybníky byla vyhlášena nařízením vlády č. 606 ze dne 27. října 2004. Vymezená oblast zahrnuje soustavu více jak dvaceti rybníků obklopených celistvým pásem lesních, především dubohabrových a smrkových lesů. – zdroj: *Zákony pro lidi*, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-606>

⁹² Jiří Melantrich (Rožďalovský) z Aventýna (původně Jiří Černý Rožďalovický; asi 1511, Rožďalovice – 19. listopadu 1580, Praha) byl významný český renesanční tiskař a nakladatel. - [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.quido.cz/osobnosti/melantrich.html>

⁹³ Město Rožďalovice, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.rozdalovice.cz/historie-mesta-rozdalovice/d-2486/p1=316>

V těsné blízkosti obce Rožďalovice je penzion Bučický mlýn s farmou specializovanou na chov skotu⁹⁴. Kromě restaurace a ubytování místo nabízí projížďky na koních nebo rybolov. Dále mikroregion Svatojiřský les⁹⁵, Chateau Mcely a zámek Loučeň nebo obec Jabkenice s oborou dančí zvěře a Památkem Bedřicha Smetany. V obci Sovolusky je obecní kaplička sv. Kateřiny a pískovcový křížek na návsi. V obci Košík je pomník padlých v 1. světové válce a pískovcový kříž s ukřížováním Ježíše Krista. V obci Doubravany je kamenný křížek před obecní kampeličkou. V obci Tuchom je památník padlých v 1. světové válce a obecní kaplička na návsi. Je zde také několik památných stromů, především lípy malolisté.⁹⁶

Dochovaly se zde tradice velikonočního koledování, pálení čarodějnic, poutí a posvícení, plesů a karnevalů pro děti i dospělé, lampionového průvodu k pomníkům padlých v první a druhé světové válce. Plesy a karnevaly jsou organizované obcí a místními spolky dobrovolných hasičů Košík a Tuchom. V obci jsou nově každoročně organizovány hasičské závody, které organizuje sbor dobrovolných hasičů. Ten navazuje na více než stoletou tradici sboru dobrovolných hasičů v obci.⁹⁷

V těsné blízkosti je vyznačena cyklotrasa č. 14 vedoucí z Jičína do Rožďalovic měřící 26,5 km.⁹⁸

4.2.3 Realizační předpoklady cestovního ruchu

Tato obec není vyhledávaným turistickým cílem. V roce 2009 zde byla založena Farma Košík a v obci Tuchom zbudována díky rekonstrukci stávajícího stavení restaurace a

⁹⁴ Bučický mlýn, [online], [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: http://www.naschov.cz/AGRO/informacni-servis/Nova-plemena-v-Bucickemmlyne__s485x47542.html

⁹⁵ MAS Svatojiřský les, o.s. pod sebou sdružuje 33 obcí s územní rozlohou 320 km². MAS Svatojiřský les je nazvána podle rozsáhlého komplexu lesů v severní části nymburského Polabí v okolí Loučeně. [online], [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: - <http://www.svatojirskyles-mas.cz/turisticke-cile/ms-1700/p1=1700>

⁹⁶ Obec Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.kosik-obec.cz/historie-obce/ds-3632/archiv=0>

⁹⁷ Obec Tuchom, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://sdh-tuchom.webnode.cz/news/kronika-obce-tuchom/>

⁹⁸ Město Nymburk, cyklotrasy, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://mesto-nymburk.ic.cz/cyklotrasy/nymburk-rozdalovice/>

penzion. Farma Košík propaguje ekoturistku⁹⁹ a v současné době stále více vyhledávané trendy bioprodukce¹⁰⁰ s výrobou bioproduktů.

Farma Košík

Krajina v okolí Košíku nabízí ideální podmínky pro ekologické hospodářství. Na okraji rozsáhlého lesa se rozprostírají louky, pastviny, pole a sady. Na polích o rozloze 130 hektarů jsou pěstovány brambory a obiloviny, v sadech ovoce a na záhoncích a menších polích bylinky a zelenina. Farma Košík se specializuje na chov romanovských ovcí.¹⁰¹

Farma Košík v roce 2009 získala oprávnění pro své produkty používat označení: „Produkt ekologického zemědělství¹⁰²“. Jedná se o ovčí sýry, brynz¹⁰³ nebo žinčicu¹⁰⁴. Dále jsou zde vyráběny jehněčí klobásy.

Dalšími produkty jsou vlněné polštáře, deky a přírodní vlna na pletení. Dle sezóny je možné si zakoupit ovoce, zeleninu, brambory, ale i domácí marmelády nebo nakládanou zeleninu.¹⁰⁵

Penzion a restaurace Tuchom

Na okraji Farmy Košík ve vesničce jménem Tuchom se nachází penzion s restaurací. Restaurace nabízí pokrmy dle sezónní nabídky, jako jsou brynzové halušky, nebo halušky s uzeným a kysaným zelím, nebo tradiční slovenská hustá polévka kapustnica, pečené jehněčí maso i jiné domácí speciality. V zrekonstruované stylové chaloupce v těsné blízkosti rybníka je možné se ubytovat. Jsou zde dva čtyřlůžkové a jeden třílůžkový pokoj.¹⁰⁶

⁹⁹ Ekoturistika byla jako: odpovědné cestování ve vzdálených přírodních nebo chráněných či málo navštěvovaných oblastech, které nenarušuje tamní životní prostředí a přispívá k pohodě místních obyvatel, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.enviweb.cz/eslovník/52>

¹⁰⁰ Bioprodukt, je jakákoliv surovina rostlinného nebo živočišného původu, která pochází z ekologického hospodářství a je na ni vystaven platný certifikát

¹⁰¹ Farma Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.farmakosik.cz/cz/biofarma/>

¹⁰² Grafický znak BIO s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“, se v ČR používá jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny. Logo je možné použít pouze v souladu s ustanovením zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znacení/>

¹⁰³ Brynza je měkký, hnětený a solený ovčí sýr vyráběný z hrudkového ovčího sýra. Vyrábí se na Slovensku, v Polsku, Rumunsku, Ukrajině a v Bulharsku. [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: - <http://www.i15.cz/brynza/>

¹⁰⁴ Žinčica je meziprodukt při výrobě brynzy, tradiční slovenský nápoj z ovčího mléka podobný kefiru. [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: <http://zivotnafarme.infoblog.cz/clanek/zincica-19222/>

¹⁰⁵ Farma Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.farmakosik.cz/cz/produkty/>

¹⁰⁶ Farma Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.farmakosik.cz/cz/gastronomie/>

Agroturistika

Farma je ideálním cílem pro rodiny s malými dětmi, které zde mohou vidět různá domácí zvířata jako ovce, kozy, prasata, psi a kočky, slepice, kachny, husy, perličky a králíky. Dále je zde také oslík, divoké prase a dvě lišky.¹⁰⁷

Doprava

Území leží v silniční síti III. třídy, silnice II. třídy se nachází v blízkém okolí. Nejbližší rychlostní silnice R10 – mladoboleslavská je vzdálena 30 kilometrů a dálnice D11 je vzdálena 30 kilometrů. V obci je autobusová doprava, která zajišťuje spojení mezi Rožďalovicemi a Nymburkem, ale pouze v pracovní dny. Železniční trať v obci nevede.¹⁰⁸

4.2.4 Aplikace Butlerova modelu na farmu Košík

Farma Košík se nachází ve fázi objevení. O destinaci ví pouze malý okruh jejích návštěvníků a existuje pozitivní vztah mezi návštěvníky a místními obyvateli. Určitý význam má i celková koncepce ekofarmy a zaměření na venkovský cestovní ruch, ale i celková strategie a zaměření a nenásilný vztah přírody a člověka a celková nepřilíh masově orientovaná marketingová strategie.

4.2.5 Vyjádření starosty obce Košík

Pan starosta Luděk Kutmon uvedl, že k rozvoji obce díky vzniku nového turistického cíle a provozu Farmy Košík rozhodně nikterak výrazně nedošlo, snad jenom to, že majitelka farmy koupila a pronajala několik starších domků v obcích Malý Košík, Tuchom a Sovolusky, čímž je vlastně zachránila před zpusťšením. Domek, ve kterém někdo žije, tak rychle nechátrá a nehyzdí vzhled obce. Také uvedl, že v souvislosti s provozováním Farmy Košík došlo i k rozvoji dalších podnikatelských aktivit v obci, neboť po vzoru farmářky paní Havlové a možnosti získání chovných ovcí ze zmíněné farmy, se vyskytli další chovatelé, kteří potom své ovce i jiné zvířectvo vypoušťejí na

¹⁰⁷ Farma Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.farmakosik.cz/cz/agroturistika/>

¹⁰⁸ Středočeský kraj, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://gis.kr.stredocesky.cz/dokumenty/doprava/cestmistrovstvi/nymburk.html>

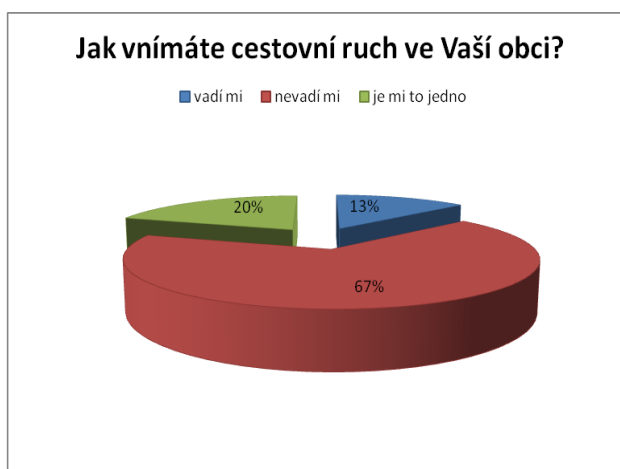
obecní pozemky. Nabídka pracovních příležitostí místním občanům se podle vyjádření pana starosty nezvýšila, neboť farma nikoho z obce nezaměstnává.

