

Česká zemědělská univerzita v Praze

Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů

Katedra botaniky a fyziologie rostlin



Dopady turismu na rozvoj venkova

Diplomová práce

Bc. Barbora Havlíčková

Program studia: Zemědělství a rozvoj venkova

Specializace: Rozvoj venkovského prostoru

Vedoucí práce: RNDr. Milan Skalický, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Dopady turismu na rozvoj venkova" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 14. 4. 2024

Poděkování

Tímto bych velmi ráda poděkovala vedoucímu práce RNDr. Milanovi Skalickému, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení, ochotu a vstřícný přístup.

Dopady turismu na rozvoj venkova

Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumala dopady turismu na rozvoj venkovských oblastí ve dvou specifických lokalitách – Jesenice u Rakovníka a Křivoklát. Teoretická část práce analyzovala tuto problematiku prostřednictvím rešerše odborných literárních zdrojů s cílem definovat teoretická východiska se zaměřením na vztah mezi cestovním ruchem a rozvojem venkova.

Praktická část práce se nejdříve zaměřovala na důkladné zkoumání vybraných destinací založeném na průzkumu veřejně dostupných dat, na základě kterých byla definována úroveň cestovního ruchu. Z indikátorů intenzity cestovního ruchu vyplývá značné přetížení lokality Křivoklát a naopak nedostatečné vytižení lokality Jesenice. Například indikátor míra turistické penetrace říká, že v Jesenicích se denně nachází pouze 8 turistů a na Křivoklátě 102 turistů na 100 obyvatel. Dále byl v rámci praktické části proveden kombinovaný výzkum. Součástí tohoto výzkumu bylo dotazníkové šetření určené residentům a turistům, které zkoumalo úroveň spokojenosti respondentů v obou venkovských lokalitách. Bylo zjištěno, že 65 % jesenických obyvatel je spokojeno s turismem, kdežto na Křivoklátě pouze 41 % obyvatel. Pro doplnění komplexnosti kombinovaného výzkumu byly využity strukturované rozhovory se starosty obou destinací. Tyto informace poskytují ucelený pohled a přispívají k lepšímu pochopení dané problematiky.

V rámci práce byly stanoveny hypotézy, které byly následně na základě získaných dat a poznatků statisticky vyhodnoceny. První hypotéza došla k závěru, že v obou obcích jsou méně spokojeni s turismem starší obyvatelé ve věku od 41 let. V rámci druhé hypotézy bylo prokázáno, že turisté jsou více spokojeni v destinaci Jesenice, kterou hodnotí 8,36 body, než v destinaci Křivoklát, který získal 6,45 bodů z celkových 10. Třetí hypotéza poukázala na skutečnost, že vyšší míra zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu má pozitivní vliv na spokojenost turistů s danými službami, přičemž jeseničtí residenté jsou více angažováni do služeb cestovního ruchu a turisté jsou s nimi více spokojeni.

Na základě komparace získaných dat byla závěrem práce pro každou destinaci navržena tři efektivní opatření, která by mohla vést k rozvoji venkova v oblasti cestovního ruchu a zároveň by zajistila vyšší spokojenost residentů i účastníků cestovního ruchu.

Klíčová slova: cestovní ruch, venkovská sídla, resident, účastník cestovního ruchu, regionální rozvoj

Impacts of tourism on rural development

Abstract

This thesis examined the impacts of tourism on the development of rural areas in two specific locations - Jesenice u Rakovníka and Křivoklát. The theoretical part of the thesis analysed this issue through a literature search in order to define the theoretical background with a focus on the relationship between tourism and rural development.

The practical part of the thesis first focused on an in-depth investigation of the selected destinations based on a survey of publicly available data to define the level of tourism. The indicators of tourism intensity show that the Křivoklát site is heavily congested and that the Jesenice site is underutilized. For example, the tourist penetration rate indicator shows that there are only 8 tourists per day in Jesenice and 102 tourists per 100 inhabitants in Křivoklát. Furthermore, as part of the practical part, a combined research was carried out. This research included a questionnaire survey addressed to residents and tourists, which examined the level of satisfaction of respondents in both rural locations. It was found that 65% of the inhabitants of Jesenice were satisfied with tourism, whereas only 41% of the inhabitants of Křivoklát were satisfied. Structured interviews with the mayors of both destinations were used to add to the comprehensiveness of the combined research. This information provides a comprehensive view and contributes to a better understanding of the issue.

The hypotheses were set within the work, which were then statistically evaluated on the basis of the obtained data and findings. The first hypothesis concluded that older residents aged 41 years and older are less satisfied with tourism in both communities. The second hypothesis showed that tourists are more satisfied in the destination Jesenice, which scored 8.36 points, than in the destination Křivoklát, which scored 6.45 points out of 10. The third hypothesis pointed out that a higher level of involvement of local residents in tourism services has a positive effect on tourists' satisfaction with the services, with Jesenice residents being more involved in tourism services and tourists being more satisfied with them.

Based on the comparison of the collected data, the paper concluded by proposing three effective measures for each destination that could lead to the development of rural tourism and at the same time ensure higher satisfaction of residents and tourism participants.

Keywords: tourism, rural settlements, resident, tourism participant, regional development

Obsah

1	Úvod	8
2	Cíl práce a vědecké hypotézy	9
3	Literární rešerše	10
3.1	Cestovní ruch	10
3.1.1	Klasifikace cestovního ruchu	11
3.1.2	Služby v cestovním ruchu	16
3.1.3	Ekonomika cestovního ruchu	16
3.1.4	Venkovský cestovní ruch	18
3.2	Rozvoj venkova	21
3.2.1	Vymezení venkova	21
3.2.2	Strategie rozvoje venkova	22
3.2.3	Aktéři rozvoje venkova	23
3.2.4	Financování venkova	24
3.3	Cestovní ruch jako nástroj rozvoje venkova	25
3.3.1	Pozitivní a negativní dopady	26
3.3.2	Udržitelný cestovní ruch	26
3.3.3	Destinační management	27
3.3.4	Indikátory cestovního ruchu	29
4	Metodika	31
4.1	Analýza intenzity cestovního ruchu	31
4.2	Kvantitativní výzkum	32
4.3	Kvalitativní výzkum	32
4.4	Statistické vyhodnocení	33
4.5	Charakteristika zvolených obcí	34
4.5.1	Jesenice u Rakovníka	36
4.5.2	Křivoklát	37
4.5.3	Statistické údaje cestovního ruchu	39
5	Výsledky	40
5.1	Analýza intenzity cestovního ruchu	40
5.2	Kvantitativní výzkum	42
5.2.1	Dotazníkové šetření – Místní obyvatelé	42
5.2.2	Dotazníkové šetření – Turisté	46
5.3	Kvalitativní výzkum	51
5.3.1	Strukturované rozhovory	51
5.4	Statistické vyhodnocení	53
6	Diskuze	59

6.1 Doporučení vedoucí k rozvoji venkova	62
7 Závěr	66
8 Literatura.....	68
9 Samostatné přílohy	I

1 Úvod

V současnosti představuje cestovní ruch jedno z klíčových odvětví globální ekonomiky a zároveň hraje významnou roli ve formování sociálních a kulturních dynamik. S rozvojem turismu je však spojena řada dopadů na destinace a jednou z důležitých otázek je, jakým způsobem tento jev ovlivňuje venkovská sídla. Venkovská turistika představuje v současné době jednu z nejdynamičtěji rostoucích oblastí cestovního ruchu přinášející s sebou nejen ekonomické benefity, ale také významné sociokulturní a environmentální vlivy. S rostoucím zájmem o přírodní krásy, kulturní dědictví a odpočinek ve venkovském prostředí nabývá venkovský cestovní ruch na významu jako potenciální nástroj pro podporu a rozvoj venkovských oblastí. Zvyšující se zájem o turismus na venkově jednoznačně ovlivňuje nejen venkovské destinace, ale i jejich residenty.

Cestovní ruch na venkově přináší mnohostranné výzvy a příležitosti. Z ekonomické perspektivy může oživit místní podnikání, vytvářet nová pracovní místa a stimulovat regionální obchod. Zároveň však může přinášet potřebu efektivního řízení náporu turistů s ohledem na udržitelnost prostředí a zachování kulturní identity. Je nezbytné zkoumat, jaké jsou vzájemné vazby mezi rozvojem venkova a intenzitou turistického ruchu, aby bylo možné formulovat opatření vedoucí k maximálnímu prospěchu obou zainteresovaných stran.

Tato diplomová práce se zaměřuje na systematické zhodnocení dopadů turismu na rozvoj venkova s důrazem na analýzu úrovně cestovního ruchu a spokojenosti obyvatel a návštěvníků ve dvou vybraných venkovských sídlech. Analýza spokojenosti residentů a turistů je klíčovým prvkem k pochopení těchto vztahů. Data pro vyhodnocení vybraných oblastí jsou získána provedením kombinovaného výzkumu skládajícího se z kvantitativní a kvalitativní části. Dotazníkové šetření v rámci kvantitativní části se zaměřuje na získání dat k testování stanovených hypotéz. Pro získání dostatečného kontextu informací se práce zaměřuje i na rozhovory se starosty vybraných obcí v rámci kvalitativní části. Závěrem práce jsou navržena doporučení, která by mohla vést k efektivnímu rozvoji zkoumaných oblastí Jesenice u Rakovníka a Křivoklát.

Spokojenost obyvatel s rozvojem turistiky může ovlivnit oblasti jako kvalita života, zachování tradičních hodnot a sociální soudržnost. Z tohoto důvodu je důležité vyvážit rozvoj turismu s potřebami a očekáváními místních obyvatel, aby se zajistila udržitelnost a dlouhodobá prosperita venkovských oblastí. Na druhé straně je důležité také zkoumat, co očekávají a jak hodnotí návštěvníci venkovské oblasti, aby bylo možné přizpůsobit nabídku a infrastrukturu tak, aby vyhovovala jejich potřebám a zároveň respektovala místní kontext s důrazem na udržitelný rozvoj venkova. Zohlednění těchto faktorů při plánování a řízení turistického ruchu může vést k harmonickému soužití mezi turisty a místními komunitami v dlouhodobém horizontu.

2 Cíl práce a vědecké hypotézy

Cílem této diplomové práce je zhodnotit úroveň cestovního ruchu a úroveň spokojenosti residentů a účastníků cestovního ruchu ve dvou zvolených venkovských sídlech a následně na základě komparace získaných dat navrhnout efektivní opatření vedoucí k rozvoji venkova v obou zvolených oblastech.

V rámci diplomové práce byly stanoveny tři vědecké hypotézy. Všechny hypotézy jsou aplikovány na obě vybrané destinace, kterými jsou Jesenice u Rakovníka a Křivoklát. Praktická část této práce se zaměřuje na jejich ověření. Stanovené hypotézy jsou následující:

- H1: Věk místních obyvatel neovlivňuje spokojenost residentů s turismem v dané oblasti.
- H2: Neexistuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice u Rakovníka a Křivoklát.
- H3: Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu neovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě.

3 Literární rešerše

Tato kapitola se na základě literární rešerše zabývá definováním teoretických východisek, vysvětlením odborné terminologie a důležitých pojmů v oblasti cestovního ruchu a rozvoje venkova, potřebným k analytické části diplomové práce.

3.1 Cestovní ruch

Přestože lidé cestují již od pradávna, cestovní ruch se začal vyvíjet až od druhé poloviny 19. století a k jeho přesnému vymezení dochází až počátkem 20. století, kdy se začalo rozvíjet také vzdělávání v cestovním ruchu a cestovní ruch jako samostatná vědní disciplína (Kotíková, 2013).

Definice pojmu cestovní ruch je nejednoznačná a v odborné literatuře se vyskytuje několik podob snažící se tento termín co nejlépe vystihnout. Jednu z prvních definic vytvořili vědci ze Švýcarska Hunziker & Krapf (1942), kteří cestovní ruch označují jako: „*Soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti*“.

V současnosti dvě definice vyčnívají nad ostatní, jedná se o mezinárodně uznávanou definici cestovního ruchu, kterou vymezila Evropská komise a dále pak i světová organizace cestovního ruchu UNWTO (United Nations World Tourism Organization). Nařízení EU (European Union) zní následovně: „*Cestovní ruch je definován jako činnost návštěvníků, kteří se zúčastní cesty na místo určené mimo své obvyklé prostředí, a to na dobu kratší jednoho roku a za jakýmkoli hlavním účelem, včetně služebního či soukromého účelu. Do cestovního ruchu nepatří pracovní pobyty, jejichž účelem je hlavní pracovní náplň návštěvníků (hlavní zdroj příjmu je v místě pobytu)*.“ Obdobná definice dle UNWTO zní takto: „*Cestovní ruch je mezinárodně definován jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni*.“ Obě definice nalézají shodu v tom, že cestovní ruch probíhá mimo trvalé bydliště účastníka, trvá méně než jeden rok a neprobíhá za účelem zisku účastníka (ČSÚ, 2021).

Kotíková (2013) dodává, že cestovní ruch je možné chápat jako masové cestování, které je úzce spojeno s poskytováním služeb například stravování či ubytování. Častým problémem je nesprávné užití odborných oficiálních termínů. V současné době se používá termín cestovní ruch, nebo jeho synonymum mezinárodně uznávaný termín turismus, odvozený od slova Tour – cesta. Tyto pojmy bývají zaměňovány s turistikou, kterou Nejdrl (2012) definoval jako: „*Pohybovou aktivitu spojenou s přesunem konkrétní osoby z jednoho místa na druhé, přičemž tento pohyb vyžaduje vynaložení vlastní energie, eventuálně energie zvířat ovládaných přesouvající se osobou. Jedná se o uspokojování lidské potřeby zaměřené na využití prostřednictvím aktivního sportu, fyzického pohybu, který může být spojen i s novým poznáním*.“ Turistika je tedy individuální zájmová činnost, kdežto cestovní ruch je masový počin v rámci celého sektoru služeb v cestování. Nepřípustným pojmem je Turistický ruch, tato slova dle oficiálních definic nelze spojit.

Cestovní ruch se dále odlišuje od cestování, což je pojem více obecný a označuje především přemístování cestujících časově i prostorově bez ohledu na cíl cesty. Cestovní ruch

je na rozdíl od cestování pod vlivem ekonomické situace. Cestující může být například ten, kdo jede do práce a zpět, ale cestovní ruch se odehrává mimo místo bydliště, přičemž k němu dochází zejména ve volném čase. Výjimku tvoří účastníci cestovního ruchu na služební cestě (Beránek, 2013).

3.1.1 Klasifikace cestovního ruchu

V odborné literatuře se vyskytuje celá paleta možností klasifikace cestovního ruchu podle jeho formy a druhu. Pokud se zabýváme klasifikací dle formy, klade se důraz především na motiv, což znamená účel dané cesty. Následně druh klasifikace cestovního ruchu podrobněji rozpracovává průběh cesty z různých perspektiv, včetně místa realizace pobytu, věku účastníka, délky pobytu, způsobu financování, cílové destinace a počtu účastníků (Indrová, 2007).

Beránek (2013) se zabývá dělením cestovního ruchu na obecnější úrovni a popisuje cestovní ruch dle formy na základě motivu neboli účelu cesty. Toto základní dělení je důležité nejen pro statistické účely a je popsáno následujícím způsobem:

- **Rekreační** – Hlavním cílem je odpočinek a regenerace, pobyt bývá zpravidla na čerstvém vzduchu, mezi tradiční činnosti patří pěší nebo cyklo turistika.
- **Kulturně-poznávací** – Klade důraz na poznání historie, tradic, zvyků a kultury dané lokality.
- **Lázeňský** – Zdravotně orientovaný cestovní ruch, využívání wellness center a léčivých procedur, důraz klade také na preventivní léčbu.
- **Sportovní** – Aktivita zaměřené na pohyb, sporty různého druhu, individuální i ve skupinách.
- **Společensky orientovaný** – Jedná se především o návštěvu přátel či příbuzných, setkávání s lidmi, má velký sociální význam.
- **Vzdělávací** – Zahrnuje rozvoj osobnosti, výukové programy, výzkumy, jazykové kurzy v zahraničí.
- **Profesní** – Zejména se jedná o pracovní a služební cesty, konference, kongresy nebo například veletrhy.
- **Náboženský** – Jde o duchovní rámec, návštěvu posvátného místa, náboženské obřady.

Kotíková (2013) uvádí obdobné základní dělení dle Světové organizace cestovního ruchu UNWTO, která definuje formu cestovního ruchu dle motivů cesty takto:

- volnočasová dovolená, rekreace,
- návštěva příbuzných a přátel,
- pracovní a obchodní cesty,
- léčebné cesty,
- náboženské účely,
- ostatní.

McIntosh (1995) přináší odlišný pohled na klasifikaci motivů cestování, kde identifikuje hlavní pohony v podobě motivů etnických, kulturních, ekologických, historických a

rekreačních. Tato perspektiva podtrhuje širokou škálu faktorů, které mohou motivovat jednotlivce k cestování, a zohledňuje různorodost zájmů a preferencí.

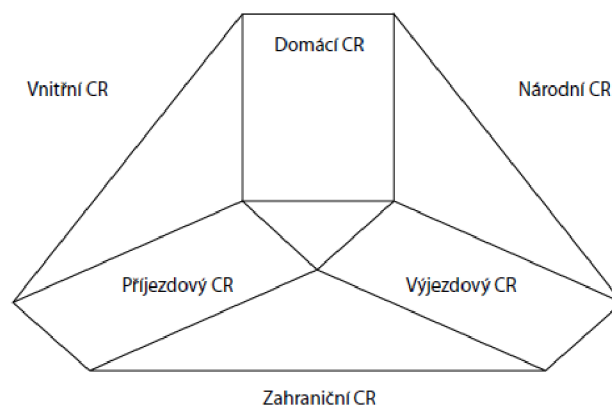
Na druhé straně Opaschowski (2002) prezentuje deset klíčových motivů pro cestování, zahrnující například přírodní krásy, zábavu, kulturní zážitky a odpočinek. Jeho pohled nabízí komplexní seznam různorodých faktorů, které mohou být hnací silou za rozhodnutím cestovat. S rozvojem cestovního ruchu však přicházejí nové trendy a motivy. Kromě tradičních forem cestování se objevují nové druhy turismu, jak naznačuje Opaschowski. Mezi tyto nové formy patří agroturistika, ekoturistika a dobrodružný cestovní ruch, které reflektují měnící se preference a rostoucí důraz na udržitelnost a osobní zážitky cestovatelů. Tato dynamika ukazuje, jak se cestovní ruch jako oblast neustále vyvíjí a přizpůsobuje se měnícím se potřebám a zájmům cestovatelů.

