



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Diplomová práce

Udržitelný a odpovědný cestovní ruch ve Smart destinaci

Vypracovala: Bc. Barbora Valtrová

Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

České Budějovice 2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Barbora VALTROVÁ**
Osobní číslo: **E16722**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Udržitelný a odpovědný cestovní ruch ve Smart destinaci**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Aplikace zásad udržitelnosti a odpovědnosti v destinacích cestovního ruchu s konceptem Smart Cities a Smart Regions. Využití moderních metod a trendů pro rozvoj destinace cestovního ruchu s ohledem na koncept inteligentních měst a regionů. Zhodnocení možností a bariér Jihočeského kraje jako Smart Regionu z pohledu cestovního ruchu.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

Rámcová osnova:

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy).
2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše).
3. Metodika.
4. Řešení a výsledky (diskuze).
5. Závěr. I. Summary a key words v AJ. II. Seznam použitých zdrojů. III. Seznam obrázků, tabulek a grafů. IV. Seznam příloh. V. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **60- 80 stran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- Leslie, D. (2012).** *Responsible tourism: concepts, theory and practice.* **UK: CABI.**
- Novacká, L. (2013).** *Cestovní ruch, udržatel'nost a zodpovednosť na medzinárodnom trhu.* **Bratislava: Ekonóm.**
- Reisinger, Y. (2013).** *Transformational Tourism. Tourist Perspectives.* **Wallingford, Oxon, UK; Cambridge, Mass. USA: CABI Pub.**
- Pásková, M. (2014).** *Udržitel'nost cestovního ruchu.* **Hradec Králové: Gaudeamus.**
- Travis, A. S. (2011).** *Planning for tourism, leisure and sustainability: international case studies.* **Wallingford, Oxon, UK; Cambridge, Mass. USA: CABI Pub.**
- Zelenka, J. & Kysela J. (2013).** *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu.* **Hradec Králové: Gaudeamus.**

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petr Štumpf, Ph.D.**

Katedra obchodu a cestovního ruchu


Datum zadání diplomové práce: **16. ledna 2017**

Termín odevzdání diplomové práce: **15. dubna 2018**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentická 13 (26)
370 05, České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 17. března 2017

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci na téma „Udržitelný a odpovědný cestovní ruch ve Smart destinaci“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

.....

Barbora Valtrová

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce Ing. Petru Štumpfovi Ph.D. za profesionální vedení této práce, jeho trpělivost a cenné rady. Dále děkuji všem obyvatelům města Český Krumlov, kteří se zapojili do dotazníkového šetření. V neposlední řadě děkuji své rodině za podporu.

Tato diplomová práce byla zpracována za podpory Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích z projektu GA JU 074/2017/S.

Obsah

1. Úvod	3
1.1. Cíl práce	4
1.2. Hypotézy	4
2. Přehled řešené problematiky.....	5
2.1. Pozitivní a negativní vlivy cestovního ruchu	5
2.1.1. Vlivy cestovního ruchu na přírodní prostředí	7
2.1.2. Vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí	8
2.2. Udržitelný cestovní ruch	11
2.2.1. Management udržitelnosti cestovního ruchu.....	14
2.2.2. Role mezinárodních organizací v prosazování udržitelnosti.....	15
2.2.3. Certifikace udržitelnosti cestovního ruchu.....	16
2.2.4. Marketing udržitelného cestovního ruchu.....	17
2.2.5. Monitoring udržitelnosti cestovního ruchu	19
2.3. Odpovědný cestovní ruch.....	20
2.3.1. Zásady odpovědného cestovního ruchu	21
2.3.2. Formy odpovědného cestovního ruchu	22
2.4. Moderní technologie v cestovním ruchu.....	24
2.4.1. Vybrané moderní technologie využívané v cestovním ruchu	24
2.5. Smart destinace, Smart city.....	26
3. Metodika	30
4. Řešení a výsledky	32
4.1. Destinace Český Krumlov.....	32
4.1.1. Vybrané statistiky cestovního ruchu v destinaci Český Krumlov.....	33
4.1.2. Cestovní ruch a místní obyvatelstvo	35
4.1.3. Vztahy a komunikace mezi místní samosprávou a rezidenty, nově využívané technologie v destinaci Český Krumlov.....	38
4.2. Dotazníkové šetření.....	41
4.3. Syntéza výsledků a poznatků, vyhodnocení hypotéz.....	72
4.3.1. Syntéza výsledků a poznatků	72
4.3.2. Vyhodnocení hypotéz.....	73
4.4. Návrhová část.....	75
4.4.1. Obecná doporučení.....	75
4.4.2. SMART To GO.....	76

5. Závěr	83
I. Summary and keywords	85
II. Seznam použitých zdrojů.....	87
III. Seznam tabulek, grafů a obrázků.....	92
IV. Seznam příloh	95
V. Přílohy.....	96

1. Úvod

Cestovní ruch je globální fenomén, který se neustále vyvíjí. Společně s ním se vyvíjí i požadavky návštěvníků a turistů na cílová místa (destinace cestovního ruchu). Cestovní ruch je významnou oblastí národního hospodářství u mnoha zemí. Společně s tím, jak cestovní ruch roste, přibývá však každoročně stále více jeho účastníků. Cestovní ruch s sebou přináší nejen kladné, ale i záporné vlivy, které je nutné kontrolovat a regulovat. Působí jak na přírodní, tak na socio-kulturní prostředí všech destinací, kde se uskutečňuje. Cestovní ruch je v dnešní době nutné řídit takovým způsobem, aby jeho vlivy na okolní prostředí byly převážně pozitivní a udržitelné. Každá destinace cestovního ruchu by měla dbát na to, aby cestovní ruch řídila v rámci zásad odpovědného a udržitelného rozvoje, aby cestovní ruch přispíval destinaci jak ze stránky ekonomické, tak i sociálně kulturní a měl co nejmenší negativní vlivy na prostředí přírodní.

Otázky a problémy týkající se udržitelného a odpovědného cestovního ruchu úzce souvisí i s nově se vyvíjejícím konceptem Smart cities a Smart regions. Jedná se o koncepty, které využívají komunikační, digitální a informační technologie, které přináší kvalitnější život ve městech. Tyto koncepty jsou stále více rozvíjeny v zahraničí, ale v České republice k nim můžeme zařadit města jako Prahu, Brno nebo jihočeský Písek. Potenciál pro rozvoj konceptu Smart má ovšem i mnoho dalších jihočeských měst.

Jedním z takových měst může být například město Český Krumlov. Jedná se o město nejen s bohatou historií a významnými památkami ze seznamu světového dědictví UNESCO, ale také o město s bohatou kulturou a tradicemi. Každoročně ho navštíví tisíce návštěvníků, což může mít negativní vlivy na místní obyvatelstvo, ale i přírodní prostředí. Město se neustále snaží řídit cestovní ruch takovým způsobem, aby byla spokojenost jak na straně návštěvníků, tak rezidentů. Součástí strategií rozvoje města jsou mimo jiné i programy zaměřující se na udržitelný a odpovědný cestovní ruch ve městě, s čímž souvisí i zavádění chytrých a moderních komunikačních, digitálních a informačních technologií. Postupné zavádění dalších prvků z konceptu Smart může městu Český Krumlov velmi usnadnit řízení cestovního ruchu i nadále udržitelným a odpovědným směrem.

1.1. Cíl práce

Aplikace zásad udržitelnosti a odpovědnosti v destinacích cestovního ruchu s konceptem Smart Cities a Smart Regions. Využití moderních metod a trendů pro rozvoj destinace cestovního ruchu s ohledem na koncept inteligentních měst a regionů. Zhodnocení možností a bariér Jihočeského kraje jako Smart Regionu z pohledu cestovního ruchu.

V práci byly tyto cíle aplikovány na město Český Krumlov, které postupně podniká kroky směřující ke konceptu Smart City, čímž zároveň přispívá i k odpovědnému a udržitelnému řízení cestovního ruchu v destinaci.

1.2. Hypotézy

H1: Rezidenti, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu, vnímají poskytování soukromého ubytování návštěvníkům jako zajímavý přivýdělek, na rozdíl od rezidentů, kteří nejsou v cestovním ruchu zainteresováni.

H2: Rezidentům žijícím v centru města vadí přeplnění města návštěvníky více, než rezidentům žijícím mimo něj.

H3: Rezidentům, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu, vadí přeplnění města návštěvníky méně, než rezidentům, kteří nejsou v cestovním ruchu zainteresováni.

2. Přehled řešené problematiky

Přehled řešené problematiky je zaměřen na pojmy související s tématem diplomové práce. Je členěn na několik kapitol, a sice: Vlivy cestovního ruchu, udržitelný cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch, moderní technologie v cestovním ruchu a kapitolu týkající se konceptu Smart destinace, Smart city. Tyto kapitoly jsou dále rozděleny do užších podkapitol.

2.1. Pozitivní a negativní vlivy cestovního ruchu

Cestovní ruch může být prospěšný pro většinu regionů. Aktivity cestovního ruchu mají vliv na jeho rozvoj, na vývoj cest, ale i další infrastrukturu. Je také důležitým sociálně-ekonomickým faktorem pro rozvoj regionů s omezeným potenciálem rozvoje (Šimková, 2013).

Cestovní ruch svými toky návštěvníků, rozvojem infrastruktury a jejím provozováním nevyhnutelně mění přírodu i krajinu společně se sociálním a kulturním prostředím. Dopady působení mohou mít různou intenzitu, časový průběh, mohou být vratné i nevratné, žádoucí či nežádoucí. Jednotlivé dopady a jejich projevy se pak mohou lišit svou mírou i způsobem, kterým působí na přírodní či socio-kulturní prostředí (Zelenka, Těšitel, Pásková & Kušová, 2013).

Problematika dopadů cestovního ruchu na přírodní i sociokulturní prostředí se stala v zahraničí předmětem odborných diskusí zejména ze strany geografů, ekonomů a sociologů v 70. letech minulého století (Pásková, 2014).

Cestovní ruch bývá nezdůvodněně uváděn jako „čistý“ odvětví s relativně malými dopady na území, které pro své účely využívá i na místní komunitu (Zelenka et al., 2013).

V posledních desetiletích byla identifikována a diskutována velká řada pozitivních a negativních dopadů cestovního ruchu. Tyto dopady bývají obvykle shrnuty a rozděleny do čtyř hlavních dimenzí: ekonomické, sociální, kulturní a environmentální (Garau-Vadell, Gutierrez-Taño & Diaz-Armas, 2016).

Cestovní ruch ovlivňuje okolní prostředí v každém ohledu. Jedná se zejména o působení na fyzické, socio-kulturní i ekonomické prostředí (Palatková, 2011).

Problematika managementu cestovního ruchu z aspektu udržitelného rozvoje je vnímána komplexně. Teorie i praxe transformovaly původní chápání trvalé udržitelnosti

cestovního ruchu, hlavně z environmentálního aspektu, na potřebu synergie třech atributů udržitelného rozvoje, a to: Ekonomického, environmentálního a společenského (sociálního) (Novacká, 2013).

Nejdříve byla pozornost věnována především environmentálním dopadům cestovního ruchu, ale od 90. let minulého století jsou dopady na přírodu a krajinu studovány ve vzájemných souvislostech společně s dopady ekonomickými a socio-kulturními (Zelenka et al., 2013).

Cestovní ruch nepůsobí jen na prostředí destinace cestovního ruchu, ale i na tranzitní oblasti, které jsou zatíženy zejména dopravou a dopravní infrastrukturou a na zdrojové oblasti, které generují návštěvníky. V zásadě je možné rozlišit šest základních dimenzí geografického prostředí destinace, v níž cestovní ruch působí: fyzická, ekologická, ekonomická, institucionální, socio-kulturní a psychologická (Pásková, 2014).

Systematický výzkum dopadů cestovního ruchu a jejich příčin lze datovat od 80. let 20. století. V současné době lze však již relativně a uceleně vymezit globální a regionální vlivy cestovního ruchu (kladné i záporné) na biosféru, ekosystémy a lidské společenství a jsou diskutována specifika regionální, kulturní, ekonomická, historická, vlastnická a mnohá další (Zelenka et al., 2013).

Lze také říci, že cestovní ruch je jednou z lidských činností, které významně přispívají ke změnám v životním prostředí. Nejedná se pouze o fyzické změny (nové typy ubytování, gastronomie, kulturní a sportovní plochy), ale i o změny psychické a kulturní. Je tedy nutné správně využívat a chránit přírodní a kulturní možnosti destinace. Přírodní zdroje a kulturní dědictví přinášejí cestovnímu ruchu největší výhodu, a sice že jsou neomezeně dostupné všem. S tím však souvisí i největší problém, že veškeré škody na těchto zdrojích jsou mnohdy nenávratné. Škody lze však způsobit i v oblasti sociální, a proto je důležité věnovat cestovnímu ruchu širší pozornost s ohledem na náklady a rizika, které nese (Šimková, 2013).

Navzdory obecnému chápání cestovního ruchu jako velmi výhodného a přínosného průmyslu, v případě jeho masivního rozšíření společně s nekoordinovaným a neefektivním řízením může dojít k vyvážení mezi pozitivními a negativními vlivy. Destinace jsou zpravidla negativně ovlivňovány aktivitami cestovního ruchu, kdy počet návštěvníků přesahuje únosnou míru. To může vést k degradaci, devastaci nebo dokonce ke kolapsu v destinaci (Šimková, 2013).

Dopady cestovního ruchu na území a místní obyvatelé mohou být pozitivní i negativní. Mezi **negativní dopady** se řadí ohrožení přírodního bohatství, ztráta jedinečnosti specifické lokální kultury, památky, negativní vnímání návštěvníků místními obyvateli, ztráta soukromí místních obyvatel.

Naopak **pozitivní dopady** má cestovní ruch na nová pracovní místa, zvýšení finančních příjmů obce i obyvatel, rekonstrukce kulturních památek, zlepšení infrastruktury apod.

Je proto velmi důležité veškeré aktivity spojené s cestovním ruchem realizovat takovým způsobem, aby se minimalizovala případná negativa. Je tedy důležitá snaha o dlouhodobou udržitelnost těchto aktivit. (Parmová, Dvořák & Frková, 2013).

2.1.1. Vlivy cestovního ruchu na přírodní prostředí

Nejvíce patrný je vliv cestovního ruchu na fyzické (životní prostředí). Dochází k záboru půdy, odlesňování, změně charakteru krajiny výstavbou hotelů, rezortů, komunikací a dalších zařízení, která jsou využívána v turismu. Fyzické prostředí je ovlivňováno i spotřebou služeb cestovního ruchu, zejména realizací dopravy, ubytovacích, kulturních a sportovních služeb. V oblasti fyzického prostředí lze rozlišit tři hlavní oblasti vlivu cestovního ruchu: přírodní zdroje, znečištění, fyzický vliv (Palatková, 2011).

„Vlivy cestovního ruchu na složky přírodního prostředí lze klasifikovat podle vztahu k biosféře a změny složek přírodního prostředí (na kvantitativní a kvalitativní změny zastoupení druhů flóry a fauny a na změny ekosystémů). Vlivy cestovního ruchu na složky přírodního prostředí jsou často a ve srovnání s dopady cestovního ruchu na socio-kulturní sféru poměrně dlouho analyzovány.“ (Pásková, 2014, s. 55)

Environmentální dopady cestovního ruchu jsou významně ovlivněny mírou koncentrace návštěvníků, změnou jejich aktivit. Environmentální rizika cestovního ruchu se týkají především ekosystémů (výstavba ubytovacích kapacit a návštěvnických center má přímý dopad na prostředí), půdy (intenzivně využívaná prostředí mají vliv na odstraňování půdního krytu a eroze), vegetaci (odstraňování vegetace, přenášení plevelů a nepůvodních druhů), vody (rostoucí poptávka po pitné a užitkové vodě, znečišťování, negativní účinky proudů a vln způsobené loděmi), ovzduší (znečištění emisemi), volně žijících druhů (myslivost a rybolov, rušení živočichů návštěvníky, ohrožení druhů ze strany návštěvníků) apod. (Zelenka et al., 2013).

Nevhodné chování účastníků cestovního ruchu může přinášet negativní důsledky, jako je eroze stezek (půdy), snížená rozmanitost rostlin a živočichů, hluk a znečištění vody a estetická degradace (Šimková, 2003).

Fyzické vlivy turismu jsou patrné na první pohled. Atraktivní místa jsou vystavena vysokému stupni návštěvnosti, jejich ekosystémy trpí. Typickým příkladem fyzického vlivu turismu je poškozování ekosystémů (alpské oblasti, deštné pralesy, mokřiny, korálové útesy, ložiska mořských řas). Místa jsou dále poškozována stavební činností a rozvojem infrastruktury v destinacích cestovního ruchu. Dochází k odlesňování, intenzivnímu nebo neudržitelnému využívání půdy, stavbě přístavů, mol a vlnolamů nebo k nadměrné výstavbě a dláždění pobřežních oblastí. Rozvoj turismu, ať už ve fázi přípravy nebo realizace vždy ovlivňuje fyzické prostředí. Zásahy však nesmí být nenávratné a musejí být vykompenzovány ve formě přínosů v socio-kulturní a ekonomické sféře (Palatková, 2011).

Cestovní ruch tedy přispívá přímo (bezprostřední dopady jeho aktivit) i nepřímo (spotřeba zdrojů, které byly vyprodukovány v jiné oblasti) ke znečišťování všech složek přírodního prostředí. Cestovní ruch svým rozvojem vnáší fyzikální, chemické nebo biologické činitele do složek přírodního prostředí, které jsou pro něj svými kvalitativními nebo kvantitativními parametry cizorodé (Pásková, 2014).

Ve vztahu k návštěvníkům je možné konstatovat, že se chovají předvídatelně - pohybují se po připravených cestách, přitahují je stejná místa, fotografují stejná místa. Dopady jejich aktivit lze tedy předvídat a je možné odhadnout, kde se projeví. Toky návštěvníků je možné efektivně řídit kvalitou a promyšleným vedením stezek a zpracovaným informačním, rezervačním a průvodcovským systémem (Zelenka et al., 2013).

2.1.2. Vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí

Na rozdíl od vlivů cestovního ruchu na přírodní prostředí, vlivy na socio-kulturní prostředí není prakticky možné objektivně posuzovat a kvantifikovat. Socio-kulturní prostředí je tvořeno rezidenty žijícími v destinaci a jejich sociálními, kulturními, politickými a ekonomickými vazbami. Řešení vlivu turismu na socio-kulturní prostředí je vlastně řešením vztahu akce-reakce mezi návštěvníky destinace a rezidenty žijícími v destinaci. Ve vztahu jde o to, kdo komu, jak a za jakých podmínek se přizpůsobí a kdo z těchto změn a přizpůsobení bude mít ekonomický přínos (Palatková, 2011).

Subjekty, které se zabývají cestovním ruchem, například podniky, agentury cestovního ruchu, agenti, administrativní pracovníci, neziskové organizace, mají tendenci vnímat cestovní ruch jako hospodářsko-geografickou činnost. Velmi často nevidí sociální problémy - skutečnost, že turistické aktivity reflektují osobnost, postoj, hodnoty a životní styl turistů. Také mají tendenci zanedbávat, že cestovní ruch je o setkání s lidmi, což samozřejmě může přinést určité konflikty mezi samotnými turisty, stejně jako mezi turisty a místními obyvateli (Šimková, 2013).

V porovnání s vlivy cestovního ruchu na přírodní složky geografického prostředí se socio-kulturní dopady neprojevují zpravidla tak zřetelně a bezprostředně, hůře se identifikují, měří, jsou méně medializované a prozatím ne důsledně zkoumané. Přesto jsou vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí předmětem mnohých výzkumů a úvah (Pásková, 2014).

Cestovní ruch významně mění socio-kulturní prostředí destinace. Významné jsou dopady na sociální strukturu společnosti, životní styl, místní kulturu a její movitou i nemovitou reprezentaci (Zelenka et al., 2013).

Vlivy cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí se vyznačují zejména v rovině psychologické, sociální, kulturní, ekonomické, urbanistické a projevují se jako materiální i imateriální. Vlivy na socio-kulturní prostředí společně s vlivy na přírodní prostředí jsou vzájemně provázané. Ovlivňují se navzájem co do formy i intenzity. (Pásková, 2014).

Nežádoucí dopady se týkají i prostředí socio-kulturního. Vystavení různým lidským kulturám a náboženstvím může vést ke konfliktům v destinaci, změně životního stylu a hodnot místního obyvatelstva, ztrátě autentičnosti či ohrožení domorodé identity. Neznalost etických norem může potenciálně vést ke ztrátě tradic, domorodého životního stylu a sociálnímu stresu místních obyvatel. Z hospodářského hlediska může být negativním efektem i fakt, že se oblast a místní komunita stane ekonomicky závislou pouze na cestovním ruchu (Šimková, 2003).

Palatková (2011) člení vlivy na socio-kulturní prostředí následovně (pozitivní i negativní vlivy):

- Nárůst konkurence v destinaci;
- Rostoucí ekonomická nerovnováha ve společnosti (třídní vztahy, přivlastňování, ...);

- Obnova zájmu o užívání místního jazyka;
- Snaha naučit se jazyky turistů;
- Rozvoj zařízení pro turisty, která mohou sloužit místním;
- Tlak poskytovat přednostně kapacity zařízení pro turisty;
- Rostoucí příjem a lepší kvalita života;
- Nárůst populace a s tím související kriminalita, přelidnění, dopravní zácpy;
- Udržování tradic (náboženských slavností, festivalů, gastronomie, výroba suvenýrů).

Podle Páskové (2014) patří mezi nejčastější efekty primárně vyvolané v destinaci cestovního ruchu následující:

- ***Demonstrační efekt*** – projevující se napodobováním vzorců chování návštěvníků místními obyvateli a účastí místních obyvatel na konzumaci služeb cestovního ruchu
- ***Efekt módnosti*** – projevující se sdíleným zájmem o turistickou destinaci jak ze strany návštěvníků tak investorů, i v samotném způsobu využívání aktivit cestovního ruchu (módní, moderní destinace)
- ***Dualizace*** – proces, v němž se rozděluje společnost v základních rysech na odlišné třídy, a sice na chudé a bohaté, takto rozdělené společnosti vznikají v intenzivně navštěvovaných destinacích (podnikatelé profitují z cestovního ruchu na rozdíl od místních obyvatel)
- ***Marginalizace obyvatel*** – přirozený proces vytlačování obyvatel z prestižnějších částí sídel nebo z ekonomicky či sociálně významnějších pozic, místní obyvatelstvo je vytlačováno na okraj místní společnosti a to ekonomicky i společensky
- ***Turistická iritace*** – proces vývoje místních obyvatel k cestovnímu ruchu, souvisí s negativním vývojem vztahu místních obyvatel k návštěvníkům destinace, jedná se o míru „nevraživosti“ místních obyvatel k návštěvníkům

Další efekty:

- ***Etnocida*** – proces vyhlazování prvků typických pro místní společnost jako výsledek globalizace
- ***Xenofobie*** – strach a obavy z cizinců, jiných ras, neznámých míst, cestovní ruch může xenofobii zvyšovat nebo ji pomáhá překonávat

- **Akulturacy** – proces změn kultury a společnosti v důsledku dlouhodobějšího nebo opakovaného styku kulturně odlišných společenských skupin, kdy jedna skupina má výrazně nižší úroveň „vyspělosti“
- **Inscenizace** – „falešná kultura“ – komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů zpravidla ve smyslu vžitých představ návštěvníků o kultuře dané společnosti se snahou maximalizace příjmů

Co se týče vlivů cestovního ruchu na ekonomické prostředí, představuje turismus jedno z největších a nejrychleji se rozvíjejících odvětví světa. Má vliv především na zaměstnanost, tvorbu nových pracovních příležitostí, podporu rozvoje malého a středního podnikání, koloběh finančních prostředků, příjem do státního rozpočtu, zachranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvýšení všeobecné vzdělanostní úrovně a životního standardu, stimulování investic do místní infrastruktury (Parmová et al., 2013).

V několika posledních desetiletích zaznamenalo odvětví cestovního ruchu rychlý růst a ukázalo se, že se jedná o důležitý sektor, který je pro ekonomiku států přínosný. Přínosem je zejména vytváření pracovních míst, příjem z cestovního ruchu a snižování chudoby (Sokhanvar, Çiftçioğlu & Javid, 2018).

2.2. Udržitelný cestovní ruch

Prosazování udržitelného turismu vychází ze skutečnosti, že turismus působí nejen jako příznivý ekonomický faktor, ale často také poškozují ve fázi přípravy infrastruktury i ve fázi samotné realizace turismu životní a socio-kulturní prostředí v destinaci. Turismus je také ovlivňován ostatními jevy, které jsou spojovány s lidskou činností nebo s přírodními katastrofami. Udržitelnost turismu je založena na provázání tří pilířů – ekonomického, ekologického a socio-kulturního. Cílem udržitelnosti je vyvážit pozitivní i negativní vlivy turismu v rámci jednotlivých pilířů (Palatková, 2011)

Nejdůležitějším nutkáním člověka v rozvoji za posledních 2000 let bylo, aby využil přirozené a lidské zdroje planety pro jeho materiální prospěch a pokrok. Manažerské selhání v oblasti řízení zdrojů v polovině 20. století vedlo v tomto období k přechodu od nápravných opatření k myšlenkám udržitelného řízení. Kořeny trvale udržitelného rozvoje a udržitelného rozvoje cestovního ruchu předcházely zprávě Brunttlandské Komise (1987), která byla kritickou počáteční fází politické akce po celém světě při plánování udržitelnosti. Udržitelnost života a prostředí se stala praktickým problémem. Úloha

cestovního ruchu, a to jak v základních svobodách člověka, tak v tom, že vede k největšímu odvětví světového hospodářství, hraje novou klíčovou roli, přičemž krátkodobé horizonty jsou nedostatečné k ochraně životních zájmů po sobě jdoucích generací života na této planetě (Travis, 2011).

Cestovní ruch v posledních letech výrazně kvantitativně roste a i v nejbližších letech lze očekávat další nárůst, spojený s hlubokými ekonomickými a politickými příčinami i změnami životního stylu. Současně se cestovní ruch velmi rychle mění i kvalitativně a změny nelze ve vztahu k udržitelnosti jednoznačně považovat za negativní či pozitivní. V minulých letech došlo ke stanovení základních přístupů udržitelnosti cestovního ruchu, které byly následně i ověřeny. Základem přístupů udržitelnosti cestovního ruchu je plánovitost rozvoje cestovního ruchu vycházejícího z citlivého respektování a rozvíjení potenciálu území a potřeb, potenciálu a zapojení místní komunity (Zelenka et al., 2013).

Udržitelný rozvoj neznamena pouze ochranu životního prostředí. Snahou je skloubit ekonomický a sociální rozvoj společně s aspekty životního prostředí. Udržitelný rozvoj není krokem zpět do minulosti, ale naopak je snahou o modernizaci, využívání nových efektivních technik a technologií, které šetří čas, energii, pohonné hmoty a životní prostředí (Kolektiv Konsorcia SPROR Plus, 2007).

„Podle UNWTO může být rozvoj udržitelného cestovního ruchu definován jako cestovní ruch, který splňuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a současně chrání a zvyšuje příležitosti pro budoucnost. Předpokládá se, že vede ke správě všech zdrojů tak, aby bylo možné splnit ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, základních ekologických procesů, biologické rozmanitosti a systému podpory života.“ (Manente, Minghetti & Mingotto, 2014, s. 4)

Udržitelný rozvoj je vývoj, který je považován za ekonomicky i environmentálně vhodný, aby bylo možné uspokojit potřeby lidské populace, aniž by to ohrozilo potřeby budoucích generací (Šimková, 2013).