Majitelka farmy s obcí spolupracuje a díky tomu zde zajistila prodloužení zpevněné cesty v Malém Košíku. Pan starosta je názoru, že obec není nijak výrazně zatížena cestovním ruchem a turisty je navštěvována převážně v letní sezóně. Jako negativní dopady pro obec byly jmenovány například poházené odpadky kolem silnic a obecních cest, bečící stáda ovcí, zaparkovaná auta u hasičské zbrojnice v Tuchomi. Myslí si, že návštěvníci téměř výhradně využívají služeb farmy a penzionu, na služby ostatních subjektů zpravidla už nemají prostředky. Jako nejvíce chybějící zde byla panem starostou označena kvalitnější dopravní infrastruktura a lepší dostupnost hromadnými dopravními prostředky.

4.2.6 Analýza – obyvatel obce Košík/Tuchom

Bylo zjišťováno, jak obyvatelé vnímají cestovní ruch. Toto šetření ukázalo, že téměř sedmdesát procent dotazovaných uvedlo, že jí cestovní ruch nevádí. Dvaceti procentům dotazovaných je cestovní ruch v obci lhostejný. Třináct procent dotazovaných uvedlo, že jim cestovní ruch v jejich obci vadí. Zjištěné výsledky jsou názorně uvedeny v příloženém grafu.

Graf 9 - Košík - Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?



Zdroj: vlastní šetření

Byly zjišťovány podněty, které vyvolávají souhlas s cestovním ruchem v destinaci. 19 % dotazovaných uvedlo, že se jim líbí proběhlá rekonstrukce vesnických stavení. 19 % dotazovaných chválí obnovu zemědělství v regionu a zaměření na ekologii. Místní obyvatelé (15 %) vnímají jako přínos pro svou obec, že se zvýšilo povědomí o této obci a stejné procento dotazovaný kladně vnímá, že se v jejich obci dochází k různým akcím. S tímto úzce souvisí i kladné hodnocení od 12 % respondentů, kdy je jako chváleno celkové zlepšení vzhledu obce. Dále byly kladně hodnoceny i nové příležitosti k podnikání (4 %).

Blo zjišťováno, co vnímají místní obyvatelé ve spojitosti se vzniklým cestovním ruchem a jeho dopady negativně. Čtyřicet procent obyvatel uvedlo, že negativně vnímá nepůvodní chov romanovských ovcí, který do Polabské nížiny nepatří. Dvacet procent obyvatel se nestotožňuje s nepůvodní slovenskou kulturou, která prezentuje svou kuchyni a tradice ve středních Čechách. Ztráta soukromí nebo možná vzniklá kriminalita nebyla místními obyvateli vůbec zmíněna.

4.2.7 Výpočet indexů udržitelného rozvoje – farma Košík

Defertova turistická funkce

$$T(f) = N * 100 / P$$

$$T(f) = 11 * 100 / 260$$

$$T(f) = 4,23$$

Dle této funkce je zjištěno, že se nejedná o destinaci s významnou turistickou aktivitou. Tento výsledek ale není zcela jasně vypovídající, neboť Defertova turistická funkce zohledňuje pouze turisty, kteří v destinaci přenocují. Část návštěvníků přijíždí pouze na jednodenní výlet nebo se zde pouze zastaví v rámci celodenního výletu.

Hustota výskytu turistů

$$((5\ 475 * 1,1) / 12) / 365 = 1,37$$

Výsledek ukazuje, že ve sledované destinaci je denně 1,37 turisty na 1 km². Tyto hodnoty vzhledem k formě a konceptu podnikání ekofarmy Košík nevykazují hustotu výskytu turistů na tomto území. Problémem při aplikaci této funkce jsou číselné hodnoty výskytu turistů, neboť pro takto malý turistický cíl statistické vyčíslení neexistuje. Byly použity hodnoty z vlastního šetření na základě odhadu návštěvnosti dle zaměstnance farmy Košík.

Iritační index

V této destinaci byly u místních obyvatel sledovány kladné pocity a radost ze vznikající nové formy podnikání. Většinou obyvatel se líbí, že se v obci něco děje a celkový podnikatelský záměr v jejich obci je vnímán pozitivně. Tato fáze na škále hodnocení iritačního indexu je popisována jako fáze euforie.

4.2.8 Brigádnice farma Košík/penzion Tuchom – volný rozhovor

Pro podrobnější analýzu návštěvníka a získání upřesňujících dat o návštěvnosti a provozu Farmy Košík a pensionu Tuchom byla o rozhovor požádána zde pracující brigádnice. Na otázku, zda farmu navštěvují i místní obyvatelé a v jakém poměru k turistům bylo uvedeno, že odhadem tak v poměru jeden místní na deset turistů. Jako hlavní motivy pro návštěvu destinace byly uvedeny: jméno majitelky, venkovský charakter podniku a bio potraviny. Hlavními typy hostů byly jmenovány rodiny s dětmi nebo páry a přátelé Havlových. Nejvyšší národnostní skupinou návštěvníků zde jsou Češi, ale farmu navštívili už i Američané. Na dotaz, jaký je nejčastější dopravní prostředek pro návštěvu destinace, bylo odpovězeno, že auto nebo kolo. Návštěvnost v letní sezoně byla označena jako vyšší než v sezoně zimní. Dotazovaná odhaduje, že v letní sezoně navštíví penzion Tuchom asi tak dvacet pět osob denně a v zimní sezoně odhaduje pět hostů denně. Myslí si, že cestovní ruch zde místním občanům vadí z důvodu vyššího provozu na silnici v obci.

4.2.9 Majitelka Farmy Košík – RNDr. Dagmar Havlová, CSc.

Vyjádření majitelky farmy Košík k otázce, zda myslí, že obec Košík je zatížena cestovním ruchem v souvislosti s provozem farmy a penzionu bylo, že cestovní ruch obec vůbec negativně nezatěžuje. Odhaduje, že farmu a penzion za celý rok 2013 navštívilo asi tak tři sta návštěvníků.

Na otázku budoucích plánů a rozšiřování bylo sděleno, že majitelka plánuje obnovu statku v nedaleké obci Sovolusky. Pracovní příležitosti místním občanům jsou nabízeny. Paní Havlová by dle jejího vyjádření ráda přivítala širší služby zákazníkům ve spolupráci s dalšími podnikateli nebo podnikavými občany v obci. Také uvedla, že ve spolupráci s obcí se podařilo se vybudovat novou cestu, která zlepší podmínky v Malém Košíku. V obci dle názoru paní majitelky chybí další ubytovací a stravovací zařízení a je zde špatná dostupnost hromadnými dopravními prostředky.

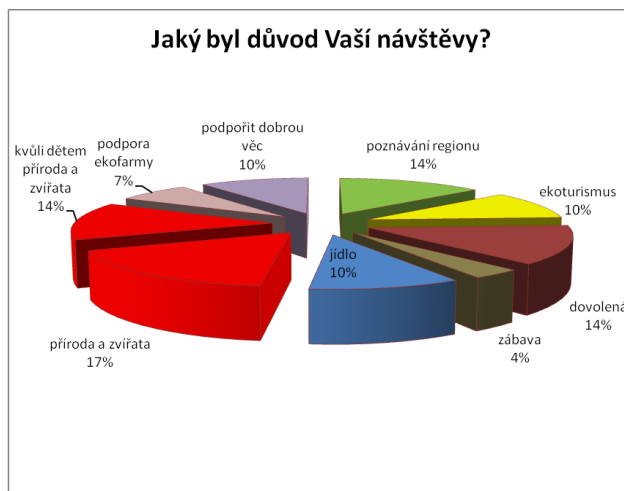
S názorem, že chov romanovských ovcí do úrodné Polabské nížiny nepatří, protože se jedná o nepůvodní živočišný druh pro tuto oblast, se nesešla a podle jejího názoru je důležité zachovat původní druh především ve volné přírodě.

4.2.10 Analýza - návštěvník Košík/Tuchom

Současné trendy ekoturismu, rozvoje venkova a zdravého životního stylu by mohly mít vliv na cílovou skupinu návštěvníků farmy Košík. Marketingové strategie farmy jsou nenásilné, jakékoliv zaměření na masový turismus by zde bylo v přímém rozporu s filozofií majitelky. Také zaměření a koncepce farmy na návrat k přírodě se s výraznou marketingovou podporou neshoduje.

Další skupinou pro dotazníkové šetření byl návštěvník farmy Košík. Jako důvod návštěvy zde bylo hlavně uvedeno: výlet do přírody a zvířata (17 %), dovolená (14 %), kvůli dětem (14 %) a poznávání regionu (14 %). Dalším z důvodů byla podpora ekoturismu a ekoturistiky (10 %) a podpora ekopodnikání (7 %).

Graf 10 - Košík - Jaký byl důvod Vaší návštěvy?



Zdroj: vlastní šetření

Hodnocení ekofarmy od návštěvníků zde bylo převážně kladné a negativních jevů bylo zmíněno pouze minimum. Velmi kladně byl hodnocen servis a poskytované služby, dále bylo kladně hodnoceno propojení s přírodou a ukázky ekologického hospodaření a s možností nákupu biopotravin z místní sezónní produkce. Mírně negativně bylo vnímáno pouze chovatelství neregionálních druhů zvířat spojený s provozovaným pastevectvím (9 %) a nabídka neregionálních pokrmů (7 %).

Pro hodnocení celkového dojmu z návštěvy ekofarmy Košík bylo zjišťováno, zda se návštěvníkům na farmě líbilo nebo ne. Celkové hodnocení, že líbilo uvedlo 95 % dotazovaných a 90 % dotazovaných uvedlo, že přijedou znovu.

4.2.11 Analýza – náhodný výběr mimo sledovanou destinaci

Pro rozšíření souboru dat o návštěvnosti a dalších sledovaných jevů byl sestaven dotazník pro náhodného respondenta. Dotazník vyplnilo čtyřicet devět respondentů. Data získaná pomocí tohoto testování budou použita také pro statistické výstupy. Veřejná adresa výsledků je: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/farma-kosik.vyplnto/>.