Podrobnějším členěním, které rozebírá druh cestovního se zabývá Kotíková (2013), která zkoumá cestovní ruch z geografického hlediska a dělí jej dle místa realizace:

- **Domácí** – Jedná se o pobyt a pohyb obyvatel jednoho státu výhradně na jeho území po celou dobu konání cestovního ruchu.
- **Zahraniční** – Dělí se na příjezdový (aktivní) a výjezdový (pasivní).
- **Příjezdový** – Přísun účastníků cestovního ruchu ze zahraničí na území daného státu.
- **Výjezdový** – Přísun účastníků cestovního ruchu z daného státu do zahraničí.

Linderová (2015) rozšiřuje diskusi o klasifikaci motivů cestování o další podkategorie, a to tranzitní cestovní ruch. Tranzitní cestovní ruch je charakterizován tím, že účastník cesty projíždí daným státem, obvykle ze zahraničí, za účelem návštěvy jiné zahraniční destinace. Tato situace se často vyskytuje při přestupech na letištích, kde se cestující přesouvají mezi svými lety, nebo například v případě, kdy účastník nemá oprávnění vystoupit ze zaoceánské lodi. Tranzitní cestovní ruch tak reflektuje specifické situace, kdy je hlavním cílem účastníka dosáhnout jiné destinace a nikoliv samotného pobytu nebo návštěvy místa, kde tranzit probíhá.

Turismus lze dle místa realizace kategorizovat ještě jiným způsobem, který popisuje Palatková & Zichová (2014) jako vnitrostátní neboli vnitřní turismus, což je celkový turismus realizovaný na území daného státu a zahrnuje turismus příjezdový a domácí. Turismus národní je pak souhrn cestovního ruchu daného obyvatelstva jednoho státu, čili se jedná o turismus domácí a výjezdový. Turismus lze sledovat i na světové úrovni. Turismus mezinárodní zahrnuje celkový pohyb účastníků cestovního ruchu na neomezeném území. Světový turismus je chápán jako suma celkového zahraničního turismu ve všech zemích světa, přičemž je počítán příjezdový i výjezdový cestovní ruch. A dále pak turismus světa, který představuje souhrn zahraničního a domácího turismu realizovaného po celém světě. Tato problematika je graficky znázorněna na obr. č. 1.



Obrázek 1: Turismus dle místa realizace

Zdroj: Palatková & Zichová 2014

(Ministerstvo pro místní rozvoj, 2008) předkládá další perspektivu na klasifikaci cestovního ruchu, a to dle věku účastníka. Toto kritérium je považováno za významné z hlediska specifických potřeb a zájmů jednotlivých věkových skupin, stejně jako z ohledu na finanční a životní situaci účastníků. Tímto druhovým dělením lze lépe porozumět rozmanitosti cestovního chování a preferencí různých věkových skupin, což umožňuje cílit turistické nabídky a strategie na konkrétní segmenty populace. Různé věkové kategorie mohou mít odlišné očekávání od cestovních zážitků a vyžadovat různorodý přístup v oblasti marketingu a služeb, což následně napomáhá efektivnějšímu uspokojování potřeb různých generací cestovatelů:

- **Cestovní ruch dětí** – Jedná se o osoby mladší 15 let, nejčastěji ve formě letních táborů, školních zájezdů a výletů, zpravidla za dozoru dospělé osoby, která není členem rodiny.
- **Cestovní ruch mládeže** – Tuto skupinu reprezentují osoby od 15 do 25 let. V současnosti je cestování této věkové kategorie velkým fenoménem a tvoří přibližně 20 % mezinárodního cestovního ruchu. Pro mládež je velkou výhodou při cestování uplatnění studentských slev typu ISIC. Typická forma cestovního ruchu je vzdělávací, například Erasmus, jazykové kurzy v zahraničí nebo odborné zahraniční praxe.
- **Cestovní ruch pro rodiny s dětmi** – Tento segment zahrnuje zpravidla dva dospělé rodiče a různý počet dětí do 15 let. Trendem v současné době je vysoký počet starších rodičů a menší počet dětí v rodině. Skupina je citlivá na doplňkové služby v cestovním ruchu jako ubytování, stravování či doprava.
- **Cestovní ruch „babyboomers“** – Jedná se o skupinu ve věku 40 až 50 let, kteří mají již dospělé, odrostlé potomky a cestují sami, nejčastěji v páru. Tento segment není zatížený výdaji spojenými s dětmi, proto nejsou příliš cenově orientovaní.
- **Cestovní ruch seniorů** – Do této kategorie jsou řazeny osoby starší 50 let a zastupují velmi výraznou skupinu účastníků cestovního ruchu, která dle očekávání v příštích letech vzroste a obsadí první místo v Evropské unii z pohledu výdajů na cestovní ruch. Pro tento segment je typický lázeňský cestovní ruch.

Jednou z dalších možností pohledu na druh cestovního ruchu je dle délky pobytu. Nejkratší verzí je výletní cestovní ruch, kdy účastník cestovního ruchu působí na daném místě pouze jeden den bez přenocování. Krátkodobý cestovní ruch zahrnuje pobyty s přenocováním o délce tři dny a dlouhodobý cestovní ruch se vyznačuje pobyty delšími než tři dny, ale kratšími než jeden rok (Hesková & kol., 2015).

Palatková & Zichová (2014) analyzuje třídící kritérium cestovního ruchu na základě převažujícího prostředí cílové destinace. Toto kritérium klade důraz na charakter cílového místa pobytu, což má výrazný vliv na úroveň a strukturu poskytovaných cestovních služeb, a také na jejich cenovou a kvalitativní dimenzi. Tím, že se zaměřuje na prostředí cílové destinace, umožňuje toto dělení lépe porozumět specifickým potřebám cestovatelů v závislosti na typu místa, které si vybrali pro svůj pobyt. Toto kritérium také reflektuje rozmanitost cestovního ruchu a umožňuje destinacím lépe přizpůsobit svou nabídku, což může mít pozitivní dopad na celkovou kvalitu cestovního zážitku:

- **Městský turismus** – Jedná se o pobyty kratšího rázu se zaměřením na kulturně-historické poznání, společenské aktivity, gurmánský turismus nebo například na profesní cestovní ruch. Oblíbenou destinací jsou převážně hlavní města evropských metropolí, která jsou i lépe dostupná všemi formami dopravy. Doplnkové služby bývají z pravidla kvalitnější, dostupnější, početnější a dražší. Vyskytují se zde prvky masového turismu.
- **Venkovský turismus** – Do této kategorie spadají subprodukty jako například agroturismus, ekoagroturismus, vesnický turismus či chataření a chalupaření. Ruralistické prostředí je zpravidla více příznivé k životnímu prostředí, proto tento druh cestovního ruchu bývá často označován za zelený turismus a častým motivem cesty je právě příroda.
- **Turismus ve střediscích turismu** – Tento druh cestovního ruchu probíhá v resortech určených výhradě pro účely turismu. Existuje více podob jednotlivých resortů, například lázeňské, přímořské, sportovní či zábavní.

Cestovní ruch lze popsat podle jeho vlivu na hostitelské prostředí, což je téma, kterým se zabývala Librová (1994) a rozčleňuje jej do dvou základních skupin: tvrdého a měkkého turismu. Tvrdý turismus je vnímán jako negativní a neohleduplný k životnímu prostředí, zatímco měkký turismus je považován za pozitivní a přívětivý k životnímu prostředí. Tvrdý turismus zahrnuje masový turismus, organizované cesty do vzdálenějších destinací prostřednictvím cestovních kanceláří, používání rychlých dopravních prostředků, krátkodobý pobyt v destinaci a fixní program zaměřený na pamětihodnosti. Znaky měkkého turismu jsou zakotveny převážně ve spontánnosti s důrazem na zážitky a poznání každodennosti dané destinace, která je vzdálenostně blíží, účastník zde stráví více času a v menším počtu lidí.

K zavedení jednotné terminologie v rámci cestovního ruchu dochází vzhledem k rychlému tempu rozvoje cestovního ruchu v roce 1991 v Ottawě při konferenci UNWTO. Zde byla terminologie sjednocena především pro statistické účely. Jedním z nejdůležitějších a nejsledovanějších pojmů jsou právě účastníci cestovního ruchu, kteří jsou podrobně na mezinárodní úrovni rozlišeni. V rámci mezinárodního cestovního ruchu se do statistických

měření nezapočítávají migranti, zahraniční pracovníci a vojáci. Ostatní jsou rozlišeni následovně (Beránek, 2013):

- **Stálý obyvatel (resident)** – Osoba, která v rámci domácího cestovního ruchu žije v dané lokalitě alespoň šest po sobě jdoucích měsíců nebo v rámci mezinárodního cestovního ruchu se jedná o sobu, která na území dané země žije alespoň jeden rok.
- **Zahraníční návštěvník (neresident)** – Osoba, která nepochází z navštívené země, nebo se jedná o občana navštívené země, který ale dlouhodobě žije v zahraničí.
- **Návštěvník (visitor)** – Osoba, která cestuje mimo místo své bydliště, buď v rámci svého státu, nebo do zahraničí na dobu kratší než jeden rok, za předpokladu že hlavní motiv cesty není výdělečná činnost.
- **Turista (tourist)** – Osoba, která v průběhu své cesty alespoň jednou přenocuje.
- **Výletník (jednodenní návštěvník)** – Osoba, která cestuje po dobu kratší než 24 hodin bez přenocování v dané destinaci.
- **Tranzitní návštěvník** – Osoba, která se zdrží v dané lokalitě či na území daného státu při cestě do jiné cílové destinace.

Kostková (2013) definuje základní faktory, které svým působením ovlivňují strukturu cestovního ruchu. Největší dopady mají zejména na účast osob v cestovním ruchu, kvalitu a kvantitu nabízených služeb spojených s cestovním ruchem, nebo například vnímání cílových destinací:

- **Demografické faktory** – Tyto faktory rozdělují účastníky cestovního ruchu dle věku, pohlaví, rodinného či zdravotního stavu. V každé kategorii dochází k preferenci určitého typu a druhu cestovního ruchu.
- **Sociální faktory** – Do této kategorie lze zařadit postavení ve společnosti účastníka, jeho povolání či třídní umístění. V jednotlivých vrstvách společnosti dochází k odlišným spotřebním zvyklostem, upřednostňuje se jiný způsob života a jednotlivci se ocitají v jiných finančních situacích. To vše může ovlivnit vnímání cestovního ruchu.
- **Faktor vzdělanosti** – Na základě účastníkovy stupně vzdělání dochází k diferenciaci vnímání cestovního ruchu. S vyšším vzděláním souvisí i vyšší touha po poznání a objevování, čili roste chuť cestovat.
- **Ekonomické faktory** – Kromě finančních prostředků účastníka získaných například ve formě mzdy, platu či renty závisí stupeň účasti na cestovním ruchu také na vlastnictví některých z potřebných statků, například osobní automobil či ostatní rekreační vybavení. Tento faktor ovlivňuje kvalitu i kvantitu cest účastníka.
- **Ekologické faktory** – Tento faktor je úzce spojen s místem bydliště účastníka. V současnosti je velká koncentrace urbanizace, což přináší potřebu tamního obyvatelstva volit spíše venkovské destinace. Trendem se tedy stává motiv cesty za přírodou, relaxací a odpočinkem. Do popředí se dostávají typy turismu jako agroturismus nebo ekoagroturismus, zaměřené na přírodu a životní prostředí.

3.1.2 Služby v cestovním ruchu

Dle zákona o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu č. 159/1999Sb. se za službu v cestovním ruchu označuje doprava účastníka cestovního ruchu, nájem automobilu či motocyklu, ubytování, stravování, prodej vstupenek, průvodcovská činnost.

Hesková & a kol. (2015) definuje služby jako ekonomický statek, jehož podstatnou částí je činnost a jeho hodnota je určena daným užitekem, který spotřebiteli přináší. Služba svým průběhem uspokojuje zákaznickou potřebu a je typická především tím, že zákazníkovi neposkytuje vlastnictví. Je to tedy pouze dočasná záležitost nehmotného charakteru. Potřeby zákazníka jsou ovlivňovány nejrůznějšími aspekty, například tradicemi, módou či sociálním postavením. Služby napomáhají uspokojit především potřeby typu odpočinek, poznání či kulturní a sportovní vyžití.

Služby se také dělí na základní a doplňkové. Do základních patří služby dopravní, stravovací, ubytovací, průvodcovské nebo informační. Tyto služby využije téměř každý návštěvník zvolené destinace, jsou tedy určeny pro masové využití. Doplňkové neboli komplementární se orientují na menší cílovou skupinu návštěvníků a spíše uspokojují potřeby jednotlivců. Jsou závislé na destinaci a představují například lázeňské, sportovní, pojistné, směnářské nebo animační služby (Štěpánková, 2010).

Dále Štěpánková (2010) popisuje jednotlivé typy služeb a jejich význam:

- **Dopravní služby** – Cílem je přeprava účastníků cestovního ruchu za využití všech dostupných dopravních prostředků, do cílové destinace nebo mezi jednotlivými středisky.
- **Ubytovací služby** – Ubytování je nabízeno ve velké škále možností, od nejluxusnějších hotelů, přes motely, penziony, hostely po kempy nebo ubytování u soukromníka.
- **Stravovací služby** – Zahrnují služby v restauračních zařízeních, školní či nemocniční jídelny, obchody s potravinami či fast food stánky.
- **Průvodcovské služby** – Nejčastěji jsou tyto služby zahrnuty v balíčku cestovní kanceláře, průvodce může být pro skupiny i jednotlivce, určen pro jedno konkrétní místo, například památku, nebo pro celý průběh výletu či dovolené. Patří sem také horský průvodce.
- **Lázeňské služby** – Jedná se o komplex služeb, které zahrnují léčebné procedury, ubytování a stravování v lázeňských městech. Často jsou doplněny o doplňkové služby typu kosmetika nebo kadeřnictví.
- **Animační služby** – zajišťují zábavné či vzdělávací programy pro účastníky.

3.1.3 Ekonomika cestovního ruchu

Beránek (2016) zdůrazňuje, že trh cestovního ruchu je charakterizován střetem mezi subjekty nabídky a poptávky. Na jedné straně stojí prodávající a zprostředkovatelé, zatímco na straně druhé se nachází kupující neboli zákazníci. Objektem tohoto trhu jsou různé dostupné

statky a služby spojené s cestovním ruchem, které tvoří dynamický a rozmanitý sektor ekonomiky. Cestovní kanceláře a agentury hrají v tomto prostředí významnou roli, neboť nejen zprostředkovávají zájezdy pro účastníky cestovního ruchu, ale také vytvářejí podstatný podíl zaměstnanosti v tomto odvětví. Jejich činnost má významný dopad na celkovou ekonomiku cestovního ruchu. Dále autor upozorňuje, že do ekonomiky cestovního ruchu nespádají pouze základní služby, ale také ty, které mohou na první pohled působit nezřetelně. Služby jako dodávky stavebních prací, opravy automobilů, dodávky potravin, prádelny nebo pasové služby mají rovněž značný vliv na chod ekonomiky v daném regionu. Díky rostoucí poptávce po službách spojených s cestovním ruchem se v daném prostředí rozvíjejí různá řemesla, obchodní aktivity a zvyšuje se životní úroveň obyvatelstva. To poukazuje na to, jakým způsobem cestovní ruch může fungovat jako katalyzátor pro ekonomický růst a prosperitu v daném regionu.

Turismus je na regionální i národní úrovni velmi významnou ekonomickou činností. Dle nejnovějších statistik z českého statistického úřadu za 4. čtvrtletí roku 2022 se celkový počet ubytovaných zákazníků zvýšil meziročně o 42,7 %, přičemž byl prokázán vzrůst přenocování domácích i zahraničních hostů. Celkem se na území České republiky ubytovalo 19,5 milionu hostů, což ale stále není tolik jako v roce 2019, tedy v období před Covidem-19. Hodnoty z roku 2022 tvoří pouze 89 % hodnot z roku 2019. V roce 2017 činily příjmy z příjezdového cestovního ruchu v České republice celkem 162 mld. Kč. Podíl zaměstnanosti v cestovním ruchu tvoří 4,5 % na celkové zaměstnanosti (ČSÚ, 2022).

Dle ČSÚ (2021) lze identifikovat několik hlavních ekonomických přínosů turismu, které pozitivně ovlivňují ekonomiku daného regionu či země:

- **Tvorba HDP** – turismus se významně podílí na tvorbě HDP, přičemž tvoří 2,8 % z celkového HDP.
- **Platební bilance** – přináší zahraniční měnu na území ČR a pozitivně tak ovlivňuje platební bilanci státu.
- **Příspěvek do státního rozpočtu** – do státního rozpočtu plynou finance z cestovního ruchu ve formě poplatků a daní.
- **Investiční aktivity** – turistické destinace jsou velmi často oblíbeným cílem pro investory a developery.
- **Rozvoj podnikání** – Stimuluje podnikání ve venkovských oblastech, rozvíjí malé a střední podniky v oblasti služeb cestovního ruchu.
- **Kvalita života na venkově** – díky zlepšení infrastruktury, zachování tradic a zvyků, propojení komunit, začlenění residentů do dění v rámci cestovního ruchu.
- **Pracovní příležitosti** – nejčastěji v oblasti služeb cestovního ruchu.
- **Mezinárodní spolupráce** – významná je přeshraniční spolupráce a navázání dobrých mezinárodních vztahů.

Cestovní ruch výrazně přispívá do státního rozpočtu a významně se tak podílí na rozvoji celostátní ekonomiky. V roce 2010 dosáhly daňové přínosy z turismu do státního rozpočtu hodnoty 6,5 %, což činí přibližně 90,5 mld. Kč. Přičemž výdaje státu, krajů a obcí na podporu cestovního ruchu nepřesáhly 1,5 mld. Kč. Tyto výdaje jsou využívány především na podporu udržitelného rozvoje cestovního ruchu, k čemuž státu dopomáhá agentura CzechTourism. Hlavním cílem je zvýšení konkurenceschopnosti České republiky jakožto cílové destinace

alespoň na úroveň předcovidové doby. Další finanční prostředky budou alokovány na minimalizaci negativních dopadů turismu, zlepšení kvality životního prostředí pomocí turismu a stimulace stavu kulturního dědictví (MMR.cz, 2021).

