

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Barbora JAKŠÍKOVÁ

Cestovní ruch v Olomouci a jeho percepce obyvateli

Bakalářské práce

Vedoucí práce: Mgr. Lucia Brisudová

Olomouc 2021

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo):	Barbora JAKŠÍKOVÁ (R18362)
Studijní obor:	Matematika–Geografie
Název práce:	Cestovní ruch v Olomouci a jeho percepce obyvateli
Title of thesis:	Tourism in Olomouc and its perception by the inhabitants
Vedoucí práce:	Mgr. Lucia Brisudová
Rozsah práce:	67 stran, 2 vázané přílohy
Abstrakt:	<p>Předmětem bakalářské práce je cestovní ruch v Olomouci a jeho hodnocení z pohledu obyvatel. Zkoumá, jaké postoje zaujímají místní obyvatelé vůči turismu města a jeho dopadům. Základní teoretický rámec obsahuje charakteristiku cestovního ruchu, jeho důsledků a vývoje. Součástí je také analýza návštěvnosti města Olomouce, která vychází z poskytnutých dat Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce. Následující praktická část se zabývá analýzou percepce obyvatel na základě dat získaných dotazníkovým šetřením, které bylo realizováno v zájmovém území. Výsledky jsou prezentovány formou tabulek, grafů a příslušných komentářů.</p>
Klíčová slova:	cestovní ruch, město Olomouc, turisté, rezidenti, percepce, vývoj návštěvnosti
Abstract:	<p>The bachelor thesis deals with the tourism in Olomouc and the overall evaluation from the perspective of its citizens. The thesis examines the attitude of local residents towards the city's</p>

tourism and its impacts. The theoretical part contains the characteristics of tourism, its impacts and the development of tourism. It also includes the analysis of tourism in Olomouc, which is based on data provided by The Department of Tourism, Culture and Sport of Olomouc. The following practical part deals with the analysis of inhabitants' perception that is based on the data obtained by a questionnaire, which was conducted in the area of interest. The results are presented in tables, graphs and relevant comments.

Keywords:

tourism, city of Olomouc, tourists, residents, perception, visit rate development

Ráda bych poděkovala Mgr. Lucii Brisudové za vedení mé bakalářské práce, za cenné připomínky a rady, které mi pomohly k vypracování bakalářské práce, za její ochotu a trpělivost. Také bych chtěla poděkovat Odboru cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce, který mi poskytl podrobná data o návštěvnosti města.

Prohlašuji, že jsem předloženou bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a internetových zdrojů pod vedením Mgr. Lucie Brisudové.

V Olomouci dne 14. května 2021

.....

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Barbora JAKŠÍKOVÁ**
Osobní číslo: **R18362**
Studijní program: **B1101 Matematika**
Studijní obor: **Matematika**
Geografie
Téma práce: **Cestovní ruch v Olomouci a jeho percepce obyvateli**
Zadávající katedra: **Katedra geografie**

Zásady pro vypracování

Cestovní ruch jako součást sektoru služeb hraje významnou roli v ekonomice každého města. Cílem bakalářské práce je zjistit, jak se k cestovnímu ruchu staví místní obyvatelé Olomouce. Práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část. V rámci teoretické části budou na základě uvedených zdrojů literatury a další rešerše popsány základní charakteristiky cestovního ruchu. V praktické části se autorka zaměří na analýzu percepce obyvatel. Pro tyto účely je důležitou součástí dotazníkové šetření, které bude realizováno v zámjovém území.

Rozsah pracovní zprávy: **5 000 – 8 000 slov**
Rozsah grafických prací: **Podle potřeb zadání**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

HOSPERS, Gert-Jan, et al. Overtourism in European Cities: From Challenges to Coping Strategies. In: *CESifo Forum*. ifo Institute-Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich, 2019. p. 20-24.

MCKERCHER, Bob a Hilary DU CROS. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Abingdon: Routledge, 2012. ISBN 9780789011060.

SIWEK, Tadeusz. *Percepce geografického prostoru*. 1. Praha: ČGS, 2011. ISBN 978-80-9045521-7-6.

SMRČKA, Luboš; ARLTOVÁ, Markéta; SCHÖNFELD, Jaroslav. *Ekonomická krize a vývoj cestovního ruchu v České republice*. *Acta oeconomica pragensia*, 2011, 17.

SZCZYRBA, Zdeněk; FŇUKAL, Miloš; KUDRNOVSKÝ, Emil. *Návštěvnost památkových objektů v ČR? vývojové tendence po roce 1989*.

ŠPRINCOVÁ, Stanislav. *Úvod do geografie cestovního ruchu*. 2. Olomouc: Univerzita Palackého, 1981

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Lucia Brisudová**
Katedra geografie

Datum zadání bakalářské práce: 20. ledna 2020
Termín odevzdání bakalářské práce: 10. dubna 2021

L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

prof. RNDr. Marián Halás, Ph.D.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 20. ledna 2020

Obsah

1	Úvod a cíle práce	9
2	Rešerše literatury	11
3	Teoretická část	14
3.1	Cestovní ruch	14
3.2	Cestovní ruch a jeho dopady	16
3.2.1	Pozitivní dopady	16
3.2.2	Negativní dopady	17
3.2.3	Iritační index	18
3.2.4	Životní cyklus turistické destinace	19
3.2.5	Typy reakcí rezidentů na vliv cestovního ruchu	21
3.3	Overturismus	23
3.3.1	Overturismus v České republice	24
3.3.2	Udržitelnost cestovního ruchu	25
3.4	Cestovní ruch v Olomouci	26
4	Metodika práce a zdroje dat	31
5	Praktická část	33
5.1	Analýza výsledků dotazníkového šetření	33
5.1.1	Socioekonomické údaje	33
5.1.2	Četnost a typ turistů	34
5.1.3	Nárůst návštěvnosti města Olomouc	36
5.1.4	Subjektivní vztah k turistům	40
5.1.5	Dopady cestovního ruchu	44
5.1.6	Připomínky respondentů k cestovnímu ruchu v Olomouci	47
6	Diskuse	48
7	Závěr	51
8	Summary	53
9	Seznam použité literatury a zdrojů	55
	Přílohy	60

1 Úvod a cíle práce

Cestovní ruch je nepochybně jedním z důležitých odvětví služeb. Spolu s jeho dynamickým rozvojem roste i jeho význam, a proto je nejen nedílnou součástí lidského poznání a potřeb, ale tvoří také důležitou část regionální i světové ekonomiky. V posledních letech se stal cestovní ruch fenoménem. V rámci kontinentů i mezi nimi se pohybují masy turistů, ať už za účelem rekreace, zábavy, dobrodružství či za prací. Jak vyplývá ze statistik Světové organizace cestovního ruchu (UNTWO), počty turistů se každoročně rapidně zvyšují (UNTWO, 2021), a proto je třeba brát ohled na jisté dopady cestovního ruchu. Ačkoli má cestovní ruch doajista pozitivní ekonomický vliv na dané turistické destinace, neustále rostoucí počty turistů mohou překročit limity destinace, což v některých případech může vést k závažným problémům. K čím dál častějším a diskutovanějším problémům cestovního ruchu patří tzv. overturismus, který lze pochopit v překladu jako nadměrný turismus.

Hlavním výzkumným problémem a také záměrem předložené bakalářské práce je cestovní ruch v Olomouci z jiného pohledu – pohledu místních obyvatel. Rezidenti jsou totiž významní aktéři, kteří do jisté míry tvoří atmosféru dané destinace, ale hlavně patří mezi ty, kteří nejvíce pociťují dopady místního turismu. Typy reakcí rezidentů na dopady cestovního ruchu se staly tématem mnohých geografů (Dogan, Ap, Crompton atd.), jejichž modely budou mimo jiné představeny v teoretické části. V ní se práce dále zaměří na obecnou charakteristiku cestovního ruchu jako odvětví v geografii a nastíní jeho historický vývoj. Bude se věnovat pozitivním i negativním dopadům cestovního ruchu, a to především overturismu. V souvislosti s negativními dopady cestovního ruchu se naskytá otázka – jak jim předejít? Tohle téma bude pod titulkem Udržitelnost cestovního ruchu také zahrnuto v teoretické části práce. Důležitou součástí je kapitola Cestovní ruch v Olomouci, která prezentuje a popisuje poskytnutá data o vývoji návštěvnosti města.

Praktická část je věnována výzkumu cestovního ruchu v Olomouci a jeho percepci obyvateli. Formuluje základní otázky a cíle dotazníkového šetření. Seznámí čtenáře s použitou metodou získávání dat a samotným dotazníkem, který sloužil ke zjištění postojů obyvatel k cestovnímu ruchu v Olomouci. V neposlední řadě následuje

nejdůležitější část bakalářské práce, a to analýza a výsledky výzkumu, které budou shrnuty v závěru práce.

Hlavním cílem bakalářské práce bude prostřednictvím dotazníkového šetření zjistit, jak rezidenti vnímají cestovní ruch a turisty ve městě Olomouci a jaký vliv má cestovní ruch podle místních obyvatel na město. Dílčím cílem pak bude na základě dostupných dat určit, jaký je trend vývoje návštěvnosti města Olomouce.

Ačkoli nynější celosvětová protipandemická opatření covid-19 dynamický růst cestovního ruchu pozastavila a počty turistů výrazně klesly, odborníci se shodují, že po překonání pandemické situace se role cestovního ruchu dostane opětovně do popředí (UNTWO,2021). Tuto situaci je však nutné zohlednit také v kontextu realizovaného výzkumu.

2 Rešerše literatury

Cestovní ruch je podle Vystoupila (2011) jedna z nejmladších disciplín geografie, jehož počátky sahají do 30. let 20. století. Stal se bezpochyby fenoménem dnešní doby, který zaznamenává velmi dynamický rozvoj. Lze tedy očekávat jisté dopady na cílové destinace turistů. Velmi důležitou kapitolou pro práci byly články o dopadech cestovního ruchu a vnímání turismu jak rezidenty, tak i turisty daných destinací. Kromě důležitého teoretického základu byla součástí těchto studií také problematika, která pomohla k formulaci dotazníkového šetření, a tak i k praktické části zaměřené na percepci obyvatel.

Na české geografické scéně se cestovním ruchem zabývá mnoho autorů. Mezi významné zástupce řadíme Jiřího Vystoupila a Martina Šauera, kteří publikovali knihu *Geografie cestovního ruchu České republiky* (2011). Tato monografie je ve svém pojetí první studií zabývající se geografickými hledisky cestovního ruchu na našem území. Shrnuje více než třicetileté výsledky autorů v geografickém výzkumu cestovního ruchu a rekreace v České republice, popisuje historii vývoje cestovního ruchu a návštěvnosti, potenciál a předpoklady rozvoje a pomocí geografického, územně-plánovacího a marketingového přístupu vysvětluje aplikace regionalizace České republiky. Dále nutno zmínit *Výkladový slovník cestovního ruchu* (2012) od Martiny Páskové a Josefa Zelenky, který vysvětluje základní termíny cestovního ruchu a jeho problematiku. Teorie je prokládána praktickými příklady a obrázky na toto téma. Tito autoři se zabývají taktéž udržitelností a dopady turismu. Jeden z příkladů je článek pro *Czech Journal of Tourism* *Únosná kapacita cestovního ruchu* (Zelenka, 2012). Jsou zde porovnávány a kriticky hodnoceny modely vymezující limity únosné kapacity a studie zahraničních autorů (Cole, Mccool, Lime...) i české autorky Martiny Páskové. Autor se zabývá otázkou, do jaké míry cestovní ruch ovlivňuje okolní činitele a jaký vztah má s ostatními aktéry určité destinace. Nevylučuje ani myšlenku, zda má určování únosných kapacit cestovního ruchu smysl. Pásková v publikaci *Udržitelnost cestovního ruchu* (2014) rozlišuje dopady turismu podle typu prostředí, na které cestovní ruch působí a představuje koncepty, marketing i management udržitelného cestovního ruchu. Stejně tak pojednává i ve své disertační práci *Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle*

kriticko-realistické metodologie (2003), kde se více zaměřuje na aplikované koncepty a teorie. Dalším českým autorem je Monika Palatková, která se ve svojí knize *Mezinárodní turismus* (2011) orientuje na vztah turismu s mezinárodními ekonomickými vztahy, jeho rozložení a udržitelnost. Nelze opominout ani článek *Návštěvnost památkových objektů v ČR-vývojové tendence po roce 1989* (Szczyrba, Fňukal, Kudrnovský, 2005) popisující změnu návštěvnosti kulturních památek v České republice po roce 1989. Dále článek *Ekonomická krize a vývoj cestovního ruchu v České republice* (Smrčka, Artlová, Schönfeld, 2011), který hodnotí postavení cestovního ruchu v české ekonomice a snaží se popsat a vysvětlit příčiny ekonomické krize v letech 2008-2009 v cestovním ruchu.

Ze zahraničních autorů lze zmínit Ch. R. Goldnera a J. R. Brenta Ritchieho a jejich knihu *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy* (2012), která interpretuje cestovní ruch z ekonomického hlediska. Zabývá se jeho hlavními principy fungování, popisuje průběh, jak se z turismu může stát významný ziskový faktor a uvádí jednotlivé složky cestovního ruchu a jejich vzájemné interakce. Profesor Bob McKercher se v knize *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (2002) zabývá vzájemným vztahem mezi cestovním ruchem a kulturním dědictvím a představuje jeho model.

Jedením z možných dopadů cestovního ruchu a relativně novým pojmem v geografii je overturismus. Na toto téma se zaměřil Gert-Jan Hospers ve svém článku *Overtourism in European Cities: From Challenges to Coping Strategies* (2019). Svou studii zaměřil především na Benátky, Amsterdam a Barcelonu, ovšem tento trend obecně aplikuje i na ostatní evropská města. Vysvětluje příčiny a dopady tohoto jevu. Na Českou republiku se stejným tématem se zaměřil ve své bakalářské práci Petr Mládek (2020) s názvem *Overturismus jako rostoucí globální problém se zaměřením na Českou republiku*. Součástí práce jsou analýzy statistických dat a vlastní dotazníkové šetření. Taktéž diplomová práce Daniela Strnada *Overturismus v České republice* (2020) se zabývá měřením overturismu pomocí McKinsey indikátoru, současným stavem nadměrného turismu v České republice a návrhy efektivních řešení.

Další publikace se přímo zaměřují na postoje a vnímání cestovního ruchu. Diplomová práce Zdráhala *Image města Olomouce pohledem návštěvníků* (2014) zjišťuje, jak vnímají Olomouc její návštěvníci a proč tomu tak je. Také analyzuje

marketingovou strategii města „Stay overnight“. Anna Uhlířová ve své bakalářské práci *Postoj rezidentů k rozvoji cestovního ruchu* (2016) zkoumá, jaký postoj zaujmají obyvatelé určitých destinací, jež pak mezi sebou porovnává. Rezidenty bere jako přímé aktéry cestovního ruchu, bez kterých by se nemohl v dané destinaci rozvíjet. Dotazníkové šetření sloužilo jako nástroj zjišťování postojů obyvatel k cestovnímu ruchu i pro účely této práce. Ve své práci odkazuje na R. Butlera, který ve své knize *The tourism area life cycle* (2016) předvedl model procesu vnímání turistů rezidenty a dopady cestovního ruchu v závislosti na počtu turistů a čase. Součástí je i diskuze o vztahu modelu k udržitelnosti cestovního ruchu a aplikace do reálného světa. Jeho studie je přehledně shrnuta v článku L. Hwanga *Butler's Tourism Area Life Cycle and Its Expansion to the Creative Economy* (2017). Shrnuje všechny fáze Butlerova modelu a zabývá se jeho udržitelností.

Důležitou publikací pro praktickou část byla závěrečná zpráva *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu, výzkum návštěvnosti a výzkum postojů místního obyvatelstva k cestovnímu ruchu na území města Jihlavy* (Vysoká škola polytechnická Jihlava: Katedra cestovního ruchu, 2016). Ačkoli bakalářská práce z této publikace nevycházela teoreticky, část jeho dotazníku zaměřená na názory místních obyvatel na cestovní ruch byla zajímavým příkladem aplikace výzkumu tohoto typu. V článku *Vliv cestovního ruchu na socioekonomické a environmentální prostředí Malty: vnímání mladých* (Krajíčková, 2018) se autorka zaměřila na turismus Malty. Pomocí dotazníkového šetření zkoumala vnímání cestovního ruchu obyvateli Malty do 26 let. Svůj výzkum uzavřela s dodatkem, že v této oblasti je nedostatek studií na porovnání práce a které by se staly inspirací pro řešení problémů nadměrného cestovního ruchu. Podobných studií v České republice také není mnoho, proto by tato práce mohla doplnit tuto oblast. Zároveň by mohla pomoci městu Olomouc k udržitelnému cestovnímu ruchu.

3 Teoretická část

3.1 Cestovní ruch

Každý si pojem cestovní ruch představí jinak. Jeden chápe cestovní ruch jako formu odpočinku, jiný ho může vidět jako dobrodružství, poznání nových kultur a míst, pracovní záležitost nebo jen jako důležitou součást ekonomiky. Beránek (2013) jej označil jako mnohostranný jev současné doby zahrnující přemísťování lidí, hospodaření, ekonomickou činnost, činnost při rekreaci a meziodvětvový komplex či trh tvořící turistický produkt. Pravdou je, že toto odvětví je v současnosti jedno z nejrychleji se rozvíjejících a jeho význam neustále roste. Organizace spojených národů (OSN) označila cestovní ruch jako jeden z nejdůležitějších ekonomických sektorů světa (OSN, 2020). Pro mnohé země je neodmyslitelnou součástí jejich ekonomik a ukazatelem úrovně vyspělosti. Podle Českého statistického úřadu (ČSÚ) v roce 2018 celosvětově vycestovalo do zahraničí celkem 1,4 miliard lidí, což činí téměř pětinu světové populace (CZSU, 2018). Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO¹) odhaduje pro rok 2030 zvýšení počtu turistů přibližně o dalších 29 % (v porovnání s rokem 2018). Pokud pomineme nynější pandemickou situaci, lze očekávat, že jeho růst bude i nadále sílit.