Udržitelný rozvoj představuje filosofii a koncepční přístup k rozvoji turismu. Koncept udržitelného turismu vychází z konceptu udržitelnosti, který je založen na myšlence, že přírodní, kulturní a další zdroje jsou limitované, a proto je nutné s nimi zacházet optimálním způsobem, což znamená omezit plýtvání a využívat je takovým způsobem, aby byla možná jejich obnova a udržení. Optimální využívání zdrojů má

přispívat k zachování biologické diverzity, minimalizaci ekologických, kulturních, sociálních vlivů a maximalizaci profitu pro zachování životního prostředí a místních komunit (Palatková, 2011).

Synonymem pro pojem udržitelný turismus někdy bývá označení jako ekoturismus, zelený turismus, měkký turismus, alternativní, šetrný nebo zodpovědný turismus. Pojmy jsou však užšího rámce a označují spíše produktově orientovaný turismus (Palatková, 2011).

Udržitelný cestovní ruch je hodnocen některými autory jako ekonomicky možný. Bývá definován jako cestovní ruch, který neničí zdroje důležité pro fyzické prostředí a sociální zázemí hostící komunity v současnosti i budoucnosti. Udržitelný cestovní ruch bývá označován i jako „zelený cestovní ruch“ se „zelenými aktivitami“ a „zelenými zákazníky“. Trvalá udržitelnost je chápána jako konkurenční výhoda, přičemž je důležité zhodnotit, co pro společnost představuje udržitelnost (Novácká, 2013).

Zelené aktivity a zelené otázky se staly módními výrazy osmdesátých a devadesátých let, přinejmenším v Evropě. Neexistuje však obecná shoda v tom, co je jejich podstatou. Jedná se o zastřešující termín, pod který spadá mnoho velké množství myšlenek, nápadů a námětů. Každý jedinec, ale i destinace mohou v zelených otázkách a aktivitách vidět něco zcela odlišného. Může sem pařit například: starost o zdroje, zájem o životní prostředí, otázky zdravého životního stylu, ochrana zvířat (Horner, Swarbrooke, 2003).

Zelený cestovní ruch se uskutečňuje především ve volné krajině nebo mírně osídlených oblastech. Charakteristické je pro něj splnutí návštěvníků s přírodou i lidským prostředím, má aktivní náplň, respektuje a chrání přírodu. Jeho nejčastějšími formami jsou ekoturistika a venkovský cestovní ruch (Parmová et al., 2013).

Podle Šimkové (2013), stojí udržitelný cestovní ruch především na třech hlavních pilířích:

1. *Ekonomicky udržitelný rozvoj* (rozvoj turismu je ekonomicky efektivní, zdroje jsou řízeny takovým způsobem, aby je mohly využít další generace)
2. *Sociálně udržitelný rozvoj* (rozvoj turismu je kompatibilní s kulturou, bere ohled na místní obyvatelstvo, udržuje a posiluje identitu komunity)
3. *Udržitelný rozvoj životního prostředí* (rozvoj turismu je ohleduplný k ekologickým procesům, biologické diverzně a biologickým zdrojům)

Udržitelný turismus znamená odpovědné, dlouhodobé a opětovné využívání lidských zdrojů, zdrojů přírodních i kulturních pro uspokojení efektivní poptávky spotřebitelů v mezích kapacit těchto zdrojů. Současně je principem získání přínosu jak pro turisty, tak pro místní obyvatele (Travis, 2011).

Udržitelný turismus bývá charakterizován třemi základními rysy:

- Kvalita – kvalita zážitku pro účastníka, zlepšení kvality místních obyvatel, zachování kvality přírodního prostředí
- Kontinuita – zajištění kontinuity přírodních a kulturních zdrojů, na nichž je turismus závislý
- Vyváženost – vyváženost mezi jednotlivými pilíři udržitelnosti, mezi potřebami turismu a potřebami místního obyvatelstva (Palatková, 2011).

2.2.1. Management udržitelnosti cestovního ruchu

Management udržitelnosti cestovního ruchu znamená definování a rozvíjení praktických akčních programů zahrnujících soubor politik rozvoje a ochrany a dosažení jejich realizace prostřednictvím fiskálních a agenturních prostředků k poskytování produktů udržitelného cestovního ruchu (Travis, 2011).

Optimalizace dopadů působení cestovního ruchu na široce chápané geografické prostředí destinace představuje základní podmínku dlouhodobé udržitelnosti jeho rozvoje. Nástroje optimalizace musí být v souhrnu komplexního a dlouhodobého charakteru, přičemž jejich účinnost vyžaduje výše zmíněné zapojení místní komunity do rozvoje cestovního ruchu, soustavné monitorování dopadů cestovního ruchu, stanovování velikosti a míry nasycení únosné kapacity území a stanovení meziresortní koordinaci činností cestovního ruchu na lokální, regionální a národní úrovni. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu je podmíněna určitým kvalitativním prahem institucionálního prostředí. Důležitá je především mezioborová spolupráce a spolupráce mezi veřejnou a soukromou sférou (Pásková, 2014).

Stanovení strategie a způsobu realizace managementu udržitelnosti cestovního ruchu zahrnuje stanovení vize, záměrů, priorit, politiky udržitelnosti cestovního ruchu a způsobu realizace managementu cestovního ruchu (včetně jeho alternativ a vhodného územního rozsahu). Vychází přitom z vize žádoucího stavu udržitelnosti cestovního ruchu v dané lokalitě a jeho okolí, vize dostupnosti zdrojů pro management cestovního ruchu a vize budoucích přístupů managementu cestovního ruchu (Zelenka et al., 2013).

Prosazování udržitelnosti cestovního ruchu je záležitostí všech zúčastněných subjektů. V první řadě je udržitelnost záležitostí destinačního managementu, subjektů soukromého a veřejného sektoru, rezidentů a také samotných návštěvníků. Management destinace může uplatnit jako preventivní či záchranná opatření různé nástroje a strategie, které mohou být rozděleny z pohledu realizátora následovně:

- Společnosti destinačního řízení realizující strategie na úrovni destinací mezinárodního turismu
- Subjekty soukromého sektoru v destinaci i subjekty nadnárodní, které mají své strategie či strategie společenské zodpovědnosti
- Mezinárodní organizace, které formulují a prosazují rámcové zásady (kodexy, dokumenty, finanční podpora). (Palatková 2011).

Každá organizace cestovního ruchu se musí sama rozhodnout, jak daleko jít v otázkách ochrany životního prostředí a udržitelnosti. Řada subjektů cestovního ruchu využívá otázky udržitelnosti jako konkurenční výhodu (Horner, Swarbrooke, 2003).

2.2.2. Role mezinárodních organizací v prosazování udržitelnosti

Prosazování principů udržitelnosti v turismu je realizováno ve dvou rovinách. První rovina se týká aplikace konkrétních opatření, která udržitelnost podporují, a druhá rovina je představována činností mezinárodních organizací. Činnost mezinárodních organizací se v oblasti udržitelného turismu odvíjí od základního a prvního komplexního dokumentu o udržitelném rozvoji Země – Agendy 21 (Palatková, 2011).

Agenda 21 je dokumentem OSN, který rozpracovává principy udržitelného rozvoje v globálním měřítku do jednotlivých problémových oblastí. Dokument byl přijat v roce 1992 účastníky Konference OSN o životním prostředí rozvoji (UNCED), která se konala v Rio de Janeiru pod názvem „Summit Země“. Představitelé zemí se zde sešli proto, aby řešili naléhavé otázky dalšího vývoje na naší planetě (Kolektiv Konsorcia SPROR Plus, 2007).

Z Agendy 21 vychází i další klíčový dokument udržitelnosti cestovního ruchu, a sice Agenda 21 pro turismus. Na její přípravě se podílely mezinárodní organizace, především UNWTO a WTTC. Agenda vyšla v roce 1996 a obrací se na podnikatelskou sféru, vlády i další organizace s cílem vytvoření systému a mechanismů k uznání významu udržitelnosti a promítnutí významu udržitelnosti do rozhodování stejně jako realizace aktivit vedoucích zajištění udržitelného rozvoje turismu (Palatková, 2011).

Významnou roli v udržitelném turismu hraje organizace UNWTO, která se účastní přípravy dokumentů týkající se udržitelnosti nebo jejich přijímání. Hlavním dokumentem organizace UNWTO je Globální kodex etiky v turismu, který je považován za klíčový dokument UNWTO při prosazování udržitelnosti. Jde o obsažný souhrn n' morálních pravidel a principů, které by měli dodržovat jednotliví stakeholdeři, kterých se turismus dotýká (Palatková, 2011).

2.2.3. Certifikace udržitelnosti cestovního ruchu

Dobrovolné přijetí principů environmentálně šetrného cejchování má pro podniky cestovního ruchu význam značky environmentální kvality, díky níž je možné se zviditelnit na trhu cestovního ruchu. Jde o určitý nástroj pro zvyšování konkurenceschopnosti a ekonomiky provozu, zejména pomocí energetických úspor (Pásková, 2014).

„Certifikace je nástrojem dobrovolně podstupované verifikace dosažení určitých předem deklarovaných nebo popsanych parametrů produktu cestovního ruchu, činnosti či destinace, resp. verifikace žádoucího průběhu procesu.“ (Zelenka et al., 2013)

Na trhu cestovního ruchu existuje více či méně seriózních ekoznaček, garancí a ekocertifikátů, které mají upozorňovat na výjimečnost dané služby (ekolabelling) a přesvědčit k nákupu případné klienty. Jde často o systémy se státní účastí, jež hodnotí, označují a verifikují environmentální kvalitu zařízení (např. certifikace národních centrálních cestovního ruchu), nebo o nejrůznější soukromé aktivity. V některých případech mohou být certifikovány celé hotelové řetězce nebo destinace či jejich části (Pásková, 2014).

Podle Zelenky et al. (2013) existují dva typy certifikačních systémů:

- *Procesně orientovaný* – cílem je kontinuální zlepšování bez předem stanovených cílů, systém je vhodný pro zařízení a produkty cestovního ruchu, přičemž cíle si stanovují sami
- *Orientace na vykonání* – dosažení předem daných kritérií, využívá se pro zařízení cestovního ruchu nebo destinace, které dosahují cílů pomocí dosažení kritérií

Udržitelné produkty turismu by měly být kvalitní nejen z hlediska kvality pro návštěvníka destinace, ale i pro jejich rezidenty. V posledních dvaceti letech se více prosazují certifikáty kvality založené na principech udržitelnosti a zohledňují přínosy nejen

pro návštěvníky, ale i rezidenty. Certifikační systémy mohou fungovat na národní, regionální nebo dokonce nadnárodní úrovni. Je velmi důležité, aby zákazník vnímal kvalitu certifikovaných produktů a byl ochoten za ně zaplatit vyšší cenu. Mezi hlavní certifikační systémy, které prosazují udržitelnost turismu, se řadí: The Green Globe 21 (univerzální působnost), EU Flower (univerzální působnost v EU), Green Tourism Business Scheme (VB a Irsko), Steinbock Label (Švýcarsko), Das Österreichische Umweltzeichen (Rakousko), EDEN (destinace turismu, EU), Ecocamping (Německo), Blue Flag (pláže, celosvětová působnost), Nordic Swan (univerzální využití, Skandinávie) apod. (Palatková, 2011).

V České republice existuje Národní systém označování ekologicky šetrných služeb s dvěma novými kategoriemi služeb, a sice ubytovací zařízení a kempy. Tato certifikace je plně kompatibilní s evropskou značkou „Květina“, zohledňuje také stávající schémata hodnocení ekologické kvality nebo environmentální management jakosti. Dalším zajímavým ekocertifikačním schématem je „značení místních výrobků“, kdy hlavním podstatným znakem je původ a ekologická šetrnost daného produktu. Systém zavádí Environmentálním regionální centrum České republiky v územích, která patří do evropské soustavy chráněných území Natura 2000 (Pásková, 2014).

2.2.4. Marketing udržitelného cestovního ruchu

Aby destinace udržitelného cestovního ruchu byla dlouhodobě funkční a konkurenceschopná, musí průběžně zajišťovat udržitelnost cestovního ruchu na svém území a umět ji prodat a využít jako komparativní výhodu. Na trhu cestovního ruchu je dobré udržitelnost komunikovat jako přednost dané destinace všem klíčovým aktérům na straně poptávky i nabídky - zejména návštěvníkům a touroperátorů (Pásková, 2014).

„Marketing cestovního ruchu může přispět nejen k rozvoji trvale udržitelného cestovního ruchu, ale také sehrát životně důležitou roli pro trvale udržitelnou budoucnost venkovských oblastí v Evropě.“ (Horner & Swarbrooke, 2003, s. 403)

Někteří autoři uvádějí, že nejlepší pro udržitelnost destinace je neprovázet žádný marketing. Tyto názory však zapomínají na důležitý fakt, že marketing má i jiné funkce než reklamu, jako například funkci výzkumu, informování či ovlivňování trhu. Je tedy dobré i v případě udržitelné destinace cestovního ruchu provádět marketing a systematicky ovlivňovat trh cestovního ruchu. Využívá se pro to klasických nástrojů marketingového mixu, zejména produktu, ceny, způsobu distribuce, spolupráce, a propagace.

Důležitou součástí je i výzkum a segmentace trhu. Pro každý segment je pak důležitá správná kombinace nástrojů marketingového mixu (Pásková, 2014).

Mezi aktivity a nástroje marketingu udržitelného rozvoje cestovního ruchu patří: Propagace území, která jsou vhodná pro přiměřený rozvoj CR; demarketing; vytváření programové nabídky; systematický průzkum mezi návštěvníky a rezidenty; monitorování vývoje území; využívání „environmentálně šetrných“ symbolů v komunikaci; propagace etických kodexů a kodexů chování s environmentálními aspekty; soustavná informovanost návštěvníků; podpora zavádění systémů environmentálního managementu; využívání klasického schéma průzkumu trhu (Kolektiv Konsorcia SPROR Plus, 2007).

Horner & Swarbrooke (2003) uvádějí, že díky rozvoji a vyšší propracovanosti marketingu se objevil nový přístup - demarketing. Demarketing využívá marketingové techniky k tomu, aby odradil návštěvníky od kupování určitého produktu. Využívá se především v historických městech a existují tři typy demarketingu:

- Snaha snížit počty lidí navštěvující určitá místa
- Snaha snížit počty lidí navštěvující určitá místa v určitou dobu
- Snaha odradit určité skupiny lidí od návštěvy určitého místa

Dále je výhodné zavádět tzv. „zelené produkty“, které osloví zákazníky, kteří se zajímají o problémy a ochranu životního prostředí. Může jít například o nabídku následujících produktů: „Zelené“ hotelové pokoje, které jsou všemi směry šetrné k životnímu prostředí, nabídka organicky vyrobených potravin v restauraci, nabídka víkendových pobytových balíčků zaměřených na ochranu životního prostředí apod. (Horner & Swarbrooke, 2003).

Samotný marketing udržitelné destinace může přispívat k ochraně životního prostředí, například omezením používání automobilů pracovníky marketingových oddělení nebo radami zákazníkům v katalogích hotelu.

Mezi hlavní cíle marketingu podporující udržitelný rozvoj patří zejména:

- Podpora dlouhodobě udržitelných druhů a forem cestovního ruchu
- Ovlivňování časoprostorové koncentrace návštěvníků a jejich aktivit v destinaci – specifické řízení toků návštěvníků
- Změna chování, uvažování a motivace podnikatelských subjektů
- Podpora spolupráce různých subjektů v regionu, jejichž společným cílem je udržitelný rozvoj cestovního ruchu

- Motivaci místní komunity
- Propagace snižování spotřeby zdrojů, včetně využívání alternativních zdrojů
- Důraz na diferentnost
- Podpora spolupráce veřejného a podnikatelského sektoru
- Podpora vytváření sítí environmentální kvality

Mezi hlavní cílové skupiny marketingu udržitelného rozvoje cestovního ruchu lze pak zařadit především touroperátory, cestovní kanceláře a agentury, rezidenty, místní správu a samosprávu, návštěvníky, podnikatelskou sféru a státní správu (Kolektiv Kon-sorcia SPROR Plus, 2007).

2.2.5. Monitoring udržitelnosti cestovního ruchu

Výzkumné a monitorovací činnosti jsou základem jakéhokoliv procesu prosazování principů udržitelnosti. Jde o provádění aktivit, která zlepšují porozumění vztahu mezi turismem a jeho vlivem na životní prostředí, o aktivity a techniky k hodnocení dopadů nástrojů a strategií a monitorování indikátorů udržitelného turismu v destinaci. Indikátory udržitelného cestovního ruchu jsou ukazatele, které hodnotí vývoj v sociokulturním, fyzickém i ekonomickém prostředí destinace. Indikátory se mohou lišit, problémem jsou samotné požadavky na indikátory – sledování v delším časovém období, srovnatel-nost a vypovídající schopnost (Palatková, 2011).

Efekty cestovního ruchu a jejich indikátory lze členit na základě mnoha kritérií, nejvíce se indikátory člení na ukazatele dopadů na ekonomické a ekologické prostředí. Spektrum hledisek je velice široké, neboť zohledňují různé aspekty a dimenze těchto dopadů. Velmi významným indikátorem cestovního ruchu je multiplikátor cestovního ruchu, který je vyjádřen podílem přímých dopadů cestovního ruchu na celkových efek-tech cestovního ruchu (Pásková, 2014).

Zelenka et al. (2013) uvádí, že v přírodně a krajinně cenném území může být dle zaměření prováděno monitorování:

- Dopadů cestovního ruchu
 - o Na přírodní prostředí a krajinu
 - o Na socio-kulturní prostředí místní komunity
 - o Na ekonomické prostředí místní komunity
 - o Na návštěvníky
- Návštěvníků

- Toky návštěvníků
- Aktivity návštěvníků
- Chování návštěvníků a konflikty mezi nimi
- Charakteristiky nebo segmentace návštěvníků

Za vhodný metodologický podklad pro tvorbu jednotlivých indikátorů lze využít soubor deseti klíčových indikátorů udržitelného rozvoje, které pro specifika cestovního ruchu vytvořila Mezinárodní pracovní skupina pro indikátory cestovního ruchu při UNWTO v roce 1992. Jedná se o dvě formy klíčových indikátorů, které jsou využitelné univerzálně ve všech destinacích (ochrana území, stres, intenzita užívání, sociální dopady, kontrola rozvoje, odpadové hospodářství, proces plánování, kritické ekosystémy, spokojenost spotřebitelů, spokojenost místních obyvatel, příspěvek cestovního ruchu místní ekonomice, únosná kapacita územního rozvoje cestovního ruchu, tlak na místo, atraktivnost) a specifické indikátory pro vybrané typy destinací (malé ostrovy, chráněná území, horské oblasti, destinace kulturního cestovního ruchu pobřežní oblasti, destinace pro ekoturismus a další), pro které se sledují specifické ukazatele (Pásková, 2014).

2.3. Odpovědný cestovní ruch

Od osmdesátých let si mezinárodní společenství uvědomuje negativní dopady hromadného cestovního ruchu a začalo zavádět koncept udržitelného rozvoje i v cestovním ruchu. Formy cestovního ruchu, které jsou považovány za alternativu k masové turistice, především odpovědný cestovní ruch, se začaly objevovat a dnes je jejich rozvoj považován za významný příspěvek k udržitelným praktikám cestovního ruchu (Manente, Minghetti & Mingotto, 2014).

Měkký cestovní ruch a odpovědný cestovní ruch se vyvíjely z kreativních reakcí na ničivé dopady nekontrolované masové turistiky, která poškodila pobřeží Španělska, Řecka a Turecka. Osmdesátá léta se obavy z degradace životního prostředí v zemích cestovního ruchu vyvíjely a perspektiva měla krátký ekonomický život pro nové destinace. Právě z této fáze se myšlenky a reakce v průběhu devadesátých let zvýšily zejména směrem k udržitelnému cestovnímu ruchu (Travis, 2011).

Jako termín může být zodpovědný cestovní ruch obecně připsán konci osmdesátých let, ačkoli určitě explicitněji k devadesátým létům. Rozvíjející se environmentální agenda šedesátých let a sedmdesátých let vedla k velké pozornosti dopadům cestovního ru-

chu v osmdesátých letech a k mimořádné situaci nebo rozvoji terminologie popisující různé formy cestovního ruchu zvažované nějakým jiným způsobem, než který měl například pojem "tvrdý" nebo "měkký" cestovní ruch. Vznikaly pojmy jako "zelený", "udržitelný" nebo "ekologický" cestovní ruch. Tyto pojmy se objevily v kontextu zjištěných obav vznikajících v důsledku dopadu zemědělských a průmyslových postupů na fyzické prostředí a rychlý růst cestovního ruchu, zejména v sedmdesátých letech, s rozvojem již populárních středisek a vytvoření nových destinací: ve skutečnosti, co se stalo známým jako "masový turismus" (Leslie, 2012).

Odpovědný cestovní ruch znamená takový postoj a přístup k rozvoji cestovního ruchu, při jehož realizaci organizátoři, poskytovatelé služeb cestovního ruchu, ale i jeho účastníci respektují svou odpovědnost ve vztahu k přírodnímu dědictví, kultuře, místní komunitě i k ostatním účastníkům cestovního ruchu. Odpovědný cestovní ruch by měl být ideálně zahrnut ve všech formách cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

Odpovědný cestovní ruch zahrnuje všechny formy cestování, které se zaměřují na ochranu životního prostředí (zachování a zabezpečení přírodních zdrojů), sociálně-kulturní prostředí (ústřední úloha hostitelské destinace při rozhodování o rozvoji a plánování místního cestovního ruchu, porozumění místní kultuře a podpoře kulturní výměny mezi turisty a místními lidmi) a ekonomické otázky (spravedlivé vztahy s místními poskytovateli, podpora místního rozvoje) produkované cestovním ruchem (Manente, Minghetti & Mingotto, 2014).

2.3.1. Zásady odpovědného cestovního ruchu

Odpovědný cestovní ruch je jednou z alternativ; není sám o sobě typem cestovního ruchu, ale spíše přístupem k různým typům cestovního ruchu (např. kulturního, sportovního, přírodního, náboženského), který se řídí zásadami udržitelnosti, jako je spravedlnost, holismus, rovnováha, harmonie, kulturní a ekologická integrita a hospodářské a společenské dobro destinace. Jeho cílem je vytvořit vysoce kvalitní destinace a zážitky jak pro návštěvníky, tak pro místní obyvatele, a to podporou odpovědnosti mezi všemi uživateli turistických prostorů a poskytovateli turistických služeb (Leslie, 2012).

Podle Deklarace z Kapského města může mít odpovědný cestovní ruch mnoho forem, ale většinou znamená cesty, které:

- minimalizují negativní dopady v přírodním, socio-kulturním a kulturním prostředí,

- produkují větší přínosy pro místní obyvatelstvo,
- zlepšují pohodu hostitelských komunit tím, že zlepšují pracovní podmínky a přístup k průmyslu,
- zapojují místní obyvatele do rozhodnutí, která ovlivňují jejich životy a životní příležitosti,
- přispívají k zachování přírodního a kulturního dědictví a k zachování světové rozmanitosti,
- poskytují turistům příjemnější zážitky a větší porozumění místním obyvatelům, kultuře a problémům životního prostředí díky větší propojenosti s místním obyvatelstvem,
- poskytují přístup fyzicky postiženým osobám,
- jsou kulturně citlivé a vyvolávají respekt mezi turisty a hostiteli (Manente, Minghetti & Mingotto, 2014).

Leslie (2012) ve své publikaci uvádí, že organizace AITO (Association of Independent Tour Operators) zavedla v roce 2000 politiku odpovědného cestovního ruchu, která poskytuje pokyny pro její členy a zároveň jim umožňuje provádět postupy v souladu s vlastními operacemi. Hlavními zásadami jsou:

- Chránit životní prostředí – flóru, faunu a krajinu
- Respektovat místní kultury – tradice, náboženství a dědictví
- Využívat a zapojovat místní komunitu – ekonomicky i společensky
- Zachovat přírodní zdroje – od kanceláře až do destinace
- Minimalizovat znečištění – způsobené hlukem, likvidací odpadu a přetížením

2.3.2. Formy odpovědného cestovního ruchu

Ne všechny druhy cestování a cestovního ruchu nabízejí transformační potenciál. Masový turismus nebo podnikatelský cestovní ruch nenabízejí transformační vzdělávací zkušenosti. Změna osobního a kulturního výhledu je méně pravděpodobná při masovém a obchodním cestovním ruchu, protože kontakt turistů s hostiteli a ponoření do místní kultury je často omezené. Alternativním cestovním ruchem, jako je turistika založená na přírodě, dobrodružství, venkově nebo zemědělství a kulturním dědictví, náboženství, wellness a lázeňství, vzdělávání nebo dobrovolnictví, může přinést významné vzdělávací hodnoty. Turismus založený na přírodě může vyučovat ekologicky obnovitelné po-

stupy, kultura dědictví může učit respekt, cestovní ruch pro chudé může učit o chudobě, náboženská turistika může vyučovat morálku a dobrovolná turistika může vyučovat nezištnost. Tyto formy cestovního ruchu mají hlubší účel a jsou učiněny pro určitý vzdělávací, náboženský, duchovní, morální nebo etický účel spíše než jen být turistou. Zahrnují interakci, která je "participativní humánní a udržitelná" a zahrnuje motivaci k průzkumu, seberealizaci, rozvoji a růstu (Reisinger, 2013).

Existuje mnoho forem takzvaného alternativního cestovního ruchu, který se liší od klasického masového. Mezi základní druhy patří například etický cestovní ruch, ekoturismus, zelený cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, cestovní ruch pro podporu chudých destinací a jiné formy cestovního ruchu, které splňují určité znaky odpovědnosti (Leslie, 2012).

Ekoturismus

Jedním z cílů ekoturistiky je nabídnout turistům přehled o dopadech, které mají na přírodní prostředí, a podporovat větší zhodnocení přírodních stanovišť. Ekoturismus obsahuje významnou část interakcí lidské divočiny, která spolu s poskytovaným vzděláním má tendenci přeměňovat turisty na silné obhájce ochrany životního prostředí. Následkem toho je ekoturistika nejen o trvale udržitelných postupech, ale nabízí zkušenosti, které se dostanou hlouběji ke změně toho, jak se lidé chovají a oceňují přírodu ve způsobu, jakým vytvářejí svůj životní styl. Jinými slovy, autentický ekoturismus staví životní prostředí (Reisinger, 2013).

Zelený turismus

Zelený turismus je charakterizován jako širší pojetí venkovské turistiky. Jde o formu cestovního ruchu, pro kterou je typický malý rozsah zahrnující krajinu, blízkost k přírodě, nepřítomnost davu, ticho a nemechanizované prostředí a také kontakt s místním obyvatelstvem. Zaměřuje se na udržitelný cestovní ruch, odpovědnost a ochranu životního prostředí (Leslie, 2012).

Výčet forem odpovědného cestovního ruchu je velmi rozsáhlý. Mezi další formy může patřit například venkovský cestovní ruch, pro-poor turismus (cestovní ruch pro podporu chudých destinací), agroturismus, cestovní ruch kulturního dědictví, sociální cestovní ruch, cestovní ruch férového obchodu apod.