3.1.4 Venkovský cestovní ruch

V dnešní době, kdy se obyvatelstvo velmi často stěhuje do měst a probíhá proces urbanizace, je stále ve větší oblibě směřovat cestovní ruch do klidnějších rurálních, čili venkovských lokalit. Venkovský cestovní ruch je novodobá alternativa cestovního ruchu, která je v posledních letech na vzestupu. Pro venkov bylo vždy typické zemědělství, ale dnes klesají počty lidí zaměstnaných v tomto sektoru a také se snižují obhospodařované plochy. Hlavní funkce venkova už není jen prvovýroba a zemědělské činnosti, ale také venkovský turismus. Urbanizace s sebou nese velmi negativní dopady, především vylidňování venkova, jelikož obyvatelstvo na venkově stárne a mladí lidé se stěhují do měst. Ovšem nabídka cestovního ruchu v rurálních oblastech přináší nová atraktivní pracovní místa a napomáhá tak znovuosidlování a rozvoji těchto regionů. Mimo jiné se venkovský cestovní ruch zaměřuje na enviromentální a lidské zdroje, rozvoj místní komunity, kvality životního prostředí a kvality života na venkově (Šíp & kol., 2020).

Pro venkovský cestovní ruch je typický pobyt v přírodě, turistika nebo cyklistika. S tím je úzce spojeno budování turistických a cyklistických tras, které svou infrastrukturou propojují jednotlivé regiony a svou atraktivitou lákají potenciální návštěvníky. Venkovský cestovní ruch zahrnuje také různé formy šetrného cestovního ruchu, které neomezují životní prostředí. Jedná se o zelený cestovní ruch, který je typický pro pohyb ve volné přírodě za účelem respektování a chránění přírody v méně osídlených oblastech a alternativní cestovní ruch, který je přesným opakem masivního cestovního ruchu (MMR, 2007).

Dle Páskové & Zelenky (2018) je možné v rámci šetrného cestovního ruchu definovat tyto formy:

- **Agroturistika** – Jedná se o formu cestovního ruchu, která zpravidla probíhá na farmách nebo zemědělských usedlostech, kde jsou účastníci cestovního ruchu ubytováni a zároveň se podílí na každodenních činnostech zajišťující chod farmy. Touto cestou si mohou návštěvníci vyzkoušet život na venkově blízko přírodě, výrobu regionálních potravin, péči o hospodářská zvířata anebo jízdu na koni. Tato forma u nás prozatím není tolik rozvíjena jako v zahraničí, i když v sobě skrývá velký potenciál. Autoři se domnívají, že agroturistika u nás není dostatečně rozšířena zejména kvůli oblibě chataření a chalupaření, tímto způsobem se lidé dostávají blíže přírodě i venkovu a dostane se jim tak vytouženého odpočinku. Venkov díky agroturistice nabízí nová alternativní pracovní místa, udržuje místní zvyky a tradice a přináší vyšší zisky.
- **Ekoagroturistika** – V tomto případě se také jedná o pobyt na zemědělských farmách s výjimkou, že farmy hospodaří ekologicky, přičemž hlavní rozdíl je v hospodaří bez použití chemických prostředků s respektem k přírodě a životnímu prostředí. Návštěvníci si opět mohou vyzkoušet nejrůznější aktivity od rybaření, poznávání přírody v okolí, vinobraní až po nákup biopotravin. Tato forma cestovního ruchu také významně přispívá k rozvoji venkova.

Ekoturistika – Součástí udržitelného cestovního ruchu je také ekoturistika, která je typická pro zodpovědné a šetrné cestování v přírodě. Tato forma v sobě pro účastníky cestovního ruchu nese filosofický význam, proto se lidé chovají ohleduplně, ekologicky, nezatěžují přírodu odpadky, hlukem a dalším nevhodným počínáním a naopak podporují životní prostředí, kulturní dědictví a místní kulturu. Typické jsou vícedenní pochody v přírodě, dle UNWTO tvoří tyto pobyty 7 % veškerých mezinárodních výdajů v cestovním ruchu.

- **Cykloturistika** – V rámci cykloturistiky je nejdůležitější vhodné horské či trekingové jízdní kolo, na kterém účastník poznává krajinu a své okolí. Tento dopravní prostředek je velmi šetrný k přírodě a jeho dalším pozitivem je také vynaložené sportovní úsilí. Díky oblibě cykloturistiky vznikají nové cyklotrasy a cyklostezky, které propojují zajímavá venkovská místa a zároveň přinášejí více turistů do svých oblastí. Velmi často účastníci využívají dopravu vlakem k přiblížení se cílové destinaci a následně používají jako dopravní prostředek jízdní kolo. Velkým fenoménem poslední doby jsou elektrokola, která jsou vhodná zejména pro seniory, kteří tímto způsobem mohou cestovat a poznávat venkov.

Všechny tyto formy venkovského cestovního ruchu jsou součástí udržitelného rozvoje cestovního ruchu, který je charakteristický pro zabezpečení a uspokojení současných potřeb, přičemž nedochází k ohrožení možnosti uspokojení potřeb budoucích generací. Je tedy přihlíženo k ekologickým principům cestování ve snaze eliminovat znečištění přírody a udržení či zlepšení krajinného rázu a zároveň je dbáno na zachování životního standardu.

Význam venkovského cestovního ruchu ve všech jeho formách popisuje Slee, (2019) jako velmi různorodý sektor s proměnlivým charakterem, který výrazně přispívá k osidlování venkova, zaměstnanosti na venkově a napomáhá i hospodaření na venkově. Nepřehlédnutelné jsou také sociální, kulturní a ekonomické přínosy. Tedy celková kvalita života na venkově je úzce spjata a ovlivněna právě venkovským turismem. Význam pro místní obyvatele má venkovský turismus mimořádný, ovšem lze konstatovat, že existují i jeho nevýhody, například nadměrná návštěvnost venkova může residentům snížit kvalitu života i jejich spokojenost. Velkým zájmem o navštívení atraktivní lokality ztrácí tato lokalita svůj půvab a přírodní památky přicházejí o klidnou atmosféru.

V roce 2010 byl proveden výzkum rezidenční spokojenosti seniorů v proměňujících se čtvrtích Prahy, který zkoumal kvalitu života seniorů a jejich spokojenost s mnoha aspekty. Jedním ze zkoumaných aspektů je právě turismus. Bylo zjištěno, že starší lidé jsou v důsledku zvýšeného turismu v oblasti jejich místa bydliště méně spokojeni než lidé mladšího věku. Hlavním důvodem nespokojenosti jsou zvýšené ceny v obchodech, absence pocitu bezpečí či hluk proudící z turismu (Temelová & kol. 2010).

Venkovský turismus je na vzestupu již několik let, pro turisty je lákavý zejména díky uvolnění, uklidnění, zapomenutí na stres a shon, sblížení se s přírodou a odpočinku. Napomáhá zdraví díky nutnosti pohybu zejména pěšky či na kole. Další značnou výhodou jsou nízké venkovské ceny v porovnání s cenami ve městech. Bohatí turisté přinášejí na venkov finance a tím zajišťují lepší ekonomickou situaci a rozvoj venkova. Turismus se tedy stává velmi významným rozvojovým nástrojem pro venkovské oblasti. (Lane, 2000)

Dle UNWTO je cestovní ruch jedna z nejrychleji se rozvíjejících ekonomik světa a s rostoucím zájmem o venkovský cestovní ruch roste také konkurence na venkově, zkvalitňují se s tím spojené služby, vznikají nová alternativní místa a rozšiřuje se nabídka nabízených regionálních produktů. Na venkově dochází k propojování aktérů (soukromé subjekty, místní akční skupiny, místní samospráva či neziskové organizace) za účelem konkurenceschopnosti a rozvoje venkova, přičemž se tímto propojováním vztahů a strukturalizací systému uceluje cílová destinace jakožto nabízený produkt potenciálním návštěvníkům. Propojenost a účast také místních obyvatel na cestovním ruchu přináší turistům vyšší spokojenost a ochotu vrátit se na zvolené místo znovu nebo destinaci doporučit. Souhrnně lze konstatovat, že existuje několik faktorů ovlivňující spokojenost účastníků, a to zejména kulturní a přírodní atraktivita, dostupnost a úroveň služeb, infrastruktura, atmosféra tvořena místními obyvateli, doplňkové aktivity. Dle těchto ukazatelů lze hodnotit kvalitu venkovské destinace a také spokojenost jednotlivých účastníků (Šíp & kol., 2020).

Ve spojení s venkovským turismem dochází k udržování tradic na venkově. Turistickou atraktivitou se stávají regionální potraviny a místní lahůdky. Cestování za místní kuchyní se nazývá Gastroturismus a najedeme ho téměř v každém regionu. Jako příklad lze uvést Valašské frgály, Pardubické perníčky, Plzeňské pivo nebo Olomoucké tvarůžky. S těmito potravinami jsou spojené i doplňkové aktivity, které jsou rovněž velkým lákadlem. Jedná se například o vinobraní, dožínky, farmářské trhy atd. Gastroturismus s sebou přináší také vyhlášené regionální podniky, které jsou svou nabídkou a dlouholetou tradicí typické pro danou lokalitu. Rozvoj gastroturismu nepředstavuje pouze ekonomické přínosy, pracovní místa a zisky regionu, ale především podporu tradic, kulturní obohacení a také přispívá k udržitelnosti regionu a zvýšení jeho atraktivity (Štorchová, 2019).

Dömeová & kol. (2012) výrazně rozšiřuje perspektivu o významné organizace působící v oblasti venkovského cestovního ruchu a to jak v rámci České republiky, tak i v širším kontextu Evropské unie. Jednou z klíčových institucí, které přispívají k rozvoji venkovských oblastí, je ECEAT (Evropské centrum pro agroturistiku se sídlem v Amsterdamu). Tato organizace si klade za cíl podporovat udržitelný rozvoj venkovských oblastí napříč celou Evropou a aktivně přispívá k šíření povědomí o šetrných formách turismu, které respektují životní prostředí. Svaz venkovské turistiky hraje rovněž významnou úlohu v této oblasti. Jeho aktivitami jsou zejména prosazování zájmů podnikatelů působících na venkově a kontrola kvality ubytovacích služeb prostřednictvím intenzivní propagace. Což nejenže podporuje rozvoj cestovního ruchu, ale též posiluje pozici místních podnikatelů a zvyšuje kvalitu turistického zážitku. Zároveň je patrná angažovanost státních institucí, které se zaměřují na podporu venkova a venkovského cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj, ministerstvo životního prostředí a ministerstvo zemědělství aktivně přispívají prostřednictvím dotačních programů, které poskytují finanční podporu projektům a aktivitám zaměřených na rozvoj venkovských oblastí. Tyto programy mohou být zaměřeny jak na udržitelnost zemědělství, které je pro venkov typické, tak i na obnovu, zvelebení a udržitelnost venkovských oblastí jako celku. Úsilí těchto organizací a institucí vytváří komplexní a koordinovaný přístup k rozvoji venkovského cestovního ruchu, zdůrazňující jeho udržitelnost a přínos pro lokální ekonomiku a životní prostředí. Tímto způsobem se snaží naplňovat potřeby dnešních generací a zároveň zachovat kvalitu života pro budoucí generace v rámci venkovských destinací.

3.2 Rozvoj venkova

V rámci rozvoje venkova se využívá mnoho nástrojů, které mají za cíl posílit růst a kvalitu venkova. Mezi základní nástroje patří fiskální a monetární politika zašitovaná státem a ČNB, které finančně a legislativně podporují rozvoj venkova. Finanční podpora venkova je posílena také dotacemi, granty a jinými podporami. Venkov je ztotožňován s rozvojovým územím, proto existují strategie, programy a plány jak tato území rozvíjet. Na rozvoji venkova se podílí mnoho aktérů v různých oblastech rozvoje, jejichž společným cílem je zvelebit venkov a kvalitu života v něm. (Svobodová & Věžník, 2013).

3.2.1 Vymezení venkova

V současné době není ustálená definice termínu "venkov". Pro potřeby statistiky je mezinárodně uznáváno vymezení OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), které charakterizuje venkov podle podílu obyvatelstva žijícího na daném území s hustotou zalidnění nižší než 150 obyvatel na km². Na regionální úrovni je poté venkov klasifikován do tří kategorií: Převážně venkovské regiony, kde více než 50 % místních obyvatel žije ve venkovských obcích. Dále jsou regiony označeny jako Významně venkovské, pokud v nich žije 15 až 50 % obyvatel ve venkovských obcích a Výrazně městské oblasti, kde méně než 15 % obyvatel žije ve venkovských obcích. Venkov je také definován na základě jeho typických znaků, mezi které patří podíl přírodních ploch, hustota zástavby, dopravní dostupnost a vzdálenost od větších center nebo například statutu obce (městys, město...), přičemž vymezení obce patřící do venkovského prostoru dosahuje limitu 2 000 obyvatel nebo 3 000 obyvatel s hustotou zalidnění do 150 obyvatel/km². V roce 2008 žilo ve venkovských oblastech přibližně 30 % populace České republiky, což zahrnuje přibližně 79 % všech obcí na území státu, celkem tedy 5 734 obcí (ČSÚ, 2009).

Evropská unie používá obdobné definování venkova, ale na rozdíl od OECD vymezuje venkov jako území s hustotou zalidnění menší než 100 obyvatel/km² (Perlín, 2004).

Pro úplné pochopení dané problematiky je nutné vymezit základní pojmy a rozdíly mezi nimi, jak definuje Svobodová & Věžník (2013) rozlišení venkovské obce, venkova, venkovské krajiny a venkovského prostoru: Venkovská obec je nespojitá struktura jednotlivých sídel obcí dle počtu obyvatel či správní funkce. Venkov je naopak spojitě území složené z volné krajiny a přilehlých sídel dle hustoty zalidnění. Venkovská krajina je typická pro vysoký podíl zemědělské plochy a produkci potravin. Tento typ krajiny zpravidla má velmi starou historii. Venkovský prostor je termín označující území s menším počtem obyvatel nebo malou hustotou zalidnění, ve kterých převládá lesnictví a zemědělství.

Perlín (2004) vymezuje pojem venkovské sídlo, které lze definovat na základě souboru aspektů z následujících hledisek:

- **Urbanistické** – venkovská sídla jsou tvořena převážně rodinnými domy nebo urbanistickou nízkopodlažní zástavbou. Síť ulic je poměrně málo vyvinutá, centrum tvoří náves, která je zároveň kulturním středobodem sídla. Typický urbanistický aspekt je vysoký podíl zeleně a vysoký podíl nezastavěné plochy.

- **Architektonické** – pro venkovská sídla je typická nízkopodlažní zástavba se značným zaměřením za rodinné domy. Stavby jsou velmi často doplněny o zemědělské nebo hospodářské zázemí, dále dvory a dvorky nebo zahrady.
- **Sociální** – velmi typické jsou užší a dlouhodobější vztahy a kontakty mezi jednotlivými residenty daného sídla s důrazem na sousedské prostředí, kde každý zná každého. Život je více skupinový než ve městech, kde je spíše individualistický. Obyvatelé jsou spíše starší lidé.
- **Ekonomické** – hlavním ekonomickým zdrojem venkovských sídel je zemědělská činnost a s tím spojená výroba potravin ze zemědělských zdrojů. Existuje zde velký podíl obyvatel, kteří za práci dojíždí mimo sídlo.
- **Historické** – venkovská sídla mají zpravidla dlouholetou historii, ze které vychází mnoho tradic a zvyků. Pokud měla obec v minulosti městské právo, náleží jí toto právo i dnes. Městem se tedy na základě historie může stát i obec s menším počtem obyvatel. Ostatní sídla jsou označována jako vesnice.
- **Administrativní** – Předseda poslanecké sněmovny může jmenovat obce, která mají právo nově používat statut města a jeho práva včetně znaku. Ostatní obce se stávají městem, mají-li více než 3 000 obyvatel. Menší než město je městys a nejmenší jednotkou je ves.
- **Statistické** – venkovská sídla se v tomto případě vymezují dle počtu obyvatel, kdy hranici tvoří 2 000 obyvatel. Některé evropské státy nastavili hranici až do 5 000 obyvatel.

Nešpor, (2018) popisuje venkov ze sociologické hlediska jako: „*Obydlený prostor mimo městské lokality tradičně charakterizovaný orientací na zemědělství a menší hustotou obyv., ale i jiným způsobem života, většinou propojením s přírodou, a také jinou soc. strukturou ve srovnání s městem. Typickou sídlištní jednotkou venkova je vesnice.*“ Dále hodnotí venkov jako rurální komunitu s vysokou mírou vzájemné sociální závislosti se silnou vazbou na zvyky a tradice, s velkým citem k přírodě a přírodním zdrojům, bez větší chutě se civilizovat. Dalším neopomenutelným znakem obyvatel na venkově je větší náklonnost k náboženství, než u lidí ve městech.

3.2.2 Strategie rozvoje venkova

Jelikož jsou venkovské regiony považovány za méně vyspělé a rozvinuté oproti městským regionům, vzniká snaha o odstranění disparit mezi nimi. Postupy, nástroje a cíle vedoucí ke zvelebování venkova jsou sepsány v jednotlivých rozvojových strategiích. Celkové fungování obcí, jejich postavení ve státě a obecné vymezení se řídí zákonem č. 128/2000 Sb., o obcích. Pro rozvoj venkova je klíčový zákon č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje, který stanovuje základní strategie, finanční podporu a kompetence napříč státem i Evropskou unií (Svobodová & Věžník, 2013).

V rámci společné zemědělské politice EU, vytvořila Evropská komise v letech 2014–2020 Program rozvoje venkova ČR, který v tomto období přinesl téměř 96 mld. Kč na český venkov. Z toho 62 mld. Kč ze zdrojů Evropské unie a 34 mld. Kč ze státního rozpočtu České republiky. V rámci tohoto programu byly vyhlášeny dotační výzvy na podporu venkovských regionů

s cílem obnovy a zachování zemědělských ekosystémů včetně agroenvironmentálních opatření, podpory mladých lidí k navrácení do venkovských oblastí a do zemědělství, vytváření nových pracovních míst v ohrožených regionech, spolupráce s místními aktéry s důrazem na podporu místních akčních skupin dle metody LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale) neboli Propojení mezi venkovskou ekonomikou a rozvojovými akcemi.

Ovšem některé výzvy přetrvávají i dodnes a jsou platné souběžně s nově vytvořeným programem. Nejvíce finančních prostředků se vynaložilo na ochranu životního prostředí, konkurenceschopnost a zpracování zemědělských produktů. Velký důraz se klade na zemědělství jako na neodmyslitelný prvek venkova. Souběžně s PRV (Program rozvoje venkova) jsou vyhlášeny také Národní dotace, které jsou čerpány z národních zdrojů prostřednictvím fondů. Výzvy jsou orientovány například na podporu včelařství, údržbu a obnovu kulturních a venkovských prvků, rybníky či poradenství a vzdělávání. Dále jsou podporovány neziskové organizace působící ve venkovských oblastech (SZIF, 2014).