Cestovní ruch lze vzhledem k cílové destinaci rozlišit na domácí a zahraniční. Domácí cestovní ruch zahrnuje turismus obyvatel dané země bez překročení státních hranic. Naopak zahraničním cestovním ruchem rozumíme turismus, kdy lidé překračují hranice daného státu. Ten pak můžeme dále členit na výjezdový, kdy obyvatelé dané země cestují do zahraničí, a příjezdový, kdy naopak zahraniční obyvatelé navštěvují danou zemi. V obou případech dochází k překročení hranic (Palatková, 2014).

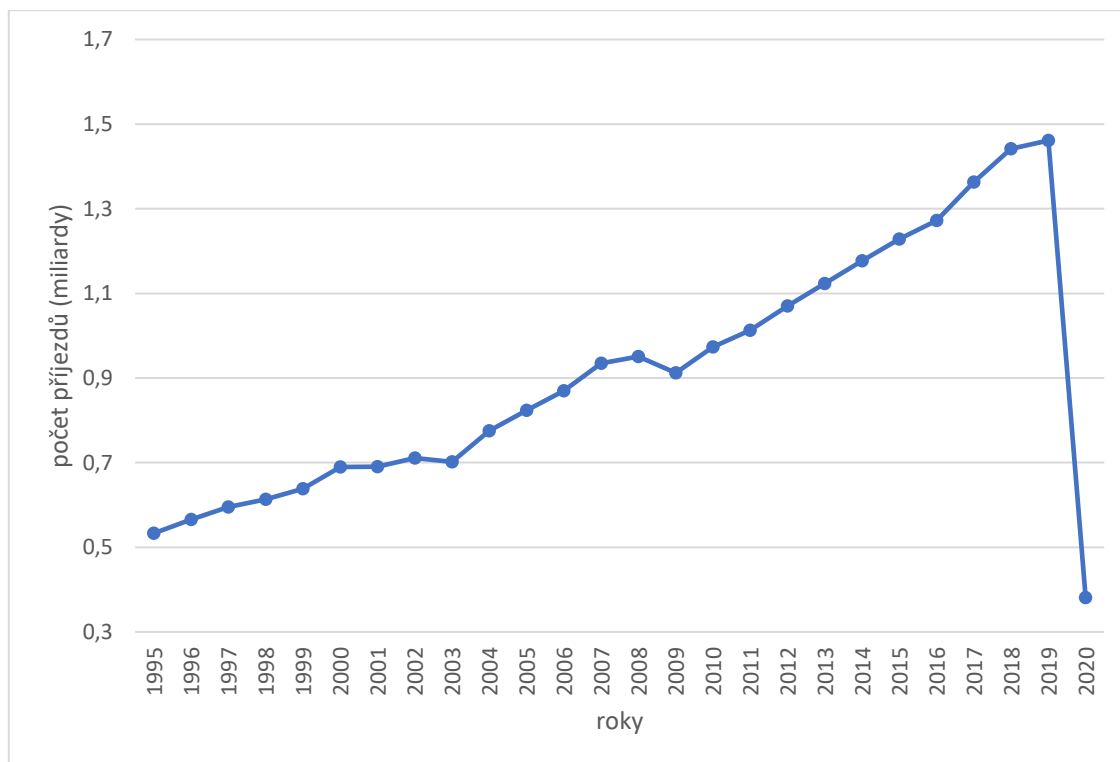
Počátky cestovního ruchu sahají až do dob starověku, kdy naši předkové cestovali především za účelem obchodním, vzdělávacím, náboženským či vojenským (Blažková, 2013). Často byl záležitostí pouze bohatých šlechticů. Jeho velký rozvoj se pojí s objevitelskými a kolonizačními cestami na počátku 13. století, které umožnily prozkoumat tehdy neznámé kouty světa. Tohle jsou však pouze jeho počátky a první zmínky. Počátky tzv. moderního cestovního ruchu, tak jak ho chápeme dnes, sahají až

¹ UNTWO = United Nations World Tourism Organization

do 19. století. Byl to Thomas Cook, který si začal uvědomovat komerční možnosti masového turismu, a založil tak první cestovní kanceláře. Ve 20. století k dalšímu masovému rozvoji přispívá možnost neomezeného pohybu lidí, dostatek finančních prostředků či více volného času lidí (Beránek, 2013). Také rozvoj dopravních prostředků po 2. světové válce umožnil lidem cestovat snadněji než kdykoli předtím. Díky tomu nabyly velmi důležitých ekonomických aspektů, kterých si některé země začaly všimnout a cestovní ruch začaly podporovat (Blažková, 2013). Počet cestujících začal rapidně růst a cestovní ruch dostal nový rozměr.

Jak lze vidět na obr. 1, od roku 1995 do roku 2019 narostl počet cestujících o dalších 174 %, což v roce 2019 činilo téměř 1,5 miliard cestujících. Na křivce si lze všimnout dvou patrných poklesů, a to v roce 2003 kvůli propuknutí nemoci SARS a v roce 2009, který lze přisoudit tehdejší hospodářské krizi (UNWTO, 2020). Čeho si však nelze nevšimnout, je obrovský propad roku 2020, kdy činí pokles o 74 % oproti předešlému roku. Důvodem je stále trvající pandemická situace covid-19 ve světě, která si vyžádala velmi striktní opatření (uzavření hranic, podmínka testování, nutná karanténa...). Tím se stalo cestování komplikovanější, a ne každý byl ochoten tyto okolnosti přijmout. Svoji negativní roli sehrál taktéž strach ze samotné nákazy. Podle světové organizace cestovního ruchu (WTTC²) byl sektor cestovního ruchu jedním z nejvíce zasažených hospodářských odvětví (UNWTO, 2020). Je tedy zřejmé, že tato situace bude mít na vývoj cestovního ruchu jisté dopady. Většina odborníků očekává návrat k předpandemickým úrovním nejdříve v roce 2023 (UNWTO, 2021).

² WTTC = World Travel & Tourism Council



Obr. 1: Vývoj mezinárodního cestovního ruchu od roku 1995

(Zdroje: The world bank, UNWTO)

3.2 Cestovní ruch a jeho dopady

Existuje mnoho faktorů, které ovlivňují turismus v cílových destinacích. Avšak samotný cestovní ruch má také značný dopad na danou oblast a její okolí. S rostoucím počtem návštěvníků roste i jeho vliv, jak pozitivní, tak negativní. Mason (2008) zmiňuje, že dopady cestovního ruchu závisí na čase a na samotném rozvoji turismu dané destinace.

3.2.1 Pozitivní dopady

Dopady cestovního ruchu nejsou vždy jen negativní, ale zahrnují i mnoho pozitiv. Jedno z nich může být uvědomění si hodnot lokálních přírodních a kulturních památek, což vede k potřebě jejich větší ochrany a vytvoření chráněných oblastí.

Z ekonomického hlediska snižuje nezaměstnanost, zvyšuje příjmy, podílí se na tvorbě HDP, zajišťuje cenovou stabilitu a podílí se na ekonomickém rozvoji dané oblasti. Podle Světové rady pro cestování a cestovní ruch (WTTC) zaměstnával cestovní ruch v roce 2019 přes 330 miliónů lidí a podílel se 10,3 % na světovém HDP. Dále zvyšuje

životní úroveň místních obyvatel a vytváří více pracovních i volnočasových příležitostí (Uhlířová, 2016).

3.2.2 Negativní dopady

Negativní dopady turismu nejsou způsobeny pouze samotnou návštěvností turistů dané destinace, svůj podíl má taktéž budování infrastruktur a připravování destinace, aby vyhověla požadavkům turistů. Proto jsou tyto změny nejdříve vidět na životním prostředí (Palatková, 2014). V důsledku výstavby nových infrastruktur a provozu dopravních prostředků jsou produkovány emise skleníkových plynů, které znečišťují životní prostředí, je narušován krajinný ráz a často dochází k erozi půdy. Dalším velmi častým problémem je vědomé poškozování přírodních i kulturních památek, znečišťování destinace odpadky a nadměrná hlučnost. Tyto problémy mnohdy vedou k narušování ekosystémů v přírodě, což je závažný problém v chráněných oblastech (Pásková, 2003).

Pásková (2003) taktéž uvádí vlivy na socio-kulturní prostředí a dále je dělí na dopady psychologické, sociální, kulturní, ekonomické a urbanistické. Nadměrný turismus často směřuje k přizpůsobení se nárokům a komfortu turistů. Dochází ke komercializaci dané destinace, a tím i ke ztrátě místní identity či *genia loci*. Vytěžení co největších benefitů z turismu má za následek navýšení životních nákladů (ceny potravin, služeb, bydlení apod.), což může způsobovat prohlubování bipolarity společnosti na chudou a bohatou. V návaznosti na tento jev pak může dojít až k vytlačení rezidentů z centra města na periferie.

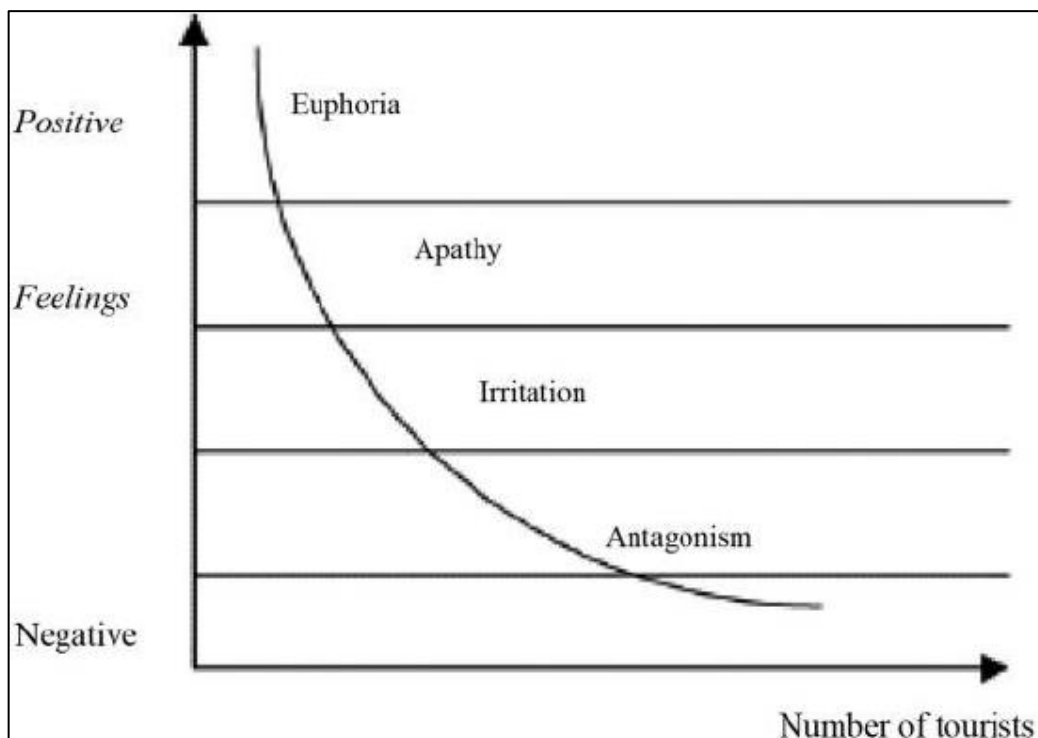
V rámci kulturních dopadů cestovního ruchu hrozí důsledkem náporu velkého množství turistů ztráta *genia loci*, což můžeme chápat jako znehodnocení místní atmosféry, která je úzce spjata s historickým vývojem konkrétního místa. Taktéž tradiční řemesla se mohou proměnit v komerční služby za účelem co největšího zisku a uspokojení potřeb turistů. Další důsledek cestovního ruchu může způsobit přeměnu místní kultury. Styk kultur, z nichž jedna je dominantnější, může vést k tzv. akulturaci. Při tomto jevu přebírají rezidenti silnější kulturní hodnoty návštěvníků a své pomalu odsouvají (Pásková, 2003).

Velmi důležité je zohlednit samotný vztah mezi rezidenty a turisty. Tento jev se stal tématem pro mnohé geografy a pro vytvoření modelů, které se těmito vztahy a jejich dopady zabývají. To, jak se rezidenti s návštěvníky navzájem vnímají, často velmi ovlivňuje atmosféru dané destinace a může vést k závažným dopadům. Velký nátlak a bezohlednost turistů může způsobit xenofobii rezidentů vůči určité kultuře, rase či společnosti (Pásková, 2003). Další jev, který se může objevit, je turistická iritace. Neustálý rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci způsobí negativní postoj rezidentů k návštěvníkům (Pásková, 2003). Tímto tématem se zabýval G. Doxey (1976), v návaznosti na to určil tzv. iritační index.

3.2.3 Iritační index

Doxey (1976) se zaměřil přímo na místní obyvatelstvo cílové destinace a zkoumal jeho postoje vůči turistům. Vymezil čtyři stádia postojů, které závisí na rostoucí intenzitě cestovního ruchu dané destinace. Dle tohoto indexu zvyšujícím se počtem turistů také roste negativní postoj rezidentů vůči nim (Pásková, Zelenka, 2014).

Jak lze vidět z obr. 2, vývoj postojů rezidentů začíná eufórií, kdy je vnímání turistů rezidenty především pozitivní. Cestovní ruch se začíná pomalu vyvíjet, je podporován a pod kontrolou. V druhé fázi – apatie se prudce zvyšují čísla návštěvníků, kteří se stávají samozřejmostí turistického dění v dané destinaci. Začínají se utvářet vzájemné vztahy mezi místními a turisty a stále převyšují pozitivní postoje. Dále se už s pomalu rostoucím množstvím turistů pokračuje přes fázi znechucení do fáze antagonismu – stádium naprosté iritace a znechucení nejen z turistů, ale i ze samotného cestovního ruchu v dané destinaci. Nastává stagnace počtu návštěvníků. (Pásková, 2003; Doxey, 1976)



Obr. 2: Iritační index

(Zdroj: Doxey, 1976)

3.2.4 Životní cyklus turistické destinace

V roce 1980 představil Butler model dopadů rostoucího cestovního ruchu. Hlavním účelem modelu bylo popsat průběh změny v turistické destinaci v souvislosti se zvyšujícím se počtem turistů. Butlerův model také pracuje na principu udržitelnosti cestovního ruchu a ochrany životního prostředí. Jak lze vidět na obrázku 3, cyklus tvoří 6 fází.

První fáze průzkumu (exploration) začíná objevením destinace malým množstvím turistů, kteří tuto oblast a život rezidentů nijak zvlášť neovlivňují. V této destinaci není prozatím vybudována infrastruktura cestovního ruchu (Hwang, 2017).

V druhé fázi vtažení (involvement) turistická destinace zaznamenává čím dál větší počet turistů. Místní obyvatelé začínají budovat potřebnou infrastrukturu pro cestovní ruch a propagaci destinace za účelem přilákání více turistů (Butler, 2006).

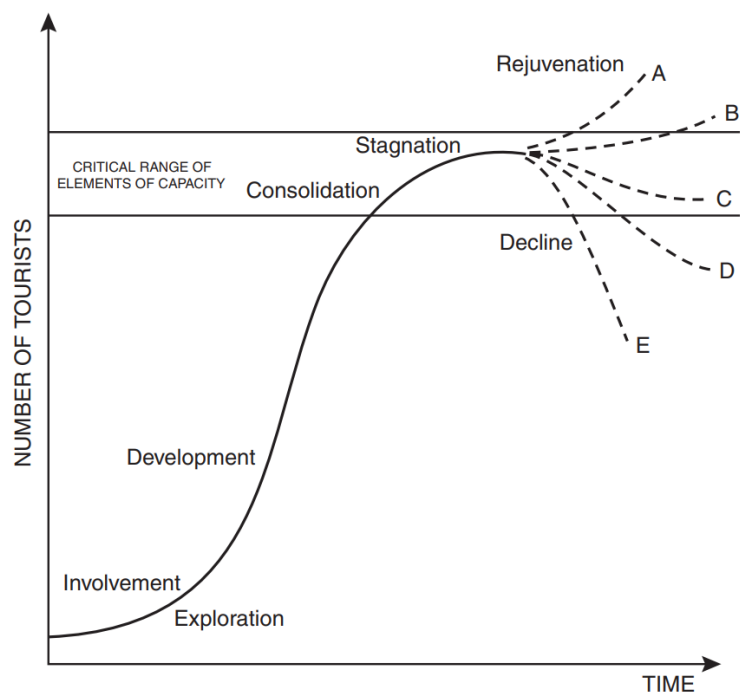
Ve třetí fázi rozvoje (development) začíná masový cestovní ruch. Kontakt rezidentů s turisty se zmenšuje, případné zapojení rezidentů do služebního poměru

v cestovním ruchu klesá a jeho kontrola vývoje taktéž (Butler, 2006). Některá lokální zařízení a služby jsou nahrazovány většími externími společnostmi či řetězci. Budují se turistické atrakce. V destinaci jsou patrné fyzické změny prostředí a vztahy mezi návštěvníky a rezidenty se taktéž mění.

Ve čtvrté fázi konsolidace (consolidation) vývoj počtu turistů začíná zpomalovat, ačkoli počet návštěvníků je stále vyšší než počet místních obyvatel. Ekonomika turistické destinace se stává závislá na příjmech z cestovního ruchu. I nadále dochází k budování infrastruktur a zařízení pro cestovní ruch. Probíhá neustálá propagace destinace. Důsledkem toho rostou negativní postoje vůči cestovnímu ruchu a turistům (Butler, 2006).