Ze čtyřiceti devíti dotázaných na ekofarmu Košík bylo pouze třináct, kteří farmu skutečně navštívili. Většinu z nich se návštěva líbila. Bylo zjištěno, že téměř devadesát procent z nich má kladný vztah k ekoturismu a pozitivně hodnotí vznik ekofarmy.

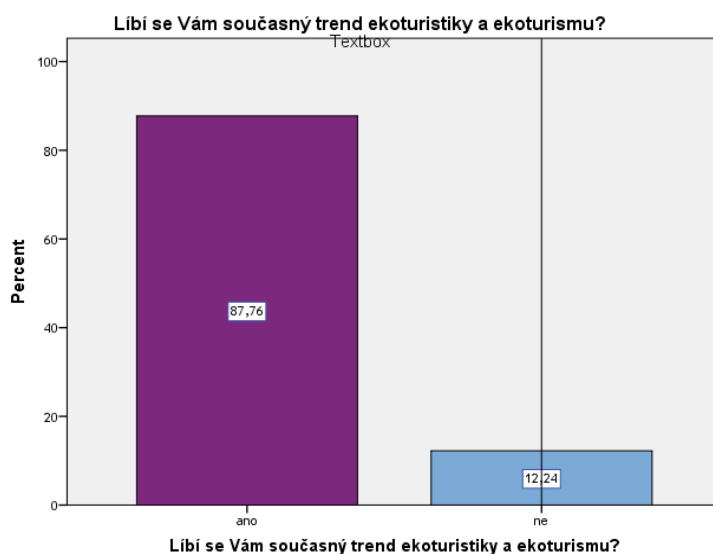
Kladně hodnocen při návštěvě farmy byl hlavně klid, pohoda, místní prostředí a propojení s přírodou. Negativně byly v této skupině respondentů hodnoceny vysoké ceny a také neregionální kuchyně. Bylo zjišťováno stanovisko, zda si dotazovaní myslí, že do Polabské nížiny patří pastviny a plemeno romanovských ovcí a 54 % dotazovaných označilo odpověď, že neví, 31 % odpovědělo, že ne a 15 % si myslí, že ano. Bylo zjištěno, že téměř polovina dotazovaných je rozhodnuta přijet znovu.

Tabulka 7 Výstup z SPSS - Navštívil jste Ekofarmu Košík?

Navštívil jste Ekofarmu Košík?					
N		Valid			49
		Missing			0
Navštívil jste Ekofarmu Košík?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	ive Percent
Valid	ano	13	26,5	26,5	26,5
	ne	36	73,5	73,5	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

Zdroj: vlastní šetření

Graf 11 Výstup z SPSS - Líbí se Vám současný trend ekoturistiky a ekoturismu?

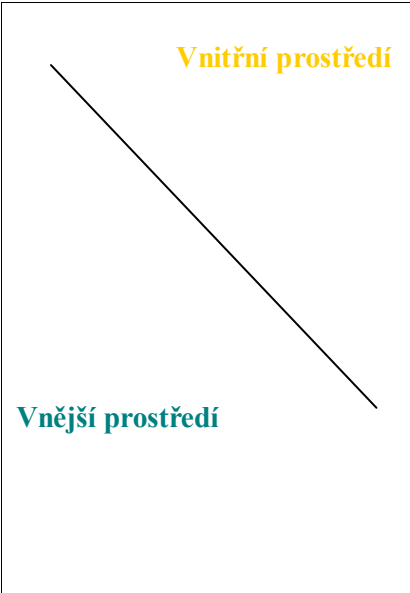


Zdroj: vlastní šetření

4.2.12 Analýza závislosti kvalitativních znaků

V tomto dotazníkovém šetření odpovědělo 49 respondentů a z nich pouze 13 odpovědělo, že resort navštívilo. Takto nízký počet responsí není dostatečně velký vzorek pro zpracování statistických analýz.

4.2.13 SWOT analýza vlivů cestovního ruchu s vlastním návrhem řešení

 <p>Vnitřní prostředí</p> <p>Vnější prostředí</p>	<p>Slabé stránky / W:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vliv na vzhled krajiny 2. Zábor úrodné půdy pro pastviny ovce 3. Chov nepůvodních plemen zvířat 4. Propagace slovenské kultury a kuchyně místo tradiční pro tuto oblast 5. Problém nárůstu turismu v hlavní sezóně 6. Problémy infrastruktury v hlavní sezóně 	<p>Silné stránky / S:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ochrana, údržba a obnova vesnických stavení 2. Ekoturistika a podpora ekozemědělství 3. Chov domácích zvířat 4. Pěstování a zpracování ovoce a zeleniny a zemědělských plodin 5. Prodej produktů vlastní produkce 6. Genius loci 7. Udržování kulturního dědictví a tradic 8. Cílem není zvyšování počtu návštěvníků 9. Citlivý přístup majitelky
<p>Příležitosti / O:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nové pracovní příležitosti pro místní obyvatele 2. Venkovský cestovní ruch 3. Pěstování plodin typických pro tuto oblast 4. Rozvoj venkova a obnova místních lidových tradic 5. Setkávání místních obyvatel 6. Možnosti podnikání pro další obyvatele 7. Spolupráce s dalšími farmami vznikajícími v okolí 	<p>Strategie WO (hledání):</p> <p>W1/O3 – klást důraz na pěstování tradičních plodin pro tuto oblast, marketingové nástroje na propagaci těchto plodin a celkové filozofie zemědělství</p> <p>W2/O3 – snaha o minimalizaci pastvin pro ovce, které jsou pro tuto oblast netypickým plemenem</p> <p>W3/O4 - použít nástroje moderního marketingu, zaměřením na ekoturismus a obnovu a rozvoj venkova. Dále pokusit se rozšířit cestovní ruch i do dalších okolních destinací</p> <p>W4/O1a06 – snažit se maximálně vycházet vstříc místním obyvatelům a</p>	<p>Strategie SO (využití):</p> <p>S1/O2 – rekonstrukce a údržba a provoz památek nabízí pracovní příležitosti</p> <p>S3/O1 - ekonomické přínosy destinaci zlepši prostředí i pro místní obyvatele. V tomto regionu je malý počet pracovních příležitostí.</p> <p>S4/O5 – tradice, které jsou udržovány. Mohou být místem setkávání místních obyvatel, ale i lákadlem pro rodiny s dětmi a pro další turisty.</p> <p>S5/O4 – nové trendy v cestovním ruchu s důrazem na zážitkovou turistiku a na genia loci lze velmi dobře propojit s ekoturismem a venkovským turismem. Návrat a ukázka šetrného zpracování surovin, uchovávání a konzervace</p>

	<p>zlepšovat prostředí v dané destinaci</p> <p>W5/O7 – použít nástroje moderního marketingu, zaměřeni na ekoturismus a šetrný turismus. Nabádat k ekologické formě cestování a spolupracovat s dalšími subjekty v okolí.</p>	<p>potravín, návrat k přírodě.</p> <p>S6/O6 – snaha o ukázkou k návratu k přírodě, velký důraz na vnímání člověka propojení přírody, zvířat. Šetrný přístup k podnikání, snaha vyhnout se masovosti, není cílem podnikání. Ukázka a motivace i pro místní obyvatele.</p> <p>S9/O7 – motivace pro další podnikatelské subjekty v okolí, ukázka šetrné formy podnikání s rozvojem venkovského cestovního ruchu</p>
<p>Ohrožení / T:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vysoká návštěvnost může mít negativní dopady na místní obyvatele 2. Zvýšení dopravy v obci 3. Zvyšování počtu turistů 4. Skupování půdy v okolí majitelkou farmy 5. Negativní postoje místních obyvatel 6. Zábór luk, polí a pastvin 	<p>Strategie WT (vyhýbání):</p> <p>W5T1 – Nadměrná koncentrace turistů může způsobit negativní postoje místních obyvatel vůči turistům. Požití marketingových nástrojů na rozložení sezónních vlivů.</p> <p>W6/T2 – hrozící nárůst dopravy v hlavní sezóně. Snažit se o propagaci a zbudování cyklostezek nebo naučné stezky.</p> <p>W1/T4aT6 – Sledovat vzhled krajiny a nesnažit se násilnou formou přetvářet v pastviny. Vznikající zábór luk by mohl mít negativní dopady na vnímání místními obyvateli i na biodiverzitu a endemické druhy.</p> <p>W5/T5 – zapojit i místní obyvatele, snažit se o kontakt a zájem. Vzbudit důvěru a vyzdvihnout a zaměřit se a maximálně využít kladné přínosy turismu i cestovního ruchu.</p>	<p>Strategie ST (konfrontace):</p> <p>S1/T2 – pro údržbu památek jsou nezbytné zdroje, které památkám přináší turismus a turisté. Úkolem managementu je, použít takové marketingové nástroje, aby památky byly vyhledávány a navštěvovány.</p> <p>S2/T3 – Využití moderních současných trendů ekoturistu a ekoturistiky. Marketingově využít potenciálu zaměřeni se venkov a cíleně směřovat k ekologickému chování a postojům nejen návštěvníky, ale i místní obyvatele.</p> <p>S4a5/T4 – Snaha o propojení a využití přírodních zdrojů a využití pro pěstování zemědělských plodin i chovu domácích zvířat. Motivace pro návštěvníky, ale i místní obyvatele pro návrat k zemědělství i přírodě.</p> <p>S6/T1 - Zabránit komodifikaci a podporovat genia loci.</p>

Zdroj: vlastní zpracování

Z provedené analýzy vyplývají pro destinaci Košík tyto podněty:

Management destinace by měl klást důraz na pěstování tradičních plodin pro tuto oblast, použít marketingové nástroje na propagaci těchto plodin a celkové filozofie zemědělství a tradiční produkce. Snažit se o minimalizaci pastvin pro ovce, které jsou pro tuto oblast netypickým plemenem. Použít nástroje moderního marketingu, zaměřeni se na ekoturismus a obnovu a rozvoj venkova. Dále pokusit se rozšířit nenásilnou formou cestovní ruch i do dalších okolních destinací. Snažit se maximálně vycházet vstříc místním obyvatelům a zlepšovat prostředí v destinaci. Nabádat k ekologické formě cestování a spolupracovat s dalšími subjekty v okolí.