V novém období 2023–2027 není Program rozvoje venkova vyhlášen samostatně, nýbrž spadá pod Strategický plán společné zemědělské politiky a tvoří jeho druhý pilíř. Rozvoj venkova je financován z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova, ale výběr témat podporovaných projektů záleží přímo na každém státu. Cílem těchto projektů je zlepšení kvality života na venkově, podpora komunitně vedeného místního rozvoje realizovaného místními akčními skupinami, investice do staveb, infrastruktury a technologií. Souběžně se Strategickým plánem působí Národní plán obnovy, který je financovaný z Nástroje pro oživení a odolnost. Zabývá se tématy jako protipovodňové ochrany, pozemkové úpravy nebo budování odolných lesů vůči klimatické změně (EAGRI, 2022).

Ministerstvo pro místní rozvoj, (2023) chce implementovat v rámci Koncepce rozvoje venkova 5 hlavních aktivit s cílem zvelebit venkovské regiony na místo, kde se dobře žije. Tyto aktivity představují zabezpečení dostatečné infrastruktury a vybavenosti venkova, stabilizace ekonomiky venkova s důrazem na seberealizaci obyvatel, zajištění rekreačně atraktivního a klimaticky stabilního prostředí, rozvoj sociálního a lidského kapitálu a také celkové víceúrovňové řízení rozvoje venkova. Hlavním nástrojem ministerstva pro místní rozvoj je integrovaný regionální operační program, který přerozděluje finance z evropského fondu pro regionální rozvoj. V tomto programu je vyhlášeno několik výzev napomáhající rozvoji venkova, přičemž mezi hlavní témata rozvoje patří vzdělávání, zelená infrastruktura, dostupnost zdravotní péče a cestovní ruch včetně ochrany památek. V rámci cestovního ruchu lze podpořit například aktivity jako budování a revitalizace turistických tras a naučných stezek, rekonstrukce informačních center, podpora vodácké turistiky, revitalizace kulturních památek. O tyto tituly mohou žádat obce nebo místní akční skupiny působící v dané lokalitě.

3.2.3 Aktéři rozvoje venkova

Jako aktéra rozvoje venkova lze označit každého, kdo svým působením či aktivitami ovlivňuje dění na venkově a je jeho součástí. Aktérem může být jednotlivec, skupina či instituce, přičemž důležitá je jejich koordinace a spolupráce. Aktéři zainteresovaní do rozvoje venkova zaujímají významnou roli v obohacování venkova zejména z pohledu zlepšování kvality života na venkově (Tittelbachová, 2011).

Spolupráce aktérů jakožto subjektů působících na venkově se dále promítá do oblastí jako je situace na místním trhu práce, rozvojové aktivity v rámci osídlení venkova, kulturní, sociální a ekonomické zajištění (Binek & kol., 2009).

Aktéry rozvoje venkova lze rozdělit dle hierarchického hlediska dle správního postavení organizace na aktéry národní, regionální a lokální úrovně. Národní aktéři jsou pak například jednotlivá ministerstva, zejména ministerstvo pro místní rozvoj, ministerstvo zemědělství a ministerstvo životního prostředí. Ti mají na starost financování venkova v podobě dotačních výzev a grantů z jednotlivých operačních programů. Dále například MMR zajišťuje celostátní soutěž „Vesnice roku“. Problémem na této úrovni jsou ne zcela jasně vytyčené kompetence mezi jednotlivými ministerstvy, přičemž vysoký počet jednotlivých aktérů působících na národní úrovni znesnadňuje a znepřehledňuje práci aktérům na nižších úrovních zejména z pohledu náročnosti administrativy. Regionální aktéři představují především zájmová uskupení, regionální školy, krajské úřady, ale nejdůležitějším subjektem jsou takzvané MAS neboli místní akční skupiny. MAS je nezávisle rozhodujícím uskupením občanů daného regionu. Patří sem také neziskové organizace, soukromí podnikatelé či orgány veřejné správy jako jsou například obce a svazky obcí. Hlavním cílem těchto skupin je snaha o zlepšení kvality života a životního prostředí na venkově získáváním finančních prostředků z EU i národních fondů za pomoci metody LEADER. Podmínkou pro čerpání financí z daných operačních programů je zpracování Strategie komunitně vedeného místního rozvoje. Na lokální úrovni mají významnou roli přímo obyvatelé venkova, starosta obce a zastupitelstvo, spolky a sdružení jako jsou hasiči, fotbalisté, rybáři apod., dále chalupáři či dobrovolníci. Z výše zmíněných jsou nejvýznamnějším subjektem právě místní spolky a sdružení, které se nejvíce zaslouží o utužování komunitních vazeb, zvelebování kulturního života na venkově a mají také velký podíl na dění v dané obci, udržování zvyků a tradic a předávání historických pamětí. Tyto spolky jsou také důležité v zapojování nových obyvatel do života na venkově a jejich sbližování s původními obyvateli (Svobodová & Věžník, 2014).

Výzkum Perlína & Hubkové. (2010) potvrzuje, že výskyt lokálních aktérů na venkově vysoce podporuje a zkvalitňuje venkovský život. Výzkum potvrdil, že 67 % lokálních aktérů tvoří spolky a sdružení. Nejlepšími pak ke stabilitě komunit přispívají hasiči, myslivci, sportovní sdružení a náboženská sdružení. Spolky vytvářejí aktivity jako pro své členy, tak pro ostatní obyvatele lokality, čímž ji ztraktivňují. Velmi specifickou skupinu aktérů představují chalupáři, jejichž činnost je sezonní a zcela odlišná od stálých obyvatel. Nijak významně se nepodílí na rozvojových činnostech na venkově, ale podporují jej ekonomicky, urbanisticky a esteticky.

3.2.4 Financování venkova

Jednotliví aktéři rozvoje venkova mají také své kompetence, které jim umožňují zasahovat do dění na venkově, rozhodovat jaké aktivity budou financovány a jaké finanční prostředky budou použity. Samosprávné celky mají k dispozici několik hlavních zdrojů financování, mezi něž patří příjmy daňové, nedaňové, kapitálové a také transfery. Nejdůležitější položkou jsou příjmy daňové, které tvoří přibližně dvě třetiny veškerých příjmů a jedná se o daň z přidané hodnoty, z příjmů právnických a fyzických osob, nemovitých věcí a hazardu.

Rovněž do této skupiny patří místní a správní poplatky. Výběr DPH a daně z příjmů zajišťuje finanční správa, která následně přerozděluje finance obcím a krajům zpravidla dvakrát měsíčně na základě velikosti, počtu obyvatel, počtu škol apod. Daň z nemovitých věcí je taktéž vybírán finanční správou, ale obec následně obdrží všechny vybrané odvody. Poplatky jsou vybírány napřímo obcí, která získá celý jejich obnos. Nedaňovými příjmy jsou především pronájmy, poskytování služeb, příjmy z prodeje zboží a kapitálové příjmy představují například prodej dlouhodobého majetku. Jedná se spíše o doplňkové příjmy. Velmi významným zdrojem jsou transfery, které pochází ze státního rozpočtu, státních fondů, rozpočtů krajů či evropských projektů. Největší část tvoří finanční podpory v podobě transferů ze státního rozpočtu. Hlavním poskytovatelem dotací jsou pak příslušná ministerstva, hlavními jsou Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, Ministerstvo práce a sociálních věcí a také Ministerstvo zemědělství nebo Ministerstvo životního prostředí. Nejvyužívanějším programem pro čerpání financí byl OP Zaměstnanost pod záštitou MPSV (Matej, 2017).

Každá obec, jakožto rozpočtová organizace, operuje na základě pečlivě připraveného rozpočtu, který slouží jako plán hospodaření na jeden kalendářní rok. Tento rozpočet vychází z rozpočtového výhledu, jehož rámec a pravidla jsou stanovena zákonem č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, a zákonem č. 128/2000 Sb., o obcích. Tyto právní normy detailně definují pravomoci a kompetence zastupitelstva a rady obce v otázkách spojených s tvorbou a schvalováním rozpočtu obce. Schvalování rozpočtu obce obvykle probíhá koncem roku a je rozděleno na dvě základní části – příjmovou a výdajovou, s tendencí dosahovat vyrovnanosti, přičemž pravomoc schvalování připadá na zastupitelstvo. Rozpočtový výhled, zpravidla sestavovaný na horizontu 2 až 5 let, pak slouží k plánování dlouhodobých finančních perspektiv.

Významným aspektem rozpočtu obce jsou příjmy a výdaje. Peková & kol. (2008) rozlišují výdaje na běžné a kapitálové. Běžné výdaje zahrnují pravidelné a opakované platby, k nimž patří i mandatorní povinné platby. Tímto způsobem jsou financovány klíčové oblasti, jako jsou veřejné statky, veřejná bezpečnost, osvětlení, infrastruktura včetně komunikací, skládky odpadu, čistírny odpadních vod a také bezpečnostní a záchranné služby jako hasiči a policie. Kapitálové výdaje zase reprezentují investice či akvizice nemovitostí. Jsou charakterizovány jednorázovým charakterem a dlouhodobým dopadem na rozpočet, přičemž se často jedná o financování nákupu aktiv nebo investic do infrastruktury, což napomáhá dlouhodobému rozvoji obce.

3.3 Cestovní ruch jako nástroj rozvoje venkova

V současné době existuje nespočet venkovských oblastí, ve kterých dochází k úpadku zemědělství, obyvatelé velmi často dojíždějí za prací do větších měst nebo se do nich stěhují. Cestovní ruch je moderní nástroj, který přispívá k revitalizaci, atraktivitě a udržitelnosti jednotlivých regionů. Současně napomáhá rozvoji infrastruktury a dalším ekonomickým aktivitám. V regionech dochází k propojenosti, efektivnější komunikaci a místní obyvatelé jsou pak méně izolovaní. Ovšem v některých případech může cestovní ruch negativně ovlivnit kvalitu života na venkově nebo narušit přírodní prostředí a biodiverzitu (Rátz & Puczkó, 1998).

3.3.1 Pozitivní a negativní dopady

Cestovní ruch je vnímán jako nástroj rozvoje venkova za účelem optimalizace stránky ekonomické, environmentální, sociálně-kulturní i životního prostředí. Díky cestovnímu ruchu vznikají ve venkovských oblastech nové pracovní příležitosti, které jsou mnohdy atraktivnější nežli ty zemědělské či průmyslové. Venkovský cestovní ruch také přispívá k rozšiřování a zlepšování doplňkových služeb, které mohou využívat také residenty dané oblasti a tím se zlepšuje kvalita života na venkově. Mezi tyto služby typicky patří Pohostinství. Příliv turistů do venkovských oblastí pro mnohé residenty znamená také obchodní příležitosti, zachování kultury a dědictví a ochranu krajiny (Ayazlar & Ayazlar 2015).

Cestovní ruch s sebou přináší také značné úskalí, jelikož je velmi ovlivněn sezónností, atraktivitou daného regionu nebo kvalitou a kvantitou doplňkových služeb. Tyto faktory lze ovlivnit jen zřídka a jsou tedy velmi rizikové pro úspěšný rozvoj na základě cestovního ruchu. Další překážkou bývá nedostatečné vzdělání v oblasti cestovního ruchu, které místní obyvatelé často nemají. Některé formy cestovního ruchu s sebou přinášejí negativní dopady na dané lokality. V tomto případě je klíčový počet turistů, jejich aktivity a chování a odolnost prostředí vůči těmto vlivům. Jelikož následně se může turismus vyšplhat až na tzv. overturismus, který UNWTO (2019) definuje jako *„vliv cestovního ruchu na destinaci nebo její části, který nadměrně negativně ovlivňuje vnímanou kvalitu života občanů a/nebo kvalitu zážitků návštěvníků.“* Příliš četný příliv turistů má za následek nevhodné přetížení lokalit, pokles úrovně zážitků, poškození přírodního bohatství, snížení kvality života na venkově, ztráta soukromí, vystěhování venkovských oblastí, zvýšení cen služeb zejména pro místní obyvatele, nebo zvýšení cen nájmu. Negativní dopady lze zaznamenat také v oblasti zhoršení dopravy, kvality ovzduší, zvýšeného hluku a nepořádku. V případě overturismu již nelze hovořit o cestovním ruchu jako o nástroji rozvoje venkova (Kruczek, 2019).

Například německé město Kurort Rathen, čítající 406 obyvatel, které se nachází v Saském Švýcarsku se dlouhodobě potýká s turistickým přetížením. V blízkosti obce totiž stojí známý most Bastei, který se nachází uprostřed skalního města a láká až milion turistů po celý rok. Malé městečko žije z turismu, daří se díky němu místním podnikatelům, ale zároveň ohromný počet návštěvníků přinesl snížení kvality života místních obyvatel, zejména v oblasti dopravy, soukromí a bezpečnosti. Kurort Rathen navrhlo řešení situace tak, že zakázalo vjezd všem vozidlům mimo residenty či ubytované hosty do obce, jelikož abnormálně vysoký počet aut nebylo možné do malého města uspořádat. Místním obyvatelům tento krok přinesl klid, bezpečnost a navrácení soukromí. Turisté nyní parkují v kopci za obcí na vyhrazeném zpoplatněném parkovišti a do městečka přicházejí pěšky. Druhou možností parkování je parkoviště na druhém břehu Elbe, kde se nachází větší město, které bez problému pojme více aut a disponuje větším počtem parkovacích míst. Poté mohou turisté přívozem přejet přes řeku a ocitnou se v Kurort Rathen. Díky tomuto řešení jsou místní obyvatelé spokojenější a masový turismus je v této formě příjemnější i z hlediska snížení výfukových plynů (Region Tour, 2023).

3.3.2 Udržitelný cestovní ruch

Udržitelný cestovní ruch představuje protipól fenoménu overturismu. Snaží se dosáhnout harmonie mezi turistickou aktivitou a ochranou životního prostředí. Jeho cílem je vytvářet příležitosti pro současné i budoucí generace, aby mohly uspokojit své potřeby a

zároveň zlepšit kvalitu života. Centrálním prvkem udržitelného cestovního ruchu je minimalizace negativních dopadů turismu na konkrétní lokality. Podle Goeldnera & Ritchieho (2009) vykazuje udržitelný cestovní ruch několik klíčových charakteristik. Patří sem například provázanost různých aktérů zapojených do turistického procesu, multidisciplinární přístup při posuzování podmínek pro udržitelný rozvoj, implementace udržitelných principů a důraz na přirozený stav místa před jeho transformací člověkem. Základním principem udržitelného cestovního ruchu je pečlivá péče o environmentální zdroje, ekologické procesy, biodiverzitu a kulturní dědictví. Tímto způsobem se nejen snižují negativní dopady turismu, ale zároveň se také zabezpečuje zachování těchto hodnot pro budoucí generace. Je důležité zdůraznit, že cílem není zastavení rozvoje cestovního ruchu, ale jeho řízený a odpovědný rozvoj s ohledem na specifika daného území.

Podle Šípa & kol. (2020) jsou klíčovými aktivitami pro udržitelný cestovní ruch na venkově například snaha o dosažení souladu mezi turisty a místními obyvateli, udržitelné využívání přírodních zdrojů, efektivní komunikace mezi všemi aktéry, aktivní zapojení místních obyvatel, vzdělávání a školení v oblasti udržitelnosti a podpora spravedlivé ekonomiky. Celkově lze říci, že udržitelný cestovní ruch je klíčovým konceptem, který klade důraz na rovnováhu mezi ekonomickým rozvojem, ochranou životního prostředí a zachováním kulturních hodnot a tím přispívá k trvale udržitelnému rozvoji destinací po celém světě.

3.3.3 Destinační management

Destinační management hraje klíčovou roli ve správě a organizaci cestovního ruchu v dané lokalitě. Jeho hlavním posláním je systematicky plánovat, organizovat a řídit turistickou činnost tak, aby byly dosaženy stanovené cíle v rámci dané destinace. Tato koordinace zahrnuje spolupráci mezi komerčními a veřejnými subjekty, stejně jako neziskovými organizacemi. Hlavním záměrem destinačního managementu je implementovat udržitelné postupy a způsoby provozu v destinaci. Destinační management vychází ze spolupráce mezi různými subjekty s cílem dosáhnout optimálních výsledků. Jedním z klíčových aspektů je koordinace cenové politiky, aby byla zajištěna udržitelnost a spravedlivost pro všechny zúčastněné strany. Důležitou roli zde hraje i propagace destinace, která by měla být přiměřená a účinná a aktivní prodej regionálních produktů, což přispívá k podpoře místní ekonomiky (Holešinská 2022).

Dle Nejdla (2012) je destinační management založen na metodách koordinace, partnerství a kooperace, a to s cílem zlepšit kvalitu života na venkově a udržet místní zvyklosti a tradice. Tento přístup podporuje nezávislost na politických vlivech, propojení obcí a jejich samostatnost, spravedlivé financování a efektivní rozhodování. Základními principy destinačního managementu jsou tedy nejen ekonomický rozvoj destinace, ale také sociální a environmentální udržitelnost. Tímto způsobem se snaží dosáhnout rovnováhy mezi potřebami turistů a potřebami místních obyvatel. Celý systém destinačního managementu tak může sloužit jako efektivní nástroj pro udržitelný rozvoj turistických destinací a zároveň k zachování autentičnosti a unikátnosti dané lokality.

Plánování cestovního ruchu je základem pro efektivní a účinné využití zdrojů a finančních prostředků, zejména ve venkovských oblastech, které disponují omezenými finančními prostředky a zdroji. Kvalitní plánování rozvoje a propagace cestovního ruchu může

pomoci rozvíjet a podporovat místní podniky spojené s turismem. Propagace by měla být založena na klíčových aspektech dané destinace se zapojením klíčových aktérů a komunit. Čím více je plán rozvoje propracovanější a obsahuje značné zapojení komunit do rozvoje cestovního ruchu na venkově, tím větší spokojenost turistů i residentů je dosaženo (Wilson & kol., 2001).