2.4. Moderní technologie v cestovním ruchu

„Současný cestovní ruch je stále více závislý na informacích. Požadavky klientů nejen v cestovním ruchu rostou a zároveň se i rozšiřují možnosti jejich informační podpory (včetně online rezervací služeb) a potřebné informace se tak stávají stále dostupnějšími. V souvislosti s tím roste zájem o individuální cestovní ruch, který nabízí větší volnost a zohlednění individuálních potřeb návštěvníků a je také v mnohem větší míře závislý na přesných, kvalitních, včasných, aktuálních a relevantních informacích.“ (Zelenka & Kysela, 2013, s. 23)

V posledních deseti letech se infrastruktury ICT staly mnohem rychlejšími, menšími, inteligentnějšími a více integrovanými do prostředí uživatele v podobě inteligentních objektů. Hlavními charakteristikami těchto objektů jsou jejich nízké zdroje, pokud jde o energii, skladovací kapacitu, výpočetní výkon, komunikační pásmo, heterogenitu a vývoj. Převládající přítomnost těchto neživých věcí vytváří základnu pro realizaci nedávno zavedené koncepce, internet věcí. **Internet věcí** (Internet of Things, IoT) je plný příležitostí k výrobě a dodávání nových výrobků a služeb s vysokou intenzitou informací propojením mobilních elektronických zařízení a především tím, že propojují zařízení, které užívají lidé. Sensorové sítě a mobilní zařízení dokáže vytvářet všudypřítomné mobilní služby založené na kontextu uživatele. Tyto technologie vytvářejí základ pro vytvoření nové vlny inteligentních kontextově orientovaných systémů v celé řadě aplikačních oblastí, v nichž cestovní ruch a odvětví cestovního ruchu hrají důležitou roli. (Tussyadiah & Inversini, 2015).

Moderní technologie přináší řadu společenských změn a významným způsobem zasahují do pracovních a osobních životů lidí po celém světě. Stejně tak, jako i v jiných oblastech, tak i v cestovním ruchu tlačí technologie firmy do zlepšování nabídek a zefektivňování interních procesů. Hlavní roli v moderních technologiích sehrává internet, který napomáhá ke zjišťování nejrůznějších informací o destinacích a produktech a je zároveň nástrojem pro organizaci a zajištění jednotlivých komponent spojených s cestováním. Dostupnost internetu je pak jedním z faktorů, které ovlivňují míru penetrace využití e-business v oblasti cestovního ruchu (Zelenka et. al, 2008).

2.4.1. Vybrané moderní technologie využívané v cestovním ruchu

Internet však není jedinou technologií využívanou v cestovním ruchu. Rostoucí výkon mobilních telefonů a kapesních počítačů umožňuje nabízet stále pokročilejší služby,

velmi často srovnatelné se službami nabízenými pomocí klasických PC. Ve spojení s metodami určování polohy GPS je pak možné nabízet prostřednictvím mobilních zařízení lokálně kontextové služby LBS. Turista tak může pomocí moderních technologií velmi jednoduše zjišťovat, jaké atraktivity se nacházejí v jeho bezprostředním okolí, kde jsou nejbližší bankomat nebo restaurace či jaké překážky ho čekají na cestě do cílové destinace (Zelenka et. al, 2008).

V publikacích E-tourism v cestovním ruchu (Zelenka et. al., 2008) a Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu (Zelenka & Kysela, 2013) se autoři zabývají nejrůznějšími technologiemi, které se hojně využívají v cestovním ruchu. Zmiňují následující technologie:

Chytré telefony (Smartphony)

V současné době je možné funkce kapesního počítače nahradit chytrými telefony (smartphony). Integrují v jednom zařízení schopnosti počítače PDA s komunikačními technologiemi a případně i navigačními systémy. Chytré telefony mají svůj vlastní operační systém (iOS, Android...) a díky tomu se do zařízení mohou přidávat a instalovat nové aplikace. Mezi další využívaná zařízení tohoto typu lze zařadit tablet, který má podobné funkce jako chytrý telefon.

Využití mobilních telefonů v cestovním ruchu mělo, má a bude mít v souvislosti s jejich vývojem neustále větší množství uživatelů. Již v minulosti byly realizovány výzkumy, které ukázaly, že turisté mají zájem o dostupnost turistických informací v mobilním telefonu a dokonce jsou ochotni za ně zaplatit.

GPS

GPS (Global Positioning System) představuje celosvětový navigační a poziční systém, který používá změření signálů z několika družic a slouží pro určení polohy přístroje na zemi. GPS má využití ve všech možných oborech včetně cestovního ruchu, kde základním využívaným funkcím patří například vyhledávání cest nebo map, neboť tuto funkci vlastní téměř každé moderní zařízení.

Lokálně kontextové služby (LBS)

Lokálně kontextové služby jsou v České republice označovány také jako lokálně kontextové aplikace, informace. Jedná se o služby, které jsou dostupné prostřednictvím

mobilního zařízení. Funkce těchto služeb spočívá ve zjištění informací o aktuální poloze uživatele při současném poskytnutí dodatečné informace (vzhledem k aktuální poloze).

Geografické informační systémy (GIS)

GIS je informační systém, který je navíc rozšířen o prostorovou složku, data jsou vztažena k poloze v prostoru. Jedná se o logické uspořádání prostorových a dalších informací (popisy, databázové informace, grafy...) do jediného celku, který umožňuje vzájemné propojení. V cestovním ruchu se tato technologie využívá pro systémy navigace, vyhledávání návštěvníků dle polohy, zjišťování zatížení území, plánování infrastruktury a mnohé jiné účely.

Databázové technologie

Databázové technologie pomáhají ukládat, organizovat, editovat, třídít, vyhledávat nebo sdílet informace v různých oborech. V cestovním ruchu lze využívat databáze cestovních kanceláří, informačních center, ubytovacích zařízení apod.

Virtuální realita

Virtuální realita umožňuje umělou realitu přiblížit realitě skutečné simulací 3D prostoru a interaktivitou pohybu a akcí ve virtuální realitě, přenášející reakce a podněty z vnějšího prostředí. Využívá se speciálních pomůcek: přilby, datové rukavice, speciální obleky. Virtuální realita má mnoho využití, v cestovním ruchu může jít o různé simulace prostředí, virtuální prohlídky, simulátory v zábavních parcích apod.

Mezi další moderní technologie využívané v cestovním ruchu se mohou řadit: ***bluetooth, elektronický obchod, elektronické platební systémy, informační kiosky*** apod.

2.5. Smart destinace, Smart city

Inteligentní systémy v oblasti cestovního ruchu představují informační systémy příští generace, které slibují, že budou poskytovat spotřebitelům a poskytovatelům služeb cestovního ruchu mnohem relevantnější informace, větší rozhodovací podporu, mobilitu a nakonec i větší zážitek z cestování. Zahrnují širokou škálu technologií týkajících se cestování a cestovního ruchu, jako jsou doporučené systémy, kontextově orientované systémy, vyhledávací nástroje a inteligentní prostředí. Tyto inteligentní systémy mohou být považovány za základ pro vývoj konceptu Smart destinace cestovního ruchu (Tussyadiah & Inversini, 2015).

Současná literatura zabývající se destinačním managementem a dopady ICT v cestovním ruchu se zaměřuje na příležitosti vytvořené přijetím inteligentního přístupu v oblastech, kde je cestovní ruch jedním z primárních zdrojů HDP. Zavedení inteligence v cestovním ruchu má za následek vznik Smart destinací. Koncepce Smart destinace vychází z rozvoje inteligentních měst, která jsou charakterizovaná, jako města, ve kterých masivní využití technologie umožňuje koordinovat všechny činnosti, informace a služby v reálném čase, propojit všechny místní organizace a zlepšit městské prostředí. (Buonincontri & Micera, 2016)

Turistická destinace je považována za „Smart“, když intenzivně využívá technologickou infrastrukturu poskytovanou chytrým městem (Smart City), aby zvýšila zkušenost návštěvníků v oblasti cestovního ruchu personalizací a uvedla do povědomí jak místních, tak návštěvníků turistické služby a produkty, které jsou jim k dispozici v cílové oblasti, a aby zmocnila organizace destinačního managementu, místní instituce a společnosti působící v cestovním ruchu k tomu, aby rozhodovaly a podnikaly kroky založené na datech vytvořených v místě určení, shromážděné, řízené a zpracované pomocí technologické infrastruktury (Tussyadiah & Inversini, 2015).

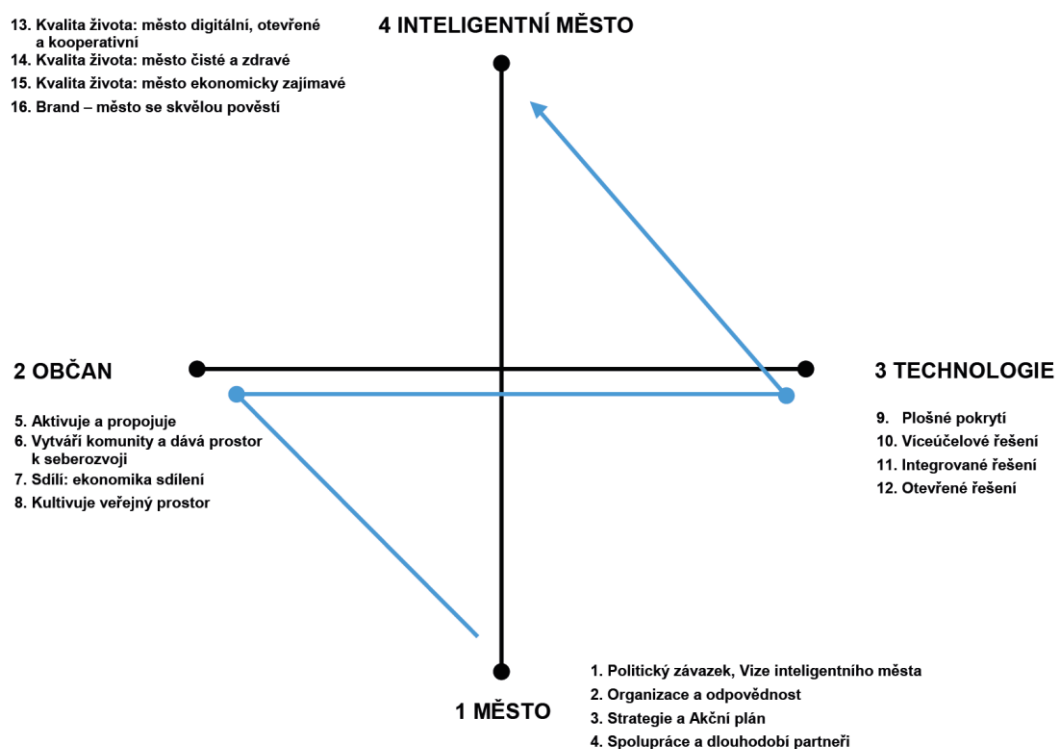
Koncept Smart destinace vychází z rozvoje Smart Cities (Inteligentních měst). S technologií, která je zakotvena ve všech organizacích a subjektech, budou destinace schopné využívat synergie mezi všudypřítomnými technologiemi snímání a jejich sociálními komponentami, aby podpořily obohacení turistických zážitků. Použitím chytrého konceptu vzhledem k potřebám cestujících před, během a po jejich cestě, by turistické destinace mohly zvýšit svou konkurenceschopnost (Peris-Ortiz, Bennett & Yábar, 2016).

V podmínkách České republiky je Inteligentní město (Smart City) definováno následovně: *„Město, které holisticky řídí a integračně naplňuje svou dlouhodobou kvalitativně a číselně vyjádřenou strategii rozvoje, již kultivuje politické, společenské a prostorové prostředí města s cílem zvýšit kvalitu života, svou atraktivitu, a omezit negativní dopady na životní prostředí. Nasazením vhodných ICT technologií umožňuje svým občanům se do rozvoje města zapojit a uplatnit své nápady a náměty skrze komunitní programy či ekonomiku sdílení s cílem zlepšit komunikaci s městem a oživit veřejný prostor. Město tento proces přechodu na uvědomělou kulturu chování podporuje nasazením vhodných organizačních i technologických nástrojů 21. století, plošným, integrovaným a otevřeným způsobem s cílem zajistit interoperabilitu různých systémů a techno-*

logií a jejich synergického využití. Kvalitou života v konceptu SC se pak míní digitální, otevřené a kooperativní prostředí města, které je zdravé, čisté, bezpečné a pro občany ekonomicky zajímavé.“ (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2015, s. 12).

Digitální agenda EU definuje inteligentní města jako města, která kombinují různé technologie ke snížení negativních dopadů na životní prostředí a nabízí tím pádem občanům lepší kvalitu života. Vytvořit z města město inteligentní je multidisciplinární proces, který zahrnuje mnoho kroků. Nejde jen o technické řešení, je nezbytná organizační změna ve správě města a i v celé společnosti. Proces propojuje správce měst, inovativní dodavatele, tvůrce národních a EU strategií, akademickou sféru a občany (MMR, 2015).

Obrázek 1: 16 komponent inteligentního města



Zdroj: MMR, 2015

Všechna inteligentní města však zahrnují nové technologie, které řeší stávající problémy s kvalitou života. Dlouhodobé vize inteligentního města zahrnují zlepšení kvality života pro občany a zároveň využívají inteligentní technologie, které zvyšují atraktivitu oblastí. Mnohé modely inteligentních měst zahrnují integraci více systémů prostřednictvím sítě informačních a komunikačních technologií. Jiné dlouhodobé vize inteligent-

ních měst jsou grandiózní, zahrnující směs inteligentních dopravních systémů, zelené infrastruktury, bezproblémovou konektivitu, hospodářský rozvoj a zlepšení sociálních potřeb pro občany. Mimochodem, s tím, že obyvatelé budou více propojeni, budou města Smart vize nepochybně zahrnovat inteligentní dopravní systémy. Jde například o používání mobilního telefonu, abyste získali odhady v reálném čase, co se týče příjezdů vlaků a autobusů, a to při souběhu s bilancí jízdenek a geolokace vozidla a při jízdě na inteligentních silnicích s LED světly a elektrickými vozidly bez znečištění. Inteligentní dopravní systémy budou hrát větší roli v mobilitě inteligentních měst, integraci dat a multimodálních dopravních opatření v rámci velkoměst, měst a obcí. Nakonec inteligentní dopravní systémy a projekty zaměřené na posílení kvality života města představují hlavní prvky většiny konceptů chytrých měst (McClellan, Jimenez & Koutitas, 2017).

3. Metodika

Diplomová práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. Teoretická část spočívala v nastudování odborné literatury, která se vztahuje k tématu, a ve vytvoření literární rešerše dle zjištěných poznatků. Literární rešerše se zabývá především pojmy, které souvisejí s odpovědným a udržitelným cestovním ruchem, novými moderními technologiemi využívanými v cestovním ruchu a dále jsou vysvětleny pojmy související s konceptem inteligentních měst a destinací (Smart Cities, Smart Destinations).

Praktická část obsahuje několik kapitol a zaměřuje se na město Český Krumlov. V první řadě byla stručně charakterizována destinace Český Krumlov, vyhledány a zpracovány některé statistické údaje týkající se ukazatelů cestovního ruchu a obyvatelstva. Byla zjišťována únosnost rozvoje cestovního ruchu pomocí Defertovy turistické funkce a ukazatele měřícího intenzitu cestovního ruchu na daném území. V neposlední řadě byly popsány nové moderní a chytré technologie zaváděné ve městě, způsoby komunikace mezi místní samosprávou a rezidenty a způsoby zapojování místního obyvatelstva do rozhodování města.

Jelikož se práce zaměřuje na odpovědný a udržitelný cestovní ruch, byl v praktické části zjišťován vztah mezi rezidenty a návštěvníky města Český Krumlov. Byl využit kvantitativní výzkum ve formě online dotazování, které bylo nakonec částečně doplněno i dotazováním osobním. Správnost dotazníku byla ověřena pilotáží. Pro dotazování byl využit strukturovaný dotazník s 13 otázkami. Otázky se zabývaly tím, jak dlouho a kde rezidenti ve městě žijí, jak často se stýkají s návštěvníky, jak jim vysoká návštěvnost vadí, nebo tím, jaký mají názor na otázky týkající se cestovního ruchu ve městě. Otázky v dotazníku byly uzavřené a některé skupiny otázek využívaly Likertovu škálu, na které rezidenti vyjadřovali míru souhlasu s jednotlivými tvrzeními (od možnosti rozhodně souhlasím, po možnost rozhodně nesouhlasím). Dotazník byl vytvořen v Google formulářích a následně byl distribuován na sociální síti Facebook, do skupin a stránek týkajících se Českého Krumlova, částečně byl rozeslán i emailem lidem, kteří žijí v Českém Krumlově. Pro dotazování byly stanoveny kvóty dle počtu obyvatel Českého Krumlova k roku 2016. Od ekonomicky aktivního obyvatelstva (15 – 64 let) mělo být získáno přibližně 64 % dotazníků a ekonomicky neaktivního (65 +) přibližně 19 %. Kvóty se však nepodařilo zcela naplnit, neboť forma online dotazování neumožňuje efektivní získání odpovědí od ekonomicky neaktivního obyvatelstva. I když bylo dota-

zování posíleno i formou osobního dotazování v Českém Krumlově, kde byli osloveni respondenti 56 + a 66 + u nákupních center a byly osloveny i dva domy seniorů, převažovaly odpovědi od ekonomicky aktivních respondentů. Celkem bylo získáno 374 dotazníků, z nichž 32 bylo vyloučeno, neboť respondenti nepocházeli z Českého Krumlova. Konečný počet dotazníků tedy činil 342. Odpovědi byly následně analyzovány v programech R a Microsoft Excel, které umožňují statistickou práci s daty a tvorbu grafů a tabulek.

V kapitole syntéza výsledků a poznatků jsou shrnuty výsledky výzkumu a vyhodnoceny hypotézy. Na základě výsledků praktické části diplomové práce byly navrženy kroky, kterými by se město Český Krumlov mohlo posunout dále v konceptu Smart destinace v souvislosti s odpovědným a udržitelným cestovním ruchem. V závěru jsou pak shrnuty veškeré výsledky diplomové práce.

4. Řešení a výsledky

4.1. Destinace Český Krumlov

Město Český Krumlov leží v Jihočeském kraji pod hřebenem Blanského lesa. Jedná se o jedno z architektonicky nejkrásnějších měst České republiky. Město Český Krumlov je okresním městem. Protéká jím řeka Vltava, která je v letním období velmi oblíbená u vodáků. Název Český Krumlov pochází z německého „Krumme Aue“, tedy „Křivý luh“. Město má specifický tvar, rozkládá se na esovitě zakřivených meandrech řeky Vltavy (Hotely.cz, © 2018).

Český Krumlov v roce 2009 oslavil 700 let od svého založení (r. 1309). Je jedním z nejnavštěvovanějších turistických cílů v České republice. V roce 1992 bylo centrum města Český Krumlov zapsáno na seznam kulturního a přírodního dědictví UNESCO (Visitceskykrumlov.cz, © 2008 – 2018).

Dnešní území Českého Krumlova bylo osídleno již za starší doby kamenné. Český Krumlov je spojován s historickými rody Slavníkovců, Vítkovců a hlavně Rožmberků, za jejichž vlády město rostlo a spolu s tím i jeho význam. V roce 1494 se město za vlády Rožmberků stává královským městem. Vrcholem rozvoje města bylo 16. století, kdy ve městě fungovala tavnice stříbra i papírna. Po zadlužení Petra Voka z Rožmberka Český Krumlov odkoupil Rudolf II. Následnými vlastníky byli Eggenberkové a nakonec Schwarzenberkové (Hotely.cz, © 2018).

Český Krumlov je mimořádným architektonickým skvostem. Nad meandry řeky Vltavy se vyvinul soubor městské zástavby z 16. století, spolu s rozsáhlým areálem hradu a zámku, který je po Pražském hradu největším zámeckým komplexem České republiky. Historické sídlo rodu Rožmberků zahrnuje zámecké budovy, slavný maškarní sál, nedávno zpřístupněné barokní divadlo, zámeckou zahradu s rokokovou fontánou a letohrádek Bellarie s otáčivým hledištěm. Dominantou města je chrám sv. Víta, který je dominantou gotického stylu. Centrum města nežije pouze historií, ale postupem času se město stalo i centrem kultury, umění a nevšedních zážitků. Nabízí návštěvy muzeí a galerií, koncerty, hudební festivaly a tradiční slavnosti (České dědictví UNESCO, n. d.).

V letních měsících je vhodné navštívit světový unikát, otáčivé hlediště v zámecké zahradě. Dále zde nalezneme 8 muzeí, k nejznámějším patří Regionální muzeum v Českém Krumlově a Egon Schiele Art centrum, dále muzeum Voskových figurín ne-

bo muzeum Marionet. Po celý rok město pořádá nejrůznější akce, k nejvýznamnějším patří Slavnosti pětilisté růže pořádané v červnu. Vrcholem letní sezóny je pak Mezinárodní hudební festival Český Krumlov s hudbou nejrůznějších žánrů. Okolí města disponuje vhodnými podmínkami pro aktivní odpočinek ve formě pěší turistiky, cykloturistiky, lyžování, jízdy na koni, plavání nebo sjíždění řeky (Hotely.cz, © 2018).

4.1.1. Vybrané statistiky cestovního ruchu v destinaci Český Krumlov

Český Krumlov je velmi oblíbenou destinací a s tím souvisí i vysoká návštěvnost města. Město disponuje bohatou nabídkou ubytování (ubytovací zařízení různých kategorií) a stravovacích zařízení. V následujících tabulkách jsou uvedeny počty hromadných ubytovacích zařízení (HUZ), počet pokojů a lůžek. Dále jsou uvedeny počty HUZ dle jednotlivých kategorií od Hotelu ***** až po kategorii turistická ubytovna. Další statistiky zahrnují počet hostů od roku 2014 – 2016, přenocování a průměrný počet přenocování – průměrný počet strávených nocí v ubytovacích zařízeních ve městě Český Krumlov. Data pro rok 2017 zatím nebyla publikována.

Tabulka 1: Počet HUZ, pokojů a lůžek v Českém Krumlově

	2014	2015	2016
Počet zařízení	97	97	97
Pokoje	1 155	1 164	1 167
Lůžka	2 777	2 793	2 831

Zdroj: Vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (ČSÚ)

Od roku 2014 je na území města Český Krumlov konstantní počet hromadných ubytovacích zařízení – 97 zařízení. Počet pokojů od roku 2014 do roku 2015 stoupl o 9 pokojů, od roku 2015 do roku 2016 o 3 pokoje. Stejně tak počet lůžek neustále roste a kapacity se zvětšují, ikdyž žádná nová zařízení nepřibývají. V roce 2014 byl počet lůžek 2 777, v roce 2015 2793 (nárůst o 16 lůžek) a v roce 2016 již 2831 (nárůst o 38 lůžek). Statistiky jsou uvedeny v tabulce č. 1.

Tabulka 2: Počet HUZ v Českém Krumlově (dle kategorií) pro rok 2016

Kategorie HUZ	Počet (celkem 97)
Hotel *****	1
Hotel, motel, hotel ****	6
Hotel, motel, hotel ***	10
Hotel, motel, hotel **	neuveďeno
Hotel, motel, hotel *	neuveďeno
Hotel garni	3
Penzion	61
Kemp	2
Chatová osada	neuveďeno
Turistická ubytovna	4

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Nejvíce HUZ v Českém Krumlově jsou penziony (61), dále zařízení v kategorii hotel, motel, hotel *** (10), hotel, motel, hotel ***** (6), turistické ubytovny (4) a dále pak kategorie hotel garni (3). Nalezneme zde i 2 kempy a jeden hotel v kategorii pěti hvězdiček. U některých kategorií nebyl údaj uveden nebo byl uváděn jako nespolehlivý.

Tabulka 3: Počet hostů, přenocování a průměrného počtu přenocování v Českém Krumlově

Ukazatel	2014	2015	2016
Hosté	186 544	205 865	225 375
<i>Z toho nerezidenti</i>	134 847	153 533	162 388
Přenocování	275 557	300 151	324 372
<i>Z toho nerezidenti</i>	184 553	204 358	211 137
Průměrný počet přenocování (noci)	1,5	1,5	1,4

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

V tabulce č. 3 je možné vidět počet hostů v jednotlivých letech. V Českém Krumlově neustále roste počet hostů v HUZ. V roce 2014 šlo o 186 544 hostů, v roce 2015 o 205 865 hostů a v roce 2016 již o 225 375 hostů. Z hostů je uveden i počet nerezidentů (hosté ze zahraničí). V souvislosti s počtem hostů roste mezitím i počet přenocování v ubytovacích zařízeních. V roce 2014 pak hosté v ubytovacích zařízeních strávili průměrně 1,5 noci, stejně tak v roce 2015. V roce 2015 strávili v HUZ 1,4 noci. Pokles

u průměrného počtu přenocování (počtu strávených nocí) může souviset i s trendem zkracování pobytů a dovolených.

4.1.2. Cestovní ruch a místní obyvatelstvo

Cestovní ruch v Českém Krumlově má svůj značný vliv i na místní obyvatelstvo. Pokud navštívíme Český Krumlov v hlavní turistické sezóně, je mnohem pravděpodobnější, že narazíme na návštěvníky a turisty než na samotné obyvatele města. Vliv cestovního ruchu může mít jak pozitivní, tak negativní vliv na rezidenty ve městě.

Český Krumlov měl v roce 2016 celkem 13 141 obyvatel (z toho 6 394 mužů a 6 747 žen).

Tabulka 4: Počet obyvatel Českého Krumlova

	2014	2015	2016
Počet obyvatel	13 193	13 160	13 141
<i>Z toho muži</i>	6 393	6 392	6 394
<i>Z toho ženy</i>	6 800	6 786	6 747

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Dle statistik žilo v Českém Krumlově nejvíce obyvatel v roce 1997 (celkem 14 623 obyvatel). Od té doby však jejich počet neustále klesá (Poznáváme svět, 2011).

Tabulka 5: Obyvatelstvo ČK dle věkových skupin

	2014	2015	2016
Počet obyvatel	13 193	13 160	13 141
<i>Z toho 0 - 14</i>	2 017	2 038	2 073
<i>Z toho 15 – 64</i>	8 733	8 616	8 493
<i>Z toho 65 a více</i>	2 443	2 506	2 575
Průměrný věk	41,9	42,1	42,3

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Ekonomicky aktivní obyvatele tvořili v roce 2016 64,63 % (8 493) z celkového počtu obyvatel. Děti ve věku 0 – 14 let tvořily 15,78 % a senioři 19,6 %. Průměrný věk se od roku 2014 mírně zvyšuje. V roce 2014 byl průměrný věk 41,9 let, v roce 2015 42,1 let a v roce 2016 42,3 let.

Tabulka 6: Přírůstek (úbytek) obyvatelstva vlivem stěhování

Ukazatel	2014	2015	2016
Přistěhovalí	372	342	331
Vystěhovalí	431	370	369
Přírůstek (úbytek) stěhováním	-59	-28	-38

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Od roku 2014 dále neustále spíše ubývá obyvatel vlivem stěhování, než aby jich přibývalo. V roce 2014 činil úbytek obyvatelstva vlivem stěhování 59, v roce 2015 byl úbytek 28 a v roce 2016 ubylo 38 obyvatel vlivem stěhování. Tento úbytek má jistě značný vliv na celkové snižování počtu obyvatel města.