Ekonomické přínosy destinaci zlepší prostředí i pro místní obyvatele. V tomto regionu je malý počet pracovních příležitostí. Tradice, které jsou udržovány, mohou být místem setkávání místních obyvatel, ale i lákadlem pro turisty. Nové trendy v cestovním ruchu s důrazem na zážitkovou turistiku a na *genia loci* lze velmi dobře propojit s ekoturismem a venkovským turismem. Návrat a ukázka šetrného zpracování surovin, uchovávání a konzervace potravin, návrat k přírodě mohou být zdrojem inspirace nejen pro turisty, ale i místní obyvatele. Snaha o prezentaci návratu k přírodě, velký důraz na vnímání člověka propojení přírody, zvířat mohou být motivací i pro místní obyvatele i turisty. Motivace pro další podnikatelské subjekty v okolí, ukázka šetrné formy podnikání s rozvojem venkovského cestovního ruchu pomůže rozšířit nabídku do okolí.

Nadměrná koncentrace turistů může způsobit negativní postoje místních obyvatel vůči turistům. Použití marketingových nástrojů na rovnoměrné rozložení sezónních vlivů by mohlo pomoci rovnoměrně regulovat návštěvnost. Hrozící nárůst dopravy v hlavní sezoně eliminovat propagací a vybudováním cyklostezek nebo naučné stezky. Sledovat vzhled krajiny a nesnažit se násilnou formou přetvářet v pastviny. Vznikající zábor luk by mohl mít negativní dopady na vnímání místními obyvateli. Zapojit i místní obyvatele, snažit se o kontakt a zájem. Vzbudit důvěru a vyzdvihnout a zaměřit se a maximálně využít kladné přínosy turismu i cestovního ruchu.

Pro rozvoj podnikatelských aktivit, které přináší turismus a turisté jsou nezbytné finanční zdroj přinášené turisty a návštěvníky. Úkolem managementu je, použít takové marketingové nástroje, aby destinace cestovního ruchu byly vyhledávány a navštěvovány. Marketingově využít potenciálu zaměřeni se na venkov a cíleně směřovat

k ekologickému chování a postojům nejen návštěvníky, ale i místní obyvatele. Snaha o propojení a využití přírodních zdrojů a využití pro pěstování zemědělských plodin i chovu domácích zvířat. Motivace pro návštěvníky, ale i místní obyvatele pro návrat k zemědělství i přírodě. Měla by převažovat snaha o to, aby se produkt cestovního ruchu nestal komoditou. Ztráta genia loci, ať už při přetížení destinace nebo zničení krajiny, je téměř vždy nevratným procesem.

4.2.14 Zhodnocení výstupů vlastního šetření

Košík a Tuchom jsou typické středočeské obce. Cestovní ruch zde do roku 2009 vůbec neexistoval a většinu místních obyvatel by pravděpodobně vůbec nenapadlo, že by se jejich obec mohla stát turistickým cílem. Ke změně došlo se vznikem Ekofarmy Košík a přilehlého penzionu Tuchom. Celý podnikatelský koncept ekofarmy je směřován a napomáhá rozvoji venkovského cestovního ruchu a vykazuje znaky vedoucí k zachování přírodních zdrojů a klade velký důraz na souznění s přírodou a jejími hodnotami. Došlo zde díky šetrné rekonstrukci k obnově několika vesnických stavení, které by bez tohoto zásahu pravděpodobně podlehla zubu času.

Z šetření vedených u místních obyvatel vyplývá převážně kladné hodnocení celého konceptu i stylu podnikání. Nově vzniklý cestovní ruch místním obyvatelům převážně nevádí, ve většině případů je vnímán kladně a dokonce byly popsány i pocity radosti a pýchy u místních obyvatel na nově vzniklé povědomí o jejich obci. Pouze nízké procento obyvatel vnímá cestovní ruch v jejich obci negativně.

Kladné hodnocení získala ekofarma i u dotazovaných návštěvníků. Pravděpodobně i díky současnému trendu ekoturistiky si pro svůj výletní cíl ekofarmu Košík vybírá převážně ekologicky zaměřená cílová skupina návštěvníků. Dalším faktorem pro tento turistický cíl je celkem silný nárůst cykloturistiky a současná vznikající obliba poznávání regionů a cestování Čechů v rámci republiky. Tato hlediska velmi dobře korespondují s nenásilnou filozofií ekofarmy, která se snaží ukázat a šetrně využívat přírodní zdroje a krajinu. U návštěvníků je kladně hodnocena klidná a téměř rodinná atmosféra podniku, využívání místních sezónních surovin, možnost nákupu bioproduktů a celková koncepce podniku. Výtkou by zde byl pouze ten názor, že zakládání pastvin a stáda ovcí do Polabské nížiny nepatří, neboť se jedná o úrodnou půdu velmi vhodnou

pro zemědělství a zemědělskou činnost. Další připomínkou byl názor, že je zde propagována především slovenská kuchyně a slovenské tradice a nejsou udržovány ani propagovány žádné místní zvyky.

V průběhu sběru dat byla shledána velmi přátelská a ochotná komunikace u všech dotazovaných, včetně milé spolupráce majitelky farmy a penzionu RNDr. Dagmar Havlové, CSc. i jeho zaměstnanců. Vnímání i hodnocení většiny zúčastněných zde bylo kladné.

4.3 Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu na vybrané destinace

Pro ověření a souhrnné vyhodnocení získaných výstupů je sestavena a provedena komparační analýza pro obě destinace.

Byly identifikovány faktory působící na přírodní a socio-kulturní prostředí. Přiřazení vah vychází z relativní důležitosti daného jevu a jejich interval je 0 - 1. Hodnocení úrovně daného jevu nabývá hodnot: 1 - jedná se o nevýznamný jev, 2 – jev již patrný, zatím bez vyšších výrazných negativních dopadů, 3 – jev výrazný s patrnými znaky významných negativních dopadů, 4 – velmi významný jev.

Tabulka 8 Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu - Dětenice

Dětenice									
přírodní prostředí	záběr zemědělské a lesní půdy	nepůvodní živočišné druhy	estetické narušení prostoru	vizuální narušení prostoru	turistické znečištění - emise, odpady	vandalismus a kriminalita	hustota výskytu turistů	celkové skóre	
známka	0	0	1	2	4	2	4		
váha	15%	15%	10%	15%	15%	10%	20%		
skóre	0	0	0,1	0,3	0,6	0,2	0,8	2,00	
sociokulturní prostředí	demontrační efekt	módnost	dualizace společnosti	marginalizace obyvatel	turistická iritace	akulturace	inscenizace	komeracionalizace	celkové skóre
známka	1	2	1	2	4	2	3	4	
váha	10%	10%	10%	10%	15%	15%	15%	15%	
skóre:	0,1	0,2	0,1	0,2	0,6	0,3	0,45	0,6	2,55

Zdroj: vlastní šetření

Tabulka 9 Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu - Košík

Košík									
přírodní prostředí	záběr zemědělské a lesní půdy	nepůvodní živočišné druhy	estetické narušení prostoru	vizuální narušení prostoru	turistické znečištění - emise, odpady	vandalismus a kriminalita	hustota výskytu turistů	celkové skóre	
známka	2	3	0	1	0	0	0		
váha	15%	15%	10%	15%	15%	10%	20%		
skóre	0,3	0,45	0	0,15	0	0	0	0,90	
sociokulturní prostředí	demonstrační efekt	módnost	dualizace společnosti	marginalizace obyvatel	turistická iritace	akulturace	inscenizace	komercializace	celkové skóre
známka	1	0	1	0	0	0	0	0	
váha	10%	10%	10%	10%	15%	15%	15%	15%	
skóre:	0,1	0	0,1	0	0	0	0	0	0,2

Zdroj: vlastní šetření

Hodnocení dopadů vychází z celkového skóre. Pokud je tato hodnota vyšší, než 2,5 jsou analyzované jevy velmi špatné. Pokud je hodnota celkového skóre v rozmezí 1-2 jsou již zde shledány negativní dopady důsledky pro destinaci, hodnocení jevů je špatné. Hodnoty v rozmezí 0 - 1 nevykazují nijak výrazné negativní dopady analyzovaných jevů.

Z výše uvedených výstupů šetření vyplývá, že pro obec Dětenice byly shledány velmi špatné výsledky u analýz dopadů na socio-kulturní prostředí, kdy hodnoty byla dokonce 2,55. Dopady cestovního ruchu na životní a přírodní prostředí dosáhly hodnoty 2,0. To je hraniční mez mezi hodnocením jevů jako velmi špatné a špatné s výraznými negativními dopady. V porovnání s destinací Košík, u které dopady na životní i socio-kulturní prostředí dle výše uvedené analýzy nevykazují nijak výrazné negativní dopady jevů cestovního ruchu na destinaci, vykazuje destinace Dětenice alarmující negativní hodnoty.

4.4 Komparace obou destinací dle výstupů vlastního šetření

Pro zjištění dopadů cestovního ruchu byly sledovány dvě destinace, které se geograficky nachází téměř v těsném sousedství. Byly vybrány obdobně velké obce s nízkým počtem obyvatel, kde je nabídka pracovních příležitostí velmi malá. V obou destinacích vznikl v nedávné době turistický cíl. S tím jsou spojeny dopady na život místních obyvatel i na životní a přírodní prostředí.