Fáze stagnace (stagnation) se vyznačuje překročením únosné kapacity dané destinace (Pásková, Zelenka, 2012), což vede k enviromentálním, sociálním a ekonomickým problémům (Butler, 2006) a k následnému poklesu počtu turistů. Daná destinace ztrácí konkurenceschopnost, a tím i atraktivitu pro turisty. Podle Páskové (2009) je tahle fáze rozhodující pro další vývoj turistické destinace.

Poslední fáze má více variant. Daná destinace může dosáhnout fáze omlazení (rejuvenation), kdy se díky inovacím daří obnovit konkurenceschopnost destinace a dochází k opětovnému oživení cestovního ruchu, může však nastat i fáze poklesu (decline), při které se dané destinaci nepodaří oživit cestovní ruch, a v důsledku toho dochází k rapidnímu poklesu turistů. Jak lze vidět z obr. 3, existují další tři fáze (křivka B, C, D), které se pohybují mezi fázemi omlazení a poklesu.



Obr. 3: Životní cyklus turistické destinace

(Zdroj: Butler, 2006)

3.2.5 Typy reakcí rezidentů na vliv cestovního ruchu

V rámci cestovního ruchu je možné sledovat reakce rezidentů na změny způsobené dopady cestovního ruchu a jejich subjektivní percepci cestovního ruchu či turistů v dané destinaci.

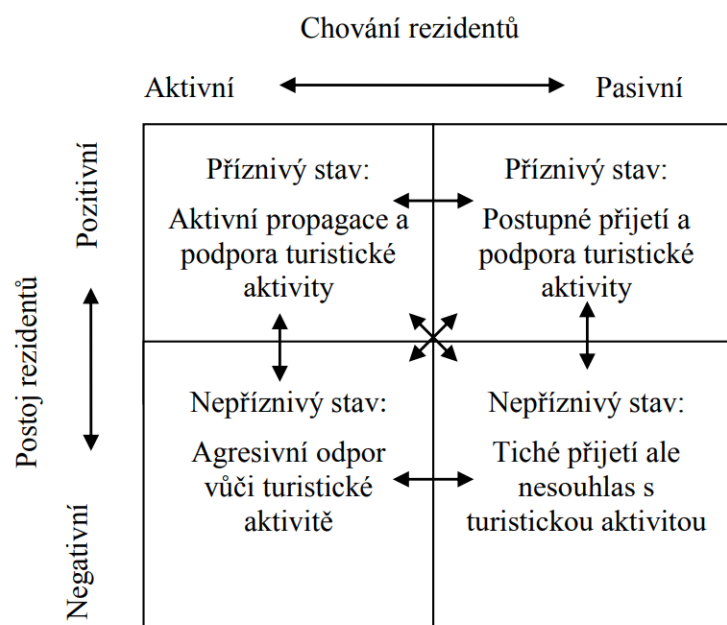
Dogan (1989) ve svém výzkumu zkoumá sociokulturní dopady cestovního ruchu na úrovni makrodestinace a reakce chování rezidentů ovlivněné těmito dopady. Rozlišil pět typů reakcí rezidentů, které mohou existovat buď jednotlivě, nebo najednou. Patří mezi ně rezistence, ústup, udržování hranic, revitalizace a osvojení (Wall, Mathieson, 2006).

Rezistence je reakce na velmi rozsáhlé negativní dopady cestovního ruchu. Rezidenti odporují turistům i celkově cestovnímu ruchu dané destinace svým nepřátelským, někdy agresivním chováním. Ústup je reakce, kdy se místní komunita úmyslně straní turistů. V této destinaci taky dochází k oživení dřívějších tradic a zvýšení kulturního a etnického povědomí (Uhlířová, 2016). Udržování hranic je další reakcí, která tvoří fyzický i sociální distanc mezi rezidenty a turisty. Čtvrtá reakce – revitalizace je

proces, při kterém rezidenti cestovní ruch i turisty přijímají. Jsou ochotni propagovat kulturní dědictví dané destinace pro zachování místní kultury a tradic. Poslední reakce – osvojení neboli přijetí znamená převzetí kultury turistů rezidenty, což nese za následek potlačení místní tradiční kultury (Uhlířová, 2016).

Model geografů Apa a Cromptona (1993) je více zaměřen na jednotlivé postoje a chování rezidentů vůči dopadům cestovního ruchu. Rozlišují čtyři reakce – přijetí, tolerance, přizpůsobení se, stažení se. Tyto reakce jsou analogické k Doxeymu iritačnímu indexu (1976). Tento model, na rozdíl od Doxeyho, připouští současný výskyt několika reakcí v dané destinaci, který je způsoben různými faktory, například věkovou strukturou místních obyvatel, ekonomickou aktivitou či vzdáleností bydliště od turistického centra (Pásková, 2003).

Bjorklund a Philbrick (1972) rozlišují reakce, které probíhají při styku dvou či více kultur. Tento proces je znázorňován pomocí matice (viz obr. 5), která zkoumá vztah mezi chováním turistů a rezidentů. Na obr. 5 vidíme, že tyto reakce mohou být pozitivní, či negativní a aktivní, či pasivní. Kombinací těchto reakcí dostaneme celkem čtyři možné formy, které mohou nastat zároveň v rámci jedné destinace. (Uhlířová, 2019)



Obr. 4: Bjorklundova a Philbrickova matice vztahů chování mezi rezidenty a turisty

(Zdroj: Uhlířová, 2019)

3.3 Overturismus

Tato kapitola opomine pandemickou situaci covid-19 ve světě, která má dozajista obrovský vliv na tento jev. Proto se tato kapitola omezí na dobu před začátkem propuknutí pandemické situace.

V současnosti bychom mohli cestovní ruch označit za masový, neustále se rozvíjící. Počty turistů prudce rostou. S tím roste i tlak na dané destinace. Místa světových přírodních či kulturních památek se prudce plní turisty a dopady jsou čím dál znatelnější jak na fyzickém prostředí, tak i na vzájemných vztazích mezi turisty a rezidenty.

Overturismus je relativně nový pojem. I přesto se stává čím dál více aktuálním a diskutovaným tématem. Podle Goodwina (2017) pojem overtourismus znamená: „Destinace, v nichž hostitelé nebo hosté, místní nebo návštěvníci cítí, že je zde příliš mnoho návštěvníků a že kvalita života v této oblasti nebo kvalita zážitku nepříjemně klesá.“ Dalo by se tedy říci, že jde o nadměrný příliv turistů, který přesahuje únosnou kapacitu dané destinace. Pásková a Zelenka (2012) vysvětlují únosnou kapacitu jako maximální zatížení dané destinace. Kdyby došlo k jejímu překročení, mohla by způsobit snížení kvality života místního obyvatelstva či snížení kvality zážitků a spokojenosti návštěvníků (Pásková a Zelenka, 2012). Určení hranice únosné kapacity je velmi individuální. K jejímu určení neexistuje žádný obecný vzorec, proto si každá oblast musí regulovat počet návštěvníků sama s ohledem na svou strukturu (Mládek, 2020).

Tento jev nemusí tížit pouze města, ale taky přírodní památky či venkovské oblasti (Mládek, 2020). Hospers (2019) ve svém článku zmiňuje, že s nevyhnutelně rostoucím cestovním ruchem se na trh dostávají nové skupiny návštěvníků, především z Číny a Indie. Ubytovací služby (např. Airbnb) navyšují své nabídky, taktéž i nízkonákladové letecké společnosti nabízejí cenově velmi přijatelné letenky do atraktivních destinací. Tímto se stává cestovní ruch mnohem dostupnější širší vrstvě obyvatelstva. Není tedy divu, že počet turistů dynamicky roste. Turistické destinace obvykle cestovní ruch vítají, jelikož posiluje jejich ekonomiku, a neurčí včas rozumnou hranici, což pak může vést k samotnému overturismu (Hospers, 2019). Negativní dopady jsou pak důsledkem dané situace.

3.3.1 Overturismus v České republice

Cestovní ruch v České republice je významnou součástí ekonomiky. Podle Českého statistického úřadu (ČSÚ) v roce 2019 představoval příjezdový cestovní ruch tvořený zahraničními turisty více jak 57 % celkového objemu výdajů za cestovní ruch. Česká republika tehdy zaznamenala přes 37 milionů zahraničních turistů. ČSÚ taktéž dodává, že počty turistů se každým rokem zvyšují (ČSÚ,2021). Proto lze očekávat, že i mnoho míst v České republice čelí overturismu.

Jedním z příkladů je Český Krumlov. Malebné město chlubicí se statusem památky UNESCO ročně přiláká několik stovek tisíc návštěvníků. Cestovní ruch je neoddelitelnou součástí místní ekonomiky. Avšak nadměrné počty turistů, které převyšují počty místních obyvatel, ohrožují celkový chod a atmosféru města. Nelze se divit, že Český Krumlov eviduje nespočet negativních dopadů ve všech směrech. Městské služby se pomalu přeorientovaly především na turistické potřeby, což vede ke komercializaci památkového centra města a ke ztrátě autenticity. Dochází ke znečišťování, ničení památek či zvýšení hlučnosti. Nadměrný cestovní ruch se dotýká především místního obyvatelstva, které se stěhuje z centra města. Proto vyšlo v platnost i několik omezení jako například zpoplatnění výletních autobusů při vjezdu do města, které ale situaci nikterak nezlepšily. I proto lze do budoucna očekávat ještě řadu dalších opatření (Mládek, 2020).

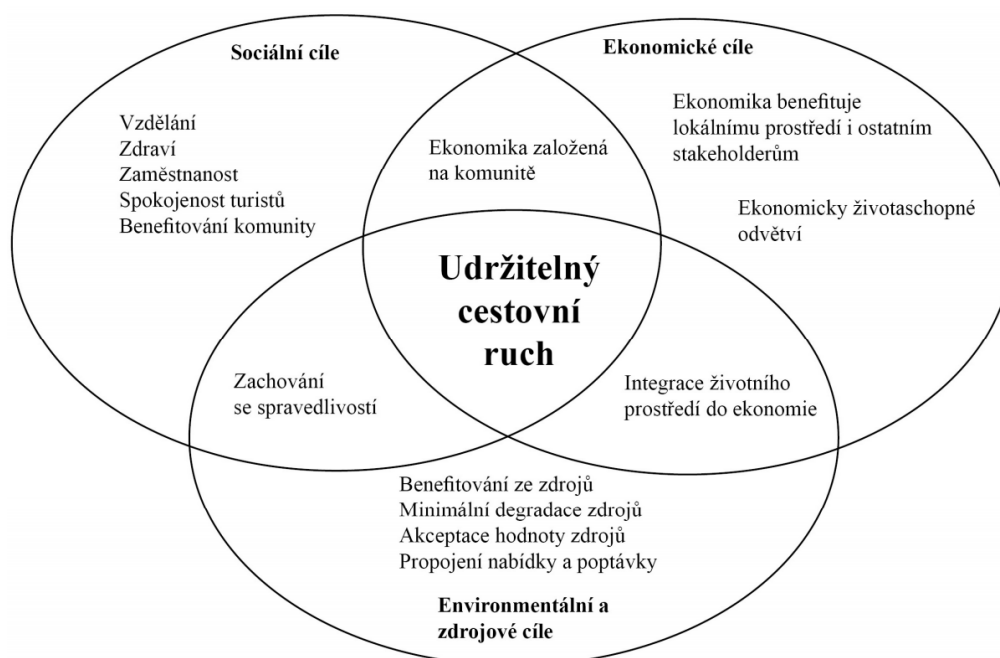
Stejný problém taktéž řeší nejnavštěvovanější místo České republiky, hlavní město Praha. Davy turistů míří především za historickým centrem města, ale ocení i noční život, který je pro Prahu taky typický. Problémy s overturismem řeší i města jako jsou Karlovy Vary, Kutná Hora, dále i přírodní památky jako jsou Prachovské skály či Krkonošský národní park, v něm zejména Sněžka (Strnad, 2020).

Dopady cestovního ruchu mohou být trvalé či dočasné (Pásková, 2003). Proto by každá destinace měla dbát na udržitelnost svého cestovního ruchu a na to, aby měl co nejméně negativních dopadů na prostředí. Právě stanovení hranice udržitelnosti cestovního ruchu může turismus a život v dané destinaci zachovat v rovnováze.

3.3.2 Udržitelnost cestovního ruchu

Vystoupil a kolektiv (2011) definují udržitelnost cestovního ruchu jako cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Jelikož s negativními dopady cestovního ruchu se potýká čím dál více oblastí, roste i snaha o jeho udržitelnost. Proto je nutné stanovení cílů vedoucí k ochraně životního prostředí a životní úrovně místních obyvatel, zároveň udržení konkurenceschopnosti a autentičnosti vůči jiným turistickým destinacím (Vystoupil a kol., 2011).

Základem je udržení rovnováhy mezi sociální, ekonomickou a enviromentální složkou dané destinace (Ryglová a kol., 2011). Preference jen jedné z nich by udržitelnost cestovního ruchu nezajistila. Proto by daná destinace měla plně využívat a podporovat pozitivní vlivy turismu a kontrolovat jeho udržitelný rozvoj, aniž by byla jedna ze složek znevýhodňována. Sociální složkou je myšlená lidská společnost, její rozvoj a dodržování základních lidských práv. Enviromentální složka představuje ochranu životního prostředí. Poslední – ekonomická složka klade důraz na stabilní ekonomický rozvoj dané destinace v souvislosti s jejím cestovním ruchem (Ryglová a kol., 2011). Každá ze složek má své cíle a na jejich průniku stojí udržitelnost cestovního ruchu (viz. obr. 5).



Obr. 5: Model udržitelného cestovního ruchu podle Závodné

(Zdroj: Schwarzová, 2015)

Sociální cíle jsou zaměřeny jak na místní obyvatelstvo, tak i na turisty. Snahou je dosáhnout jejich spokojenosti a vzájemně vyvážených vztahů mezi sebou. Kladný postoj místních obyvatel k cestovnímu ruchu umožňuje více příležitostí, z kterých může místní komunita prospívat. Mohou využít více možností v zaměstnání či vzdělávání. Pásková (2011) uvádí, že k udržitelnosti cestovního ruchu je třeba vzdělání a výchova místních obyvatel zaměřená na uvědomění si místních kulturních a přírodních hodnot.

Snahou enviromentálních cílů je především ochrana životního prostředí, snížení znečištění, šetrné zacházení s neobnovitelnými či omezenými zdroji (Schwarcová, 2015). Dále udržení ekosystémů, ochrana přírodního dědictví a optimální využívání benefitů, kterými enviromentální složka disponuje.

Záměrem ekonomické složky je podpora lokálního trhu a produktů pro větší benefit místního obyvatelstva, vyšší zaměstnanost místního obyvatelstva a lokální rozvoj. Cílem je také omezit pokles příjmů způsobený importem zboží či služeb (Schwarcová, 2015). Avšak nejdůležitější je vzájemná propojenost a podpora těchto cílů, které zajišťují udržitelnost cestovního ruchu v dané destinaci.

3.4 Cestovní ruch v Olomouci

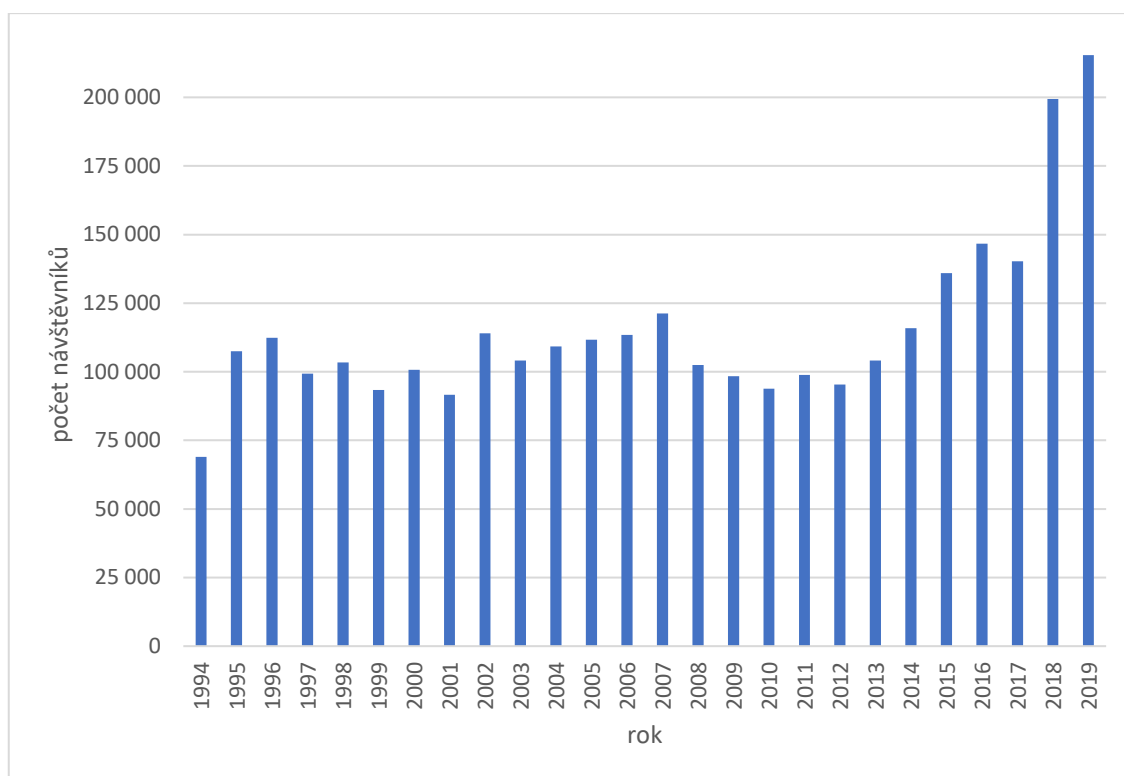
Olomouc je statutární a krajské město Olomouckého kraje, ležící v centru Hané. Rozpíná se na 103 km² a čítá přes 100 tisíc obyvatel (Tourism Olomouc, 2021). Zároveň leží na významném železničním koridoru, který spojuje Olomouc s Prahou, Ostravou a sousedními státy. Olomoucí taktéž prochází dva mezinárodní silniční tahy a lze se napojit i na dálnici D1, proto lze město označit za dobře dostupné.