Za jeden ze základních ukazatelů, který poměřuje únosnost rozvoje cestovního ruchu na daném území, patří například Defertova funkce (stonásobek poměru počtu lůžek ku obyvatelům destinace) (Pásková, 2014).

Index turistické funkce - $T(f)$ dané destinace je konstruován jako poměr početní velikosti návštěvníků a rezidentů. Jedná se tedy o poměr mezi dvěma populacemi: „navštěvující“ a „navštěvované“. Tento kvantitativní ukazatel vyjadřuje kvantitativní aspekt intenzity cestovního ruchu (míru psychologicky a sociokulturně únosné potenciální návštěvnosti). Index je vyjádřen vzorcem:

$$T(f) = \frac{N \cdot 100}{P},$$

kde N = kapacita stálých lůžek pro ubytování návštěvníků a P = počet rezidentů. (Musil, Dušáková, Luštický & Voráček, 2008).

Interpretace je uvedena v následující tabulce:

Tabulka 7: Interpretace Defertovy funkce

Hodnota Defertovy funkce	Hodnocení
Tf <4	Téměř žádná turistická aktivita
Tf = 4 - 10	Nevýrazná turistická aktivita nebo je funkce cestovního ruchu rozpuštěna v ostatních funkcích destinace (kulturní a venkovský destinační typ)
Tf = 10 – 40	Destinace s významnou, avšak ne převažující funkcí cestovního ruchu (historické, náboženské, poutní a atrakční destinační typy)
Tf = 40 – 100	Převážně turistická destinace (destinace u vodních ploch)
Tf = 100 – 500	Významná destinace cestovního ruchu (rekreační, příhraniční, přírodní, lázeňský, zimní destinační typ)
Tf > 500	Hyperturistická destinace

Zdroj: Musil, Dušáková, Luštický & Voráček, 2008

Modifikovaným ukazatelem je pak intenzita cestovního ruchu, která se vypočte jako poměr mezi počtem přenocujících turistů a počtem obyvatel destinace.

$$TI = \frac{T}{P},$$

kde T = počet přenocujících turistů a P = počet rezidentů. Ukazatel vyjadřuje, kolik připadá turistů na jednoho obyvatele destinace (Musil, Dušáková, Luštický & Voráček, 2008).

Tabulka 8: Výpočet Defertovy funkce a intenzity cestovního ruchu pro ČR

	2014	2015	2016
Defertova funkce T(f)	21,05	21,22	21,54
Intenzita cestovního ruchu (TI)	20,89	22,81	24,68

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Dle výpočtů jednotlivých ukazatelů je možné vidět, že jejich hodnoty se neustále mírně zvyšují. Index turistické funkce (Defertovy funkce) nabývá ve všech sledovaných letech hodnotu mírně přes 21. Dle tabulky interpretace Defertovy funkce lze tedy Český

Krumlov považovat za destinaci s významnou, ale ne převažující funkcí cestovního ruchu. Výsledek se shoduje i s tvrzením, že do této kategorie spadají historické destinační typy. Samozřejmě by mohly být výsledky velmi odlišné, pokud by Defertova funkce byla počítána jen na obyvatele historického centra města, kde žije méně obyvatel, ale cestovní ruch je sem velmi koncentrován. Limitujícím faktorem může být i nepřesná metodika sběru dat o hromadných ubytovacích zařízeních.

Co se týče výsledků intenzity cestovního ruchu, hodnoty také mírně narůstají. V roce 2016 připadalo na jednoho obyvatele 24,68 turistů.

V Českém Krumlově je tedy vysoká intenzita cestovního ruchu, která ovlivňuje nejen místní obyvatelstvo. Jedním z hlavních vlivů cestovního ruchu na obyvatele města může být neustálé snižování počtu obyvatel. Meziročně spíše ubývá, než přibývá obyvatel vlivem stěhování. Vysoké návštěvnosti města a její vlivy na místní obyvatelstvo a jeho vztahy k návštěvníkům, zkoumalo vlastní dotazníkové šetření, jehož výsledky jsou uvedeny níže.

4.1.3. Vztahy a komunikace mezi místní samosprávou a rezidenty, nově využívané technologie v destinaci Český Krumlov

Jelikož v každé destinaci je důležité udržovat dobré vztahy nejen mezi návštěvníky a obyvateli, ale i obyvateli a místní samosprávou, poskytuje město Český Krumlov neustále lepší podmínky pro zapojování místních do rozhodování města. Místní obyvatelstvo je dále i důležitou součástí konceptu inteligentního města (smart city), jak bylo uvedeno v literárním přehledu v obrázku č. 1.

Od 1. ledna 2018 vznikl například nový informační web, který není zaměřen na turisty či návštěvníky města, ale na rezidenty Českého Krumlova. Informační web spravují především obyvatelé města nebo blízkého okolí a informují další občany. Web Krumlováci.cz nabízí přehledné informace pro orientaci ve městě, o dopravních komplikacích, slevách v obchodech, počasí, dále nabízí rubriku sport, lidé nebo turistický ruch. Uživatelé webu zde naleznou i rozhovory na různá témata, videa nebo nejnovější zprávy z města a radnice. V Českém Krumlově tedy vznikl první informační portál, který se soustřeďuje hlavně na místní obyvatelstvo (Krumlováci.cz, © 2018).

Zajímavým projektem, se kterým přišla umělkyně Kateřina Šedá, je UNES-CO. Cílem projektu je vrátit do centra města Český Krumlov běžný život a místní obyvatele. Do projektu budou zapojeni dobrovolníci, kterým bude poskytnut startovací byt, a jejich

úkolem bude provozovat běžný život s běžnými denními aktivitami, které jsou běžné v mimoturistických lokalitách. Dobrovolníci za to dostanou bezplatné bydlení a také mzdu. V přímém přenosu pak budou dobrovolníky sledovat účastníci v československém pavilonu na 16. mezinárodním bienále architektury v Benátkách. Cílem autorky projektu je dospět ke zlepšení situace v turisticky přeplněné lokalitě tak, aby řešení přineslo změnu, zůstalo funkční a dále se rozvíjelo a aby byl navrácen běžný život do centra turisticky vytižené destinace (iDNES.cz, 2018; UNES-CO.cz, © 2018; Aktuálně.cz, 2018; Česká televize, 2018).

Od roku 2013 využívá město Český Krumlov a jeho obyvatelé i webovou aplikaci, která slouží k hlášení závad. Od srpna roku 2013 přijalo město již přes 1300 hlášení týkajících se poruch a nedostatků ve městě. Nejvíce podnětů bylo hlášeno v souvislosti s výmoly na silnicích, rozbitými lavičkami či kontejnery nebo nefunkčního veřejného osvětlení. Modernizovaná verze nyní nabízí i možnost hlásit závady pomocí mobilní aplikace z chytrého telefonu „Hlášení závad – Dej tip“. Mobilní aplikaci již využívá například město Tábor nebo České Budějovice. Obyvatelé mohou závadu přímo lokalizovat pomocí GPS souřadnic a přiložené mapy, dále je možné sledovat i stav již nahlášeného problému. Pokud obyvatelé nevlastní mobilní telefon, mohou hlášení podat i nadále pomocí formuláře na webových stránkách města. Aplikace slouží pro řešení drobných závad, nikoliv k řešení problémů strategického rázu (Budejckadrba.cz, 2018; Český rozhlas – České Budějovice, 2018).

Dalším způsobem, jakým se město snaží zapojit místní obyvatelstvo do dění ve městě a do rozhodování, je aplikace City Barometer. Město pomocí této aplikace podněcuje podnikatele a občany, aby navrhli své nápady ohledně toho, co jim ve městě chybí a co by chtěli opravit. V období hlasování dále využívá sběrných boxů pro ty, kteří nemají možnost hlasovat online. Českokrumlovská veřejnost má tedy možnost navrhnout konkrétní projekty a v následném hlasování rozhodnout o tom, který z projektů bude financován z participativního rozpočtu. Přípustné jsou projekty investičního charakteru, ale i komunitní aktivity pro místní obyvatelstvo. Město bylo v prvním hlasování rozděleno do 9 částí, z nichž každé byla přiřazena částka 20 000 Kč z celkové částky 500 000 Kč. K základní částce je pak připočtena proměnlivá složka lišící se dle počtu obyvatel jednotlivých částí. Z participativního rozpočtu bylo vyčleněno historické jádro města, které je financováno primárně z jiných zdrojů. Občané, kteří se chtějí podílet na rozhodování o městě, se musí zaregistrovat pomocí emailu, aplikace

pak následně zjišťuje identifikační údaje a dalšími otázkami ověřuje, zda jde opravdu o rezidenta Českého Krumlova. Pokud je aktuální nějaké nové hlasování, jsou uživatelé upozorněni emailem. Projektem participativního rozpočtu a aplikací City Barometer tak udělal Český Krumlov další krok směrem k většímu zapojení rezidentů do rozhodování o životě ve městě. V první fázi hlasování byla částka půl milionu korun rozdělena mezi 10 projektů, které se týkaly například řešení dopravní situace, revitalizace odpočinkových zón a dětských hřišť nebo třeba vybudování mlhoviště v lokalitě Latrán. (Český Krumlov - City Barometer, n. d.; Krumlovsobě.cz, n. d.).

Město Český Krumlov neinvestuje pouze do moderních technologií usnadňující komunikaci s místním obyvatelstvem a samosprávou. V neposlední řadě investují například do kamerového sčítání návštěvníků města, aby rozlišili návštěvníky, kteří jen projdou a ty, kteří míří na určité turistické cíle. V souvislosti s tímto problémem se médiu šířily zprávy o zpoplatnění vstupu do města z důvodu vysoké návštěvnosti. Místní radní však informaci vyvrátili s tím, že se jedná o jednu z variant v případě, kdy bude situace neúnosná. Dále město uvažuje o investicích do moderních technologií v dopravě - chytré semaforey usnadňující průjezd frekventovanými křižovatkami nebo chytré zábrany pro zajištění časového úseku, po který bude střed města zcela bez aut. (Česko-krumlovský deník.cz, 2017; iDNES.cz, 2017).

Rada města navíc na svém jednání z 29. ledna 2018 schválila uzavření smlouvy se společností IDC CEMA s.r.o., která pro město vypracuje analýzu vyspělosti města v oblasti Smart City. Cena analýzy činí 45 000 Kč (bez DPH) a měla by být hotova do konce dubna 2018 (Město Český Krumlov, 2018).

4.2. Dotazníkové šetření

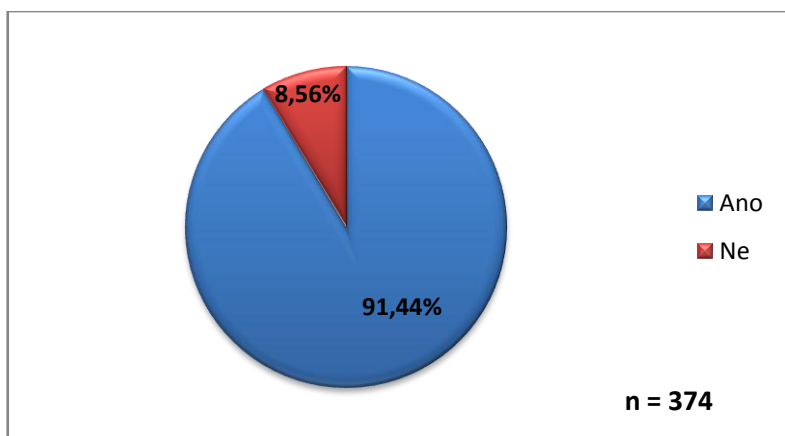
Dotazníkové šetření probíhalo od 7. února 2018 do 7. března 2018. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na rezidenty města Český Krumlov. Forma dotazování byla zvolena online. Dotazník byl šířen především přes sociální síť Facebook a místní stránky či skupiny zaměřené na obyvatele města Český Krumlov, dále byl dotazník rozeslán emailem. Kvůli chybějícím odpovědím ve věkové kategorii 56 – 65 let a 66 let a více, bylo přibližně 30 dotazníků dosbíráno osobně ve městě Český Krumlov v okolí nákupních center a domovů pro seniory. Pro dotazování byl použit strukturovaný dotazník s 13 otázkami, z nichž některé sekce byly rozčleněny do dalších dílčích otázek nebo tvrzení, se kterými respondenti vyjadřovali míru souhlasu (viz přílohy). Celkem bylo získáno 374 odpovědí, ale 32 odpovědí muselo být vyloučeno z toho důvodu, že respondenti neměli trvalé bydliště v Českém Krumlově. U každého grafu je označen počet respondentů pod znakem „n“. Statisticky významný rozdíl je pak zvýrazněn červenou barvou.

Tabulka 9: Trvalé bydliště v Českém Krumlově

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Ano	342	91,44
Ne	32	8,56

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 1: Trvalé bydliště v Českém Krumlově



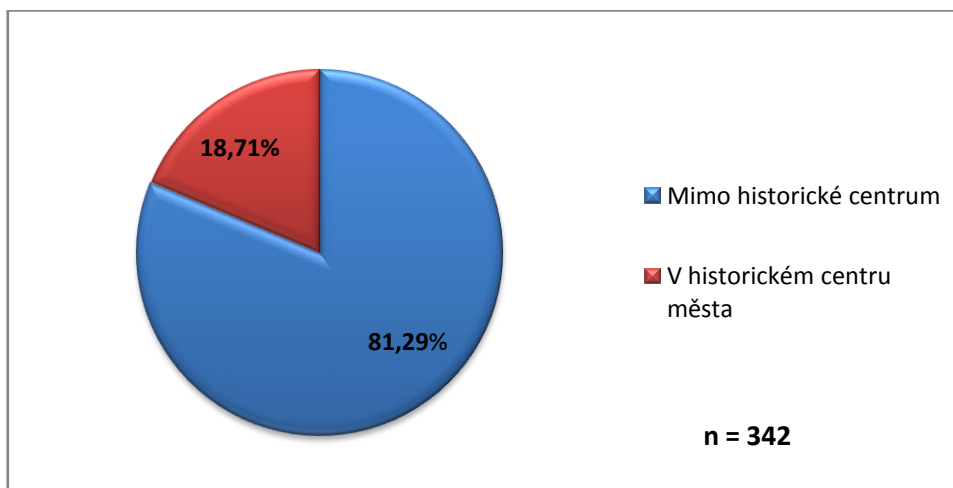
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Druhá otázka se zabývala tím, v jaké části města respondenti žijí. Z 342 odpovědí celkem 81,29 % (278) uvedlo, že žijí mimo historické centrum města. Zbývajících 18,71 % (64) respondentů uvedlo druhou možnost – v historickém centru města. Výsledky jsou zaznamenány v tabulce č. 10 a grafu č. 2.

Tabulka 10: Místo bydliště v Českém Krumlově

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Mimo historické centrum	278	81,29
V historickém centru města	64	18,71

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 2: Místo bydliště v Českém Krumlově

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

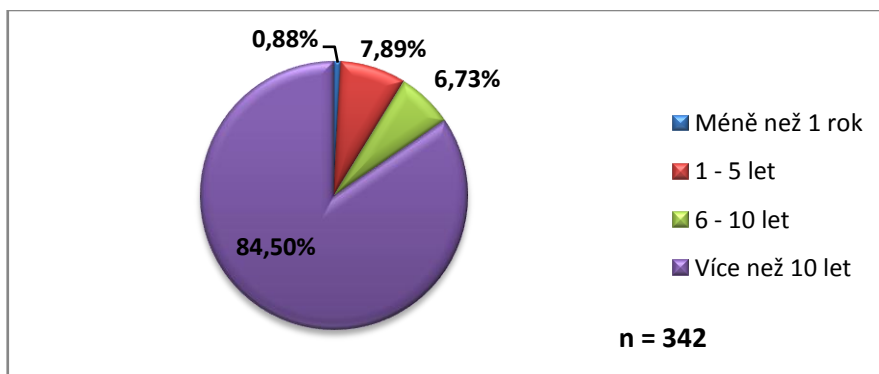
Respondenti byli tázáni i na to, jak dlouho v Českém Krumlově bydlí. Převažovala odpověď „více než 10 let“, kterou uvedlo 84,5 % (289) respondentů ze všech dotázaných. Odpověď 1 – 5 let uvedlo 7,89 % (27) respondentů, 6 – 10 let 6,73 % (23). Pouze 0,88 % (3) respondentů uvedlo možnost méně než 1 rok.

Tabulka 11: Doba trvalého pobytu v ČK

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Méně než 1 rok	3	0,88
1 – 5 let	27	7,89
6 – 10 let	23	6,73
Více než 10 let	289	84,5

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 3: Doba trvalého pobytu v ČK



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

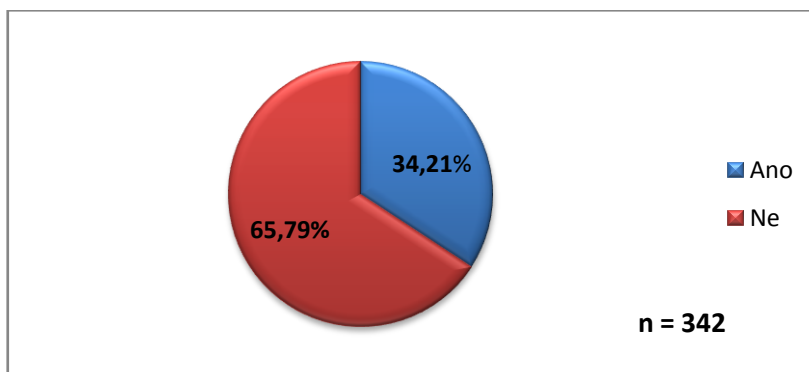
Respondenti odpovídali i na otázku ohledně místa svého pracoviště. Větší část respondentů 65,79 % (225) uvedla, že nepracují v historickém centru města Český Krumlov. Pracoviště v historickém centru města má pouze 34,21 % (117) rezidentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.

Tabulka 12: Pracoviště v centru města ČK

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Ano	117	34,21
Ne	225	65,79

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 4: Pracoviště v centru města ČK



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

V následující tabulce č. 13 a grafu č. 5 byl porovnáván vztah mezi místem bydliště a pracovištěm respondentů. Většina respondentů 68,30 % (190), kteří nebydlí v historickém centru města, má i místo pracoviště jinde, než právě v centru. U respondentů, kteří mají bydliště v centru, jsou odpovědi vcelku vyrovnané. Celých 45,30 % (29) dotázaných, kteří bydlí v centru města, mají v jeho okolí i pracoviště, zatímco 54,70% (35) respondentů z historického města pracuje mimo něj. Hodnota chí-kvadrát testu s hodnotou p-value menší než 0,05 (0,03785) navíc ukazuje na statistický rozdíl

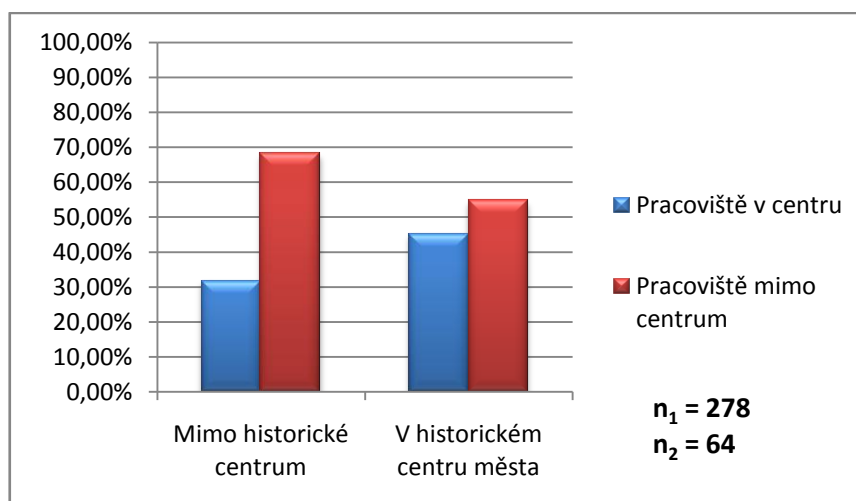
mezi rezidenty z historického centra a z jiných částí s ohledem na jejich místo pracoviště.

Tabulka 13: Vztah mezi místem bydliště a pracoviště respondentů

	Pracoviště v centru města	Pracoviště mimo centrum
Bydliště mimo historické centrum (n = 278)	31,70% (88)	68,30% (190)
Bydliště v historickém centru města (n = 64)	45,30% (29)	54,70% (35)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 4,3177; df = 1; p-value = 0,03785		

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 5: Vztah mezi místem bydliště a pracovištěm respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

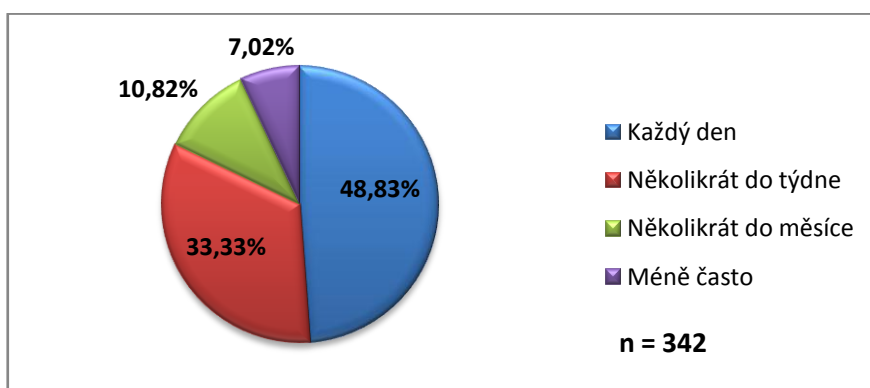
Další dvě otázky věnovaly pozornost setkávání rezidentů s návštěvníky města. Byla zjišťována frekvence setkávání rezidentů s návštěvníky. Na výběr bylo ze 4 možností – setkávám se s návštěvníky každý den, několikrát do týdne, několikrát do měsíce, méně často. Výsledky jsou zaznamenány v tabulce č. 14 a grafu č. 6. Téměř polovina (48,83 %) respondentů uvedla, že se s návštěvníky setkávají každý den. Dalších 33,33 % (114) uvedlo, že několikrát do týdne, 10,82 % (37) několikrát do měsíce a pouhých 7,02 % (24) uvedlo možnost méně často. Je možné tedy vidět, že většina respondentů se s návštěvníky setkává téměř každý den.

Tabulka 14: Frekvence setkávání s návštěvníky

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Každý den	167	48,83
Několikrát do týdne	114	33,33
Několikrát do měsíce	37	10,82
Méně často	24	7,02

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 6: Frekvence setkávání s návštěvníky



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

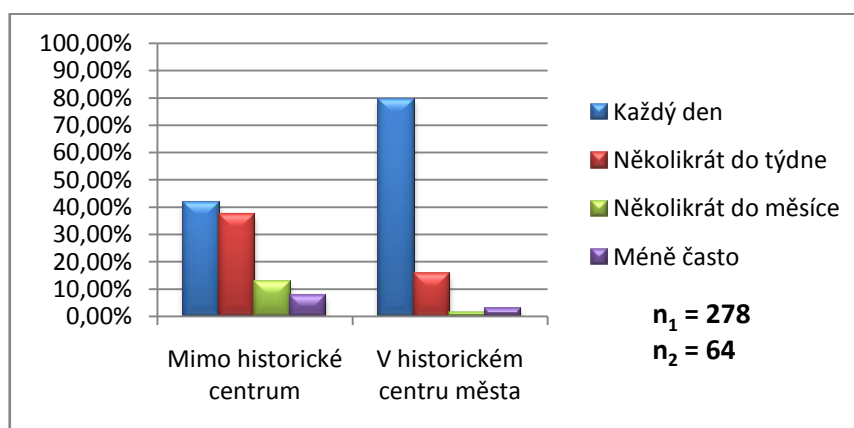
Bylo zkoumáno, zda se liší frekvence setkávání s návštěvníky dle toho, kde respondenti bydlí. Výsledky jsou uvedeny v tabulce č. 15 a grafu č. 7. Ti respondenti, kteří bydlí v historickém centru města, se s návštěvníky setkávají ze 79,70 % každý den. Statisticky významný rozdíl potvrzuje i výsledek chí-kvadrát testu, s hodnotou p-value menší než 0,05.

Tabulka 15: Frekvence setkávání obyvatel s návštěvníky (dle místa bydliště)

Tvrzení: „Jak často se setkáváte s návštěvníky?“	Každý den	Několikrát do týdne	Několikrát do měsíce	Méně často
Mimo historické centrum (n = 278)	41,70% (116)	37,40% (104)	12,90% (36)	7,90% (22)
V historickém centru města (n = 64)	79,70% (51)	15,60% (10)	1,60% (1)	3,10% (2)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 30,695; df = 3; p-value = 0,0000009856				

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 7: Frekvence setkávání obyvatel s návštěvníky (dle místa bydliště)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

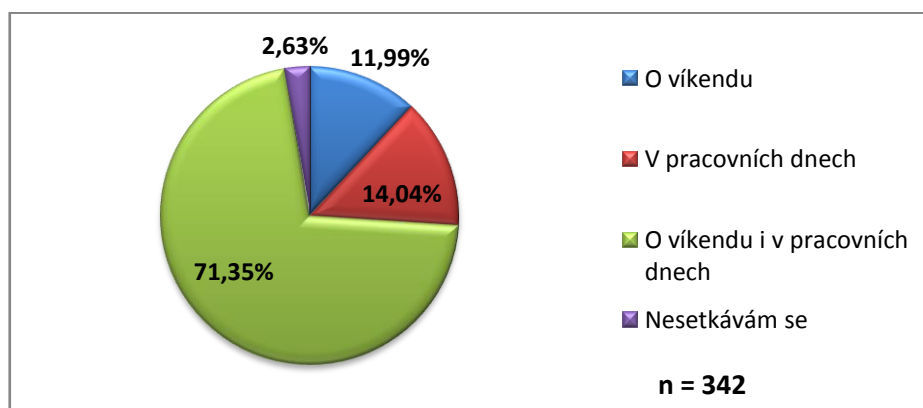
Frekvence setkávání s návštěvníky byla zkoumána i dle dnů. Nejčastěji bylo uvedeno, že se respondenti setkávají s návštěvníky o víkendu i v pracovních dnech, tuto možnost uvedlo 71,35 % (244) z celkových 342 dotázaných. Dalších 14,04 % (48) potkává návštěvníky převážně v pracovních dnech a 11,99 % (41) o víkendu. Jen 2,63 % (9) z oslovených rezidentů uvedlo, že se s návštěvníky nesetkává.