Tabulka 10 Komparace obou destinací

	Dětenice	Košík
počet obyvatel	723	330
vznik cestovního ruchu v destinaci	2000	2009
forma cestovního ruchu	za zábavou	ekoturismus a ekologická hlediska
Butlerův model	stagnace - poststagnace	objevení
Defertova funkce	nepřevažují turistická aktivita	nepřevažují turistická aktivita
Hustota výskytu turistů	31,78 turistů na 1 km ²	1,37 turisty na 1 km ²
Iritační index	apatie, znechucení	euforie
hodnocení rezidentů	záporné	kladné

Zdroj: vlastní šetření

Dle Butlerova modelu se obec Dětenice nachází ve fázi stagnace a poststagnace, obec Košík ve fázi objevení.

Dle Defertovi turistické funkce bylo zjištěno, že se v případě Dětenic i Košíku jedná o destinaci s významnou, ale nepřevažující turistickou aktivitou. Tento výsledek je ale zavádějící, neboť Defertova turistická funkce zohledňuje pouze turisty, kteří v destinaci přenocují.

Hustota výskytu turistů v obci Dětenice velmi vysoká, neboť ukázala denní počet 31,78 turistů na 1 km². V obci Košík je to denně 1,37 turisty na 1 km², což neznamená turistickou zátěž.

Iritační index u místních obyvatel v obci Dětenice vykazuje znaky apatie a znechucení. V obci Košík a Tuchom byly u místních obyvatel shledány kladné pocity a radost ze vznikající nové formy podnikání a podnikatelský záměr v jejich je vnímán pozitivně. Na škále hodnocení iritačního indexu je popisována tato fáze jako fáze euforie.

Dle vlastního šetření bylo shledáno, že cestovní ruch v obci Dětenice vadí 65% místních obyvatel. V obci Košík cestovní ruch negativně vnímá 13 % místních obyvatel. Zajímavé zjištění bylo, že dětenický resort navštěvuje 25 % dotazovaných místních obyvatel, kdežto farmu Košík s tuchomským penzionem 67 % dotazovaných. V obou destinacích bylo shodně kladně hodnoceno, že došlo k rekonstrukci a obnově stavení a s tím souvisejícím zlepšením vzhledu obce. Varujícím bylo zjištění, že 80 % dotazovaných obyvatel Dětenic je nespokojených s dopravní situací v jejich obci, která vznikla v souvislosti s provozem resortu a 60 % zdejších obyvatel ztratilo soukromí a klid.

Současné trendy ekoturismu, rozvoje venkova a zdravého životního stylu oslovují cílovou skupinu návštěvníků farmy Košík. Při motivech pro návštěvu této destinace bylo ve většině případů zmiňováno hledisko ekologie, vztahu k přírodě a oblibě bioproduktů a bioprodukce nebo hledání klidu a pohody. Protikladem k těmto hlediskům byly cíle návštěvníků resortu Dětenice. Hlavním motivem návštěvy zde byla zmiňována zábava nebo večerní program v krčmě. Autenticita destinace nepředstavuje klíčovou motivaci k její návštěvě. Postoje místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu nejsou kladné, protože negativní dopady vysoké návštěvnosti na prostředí destinace narůstají.

Tabulka 11 Komparace obou destinací - rezident

rezident			
Dětenice		Košík	
Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?		Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?	
vadí mi	65%	vadí mi	13%
nevadí mi	25%	nevadí mi	67%
je mi to jedno	20%	je mi to jedno	20%
Navštěvujete resort?		Navštěvujete resort?	
ano	25%	ano	67%
ne	75%	ne	33%
Co se Vám líbí?		Co se Vám líbí?	
ekonomický přínos pro obec	25%	obnova a rekonstrukce resortu	33%
pracovní příležitost	5%	obnova zemědělské činnosti	27%
zlepšení vzhledu obce	20%	zlepšení vzhledu obce	20%
v obci se něco děje	10%	v obci se něco děje	27%
obnova vaření piva	25%	ekologické hospodaření	33%
povědomí o obci	15%	povědomí o obci	27%
zámek	5%	příležitost k podnikání	7%
obnova a rekonstrukce resortu	30%		
příležitost k podnikání	5%		
Co se Vám nelíbí?		Co se Vám nelíbí?	
doprava	80%	nepůvodní kultura ze Slovenska	7%
hluk	15%	nepůvodní chov zvířat, ovce	13%
ztráta soukromí a klidu	60%	ztráta soukromí a klidu	0%
vysoké ceny za vstup	10%	nepatří do Polabské nížiny	7%
vysoké ceny za jídlo	15%	Slovenská osada ve středních Č	7%
nárůst kriminality	15%	nárůst kriminality	0%

Zdroj: vlastní šetření

Tabulka 12 Komparace obou destinací - návštěvník

návštěvník			
Dětenice		Košík	
Líbilo se Vám zde?		Líbilo se Vám zde?	
ano	73%	ano	95%
ne	27%	ne	5%
Přijedete znovu?		Přijedete znovu?	
ano	57%	ano	65%
ne	27%	ne	5%
nevím	17%	nevím	5%
Odkud jste se o Dětenicích dozvěděli?		Odkud jste se o farmě Košík dozvěděli?	
internet	17%	internet	20%
známí	53%	známí	60%
reklama	27%	reklama	20%
turistické informační centrum	3%		
Jaký byl důvod Vaší návštěvy?		Jaký byl důvod Vaší návštěvy?	
zvědavost	13%	poznávání regionu	20%
kultura	7%	ekoturismus	15%
udělat si vlastní názor	3%	dovolená	20%
zábava	30%	zábava	5%
Dětenické pivo	23%	jídlo	15%
poznávání regionu	13%	příroda a zvířata	25%
program	10%	kvůli dětem příroda a zvířata	20%
		podpora ekofarmy	10%
		podpořit dobrou věc	15%
Co se Vám zde líbilo?		Co se Vám zde líbilo?	
nápad	23%	prostředí	15%
jídlo	17%	perfektní služby a servis	25%
atmosféra v Krčmě	50%	nákup bioproduktů	30%
zámek	7%	výborné jídlo	20%
pivovar	3%	propojení s přírodou	35%
středověký program	17%	farma	15%
celý resort	13%	klid a pohoda	20%
zábava	13%		
komentovaná prohlídka zámku	13%		
Co se Vám zde nelíbilo?		Co se Vám zde nelíbilo?	
vstupné	33%	neregionální kuchyně	5%
slovník obsluhy v krčmě	30%	nepůvodní druhy zvířat	5%
vysoké ceny	33%	líbilo se mi všechno	65%
chování obsluhy	13%		
nechutnalo mi jídlo	7%		
interiér zámku	13%		
masovost	10%		
Myslíte si, že prezentace středověku v krčmě se shoduje se středověkem?			
ano	20%		
ne	80%		

Zdroj: vlastní šetření

Tabulka 13 Komparace obou destinací – náhodný respondent

náhodný respondent			
Dětenice		Košík	
Líbilo se Vám tam?		Líbilo se Vám tam?	
ano	86,76%	ano	92%
ne	13,24%	ne	8%
Přijedete do Dětenic znovu?		Přijedete znovu?	
ano	47,13%	ano	54%
nevím	35,63%	nevím	38%
ne	17,24%	ne	8%
Odkud jste se o Dětenicích dozvěděl?		Odkud jste se o farmě Košík dozvěděl?	
známí	80,46%	známí	85%
internet	14,94%	je to mé bydliště	8%
jiný zdroj	12,64%	jiné	15%
reklama	8,05%		
turistické infocentrum	2,30%		
Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu?		Jaký byl důvod Vaší návštěvy?	
zábava	43,68%	poznávání regionu	38%
zvědavost	39,08%	jídlo	31%
výlet v rámci regionu	24,14%	ekoturismus a zdravý životní styl	23%
Dětenické pivo	18,39%	podporuji rozvoj ekoturistiky	15%
výlet s dětmi	16,09%	příroda a zvířata	8%
udělat si vlastní názor	16,09%	kvůli dětem	8%
program	16,09%	dozvolená	8%
kultura	13,79%	zábava	8%
poznávání regionu	9,20%	jiný	8%
pracovní - s obchodními partnery	4,60%		
jiný důvod	6,90%		
Co se Vám v Dětenicích líbilo?		Co se Vám na ekofarmě Košík líbilo?	
celý kocept středověké krčmy	52,87%	klid a pohoda	46%
atmosféra v krčmě	47,13%	prostředí	38%
zámek	44,83%	propojení s přírodou	31%
pivovar	21,84%	služby a servis	23%
jídlo	21,84%	jídlo	15%
zábava	17,24%	celý koncept farmy	15%
program	9,20%	nelíbilo	8%
akce pro děti	6,90%	jiná odpověď	8%
nic	5,75%		
jiná odpověď	3,45%		
Co se Vám v Resortu Dětenice nelíbilo?		Co se Vám nelíbilo?	
vysoké ceny	57,47%	ceny	38%
komercializace	39,08%	neregionální styl kuchyně	23%
masovost	24,14%	nedostatečná kapacita podniku	15%
vstupné	21,84%	servis je závislý na náladě obsluhy	8%
slovník a chování obsluhy	16,09%	nepořádek	8%
interiér zámku	3,45%	jiná odpověď	15%
byla jsem spokojena	2,30%		
jiná odpověď	10,35%		
Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?		Myslíte si, že do Polabské nížiny patří pastviny a chov plemene romanovských ovcí?	
nevím	36,78%	nevím	54%
ne	34,48%	ne	31%
ano	28,74%	ano	15%

Zdroj: vlastní šetření

5 Závěr

Práce analyzuje a hodnotí vlivy a dopady cestovního ruchu na životní, přírodní a socio-kulturní prostředí. Pro možnost komparace výsledků byly vybrány dvě lokality, které leží geograficky blízko sebe. V obou vznikl v nedávné době nový turistický cíl. Sledovány byly obce Dětenice, kde je hlavním turistickým cílem Středověká krčma a zámek a obec Košík, ve které je hlavním cílem ekofarma Košík spolu s penzionem Tuchom. V průběhu šetření byly identifikovány jak pozitivní, tak negativní dopady cestovního ruchu. Pro obě destinace bylo jedním z hlavních zjištěných pozitivních přínosů zlepšení vzhledu obce, rekonstrukce neudržovaných objektů a možnost získání pracovních příležitostí. Jako hlavní negativní důsledek cestovního ruchu byla jmenována zvýšená dopravní situace ve sledovaných lokalitách.