V minulosti byla Olomouc význačná svou duchovní i univerzitní funkcí, díky nim dostala svou historicky významnou podobu. Je druhou největší památkovou rezervací v České republice (Tourism Olomouc, 2021). Nespočet historických památek a samotná historická atmosféra města láka jak české, tak i zahraniční turisty. Ikonou města, která se nachází na Horním náměstí, je morový sloup Nejsvětější Trojice, který byl zapsán v roce 2000 na seznam světového dědictví UNESCO³ (UNESCO, 2021). Vedle bohaté

³ UNESCO = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)

historie nabízí Olomouc i jiné zábavní/turistické atrakce jako je aquapark, Zoo Olomouc, botanickou zahradu, nespočet parků či mnoho sportovních aktivit.

Ačkoliv Olomouc patří k jednomu z nejhezčích historických měst České republiky, neřadí se mezi nejnavštěvovanější. I přesto je v posledních letech evidován patrný nárůst turistů. Podle dat poskytnutých Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce vzrostl počet turistů v letech 2000–2019 o 113 %. Na obr. 6 můžeme vidět vývoj návštěvnosti Olomouce v letech 1994–2019. V roce 1994 Olomouc uvítala téměř 69 tisíc turistů, což je trojnásobně menší počet návštěvníků oproti roku 2019. V roce 1999 se konala premiéra festivalu dokumentárních filmů Jeden svět. Návštěvnost města i nadále rostla, a tak roku 2000 přesáhla hranici 100 tisíc návštěvníků. Téměř všichni návštěvníci byli evropského původu, z nichž nejvíce tvořili domácí turisté (70 %), druzí byli návštěvníci z Německa (6 %) a o třetí a čtvrté místo se dělili Poláci (4 %) a Slováci (4 %). V roce 2008 město Olomouc vyhlásilo soutěž o jednotný vizuální styl města zaměřený na turismus. Dále také proběhly změny informačního centra, ucelení turistických směrůvek, rozmístění navigačních ukazatelů a dopravních turistických značek a map po městě pro pěší turisty. Několik desítek historických budov bylo označeno informativními tabulkami ve třech jazycích se základními údaji o dané budově. Pro turisty byl vyvinut multimediální průvodce OLIN (olomoucká interaktivní navigace) (MVCR, 2010). Olomouc za tento projekt získala v roce 2010 ocenění v soutěži Velká cena cestovního ruchu 2010 (Olomouc, 2011). Roku 2009 byl otevřen aquapark a dva roky poté k botanické zahradě přibyla zahrada pro nevidomé. Následující roky byl zaznamenán prudký nárůst návštěvnosti města, který roku 2019 přesáhl hranici 200 tisíc návštěvníků. Jak je zřejmé z tab. 1, i teď dominují evropští turisté, a to především ti domácí.



Obr. 6: Vývoj počtu návštěvníků 1994–2019

(Zdroj: data poskytnuté Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce)

Tab. 1: Šest národností nejvíce navštěvující Olomouc roky 1999, 2009, 2019

1999		2009		2019	
Země	Počet turistů	Země	Počet turistů	Země	Počet turistů
1. ČR	66 987	1. ČR	58 939	1. ČR	129 516
2. Německo	5 133	2. Slovensko	6 151	2. Slovensko	13 344
3. Slovensko	4 046	3. Německo	4 764	3. Polsko	11 026
4. Polsko	2 912	4. Rusko	3 787	4. Rusko	10 232
5. Itálie	2 077	5. Ukrajina	3 774	5. Německo	7 833
6. Rakousko	1 885	6. Polsko	2 912	6. Ukrajina	6 086

Zdroj: vlastní zpracování; data poskytnuté Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce

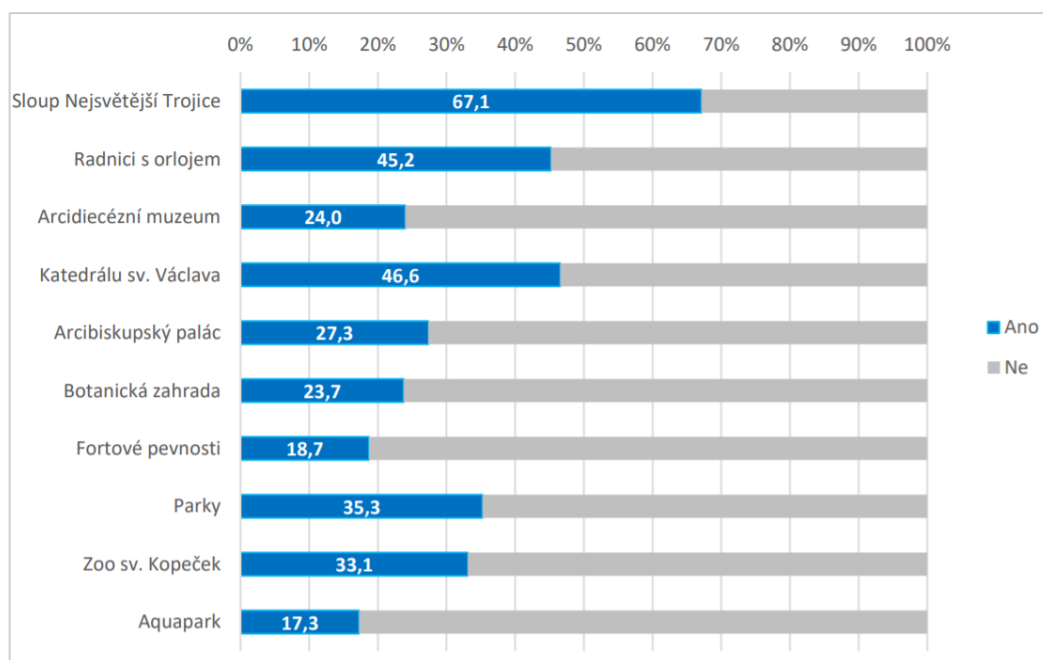
Z tab. 2 jde vidět, že návštěvnost města Olomouce je z velké části tvořena domácími turisty. Obecně převažují turisté z evropských států, jejichž návštěvnost za celou zkoumanou dobu (1994-2019) neklesla pod 90 %. V roce 2003 tvořili evropští turisté 96 % návštěvnosti, turisté z Ameriky 1,6 % a turisté z Asie 1,9 %. V roce 2017 se tato návštěvnost nijak zvlášť nezměnila, jen u asijských turistů stoupla na 3,6 %. Podobně i vývoj průměrné délky pobytu se za roky nezměnil. Za zkoumané období se tato hodnota pohybovala kolem 1,9 dní. Změny mezi roky 2003 a 2017 jdou vidět v tab. 2, která zobrazuje návštěvnost v % podle kontinentů, odkud turisté pocházejí.

Tab. 2: Návštěvnost Olomouce v % dle kontinentů

kontinent	2003		2017	
	Podíl návštěvníků (%)	Průměrná délka pobytu (počet dní)	Podíl návštěvníků (%)	Průměrná délka pobytu (počet dní)
Evropa	96,0	1,9	94,0	1,8
Amerika	1,6	4,9	1,9	2,3
Asie	1,9	2,3	3,6	1,9
ostatní	0,5	3	0,5	2,8

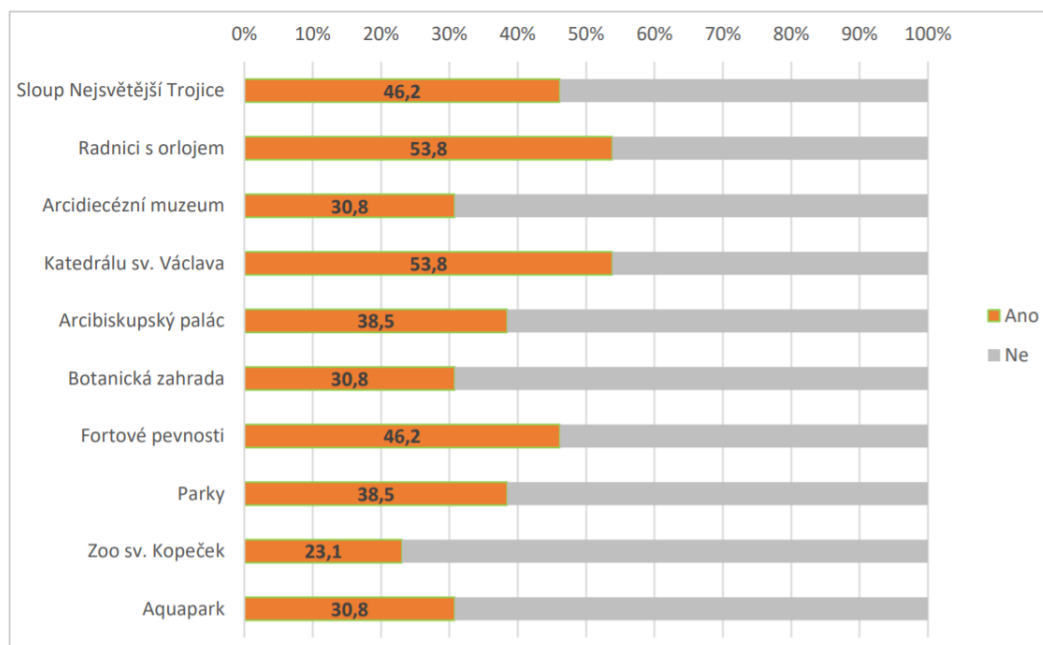
Zdroj: vlastní zpracování; data poskytnuté Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce

Z výzkumné zprávy města Olomouc (2020), která zkoumala profil návštěvníka Olomouce za rok 2020 vyplývá, že hlavním důvodem návštěvy města je ve většině případů historie a historické památky či turistické atrakce. Dále dominovaly důvody jako relax a odpočinek, návštěva rodiny či známých a aktivní dovolená. Výzkumná práce se také zaměřila na preferované turistické cíle. U českých turistů dominuje ve většině morový sloup Nejsvětější Trojice, dále Katedrála sv. Václava a radnice s orlojem. Velmi oblíbené jsou také parky a Zoo Olomouc (na obr. 7 a obr. 8 uvedeno jako Zoo sv. Kopeček). Oproti tomu zahraniční turisté preferují Katedrálu sv. Václava a radnici s orlojem, poté sloup Nejsvětější Trojice a Fortové pevnosti (Rončák a Hobza, 2020). Všechny zmíněné výsledky lze vidět na obr. 7 a obr. 8.



Obr. 7: Preferované turistické cíle v Olomouci českými turisty

(Zdroj: Rončák a Hobza, 2020)



Obr. 8: Preferované turistické cíle v Olomouci zahraničními turisty

(Zdroj: Rončák a Hobza, 2020)

4 Metodika práce a zdroje dat

Tahle kapitola se věnuje metodám výzkumu, které byly použity pro získání potřebných primárních dat a jejich následném zpracování. Kvůli zhoršené situaci covid-19 v České republice nakonec výzkum proběhl online formou s využitím platformy Survio, díky němuž byla získána primární data. Po provedené úvodní kalibraci byl již finální dotazník šířen, a to zejména na sociálních sítích. Bylo osloveno několik facebookových skupin zaměřených na město Olomouc s prosbou sdílení dotazníkového šetření. Tyto skupiny následně sdílely odkaz na dotazník na svých sociálních sítích. Dotazník byl určen pro obyvatele, kteří v Olomouci žijí minimálně 5 let.

Zkušební sběr dat proběhl začátkem prosince roku 2020, kdy byl zaslán 5 respondentům a poté na základě jejich komentářů a doporučení upraven do finální verze. Snahou bylo odstranit případné nedostatky dotazníku a zabezpečit správné pochopení otázek ze strany respondentů. Výzkum probíhal na přelomu roků 2020 a 2021 a byl uzavřen v březnu roku 2021. Je nutné tedy vzít v potaz, že některé odpovědi respondentů mohou být zkresleny pandemickou situací covid-19. Celkově byly získané odpovědi od 198 respondentů, z nichž bylo 12 vyřazeno kvůli nesplnění podmínky minimální délky pobytu v Olomouci. Finální vzorek, jehož odpovědi byly dále analyzovány a zpracovány do podoby pro zodpovězení výzkumných otázek, činí 186 respondentů.

Součástí výzkumu jsou také data poskytnutá Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce zahrnující počty turistů, průměrný počet přenocování, délku pobytu a národnosti turistů od roku 1994. Tato data byla použita pro nastínění vývoje návštěvnosti v Olomouci v letech 1994-2019 již v předchozí kapitole teoretické části (3 Cestovní ruch v Olomouci). Dále se s nimi pracuje i v praktické části, kde jsou porovnávána s percepcí návštěvnosti Olomouce rezidenty města.

Dotazník obsahoval celkem 18 otázek, z nichž první otázka ověřovala, zda respondent žije v Olomouci alespoň 5 let. Následujících devět otázek bylo zaměřeno na percepci cestovního ruchu města Olomouce respondenty. Tyto otázky zjišťovaly subjektivní vnímání rezidentů s ohledem na cestovní ruch města Olomouce. Cílem bylo zjistit – jak rezidenti vnímají četnost návštěvnosti v určitých ročních obdobích, vzájemné

vztahy mezi nimi a turisty, chování a nejčastěji vnímaný typ turistů. Otázky se dále zaměřily na to, zda podle rezidentů za poslední roky vzrostl turismus města a jak vnímají jeho dopady. U těchto otázek bylo možné volit z několika možností uzavřených odpovědí, pouze u otázek 3 a 9 byla k uzavřeným odpovědím připojena jedna otevřená odpověď pro případné doplnění. Tyto otázky byly zároveň jediné, kde bylo možné zvolit až tři z nabízených odpovědí. Další čtyři otázky zjišťovaly socioekonomické identifikátory respondentů jako je pohlaví, věk, vzdělání a bydliště (městská čtvrť) v rámci Olomouce. Poslední, zároveň dobrovolná, otevřená otázka poskytla prostor pro doplňující informace. Kompletní dotazník lze najít v přílohách bakalářské práce.

Získaná data byla graficky zpracována do podoby grafů a tabulek v programu Microsoft Excel 2008. Dále byly zjišťovány vztahy mezi jednotlivými odpověďmi a taky vliv socioekonomických údajů o respondentech na jejich percepci cestovního ruchu v Olomouci. Tyto výsledky jsou podrobně popsány v následující praktické části práce, která se podle kategorií otázek dělí do několika podkapitol.

5 Praktická část

Celá praktická část bakalářské práce je zaměřena na cestovní ruch v Olomouci z pohledu místních obyvatel. Budou zde prezentovány výsledky, které byly analyzovány na základě získaných dat z dotazníkového šetření. Celkový výzkumný vzorek činí 186 respondentů, jejichž odpovědi byly zpracovány v programu Microsoft Excel a upraveny do podoby grafů a tabulek, které budou v následujících kapitolách prezentovány a popsány. Závěr práce obsahuje shrnutí všech výsledků a zodpovězení předem stanovených cílů.

5.1 Analýza výsledků dotazníkového šetření

5.1.1 Socioekonomické údaje

Socioekonomické údaje respondentů byly zjišťovány na konci dotazníkového šetření. Byly jim věnovány 4 otázky týkající se pohlaví, věku, bydliště a nejvyššího dosaženého vzdělání. Jelikož dotazníkové šetření probíhalo online, výběr respondentů byl náhodný. Proto ne každá skupina je zastoupena rovnoměrně.

Z celkového počtu respondentů činí 61,8 % ženy a 38,2 % muži. Věkové rozmezí respondentů se pohybuje od 15 let do 60 a více let. Nejpočetnější zastoupení má kategorie 20–29 let s 40,3 % a kategorie 30–39 let s 21 %. Nejmenší počet respondentů byl získán u věkové kategorie 15–19 let. Celková četnost mužů a žen je přehledně uvedena v tab. 3, kde lze vidět i zastoupení v jednotlivých věkových kategoriích.

U nejvyššího dosaženého vzdělání tvoří největší podíl vysokoškolské vzdělání, které uvedlo 53,2 % respondentů. Středoškolské vzdělání s maturitou uvedlo 34,4 % respondentů a středoškolské vzdělání bez maturity 7,5 % respondentů. Nejméně početná skupina je se vzděláním základním, a to 4,8 %.

Co se týče bydliště, respondenti volili, v které místní části Olomouce bydlí. U naprosté většiny bylo zvoleno bydliště do 3 km od centra města Olomouce, a to u 83,9 % respondentů. Dalších 10,8 % respondentů uvedlo bydliště v místní části do 5 km od centra. Zbýlých 5,4 % respondentů má své bydliště v místní části vzdálené od centra více jak 5 km.