Existuje několik přístupů využívající cestovní ruch jako nástroj rozvoje venkova. Metody rozvoje lze rozdělit dle skutečného stavu turismu v dané lokalitě. V případech přetížení turismem je žádoucí regulovat a směřovat turismus ve vysoce navštěvovaných lokalitách tak, aby byl turismus udržitelný i v budoucnu. Toho lze dosáhnout zejména prostřednictvím strategického plánování a destinačního managementu. V současné době neexistují systematická, legislativně zakotvená omezení cestovního ruchu na národní úrovni. Existuje pouze strategický plán cestovního ruchu v rámci jednotlivých obcí, kterému by měla předcházet pečlivá analýza současného stavu obce na základě destinačního managementu. Cílem strategického plánu je cílená optimalizace dlouhodobého rozvoje. V oblasti cestovního ruchu se strategický plán zaměřuje na vybrané ukazatele turismu, environmentální dopady, kapacitu destinace a spokojenost místních obyvatel. K omezení cestovního ruchu mohou obce využít například některé z těchto metod:

- **Regulace počtu turistů:** omezení počtu turistů může být například na základě zavedení rezervací vstupu na dané místo nebo památku či vytvoření kvót turistické návštěvnosti.
- **Zpoplatnění:** obce mohou využít zavedení vyšších vstupních poplatků či turistických daní.
- **Podpora alternativních destinací:** tato metoda spočívá v odklonění turistů do méně známých oblastí. V tomto případě se předpokládá spolupráce vytížených oblastí na propagaci alternativních destinací.
- **Vzdělávání turistů:** poskytování informací turistům o udržitelném cestování a dopadech turismu na životní prostředí by mohlo napomoci zlepšit jejich chování. Vzdelávání v této oblasti by mohlo mít vliv na snížení negativních dopadů cestovního ruchu na přírodu.
- **Omezení vjezdu:** některá metropole zejména v zahraničí využívají metodu zákazu vjezdu do historických center měst. Toto omezení neplatí pro residenty. Metoda je účinná z hlediska bezpečnosti, snížení hluku a emisí z výfukových plynů, omezení turistického parkování.
- **Zapojení místních komunit:** zapojení místních obyvatel do rozhodovacích procesů v oblasti turismu a jejich začlenění do cestovního ruchu může zvýšit spokojenost místních obyvatel a zároveň lze takto vytvořit nové zážitky pro účastníky cestovního ruchu (Pásková, 2000).

Naopak v oblastech, kde není efektivně využita celková kapacita destinace je strategický plán zaměřen na rozvojové aktivity a posílení turismu v dané lokalitě. Destinační management se tedy soustředí na podporu turismu a zvýšení návštěvnosti, za předpokladu udržení kvality života místních obyvatel a minimalizace negativních dopadů turismu na životní prostředí. V rámci rozvoje cestovního ruchu mohou obce do svých strategických plánů zapojit například aktivity, které navrhla agentura CzechTourism v rámci strategie pro roky 2021-2025:

- **Propagace destinace:** využití marketingových kampaní, propagačních aktivit, reklam či online obsahu zvyšuje povědomí o dané lokalitě. Propagace může probíhat na webových stránkách obce nebo například v novinách.
- **Rozvoj atrakcí:** obce mohou investovat do zajištění turistických aktivit, podpory kulturních památek a historických míst, vytvářet nové zážitky například také za pomoci dotačních titulů v oblasti rozvoje venkova
- **Rozvoj infrastruktury:** modernizace a rozvoj dopravní dostupnosti a zajištění snadnějšího přístupu turistů do dané lokality – vlak, autobus, parkování apod.
- **Služby cestovního ruchu:** snaha o zajištění kvalitních služeb cestovního ruchu jako je ubytování, stravování nebo informační služby. Tyto služby může provozovat přímo obec nebo je doporučeno poskytování služeb místními obyvateli. Předpokládá se partnerství mezi soukromým a veřejným sektorem a významná podpora místních podnikatelů.
- **Vzdělávání:** osvěta v rámci udržitelného turismu, ochrany přírodního a kulturního dědictví, podpora měkkého turismu, snaha o eliminaci negativních dopadů na životní prostředí. Školení personálu, vzdělávací kurzy, využití digitálních technologií
- **Budování značky:** budování destinační značky, podpora regionálních produktů, spolupráce s ikonickými značkami za účelem posílení povědomí, udržení tradic a tradičních eventů (CzechTourism, 2020)

3.3.4 Indikátory cestovního ruchu

Indikátory cestovního ruchu jsou měřitelné proměnné nebo ukazatele, které slouží k hodnocení a monitorování vývoje cestovního ruchu v dané oblasti. K vyhodnocení skutečného stavu dané lokality lze využít indikátory intenzity cestovního ruchu. Ty vyjadřují únosné kapacity daných území, což je termín používaný k označení maximálního množství návštěvníků, které může daná destinace, oblast nebo atrakce přijmout, aniž by došlo k překročení limitů, které by mohly mít negativní dopady na životní prostředí, kvalitu služeb a zážitky návštěvníků. Tato kapacita je klíčovým konceptem v udržitelném cestovním ruchu a managementu destinací. Indikátory jsou rozděleny do několika skupin dle jejich využití, jedná se o indikátory obecné, socio-kulturní a environmentální. Na základě obecných ukazatelů lze charakterizovat oblast dle kapacity a návštěvnosti za použití indikátoru Čisté využití lůžek, Počet ubytovacích zařízení nebo Průměrná délka přenocování. Socio-kulturní ukazatele jsou zaměřeny na poměr účastníků cestovního ruchu a residentů na daném území. Do této oblasti patří indikátor míra turistické penetrace, Intenzita cestovního ruchu nebo Hustota výskytu turistů. V roce 2014 provedla Dumbrovská a Fialová výzkum porovnání intenzity cestovního ruchu mezi Prahou, Vídní a Budapeští, přičemž bylo zjištěno, že míra turistické penetrace je v Praze nejvyšší o hodnotě 413,3 turistů / 100 obyvatel denně (Dumbrovská & Fialová 2014).

Manera & Valle (2018) poukazují na možné nedostatky ve výpočtu těchto indikátorů, jelikož v současné době neexistuje jeden přesně definovaný postup či názor, jak správně počítat intenzitu cestovního ruchu. Většinou se používají různé kombinace statistických dat a různé kombinace několika možných indexů. Úskalí toho přístupu pak představují především neaktuální data o dané lokalitě, trend AirBnb, který není zahrnován do statistických analýz nebo jednodenní návštěvníci destinace, kteří také do statistik nebývají zahrnuti.

Butler (2016) uvádí, že některé indikátory lze sledovat v průběhu času a identifikovat tak životní cyklus destinace, který se skládá ze šesti fází: objevení, přitahování, růst, konsolidace, stagnace a poststagnace. Koncept dynamiky, vývoje a udržitelnosti destinace je často zobrazován pomocí křivky, která pomáhá určit potenciál destinace a aktuální stav cestovního ruchu. Existuje mnoho měřitelných ukazatelů sledovatelných v průběhu času, včetně objemu návštěvníků, ročního počtu turistů, hodnoty udržitelné kapacity, příjmů z cestovního ruchu a vytíženosti ubytovacích zařízení. Fáze životního cyklu destinace jsou ovlivňovány několika klíčovými faktory, jako je marketing a propagace destinace, udržitelnost, konkurence mezi lokalitami a poskytované turistické služby. Tyto aspekty mohou také procházet svými vlastními životními fázemi, což dále ovlivňuje vývoj destinace.

4 Metodika

Tato část podrobně popisuje všechny metody a postupy, které byly aplikovány při sběru a vyhodnocení dat za účelem dosažení stanovených cílů diplomové práce. Pro účely této práce byl využit kvantitativní i kvalitativní výzkum. Tato kapitola se také podrobněji věnuje charakteristice vybraných obcí, ve kterých bylo prováděno šetření, včetně analýzy intenzity cestovního ruchu na základě dat získaných z českého statistického úřadu. Kapitola dále rozebírá také statistické metody, které byly využity k vyhodnocení získaných dat.

4.1 Analýza intenzity cestovního ruchu

Klíčovým indikátorem výkonnosti jednotlivých destinací v oblasti cestovního ruchu je intenzita cestovního ruchu, na jejímž základě lze ověřit zatížení turismem a určit úroveň turismu v dané lokalitě. Tento ukazatel, který je založen na vyhodnocení dat poskytovaných českým statistickým úřadem, je velmi často využíván v destinačním managementu. V rámci analýzy intenzity cestovního ruchu byly pro účely diplomové práce zvoleny tři indikátory. Jedná se o míru turistické penetrace, hustotu výskytu turistů a míru turistické intenzity. S těmito ukazateli pracuje také například agentura CzechInvest (Machová, 2020).

Výpočet indikátorů byl proveden s cílem zhodnotit úroveň neboli intenzitu cestovního ruchu ve zvolených destinacích. Míra turistické penetrace porovnává počet strávených dnů turistů v destinaci s počtem strávených dnů obyvatel v destinaci a lze ji vyjádřit počtem turistů, kteří se nachází v dané destinaci na 100 obyvatel za jeden den.

$$MTP = \frac{(\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů})}{(\text{počet residentů} * \text{počet dní v roce})} * 100$$

Hustota výskytu turistů je indikátor, který vyjadřuje průměrný počet turistů za den nacházejících se na 1km² dané obce.

$$HVT = \frac{(\text{průměrná délka pobytu turistů} * \text{počet turistů})}{(\text{celková ploha destinace} * \text{počet dní v roce})}$$

Ukazatel míra turistické intenzity zase vyjadřuje podíl turistů a residentů a lze jej vyjádřit jako počet turistů na 100 obyvatel ročně. Cílem výpočtu indikátorů intenzity cestovního ruchu je zhodnotit úroveň cestovního ruchu v obou destinacích (Dumbrovská & Fialová, 2014).

$$MTI = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet residentů}} * 100$$

4.2 Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum se obecně zaměřuje na systematický sběr a analýzu numerických dat, na základě kterých je následně možné potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. Číselná data jsou analyzována statistickým šetřením. V rámci kvantitativního výzkumu byla využita metoda dotazníkového šetření v obou zvolených venkovských oblastech, tedy v Jesenici u Rakovníka a na Křivoklátě (Williams, 2007).

Cílem dotazníkového šetření bylo ověřit spokojenost místních obyvatel s turismem v jejich místě bydliště a spokojenost turistů s danou lokalitou. Na základě dat získaných dotazníkovým šetřením bylo možné vyhodnotit stanovené hypotézy. Pro komplexnost výzkumu paralelně probíhalo dotazníkové šetření určené místním obyvatelům a účastníkům cestovního ruchu. Tyto klíčové segmenty respondentů měli odlišné dotazníky, které na sebe navazovaly. Segment turistů odpovídal celkem na 9 otázek a obyvatelé na 8 otázek. Při sestavování dotazníků byl kladen důraz na stručnost, srozumitelnost a logickou návaznost jednotlivých otázek, které byly povětšinou uzavřené s možností pouze jedné odpovědi. V obou verzích dotazníku se nacházela pouze jedna otevřená otázka a v případě dotazníku pro turisty obsahuje dotazník také otázku s numerickou škálou. Dotazník byl zcela anonymní a obsahoval v obou verzích pouze dvě identifikační otázky, a to věk respondentů a volbu destinace, která byla následně hodnocena.

Klíčovým aspektem byla dostupnost dotazníků respondentům, což bylo řešeno pomocí několika způsobů. Velká část dotazníků v papírové formě byla rozmístěna na frekventovaných místech v daných obcích. Dotazníky pro turisty se nacházely například v restauracích, hotelech, infocentrech, na hradě či v muzeu. Pro místní obyvatele pak na poště, v obchodě s potravinami nebo knihovně. Tyto papírové verze obsahovali QR kód, který mohli respondenti naskenovat mobilním telefonem a dotazník vyplnit online na platformě Google Forms. Zároveň byl tento online dotazník nasdílen do facebookových skupin obcí a také na stránky obou obcí. Vzory dotazníků jsou k nahlédnutí v rámci přílohy č. 1 a č. 2.

Výzkum probíhal od června do srpna roku 2023, přičemž celkově bylo vybráno 242 dotazníků, z toho jich 83 vyplnili obyvatelé Jesenice, 39 obyvatelé Křivoklátu, 30 turisté v Jesenici a 90 turisté na Křivoklátě.

4.3 Kvalitativní výzkum

Cílem šetření bylo interpretovat pohledy subjektů na současný stav cestovního ruchu ve zvolených destinacích za účelem rozšíření znalostí, porozumění a vysvětlení některých aspektů vyplvajících z předchozích výzkumných činností. Kvalitativní výzkum nevyužívá statistické metody pro jeho vyhodnocení a není tvořen číselnými daty. Tato flexibilní metoda je založena na získání vhledu do definovaných problémů prostřednictvím zkoumání zkušeností subjektů. Jedná se tedy o velmi účinný a efektivní nástroj k získání významných informací (Alsaawi, 2014)

Kvalitativní metoda výzkumu představovala strukturované rozhovory se starostou města Jesenice (Ing. Jan Polák) a starostkou městyse Křivoklát (Libuše Vokounová). Ti byli nejprve

s výzkumem obeznámení prostřednictvím emailu, poté následovaly osobní schůzky za účelem provedení rozhovoru.

Pro účely výzkumu bylo předem stanoveno 5 otevřených otázek, které byly pro oba respondenty shodné. Otázky sloužili zejména k upřesnění a zjištění klíčových informací či rozšíření znalostí problematiky turismu v daných destinacích. Tyto otázky obdrželi respondenti předem v elektronické formě z důvodu možné přípravy aktuálních dat a informací. Po provedení rozhovorů se subjekty následoval přepis dat do textové formy za účelem jejich následného zpracování a porovnání. Odpovědi na stanovené otázky jsou zachyceny způsobem, který starostu města Jesenice označuje jako respondenta A a starostku městys Křivoklát jako respondenta B. Po každé otázce tedy následují dvě odpovědi ze sledovaných obcí.

4.4 Statistické vyhodnocení

Pro vyhodnocení H1: „**Věk místních obyvatel neovlivňuje spokojenost residentů s turismem v jejich místě bydliště**“ byly vytvořeny kontingenční tabulky 4×5 pro každou obec zvlášť. Analýza kontingenčních tabulek testuje vazby mezi dvěma a více kategoriálními proměnnými. Nejčastěji se využívá chí-kvadrát test, nebo Fisherův faktoriální test, kterými lze srovnat pozorované a očekávané četnosti a testovat tak závislost mezi statistickými znaky. Asociační tabulky jsou rozděleny dle dvou alternativních znaků a kontingenční tabulky dle dvou a více kvalitativních znaků. Při volbě testu u asociační tabulky platí, je-li rozsah souboru větší než 40, lze použít chí-kvadrát test, v opačném případě je nutné použít Fisherův faktoriální test. Testování kontingenčních tabulek je závislé od očekávaných četností, přičemž platí že více jak 20 % případů nesmí být menší než 5 a ani jeden nesmí být roven 1, poté dochází ke sloučení proměnných takovým způsobem, dokud není splněno dané kritérium a lze použít chí-kvadrát test. Chí-kvadrát test potvrzuje či vyvrací závislost proměnných na stanovené hladině významnosti alfa 95 %. Poté lze změřit sílu závislosti Koeficientem asociace či Normalizovaným koeficientem kontingence (Svatošová & Kába 2007).

Kontingenční tabulky pro Jesenici a pro Křivoklát zahrnují data místních obyvatel z dotazníkového šetření: spokojenost s turismem (4 kategorie) a věk (5 kategorií). Data jsou hodnocena v programu Statistica. Nejprve byl proveden test očekávaných četností, který se v obou případech nepotvrdil a muselo dojít ke sloučení kategorií. V případě Jesenice byly sloučeny proměnné do 20 let a 21–20 let, čímž vznikla nová proměnná do 30 let a také spíše nespokojen/a a velmi spokojen/a, čímž vznikla proměnná nespokojen/a. V upravené kontingenční tabulce 3×4 pro Jesenici již byly očekávané četnosti v normě. Sloučení v případě Křivoklátu došlo až k asociační tabulce 2×2 , věk byl rozdělen do dvou kategorií do 30 let a 31 a více let. Kategorie spokojenost byla rozdělena na proměnné spokojen/a a nespokojen/a. Kontingenční tabulka pro Jesenici testovala data Pearsonovým chí-kvadrát testem na hladině významnosti alfa 0,05. Síla byla měřena Normalizovaným koeficientem kontingence. Rozsah asociační tabulky pro Křivoklát bylo 39, tudíž vhodným testem byl Fisherův faktoriální test. Síla testu byla měřena pomocí F_i pro tabulky 2×2 .

K testování H2: „**Neexistuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice a Křivoklát**“ byla využita data napříč oběma destinacemi a následně porovnána v programu

Statistica. Zkoumaná proměnná z dotazníkové šetření určené turistům vycházela z otázky obsahující numerickou škálu, na které respondenti vykazovali spokojenost s navštívenou lokalitou od 1 do 10, přičemž 10 bylo nejvíce spokojen/a. K testování stanovené hypotézy lze použít dvouvýběrový nezávislý test.

Nejprve je nutné ověřit normalitu dat, čili aby oba výběry pocházely z normálního neboli Gaussova rozdělení. Normalita je testována na základě Shapiro-Wilkova testu. V případě normálního rozdělení lze využít parametrický dvouvýběrový t-test nebo Welchův test. Pokud je rozdělení alternativní, lze využít neparametrický dvouvýběrový Wilcoxonův test nebo Kolmogorovův-Smirnovův test (Svatošová & Kába, 2008).

Shapiro-Wilkův test na hladině významnosti alfa 0,05 potvrdil normalitu u města Jesenice, ale vyvrátil u městys Křivoklát. Normalita dat je znázorněna v grafech. Následně byl použit neparametrický dvouvýběrový Kolmogorovův-Smirnovův test, který porovnal výběry na základě průměrných hodnot. Následovalo grafické znázornění v podobě krabicového grafu.

Ověření H3: „**Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu neovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě**“ bylo uskutečněno na základě analýzy dat z obou dotazníkových šetření. Z průzkumu určeného residentům byla využita otázka, která zkoumala jejich zapojení do služeb cestovního ruchu a otázka pro turisty zjišťovala jejich spokojenost s těmito službami. Jelikož odpovědi na obě otázky byly kategoriální čili slovní, muselo nejprve dojít k jejich kódování, které zapojení obyvatel značilo 1 a nezapojení 0. Spokojenost turistů byla hodnocena na stupnici 0-3, přičemž největší spokojenost odpovídala hodnotě 3. Pro takto upravená data bylo následně možné použít neparametrický test k vyhodnocení stanovené hypotézy, což probíhalo v programu Statistica. Nejprve byl použit neparametrický dvouvýběrový Kolmogorovův-Smirnovův test, který porovnal výběry na základě průměrných hodnot zapojení obyvatel do služeb cestovního ruchu mezi Jesenicí a Křivoklátem, poté byl stejný test aplikován na porovnání výběrů průměrných hodnot spokojenosti turistů ve vybraných lokalitách.