V průběhu šetření byly identifikovány projevy a procesy, které znamenají vznik nežádoucích změn ve sledované lokalitě. Hustota výskytu turistů v obci Dětenice je velmi vysoká. Bylo zjištěno, že vliv dopadů turismu na tuto obec díky silnému turistickému náporu během celého roku je tak silný, že místní obyvatelé jsou vůči veškerým návštěvníkům jejich obce apatičtí, v některých případech došlo téměř až ke znechucení turismem. Občané zde cestovní ruch nevnímají kladně, nelíbí se jim vysoká hustota provozu v obci, která vznikla v souvislosti s provozem dětenického Resortu a především Středověké krčmy. V obci Košík nebyla shledána výrazná turistická zátěž a u místních byly obyvatel shledány kladné pocity a radost ze nově vznikající formy podnikání. Koncept ekofarmy je vnímán převážně pozitivně. Na škále hodnocení iritačního indexu je popisována tato fáze jako fáze euforie.

Analýzou návštěvníků destinace bylo zjištěno, že cílovou skupinu farmy Košík oslovují především současné trendy ekoturismu, rozvoje venkova a zdravého životního stylu. Při motivech pro návštěvu bylo ve většině případů zmiňováno hledisko ekologie, vztahu k přírodě, oblíbenosti bioproduktů nebo hledání klidu a pohody. Protikladem k těmto motivům návštěvy byly cíle návštěvníků resortu Dětenice. Hlavní motivací zde byla zmiňována zábava, jídlo, pivo nebo večerní program v krčmě. Autenticita destinace nepředstavuje žádnou motivaci k její návštěvě.

Rozborem konceptu Středověké krčmy v porovnání s pohostinstvím ve středověku s PhDr. Janou Vojtíškovou, PhD bylo zjištěno, že prezentace středověku v krčmě nemá se středověkem téměř nic společného, ale jedná se pouze o marketingový tah a zneužití historie pro vytvoření atrakce cestovního ruchu.

Forma provozování Středověké krčmy vykazuje komercializaci a znaky masového cestovního ruchu. Získaná data od návštěvníků Resortu Dětenice přinesla názory od nadšení až po naprosté znechucení a rozhodnou neochotu a nechuť k další návštěvě. V obci Košík bylo zjištěno, že většina návštěvníků zde byla spokojena. Jako negativní výhrada bylo označeno nepůvodní plemeno romanovských ovcí, které jsou zde chovány, přestože se jedná o lokalitu s velmi úrodnou půdou ležící v Polabské nížině. Dále bylo negativně hodnoceno, že je zde kladen důraz na tradiční slovenskou kuchyni a ne na českou nebo středočeskou, aby byla zohledněna lokace destinace. V průběhu šetření bylo potvrzeno, že skutečně dochází k záboru luk a polí.

V obou destinacích bylo v průběhu šetření potvrzeno, že došlo k vizuálnímu zlepšení vzhledu obcí.

Pro destinaci Dětenice byla navržena tato opatření:

Dopravní situaci řešit záchytným parkovištěm mimo obec, to by alespoň částečně řešilo nejvíce negativně hodnocenou zvýšenou dopravní situaci. Snažit se ve spolupráci s místními obyvateli, vedením obce a kraji nalézt společné řešení dopravní situace.

Vymezit regionální produkt. Mohl by to být například chleba, který nabízí v Krčmě, Dětenické pivo lásky nebo propagace nějaké tradiční místní kulinářské speciality. Dále by zde mohla být prezentována obnova nějakého tradičního řemesla. Mohly by to být různé kurzy pletení košíků z proutí, kuchařské kurzy, kurzy zavařování ovoce nebo výroba marmelád, dále také exkurze s ukázkami výroby piva.

Maximálně se angažovat a vycházet vstříc trvale žijícím obyvatelům obce, zapojit je do dění a zlepšovat prostředí v dané destinaci. Organizovat i jiné druhy programů pro místní obyvatele s ohledem na tradiční kulturu. Motivovat zájem místních i vedení obce například pořádáním akcí typu: z každého prodaného piva ve Středověké krčmě

věnujeme obci 1 Korunu na revitalizaci místní Sokolovny nebo jako příspěvek pro děti nebo místní spolky.

Více se orientovat na nabídku korespondující s venkovem. Snažit se o maximální rozložení náporu turistů rozdělením do tematicky nebo časově členěných skupin a masovost návštěv odvrátit vhodnými marketingovými metodami. Nabádat návštěvníky k ekologické formě cestování a zaměřit se na propagaci cyklostezek a cykloturistiky.

Sledovat a zjišťovat míru a intenzitu vztahů mezi turisty a místními obyvateli a reagovat dle zjištěných dat. Pokusit se zaměřit na ekoturismus a šetrný turismus, využívat i alternativních zdrojů energie, spolupracovat s dalšími destinacemi cestovního ruchu v okolí, případně rozčlenit nabídku do okolních destinací.

Pro management a vlastníky dětenického resortu doporučení vyššího zájmu o rezidenty a nejen maximální snahu vytěžení zisku bez ohledu na místní obyvatele.

Pro destinaci Košík byla navržena tato opatření:

S ohledem na geografickou lokaci klášter důraz na pěstování tradičních plodin pro tuto oblast. Použít marketingové nástroje na propagaci zemědělské produkce. Minimalizovat pastviny pro ovce, neboť se jedná o úrodnou oblast Polabské nížiny a romanovské ovce zde nejsou typickým plemenem. Spolupracovat s místními obyvateli a zlepšovat prostředí v destinaci.

Udržovat a podporovat tradice a být místem pro setkávání a aktivity místních obyvatel. Začlenit do nabídky penzionu i regionální kuchyni. Prezentovat návrat k přírodě a vnímání člověka s propojením přírody a zvířat a motivovat tím místní obyvatele i turisty. Spolupracovat i s dalšími podnikatelskými subjekty v okolí a intenzivně tak přispívat k rozvoji venkovského cestovního ruchu. Hrozící nárůst dopravy v hlavní sezoně eliminovat propagací a vybudováním cyklostezek nebo naučné stezky.

Sledovat a maximálně zachovávat vzhled krajiny a nesnažit se násilnou formou přetvářet v pastviny zábořem luk a polí.

Cestovní ruch je specifický obor podnikání. Jeho dopady mohou být negativní i pozitivní a to nejen na životní a přírodní prostředí, ale i na sociální a kulturní prostředí člověka. Produkt cestovního ruchu by měl vykazovat nejen ekonomické přínosy provozovateli, ale mít také podporu a pochopení od místních obyvatel. Využitím vhodných metod by se měl nejen rozvíjet a snažit se vytěžit z destinace maximum, ale také zohledňovat udržitelnost cestovního ruchu jako celku.

Je nutné si uvědomit, že bez peněžních zdrojů přinášejících turisty by žádná destinace cestovního ruchu nemohla fungovat. Je nezbytné velmi uvážlivě a citlivě přistupovat k potenciálu destinace tak, aby nepřevládala snaha o jeho maximální vytížení a využití, ale hlediska ekonomická, přírodní, ale i sociokulturní byla v rovnováze.

6 Zdroje dat

6.1 Literatura

- Autorský kolektiv: Ing. Olga Trnková, Ing. Dana Slámová, CSc., Ing. Marie Wichsová, Ing. Arch František Pospíšil, Území a cestovní ruch, VŠE Praha, 1993, 95 stran, ISBN 80-7079-123-3
- Autorský kolektiv, Sborník recenzovaných příspěvků, Mezinárodní vědecká konference, Hradecké ekonomické dny 2011, Gaudeamus, 2011, 405 s. ISBN 978-80-7435-100-6
- Bílek, K: Malé dějiny Libáňska: příroda, osobnosti, data, události. Libáň: Městský úřad Libáň s obcemi Mikroregionu Rozhraní Bačalky, Bystřice, Dětenice, Lično, Markvartice, Rokytňany, Sedliště, Staré Hrady, Střevač a Údrnice, 2005, 183 s., ISBN 80-239-5076-2
- Butler, R. W.: The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources. Canadian Geographer, No. 24, 1980, vol. 1, pp. 5–12
- Chris Cooper, Tourism: Principles and Practise
- Čertík M. a kol.: Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení, OFF 2001 Praha, 198 stran, ISBN 80-238-6275-8
- Doxey, G. V. A.: Causation Theory of Visitor-Resident Irritants; Methodology and Research Inference. Paper given at San Diego, California, The Travel Research Association Conference, 1975, No. 6, TTRA, s. 195-198
- Drobná, D., Morávková, E. Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. Praha: Fortuna, 2004
- Francová, E.: Cestovní ruch. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0719-1
- Hesková, M. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha, Fortuna, 2006

- Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb. Grada Publishing 2003, 325 stran, ISBN 80-247-0202-9
- Indrová, J. a kol.: Cestovní ruch, Vysoká škola ekonomická, 2. vyd., Praha, 2009, ISBN 978-80-245-1569-4
- Királová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. 1.vyd., Praha, Ekopress, s.r.o., 2003,ISBN 80-86119-56-4
- Majaro S., Základy marketingu, Grada Publishing, 1996, 312 stran, ISBN 80-7169-267-2
- Malá, V.: Cestovní ruch (vybrané kapitoly), 1. vyd. Praha, 1999, ISBN 80-7079-443-7
- Mourek, D. Cestovní ruch a životní prostředí. Sborník. Praha: Univerzita Karlova - Centrum pro otázky životního prostředí, 2002
- Oriška J., Technika služeb cestovního ruchu, Idea servis 2003, ISBN 80-85970-27-9
- Pásková, M.: Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, ISBN 978-80-7041-658-7, Gaudeamus 2008
- Ryglová, K., Cestovní ruch : (soubor studijních materiálů). 2.vyd. Ostrava : Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-44-1
- Štýrský J., Šípek J., Geografie turismu Evropy a světa s důrazem na působení genia loci a zážitkovou turistiku, Gaudeamus 2008, ISBN 978-80-7041-442-2
- Veber, J., et al.: Management : Základy - prosperita – globalizace, 1. vyd. Praha, Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.
- Zelenka, J., Pásková, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, ISBN 80-239-0152-4
- Zelenka J., Ekologie a environmentalistika, Gaudeamus 2007, ISBN 978-80-7041-645-7

6.2 Online zdroje

- Bučický mlýn, [online], [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: http://www.naschov.cz/AGRO/informacni-servis/Nova-plemena-v-Bucickemmlyne__s485x47542.html
- COT Business, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.cot.cz/index.php?Page=200&jazyk=1&id=6730&srchtxt=d%ECtenice>
- COT Business,[online],[cit. 18. 11. 2013],dostupné z www:<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040815739&srchtxt=d%ECtenice>
- Cykloserver, cykloatlas online, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: [//www.cykloserver.cz/ cykloatlas/#pos=50.37257P15.17698P15](http://www.cykloserver.cz/cykloatlas/#pos=50.37257P15.17698P15)
- Czech institute for tourism and management, o.p.s.: Ekonomický a sociální pilíř udržitelného cestovního ruchu v České republice k 2007, [on-line], [citace 18.11.2013], dostupne z www: <http://www.mmr-vyzkum.cz/INFOBANKA/DownloadFile/3512.aspx>
- Czechturism, [online], [cit. 7. 11. 2012], dostupné z www: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- Farma Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.farmakosik.cz/cz/gastronomie/>
- Vitáková, M., Využití kulturních a přírodních památek pro CR, [online], [cit. 7. 11. 2012], dostupné z www: <http://www.mmr.cz/getmedia/473a8dbe-5c92-4eef-818e-0252a54c8200/GetFile2.pdf>
- Garep, průmysl CR, [online], [cit. 8. 4. 2013], dostupné z www: [http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/ Prumysl_CR.pdf](http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf)
- MAS Svatojiřský les, [online], [cit. 18. 10. 2013], dostupné z www: - <http://www.svatojirskyles-mas.cz/turisticke-cile/ms-1700/p1=1700>

- Město Rožďalovice, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.rozdalovice.cz/historie-mesta-rozdalovice/d-2486/p1=316>
- Město Nymburk, cyklotrasy, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://mesto-nymburk.ic.cz/cyklotrasy/nymburk-rozdalovice/>
- Národní informační středisko pro kulturu, statistika kultury, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/navstevnost_pamatek_2012.pdf
- Obec Dětenice. [online]. [cit. 8.4.2013]. Dostupné z www: <http://www.obecdetenice.cz/>
- Obec Košík, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://www.kosik>
- Obec Tuchom, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://sdh-tuchom.webnode.cz/news/kronika-obce-tuchom/>
- Ptejte se knihovny, Ekoturismus, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www:<http://www.ptejteseknihovny.cz/uloziste/aba001/2007-2009/ekoturistika-a-ekoagroturistika>
- Středočeský kraj, [online], [cit. 19. 9. 2013], dostupné z www: <http://gis.krstredocesky.cz/dokumenty/doprava/cestmistrovstvi/nymburk.html>
- Úplné znění, dostupné z www: <http://www.uplnezneni.cz/zakon/17-1992-sb-o-zivotnim-prostredi/>
- Zákony pro lidi, [online], [cit. 18. 11. 2013], dostupné z www: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-606>

Seznam schémat

Schéma 1 Podmínky vzniku cestovního ruchu	15
Schéma 2 - Klasifikace poptávky cestovního ruchu	21
Schéma 3 Cyklus realizace prodeje produktu cestovního ruchu	22
Schéma 4 - Schéma propojenosti životního prostředí - cestovního ruchu a lidské společnosti	23
Schéma 5 – aplikace SWOT analýza	24

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Cíle, dílčí analýzy a metodické nástroje	11
Tabulka 2 Výstup SPSS - Byl jste někdy v Dětenicích?	54
Tabulka 3 Výstup SPSS - Myslíte si, že je chování a mluva v krčmě shodná se středověkem?	55
Tabulka 4 Asociační tabulka	56
Tabulka 5 - Analýza nezávislosti znaků	57
Tabulka 6 – Analýza nezávislosti znaků	58
Tabulka 7 Výstup z SPSS - Navštívil jste Ekofarmu Košík?	73
Tabulka 11 Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu - Dětenice	78
Tabulka 12 Matice hodnocení dopadů cestovního ruchu - Košík	79
Tabulka 13 Komparace obou destinací	80
Tabulka 14 Komparace obou destinací - rezident	82
Tabulka 15 Komparace obou destinací - návštěvník	83
Tabulka 16 Komparace obou destinací – náhodný respondent	84

7 Seznam příloh

Příloha A - fotodokumentace - obec Dětenice

Příloha B - fotodokumentace – obec Košík/Tuchom

Příloha C – otázky – starosta obce Dětenice – Ing. Radomír Vališka

Příloha D – otázky – starosta obce Košík – Luděk Kutmon

Příloha E – otázky – brigádnice (Středověká krčma a Pension Tuchom)

Příloha F – dotazník – Dětenice

Příloha G – dotazník – rezident Dětenice/ Košík

Příloha H – dotazník - Košík

Příloha A – fotodokumentace obec Dětenice

Obec Dětenice – náves, září 2013



Foto- autor

Dětenice – středověká krčma, září 2013



Foto - autor

Dětenice – zámek, květen 2012



Foto - autor

Dětenice – kolbiště, srpen 2013



Foto - autor

Příloha B – fotodokumentace – obec Košík/Tuchom

Obec Tuchom – náves, srpen 2013



Foto - autor

Farma Košík, říjen 2012



Foto – autor

Penzion Tuchom, zima 2013



Foto - autor

Penzion Tuchom – výroba adventních dekorací, prosinec 2012



Foto – autor

Příloha C – otázky – starosta obce Dětenice – Ing. Radomír Vališka

Došlo v souvislosti se zahájením provozu Zámeckého resortu Dětenice k rozvoji obce?

Došlo v souvislosti s provozováním Zámeckého resortu Dětenice i k rozvoji nebo vzniku dalších podnikatelských aktivit v obci?

Zvýšila se nabídka pracovních příležitostí místním občanům?

Spolupracuje Zámecký resort Dětenice s Vaší obcí? Podařilo se ve spolupráci s Resortem vybudovat nebo zorganizovat nějaké zlepšení Vaší obce?

Myslíte si, že obec Dětenice je výrazně zatížena cestovním ruchem v souvislosti s provozem Zámeckého resortu Dětenice?

Je obec Dětenice navštěvována turisty sezónně nebo je zde rovnoměrné zatížení turistickým ruchem během celého roku?

Co je největším přínosem a pozitivem cestovního ruchu pro Vaši obec?

Jsou nějaké negativní dopady na Vaši obec v souvislosti s cestovním ruchem ve Vaší obci?

Co zde podle Vás nejvíce schází?

- a) parkovací a odstavné plochy
- b) rozsáhlejší síť ubytovacích a stravovacích zařízení
- c) další turistické atraktivity
- d) kvalitnější dopravní infrastruktura (silnice)
- e) lepší dostupnost hromadnými dopravními prostředky (autobus, vlak)

Příloha D – otázky – starosta obce Košík – Luděk Kutmon

Došlo v souvislosti se zahájením provozu Farmy Košík k rozvoji obce?

Došlo v souvislosti s provozováním Farmy Košík i k rozvoji nebo vzniku dalších podnikatelských aktivit v obci?

Zvýšila se nabídka pracovních příležitostí místním občanům?

Spolupracuje Farma s Vaší obcí? Podařilo se ve spolupráci s Resortem vybudovat nebo zorganizovat nějaké zlepšení Vaší obce?

Myslíte si, že obec Košík je výrazně zatížena cestovním ruchem v souvislosti s provozem Farmy Košík?

Je obec Košík navštěvována turisty sezónně nebo je zde rovnoměrné zatížení turistickým ruchem během celého roku?

Co je největším přínosem a pozitivem cestovního ruchu pro Vaši obec?

Jsou nějaké negativní dopady na Vaši obec v souvislosti s cestovním ruchem ve Vaší obci?

Co zde podle Vás nejvíce schází?

- a) parkovací a odstavné plochy
- b) rozsáhlejší síť ubytovacích a stravovacích zařízení
- c) další turistické atraktivity
- d) kvalitnější dopravní infrastruktura (silnice)
- e) lepší dostupnost hromadnými dopravními prostředky (autobus, vlak)

Příloha E – otázky – brigádnice (Středověká krčma a Pension Tuchom)

1. Navštěvují podnik (krčma/ penzion) i místní obyvatelé?

V jakém poměru k turistům odhadujete?
2. Co si myslíte, že je hlavním motivem nebo lákadlem pro návštěvu?
3. Jaké národnosti přijíždějí?
4. Jaké jsou hlavní typy hostů:
 - Rodiny s dětmi nebo páry
 - Skupiny mladých
 - Organizované zájezdy
 - Nezávislí cestovatelé
 - Cyklisté
 - Motorkáři
 - Školy – školní výlety
 - Ekoturisté
 -
5. Jakým dopravním prostředkem přijíždějí:
 - Autobus
 - Auto
 - Kolo
 - Pěšky
 -
6. Jsou velké rozdíly v návštěvnosti mezi letní a zimní sezonou?
7. Kolik cca maximálně (v největší sezoně v nejvyšší špičce) hostů v letní sezoně navštíví tento podnik denně?
8. Kolik cca maximálně hostů v zimní sezoně navštíví tento podnik denně?
9. Myslíte, že cestovní ruch vadí místním občanům?
10. Jaké hlavní dopady má cestovní ruch pro tuto obec?