Tabulka 16: Frekvence setkávání rezidentů s návštěvníky dle dnů

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
O víkendu	41	11,99
V pracovních dnech	48	14,04
O víkendu i v pracovních dnech	244	71,35
Nesetkávám se	9	2,63

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 8: Frekvence setkávání rezidentů s návštěvníky dle dnů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

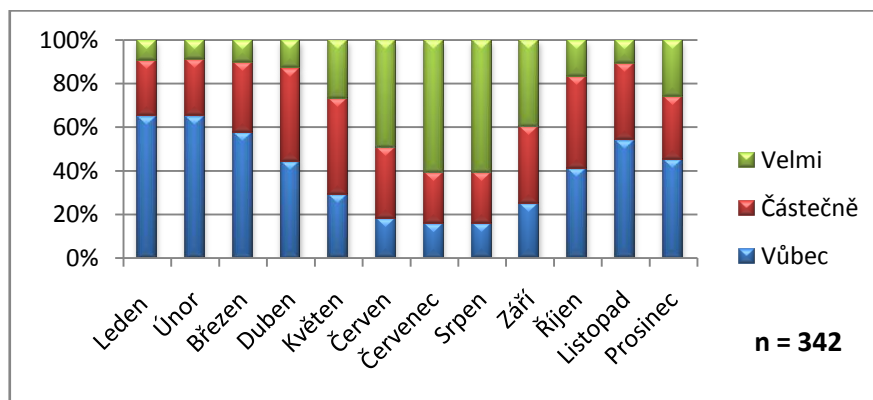
Jelikož je v Českém Krumlově odlišná návštěvnost v jednotlivých měsících, bylo mimo jiné zjišťováno, v jakých měsících vadí vysoká návštěvnost obyvatelům města nejvíce. U každého měsíce v roce mohli oslovení rezidenti uvést, jestli jim přítomnost návštěvníků vůbec nevadí, částečně vadí, nebo velmi vadí. Z tabulky č. 17 a grafu č. 9 je možné vyčíst, že nejméně vadí rezidentům návštěvníci začátkem roku (leden, únor, březen) a koncem roku (listopad, prosinec). U možnosti částečně jsou nejvyšší hodnoty zaznamenány v dubnu, květnu a říjnu. Naopak nejvíce vadí rezidentům vysoká návštěvnost v hlavní turistické sezóně (červen – srpen) a také v září. Pro přehlednost jsou výsledky k této otázce uvedeny jak v absolutních, tak relativních četnostech.

Tabulka 17: Míra iritace rezidentů ve vztahu k návštěvníkům dle měsíce

	Vůbec	Částečně	Velmi
Leden	65,20 % (223)	25,44 % (87)	9,36 % (32)
Únor	65,20 % (223)	26,02 % (89)	8,77 % (30)
Březen	57,89 % (198)	32,16 % (110)	9,94 % (34)
Duben	44,44 % (152)	42,69 % (146)	12,87 % (44)
Květen	28,95 % (99)	44,15 % (151)	26,90 % (92)
Červen	18,13 % (62)	32,75 % (112)	49,12 % (168)
Červenec	15,79 % (54)	23,39 % (80)	60,82 % (208)
Srpen	16,08 % (55)	23,39 % (80)	60,53 % (207)
Září	25,15 % (86)	35,09 % (120)	39,77 % (136)
Říjen	41,23 % (141)	42,11 % (144)	16,67 % (57)
Listopad	54,09 % (185)	35,38 % (121)	10,53 % (36)
Prosinec	45,32 % (155)	28,65 % (98)	26,02 % (89)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 9: Míra iritace rezidentů ve vztahu k návštěvníkům dle měsíce



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Další dvě sekce dotazníku obsahovaly tvrzení, se kterými respondenti vyjadřovali míru souhlasu na osmistupňové škále (rozhodně souhlasím, souhlasím, spíše souhlasím, nevím, spíše nesouhlasím, nesouhlasím, rozhodně nesouhlasím). Otázky byly zaměřené na vztah k návštěvníkům, situaci v cestovním ruchu, místní infrastrukturu, vnímání vysoké návštěvnosti apod. Celkem bylo v sekci 21 otázek, které byly následně vyhodnoceny a výsledky jsou zaznamenány v následujících tabulkách a grafech (vždy po třech tvrzeních).

U prvního tvrzení „*S životem ve městě jsem spokojen/a.*“ uvedlo 94 respondentů (27,49 %) možnost souhlasím, dále 23,39 % (80) možnost spíše souhlasím. Celkem 5,26 % (18) rozhodně nesouhlasí s tím, že by s životem ve městě byli spokojeni. U tohoto tvrzení převažuje kumulativní součet odpovědí na straně souhlasu.

U druhého tvrzení „*Historické centrum města navštěvuji pravidelně několikrát týdně.*“ více než 30 % dotázaných uvedlo odpověď, že rozhodně souhlasí. Pouze 7,31 % (25) nenavštěvuje historické centrum města několikrát týdně. Stejně jako u předchozího tvrzení, převažuje součet odpovědí na straně souhlasu.

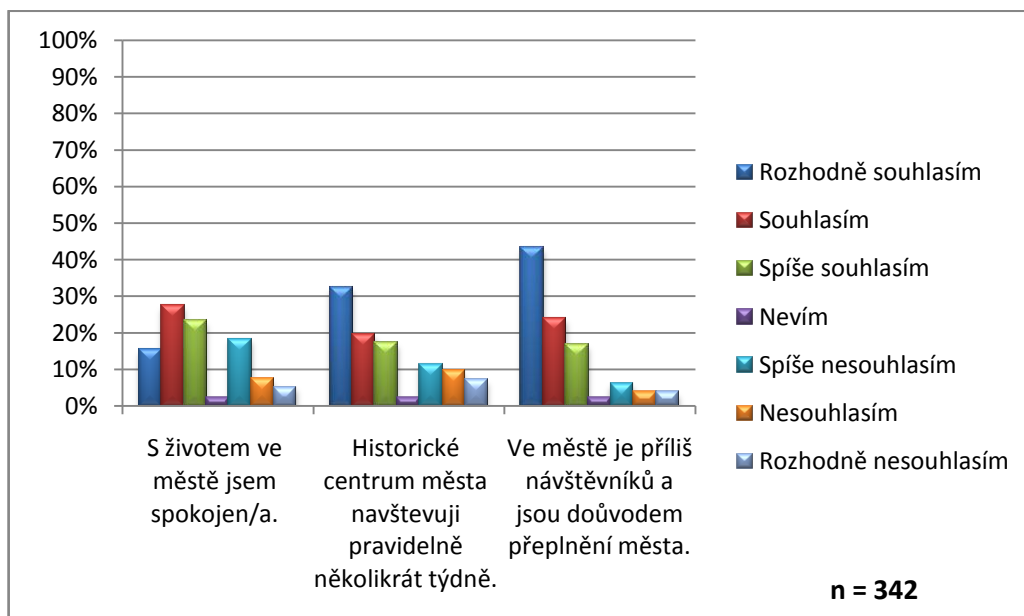
S tím, že je ve městě příliš mnoho návštěvníků, a že jsou důvodem přeplnění města, souhlasilo celkem 43,27 % (148) oslovených rezidentů. I u této otázky převažuje součet odpovědí na straně souhlasu.

Tabulka 18: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (1-3).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
S životem ve městě jsem spokojen/a.	15,50% (53)	27,49% (94)	23,39% (80)	2,34% (8)	18,42% (63)	7,60% (26)	5,26% (18)
Historické centrum města navštěvuji pravidelně několikrát týdně.	32,46% (111)	19,59% (67)	17,25% (59)	2,34% (8)	11,40% (39)	9,65% (33)	7,31% (25)
Ve městě je příliš mnoho návštěvníků a jsou důvodem přeplnění města.	43,27% (148)	23,98% (82)	16,67% (57)	2,34% (8)	6,14% (21)	3,80% (13)	3,80% (13)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 10: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (1-3).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Tvrzení, jestli jsou místní obyvatelé s životem ve městě spokojeni, bylo dále zkoumáno ze dvou pohledů (dle pohlaví a dle věku). Dle pohlaví nebyly zjištěny žádné významné statistické rozdíly. Převažovaly spíše odpovědi na straně souhlasu než nesouhlasu. Muži nejčastěji uváděli možnost souhlasím (30,40 %), ženy taktéž (25,80 %),

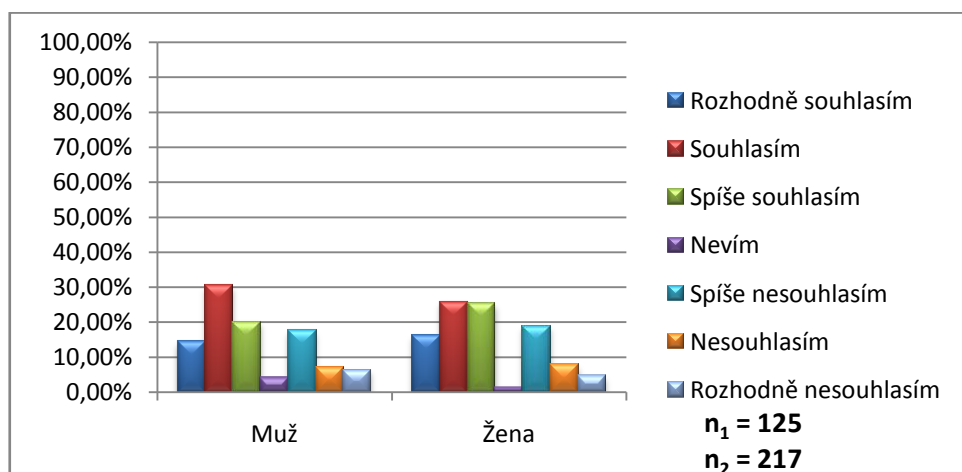
dále možnost spíše souhlasím. Možnost spíše nesouhlasím zvolilo u mužů 17,60 %, a u žen 18,90 %. Odpovědi byly tedy velmi podobné, jak ukazuje i kontingenční tabulka č. 19 a graf č. 11.

Tabulka 19: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle pohlaví)

Tvrzení: „S životem ve městě jsem spokojen/a.“	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Muž (n = 125)	14,40% (18)	30,40% (38)	20,00% (25)	4,00% (5)	17,60% (22)	7,20% (9)	6,40% (8)
Žena (n = 217)	16,10% (35)	25,80% (56)	25,30% (55)	1,40% (3)	18,90% (41)	7,80% (17)	4,60% (10)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 4,6516; df = 6; p-value = 0,5892							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 11: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle pohlaví)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

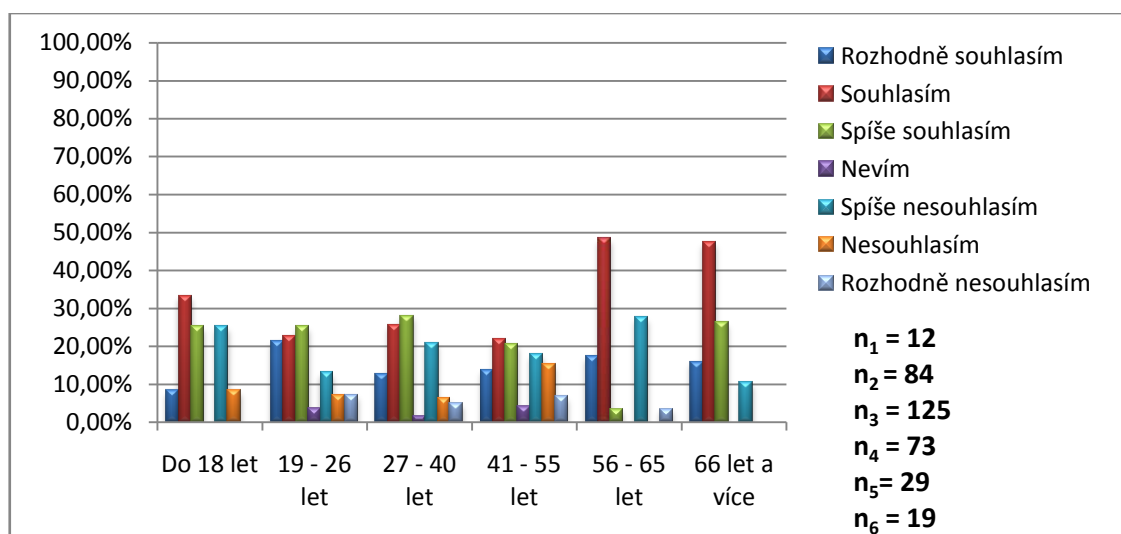
Ani dle věku nebyly prokázány statisticky významné rozdíly (tabulka č. 20 a graf č. 12). U všech věkových skupin převažují odpovědi na straně souhlasu. U skupin do 18 let, 56-65 let a 66 let a více mohou být výsledky ovlivněny malým počtem respondentů. Většina obyvatel je tedy se životem ve městě spíše spokojena než nespokojena.

Tabulka 20: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle věku)

Tvrzení: „S životem ve městě jsem spokojen/a.“	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Do 18 let (n = 12)	8,30% (1)	33,30% (4)	25,00% (3)	0,00% (0)	25,00% (3)	8,30% (1)	0,00% (0)
19 – 26 let (n = 84)	21,40% (18)	22,60% (19)	25,00% (21)	3,60% (3)	13,10% (11)	7,10% (6)	7,10% (6)
27 – 40 let (n = 125)	12,80% (16)	25,60% (32)	28,00% (35)	1,60% (2)	20,80% (26)	6,40% (8)	4,80% (6)
41 – 55 let (n = 73)	13,70% (10)	21,90% (16)	20,50% (15)	4,10% (3)	17,80% (13)	15,10% (11)	6,80% (5)
56 – 65 let (n = 29)	17,20% (5)	48,30% (14)	3,40% (1)	0,00% (0)	27,60% (8)	0,00% (0)	3,40% (1)
66 let a více (n = 19)	15,80% (3)	47,40% (9)	26,30% (5)	0,00% (0)	10,50% (2)	0,00% (0)	0,00% (0)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 37,953; df = 30; p-value = 0,151							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 12: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle věku)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Tabulka č. 21 a graf č. 13 zobrazují výsledky míry souhlasu s dalšími tvrzeními. I když většina respondentů souhlasila s tvrzením, že historické centrum města navštěvují několikrát týdně, celkem 31,58 % (108) rozhodně souhlasilo s tím, že se vyhýbají nejnavštěvovanějším místům ve městě. Pouhých 11,11 % (38) dotázaných odpovědělo, že rozhodně nesouhlasí s tím, že by se těmto místům vyhýbali. U tohoto tvrzení převažují souhlasné odpovědi (kumulativně).

Necelých 30 % rezidentů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, se v době hlavní turistické sezóny (červen – září) ve městě spíše nezdržují. Rozhodně s tímto tvrzením nesouhlasilo 16,37 % (56) oslovených. Také zde převažují souhlasné odpovědi (kumulativně).

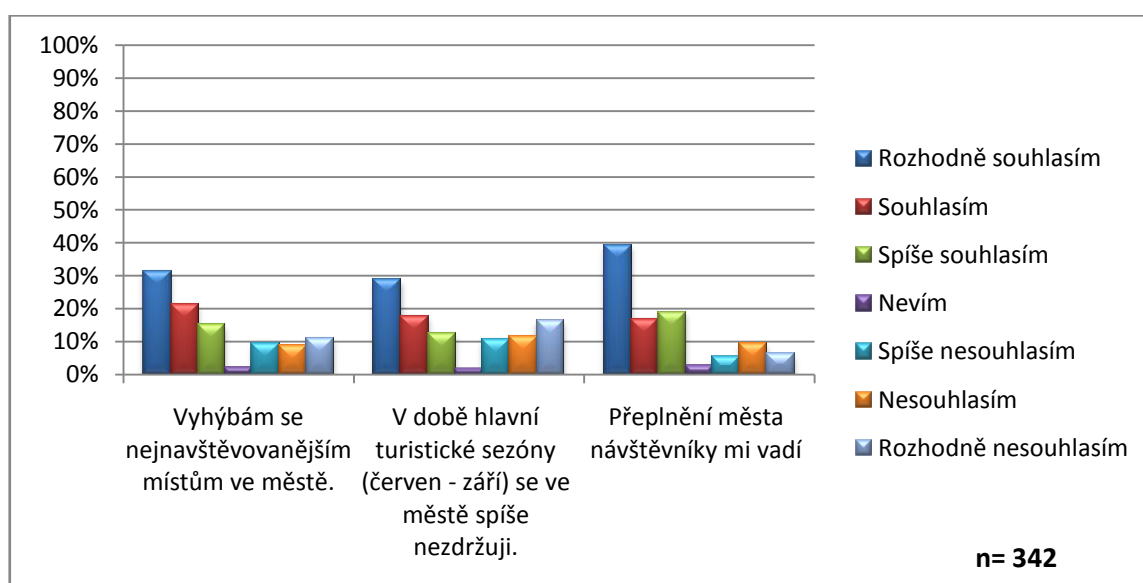
U tvrzení „Přeplnění města návštěvníky mi vadí“, opět převažovaly odpovědi vyjadřující souhlas než nesouhlas. 39,74 % (135) rozhodně souhlasí s tím, že jim přeplnění města návštěvníky vadí. Souhlasné odpovědi převažují nad odpověďmi vyjadřující nesouhlas.

Tabulka 21: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (4-6).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Vyhýbám se nejnavštěvovanějším místům ve městě.	31,58% (108)	21,35% (73)	15,20% (52)	2,34% (8)	9,65% (33)	8,77% (30)	11,11% (38)
V době hlavní turistické sezóny (červen – září) se ve městě spíše nezdržuji.	28,95% (99)	17,84% (61)	12,57% (43)	1,75% (6)	10,82% (37)	11,70% (40)	16,37% (56)
Přeplnění města návštěvníky mi vadí.	39,47% (135)	16,96% (58)	19,01% (65)	2,92% (10)	5,56% (19)	9,65% (33)	6,43% (22)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 13: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (4-6).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

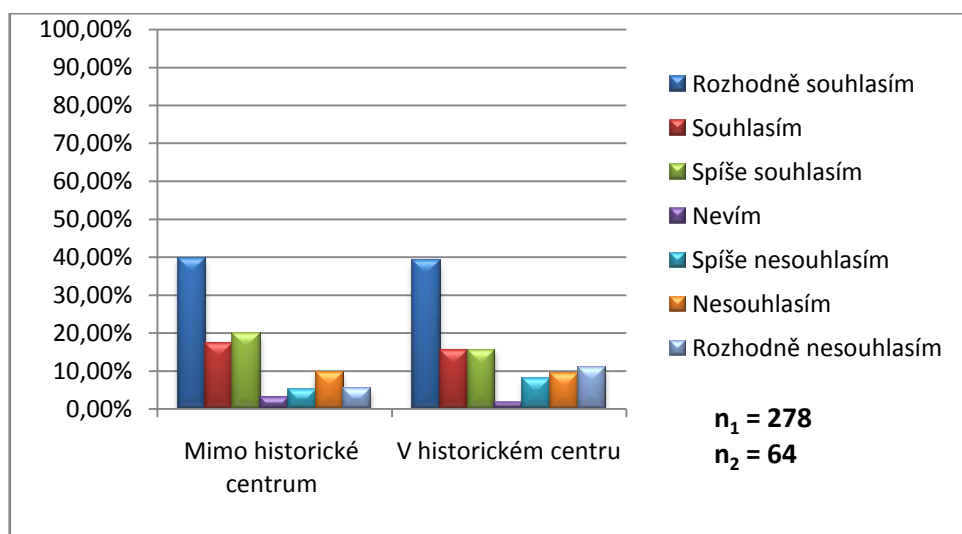
V souvislosti s tvrzením „Přeplnění města návštěvníky mi vadí“, bylo zjišťováno, zda je rozdíl mezi odpověďmi respondentů, kteří žijí v centru města, a kteří mimo něj. Výsledky ukazuje kontingenční tabulka č. 22 a graf č. 14. Nebyly zaznamenány žádné významné rozdíly mezi jednotlivými odpověďmi. Rozhodně souhlasím, uvedlo v obou případech přibližně 39 % dotazovaných. Naopak 10,90 % (7) respondentů, kteří žijí v centru města, uvedli, že jim rozhodně nevadí přeplnění města návštěvníky. Po vyfiltrování odpovědí bylo zjištěno, že důvodem této odpovědi je fakt, že 5 ze 7 těchto respondentů je přímo zainteresováno v cestovním ruchu a navíc i místo jejich pracoviště je v centru města. Ani výsledky chí-kvadrát testu, neprokázaly statisticky významný rozdíl.

Tabulka 22: Vliv místa bydliště na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům

Tvrzení: „Přeplnění města ná- vštěvníky mi vadí.“	Rozhod- ně sou- hlasím	Souhla- sím	Spíše souhla- sím	Nevím	Spíše ne- souhlasím	Nesouhla- sím	Rozhodně nesouhla- sím
Mimo his- torické cen- trum (n = 278)	39,60% (110)	17,30% (48)	19,80% (55)	3,20 % (9)	5,00% (14)	9,70% (27)	5,40% (15)
V historic- kém centru (n = 64)	39,10% (25)	15,60% (10)	15,60% (10)	1,60 % (1)	7,80% (5)	9,40% (6)	10,90% (7)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 4,2704; df = 6; p-value = 0,6401							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 14: Vliv místa bydliště na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Další tři tvrzení se zaměřovaly na hodnoty města a dopravní infrastrukturu. Jen 14,91 % (51) respondentů rozhodně souhlasí s tím, že návštěvníci ničí přírodní a kulturní hodnoty města. Téměř 16 % uvedlo možnost nevím a 19,59 % (67) respondentů s tímto tvrzením spíše nesouhlasí. U tohoto tvrzení převažují nesouhlasné odpovědi (kumulativně).

Co se týče vztahu mezi dopravní infrastrukturou a návštěvností, 23,68 % (81) respondentů si myslí, že návštěvnost nemá vliv na rozvoj dopravní infrastruktury. Pouhých 12,57 % (43) s tímto tvrzením rozhodně souhlasilo. Také u tohoto tvrzení převažují odpovědi na straně nesouhlasu než souhlasu.

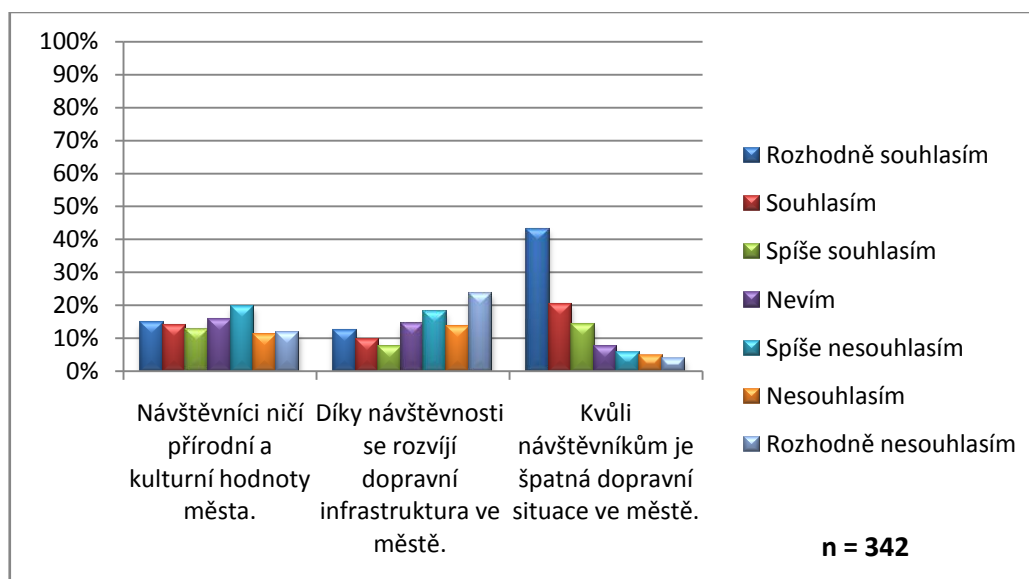
Naopak 43,27 % (148), tedy téměř polovina z dotazovaných si myslí, že vysoká návštěvnost města je příčinou špatné dopravní situace ve městě. S tímto tvrzením rozhodně nesouhlasilo jen 3,80 % (13) oslovených. U tvrzení, které se zabývá dopravní situací ve městě, převažují souhlasné odpovědi (kumulativně) nad nesouhlasnými.

Tabulka 23: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (7-9).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Návštěvníci ničí přírodní a kulturní hodnoty města.	14,91% (51)	14,04% (48)	12,87% (44)	15,79% (54)	19,59% (67)	11,11% (38)	11,70% (40)
Díky návštěvnosti se rozvíjí dopravní infrastruktura ve městě.	12,57% (43)	9,65% (33)	7,60% (26)	14,62% (50)	18,13% (62)	13,74% (47)	23,68% (81)
Kvůli návštěvníkům je špatná dopravní situace ve městě.	43,27% (148)	20,47% (70)	14,33% (49)	7,60% (26)	5,85% (20)	4,68% (16)	3,80% (13)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 15: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (7-9).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Podobné výsledky jako tvrzení týkající se dopravní situace, mělo tvrzení zaměřené na to, zda se díky návštěvnosti ve městě rozvíjí nabídka služeb. 23,68 % (81) respondentů uvedlo, že s tímto tvrzením rozhodně nesouhlasí. V tomto případě celkově převažovala míra nesouhlasu.

Respondenti měli vyjádřit míru souhlasu i s tvrzeními, které se týkaly vztahu k návštěvníkům města. Jen 8,77 % (30) oslovených je opravdu rádo v kontaktu s návštěvníky. S tímto tvrzením dále spíše nesouhlasilo 20,18% (69) respondentů a rozhodně s ním nesouhlasilo 18,13 % (62). Odpovědi byly však velmi vyrovnané. U tohoto tvrzení převažovaly také nesouhlasné odpovědi.

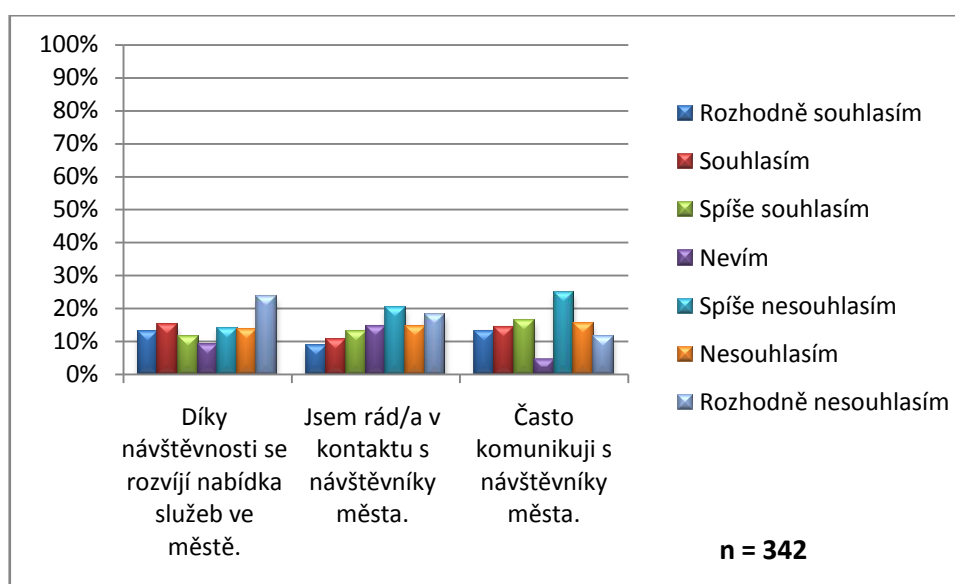
Obdobné výsledky mělo tvrzení „Často komunikuji s návštěvníky města.“ Nejvíce odpovědi zaznamenala možnost spíše nesouhlasím s 24,85 % (85). Odpovědi, stejně jako v předchozím případě, byly však velmi vyvážené. I zde převažovala míra nesouhlasu.