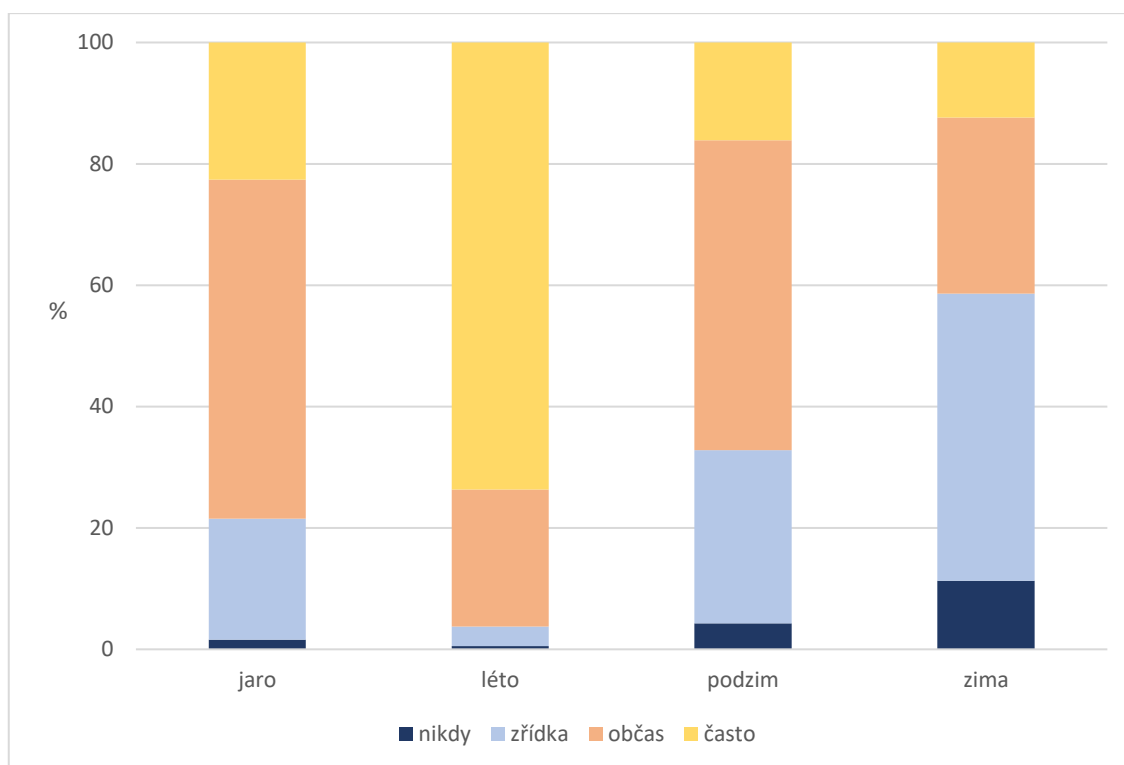
Tab. 3: Pohlaví a věkové zastoupení respondentů

věk	muži	ženy	celkem
15-19 let	5	3	8
20-29 let	21	54	75
30-39 let	17	21	39
40-49 let	23	12	25
50-59 let	8	13	21
60 a více let	7	12	19
celkem	71	115	186

Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování

5.1.2 Četnost a typ turistů

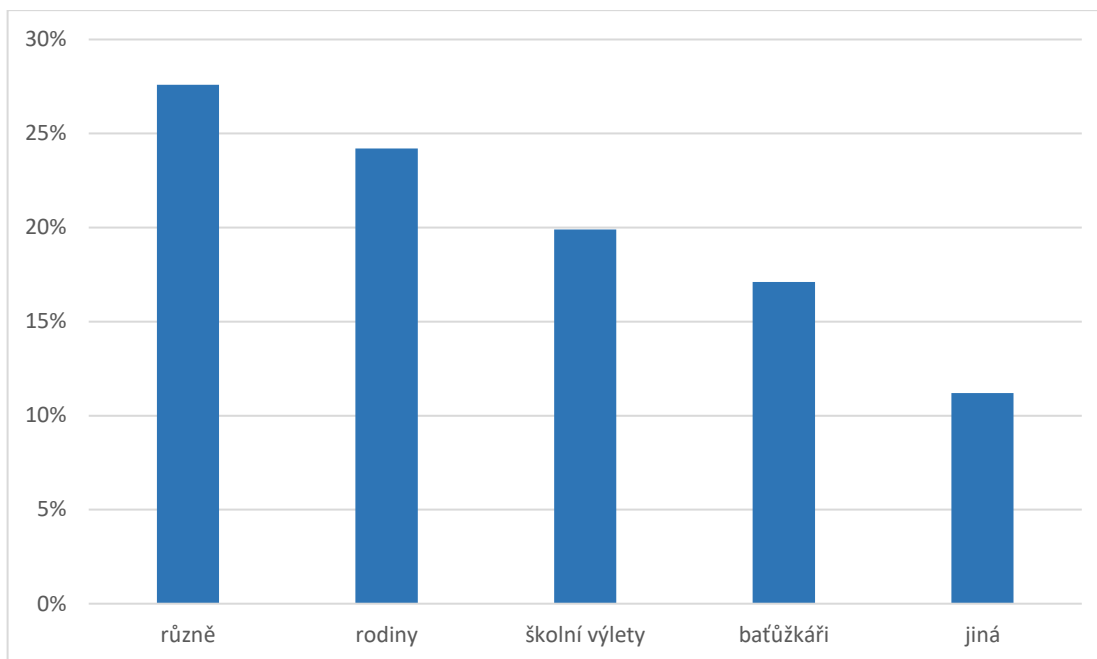
Jedna z otázek dotazníku se zaměřovala na to, jak často registrují rezidenti přítomnost turistů v určitém ročním období ve městě Olomouci. Respondenti pak mohli volit ze čtyř možností – nikdy, zřídka, občas, často. Jak lze vidět na obr. 9, respondenti registrují největší přítomnost turistů v létě. Pro toto roční období zvolilo 73,7 % respondentů odpověď často. Naopak nejméně turistů respondenti zaznamenávají v zimě, pro které většina zvolila odpověď zřídka. Na jaře a na podzim pak byla nejčastější odpověď občas, a to v obou případech u více než poloviny respondentů.



Obr. 9: Vnímaní četnosti turistů rezidenty dle ročních období

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Další otázka se týkala typů turistů, které respondenti registrují nejčastěji. Byla zde možnost volit z pěti odpovědí – různě, rodiny, školní výlety, tzv. baťůžkáři a poslední odpověď jiné umožňovala respondentům napsat vlastní odpověď. Nečastější odpovědí ve 47,8 % byla možnost – různě, poté následovaly hned možnosti – rodiny (41,9 %), školní výlety (34,4 %) a baťůžkáři (29,6 %). Jak lze vidět z obr. 10, odpovědi jsou téměř vyrovnané s rozdílem pár procent, proto odpověď různé má přesně vypovídající hodnotu. Možnost jiné bylo zvoleno v 11,2 %, z nichž více jak polovina (66,7 %) odpovědí byly organizované zájezdy seniorů, cizinců či domácích. Dále se často (ve 33,3 %) opakovala i odpověď skupiny cizinců, zejména pak asijského původu či německé národnosti.



Obr. 10: Nejčastější typy turistů podle rezidentů,
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

5.1.3 Nárůst návštěvnosti města Olomouc

Vnímání nárůstu návštěvnosti ve městě Olomouci za posledních 5 let byla jedna z dalších otázek dotazníkového šetření. Cílem bylo zjistit, zda rezidenti registrují více turistů ve městě Olomouc. Podle poskytnutých dat Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce stoupla návštěvnost za posledních 5 let (2015–2019) o 36,9 %. Proto byl zvolen tento časový úsek, aby zkoumal vnímání nárůstu návštěvnosti Olomouce rezidenty města. Ačkoli data ukazují vysoký nárůst turistů za posledních 5 let, z pohledu rezidentů nebyl nárůst tak jednoznačný. Zvýšení návštěvnosti registruje 56,5 % respondentů. Naopak 43,5 % respondentů si myslí, že návštěvnost města se nezvýšila. Obě tyto skupiny jsou hodně vyrovnané, ale v mírné většině převažuje zvýšení návštěvnosti města Olomouce.

Co se týče pohlaví, u mužů ani u žen nebyl zaznamenán žádný velký rozdíl. Obě pohlaví odpovídala velmi podobně. Ženy z 57,4 % zvolily odpověď ANO (tedy, že se návštěvnost města zvýšila). Zbýlých 42,6 % žen odpovědělo NE (návštěvnost města se nezvýšila). Stejně tak u mužů, kteří se liší jen o pár procent, bylo v 54,9 % zvolena odpověď ANO, ostatních 45,1 % mužů bylo pro odpověď NE. Taktéž ani u věku a

dosavadně nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů nebyl rozdíl v odpovědích. V každé věkové kategorii a typu vzdělání převažovala odpověď ANO, pouze jen u nejstarší skupiny, ve které víc jak polovina respondentů ve věku 60 a více let zvolila odpověď NE. Rozložení odpovědí dle věkových kategorií lze vidět z následující tab. 4.

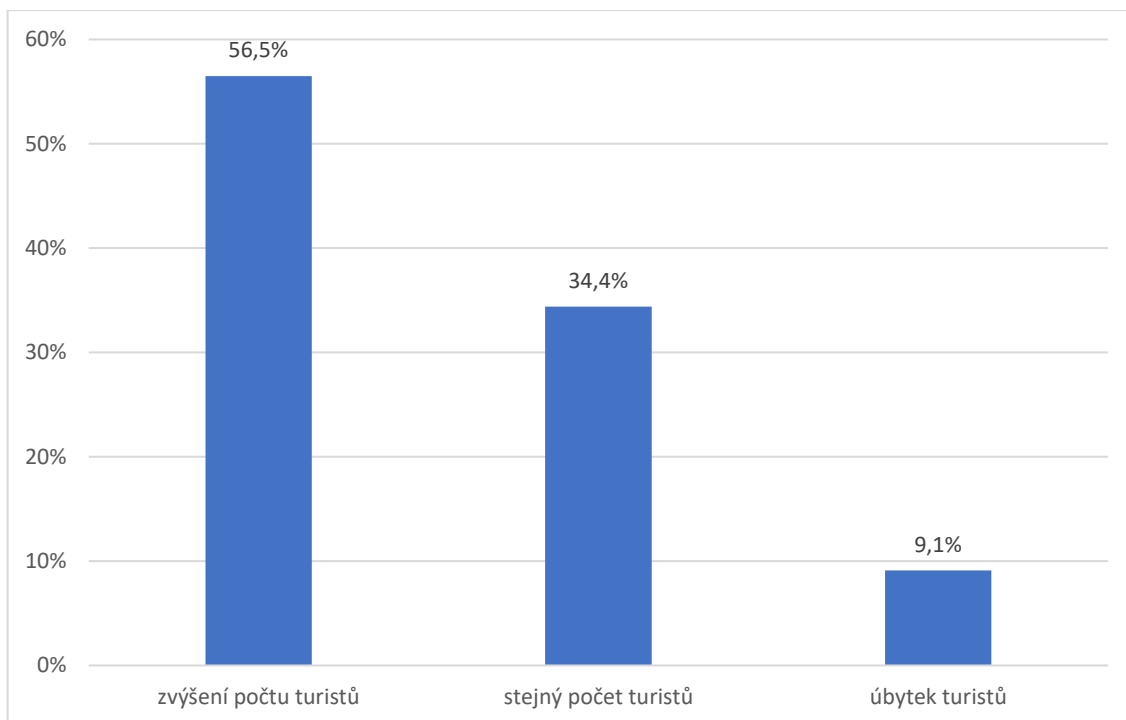
Tab. 4: Nárůst návštěvnosti dle věkových kategorií

Věk respondentů	Nárůst návštěvnosti dle počtu respondentů		
	ANO	NE	Celkem
15-19 let	6	2	8
20-29 let	41	34	75
30-39 let	23	15	38
40-49 let	14	11	25
50-59 let	14	7	21
60 a více let	7	12	19
celkem	105	81	186

Zdroj: dotazníkové šetření; 2021; vlastní zpracování

Další otázka byla určena pouze těm, kteří odpověděli v předchozí otázce NE (návštěvnost města se nezvýšila). Tedy jak znázorňuje tab. 4, celkový počet respondentů, kteří odpověděli NE, činí 81 respondent. Cílem bylo zjistit, zda tito respondenti registrují méně turistů, či stejný počet turistů za posledních 5 let. Drtivá většina těchto respondentů odpověděla, že registruje stejné množství turistů, a to v 79 %. Zbývajících 21 % respondentů registruje úbytek turistů za posledních 5 let.

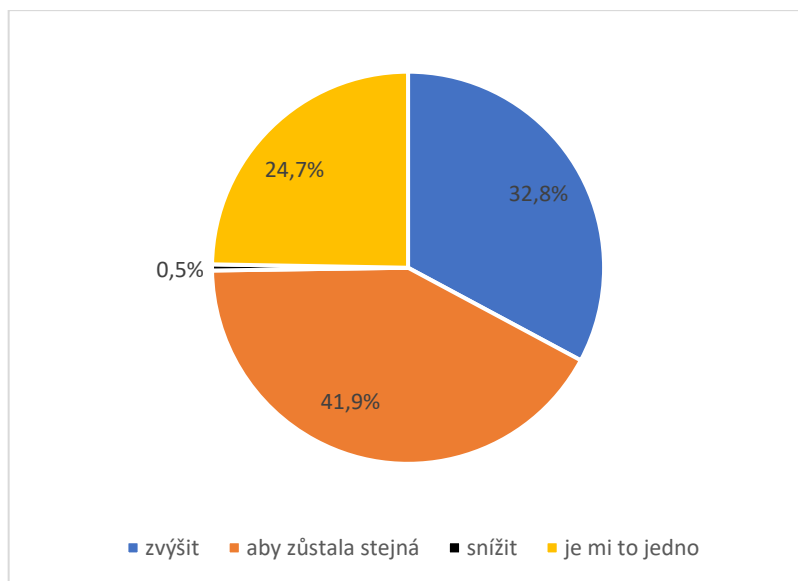
Ve shrnutí, jak ukazuje obr. 11, nadpoloviční většina respondentů si myslí, že návštěvnost města se za posledních 5 let zvýšila. Ostatních 34,4 % respondentů registruje stejné množství turistů a pouhých 9,1 % respondentů si myslí, že se naopak návštěvnost města Olomouce snížila.



Obr. 11: Vývoj návštěvnosti města Olomouce za posledních 5 let dle respondentů

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

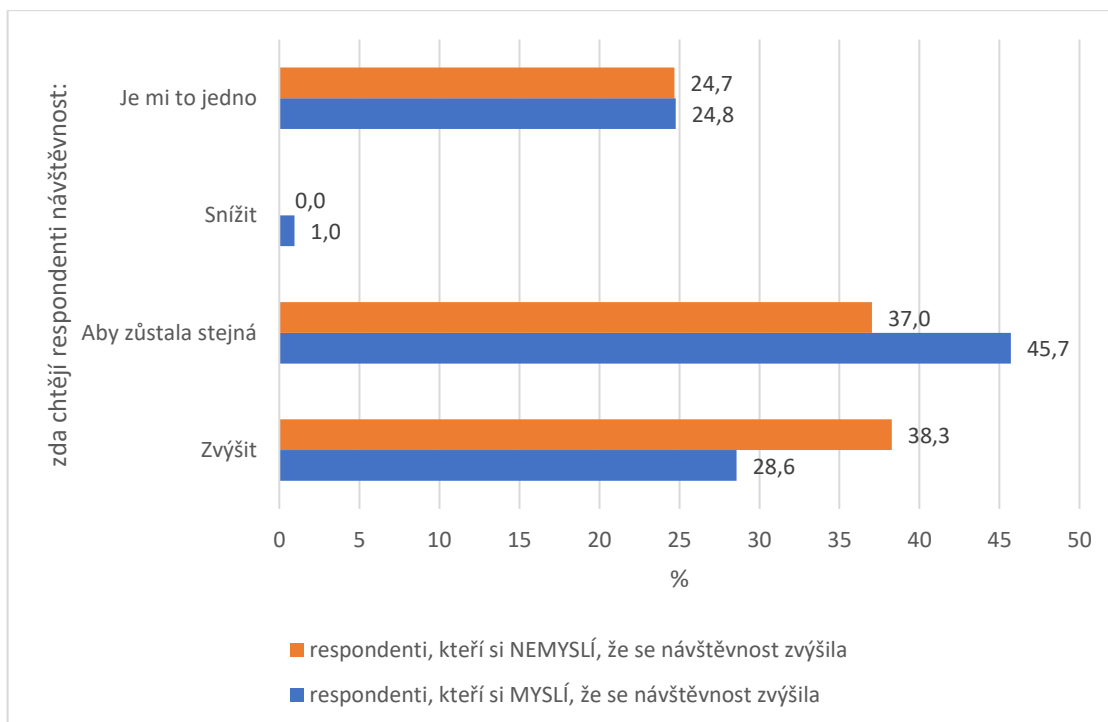
Součástí dotazníkového šetření byla taky otázka, která zjišťovala, zda by si respondenti přáli návštěvnost zvýšit, či nikoli. K dispozici byl výběr ze čtyř možností – snížit, aby zůstala stejná, zvýšit, je mi to jedno. Nejčastější odpovědí byla pro 41,9 % respondentů možnost – aby zůstala stejná. Dalších 32,8 % respondentů zvolilo možnost – zvýšit a 24,7 % respondentů zvolilo možnost – je mi to jedno. Pouze jeden respondent, což činí 0,5 %, byl pro možnost – snížit. Četnost zvolených možností lze vidět na následujícím obr. 12.