Příloha F – dotazník - Dětenice

1) Byl jste někdy v Dětenicích?

ano

ne

2) Líbilo se Vám tam?

ano

ne

3) Odkud jste se o Dětenicích dozvěděl?

internet

známí

reklama

turistické infocentrum

jiný zdroj

4) Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu Dětenice?

zábava

Dětenické pivo

poznávání regionu

zvědavost

udělat si vlastní názor

program

kultura

výlet v rámci regionu

pracovní - s obchodními partnery

výlet s dětmi

vlastní odpověď

5) Co se Vám v Dětenicích líbilo?

atmosféra v krčmě

zábava

celý koncept středověké krčmy

zámek

pivovar

program

akce pro děti

vlastní odpověď

6) Co se Vám v Resortu Dětenice nelíbilo?

vysoké ceny

vstupné

interiér zámku

slovník a chování obsluhy
masovost
komercializace
vlastní odpověď

7) Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?
ano
nevím
ne

8) Přijedete do Dětenic znovu?
ano
nevím
ne

9) Myslíte si, že koncept středověké krčmy reprezentuje nebo napomáhá uchovat nějaké místní lidové tradice a zvyky?
ano
ne

10) Jaký máte dojem z této obce?
moc turistů
není kde parkovat
chudáci místní
vesnici jsem si vůbec neprohlédl
viděli jsme jen zámecký resort
vlastní odpověď

11) Vaše pohlaví
žena
muž

12) Váš věk
0-20 let
21-30 let
30-40 let
40-50 let
více než 50 let

Příloha G – dotazník – rezident Dětenice/ Košík

1) Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?
vadí mi
nevadí mi
je mi to jedno

2) Navštěvujete dětenický resort?
ano
ne

3) Jak vnímáte cestovní ruch ve Vaší obci?
vadí mi
nevadí mi
je mi to jedno

4) Co se Vám v souvislosti s provozem Resortu Dětenice líbí?
ekonomický přínos pro obec
pracovní příležitost
zlepšení vzhledu obce
povědomí o obci
zámek
obnova a rekonstrukce resortu
vlastní odpověď

5) Co se Vám na konceptu resortu Dětenice nelíbí?
vlastní odpověď

Příloha H – dotazník - Košík

1) Líbí se Vám současný trend ekoturistiky a ekoturismu?

ano

ne

2) Fandíte vzniku ekofarem a ekohospodářství?

ano

nevím

ne

3) Jaké turistické cíle preferujete?

cíle s eko zaměřením a tematikou

atraktivní turistické cíle - eko hledisko nemá při výběru rozhodující vliv

kulturu, hrady, zámky

zábavu

sport

nákupy a obchodní centra

3) Jaké turistické cíle preferujete?

horská turistika

krásy přírody

příroda/turistika/sport

vlastní odpověď

4) Navštívil jste Ekofarmu Košík?

ano

ne

5) Líbilo se Vám tam?

ano

ne

6) Odkud jste se o farmě Košík dozvěděl?

internet

známí

reklama

vlastní odpověď

7) Jaký byl důvod Vaší návštěvy?

ekoturismus a zdravý životní styl

podporuji rozvoj ekoturistiky

dovolená

poznávání regionu

zábava

vlastní odpověď

8) Co se Vám na ekofarmě Košík líbilo?

prostředí

služby a servis

nákup bioproduktů

jídlo
propojení s přírodou
vlastní odpověď

9) Co se Vám nelíbilo?
neregionální styl kuchyně
nepůvodní druhy zvířat v Polabí
ceny
nedostatečná kapacita podniku
vlastní odpověď

10) Myslíte si, že do Polabské nížiny patří pastviny a chov plemene romanovských ovcí?
ano
nevím
ne

11) Přijedete znovu?
ano
nevím
ne

12) Jaký máte dojem z této obce?
typická středočeská vesnice
vesnici jsem si neprohlédl
chudáci místní
není kde parkovat
moc turistů
vlastní odpověď

13) Myslíte si, že ekofarma udržuje nebo prezentuje nějaké místní lidové tradice a zvyk
ano
ne

14) Vaše pohlaví?
žena
muž

15) Váš věk?
0-20 let
21-30 let
30-40 let
40-50 let
více než 50 let

Příloha I – Náhodný respondent mimo lokalitu – Dětenice - výstup

Analýza - Resort Dětenice - náhodný výběr		
otázka/odpověď	počet	%
Byl jste někdy v Dětenicích?		
ano	87	57,24%
ne	65	42,76%
2. Líbilo se Vám tam?		
ano	59	86,76%
ne	9	13,24%
3. Odkud jste se o Dětenicích dozvěděl?		
známí	70	80,46%
internet	13	14,94%
jiný zdroj	11	12,64%
reklama	7	8,05%
turistické infocentrum	2	2,30%
4. Jaký byl důvod Vaší návštěvy resortu Dětenice?		
zábava	38	43,68%
zvědavost	34	39,08%
výlet v rámci regionu	21	24,14%
Dětenické pivo	16	18,39%
výlet s dětmi	14	16,09%
udělat si vlastní názor	14	16,09%
program	14	16,09%
kultura	12	13,79%
poznávání regionu	8	9,20%
pracovní - s obchodními partnery	4	4,60%
jiný důvod	6	6,90%
5. Co se Vám v Dětenicích líbilo?		
celý kocept středověké krčmy	46	52,87%
atmosféra v krčmě	41	47,13%
zámek	39	44,83%
pivovar	19	21,84%
jídlo	19	21,84%
zábava	15	17,24%
program	8	9,20%
akce pro děti	6	6,90%
nic	5	5,75%
jiná odpověď	3	3,45%

6. Co se Vám v Resortu Dětenice nelíbilo?		
vysoké ceny	50	57,47%
komercializace	34	39,08%
masovost	21	24,14%
vstupné	19	21,84%
slovník a chování obsluhy	14	16,09%
interiér zámku	3	3,45%
byla jsem spokojena	2	2,30%
jiná odpověď	9	10,35%
7. Myslíte si, že je chování a mluva personálu v krčmě shodná se středověkem?		
nevím	32	36,78%
ne	30	34,48%
ano	25	28,74%
8. Přijedete do Dětenic znovu?		
ano	41	47,13%
nevím	31	35,63%
ne	15	17,24%
9. Myslíte si, že koncept středověké krčmy reprezentuje nebo napomáhá uchovat nějaké místní lidové tradice a zvyky?		
ne	35	51,47%
ano	33	48,53%
10. Jaký máte dojem z této obce?		
vesnici jsem si vůbec neprohlédl	40	45,98%
viděli jsme jen zámecký resort	26	29,89%
chudáci místní	21	24,14%
není kde parkovat	18	20,69%
moc turistů	16	18,39%
žádný	6	6,90%
jiná odpověď	4	4,60%
12. Váš věk		
21-30 let	35	40,23%
30-40 let	17	19,54%
více než 50 let	17	19,54%
40-50 let	12	13,79%
0-20 let	7	8,05%

Veřejná adresa výsledků: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/detenice-neco-vice/>

Příloha J – Náhodný respondent mimo lokalitu – Košík - výstup

Analýza - Farma Košík/Tuchom - náhodný výběr		
otázka/odpověď	počet	%
Líbí se Vám současný trend ekoturistiky a ekoturismu?		
ano	43	88%
ne	6	12%
Fandíte vzniku ekofarem a ekohospodářství?		
ano	42	86%
ne	4	8%
nevím	3	6%
Jaké turistické cíle preferujete?		
zábavu	14	29%
sport	8	16%
cíle s eko zaměřením a tematikou	4	8%
nákupy a obchodní centra	3	6%
jiné	5	10%
Navštívil jste Ekofarmu Košík?		
ne	36	73%
ano	13	27%
Líbilo se Vám tam?		
ano	12	92%
ne	1	8%
6. Odkud jste se o farmě Košík dozvěděl?		
známí	11	85%
je to mé bydliště	1	8%
jiné	2	15%
7. Jaký byl důvod Vaší návštěvy?		
poznávání regionu	5	38%
jídlo	4	31%
ekoturismus a zdravý životní styl	3	23%
podporuji rozvoj ekoturistiky	2	15%
příroda a zvířata	1	8%
kvůli dětem	1	8%
dovolená	1	8%
zábava	1	8%
jiný	1	8%

8. Co se Vám na ekofarmě Košík líbilo?		
klid a pohoda	6	46%
prostředí	5	38%
propojení s přírodou	4	31%
služby a servis	3	23%
jídlo	2	15%
celý koncept farmy	2	15%
nelíbilo	1	8%
jiná odpověď	1	8%
9. Co se Vám nelíbilo?		
ceny	5	38%
neregionální styl kuchyně	3	23%
nedostatečná kapacita podniku	2	15%
servis je závislý na náladě obsluhy	1	8%
nepořádek	1	8%
jiná odpověď	2	15%
10. Myslíte si, že do Polabské nížiny patří pastviny a chov plemene romanovských ovcí?		
nevím	7	54%
ne	4	31%
ano	2	15%
11. Přijedete znovu?		
ano	7	54%
nevím	5	38%
ne	1	8%
12. Jaký máte dojem z této obce?		
typická středočeská vesnice	11	85%
je to oživení života na vesnici	1	8%
žádný	1	8%
13. Myslíte si, že ekofarma udržuje nebo prezentuje nějaké místní lidové tradice a zvyky?		
ne	8	62%
ano	5	38%
14. Váš věk?		
více než 50 let	7	54%
30-40 let	2	15%
40-50 let	2	15%
21-30 let	1	8%
0-20 let	1	8%

Veřejná adresa výsledků: <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/farma-kosik>.
 vyplnto/