Tabulka 24: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (10-12).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Díky návštěvnosti se rozvíjí nabídka služeb ve městě.	12,87% (44)	15,20% (52)	11,40% (39)	9,06% (31)	14,04% (48)	13,74% (47)	23,68% (81)
Jsem rád/a v kontaktu s návštěvníky města.	8,77% (30)	10,53% (36)	13,16% (45)	14,62% (50)	20,18% (69)	14,62% (50)	18,13% (62)
Často komunikuji s návštěvníky města.	13,16% (45)	14,33% (49)	16,37% (56)	4,39% (15)	24,85% (85)	15,50% (53)	11,40% (39)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 16: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (10-12).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Obyvatelé města Český Krumlov měli vyjádřit souhlas i s tvrzením, zda jsou pyšní na hojnou návštěvnost města. Výsledky jsou zaznamenány v tabulce č. 25 a grafu č. 17. Nejčtenější odpovědí byla možnost spíše souhlasím s 28,36 % (97). Rozhodně souhlasím, uvedlo 15,20 % (52) dotázaných a rozhodně nesouhlasím, uvedlo 7,02 % (24). Z celkového počtu respondentů, 15,20 % (52) nevědí, do jaké míry s tímto tvrzením souhlasí. Celkově převažují odpovědi na straně souhlasu (kumulativně).

Další tvrzení se zaměřovala na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům. 17,25 % (59) oslovených spíše souhlasí s tím, že poskytovat soukromé ubytování návštěvníkům by pro ně mohl být zajímavý přívýdělek, nicméně celých 17,84 % (61) respondentů uvedlo, že neví, jak by to pro ně mohlo být výhodné, na což může mít vliv i neinformovanost občanů o nových moderních možnostech pronájmu svého bydlení typu Airbnb apod. I zde je zaznamenáno více souhlasných odpovědí než nesouhlasných.

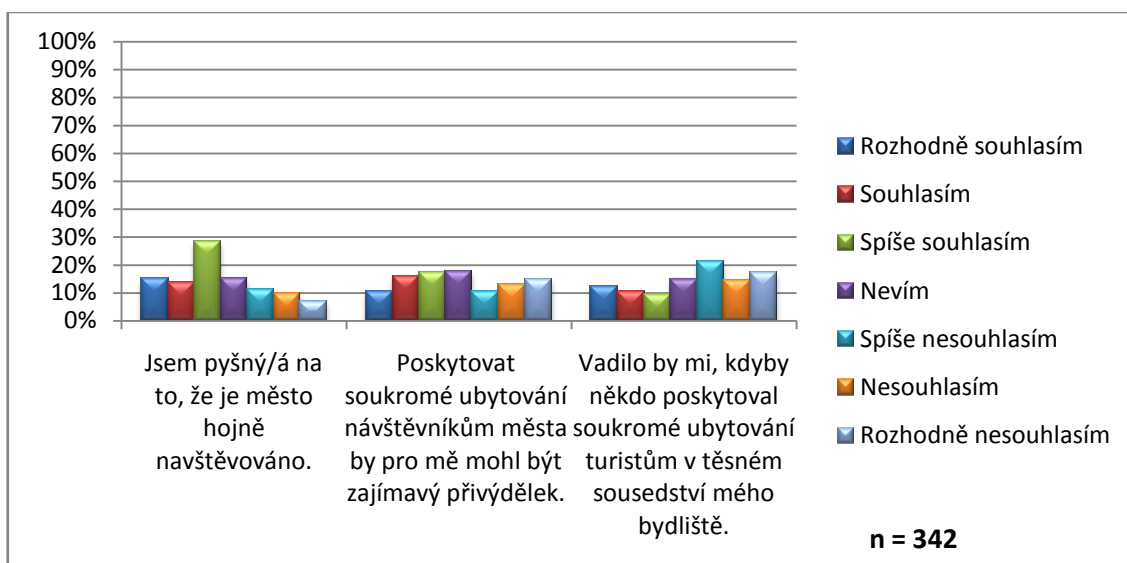
Pokud by ubytování poskytoval někdo v blízkém sousedství dotázaných, spíše by jim to nevadilo. Nejčastěji byla uváděna možnost spíše nesouhlasím s 21,05 % (72), dále pak možnost rozhodně nesouhlasím se 17,25 % (59). U tohoto tvrzení převažovala míra nesouhlasu.

Tabulka 25: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (13-15).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Jsem pyšný/á na to, že je město hojně navštěvováno.	15,20% (52)	13,45% (46)	28,36% (97)	15,20% (52)	11,11% (38)	9,65% (33)	7,02% (24)
Poskytovat soukromé ubytování návštěvníkům by pro mě mohl být zajímavý přívýdělek.	10,53% (36)	16,08% (55)	17,25% (59)	17,84% (61)	10,53% (36)	12,87% (44)	14,91% (51)
Vadilo by mi, kdyby někdo poskytoval soukromé ubytování turistům v těsném sousedství mého bydliště.	12,28% (42)	10,53% (36)	9,36% (32)	14,91% (51)	21,05% (72)	14,62% (50)	17,25% (59)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 17: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (13-15).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Více jak polovině respondentů vadí, že kvůli vysoké návštěvnosti rostou ceny, což ukazuje tabulka č. 26 a graf č. 18. Celkem 52,63 % (180) označilo možnost rozhodně souhlasím. Možnosti spíše nesouhlasím, nesouhlasím a rozhodně nesouhlasím, nezískaly dohromady více než 15 %, avšak převažují odpovědi na straně souhlasu.

U tvrzení „Útrata návštěvníků je důležitá pro místní rozpočet“, byla nejčastěji uváděna možnost souhlasím s 23,39 % (80), a rozhodně souhlasím s 20,76 % (71). Opět převažovala míra souhlasu nad nesouhlasem, ale 12,87 % (44) oslovených uvedlo možnost nevím.

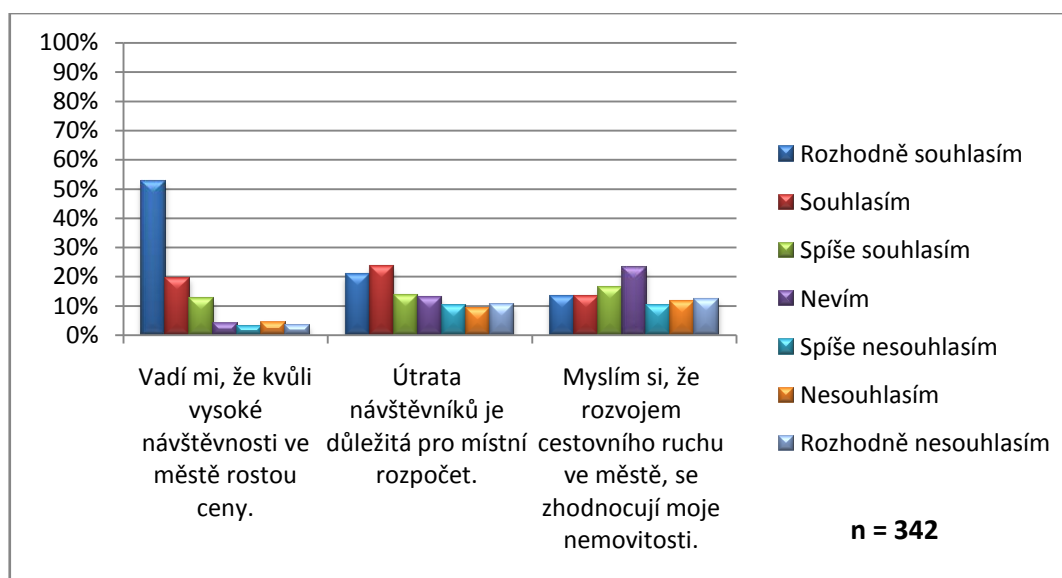
Tvrzení „Myslím, že rozvojem cestovního ruchu ve městě, se zhodnocují moje nemovitosti“ mělo vyrovnané odpovědi. Překvapením může být, že 23,10 % (79) respondentů uvedlo, že neví, jaký má vliv návštěvnost na hodnotu jejich nemovitosti. Převažovaly souhlasné odpovědi nad nesouhlasnými.

Tabulka 26: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (16-18).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Vadí mi, že kvůli vysoké návštěvnosti ve městě rostou ceny.	52,63% (180)	19,59% (67)	12,57% (43)	4,09% (14)	3,22% (11)	4,39% (15)	3,51% (12)
Útrata návštěvníků je důležitá pro místní rozpočet.	20,76% (71)	23,39% (80)	13,74% (47)	12,87% (44)	9,94% (34)	9,06% (31)	10,23% (35)
Myslím si, že rozvojem cestovního ruchu ve městě, se zhodnocují moje nemovitosti.	13,16% (45)	13,45% (46)	16,37% (56)	23,10% (79)	9,94% (34)	11,70% (40)	12,28% (42)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 18: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (16-18).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

I přesto, že mnohým rezidentům vadí vysoká návštěvnost a přeplnění města návštěvníky, nevyžadují, aby místní samospráva omezila počet návštěvníků ve městě. Nejvíce odpovědí bylo zaznamenáno u možnosti nevím, celkem tuto možnost uvedlo 19,88 % (68) respondentů. Možnost rozhodně souhlasím uvedlo jen 19,30 % (66) dotá-

zaných. Další nejčtenější možností pak byla odpověď rozhodně nesouhlasím, kterou uvedlo 14,04 % (48). Celkově převažovaly souhlasné odpovědi.

Další tvrzení se naopak týkalo podpory rozvoje cestovního ruchu ze strany místní samosprávy. Zde převažovala míra souhlasu nad nesouhlasem a nejčastěji respondenti volili možnost spíše souhlasím (23,39 %), souhlasím (19,59 %), rozhodně souhlasím a nevím (obě možnosti 19,30 %). I zde respondenti uváděli především odpovědi na straně souhlasu.

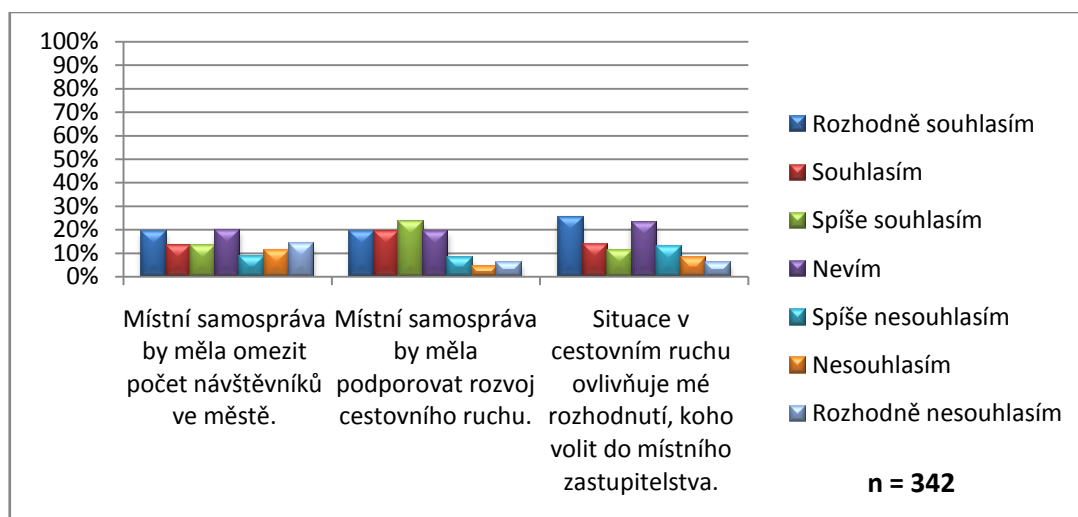
Celkem 25,15 % (86) z oslovených rezidentů je pak ovlivněno situací v cestovním ruchu ve městě i při volbách do místního zastupitelstva. I u tohoto tvrzení mnoho respondentů uvedlo možnost nevím (23,10 %). Zcela bez ovlivnění je pak 5,85 % (20) respondentů. Celkově však převažovaly souhlasné odpovědi.

Tabulka 27: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (19-21).

	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Místní samospráva by měla omezit počet návštěvníků ve městě.	19,30% (66)	13,45% (46)	13,16% (45)	19,88% (68)	8,77% (30)	11,40% (39)	14,04% (48)
Místní samospráva by měla podporovat rozvoj cestovního ruchu.	19,30% (66)	19,59% (67)	23,39% (80)	19,30% (66)	7,89% (27)	4,39% (15)	6,14% (21)
Situace v cestovním ruchu ovlivňuje mé rozhodnutí, koho volit do místního zastupitelstva.	25,15% (86)	13,74% (47)	11,40% (39)	23,10% (79)	12,87% (44)	7,89% (27)	5,85% (20)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 19: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (19-21).



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

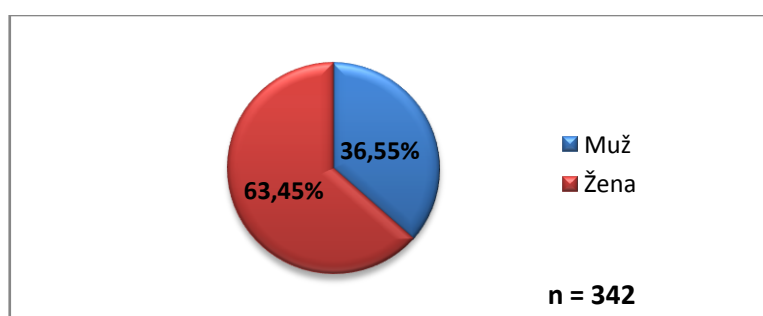
Do dotazníkového šetření byli zapojeni muži i ženy. Na dotazník odpovědělo 36,55 % mužů, tedy 125 ze všech 342 respondentů a 63,45 % (217) žen. I když byl výzkum později směřován především na muže, počet žen v odpovědích převažoval. Rozdělení dle pohlaví je zaznamenáno v tabulce č. 28 a grafu č. 20.

Tabulka 28: Pohlaví respondentů

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Muž	125	36,55
Žena	217	63,45

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 20: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Věk respondentů byl kategorizován do šesti kategorií a sice: do 18 let, 19 – 26 let, 27 – 40 let, 41 – 55 let, 56 – 65 let, 66 let a více. Nejvíce respondentů patřilo do věkové kategorie 27 – 40 let (36,55 %), dále do kategorie 19 – 26 let (24,56 %) a do kategorie 41 – 55 let (21,35 %). Nejmenší počet respondentů byl získán od kategorie do 18 let (3,51 %) a starších věkových kategorií 56 – 65 let (8,48 %) a 66 let a více (5,56 %).

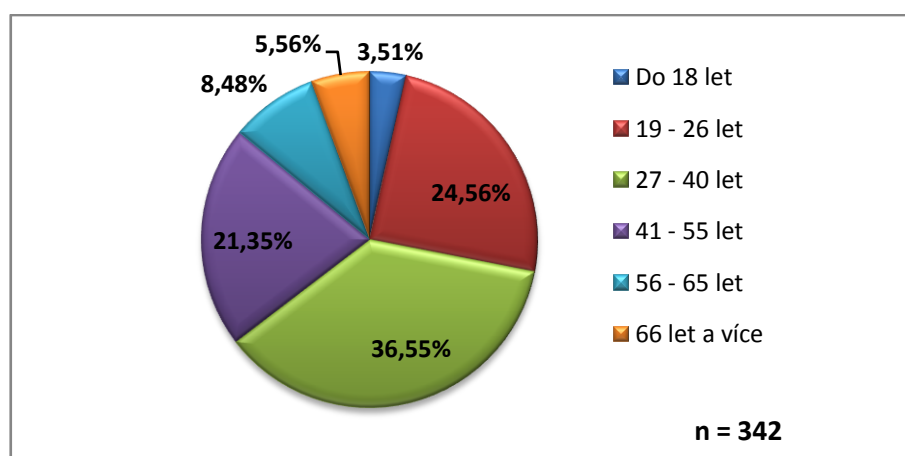
U věkových kategorií 56 + a 66 + bylo problematické oslovit respondenty pomocí online dotazování. I přesto, že bylo dotazování doplněno i osobním dotazováním přímo v Českém Krumlově, kde byli dotazováni především lidé z těchto věkových kategorií, jsou tyto skupiny částečně podhodnoceny, což lze považovat za limit této práce.

Tabulka 29: Věk respondentů

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Do 18 let	12	3,51
19 – 26 let	84	24,56
27 – 40 let	125	36,55
41 – 55 let	73	21,35
56 – 65 let	29	8,48
66 let a více	19	5,56

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 21: Věk respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

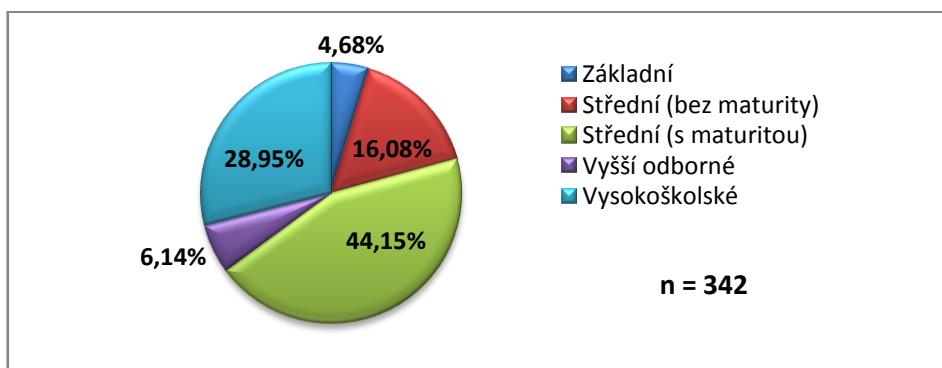
Největší počet rezidentů uvedl, že jejich nejvyšším dosaženým vzděláním je střední s maturitou (44,15 %), dále vysokoškolské (28,95 %) a střední bez maturity (16,08 %). Základní vzdělání uvedlo pouhých 4,68 % a vyšší odborné 6,14 %.

Tabulka 30: Vzdělání respondentů

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Základní	16	4,68
Střední (bez maturity)	55	16,08
Střední (s maturitou)	151	44,15
Vyšší odborné	21	6,14
Vysokoškolské	99	28,95

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 22: Vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

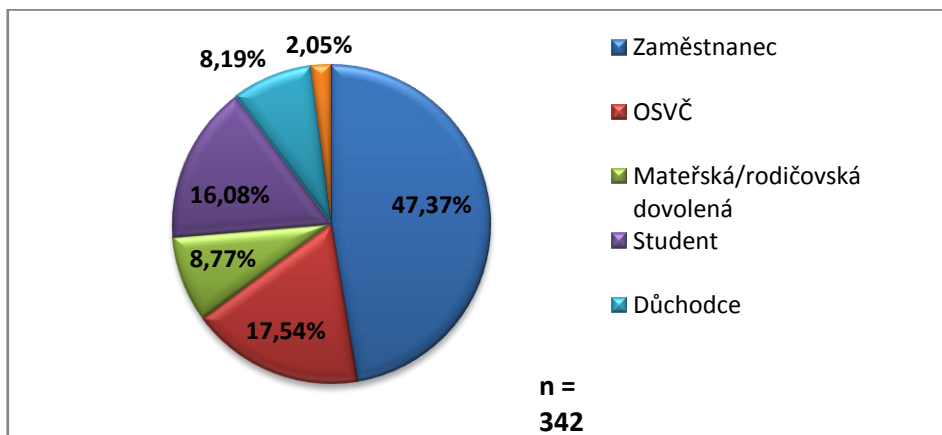
Mezi oslovenými rezidenty byla téměř polovina (47,37 %) zaměstnanci, 60 respondentů (17,54 %) uvedlo jako společenský status OSVČ a 16,08 % (55) byli studenti. Dalších 8,77 % (30) byli respondenti na mateřské/rodičovské dovolené, 8,19 % (28) pak důchodci. Nejméně odpovědí zaznamenala kategorie nezaměstnaný/v domácnosti, kterou uvedlo 2,05 % (7) oslovených rezidentů z Českého Krumlova.

Tabulka 31: Sociální status respondentů

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Zaměstnanec	162	47,37
OSVČ	60	17,54
Mateřská/rodičovská dovolená	30	8,77
Student	55	16,08
Důchodce	28	8,19
Nezaměstnaný/v domácnosti	7	2,05

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 23: Sociální status respondentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

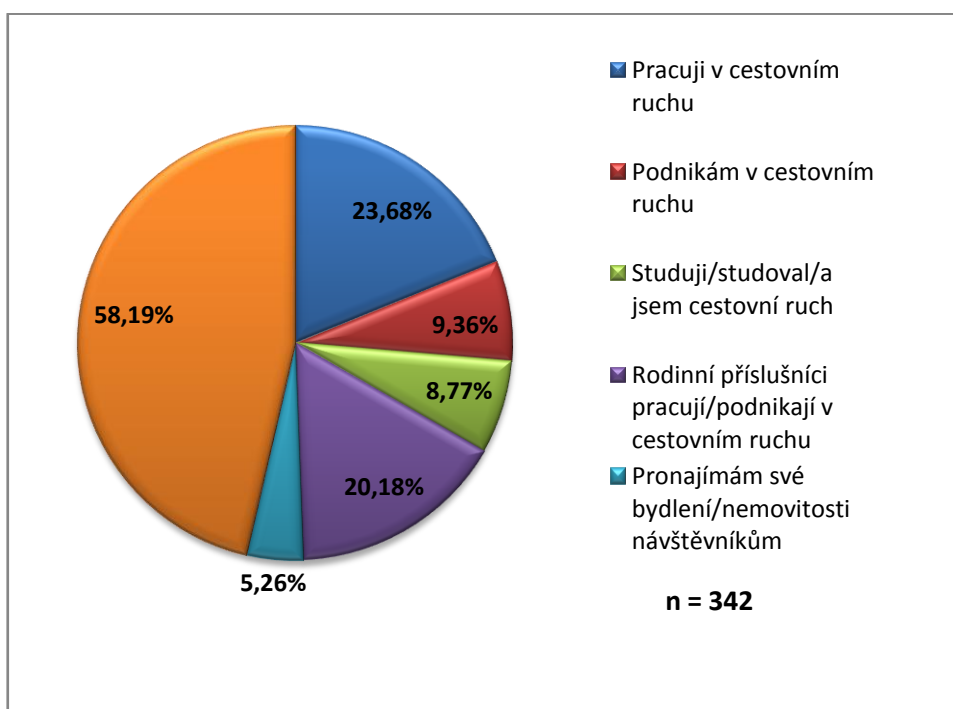
Poslední otázka v dotazníku se zaměřovala na zainteresovanost respondentů v cestovním ruchu. Možnosti, které mohli respondenti zvolit, jsou zaznamenány v tabulce č. 32 a grafu č. 24. Na tuto otázku bylo několik kombinací odpovědí, které byly sečteny a následně vyhodnoceny (respondenti mohli uvést jednu nebo více odpovědí). Největší počet respondentů (58,19 %) nemá žádné vazby k cestovnímu ruchu, ani jeho rodinní příslušníci. Dalších 23,68 % (81) respondentů pracuje v cestovním ruchu, 20,18 % (69) má rodinné příslušníky, kteří pracují nebo podnikají v cestovním ruchu. O něco méně respondentů - 9,36 % (32) podniká v cestovním ruchu a 8,77 % (30) studuje nebo studovalo cestovní ruch. Nejmenší část oslovených - 5,26 % (18), pak pronajímá své bydlení návštěvníkům.

Tabulka 32: Zainteresovanost respondentů v cestovním ruchu

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Pracuji v cestovním ruchu	81	23,68
Podnikám v cestovním ruchu	32	9,36
Studuji/studoval/a jsem cestovní ruch	30	8,77
Rodinní příslušníci pracují/podnikají v cestovním ruchu	69	20,18
Pronajímám své bydlení/nemovitosti návštěvníkům	18	5,26
Žádná z uvedených možností	199	58,19

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 24: Zainterесovanost respondentů v cestovním ruchu



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

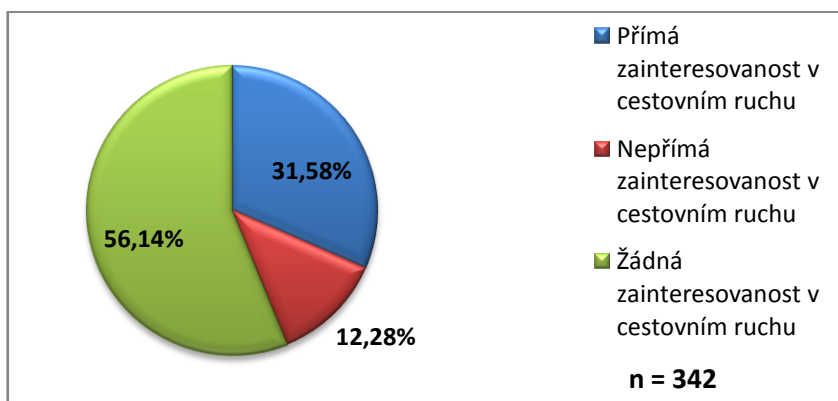
Pro další vyhodnocování jednotlivých otázek byla zainterесovanost respondentů v cestovním ruchu kategorizována. Přímá zainterесovanost zahrnuje respondenty, kteří uvedli ve své odpovědi, že buď pracují, podnikají v cestovním ruchu nebo pronajímají své bydlení návštěvníkům. Nepřímá zainterесovanost zahrnuje odpovědi těch, kteří studovali nebo studují cestovní ruch, nebo jejich rodinní příslušníci pracují nebo podnikají v cestovním ruchu. Žádná zainterесovanost v cestovním ruchu odpovídá těm osloveným rezidentům, kteří v dotazníku u poslední otázky uvedli možnost „žádná z uvedených možností“. Výsledky kategorizace jsou vidět v tabulce č 33 a grafu č. 25.

Tabulka 33: Kategorizace zainterесovanosti respondentů v cestovním ruchu

	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Přímá zainterесovanost v cestovním ruchu	108	31,58
Nepřímá zainterесovanost v cestovním ruchu	42	12,28
Žádná zainterесovanost v cestovním ruchu	192	56,14

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 25: Kategorizace zainteresovanosti respondentů v cestovním ruchu



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

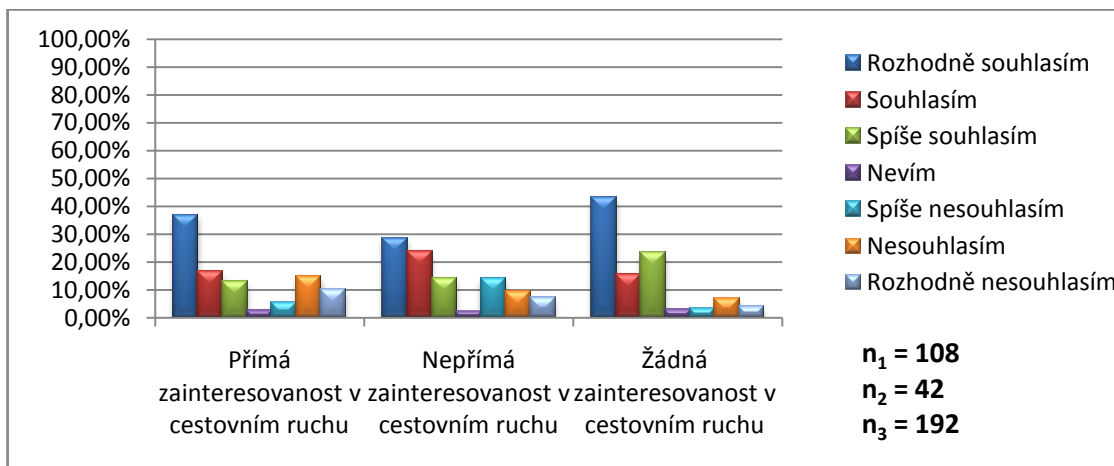
Zainteresovanost respondentů v cestovním ruchu byla zkoumána ve vztahu k tvrzení „Přeplnění města návštěvníky mi vadí“. Nejvíce vadí přeplnění města návštěvníky té kategorii respondentů, kteří nemají žádnou zainteresovanost v cestovním ruchu. Celkem 43,20 % (83) ze 192 respondentů uvedlo, že jim přeplnění města návštěvníky rozhodně vadí. Zajímavé je, že i respondentům, kteří pracují, podnikají v cestovním ruchu nebo pronajímají své bydlení návštěvníkům, přeplnění města z 37 % rozhodně vadí. Výsledky chí-kvadrát testu s hodnotou p-value 0,02235 navíc ukazují na statisticky významný rozdíl mezi jednotlivými skupinami zainteresovanosti vzhledem k iritaci ve vztahu k návštěvníkům města.