Obr. 12: Graf odpovědí, zda by si přáli respondenti návštěvnost zvýšit

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Co se týče socioekonomických identifikátorů, nebyl registrován žádný velký rozdíl volených odpovědí mezi pohlavími, věkovými kategoriemi a dosavadně nejvyšším vzděláním. Většina věkových skupin i kategorií nejvyššího dosaženého vzdělání volila možnost – aby zůstala stejná, pouze u věkových skupin 30-39 let, 40-49 let a kategorie vzdělání střední bez maturity převažovala jen o pár procent možnost – zvýšit. Dále bylo zkoumáno, jaký vliv má na volbu těchto možností otázka – návštěvnost města Olomouce za posledních 5 let dle respondentů. Obr. 13 znázorňuje, že 45,7 % respondentů, kteří si myslí, že se za posledních 5 let návštěvnost města Olomouce zvýšila jednoznačně, hlasovali pro možnost – aby zůstala stejná. Zvýšení návštěvnosti chce 28,6 % těchto respondentů. Dalších 24,8 % respondentů odpovědělo, že jim na tom nezáleží a pouze 1 % respondentů chce, aby se návštěvnost snížila. Naopak respondenti, kteří neregistrují za posledních 5 let zvýšení návštěvnosti, mají odpovědi mnohem více vyrovnané. Zvýšení návštěvnosti města Olomouce si přeje 38,3 % těchto respondentů, kteří neregistrují nárůst návštěvnosti. Avšak 37 % chce, aby návštěvnost města zůstala stejná. Výsledky obou skupin jsou velmi těsné. Odpověď – je mi to jedno zvolila téměř stejná část respondentů jak u druhé skupiny (neboli respondentů, kteří registrují nárůst návštěvnosti). Snížení návštěvnosti neregistruje ani jeden respondent z této skupiny.

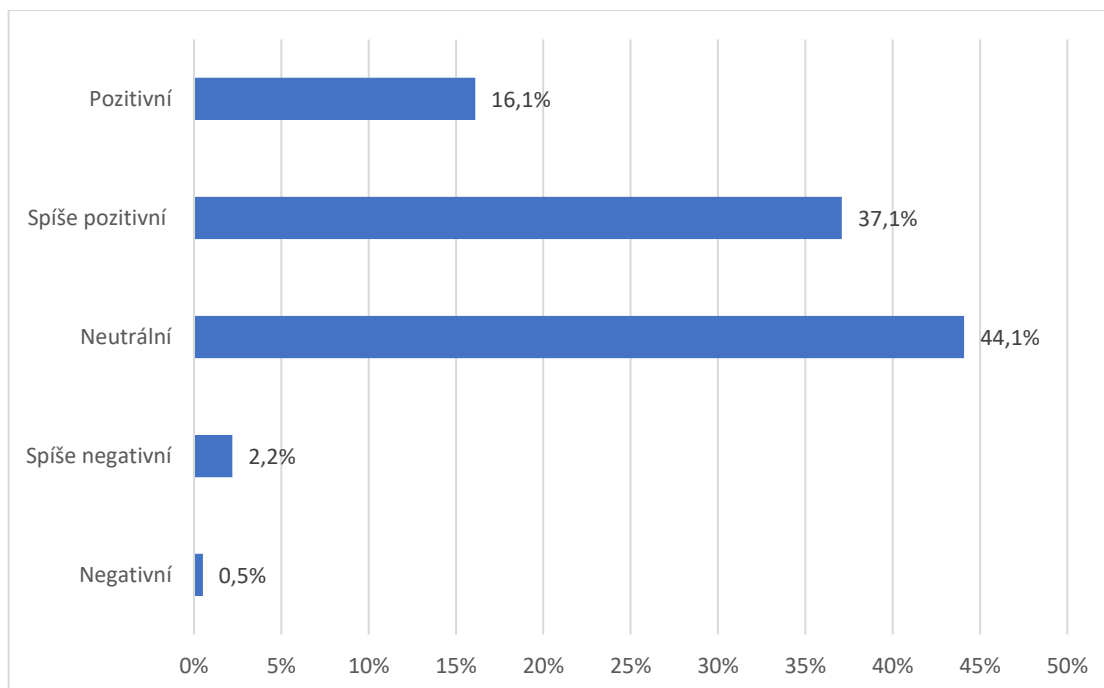


Obr. 13: Vliv návštěvnosti města Olomouce dle respondentů a jejich přání návštěvnost zvýšit/snížit

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

5.1.4 Subjektivní vztah k turistům

Cílem dotazníkového šetření bylo taktéž zjistit, jaký subjektivní vztah zaujímají rezidenti města Olomouce vůči přítomnosti turistů. Respondenti mohli volit mezi pěti odpověďmi – negativní, spíše negativní, neutrální, spíše pozitivní a pozitivní vztah. Nejčastěji respondenti odpovídali, že mají k turistům neutrální vztah (44,1 %) a spíše pozitivní vztah (37,1 %). Méně častou odpovědí byla možnost – pozitivní vztah (16,1 %). Pouhých 2,7 % respondentů zaujímá k turistům spíše negativní či negativní vztah. Dalo by se tedy říci, že negativní a spíše negativní vztahy k turistům jsou téměř nepatrné. Jednotlivé četnosti odpovědí jsou znázorněny na obr. 14.



Obr. 14: Subjektivní vztah k turistům dle respondentů

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Je-li brán ohled na vliv pohlaví respondenta na jednotlivé odpovědi, lze zjistit, že negativní a spíše negativní postoj k turistům zvolilo nepatrně více mužů než žen. Taktéž neutrální postoj zaujímá o pár procent více mužů. Avšak pozitivní a spíše pozitivní vztahy k turistům mají spíše ženy. Obecně se všechny odpovědi dle pohlaví lišily jen o pár procent, proto lze vyhodnotit, že pohlaví nemělo zásadní vliv na subjektivní vnímání turistů města Olomouc.

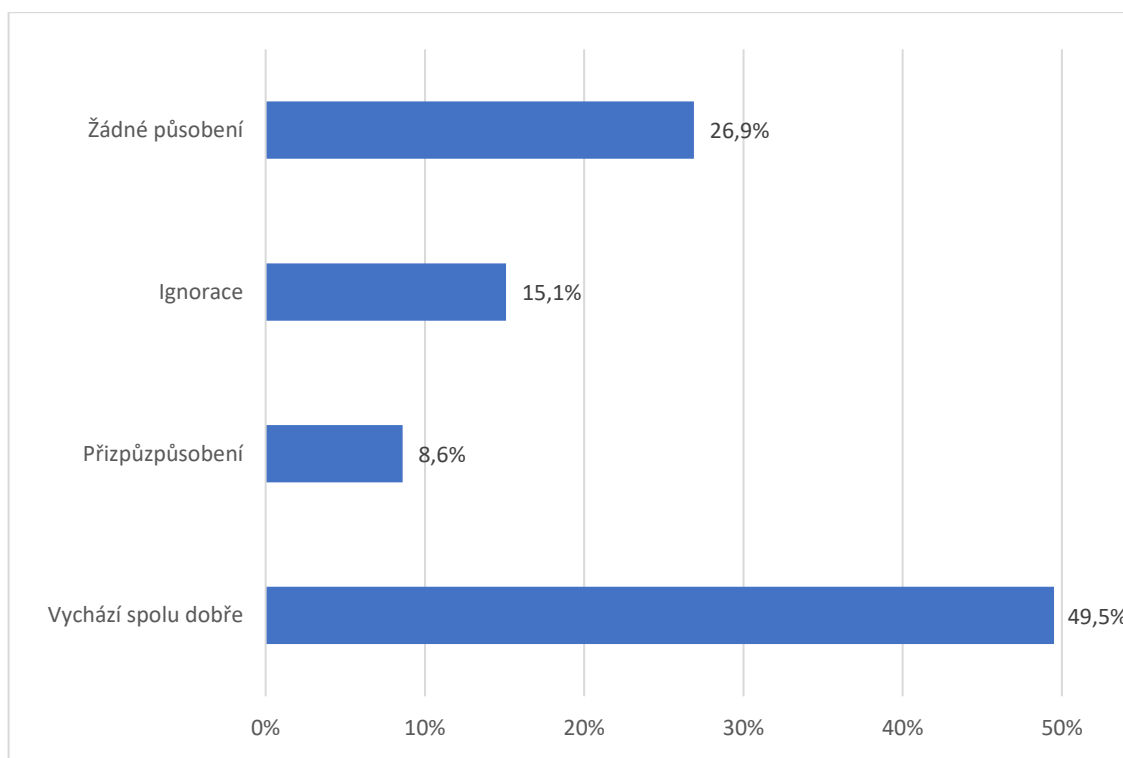
Co se týče vlivu věku respondentů na subjektivní vztah k turistům, nejpozitivnější vztah k turistům mají věkové kategorie 30-39 let a 40-49 let, kde více jak 60 % respondentů z jednotlivých věkových kategorií zvolilo odpověď – pozitivní či spíše pozitivní vztah. Neutrální postoj nejvíce zaujímá věková kategorie 50-59 let. Naopak nejmladší skupina 15-19 let nejčastěji volila – spíše negativní vztah, a to v 50 % těchto respondentů. Negativní vztah k turistům byl zvolen pouze nejstarší věkovou kategorií 60 a více let.

Bude-li brán v potaz vliv nejvyššího dosavadně dosaženého vzdělání, pak všechny skupiny zaujímají nejvíce neutrální postoj vůči turistům, až na respondenty s vysokoškolským vzděláním, u kterých převažuje spíše pozitivní postoj k turistům.

Negativní postoj lze registrovat pouze u respondentů se základním vzděláním (11,1 %). Naopak nejvíce pozitivních a spíše pozitivních vztahů zaujímají vůči turistům respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou (53,1 %) a vysokoškolským vzděláním (60,6 %).

Další otázka se zaměřila na vzájemné ovlivňování turistů s rezidenty města Olomouce. Respondenti mohli volit ze čtyř možností – místní se musí přizpůsobit, místní s turisty se navzájem ignorují, žádné působení, vychází spolu dobře. Cílem této otázky bylo zjistit, zda místní obyvatelé cítí určitý nátlak ze strany zvyšujících se počtů turistů.

Jak zobrazuje obr. 15, téměř polovina všech respondentů zvolila odpověď – vychází spolu dobře. Druhou nejčastější odpověď – žádné působení zvolilo 26,9 % respondentů. Naopak nejméně časté odpovědi byly ignorace (15,1 %) a přizpůsobení místních obyvatel (8,6 %). Lze tedy tvrdit, že ve většině případů rezidenti města vychází s turisty spíše pozitivně či mezi nimi nedochází k žádnému působení.



Obr. 15: Vzájemný vztah mezi turisty a rezidenty dle respondentů

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Z pohledu pohlaví respondentů nebyl registrován žádný velký vliv na volbu odpovědí. Obě pohlaví odpovídala velmi podobně, ve většině se jedná o rozdíl několika setin procenta. Co se týče věku respondentů, u všech věkových kategoriích převažovala ve většině nejpočetnější odpověď – vychází spolu dobře. Kromě respondentů ve věku 15-19 let, kteří mají stejný počet odpovědí jak u odpovědi – vychází spolu dobře, tak i u odpovědi – žádné působení (37,5 %). Žádné působení nejvíce registruje věková kategorie 60 a více let (42,1 %). Naopak ignoraci nejvíce volili mladší respondenti ve věkových kategoriích 15-19 let (25 %) a 20-29 let (22,7 %). Přizpůsobení rezidentů nejvíce ze všech věkových skupin volila věková skupina 30-39 let (23,7 %).

Z pohledu nejvyššího dosaženého vzdělání opět ve většině převažovala odpověď – vychází spolu dobře. Jediní respondenti se středním vzděláním bez maturity ve většině zvolili, že mezi turisty a rezidenty neregistrují žádné působení. U ostatních kategorií vzdělání byla možnost – žádné působení velmi vyrovnaná (22,2 % – 26,6 %) a nijak zvlášť se nelišila od možnosti – ignorace. Přizpůsobení rezidentů bylo nejvíce ze všech kategorií vzdělání voleno respondenty se základním (11,1 %) a vysokoškolským vzděláním (11,1 %).

Taktéž byl zkoumán vliv mezi subjektivním vnímáním turistů dle respondentů a vzájemným působením mezi nimi. Respondenti s pozitivním a spíše pozitivním postojem vůči turistům registrují převážně, že turisté a rezidenti spolu vycházejí dobře (83,3 % respondentů s pozitivním vztahem, 49,3 % respondentů se spíše pozitivním vztahem). Druhou nejčtenější odpovědí u těchto skupin byla odpověď – žádné působení (10 %, 31,9 %). Ignoraci a přizpůsobení rezidentů tyto skupiny registrují nejméně. U respondentů s neutrálním postojem k turistům opět zvítězila nejpočetnější odpověď (37,8 %), avšak odpovědi – žádné působení (29,3 %) a ignorace (25,6 %) byly také častou odpovědí. Naopak respondenti se spíše negativním postojem k turistům volili nejvíce odpověď, že se rezidenti města Olomouce musí přizpůsobit (50 %). Velmi zajímavé výsledky však přinesla skupina respondentů, která zaujímá vůči turistům negativní postoj. Zcela všichni respondenti tohoto vnímání turistů odpověděli, že rezidenti a turisté spolu vycházejí dobře. Všechny četnosti odpovědí dle kategorií jsou znázorněny v tab. 5.

Tab. 5: Vliv mezi subjektivním vnímáním turistů a vzájemným vlivem mezi turisty a rezidenty dle respondentů

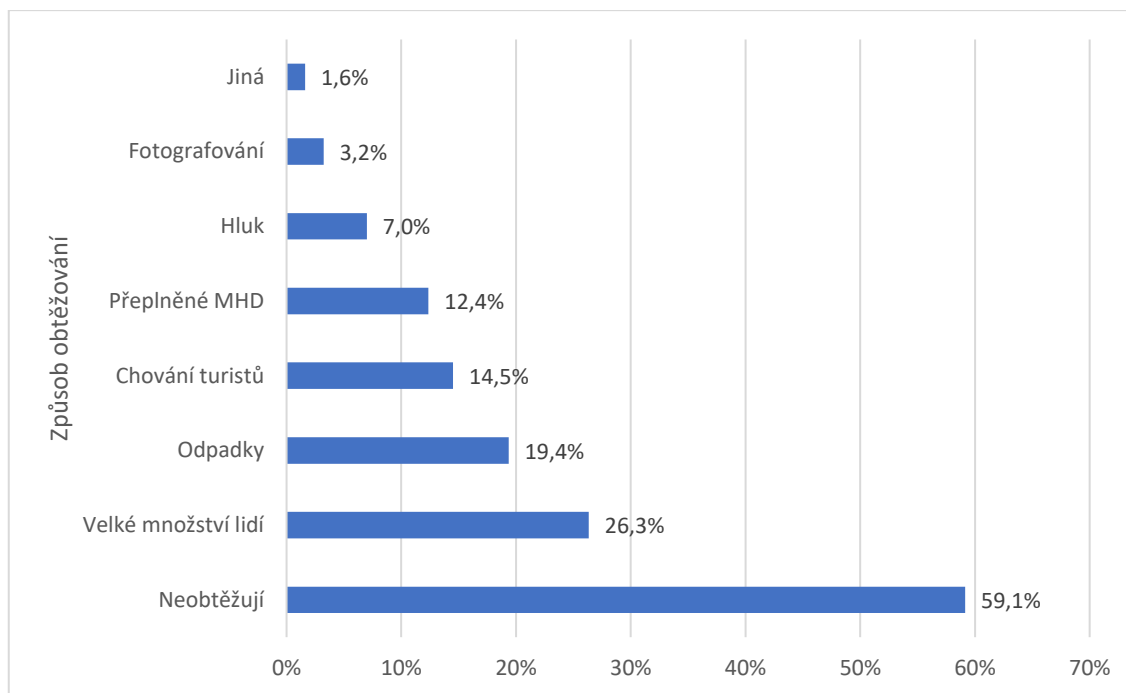
Subjektivní postoj respondentů k turistům	Vzájemný vliv mezi turisty a rezidenty dle respondentů			
	Vychází spolu dobře	Rezidenti se musí přizpůsobit	Ignorace	Žádné působení
Negativní	100 %	0 %	0 %	0 %
Spíše negativní	25 %	50 %	0 %	25 %
Neutrální	37,8 %	7,3 %	25,6 %	29,3 %
Spíše pozitivní	49,3 %	10,1 %	8,7 %	31,9 %
Pozitivní	83,3 %	3,3 %	3,3 %	10 %

Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování

5.1.5 Dopady cestovního ruchu

Poslední otázky dotazníkového šetření (kromě socioekonomických údajů o respondentech) se zaměřily na obtěžování rezidentů turisty a na vliv cestovního ruchu na město Olomouc podle respondentů. Cílem těchto otázek bylo zjistit, jaké dopady cestovního ruchu vnímají rezidenti města Olomouce.

Jedna z těchto otázek zkoumala, jak obtěžují turisté rezidenty města Olomouce. Respondenti mohli volit z osmi odpovědí, z čehož poslední odpověď (jiná) poskytla prostor pro vlastní názor respondenta. Mohly být zvoleny maximálně tři odpovědi. Dle obr. 17, který vyobrazuje procenta respondentů zvolených odpovědí, více jak polovina (59,1 %) respondentů neregistruje obtěžování ze strany turistů. Jednotlivé četnosti odpovědí dle počtu respondentů jsou zobrazeny níže na obr. 16.