4.5 Charakteristika zvolených obcí

Následující kapitola detailně představuje dvě zvolené obce, které jsou předmětem zkoumání. Poskytuje jejich komplexní charakteristiku a popisuje současný stav v těchto venkovských oblastech. Obě zvolené destinace se nacházejí ve Středočeském kraji v okrese Rakovník a jsou od sebe vzdáleny přibližně 40 km. Obr. č 2 znázorňuje mapu České republiky, na níž je vyznačen Rakovnický okres. Následně jsou na obr. č. 3 zvýrazněny vybrané venkovské destinace a jejich poloha v rakovnickém okrese.

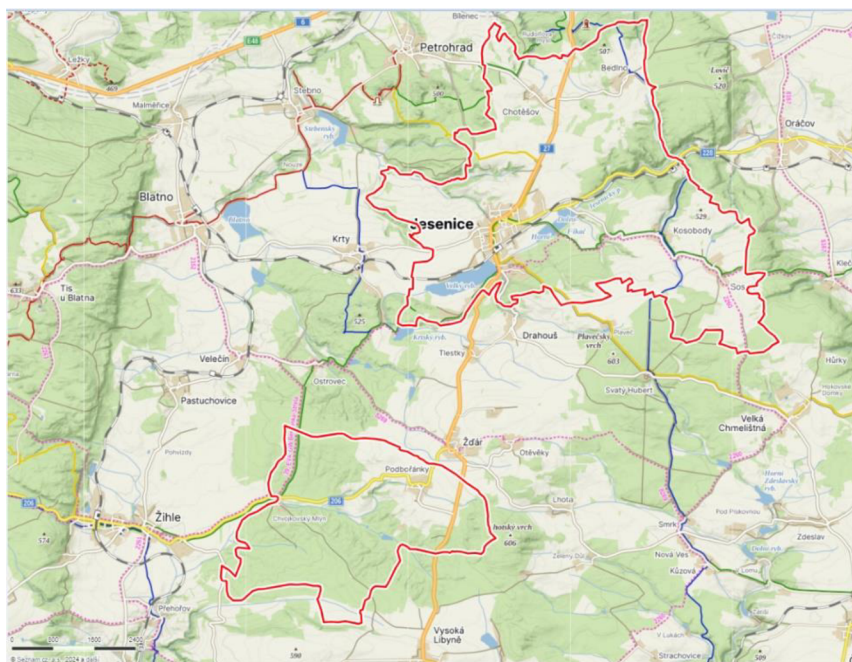
4.5.1 Jesenice u Rakovníka

Město Jesenice se nachází v západním cípu Středočeského kraje, přibližně 20 km od města Rakovník. Město má velmi bohatou historii, zejména protože jím dříve procházely důležité obchodní cesty, díky várečnému právu či zřízení soudu. Status města opět získalo v roce 2008 na základě historických událostí. Jesenice je spádovou obcí pro dalších pět menších obcí, jedná se o obce Kosobody, Soseň, Bedlno, Chotěšov a Podbořánky. Na obr. č.4 je zaznamenáno území města Jesenice, přičemž území není jednotné, jelikož obec Podbořánky je oddělena obcemi Tlestky, Žďár a Drahouš. Dohromady čítají přibližně 1700 obyvatel o rozloze 37,5 km². Dříve bylo město součástí Sudet a na jeho území pobýval velký podíl německých obyvatel, včetně německého starosty, který zde zřídil německou školu nebo vodárnu (Město Jesenice, 2024).

V současné době město poskytuje dobré občanské vybavení pro místní obyvatele i potenciální turisty. Nachází se zde vlakové spojení na trase Rakovník – Bečov nad Teplou a také autobusové spojení do Rakovníka, Podbořan nebo Kralovic. Město je vybaveno obchodem Coop, restaurací s bowlingovou dráhou, kterou nechalo vystavit a vybavit město, které má chod restaurace v režii, cukrárnou nebo prodejnu Mountfield. Dále lze navštívit knihovnu, letní kino, lékárnou, doktora pro dospělé nebo víceúčelové sportovní hřiště. Ve městě se nachází mateřská a základní škola, střední učiliště a speciální škola. Ubytování pro turisty je možné v hotelu Jesenice, Šmoulí vesničce či Autokempu Jesenice, které je ve správě města Jesenice. Město nabízí mnoho kulturních akcí, které mají dlouholetou tradici. V kulturním domě se pořádají městské plesy a mezi nejoblíbenější tradiční události patří Staročeský májový průvod, Štrůdlové slavnosti nebo Pálení čarodějnic (Řehořová, 2020).

Lokalita je atraktivní zejména díky přílehlým lesům, rybníkům či pestrým turistickým trasám. V okolí se nachází přírodní rezervace Luční potok, Přírodní park Jesenicko, Rakovnická pahorkatina, NS stezka Jesenicko nebo cyklotrasa vedoucí do Rabštejna nad Střelou. Mezi nejnavštěvovanější místa patří Mírové náměstí s kašnou a sousoším nejsvětější trojice, Vlastivědné muzeum, Viklan, Velký rybník, kostel sv. Petra a Pavla s farou nebo Plávečská alej, kde se nachází nejvyšší bod Jesenice (Místní akční skupina Rakovnicko, 2014).

V čele města stojí starosta Ing. Jan Polák společně s 15 členy zastupitelstva, kteří vytvořili strategický plán rozvoje města Jesenice. Tato koncepce obsahuje několik klíčových odvětví, ve kterých se město chce rozvíjet, například Veřejná prostranství, Životní prostředí, Školství, Infrastruktura nebo Cestovní ruch. V rámci rozvoje cestovního ruchu chce město v budoucnu zlepšit v propagaci lokality na svých webových stránkách nebo pomocí externích subjektů, rozvíjet cyklotrasy nebo zlepšit nabídku služeb a kvalitu zázemí autokempu. Nejvíce diskutovaným bodem strategického plánu je dlouhodobá snaha o odkup Velkého rybníka za účelem znovu získání jeho vlastnictví a možnosti jeho správy a údržby (Město Jesenice, 2024).



Obrázek 4: Mapa území Jesenice

Zdroj: mapy.cz, 2024

4.5.2 Křivoklát

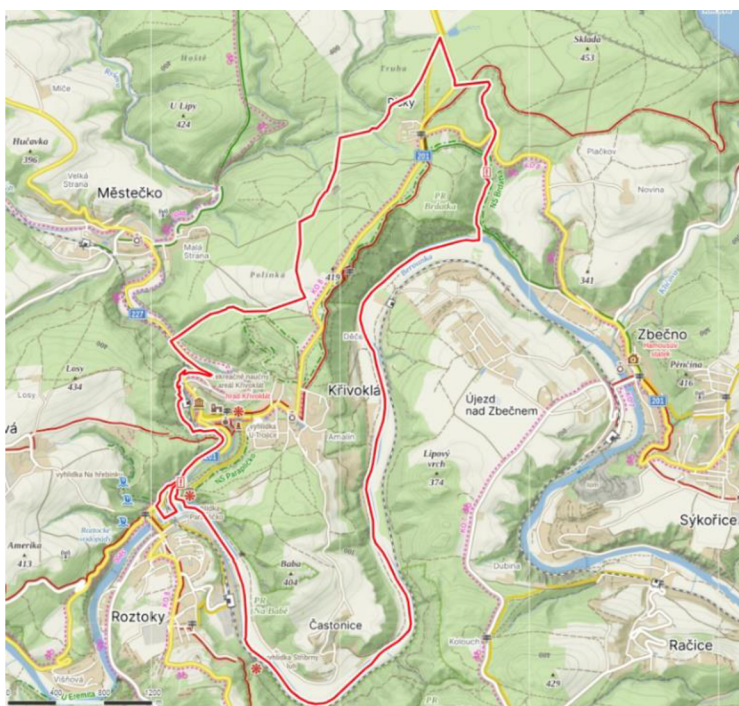
Městys Křivoklát se nachází ve Středočeském kraji, přibližně 13 km od Rakovníka a žije zde přibližně 700 obyvatel. Městys se dělí celkem na tři hlavní části – Křivoklát, Častonice a Písky. Na obr. č. 5 je znázorněno území městytu. Křivoklát má též významnou historii, proslavil se výrobou dřevěných knoflíků a známý je zejména díky Hradu Křivoklát z 11. století, který je nyní ve vlastnictví státu. Křivoklát je situován uprostřed lesů, které patří do CHKO Křivoklátsko, díky této skutečnosti drží Křivoklát dlouholetou tradici v lesnictví, včetně lesnické střední školy. Dostupnost města je zajištěna železniční tratí z Berouna do Rakovníka a též autobusovým spojením do měst Rakovník nebo Kladno (Rakovnicko.cz, 2009).

Občanské vybavení města se velmi přizpůsobilo vysoké turistické návštěvnosti Hradu a přilehlých lesů. V obci se nachází několik restaurací, některé z nich nabízí také ubytování, například Hotel Sýkora nebo Penzion a restaurace u Jelena. V blízkosti Křivoklátu se také nachází několik vodáckých kempů na řece Berounce, nejbližší je kemp Višňová. Řeka protéká přilehlou obcí Roztoky. Pro turisty zde byla zřízena dvě infocentra pod záštitou Lesy ČR, které významně přispívají svou aktivitou k rozvoji města, například v jednom z infocenter se nachází také vzdělávací středisko pro školy v oblasti životního prostředí, ochrany krajiny, lesů a živočichů, také nabízí ubytování, starají se o lesní ekosystémy a spravují lesní naučné hřiště. V obci se nachází obchod s potravinami Coop, doktor, lékárna nebo knihovna. Také se zde pořádá několik tradičních kulturních akcí, mezi které patří dětský karneval, lesnický ples, rytířské slavnosti či advent na Křivoklátě. Většina akcí je pořádána v rámci státního hradu Křivoklát (Městys Křivoklát, 2024).

CHKO Křivoklátsko patří k jedné z nejnavštěvovanějších lokalit České republiky. Turisty láká nejen zdejší hrad, který patří mezi deset nejnavštěvovanějších hradů v České

republiky, ale také příroda. V křivoklátských lesích se nachází mnoho vyhlídek na řeku Berouнку, nejznámější vyhlídkou je Paraplíčko. Významná je také vyhlídka s pomníkem K. E. Fürstenbergana na hrad Křivoklát. V okolí městyse se nachází mnoho turistických tras a naučných stezek. Obcí vede poutní cesta Říp – Blaník, NS Paraplíčko, NS Brdatka, cyklostezka Berouнка – Střela. Významným turistickým cílem je také muzeum motorových vozidel. Kromě CHKO Křivoklátsko se zde nachází další zvláštní území – přírodní rezervace Brdatka, přírodní rezervace Na Babě nebo Ptačí oblast v rámci soustavy Natura 2000. Některé části CHKO Křivoklátsko jsou v současné době navrženy na vyhlášení Národního Parku (RegionTourist, 2024).

Starostkou městyse Křivoklát je Libuše Vokounová a společně s 9 zastupiteli navrhli program rozvoje městyse Křivoklát, ve kterém je zakotvena dlouhodobá strategie rozvoje městyse. K určení této strategie využil městys dotazníkové šetření, které mělo ověřit spokojenost, zájmy a názory místních obyvatel. K rozvoji by v budoucnu mělo dojít zejména v oblasti technické a dopravní infrastruktury, zdravotních služeb, kultury, školství a cestovního ruchu. Klíčová oblast cestovního ruchu navrhuje rozvoj zejména v kapacitách, a to především v rámci parkování turistů, spolupráce městyse a hradu a podpora podnikatelů v oblasti cestovního ruchu. Dlouhodobým problémem k diskusi je velmi nízký finanční příjem z turismu způsobený tím, že hlavní atrakce je ve vlastnictví státu a okolní restaurační či ubytovací zařízení neprovozují místní obyvatelé (obcepro.cz, 2023).



Obrázek 5: Mapa území Křivoklátska

Zdroj: mapy.cz, 2024

4.5.3 Statistické údaje cestovního ruchu

Český statistický úřad vytvořil metodiku pro statistické sledování cestovního ruchu, do které zahrnuje údaje o výkonech a kapacitě hromadných ubytovacích zařízení, údaje o cestovních zvyklostech a data od Organizace destinačního managementu (DMO). Hromadné ubytovací zařízení disponuje minimálně pěti pokoji a deseti lůžky. Může se jednat o hotel, pension, ubytovnu, kemp a jiné ubytovací zařízení. Mezi výkonnostní ukazatele patří například počet přenocování, průměrná délka pobytu nebo čisté využití lůžek. DMO poskytuje informace o intenzitě cestovního ruchu ve vymezených turistických oblastech. Tento ukazatel je definován podílem počtu přenocování a počtu obyvatel. Jesenice u Rakovníka spadá do oblasti Rakovnicko, jejíž intenzita cestovního ruchu za rok 2022 je 2,31. Berounská oblast, do které patří Křivoklát, vykazuje hodnotu intenzity 2,05. Statistika dále nedefinuje intenzitu jednotlivých obcí samostatně. Český statistický úřad dále vyhodnocuje počet hromadných ubytovacích zařízení, přičemž ve městě Jesenice se jich nachází 9 s předpokládanou kapacitou 264 pokojů a 1.011 lůžek. V obci Křivoklát je hromadných ubytovacích zařízení 7 s předpokladem 95 pokojů a 335 lůžek. Ve městě Jesenice v roce 2022 ubytovalo 15. 011 hostů a proběhlo 50. 102 přenocování. Křivoklát navštívilo 2.931 hostů a přenocování zde je celkem 6.578. Aktivních podniků nacházejících se v Jesenici, které aktivně podnikají v oblasti pohostinství, rekreační činnosti a informační činnosti je zde 26. Křivoklát má těchto podniků 12. Významná statistická data jsou shrnuta v tabulce č. 1. (ČSÚ, 2023).

Nelze opomenout fakt, že se v obci Křivoklát nachází státní hrad, který patří mezi 10 nejnavštěvovanějších hradů na území České republiky a ročně ho navštíví přibližně 113 000 turistů, což v průměru představuje 310 turistů denně. Tuto skutečnost statistiky dle ČSÚ nezahrnují a data mohou být zkreslená, jelikož Jesenice nedisponuje památkou takového rázu a neexistují tedy data její o roční návštěvnosti, které by byly vhodné k porovnání s Křivoklátem. (Národní památkový ústav, 2019).

Tabulka 1: Statistické shrnutí CR

Údaje	Jesenice	Křivoklát
Intenzita CR	2,31	2,05
Počet ubytovacích zařízení	9	7
Počet pokojů	264	95
Počet lůžek	1 011	335
Počet přenocování	50 102	6 578
Průměrný počet přenocování	3,3	2,2
Počet ubytovaných hostů	15 011	2 931
Průměrná délka pobytu	3	2
Roční počet návštěvníků hradu	x	113 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

5 Výsledky

Tato kapitola představuje výsledky vzniklé v rámci této diplomové práce. Nejprve popisuje výpočet indikátorů na základě dat ze statistického úřadu, dále graficky znázorňuje data získaná z dotazníkového šetření a prezentuje také výsledky rozhovorů. Následně nabízí výsledky ze statistického zpracování dat v programu Statistica.

5.1 Analýza intenzity cestovního ruchu

Na základě dat získaných z Českého statistického úřadu je nyní možné provést výpočet indikátorů intenzity cestovního ruchu a určit tak úroveň cestovního ruchu ve vybraných lokalitách. Pro účely diplomové práce byly vybrány celkem 3 indikátory, a sice míra turistické penetrace, hustota výskytu turistů a míra turistické intenzity. Dle Dumbrovské a Fialové (2014) je největší úskalí při použití těchto indikátorů vyjádření počtu turistů. Statistiky totiž shromažďují data pouze o ubytovaných jedincích a nezahrnují potenciální jednodenní návštěvníky, kteří například převažují v obci Křivoklát. Dumbrovská a Fialová navrhuje řešení využití dat od mobilních operátorů, což je ovšem velmi nákladné a komplikované. Pro účely diplomové práce byl počet turistů pro Jesenici stanoven dle počtu ubytovaných hostů a pro Křivoklát jako součet počtu ubytovaných hostů a počtu návštěvníků hradu. Data jsou tedy nepřesná a výsledky představují pouze odhad. Výpočty indikátorů jsou následně shrnuty v tabulce č. 2.

Míra turistické penetrace je vyjádřena vzorcem (průměrná délka pobytu turistů x počet turistů) / (počet residentů x počet dní v roce) * 100 a lze jej vysvětlit jako podíl počtu dní strávených za rok v destinaci turisty s počtem dní strávených v destinaci místními obyvateli.

$$\text{MTP Jesenice} = \frac{(3 \cdot 15011)}{(1600 \cdot 365)} * 100 = \mathbf{8,07}$$

$$\text{MTP Křivoklát} = \frac{(3 \cdot 115931)}{(700 \cdot 365)} * 100 = \mathbf{101,83}$$

V Jesenici se denně nachází 8 turistů na 100 obyvatel a v případě Křivokláta přibližně 102.

Hustota výskytu turistů je dána jako (průměrná délka pobytu turistů x počet turistů) / (celková plocha destinace x počet dní v roce) a vyjadřuje průměrný počet turistů za den nacházejících se na 1km² dané obce.

$$\text{HVT Jesenice} = \frac{(3 \cdot 15011)}{(37,5 \cdot 365)} = \mathbf{3,66}$$

$$\text{HVT Křivoklát} = \frac{(3 \cdot 115931)}{(6,4 \cdot 365)} = \mathbf{111,37}$$

V Jesenici se denně pohybují přibližně 4 turisté na km², kdežto na Křivoklátě jich je 111.

Míra turistické intenzity je definována vzorcem (počet turistů / počet residentů) * 100 a jedná se obdobný indikátor jako míra turistické penetrace. V tomto případě je ale zkoumán počet turistů připadajících na 100 obyvatel ročně.

$$\text{MTI Jesenice} = \frac{15011}{1600} * 100 = \mathbf{883,00}$$

$$\text{MTI Křivoklát} = \frac{115931}{700} * 100 = \mathbf{16561,57}$$

Na 100 Jesenických obyvatel připadá ročně 883 turistů a na 100 Křivoklátských, 16 562 turistů.

Tabulka 2: Ukazatele intenzity CR

Ukazatel	Jesenice	Křivoklát
Míra turistické penetrace	8,07	101,83
Hustota výskytu turistů	3,66	111,37
Míra turistické intenzity	883	16561,57

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Na základě ukazatelů intenzity cestovního ruchu je patrná velmi vysoká úroveň cestovního ruchu v obci Křivoklát. Míra turistické penetrace pro Křivoklát dosahuje hodnot, které jsou 12krát vyšší než v případě obce Jesenice. Indikátor hustoty výskytu turistů ukazuje na 28krát vyšší hodnotu na Křivoklátě v porovnání s Jesenicí a míra turistické intenzity je v obci Křivoklát 19krát vyšší. Tímto lze konstatovat, že Křivoklát je výrazně zatížen turistickým ruchem a jeho hodnoty ukazují na fenomén overturismu, zatímco Jesenice vykazují velmi nízké hodnoty ukazující na nevyužitou kapacitu cestovního ruchu.