Tabulka 34: Vliv zainteresovanosti v cestovním ruchu na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům

Tvrzení: „Připlnění města návštěvníky mi vadí.“	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Přímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 108)	37,00% (40)	16,70% (18)	13,00% (14)	2,80% (3)	5,60% (6)	14,80% (16)	10,20% (11)
Nepřímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 42)	28,60% (12)	23,80% (10)	14,30% (6)	2,40% (1)	14,30% (6)	9,50% (4)	7,10% (3)
Žádná zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 192)	43,20% (83)	15,60% (30)	23,40% (45)	3,10% (6)	3,60% (7)	6,80% (13)	4,20% (8)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 23,698; df = 12; p-value = 0,02235							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 26: Vliv zainteresovanosti v cestovním ruchu na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Další vztah, který byl zjišťován, byl vliv zainteresovanosti respondentů v cestovním ruchu na názor ohledně omezování počtu návštěvníků ve městě. Zajímavé je, že možnost rozhodně souhlasím, u tohoto tvrzení uvedlo 26,90 % respondentů s přímou zainteresovaností v cestovním ruchu, nicméně 21,30 % uvedlo možnost rozhodně nesouhlasím. Respondenti s nepřímou zainteresovaností nejčastěji uvedli možnost rozhodně nesouhlasím (19 %). U kategorie žádná zainteresovanost převažovala odpověď nevím

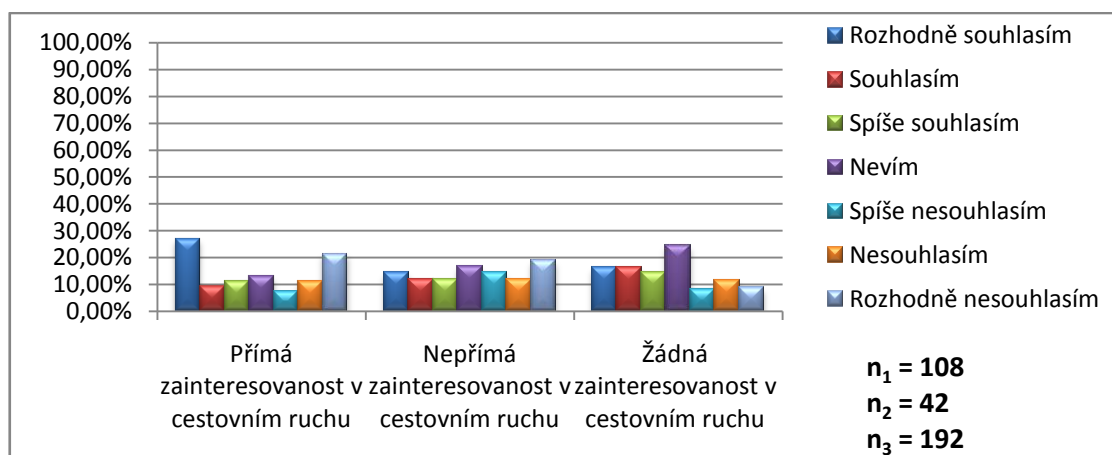
(24,50 %). Mezi jednotlivými skupinami byl prokázán statisticky významný rozdíl (p-value = 0,0275).

Tabulka 35: Názor respondentů na omezování počtu návštěvníků (dle zainteresovanosti v cestovním ruchu)

Tvrzení: <i>„Místní samospráva by měla omezit počet návštěvníků ve městě“</i>	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Přímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 108)	26,90% (29)	9,30% (10)	11,10% (12)	13,00% (14)	7,40% (8)	11,10% (12)	21,30% (23)
Nepřímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 42)	14,30% (6)	11,90% (5)	11,90% (5)	16,70% (7)	14,30% (6)	11,90% (5)	19,00% (8)
Žádná zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 192)	16,10% (31)	16,10% (31)	14,60% (28)	24,50% (47)	8,30% (16)	11,50% (22)	8,90% (17)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 23,027; df = 12; p-value = 0,0275							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 27: Názor respondentů na omezování počtu návštěvníků (dle zainteresovanosti v cestovním ruchu)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Zda situace v cestovním ruchu ovlivňuje respondenty i u voleb do místního zastupitelstva, bylo zjišťováno z pohledu zainteresovanosti respondentů v cestovním ruchu. U

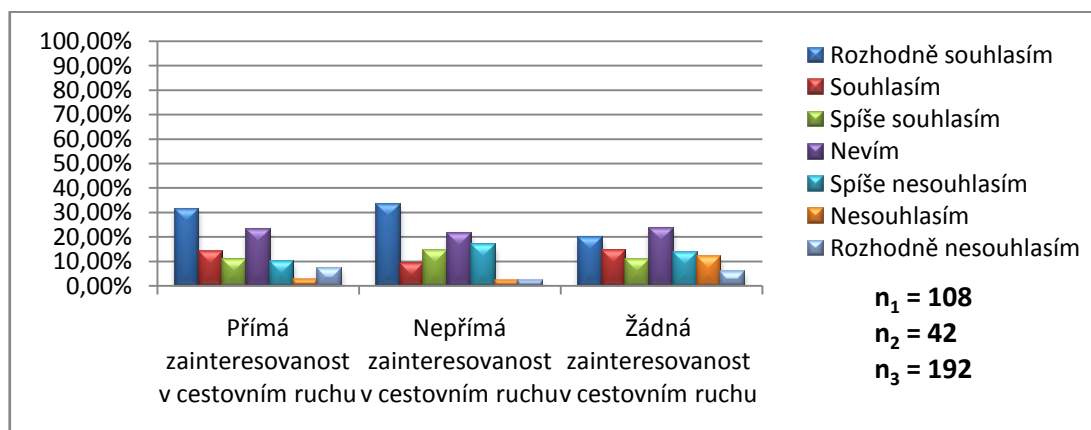
přímé zainteresovanosti nejvíce respondentů rozhodně souhlasí s tím, že jsou situací ovlivněni i u voleb (31,50 %). Stejně tak u nepřímé zainteresovanosti, uvedlo nejvíce oslovených rezidentů možnost rozhodně souhlasím (33,30 %). Respondenti, kteří nemají žádné vazby k cestovnímu ruchu, uvedli nejčastěji možnost nevím (23,40 %). Nebyl prokázán významný statistický rozdíl mezi jednotlivými kategoriemi zainteresovanosti.

Tabulka 36: Vliv situace v cestovním ruchu na volby do místního zastupitelstva (dle zainteresovanosti v CR)

Tvrzení: „Situace v cestovním ruchu ovlivňuje mé rozhodnutí, koho volit do místního zastupitelstva.“	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Přímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 108)	31,50% (34)	13,90% (15)	11,10% (12)	23,10% (25)	10,20% (11)	2,80% (3)	7,40% (8)
Nepřímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 42)	33,30% (14)	9,50% (4)	14,30% (6)	21,40% (9)	16,70% (7)	2,40% (1)	2,40% (1)
Žádná zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 192)	19,80% (38)	14,60% (28)	10,90% (21)	23,40% (45)	13,50% (26)	12,00% (23)	5,70% (11)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 17,804; df = 12; p-value = 0,1218							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 28: Vliv situace v cestovním ruchu na volby do místního zastupitelstva (dle zainteresovanosti v CR)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

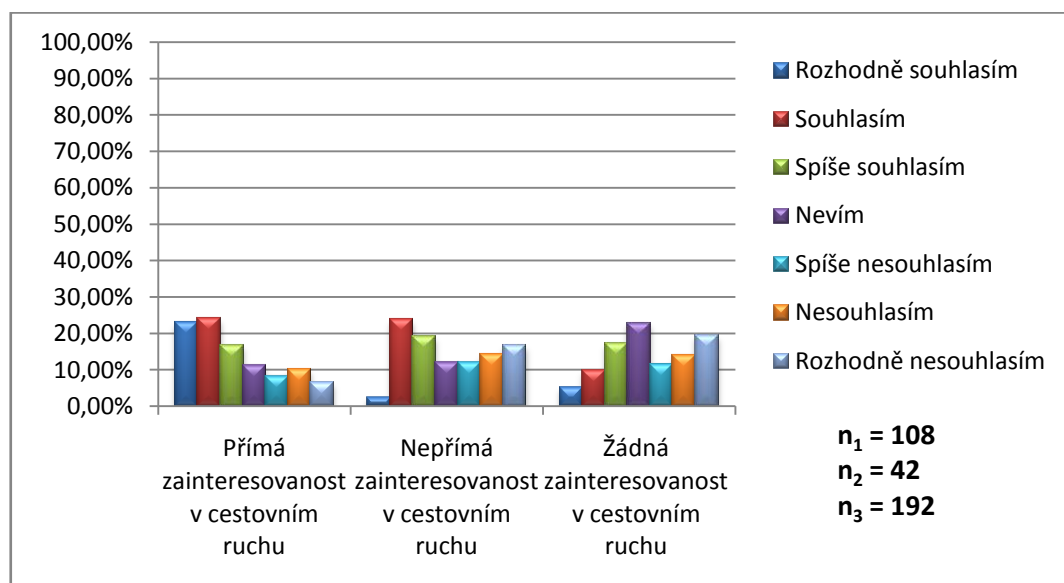
Následující tabulka č. 37 a graf č. 29 znázorňuje vztah mezi zainteresovaností respondentů v cestovním ruchu a jejich názorem na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům. Respondenti přímo zainteresovaní v cestovním ruchu nejčastěji odpověděli, že spíše souhlasí s tím, že by pro ně poskytování soukromého ubytování návštěvníkům mohl být zajímavý přivýdělek (24,10 %). Nepřímo zainteresovaní respondenti také nejčastěji uvedli možnost spíše souhlasím (23,80 %). Nezainteresovaní respondenti v cestovním ruchu nejčastěji uvedli možnost nevím (22,90 %) a dále odpovídali spíše na straně nesouhlasu. Je možné vidět rozdíly mezi zainteresovanými a nezainteresovanými respondenty v cestovním ruchu, což potvrzuje i výsledek chí-kvadrát testu s hodnotou p-value menší než 0,05.

Tabulka 37: Názor na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům (dle zainteresovanosti v CR)

Tvrzení: „Poskytovat soukromé ubytování návštěvníkům města by pro mě mohl být zajímavý přivýdělek“	Rozhodně souhlasím	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Přímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 108)	23,10% (25)	24,10% (26)	16,70% (18)	11,10% (12)	8,30% (9)	10,20% (11)	6,50% (7)
Nepřímá zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 42)	2,40% (1)	23,80% (10)	19,00% (8)	11,90% (5)	11,90% (5)	14,30% (6)	16,70% (7)
Žádná zainteresovanost v cestovním ruchu (n = 192)	5,20% (10)	9,90% (19)	17,20% (33)	22,90% (44)	11,50% (22)	14,10% (27)	19,30% (37)
Pearson's Chi-squared test: X-squared = 50,305; df = 12; p-value = 0,000001235							

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 29: Názor na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům (dle zainteresovanosti v CR)



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

4.3. Syntéza výsledků a poznatků, vyhodnocení hypotéz

4.3.1. Syntéza výsledků a poznatků

V dotazníkovém šetření převládali respondenti, kteří nežijí v centru města a žijí v Českém Krumlově více než 10 let. Většina z dotázaných pak ale pracuje mimo historické centrum města Český Krumlov.

Skoro polovina oslovených respondentů uvedla, že se s návštěvníky města setkává každý den, což souvisí s vysokou intenzitou návštěvnosti města. Statisticky významný rozdíl byl zjištěn i u vztahu mezi bydlištěm respondentů a tím, jak často se setkávají s návštěvníky. Téměř 80 % obyvatel žijících v centru města potkává návštěvníky každý den. Nejvíce respondentů pak uvedlo, že se s návštěvníky setkává nejen o víkendu, ale i v pracovních dnech.

Návštěvnost města je různorodá v jednotlivých měsících, ale přetrvává vysoká intenzita cestovního ruchu. Nejméně vadí rezidentům návštěvnosti v období leden – březen a listopad – prosinec. Samozřejmě největší iritaci vnímají rezidenti vůči návštěvníkům v době hlavní turistické sezóny (červen – září).

Většina oslovených rezidentů je s životem ve městě spokojena (nebyly zjištěny žádné statisticky významné rozdíly ani dle pohlaví ani dle věku). S čím respondenti souhlasili, je fakt, že ve městě je mnoho návštěvníků a jsou důvodem přeplnění města. Většina oslovených obyvatel také uváděla odpovědi vyjadřující souhlas i u tvrzení, že se vyhýbají nejnavštěvovanějším místům ve městě a v době hlavní turistické sezóny (červen – září) se ve městě spíše nezdržují. Přes 75 % respondentů navíc vyjádřilo souhlas s tím, že jim přeplnění města návštěvníky vadí.

Vysoká návštěvnost města má jistý vliv i na infrastrukturu města Český Krumlov. Přes polovinu dotázaných respondentů však uvedlo, že si nemyslí, že by se díky návštěvnosti rozvíjela například dopravní infrastruktura nebo nabídka služeb ve městě. Naopak 78 % rezidentů, kteří vyplnili dotazník, uvedlo odpověď vyjadřující souhlas u tvrzení, že kvůli návštěvnosti je špatná dopravní situace ve městě. Pokud jde o kontakt a komunikaci mezi návštěvníky a rezidenty města, rezidenti odpovídali spíše na škále nesouhlasu než souhlasu. Spíše tedy nevyhledávají kontakt s návštěvníky a často s nimi nekomunikují.

I když dotázaní rezidenti odpovídali, že jim přeplnění města návštěvníky vadí a že s nimi nejsou rádi v kontaktu, většina je pyšná na to, že je město hojně navštěvová-

no. Zároveň nepovažují za velmi důležité, aby město omezovalo počet návštěvníků ve městě (mnoho odpovídajících opět zvolilo možnost nevím, dále mírně převažovaly odpovědi na straně souhlasu). Podobné výsledky měla i otázka týkající se podpory rozvoje cestovního ruchu ze strany místní samosprávy. Většina respondentů je situací v cestovním ruchu ovlivněna i u voleb do místního zastupitelstva. Úplně ovlivněno je pře 25 % oslovených.

Zatím spíše neutrální postoj zaujímají rezidenti ve vztahu k poskytování soukromého ubytování návštěvníkům. U otázek na toto téma, převládala odpověď nevím. Stejně tak rezidenti nevědí, jakým způsobem se díky cestovnímu ruchu zhodnocují jejich nemovitosti. Pokud by poskytoval někdo ubytování v těsné blízkosti rezidentů, spíše by jim to nevadilo.

V otázkách ohledně cenové úrovně ve městě vadí rezidentům, že kvůli návštěvnosti rostou ve městě ceny, i přesto, že většina uvedla, že útrata návštěvníků je důležitá pro místní rozpočet.

Rezidenti města Český Krumlov si uvědomují především přímé viditelné vlivy cestovního ruchu na jejich běžný život (růst cen, dopravní situace apod.). Nepřímé vlivy (např. zhodnocování nemovitostí) si nejsou schopni uvědomit, pokud nejsou zainteresováni v cestovním ruchu.

4.3.2. Vyhodnocení hypotéz

Hypotézu č. 1: „*Rezidenti, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu, vnímají poskytování soukromého ubytování návštěvníkům jako zajímavý přívýdělek, na rozdíl od rezidentů, kteří nejsou v cestovním ruchu zainteresováni.*“, **je možné potvrdit**. Výsledky dotazníkové šetření ukázaly, že respondenti zainteresovaní v cestovním ruchu (přímo i nepřímo), považují poskytování soukromého ubytování návštěvníkům za zajímavý přívýdělek. Kumulace souhlasných odpovědí převažuje jak u přímo (63,9 %), tak nepřímo (45,2 %) zainteresovaných rezidentů v cestovním ruchu. Naopak u nezainteresovaných rezidentů převažuje kumulace nesouhlasných odpovědí (celkem 44,9 %) a také možnost nevím (22,9 %). Statisticky významný rozdíl potvrzuje i chí-kvadrát test s hodnotou p-value menší než 0,05.

Hypotézu č. 2: „*Rezidentům žijícím v centru města vadí přeplnění města návštěvníky více, než rezidentům žijícím mimo něj*“, **není možné potvrdit**. I přesto, že přeplnění města návštěvníky vadí přes 75 % oslovených rezidentů, nebyla potvrzena hypotéza

o vlivu místa bydliště na míru iritace ve vztahu k přeplnění města návštěvníky. Možnost rozhodně souhlasím uvedlo v obou případech přibližně 39 % oslovených. Navíc celkem 10,90 % respondentů, kteří žijí v historickém centru, uvedlo, že jim přeplnění města návštěvníky rozhodně nevadí, zatímco respondentů žijících mimo centrum tuto možnost uvedlo jen 5,40 %. Statisticky významný rozdíl nepotvrdil ani výsledek chí-kvadrát testu s hodnotou p-value 0,6401 (tedy větší než 0,05).

Hypotézu č. 3: „*Rezidentům, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu (přímo či nepřímo), vadí přeplnění města návštěvníky méně, než rezidentům, kteří nejsou v cestovním ruchu vůbec zainteresováni*“, **je možné potvrdit**. Nezainteresovaní respondenti uvedli u tvrzení „Přeplnění města návštěvníky mi vadí“ nejčastěji možnost rozhodně souhlasím (43,20 %) a dále převažovaly možnosti vyjadřující souhlas než nesouhlas. Přímo i nepřímo zainteresovaní respondenti taktéž uvedli nejčastěji možnost rozhodně souhlasím, ale počet odpovědí vyjadřující nesouhlas byl v obou případech vyšší než u nezainteresovaných respondentů. Kumulace nesouhlasných vyjádření u přímo zainteresovaných činila 30,60 %, u nepřímo zainteresovaných 30,9 % a u nezainteresovaných 14,60 %. Kumulace souhlasných odpovědí u přímo zainteresovaných pak činila 66,70 %, stejně tak u nepřímo zainteresovaných a u nezainteresovaných 82,20 %. Statisticky významný rozdíl potvrdil i výsledek chí-kvadrát testu s hodnotou p-value 0,02235 (tedy menší než 0,05). Je tedy možné potvrdit, že rezidentům zainteresovaným v cestovním ruchu vadí návštěvníci méně, než těm, kteří nemají žádné vazby k cestovnímu ruchu.

4.4. Návrhová část

4.4.1. Obecná doporučení

Z výsledků výzkumu je patrné, že rezidenti města se téměř denně setkávají s návštěvníky, zejména o víkendech, ale i v pracovních dnech. Většina z obyvatel města s nimi ale nekomunikuje, a vyhýbá se nejnavštěvovanějším místům ve městě, i přesto, že jsou pyšní na to, že je město hojně navštěvováno. Obyvatelé by se měli více zapojovat do komunikace s návštěvníky a vytvářet jak pro sebe, tak pro ně lepší a přátelštější atmosféru ve městě.

Co se týče komunikace, mělo by i město nadále pokračovat ve zlepšování komunikace mezi místní samosprávou a rezidenty města. Rezidenti by mohli být stále více zapojováni do rozhodování o různých projektech města, které se týkají nejenom cestovního ruchu. Mohlo by to zlepšit vztahy mezi místní samosprávou a obyvatelstvem.

Místní samospráva by také mohla zintenzivnit komunikaci a spolupráci s podniky cestovního ruchu v centru města a částečně zabránit neustálému zvyšování cen, které místní obyvatelstvo vnímá jako jedno z negativ vysoké návštěvnosti města. Místní podnikatelé stanovují své ceny vyšší, neboť předpokládají, že je například zahraniční návštěvníci budou považovat za průměrné. Místní kavárny, restaurace a mnohé jiné podniky v centru města, pak ale odrazují právě místní obyvatelstvo od jejich návštěvy.

Město je nejvíce navštěvováno v období letních měsíců, kdy vysoká návštěvnost i rezidentům nejvíce vadí. V období od prosince do dubna je návštěvnost ve městě nižší a zároveň i rezidenti vnímají návštěvnost lépe. Bylo by vhodné využít právě tohoto období v roce, a zaměřit se na akce a aktivity věnované rezidentům. Ve městě je méně návštěvníků a je zde tedy větší prostor pro aktivity orientované především na obyvatele města, kteří se v mnohých případech neúčastní akcí konaných v hlavní turistické sezóně, neboť na tuto dobu spíše opouštějí město z důvodu přeplnění města návštěvníky.

Vysoká návštěvnost města má významný vliv i na místní infrastrukturu a především dopravní situaci. Z tohoto důvodu je následující část návrhů orientovaná na oblast dopravní infrastruktury s konkrétním návrhem pro zlepšení dopravní situace ve městě se zapojením moderních technologií.

4.4.2. SMART To GO

Koncept Smart city využívá moderních technologií, aby zajistil lepší život pro místní obyvatelstvo a zároveň zvýšil atraktivnost destinace. Město Český Krumlov je město s ideálními předpoklady pro zapojení do tohoto konceptu. Postupně zavádí nové technologie v různých oblastech a snaží se o lepší vztahy mezi návštěvníky a místním obyvatelstvem.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno mnoho zajímavých skutečností ohledně vztahu mezi rezidenty a návštěvníky města. Jednou ze skutečností, která z šetření vyplývá, je to, že místní vnímají vysokou návštěvnost města jako jednu z příčin špatné dopravní situace ve městě. Město již investovalo do zlepšení dopravy tím, že hlavní křižovatku před vjezdem do města změnilo z kruhového objezdu na křižovatku s chytrým světelným systémem, který řídí průjezdnost dle toho, jaká je aktuálně situace v dopravě.

Pro efektivní a chytré řešení dopravy ve městech se nabízí mnoho dalších technologií, které využívají již některá města v České republice (Kolín, Brno, Praha...) nebo v zahraničí. Návrh na zlepšení situace ve městě a zároveň využití moderních technologií by se měl orientovat na zlepšení dopravní situace ve městě, které by mohlo přispět nejen místním obyvatelům, ale i návštěvníkům města k lepší orientaci ve městě, k získání lepších informací ohledně dopravní situace, ale i k úspoře času a peněz. Dále by některé technologie mohly přispět k udržitelnému rozvoji města.

Základní technologií, která by mohla být ve městě Český Krumlov využita, je mobilní aplikace, která zahrnuje několik klíčových oblastí pro efektivní řízení dopravy ve městě. Inspirací může být například aplikace Whim, kterou využívají v Helsinkách ve Finsku. Aplikace slouží pro to, aby obyvatelé města nemuseli využívat své automobily, ale zajistili si své cestování pomocí MHD, taxi, sdílených automobilů nebo kol (Whimapp.com, n. d.).

Navrhovaná aplikace pro město Český Krumlov by měla prozatím 3 základní složky, které by postupem času mohly být doplněny o další moderní technologie zlepšující dopravní situaci ve městě. Tři základní složky by zahrnovaly sekci s informacemi o dopravní situaci, sekci týkající se veřejné dopravy a sekci týkající se parkování, resp. parkovací karty. Do budoucna by mohla být aplikace doplněna o systém chytrého parkování a systém sdílení jízdních kol. Aplikace by byla dostupná ve dvou platformách – iOS a Android.

Obrázek 2: Základní prvky aplikace



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 3: Základní menu aplikace



Zdroj: Vlastní zpracování

Informace o dopravní situaci

V mobilní aplikaci v sekci Informace o dopravní situaci by uživatel našel praktické informace o aktuální dopravní situaci v okolí města i v centru – uzavírky, nehody, kolony apod. Výhodné by bylo i investovat například do kamerového systému, který by mo-

monitoroval nejvíce frekventované úseky dopravy (křižovatka u Porákova mostu apod.) v Českém Krumlově a mobilní aplikace by pak mohla umožňovat přímo náhled na aktuální situaci na daném monitorovaném místě. Další součástí této sekce by byly i informace týkající se uzavírek a dopravních komplikací, které mohou rezidenty nebo i návštěvníky města potkat po cestě do Českého Krumlova. Při kliknutí na dané dopravní omezení, by uživatel aplikace získal podrobné informace o dopravním omezení (místo, čas, doba omezení apod.).

Obrázek 4: Mobilní aplikace - základní návrh pro informace z dopravní situace



Zdroj: Vlastní zpracování

Informace o veřejné dopravě

V sekci informace o veřejné dopravě by uživatel našel informace týkající se městské hromadné dopravy a služeb taxi. Uživatel aplikace by nejprve zvolil, zda chce využít MHD nebo taxi službu.

V kategorii MHD by byly zveřejňovány aktuální informace týkající se spojů hromadné dopravy po městě Český Krumlov (seznam a časy jednotlivých spojů, mapové zobrazení linek...). Uživatel by po zvolení spoje mohl pomocí aplikace nakupovat i jízdenky pro jednotlivé spoje.

Obrázek 5: Mobilní aplikace - základní návrh pro MHD



Zdroj: Vlastní zpracování

Při zvolení možnosti taxi služba by si uživatel vybral druh taxi služby, kterou chce využít a trasu odkud a kam chce jet. Místo odkud a kam by bylo vyhledáváno pomocí GPS navigace. Uživateli by se dále nabídl seznam aktuálně volných vozů taxi služby, které by si mohl objednat nebo rezervovat pro daný čas.

Obrázek 6: Mobilní aplikace - základní návrh pro taxi službu



Zdroj: Vlastní zpracování

Při hledání trasy se uživateli také nabídne nejlepší možná kombinace tras a s tím i vhodný dopravní prostředek (s ohledem na čas a délku trasy). Aplikace by mohla využívat službu Google Maps.

Parkovací karta

V Českém Krumlově je možné využívat výhodnou bodovací kartu pro parkování. Pořízení karty stojí 110 Kč (10 Kč je poplatek za kartu, 100 Kč je hodnota základního kreditu). Bodovací kartu lze využít na všech parkovištích – P1 (Jelenka), P2 (Pod poštou) a P3 (Městský park). Od 10 hodin do 14,30 je možné na kartu parkovat za tarif 2 Kč/h, v době od 14,30 za 35 Kč/h. Odjezd z parkoviště do 40 minut je zdarma. (Město Český Krumlov, © 2006 – 2018).

V sekci Parkovací karta by držitelé bodovací karty mohli hlídat zůstatek své bodovací karty a zároveň si dobíjet její kredit, což je nyní možné pouze na automatických pokladnách na parkovištích P1 až P3. Držitelé by tak měli snadnější přístup k informacím na kartě a snadněji by si dobíjeli i další kredit přes mobil z libovolného místa a ne jen pouze z parkovacích pokladen.