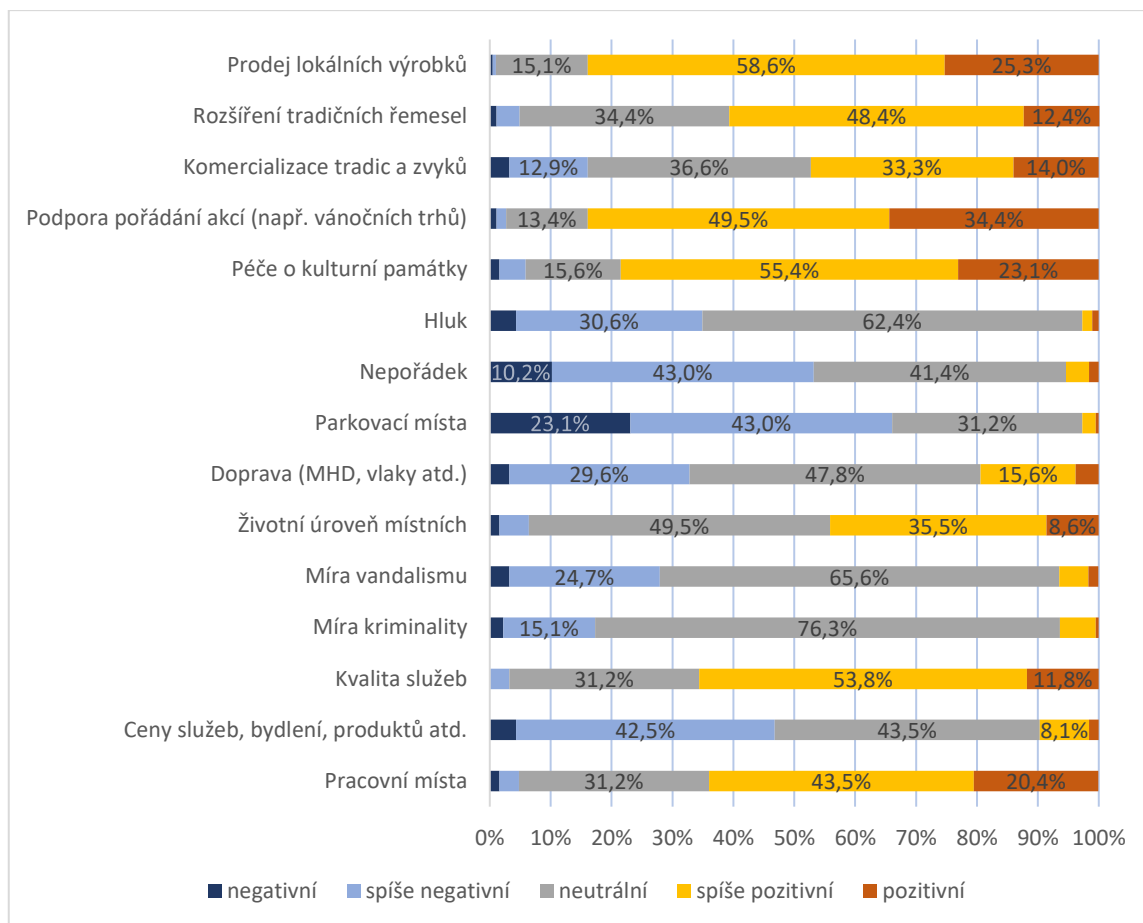


Obr. 16: Obtěžování ze strany turistů dle respondentů

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Z hlediska pohlaví, věku či nejvýše dosaženého vzdělání respondentů nebyl pozorován vliv na volbu odpovědí. Ve všech těchto kategoriích vždy převažovala nejpočetnější odpověď – turisté neobtěžují. Co se týče vlivu subjektivního vnímání turistů respondenty, většina respondentů s pozitivním, spíše pozitivním a neutrálním postojem k turistům volila opět nejpočetnější odpověď – turisté neobtěžují. Avšak respondenti s negativním a spíše negativním postojem nezvolili tuto odpověď ani jednou. Tito respondenti vidí obtěžování ze strany turistů kvůli pohybu velkého množství lidí ve městě, chování turistů a znečišťování města odpadky.

Další otázka se dotazovala respondentů, jaký vliv má podle nich cestovní ruch na určité složky města Olomouc (např. pracovní místa, životní úroveň místních, ceny služeb atd.). Respondenti měli u každé z těchto složek na výběr z pěti odpovědí – negativní, spíše negativní, neutrální, spíše pozitivní a pozitivní vliv. Níže uvedený obr. 17 zobrazuje procentuálně četnost jednotlivých odpovědí respondentů u daných složek města.



Obr. 17: Vliv cestovního ruchu na vybrané složky města Olomouce dle respondentů

(Zdroj: dotazníkové šetření, 2021; vlastní zpracování)

Nejvíce negativních vlivů cestovního ruchu registrují respondenti u parkovacích míst a nepořádku neboli znečištění města. Negativní a spíše negativní vliv dohromady u těchto dvou složek výrazně dominuje nad ostatními vlivy. U ostatních složek byl samotný negativní vliv dle respondentů velmi malý, spíše negativní vliv byl mírně početnější. Včetně uvedených dvou složek nepřesáhly odpovědi – negativní a spíše negativní v žádném z případů více jak polovinu všech odpovědí.

U pozitivních a spíše pozitivních vlivů cestovního ruchu byly procentuální četnosti u většiny viditelně vyšší. Nejvíce pozitivních vlivů respondenti volili u podpory pořádání akcí, prodeje lokálních výrobků či péče o kulturní památky. U těchto složek byl pozitivní vliv se spíše pozitivním vlivem zvolen více jak 70 % respondentů. Rozšíření tradičních řemesel, kvalita služeb a pracovní místa měli u více jak 60 % respondentů zaznamenán taktéž pozitivní a spíše pozitivní vliv.

Co se týče neutrálních vlivů cestovního ruchu, neboli na které složky cestovní ruch nepůsobí, nejvyšší počet těchto odpovědí byl zaznamenán u hluku, míry vandalizmu a míry kriminality města Olomouc. Neutrální vliv u těchto tří složek byl volen více jak 60 % respondentů. Také u životní úrovně místních, hluku, dopravy a komercializace zvyků a tradic tato odpověď dominovala nad ostatními. U nepořádku města a vlivu na ceny služeb, bydlení či produktů byla četnost srovnatelná se spíše negativními vlivy.

Tedy ačkoli se počty turistů každoročně (až do roku 2019) viditelně zvýšily, rezidenti vnímají především pozitivních vlivů cestovního ruchu či žádné vlivy neregistrují. S ohledem na předchozí otázku dotazníkového šetření nelze tvrdit, že by se rezidenti cítili být obtěžováni či omezováni ze strany turistů.

5.1.6 Připomínky respondentů k cestovnímu ruchu v Olomouci

Poslední nepovinná otázka dotazníkového šetření poskytovala prostor respondentům pro případné připomínky k danému tématu cestovní ruch v Olomouci. Na tuto otázku odpovědělo necelých 20 % ze všech respondentů. Ve většině se tito respondenti vyjadřovali o cestovním ruchu a turistech Olomouce velmi pozitivně. Avšak častou připomínkou byla zmínka o nízké návštěvnosti a o nedostatečné podpoře cestovního ruchu ze strany města Olomouc. Několik z těchto respondentů také podotklo, že má město z hlediska cestovního ruchu velký potenciál, který by měl být více využit. Co se týče negativních dopadů na město či obtěžování z hlediska respondentů se často objevovala odpověď, že nepořádek a hluk dělají spíše místní obyvatelé. Výběr nejzajímavějších odpovědí je součástí přílohy 2.

6 Diskuse

Jeden z nejdůležitějších aspektů zkoumání dotazníkovým šetřením byl subjektivní vztah respondentů k turistům. Samotné šetření přineslo velmi pozitivní výsledky. Více jak polovina (53,2 %) respondentů zaujímá k turistům pozitivní či spíše pozitivní postoj. Neutrální postoj rezidentů k turistům byl však taktéž velmi častou odpovědí, a to ve 44,1 % případů. Naopak negativní či spíše negativní postoje se objevovaly jen zřídka (2,7 %) a jsou téměř zanedbatelné. Lze tedy vyhodnotit, že téměř všichni oslovení rezidenti města přijímají turisty pozitivně či s neutrálním postojem. Z výsledků je dále možno konstatovat, že subjektivní vztah k turistům ze strany respondentů je obecně kladný. Tohle zjištění je srovnatelné s výsledky práce Uhlířové (2016), která zkoumala postoj rezidentů k rozvoji cestovnímu ruchu ve vybraných turistických oblastech České republiky. Z jejího výzkumu rovněž plyne, že respondenti mají k turistům v nadpoloviční většině pozitivní a spíše pozitivní vztah. Další podobnost je zřetelná i v rámci výsledků týkajících se negativního postoje, který se stejně jako ve výzkumu v Olomouci potvrdil jen u zanedbatelného množství respondentů.

Dotazníkové šetření v této kvalifikační práci umožnilo také zjistit potenciální vliv socioekonomických rozdílů respondentů na volbu odpovědí. Z analýzy výsledků šetření však plyne, že socioekonomické údaje o respondentech výrazně neovlivňovaly volbu odpovědí. Tyto výsledky byly opět srovnatelné s prací Uhlířové (2016), u které se rovněž ukázalo, že pozitivnější vztah k turistům mírně převažoval u žen a dle nejvyššího dosaženého vzdělání byly výsledky taktéž totožné. Uhlířová ve výzkumu zjistila, že vyšší vzdělání respondentů má vliv na pozitivnější postoje k turistům. Ovšem při komparaci výsledků dle dílčích věkových kategorií se naopak objevovaly rozdílnosti.

Dalším důležitým zkoumaným aspektem byly pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na město Olomouc dle rezidentů. Ve srovnání s prací Páskové (2003), která zkoumala změny vyvolané rozvojem cestovního ruchu v Českém Krumlově, jsou tyto výsledky pozitivních dopadů cestovního ruchu podobné, ačkoli u negativních dopadů se výsledky obou výzkumů v některých aspektech mírně liší. Pásková ve svém výzkumu rovněž zjistila, že pozitivní dopady respondenti nejvíce vnímají u kulturního prostředí, například u péče o památky a vzhled města. U negativních dopadů tyto práce

odhalují srovnatelnost odpovědí pouze v několika oblastech jako je například zvýšení cen. Ve výzkumu Páskové se cítí být rezidenti Českého Krumlova mnohem více omezováni cestovním ruchem, například ve vytlačování místních služeb, komercializaci města či omezením regulacemi spojené s turistickou aktivitou. Český Krumlov je oproti Olomouci jedno z nejnavštěvovanějších míst České republiky, proto je zřejmé, že zde budou negativní dopady cestovního ruchu vnímané ve větší míře. Pokud se ve výzkumu zaměříme pouze na věkové skupiny 15–19 let a 20–29 let, nalezneme část výsledků odpovídajících zjištěním Krajíčkové (2018), která zkoumala vnímání vlivu cestovního ruchu na socioekonomické a environmentální prostředí Malty rezidenty do 26 let. Ve svém výzkumu zjistila, že pozitivní dopady cestovního ruchu cílová skupina vnímá především na kulturní prostředí Malty – péče o památky, podpora tradičních zvyků. Naopak negativní vlivy vnímá cílová skupina u zvyšování cen bydlení, služeb, což jsou opět velmi podobná zjištění. Je však nutné podotknout, že u obou prací (Pásková, 2003; Krajíčková, 2019) se výzkumné oblasti potýkají s overturismem, což v Olomouci nepředstavuje aktuální problém.

Analýzu dotazníkového šetření lze doplnit o zajímavé výsledky práce Zdráhalý (2014). Ten se sice zaměřil na zkoumání image města Olomouc z pohledu návštěvníků (ne rezidentů), avšak některé závěry této studie přináší ucelenější pohled na zkoumanou problematiku. Z výsledků zmíněného výzkumu plyne, že návštěvníci města berou město Olomouc za turisticky atraktivní a dobře dostupné. Naprostá většina návštěvníků by se do Olomouce vrátila nebo doporučila její návštěvu. Na základě těchto výsledků je možné hovořit o vzájemné synergii – rezidenti (podle tohoto výzkumu) vnímají cestovní ruch spíše pozitivně a zároveň se návštěvníci (podle výzkumu Zdráhalý) do Olomouce rádi vracejí a cítí se zde zřejmě vítáni. Součástí Zdráhalova výzkumu byla i analýza marketingové strategie města Olomouce „Stay overnight“, jejíž cílem je dosáhnout většího počtu dní strávených turisty ve městě. Ovšem poskytnutá data ukazují, že průměrná délka pobytu turistů byla v roce 2019 1,7 dnů, což je oproti roku 2010, kdy začala být tato marketinková strategie uplatňována (Zdráhalý, 2014), stejná hodnota.

Z pohledu Butlerova modelu životního cyklu turistické destinace a vzhledem k doposud zjištěným výsledkům o vývoji návštěvnosti a percepce cestovního ruchu Olomouce rezidenty lze odhadovat, že se Olomouc nachází mezi fází vtažení a fází

rozvoje. Co se týká již zmiňovaného overturismu, podle definice Goodwina (2017) – „místní obyvatelé dané destinace cítí, že je zde příliš mnoho návštěvníků a kvalita životní úrovně klesla“ a vycházejíc z analýzy výsledků dotazníkového šetření tedy plyne, že se Olomouc vzhledem k pozitivním postojům rezidentů a jejich vnímání návštěvnosti města s overturismem nepotýká.

Z pohledu metodických nedostatků je potřebné vzít v potaz pandemickou situaci covid-19, která průběh výzkumu do jisté míry ovlivnila. Dotazníkové šetření probíhalo nakonec online formou prostřednictvím sociálních sítí, což se odrazilo hlavně u četnosti věkových skupin a u převažujícího zastoupení žen vůči mužům. Jak už bylo zmíněno, protipandemická opatření cestovní ruch velmi utlumila, a tak je nutné zohlednit určité zkreslení odpovědí respondentů, jejichž volba odpovědí mohla být touto situací ovlivněna, a to především v oblasti vnímání rostoucí návštěvnosti města. Dalším nedostatkem může být analýza vývoje návštěvnosti, která nezobrazuje data za roky 2020 a 2021. Proto by bylo žádoucí do budoucna tento výzkum dále rozšířit o aktuální data.

7 Závěr

Bakalářská práce se zabývá cestovním ruchem v Olomouci a jeho percepcí obyvateli. V teoretické části práce obsahuje spolu s charakteristikou cestovního ruchu, jeho vývojem a dopady také podkapitolu o overturismu a udržitelnosti cestovního ruchu. Důležitou součástí teoretické práce je podkapitola o cestovním ruchu v Olomouci, ve které je nastíněn vývoj návštěvnosti města. Praktická část práce je orientována na výzkum, jehož účelem bylo s pomocí dotazníkového šetření zjistit postoj místních obyvatel k cestovnímu ruchu a turistům ve městě.

Významnou součástí a dílčím cílem této práce je analýza vývoje návštěvnosti v Olomouci z dat poskytnutých Odborem cestovního ruchu, kultury a sportu města Olomouce. Z této analýzy vyplývá, že se návštěvnost města Olomouce od roku 1994 do roku 2019 ztrojnásobila s průměrným růstem 4,7 % za rok. V letech 2009–2012 sice vykazovala mírný pokles, který lze přisoudit hospodářské krizi, nicméně následující roky začala rapidně růst. Jen za posledních 5 let se návštěvnost zvýšila o více jak třetinu. Tento trend je velmi podobný s celosvětovým vývojem mezinárodního cestovního ruchu. Avšak z analýzy dotazníkového šetření plyne, že zvyšující se počet návštěvníků za poslední roky nemusí být pro mnohé rezidenty tak zřejmý. Olomouc nepatří mezi nejnavštěvovanější místa České republiky a ačkoli se návštěvnost za posledních 5 let zvýšila, nemusí na některé rezidenty působit tak rapidním dojmem nárůstu. Nutné je také zohlednit, jak často se rezidenti pohybují v historickém centru města či na místech, kde se nejčastěji nachází turisté. K určitému zkreslení mohlo dojít i díky pandemii covid-19. Součástí analýzy vývoje návštěvnosti byla taktéž i analýza vývoje délky pobytu turistů. Ta se však oproti roku 1994 s průměrnou délkou pobytu 2 dnů snížila na hodnotu 1,7 dne (2019). Pro analýzu vývoje cestovního ruchu v Olomouci byla k dispozici pouze data do roku 2019. Je tedy nutné zohlednit, že do analýzy vývoje návštěvnosti nebyl zahrnut vliv pandemické situace.

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak rezidenti vnímají cestovní ruch a turisty v Olomouci a jaký má podle nich cestovní ruch na město dopad. Z výzkumu vyplynulo, že téměř všichni respondenti zaujímají k turistům pozitivní či neutrální postoj a necítí se být z jejich strany obtěžováni. Téměř polovina respondentů uvádí, že s turisty vycházejí

dobře. Lze tedy tvrdit, že mezi rezidenty města převládá pozitivní postoj k turistům a neobjevují se vůči nim téměř žádné negativní postoje. U žen mírně převažoval pozitivní či spíše pozitivní vztah k turistům, naopak muži zaujímali k turistům více neutrální postoj. Nejpozitivněji vnímají turisty respondenti ve věku 30-39 let a 40-49 let. Neutrální vztah k turistům má věková kategorie 50-59 let. Naopak nejstarší věková skupina 60 a více let byla jedinou skupinou, která zaujímá vůči turistům přímo negativní postoj. U nejmladší věkové skupiny 15-19 let byl postoj z poloviny spíše negativní a neutrální. V rámci nejvyššího dosaženého vzdělání volilo pozitivní a spíše pozitivní postoj nejvíce respondentů s vysokoškolským vzděláním a středním vzděláním s maturitou. Naopak respondenti se základním vzděláním byli jediní, kteří zvolili negativní postoj.

Dalším důležitým zkoumaným aspektem byly pozitivní a negativní dopady cestovního ruchu na město Olomouc dle rezidentů. Negativní dopady respondenti nejvíce pociťují u kapacity parkovacích míst, zvyšujících se cen produktů, služeb či bydlení a znečištění města. U poslední uvedené složky se může jednat o kontroverzní tvrzení, jelikož u závěrečného dodatku respondentů se objevovalo několik odpovědí s připomínkou, že nepořádek dělají spíše místní obyvatelé. Naopak respondenti vnímají nejvíce podporu lokální výroby, podporu pořádání akcí, péči o památky a zvyšující se kvalitu služeb jako pozitivní přínos cestovního ruchu města Olomouce. Z výzkumu také plyne, že podle respondentů cestovní ruch nemá téměř žádný vliv na míru kriminality a vandalismu.