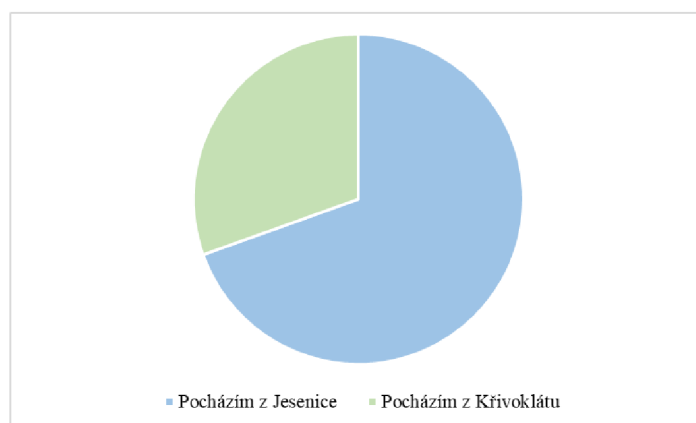
5.2 Kvantitativní výzkum

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 242 anonymních respondentů. Z toho vzorku jich 83 patřilo do kategorie Obyvatelé Jesenice, 39 Obyvatelé Křivoklátu, 30 Turisté v Jesenici a 90 Turisté na Křivoklátě. Všechny poskytnuté odpovědi jsou následně podrobeny grafickém zobrazení, detailně popsány a vyhodnoceny. Dotazník sestavený pro účely shromáždění odpovědí od místních obyvatel obsahoval celkem 8 otázek, z nichž jedna byla otevřená. Dotazník pro turisty, kteří navštívili vybrané obce čítají 9 otázek, z nichž jedna je otevřená a jedna využívá numerickou škálu. V rámci vyhodnocení je dotazníkové šetření rozděleno dle kategorie respondentů (místní obyvatelé a turisté), přičemž data z jednotlivých obcí jsou zobrazována v samostatných grafech.

5.2.1 Dotazníkové šetření – Místní obyvatelé

Otázka č. 1: Z jakého města pocházíte?

Graf 1: Podíl obyvatel Jesenice a Křivoklátu

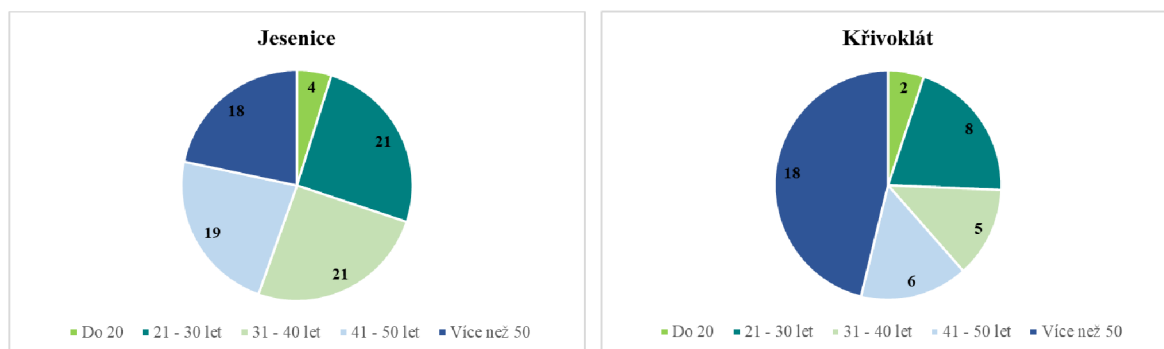


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tato třídící otázka byla zahrnuta do dotazníku pro ověření původu respondentů a snazší orientaci ve vyhodnocování dat. Respondenti vyplňovali stejný typ dotazníku a bylo nutné rozlišit jakou obec v rámci šetření hodnotí. Ve městě Jesenice je více stálých obyvatel a také se tedy šetření zúčastnilo více místních, celkem 83. Křivoklátských residentů bylo zapojeno 39.

Otázka č. 2: Kolik je Vám let?

Graf 2: Věk obyvatel

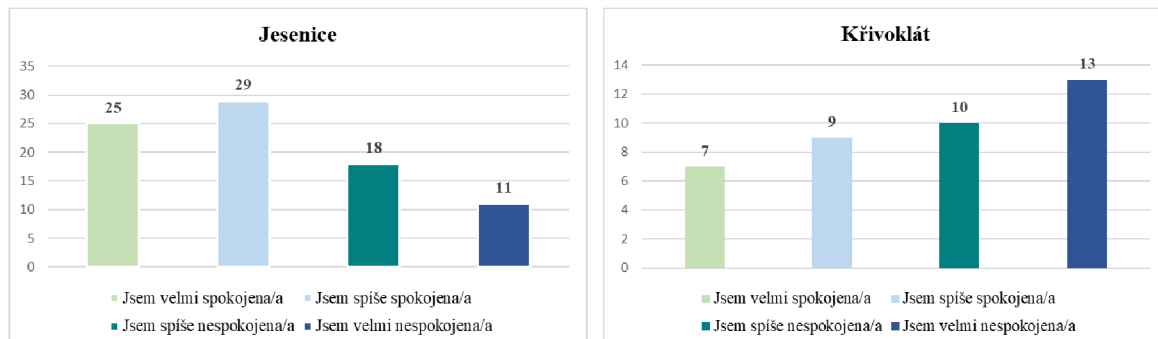


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Na Základě grafů lze sledovat věkové složení respondentů v jednotlivých obcích. V Jesenici tvoří nejpočetnější kategorii respondentů obyvatelé ve věku 21-30 let a 31-40 let. Naopak nejméně početnou skupinou jsou mladí lidé do 20 let. Stejně tomu tak je i v případě Křivoklátu. Ovšem nejpočetnější segment respondentů tvoří lidé starší 50 let.

Otázka č. 3: Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?

Graf 3: Spokojenost s turismem

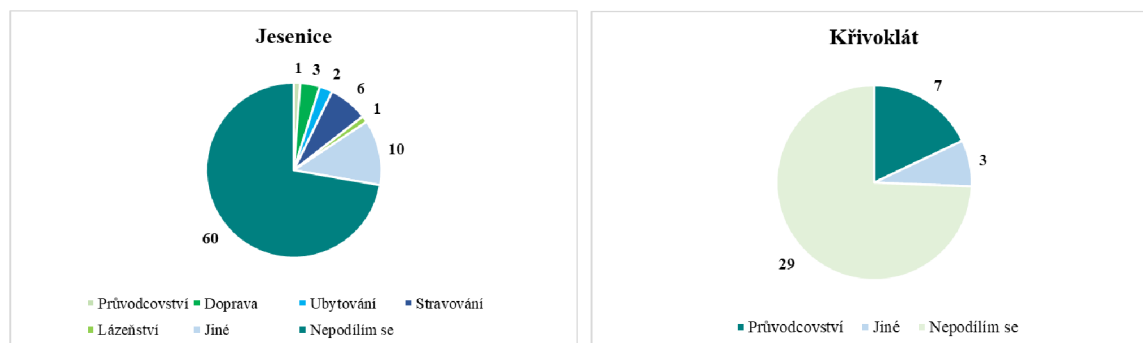


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázka č. 3 se zabývala spokojeností místních obyvatel s turismem v jejich místě bydliště. V Jesenici celkově převažuje spokojenost. 35 % respondentů je spíše spokojeno a 30 % velmi spokojeno, celkem je tedy 65 % respondentů kladně smýšlejících v oblasti tématu cestovního ruchu oproti 35 % negativním odpovědím. V obci Křivoklát je situace jiná. Pouze 41 % občanů patří do skupiny spokojených s turismem a 59 % právě naopak. Lze předpokládat, že nespokojenost křivoklátských obyvatel pramení v overturismu, který snižuje kvalitu života a je tedy klíčovým aspektem jejich nespokojenosti.

Otázka č. 4: Podílíte se na místním cestovním ruchu prací ve službách?

Graf 4: Podílení na cestovním ruchu

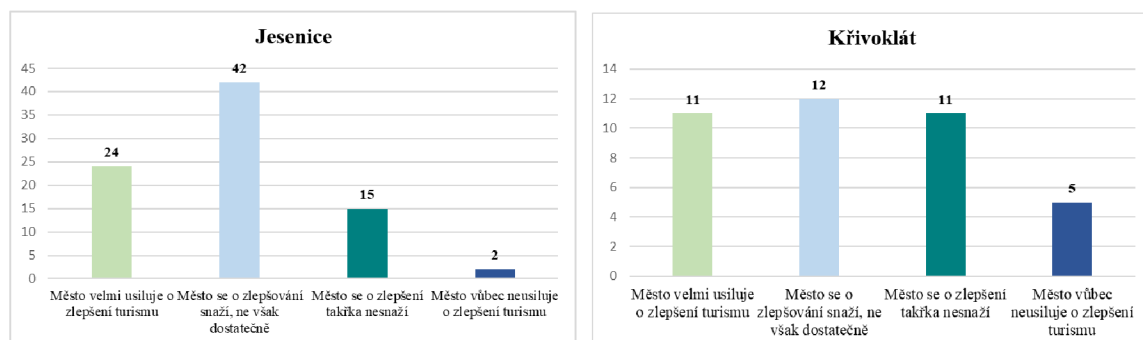


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Další otázka se zabývala zapojením místních obyvatel do turismu v rámci práce ve službách cestovního ruchu. Jeseničtí obyvatelé se z drtivé většiny na turismu nepodílejí, celkem 72 %. Nicméně 23 respondentů disponuje zaměstnáním v oblasti cestovního ruchu, což představuje 28 % z celkových respondentů. Nejčastěji nacházejí uplatnění ve stravování, dopravě a jiné. Křivoklátské obyvatelé se podílí na cestovním ruchu nejčastěji prací v informačních a průvodcovských službách. Celkem 10 respondentů z 39 je zaměstnaných v turismu, což představuje přibližně 26 % všech respondentů z městys Křivoklát.

Otázka č. 5: Jak vnímáte postoj města ke zlepšování turismu ve Vašem místě bydliště?

Graf 5: Vnímání postoje města

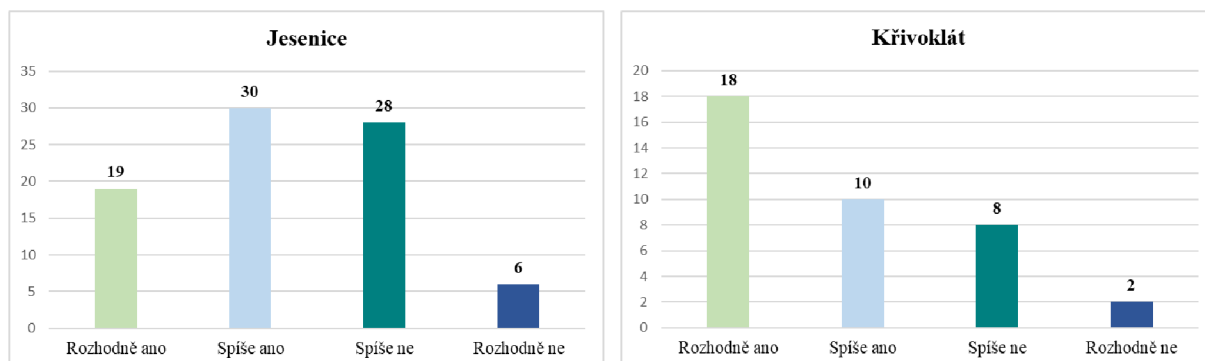


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázka č. 5 se zabývá vnímáním obyvatel postoje obce ke zlepšování stavu cestovního ruchu. Obyvatelé Jesenice jsou v této oblasti poměrně spokojeni. 29 % respondentů si myslí, že město velmi usiluje o zlepšení turismu, 51 % se domnívá, že město se o zlepšení snaží, ne však dostatečně, 18 % vnímá situaci tak, že se město takřka nesnaží a pouze 3 % odpověděli, že se město o zlepšení vůbec nesnaží. V obci Křivoklát také převažuje pozitivní vhléd na současný stav. Že město velmi usiluje o zlepšení turismu si myslí 28 %, že se město snaží, ale nedostatečně 31 %, dále že se město takřka nesnaží se domnívá 28 % a 13 % odpovědělo, že se město o zlepšení vůbec nesnaží.

Otázka č. 6: Doporučil/a byste turistické cíle a aktivity potenciálním turistům?

Graf 6: Doporučení turistických cílů

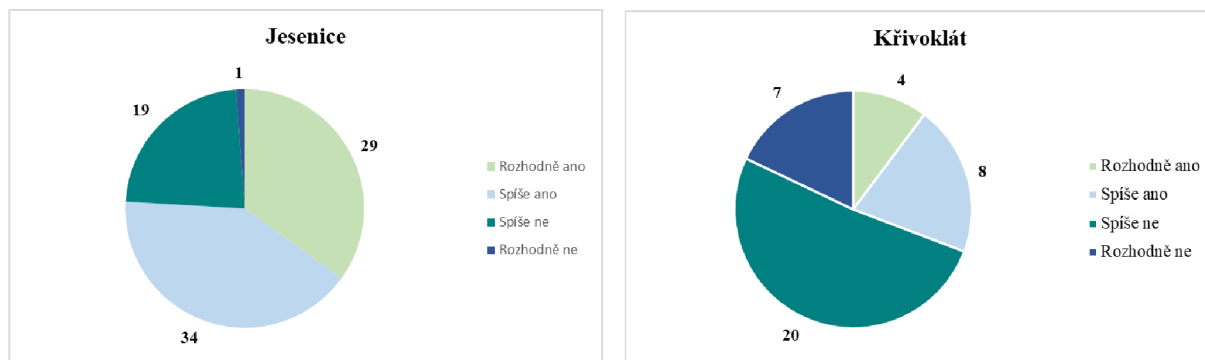


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Zda jsou obyvatelé vybraných venkovských lokalit ochotni doporučit turistické cíle a aktivity potenciálním turistům v jejich místě bydliště, zkoumala otázka č. 6. Ve městě Jesenice odpovědělo 23 % respondentů rozhodně ano, 36 % spíše ano, 34 % spíše ne a 7 % rozhodně ne. Celkem tedy 59 % respondentů vyjádřilo ochotu doporučit Jesenici jako turistický cíl. Opět jsou odpovědi spíše pozitivního rázu. Stejně tak na Křivoklátě, kde by turistické cíle rozhodně doporučilo 47 % respondentů, spíše ano 26 %, spíše ne 21 % a rozhodně ne pouze 6 % respondentů. Celkem tedy 73 % respondentů odpovědělo kladně k otázce doporučení turistických cílů na Křivoklátě.

Otázka č. 7: Myslíte si, že turismus významně přispívá k rozvoji vašeho města?

Graf 7: Přínos turismu k rozvoji města



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Dle grafického znázornění lze sledovat, zda si respondenti obcí myslí, že turismus přispívá k rozvoji obce. V Jesenice převládají pozitivně laděné odpovědi. 35 % respondentů si myslí že rozhodně turismus přispívá k rozvoji obce, 41 % spíše ano, 23 % spíše ne a přibližně 1 % rozhodně ne. Celkem je zde 76 % odpovědí, které zastávají pozitivní postoj k otázce. Křivoklátské odpovědi následovně: 10 % rozhodně ano, 21 % spíše ano, 51 % spíše ne, 18 % rozhodně ne. Zde tedy převažují odpovědi negativního rázu, a to z 69 % celkových odpovědí z obce Křivoklát.

Otázka č. 8: Uveďte, co byste ve své lokalitě zlepšil/a, aby byla pro turisty více atraktivní. Co zde podle Vás chybí či naopak přebývá?

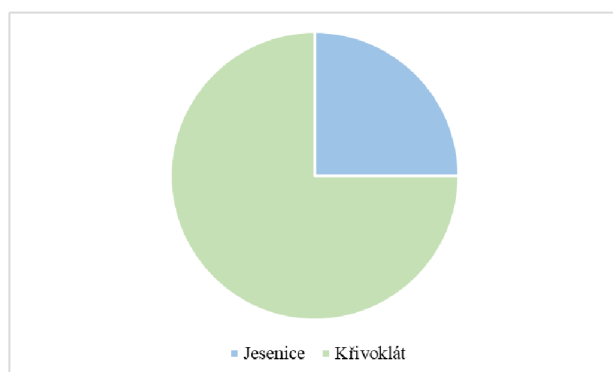
Tato otázka byla jako jediná z předcházejícího dotazníku otevřená. Respondenti mohli vepsat své odpovědi zaměřené na zlepšení lokality za účelem atraktivizace turismu. Jeseničtí popsali velmi pestrá škála nápadů a potřeb ke zlepšení situace. Velmi často se shodují, že ve městě chybí restaurační zařízení, které by přilákalo turisty a zároveň by jej mohli využívat také residenté. Jako velký nedostatek vnímají špatnou údržbu Velkého rybníka, který již neslouží jako rekreační prvek a také jeho okolí je nevidaně zanedbané. Někteří by uvítali více kulturních akcí a přejí si obnovení některých tradičních událostí, které postupem času zanikly. Další shodu občané nacházejí v potřebě vystavení dětských či sportovních hřišť a velmi často se zmiňují o nutnosti zlepšení propagace lokality Jesenice. Na základě odpovědí lze konstatovat, že občané města Jesenice turismus vítají, vidí v něm potenciál a chápou, že jeho zlepšení napomůže i kvalitě jejich života.

Odpovědi v městys Křivoklát se velice liší. Zde místní obyvatelé navrhuji opatření, které turismus spíše utlumí a oddělí jej od života místních. Velmi často se shodují, že turismus přináší negativní dopady vzniku nadměrného množství odpadků a navrhuji zlepšení ve formě zvýšení počtu košů, jelikož někteří turisté vyhazují odpadky do soukromých popelnic. Dále si stěžují na nedostatek parkovacích míst a požadují jejich rozšíření, jelikož turisté pak parkují před domy residentů. S parkováním souvisí také potřeba opravy silnic a chodníků. Někteří by raději nezaváděli Národní park Křivoklátsko, aby nedocházelo ke zvýšení počtu turistů v jejich obci. Co se restauračních zařízení týče, uvítali by, kdyby je vlastnili místní lidé, což by zajistilo domácí atmosféru v podnicích, která je jistě příjemnější jak pro turisty, tak pro místní obyvatele.