Obrázek 7: Mobilní aplikace - základní návrh pro parkovací kartu



Zdroj: Vlastní zpracování

Chytré parkování

V jiných českých, ale i zahraničních městech funguje již nyní další technologie, která umožňuje lepší řešení dopravní situace nejen místnímu obyvatelstvu.

Například v Kolíně je již v provozu systém chytrého parkování, na který by město Český Krumlov mohlo také postupně navázat. Systém spočívá v umístění senzorů na parkovací místa, která umožňují rozpoznat, zda je místo nad nimi volné nebo obsazené. Vše je propojeno s mobilní aplikací, která zobrazí počet volných míst na daném parkovišti, je přes ni možné zaplatit parkovné a na dálku si prodloužit dobu parkování. Uživatelům osobních automobilů tak chytré parkování šetří čas při hledání místa pro parkování i při placení lístků za ně (Lupa.cz, 2017).

V případě Českého Krumlova by systém mohl být dále propojen s již zavedenou bodovou kartou pro parkování a výše navrhovanou aplikací. Chytré parkování by bylo vhodné umístit na parkovištích P1, P2 a P3, popřípadě v některých částech krumlovského sídliště.

Systém sdílení jízdních kol

Poslední částí, která by dále mohla být zahrnuta do mobilní aplikace, je systém sdílení kol, který také funguje už v řadě českých měst.

Principem je sdílení jízdních kol, které jsou umístěny v klasických stojanech na kola v různých částech města. Uživatel si stáhne mobilní aplikaci, kam zadá kód kola, které si chce vypůjčit. Automaticky mu jako odpověď přijde kód, kterým odemkne dané kolo a může ho využívat pro cestování po městě. Jízda je do určité doby zdarma, popřípadě za malý poplatek. Pokud chce uživatel kolo zaparkovat, využije vhodné místo pro jeho parkování (stojan na kola apod.). Jedná se o efektivní způsob dopravy v centru, kdy lidé navíc šetří životní prostředí a dělají něco pro své zdraví (Rekola.cz, n. d.).

Systém funguje například v Českých Budějovicích, kde využívají systém růžových kol Rekola. Pro mnohé občany města Český Krumlov by systém sdílení kol ušetřil čas v době dopravní špičky, když se potřebují dostat například do centra města.

V Českém Krumlově by tedy mohl vzniknout systém chytrého řízení dopravy, který by byl užitečný jak pro místní obyvatelstvo, tak pro návštěvníky města. Vše by bylo integrováno do jedné mobilní aplikace (SMART To GO), kterou by uživatel mohl využít pro získání informací o dopravě v okolí města i v centru, pro získání informací a nákup jízdenek veřejné dopravy (MHD a taxi služba), pro vyhledání volných parkovacích míst, placení parkovného a zjištění stavu parkovací karty a do budoucna i pro zapůjčení sdílených kol. Vznikl by tak jednotný a ucelený systém, který by zpřehlednil

možnosti dopravy a ušetřil uživatelům čas v mnoha směrech díky využití nových smart technologií, které zároveň umožňují udržitelný rozvoj města.

Obrázek 8: Schéma systému SMART To GO



Zdroj: Vlastní zpracování

Jelikož se nejedná o malé investice, mohlo by město Český Krumlov využít aplikaci City Barometer (kterou nově využilo v hlasování participativního rozpočtu) k tomu, aby zjistilo, o jaké části nebo způsoby zlepšení v dopravě by měli obyvatelé města zájem. Město by se tak mohlo efektivně rozhodnout, do jakých oblastí v řízení dopravy investovat peníze. I hlasování pomocí City Barometru s sebou však nese určitá rizika. Obyvatelé města si mohou odhlasovat projekt, který není reálný z hlediska rozpočtu města nebo nákladů na údržbu apod.

5. Závěr

Hlavním cílem práce bylo aplikovat zásady udržitelnosti a odpovědnosti v destinacích cestovního ruchu s konceptem Smart Cities a Smart Regions a využití moderních metod a trendů pro rozvoj destinace cestovního ruchu. V práci byly tyto cíle aplikovány na destinaci Český Krumlov. Český Krumlov postupně podniká kroky, které směřují ke konceptu Smart City (zavádění nových metod a technologií, zpracování analýzy vyspělosti města v oblasti Smart City apod.), proto je vhodné využít potenciál města pro rozvoj konceptu chytrého města.

Významný vliv na destinaci cestovního ruchu má i místní obyvatelstvo. V Českém Krumlově je velmi vysoká návštěvnost během celého roku, což může způsobovat negativní vlivy na rezidenty města. V diplomové práci byl nejdříve vypracován literární přehled, kde byly vysvětleny pojmy související s odpovědným a udržitelným cestovním ruchem a dále s konceptem Smart City a Smart Destination. Následně byla krátce charakterizována destinace Český Krumlov a provedeno dotazníkové šetření zaměřené na vztahy mezi rezidenty města Český Krumlov a jeho návštěvníky.

Na začátku práce byly stanoveny i tři pracovní hypotézy, které byly na základě výsledků dotazníkového šetření vyhodnoceny. Hypotéza č. 1: *„Rezidenti, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu, vnímají poskytování soukromého ubytování návštěvníkům jako zajímavý přivýdělek, na rozdíl od rezidentů, kteří nejsou v cestovním ruchu zainteresováni.“*, byla na základě výsledků dotazníkového šetření potvrzena. Zainteresovaní rezidenti v cestovním ruchu (přímo i nepřímo) dle výsledků dotazníkového šetření vnímají poskytování soukromého ubytování návštěvníkům jako zajímavý přivýdělek, na rozdíl od nezainteresovaných rezidentů, kteří s tímto tvrzením převážně nesouhlasili. Druhá hypotéza: *„Rezidentům žijícím v centru města vadí přeplnění města návštěvníky více, než rezidentům žijícím mimo něj“*, nebylo možné potvrdit. Nebyl prokázán statisticky významný rozdíl mezi respondenty, kteří žijí v centru města, a kteří mimo něj. Poslední hypotézu: *„Rezidentům, kteří jsou zainteresováni v cestovním ruchu, vadí přeplnění města návštěvníky méně, než rezidentům, kteří nejsou v cestovním ruchu zainteresováni“*, bylo možné potvrdit. Dle výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že respondentům, kteří jsou přímo či nepřímo zainteresováni v cestovním ruchu, vadí návštěvníci opravdu méně, než těm, kteří nemají žádné vazby k cestovnímu ruchu. U této hypotézy byl potvrzen i statisticky významný rozdíl mezi jednotlivými skupinami zainteresovanosti v cestovním ruchu u respondentů.

Na základě výzkumu byla zpracována návrhová část práce, která řeší konkrétní aplikaci zásad udržitelnosti a odpovědnosti v destinacích cestovního ruchu s konceptem Smart Cities. Dotazníkové šetření ukázalo, že rezidenti vnímají návštěvníky i jako jednu z příčin špatné dopravní situace ve městě. Návrhy jsou proto zaměřeny na vývoj nových smart technologií v dopravě. Chytré, moderní a udržitelné řízení dopravy v destinaci je jednou z důležitých součástí konceptu Smart City. Návrhy směřují k vytvoření uceleného systému řízení dopravy, které by mohlo být užitečné jak návštěvníkům města, tak jeho obyvatelům.

I. Summary and keywords

The main aim of the work was to apply the principles of sustainability and responsibility in the tourist destinations with the concept of Smart cities and Smart Regions and the use of modern methods and trends for the development of tourism in the tourist destination.

Residents have a significant influence on the tourist destination. In Český Krumlov, there is very high attendance during the whole year, which can cause negative influences on the city's residents. The first step of this thesis was literary overview, explaining the terms and concepts of responsible and sustainable tourism, as well as Smart City and Smart Destinations. Afterwards was characterized the destination of Český Krumlov and a survey focused on relations between residents of Český Krumlov and its visitors was carried out.

At the beginning of the thesis, three working hypotheses were determined, which were then evaluated on the basis of the results of the survey. Hypothesis 1: *“Residents who are interested in tourism, consider private accommodation for visitors as an interesting income, unlike residents who are not interested in tourism”*, based on the survey results was this hypothesis confirmed. Residents who are interested in tourism perceive the provision of private accommodation for visitors as an interesting income, unlike the non-interested residents who mostly disagree with this claim. The second hypothesis: *“Overcrowding the city by visitors bothers residents, who live in the center more, compared to residents who live outside the center”*, could not be confirmed. There was no statistically significant difference between respondents who live in the city center and who live outside the center. The last hypothesis: *“Overcrowding the city by visitors, bothers residents who are interested in tourism less, compared to the residents who are not interested in tourism”*, could be confirmed according to the results of the survey. Statistically significant difference between the different groups of stakeholders in tourism was also confirmed.

According to the results of the practical part of the diploma thesis, the suggestion part was made. The survey showed that residents perceive visitors as one of the reasons for the poor traffic situation in the city. For this reason, the suggestions are focused on the development of new smart technologies in transport. Smart, modern and sustainable traffic management in the destination is one of the important components of the Smart

City concept. The aim of the suggestion part is to create comprehensive traffic management system that could be useful for visitors of the city and for residents too.

Klíčová slova: Udržitelný cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch, Smart city, Smart destinace, rezident, iritace

Keywords: Sustainable tourism, responsible tourism, Smart city, Smart Destination, resident, irritation

II. Seznam použitých zdrojů

- Buonincontri, P., & Micera, R. (2016). *The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations*. Springer
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing
- Kolektiv Konsorcia SPROR Plus. (2007). *Cestovní ruch a udržitelný rozvoj*. Praha: MMR
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing
- Leslie, D. (2012). *Responsible Tourism – Concepts, Theory and Practise*. Oxfordshire: CABI
- Manente, M, Minghetti, V., & Mingotto, E. (2014). *Responsible Tourism and CSR: Assessment Systems for Sustainable Development of SMEs in Tourism*. Springer
- McClellan, S., Jimenez, J., A., & Koutitas, G. (2017). *Smart Cities: Applications, Technologies, Standards, and Driving Factors*. Springer.
- Ministerstvo pro místní rozvoj. (2015). *Metodika konceptu inteligentních měst*. Brno: MMR
- Musil, M., Dušáková, K., Luštický, M. & Voráček, J. (2008). *Potenciál a zatížení oblasti cestovním ruchem v souvislosti s ochranou životního prostředí (oponovaná výzkumná zpráva)*. Jindřichův Hradec: VŠE, Fakulta managementu v Jindřichově Hradci.
- Novacká, L. (2013). *Cestovní ruch, udržateľnosť a zodpovednosť na medzinárodnom trhu*. Bratislava: Ekonóm
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada
- Parmová, D., Dvořák, V., & Frková, I. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení Chance in nature - local action group : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta
- Pásková, M. (2014). *Udržitelnost cestovního ruchu*. Univerzita Hradec Králové: Gaudeamus

Peris-Ortiz, M., Bennett, & D., R., Yábar, D. P-B. (2016). *Sustainable Smart Cities: Creating Spaces for Technological, Social and Business Development*. Springer

Reisinger, Y. (2013). *Transformational Tourism – Tourist Perspectives*. Oxfordshire: CABI

Šimková, E. (2013). *Sustainability in tourism and rural areas: monogram*. Hradec Králové: Gaudeamus

Travis, A., S. (2011). *Planning for Tourism, Leisure and Sustainability*. Oxfordshire: CABI

Tussyadiah, I., & Inversini, A. (2015). *Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3 - 6, 2015*. Springer.

Zelenka, J., & Kysela, J. (2013). *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. Univerzita Hradec Králové: Gaudeamus

Zelenka, J., Pechanec, V., Bureš, V., Čech, P., & Ponce, D. (2008). *E- tourism v oblasti cestovního ruchu*. Praha: MMR

Zelenka, J., Těšitel, J., Pásková, M., & Kušová, D. (2013). *Udržitelný cestovní ruch – management cestovního ruchu v chráněných územích*. Hradec Králové: Gaudeamus

Internetové zdroje:

Aktuálně.cz (2018). *Tady máte mzdu a jděte do toho domu bydlet. Kateřina Šedá zkusí vrátit do Krumlova běžný život*. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/kultura/umeni/tady-mate-mzdu-a-jdete-do-toho-domu-bydlet-katerina-seda-zko/r~d6b8b0942c3811e8a79a0cc47ab5f122/?redirected=1522244511>

Budejckadrba.cz. (2018). *Město Český Krumlov vyzívá obyvatele k nahlášení závad pomocí mobilní aplikace*. Dostupné z: <https://www.budejckadrba.cz/zpravy/spolecnost/18286-mesto-cesky-krumlov-vyzyva-obyvatele-k-nahlaseni-zavad-pomoci-mobilni-aplikace.html>

Česká televize. (2018). *Český Krumlov zaplatí obyvatelům za normální život. Chce jít příkladem Benátkám*. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/2425429-cesky-krumlov-zaplati-obyvatelum-za-normalni-zivot-chce-jit-prikladem-benatkam>

České dědictví UNESCO. (n.d.). *Český Krumlov – představení*. Dostupné z: <http://www.unesco-czech.cz/cesky-krumlov/predstaveni/>

Českokrumlovský deník.cz. (2017). *Skončí výlety autem do centra Krumlova*. Dostupné z: https://ceskokrumlovsky.denik.cz/zpravy_region/skonci-vylety-autem-do-centra-krumlova-20170616.html

Český Krumlov – City Barometer. (n. d.). *Dejte Českému Krumlovu vědět, co si myslíte*. Dostupné z: <https://ceskykrumlov.citybarometer.cz/>

Český rozhlas – České Budějovice. (2018). *Poškozené lavičky, výmoly, nefunkční semaforey. Krumlov využívá aplikaci Dej tip*. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/cb/zpravodajstvi/_zprava/poskozene-lavicky-vymoly-nefunkcni-semaforey-krumlov-vyuziva-aplikaci-dej-tip--1784334

Český statistický úřad. (2018). *Český Krumlov – demografický vývoj*. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31548&u=__VUZEMI__43__545392#

Český statistický úřad. (2018). *Český Krumlov – vybrané údaje za obec*. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=__VUZEMI__43__545392#

Český statistický úřad. (2018). *Vlastní tabulka z VDB*. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#k=5&pvokc=43&uroven=70&w=>

Garau-Vadell, J., B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2016). *Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destination*. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X16302086>

Hotely.cz (© 2018). *Český Krumlov – informace o městě*. Dostupné z: <https://www.hotely.cz/cesky-krumlov/mesto/>

iDNES.cz (2018). *Běžný život budou v centru Krumlova předvádět brigádníci, za plat i byt*. Dostupné z: https://budejovice.idnes.cz/centrum-cesky-krumlov-projekt-unes-co-normalni-lide-bydlet-brigada-mzda-1aa-/budejovice-zpravy.aspx?c=A180327_100624_budejovice-zpravy_khr

iDNES.cz. (2017). *Krumlov zpoplatní vjezd turistických autobusů, možná i vstup do centra*. Dostupné z: <https://budejovice.idnes.cz/cesky-krumlov-autobusy-zpoplatneni->

vjezdu-vstup-do-mesta-pa3-/budejovice-zpravy.aspx?c=A171205_103804_budejovice-zpravy_epkub

iDNES.cz. (2017). *Průjezd Krumlovem by mohly zrychlit semafore místo kruhových objezdů*. Dostupné z: https://budejovice.idnes.cz/cesky-krumlov-doprava-krizovatka-kruhovy-objezd-semafore-pa6-/budejovice-zpravy.aspx?c=A171023_130521_budejovice-zpravy_khr

Krumlovaci.cz (© 2018). Kontakt – úvodní slovo vydavatele. Dostupné z: <http://krumlovaci.cz/stranka/4/kontakt>

Krumlovsobě.cz. (n. d.). *Projekty participativního rozpočtu*. Dostupné z: <http://www.krumlovsobe.cz/cz/projekty/>

Lupa.cz. (2017). *Kolín: Jak funguje chytré parkování se senzory? Dopad na dopravu se těžko hodnotí*. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/internet-veci-prukopnici-myty-praxe-kolin-parkovani/?ic=gallery-header&icc=backlink?ic=gallery-header&icc=backlink>

McMahon, E. (2015). Ten Principles for Responsible Tourism. Dostupné z: <http://www.vailhomeowners.com/Ten%20Principles%20for%20Responsible%20Tourism%20ULI%20%20081015.pdf>

Město Český Krumlov. (© 2006 – 2018). *Parkování ve městě*. Dostupné z: http://www.ckrumlov.info/docs/cz/doprava_parking1.xml

Město Český Krumlov. (2018). *Krátké zprávy z jednání Rady města*. Dostupné z: http://obcan.ckrumlov.info/docs/cz/20180209_Kratke_zpravy_leden2.xml

Poznáváme svět. (2011). *Český Krumlov*. Dostupné z: http://www.poznavamesvet.cz/cesky_krumlov.html

Rekola.cz. (n. d.). *Jak to funguje?* Dostupné z: <https://www.rekola.cz/jak-to-funguje>

Sokhanvar, A., Çiftçioğlu, S. & Javid, E. (2018). *Another look at tourism-economic development nexus*. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221197361830031X>

UNES-CO.cz. (2018). *Práce snů přímo v srdci Českého Krumlova*. Dostupné z: <http://unes-co.cz/>

VisitCeskyKrumlov.cz (© 2008 – 2018). *Český Krumlov*. Dostupné z: <https://www.visitceskykrumlov.cz/>

Whim.com. (n. d.). *Travel smarter*. Dostupné z: <https://whimapp.com/>

III. Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulka 1: Počet HUZ, pokojů a lůžek v Českém Krumlově	33
Tabulka 2: Počet HUZ v Českém Krumlově (dle kategorií) pro rok 2016.....	34
Tabulka 3: Počet hostů, přenocování a průměrného počtu přenocování v Českém Krumlově	34
Tabulka 4: Počet obyvatel Českého Krumlova.....	35
Tabulka 5: Obyvatelstvo ČR dle věkových skupin	35
Tabulka 6: Přírůstek (úbytek) obyvatelstva vlivem stěhování.....	36
Tabulka 7: Interpretace Defertovy funkce	37
Tabulka 8: Výpočet Defertovy funkce a intenzity cestovního ruchu pro ČR	37
Tabulka 9: Trvalé bydliště v Českém Krumlově	41
Tabulka 10: Místo bydliště v Českém Krumlově	42
Tabulka 11: Doba trvalého pobytu v ČR.....	42
Tabulka 12: Pracoviště v centru města ČR.....	43
Tabulka 13: Vztah mezi místem bydliště a pracoviště respondentů.....	44
Tabulka 14: Frekvence setkávání s návštěvníky.....	45
Tabulka 15: Frekvence setkávání obyvatel s návštěvníky (dle místa bydliště).....	45
Tabulka 16: Frekvence setkávání rezidentů s návštěvníky dle dnů.....	46
Tabulka 17: Míra iritace rezidentů ve vztahu k návštěvníkům dle měsíce.....	47
Tabulka 18: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (1-3).....	49
Tabulka 19: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle pohlaví).....	50
Tabulka 20: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle věku).....	51
Tabulka 21: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (4-6).....	52
Tabulka 22: Vliv místa bydliště na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům	53
Tabulka 23: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (7-9).....	54
Tabulka 24: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (10-12).....	56
Tabulka 25: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (13-15).....	57
Tabulka 26: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (16-18).....	59
Tabulka 27: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (19-21).....	60
Tabulka 28: Pohlaví respondentů	61
Tabulka 29: Věk respondentů	62
Tabulka 30: Vzdělání respondentů	62
Tabulka 31: Sociální status respondentů	63
Tabulka 32: Zainteresanost respondentů v cestovním ruchu.....	64
Tabulka 33: Kategorizace zainteresanosti respondentů v cestovním ruchu	65
Tabulka 34: Vliv zainteresanosti v cestovním ruchu na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům	67
Tabulka 35: Názor respondentů na omezování počtu návštěvníků (dle zainteresanosti v cestovním ruchu).....	68
Tabulka 36: Vliv situace v cestovním ruchu na volby do místního zastupitelstva (dle zainteresanosti v ČR).....	69

Tabulka 37: Názor na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům (dle zainteresovanosti v CR)	70
Graf 1: Trvalé bydliště v Českém Krumlově.....	41
Graf 2: Místo bydliště v Českém Krumlově.....	42
Graf 3: Doba trvalého pobytu v ČR.....	43
Graf 4: Pracoviště v centru města ČR	43
Graf 5: Vztah mezi místem bydliště a pracovištěm respondentů	44
Graf 6: Frekvence setkávání s návštěvníky	45
Graf 7: Frekvence setkávání obyvatel s návštěvníky (dle místa bydliště).....	46
Graf 8: Frekvence setkávání rezidentů s návštěvníky dle dnů.....	46
Graf 9: Míra iritace rezidentů ve vztahu k návštěvníkům dle měsíce	47
Graf 10: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (1-3).	49
Graf 11: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle pohlaví)	50
Graf 12: Spokojenost obyvatel s životem ve městě (dle věku).....	51
Graf 13: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (4-6).	52
Graf 14: Vliv místa bydliště na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům.....	53
Graf 15: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (7-9).	55
Graf 16: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (10-12).	56
Graf 17: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (13-15).	58
Graf 18: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (16-18).	59
Graf 19: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými tvrzeními (19-21).	61
Graf 20: Pohlaví respondentů	61
Graf 21: Věk respondentů.....	62
Graf 22: Vzdělání respondentů	63
Graf 23: Sociální status respondentů	63
Graf 24: Zainteresovanost respondentů v cestovním ruchu.....	65
Graf 25: Kategorizace zainteresovanosti respondentů v cestovním ruchu	66
Graf 26: Vliv zainteresovanosti v cestovním ruchu na iritaci rezidentů ve vztahu k návštěvníkům	67
Graf 27: Názor respondentů na omezování počtu návštěvníků (dle zainteresovanosti v cestovním ruchu).....	68
Graf 28: Vliv situace v cestovním ruchu na volby do místního zastupitelstva (dle zainteresovanosti v CR)	69
Graf 29: Názor na poskytování soukromého ubytování návštěvníkům (dle zainteresovanosti v CR)	71
Obrázek 1: 16 komponent inteligentního města	28
Obrázek 2: Základní prvky aplikace	77
Obrázek 3: Základní menu aplikace	77
Obrázek 4: Mobilní aplikace - základní návrh pro informace z dopravní situace	78
Obrázek 5: Mobilní aplikace - základní návrh pro MHD	79

Obrázek 6: Mobilní aplikace - základní návrh pro taxi službu.....	79
Obrázek 7: Mobilní aplikace - základní návrh pro parkovací kartu	80
Obrázek 8: Schéma systému SMART To GO	82

IV. Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník	96
-----------------------------	----

V. Přílohy

Příloha č. 1 Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Barbora Valtrová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci své diplomové práce na téma Udržitelný a odpovědný cestovní ruch ve Smart destinaci zpracovávám výzkum, který se týká vztahu mezi rezidenty a návštěvníky města Český Krumlov. Vyplnění dotazníku Vám zabere přibližně 5-7 minut, je zcela anonymní a slouží pouze pro účely diplomové práce a projektu zpracovávaného Ekonomickou fakultou Jihočeské univerzity.

Děkuji za Vaši laskavost a věnovaný čas.

** Povinné pole*

1. Je místo Vašeho trvalého pobytu v Českém Krumlově? *

- Ano
- Ne

(Pokud jste na otázku odpověděli Ne, prosím, nevyplňujte dále dotazník.)

2. Kde v Českém Krumlově bydlíte? *

- V historickém centru města
- Mimo historické centrum

3. Jak dlouho v Českém Krumlově bydlíte? *

- Méně než 1 rok
- 1 – 5 let
- 6 – 10 let
- Více než 10 let

4. Pracujete v historickém centru města Český Krumlov? *

- Ano
- Ne

5. Jak často se setkáváte s návštěvníky? *

- Každý den
- Několikrát do týdne
- Několikrát do měsíce
- Méně často

6. Ve které dny se nejčastěji setkáváte s návštěvníky? *

- O víkendu
- V pracovních dnech
- O víkendu i v pracovních dnech
- Nesetkávám se

7. Do jaké míry Vám osobně vadí návštěvníci ve městě v jednotlivých měsících roku?

(Prosím, vyberte jednu odpověď u každého měsíce.) *

Označte jen jednu možnost na každém řádku.

	Vůbec	Částečně	Velmi
Leden			
Únor			
Březen			
Duben			
Květen			
Červen			
Červenec			
Srpen			
Září			
Říjen			
Listopad			
Prosinec			

8. Prosím, označte, do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními.

Označte jen jednu možnost na každém řádku

8.1 S životem ve městě jsem spokojen/a.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.2 Historické centrum města navštěvuji pravidelně několikrát týdně.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.3 Ve městě je příliš mnoho návštěvníků a jsou důvodem přeplnění města

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.4 Vyhýbám se nejnavštěvovanějším místům ve městě

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.5 V době hlavní turistické sezóny (červen - září) se ve městě spíše nezdržuji.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.6 Přeplnění města návštěvníky mi vadí.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.7 Návštěvníci ničí přírodní a kulturní hodnoty města.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.8 Díky návštěvnosti se rozvíjí dopravní infrastruktura ve městě.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.9 Kvůli návštěvníkům je špatná dopravní situace ve městě.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.10 Díky návštěvnosti se rozvíjí nabídka služeb ve městě.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.11 Jsem rád/a v kontaktu s návštěvníky města.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.12 Často komunikuji s návštěvníky města.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.13 Jsem pyšný/á na to, že je město hojně navštěvováno.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.14 Poskytovat soukromé ubytování návštěvníkům města by pro mě mohl být zajímavý přivýdělek.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.15 Vadilo by mi, kdyby někdo poskytoval soukromé ubytování turistům v těsném sousedství mého bydliště.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.16 Vadí mi, že kvůli vysoké návštěvnosti ve městě rostou ceny.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.17 Útrata návštěvníků je důležitá pro místní rozpočet.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.18 Myslím si, že rozvojem cestovního ruchu ve městě se zhodnocují moje nemovitosti.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.19 Místní samospráva by měla omezit počet návštěvníků ve městě.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.20 Místní samospráva by měla podporovat rozvoj cestovního ruchu.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

8.21 Situace v cestovním ruchu ovlivňuje mé rozhodnutí, koho volit do místního zastupitelstva.

<i>Rozhodně souhlasím</i>	<i>Souhlasím</i>	<i>Spíše souhlasím</i>	<i>Nevím</i>	<i>Spíše nesouhlasím</i>	<i>Nesouhlasím</i>	<i>Rozhodně nesouhlasím</i>
---------------------------	------------------	------------------------	--------------	--------------------------	--------------------	-----------------------------

9. Jste *

- Muž
- Žena

10. Jaký je Váš věk? *

- Do 18 let
- 19 – 26 let
- 27 – 40 let
- 41 – 55 let
- 56 – 65 let
- 66 let a více

11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

- Základní
- Střední (bez maturity)
- Střední (s maturitou)
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

12. Váš společenský status *

- Zaměstnanec
- OSVČ
- Mateřská / rodičovská dovolená
- Student
- Důchodce
- Nezaměstnaný / v domácnosti

13. Vyberte z následujících možností (možné i více odpovědí) *

- Pracuji v cestovním ruchu
- Podnikám v cestovním ruchu
- Studuji/studoval/a jsem cestovní ruch
- Rodinní příslušníci pracují/podnikají v cestovním ruchu
- Pronajímám své bydlení/nemovitosti návštěvníkům
- Žádná z uvedených možností