Vzhledem k výsledkům výzkumu lze vyvrátit, že by se Olomouc potýkala s overturismem. Ačkoli zde návštěvnost stoupá (s opominutím pandemie covid-19), rezidenti si nepřijdou ze strany turistů omezováni a většina je vnímá pozitivně, což je i vzhledem k vnímání dopadů na město dle rezidentů pro udržitelnost cestovního ruchu Olomouce pozitivní výsledek.

Získané výsledky z tohoto výzkumu by mohly přispět městu Olomouc k lepší kontrole strategického a udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Podobných prací na toto téma není v České republice aktuálně mnoho, proto by představená práce mohla pomoci doplnit právě tuto oblast.

8 Summary

The bachelor thesis *Tourism in Olomouc and its perception of the population* is dealing with tourism from the point of view of the locals. The case of study is how inhabitants perceive tourists in the city of Olomouc and the impact of tourism on this city. At the same time, this thesis studies a progression of a visit rate and an approximate length of a stay.

Olomouc is a centre of the Haná region and is also a district city of Olomouc district. The city is significant for its church and university background. Olomouc is touristically very attractive and is considered one of the most beautiful cities in the Czech Republic. Nevertheless, it is not one of the most visited places in the country.

The theoretical part of the thesis introduces tourism as a part of geography and implies its international development. The thesis considers the impact of tourism on the social-economic and physical-geographical surroundings of a destination. Terms like over-tourism and sustainable tourism are introduced as a part of the theory as well. A large part of the literature review deals with tourism and visit rate, particularly in Olomouc. Data gathered from The Department of Tourism, Culture and Sport in Olomouc show that the local visit rate increases by 4,7 % a year.

The practical part focuses on questionnaire data and their analysis. The survey aimed to find out how inhabitants perceive tourists in the city of Olomouc and what, according to them, is the impact of tourism on this city. Results are presented by graphs and tables.

The outcome of the analysis is that locals perceive tourists in Olomouc mainly positively, sometimes they perceive them neutrally. As it comes to the impact of tourism on Olomouc, inhabitants think that it is a great contribution to the local culture. On the other hand, it burdens Olomouc in the issues like a lack of parking spaces, pollution increase and cost increase.

Finally, it needs to be mentioned that the thesis was written during the times of the covid-19 pandemic. It is crucial to take these conditions into account because the

situation could have influenced locals' reactions to the questionnaire. Outcomes could help Olomouc to control sustainable tourism in the future better.

9 Seznam použité literatury a zdrojů

ALIMOVA, Zeinep. Analýza vlivu cestovního ruchu ve vybraném destinaci. Diplomová práce. Vysoká škola holetová Praha, 2019.

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

BLAŽKOVÁ, Lenka. Historie cestovního ruchu. Bakalářské práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013.

BUTLER, Richard. The tourism area life cycle, Vol. 1. Clevedon: Channel view publications, 2006. ISBN 9781845410254.

DOXEY, George V. A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. Travel and tourism research associations sixth annual conference proceedings. San Diego, 1975.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. Cestovní ruch: principy, příklady, trendy. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

HOSPERS, Gert-Jan. Overtourism in European Cities: From Challenges to Coping Strategies. CESifo Forum. München: Institut–Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, 2019. p. 20-24.

HWANG, Leo. Butler's Tourism Area Life Cycle and Its Expansion to the Creative Economy. The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism. ed. Linda L. Lowry, SAGE Publications, 2017.

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta a Ivo STRAKA. Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 978-80-86929-99-6.

KRAJČKOVÁ, Aneta. Vliv cestovního ruchu na socioekonomické a environmentální prostředí Malty: vnímání mladých. Geografické informácie. Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2018, roč. 22, č. 1, s. 233-245. ISSN 1337-9453. Doi:10.17846/GI.2018.22.1.233-245.

KUDOVÁ, Sylvie. Praha–Vývoj destinace a dopady cestovního ruchu. Bakalářské práce. Masarykova Univerzita Brno, Fakulta ekonomicko-správní, 2013.

MARIOT, Peter. Geografia cestovného ruchu. Bratislava: Veda, 1983.

MASON, Peter. Tourism impacts, planning and management. 2. ed. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2008. ISBN 978-0-7506-8492-7.

MCKERCHER, Bob a Hilary DU CROS. Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. Abingdon: Routledge, 2002. ISBN 9780789011060.

MLÁDEK, Petr. Overturismus jako rostoucí globální problém se zaměřením na Českou republiku. Disertační práce. Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Fakulta přírodovědecká, 2020.

PACHROVÁ, Stanislava a Eva JANOUŠKOVÁ a kolektiv. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu, výzkum návštěvnosti a výzkum postojů místního obyvatelstva k cestovnímu ruchu na území města Jihlavy. Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2006.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2. vyd., aktualiz. a rozš. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-802-4737-508.

PÁSKOVÁ, Martina. Environmentalistika cestovního ruchu. Czech Journal of Tourism, 2012, roč. 1, č. 2, s. 77-113.

PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost cestovního ruchu. 3. vyd., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.

PÁSKOVÁ, Martina. Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle kriticko-realistické metodologie. Disertační práce. Univerzita Karlova Praha, Fakulta přírodovědecká, 2003.

PORUBOVÁ, Tereza. Postoje obyvatel Českého Krumlova v reakci na sociokulturní dopady cestovního ruchu. Diplomová práce. Univerzita Karlova Praha, Fakulta sociálních věd, 2018.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

SCHWARZOVÁ, Lenka. Udržitelnost cestovního ruchu v kontextu destinačního managementu. Diplomová práce. Univerzita Mendelova Brno, Ekonomická fakulta, 2015.

SIWEK, Tadeusz. Percepce geografického prostoru. Praha: Česká geografická společnost, 2011. ISBN 978-80-904521-7-6.

SMRČKA, Luboš; ARLTOVÁ, Markéta; SCHÖNFELD, Jaroslav. Ekonomická krize a vývoj cestovního ruchu v České republice. Acta oeconomica pragensia, 2011, roč. 19, č. 5, s. 17-33. Doi: 10.18267/j.aop.344.

STRNAD, Daniel. Overturismus v České republice. Disertační práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, 2019.

SZCZYRBA, Zdeněk, FŇUKAL, Miloš, & Kudrnovský, Emil. Návštěvnost památkových objektů v ČR–vývojové tendence po roce 1989. Univerzita Palackého Olomouc, 2005.

ŠPRINCOVÁ, Stanislava. Úvod do geografie cestovního ruchu. 2. vyd. Univerzita Palackého Olomouc, 1981.

UHLÍŘOVÁ, Anna. Postoj rezidentů k rozvoji cestovního ruchu. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta ekonomicko-správní, 2016.

VOŠTA, Milan a Josef ABRHÁM. Globální cestovní ruch a implikace pro Českou republiku. *Acta Oeconomica Pragensia*, 2015, roč. 23, č. 4, s. 66-77. ISSN e-ISSN: 1804-2112. Doi: 10.18267.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. ISBN isbn978-80-7380-340-7.

WALL, Geoffrey a Alister MATHIESON. *Tourism: change, impacts and opportunities*. Harlow: Pearson Prentice Hall, 2016. ISBN 978-0-130-99400-4.

ZDRÁHALA, Tomáš. Image města Olomouce pohledem návštěvníků. Diplomová práce. Univerzita Palackého Olomouc, Fakulta přírodovědecká, 2014.

ZELENKA, Josef. Únosná kapacita v cestovním ruchu. *Czech Journal of Tourism*, 2012, roč. 1, č. 2, s. 114-134.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd., kompletně přeprac. a dopl. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje

Aguapark Olomouc: O projektu [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.aqua-olomouc.cz/o-projektu>

Cestovní ruch a udržitelný rozvoj [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/b973337b-cccc-42a3-9d19-2b23356dcff2/GetFile15_1.pdf

Český statistický úřad: Dopady světové finanční a hospodářské krize na ekonomiku ČR [online]. 01/2011 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20534938/115610j.pdf/b487dd3c-0ad7-4ccd-b62d-8fc9bf917b95?version=1.0>

Český statistický úřad: Ekonomika cestovního ruchu v České republice [online]. 26.2.2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu

Český statistický úřad: Globální turismus v číslech [online]. 18.12.2019 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/globalni-turismus-v-cislech>

Flora Olomouc: Botanická zahrada a Zahrada smyslů [online]. 2016 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.flora-ol.cz/areal/botanicka-zahrada-a-zahrada-smyslu>

- GOODWIN, Harold (2017). The Challenge of Overtourism. Harold Goodwin [online]. 4. 10. 2017 [cit. 2020-03-16]. Dostupné z: <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf>.
- Jeden Svět: Olomouc [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/2021/olomouc>
- KUPČÍKOVÁ, Tereza. Czech Tourism: Návštěvnost turistických cílů 2018 [online]. 2.7.2019 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/data/navstevnost-turistickych-cilu-2018/>
- Ministerstvo vnitra České republiky: Cestovní ruch: Služby v 21. století [online]. 2010 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/docDetail.aspx?docid=21414710&doctype=ART>
- OSN: Cestovní ruch a COVID-19: Nutnost zachovat živobytí milionů lidí a příležitost pro transformaci [online]. 25.8.2020 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.osn.cz/cestovni-ruch-a-covid-19/>
- RONČÁK, Miroslav a Vladimír HOBZA. Profil návštěvníka města Olomouc 2020. Výzkumná zpráva. Olomouc, 2020. Dostupné z: https://www.olomouc.eu/magistrat/odbory-magistratu/odbor-cestovniho-ruchu-kultury-a-sportu/odbor/article_id=13377
- Statutární město Olomouc: Aktuality: Olomouc získala ocenění v soutěži Velká cena cestovního ruchu 2010 [online]. 14.1.2011 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/9807>
- The world bank: Data: International tourism, number of arrivals [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?end=2018&start=1995>
- Tourism Olomouc: Fakta a zajímavosti: Základní fakta o městě [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://tourism.olomouc.eu/basic-information/facts-and-attractions/cs>
- UNESCO: About world heritage: The state parties: Chzechia [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/statesparties/cz>
- UNTWO: Country profile–inbound: International tourism arrivals [online]. 29.3.2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism>
- UNTWO: International tourist arrivals could fall by 20–30% [online]. 26.3.2020 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>

UNTWO: 2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals [online]. 28.1.2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

Zoo Olomouc: Historie [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.zoo-olomouc.cz/historie-50-leta>

Zprávy o hospodářských dopadech [online]. 2021 [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

Přílohy

Příloha č.1 Dotazník

Příloha č. 2 Vybrané odpovědi z poslední dobrovolné otázky dotazníkového šetření „Zde se můžete vlastními slovy vyjádřit k tématu cestovní ruch v Olomouci“

Příloha č. 1

Cestovní ruch v Olomouci z pohledu obyvatel

Dobrý den,

Jsem studentkou oboru matematika-geografie na Univerzitě Palackého v Olomouci, katedra geografie a matematiky. Pod vedením Mgr. Lucie Brisudové píšu bakalářskou práci na téma Cestovní ruch Olomouce a jeho percepce obyvateli. Cílem dotazníku je zjistit, jak obyvatelé Olomouce vnímají turisty a obecně cestovní ruch. **Dotazník je určen pro obyvatele, kteří žijí v Olomouci více jak 5 let.** Proto bych Vás ráda poprosila o zodpovězení pár otázek týkajících se Vašich postřehů a pocitů. Vyplnění dotazníku zabere cca 5 minut. Dotazník je anonymní, data budou použita pouze k vědeckým účelům.

Děkuji za Váš čas a ochotu.

Barbora Jakšíková

Katedra geografie

Univerzita Palackého v Olomouci

Email: jaksba01@upol.cz

1 Jak dlouho žijete v Olomouci?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- méně jak 5 let
 Více jak 5 let

2 Jak často registrujete přítomnost turistů v Olomouci? (zaškrtněte pro každé roční období políčko)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď v každém řádku*

	Nikdy	Zřídka	Občas	Často
Jaro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Léto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podzim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3 Jaký typ turistů registrujete nejčastěji? (zvolte max.3 odpovědi)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Rodiny Batůžkáře Školní výlety Různé
 Jiná...

4 Registrujete za posledních 5 let nárůst návštěvnosti města?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano Ne

5 Pokud jste odpověděli v předchozí otázce NE, pak registrujete:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Méně turistů Stejně množství turistů

6 Přáli byste si návštěvnost:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Zvýšit Aby zůstala stejná Snižit Je mi to jedno

7 Jaký je váš subjektivní vztah k přítomnosti turistů ve městě Olomouc?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Negativní Spíše negativní Neutrální Spíše pozitivní Pozitivní

8 Jak se navzájem ovlivňují návštěvníci a místní obyvatelé?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Vychází spolu dobře Místní se musí přizpůsobit Ignorují se Žádné působení

9 Čím vás turisté obtěžují? (Vyberte maximálně 3 odpovědi)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Hluk Odpadky Fotografování Chování turistů Pohyb velkého množství lidí Přeplněné MHD
 Neobtěžují
 Jiná...

10 Jaký vliv má podle Vás cestovní ruch na:

Nápověda k otázce: *U políčka Míry kriminality a vandalismu znamená: negativní vliv- vyšší kriminalita, vandalismus; pozitivní vliv- nižší kriminalita, vandalismus*

	Negativní	Spíše negativní	Neutrální	Spíše pozitivní	Pozitivní
Pracovní místa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ceny služeb, bydlení, produktů atd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvalitu služeb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Míru kriminality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Míru vandalismu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Životní úroveň místních	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dopravu (MHD, vlaky atd.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkovací místa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nepořádek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hluk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Péči o kulturní památky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podpora pořádání akcí (např. vánoční trhy)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komericializaci tradic a zvyků	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rozšíření tradičních řemesel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Prodej lokálních výrobků

11 Vaše pohlaví:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Muž
 Žena

12 Váš věk:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- 15 - 19 let 20 - 29 let 30 - 39 let 40 - 49 let 50 - 59 let 60 a více let

13 Dosavadně dosažené vzdělání:

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Základní Střední bez maturity Střední s maturitou Vysokoškolské

14 V jaké městské části Olomouce bydlíte?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Bělidla
- Černovír
- Droždín
- Hejčín
- Hodolany
- Holice
- Chomoutov
- Chválkovice
- Klášterní Hradisko
- Lazce
- Lošov
- Nedvědín
- Nemiřany
- Neředín
- Nová Ulice
- Nové Sady
- Nový Svět
- Olomouc-střed, západ
- Pavlovičky
- Povel
- Radíkov
- Řepčín
- Slavonín
- Svatý Kopeček
- Tabulový vrch
- Topolany
- Týneč

15 Zde se můžete vlastními slovy vyjádřit k tématu cestovní ruch v Olomouci: (dobrovolné)

Příloha č. 2

„Velký, prozatím málo využitý, potenciál pro cestovní ruch.“

„Bylo by dobré více propojovat s turistickými cíli mimo krajské město, ukázat, že v blízkosti jsou další zajímavé destinace k navštívení.“

„Jsem ráda, že turisté navštěvují naše krásné město a jeho okolí.“

„Přijde mi, že turisté se ve velkém sjíždějí na vánoční trhy a maximálně ještě na Floru, jinak jich je tu velice málo. Přes léto, když odjedou studenti, je to mrtvé město.“

„Všeobecně vnímám turisty spíše pozitivně, město je takové živější. Za nepořádek, hluk a jiná negativa jsou podle mě zodpovědní spíše olomoučáci (nudící se puberťáci, lidé bez domova a individua holdující alkoholu). S turisty mám většinou dobrou zkušenost.“

„Na to, jak je Olomouc krásné město, myslím, že je málo navštěvovaná. Většina akcí se mi však zdá nejasná, není zaměřena ani na rodiny s dětmi, ani na mladé lidi, nejvíc se mi zdá, že si dnes Olomouc užijí turisté senioři. Byla bych ráda, kdyby tady bylo více akcí pro děti a mladší ročníky.“

„Olomouc má úžasný potenciál pro cestovní ruch, který NENÍ využit. Všichni mí přátelé, kteří město neznali a přijeli do něj, byli nadšeni. Určitě tu nechceme davy jako Karlově mostu, ale to určitě vzhledem k poloze Olomouce nehrozí. Město by mělo udělat víc, nestačí jen brožury a letáky. Děkuji.“

„Město má potenciál na přilákání turistů.“

„Olomouc má toho tolik co nabídnout. Je škoda, že je turisty přehlížena—myslím si, že je to i špatným turistickým marketingem města. Na druhou stranu mi opravdu nechybí přervané ulice turisty a cizinců jako je v Praze nebo třeba v Českém Krumlově. Vše má své klady i zápory.“

„Jsem pro to, aby se v Olomouci rozvíjel cestovní ruch a město (vč. obyvatel) bylo k turistům vstřícné.“

„Jsem rád za každého turistu.“

„Já jsem vždy ráda, když v Olomouci vidím turisty. Je to krásné město a osobně jsem si všimla, že sem jezdí především turisté z Asie (hlavně Korejci a Číňani). Avšak Olomouc navštěvují i občané z jiných českých měst. Hlavně z Brna. Také si myslím, že turisté nemají negativní vliv na zdejší životní styl a úroveň, neboť jich sem nejezdí příliš mnoho, ale tak akorát. Což mi nepřipadá nijak zvlášť otravné.“

„O cestovní ruch se zajímám. Myslím, že potenciál města Olomouce je, aby hrál v místní ekonomice větší podíl.“