5.2.2 Dotazníkové šetření – Turisté

Otázka č. 1: Jaké město jste navštívil/a?

Graf 8: Podíl turistů v jednotlivých obcích

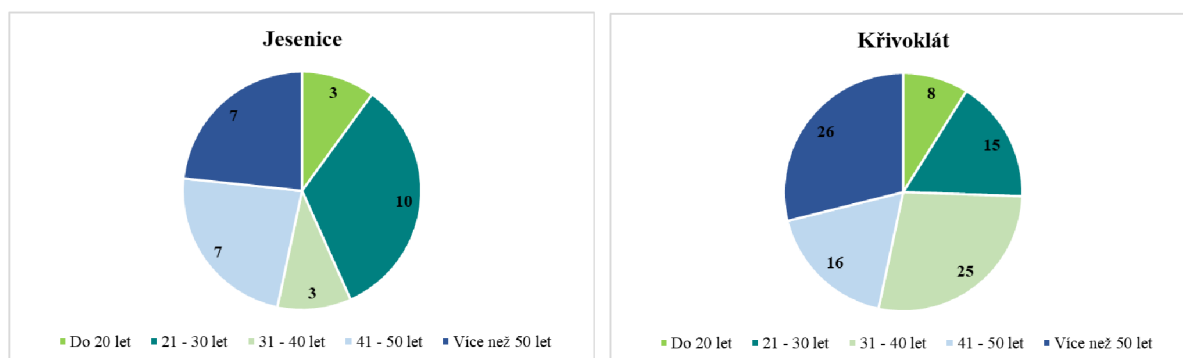


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tato třídící otázka byla zahrnuta do dotazníku pro snazší orientaci ve vyhodnocování dat návštěvnosti obcí. Respondenti vyplňovali stejný typ dotazníku a bylo nutné rozlišit jakou obec v rámci šetření hodnotí. Turismus je více rozvinut na Křivoklátě a také tuto lokalitu hodnotilo více respondentů, celkem 90. Respondentů v Jesenice bylo celkem 30.

Otázka č. 2: Kolik je Vám let?

Graf 9: Věk turistů

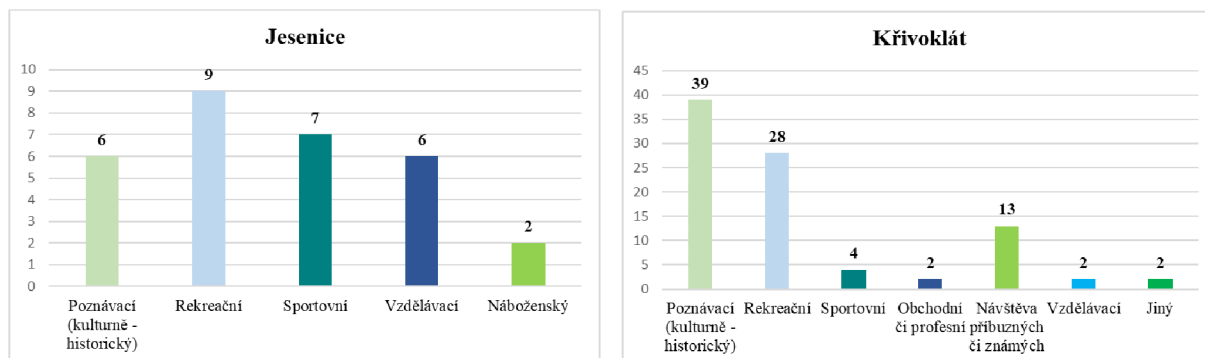


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Na Základě grafů lze sledovat věkové složení respondentů, kteří navštívili jednotlivé venkovské lokality. Do Jesenice zavítalo nejvíce turistů ve věku 21–30 let, další početnou skupinu tvoří návštěvníci od 41–50 let a více než 50 let. Nejméně respondentů v obou obcích bylo ve věku do 20 let. Křivoklát navštívilo nejvíce osob ve věku více než 50 let a 31–40 let.

Otázka č. 3: Jaký je hlavní důvod Vaší cesty?

Graf 10: Důvod cesty

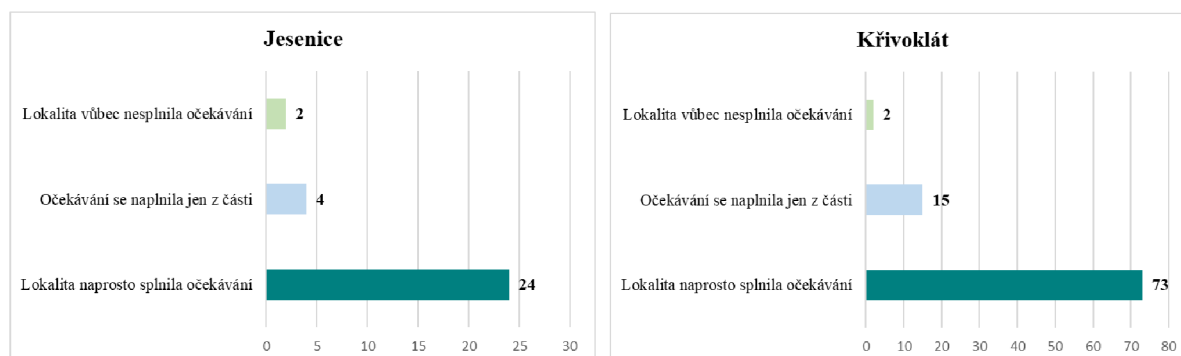


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázka č. 3 určena turistům ověřuje motiv jejich cesty. Hlavní důvody cesty jsou v obou regionech rozdílné. V Jesenici nejvíce převažuje rekreační forma cestovního ruchu, za tímto účelem do Jesenice cestuje celkem 30 % respondentů. Dále přibližně 23 % využívá Jesenici za sportovními účely. Poznávací forma cestovního ruchu není v Jesenici tolik využívána, jelikož zde není žádná významná památka. Naproti tomu na Křivoklátě je častější formou cestovního ruchu poznávací neboli kulturně-historická. Nejčastěji tedy respondenti přijíždí na Křivoklát za účelem návštěvy hradu Křivoklát. S tímto motivem navštívilo Křivoklát 43 % respondentů. Rekreační důvod cesty určilo 31 % respondentů a přibližně 15 % respondentů zvolilo jako hlavní důvod návštěvy Křivoklátu návštěvu příbuzných.

Otázka č. 4: Posuďte, zda tato lokalita splnila cíl/důvod Vaší cesty.

Graf 11: Naplnění cíle cesty



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf č. 11 znázorňuje odpovědi na otázku, zda navštívená lokalita naplnila cíl cesty. V obou případech turisté vyjádřili spokojenost a naplnění očekávání od lokality. Jesenická lokalita dle respondentů naprosto splnila očekávání v 80 % případů. V případě Křivoklátu až 81 %. Ovšem každá ze zkoumaných lokalit naplňovala odlišné důvody cesty.

Otázka č. 5: Jste spokojen/a s místními službami cestovního ruchu (doprava, stravování, ubytování, průvodcovství...)?

Graf 12: Spokojenost se službami

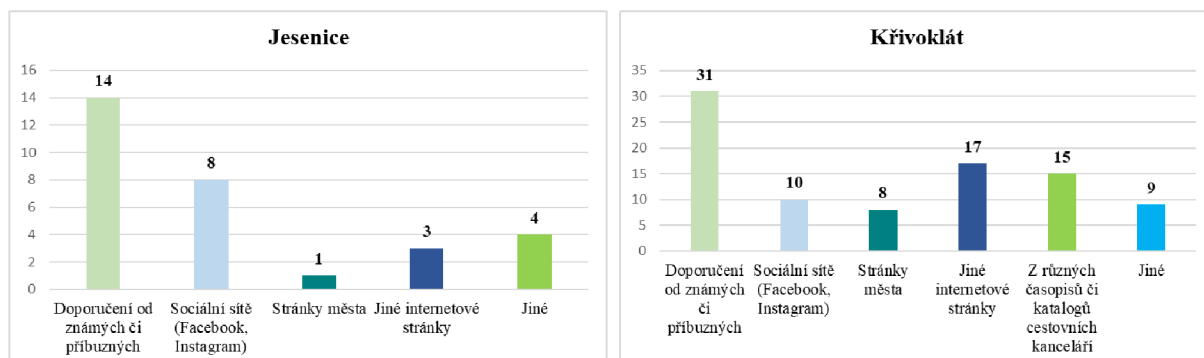


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Zda jsou turisté spokojeni se službami cestovního ruchu nabízenými ve sledovaných lokalitách zjišťuje otázka č. 5. Situace v Jesenici je následující: Jsem velmi spokojen/a uvedlo celkem 53 % respondentů, jsem spíše spokojen/a 40 % a 3,33 % odpovídají odpovědím jsem spíše nespokojen/a a nejsem vůbec spokojen/a. Křivoklátské turisté odpověděli takto: 37 % jsem velmi spokojen/a, 39 % jsem spíše spokojen/a, 19 % jsem spíše nespokojen/a a 5 % nejsem vůbec spokojen/a.

Otázka č. 6: Jak jste se o dané lokalitě dozvěděl/a?

Graf 13: Zdroj informací

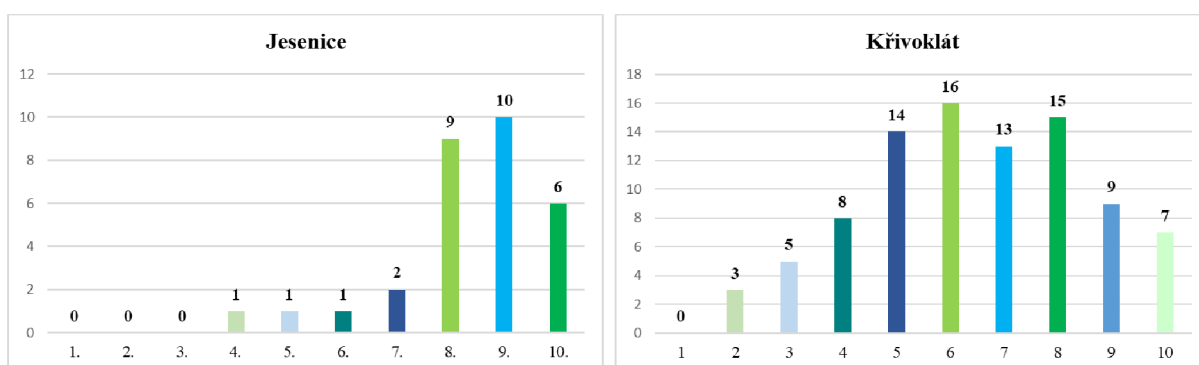


Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Bylo zjištěno, že turisté, kteří navštívili Jesenici, se nejčastěji o lokalitě dozvěděli díky doporučení od svých známých či příbuzných, a to ze 47 %. Dalším důležitým zdrojem informací o městě jsou sociální sítě, které tvoří přibližně 27 %. Oproti Křivoklátu mají jeseničtí turisté velmi malé povědomí o lokalitě díky stránkám města, pouze 3,33 %. A také žádný z respondentů neuvedl jako zdroj různé časopisy či cestovní katalogy. Jako jiné zdroje respondenti uvedli například klub českých turistů a školu. Turisté na Křivoklátě rovněž nejčastěji navštěvují místo na základě doporučení, a to z 34 %. Dále jsou častým zdrojem internetové stránky, celkem z 19 % a 17 % tvoří cestovní časopisy a katalogy cestovních kanceláří. Stránky města jsou zastoupeny z 9 %. Jako jiný zdroj informací o lokalitě uvedli respondenti například školu či fakt, že bydlí v blízkosti Křivoklátu.

Otázka č. 7: Ohodnot'te na škále 1–10 Vaši spokojenost s návštěvou sledovaného města.

Graf 14: Spokojenost



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tato otázka jako jediná z obou verzí dotazníků využívá numerickou škálu, na které respondenti zaznamenávají svou celkovou spokojenost s navštívenou lokalitou, přičemž 1 je definována jako nejnižší a 10 nevyšší spokojenost. Pro efektivní srovnání obou lokalit byl vypočítán průměr z odpovědí. Pro Jesenici je hodnota průměru 8,36 a 6,45 pro Křivoklát. Díky této škále lze posoudit, že turisté jsou více spokojeni ve městě Jesenice.

Otázka č. 8: Doporučil/a byste navštívit tuto lokalitu dalším turistům?

Graf 15: Doporučení turistům



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf č. 15 znázorňuje ochotu turistů doporučit navštívenou lokalitu dalším potenciálním turistům. Otázka navazuje na ověření spokojenosti respondentů. Jeseničtí turisté by rozhodně doporučili lokalitu z 63 %, spíše ano z 27 %, spíše ne ze 7 % a rozhodně ne ze 3 %. Křivoklátské turisté odpověděli, že by lokalitu rozhodně doporučili z 37 %, spíše ano z 30 %, spíše ne z 26 % a rozhodně ne ze 7 %. Potvrzuje se tedy, že spokojenější respondenti mají větší ochotu doporučit lokalitu k navštívení jiným turistům.

Otázka č. 9: Stručně popište, co se Vám na navštívené lokalitě nejvíce líbilo a co Vás naopak nejvíce zklamalo.

Tato otevřená otázka byla začleněna do dotazníku s cílem získat konkrétní informace o aspektech, které se turistům v dané lokalitě líbí nejvíce nebo naopak nelíbí a identifikovat oblasti, které by mohly být vylepšeny. Respondenti hodnotící Jesenici velmi často kladně hodnotili místní přírodu, lesy a rybníky. Shodují se, že v místě panuje klid a příjemná atmosféra. Naopak negativní hodnocení mají vůči autokempu, kde není možné se stravovat, což znepríjemňuje jejich pobyt a nelíbí se jim také zanedbané prostranství Velkého rybníka.

Respondenti hodnotící Křivoklát se shodují na krásné přírodě a okolí, líbí se jim samotný hrad a také velmi chválí naučný areál lesů České republiky. Nespokojenost vyjadřují zejména v oblasti špatného stavu silnic a chodníků, včetně nedostatečného počtu parkovacích míst. Dále se velmi často objevuje nespokojenost s velkým počtem turistů a nespokojenost s jejich chováním (hluk, odpadky...). Negativní hodnocení připadá i na obchod, který zavírá velmi brzy a ubytování hosté jej již nemohou v odpoledních hodinách využívat

5.3 Kvalitativní výzkum

Tato kapitola se podrobně věnuje metodě rozhovorů, které byly provedeny se starostou a starostkou zvolených destinací. Jsou zde popsány odpovědi obou respondentů na otázky týkající se problematiky turismu a rozvoje venkova. Respondent A je starosta města Jesenice a Respondent B starostka městys Křivoklát.

5.3.1 Strukturované rozhovory

Otázka č. 1: Vytváříte pracovní příležitosti pro obyvatele města v oblasti cestovního ruchu?

Respondent A: „Ano, město Jesenice vlastní a provozuje autokemp, kde sezónně zaměstnáváme vedoucí a dva recepční. Celoročně zde působí jeden údržbář a dvě uklízečky. Na letní sezónu město také pronajímá objekt občerstvení u Velkého rybníka, kde pronajímatel pracuje sám, či zaměstnává další pomocné síly. V rámci letního kina město zaměstnává obsluhu promítačky. Výhodou zaměstnávání místních obyvatel je znalost místa a poskytování informací o okolních cílech, kladný vztah k rodnému městu také slouží jako motivační prvek a zaměstnanci odvádějí kvalitnější práci.“

Respondent B: „Městys Křivoklát není majitelem žádného objektu jako je například restaurační či ubytovací zařízení, kde by mohl vytvořit nějaké pracovní příležitosti pro obyvatele v souvislosti s cestovním ruchem. Jediné, kde může městys profitovat na turistech, je vybírání parkovného. To nabízíme jako možnost příjvůdku pro studenty či důchodce.“

Otázka č. 2: Jaké turistické aktivity či kulturní akce město podporuje/pořádá?

Respondent A: „V rámci města Jesenice funguje kulturní komise, což je orgán volený Radou města Jesenice, který v průběhu celého roku připravuje a pořádá celou řadu kulturních akcí od pálení čarodějnic přes pohádkový nebo strašidelný les až po akce spojené s tradičními svátky jako jsou Vánoce a Velikonoce. Kulturní komise také plánuje a zajišťuje chod letního kina v Jesenici nebo dále organizuje i ornitologickou procházku. Město také podporuje spolky a jiné sdružení, která napomáhají s organizací některých událostí. Jedná se např. o Muzejní spolek města Jesenice, sportovní klub KVAK nebo uskupení dobrovolníků pořádající hudební festival JESFEST. Většinu akcí navštěvují především místní obyvatelé, účast turistů je vyšší především v letních měsících.“

Respondent B: „Městys Křivoklát podporuje mnoho kulturních akcí, například různé sportovní akce, akce pro děti, koncerty, kino atd., které jsou ve většině pořádány místními spolky. Mezi spolky působící na Křivoklátě patří například Děti Křivoklátska, z. s., TJ Sokol Křivoklát, nebo Kulturní spolek Křivoklát. Na podporu kulturních a dalších akcí vynaloží Městys Křivoklát každý rok cca 100 – 150 000 Kč. Akce místních spolků jsou většinou směřovány na místní občany. Na turisty je zaměřena Správa hradu Křivoklát (ve vlastnictví Národního památkového ústavu) a také akce pořádané Agenturou ochrany přírody a krajiny,

kteřá má na Křivokláte své vzdělávací centrum. Dále se zde konají akce pořádané Lesy ČR a Lesnickým parkem, kteří mají též své turistické centrum.“

Otázka č. 3: Existují nějaké strategie či plány města pro zefektivnění turismu?

Respondent A: „Město Jesenice má pouze jednu všeobecnou rozvojovou strategii, ve které je okrajově zmíněna i podpora cestovního ruchu. Nicméně dlouhodobým cílem je vytváření vhodných podmínek pro rozvoj cestovního ruchu, např. i modernizací autokempu Jesenice, příp. ve spolupráci se Středočeským krajem rekonstrukce páteřní cyklostezky „Greenway Berounka – Střela.“

Respondent B: „Městys disponuje pouze strategickým plánem rozvoje, kde jsou zakotveny možné návrhy na zlepšení turismu. V současné době ale městys na žádném zlepšení nepracuje. Velmi diskutovanou otázkou je momentálně možnost vyhlášení Národního parku Křivoklátsko. Tento krok by znamenal ještě vyšší přísun turistů. Dle mého názoru by městys měl spíše mířit opačným směrem a snažit se zabránit overturismu.“

Otázka č. 4: Kolik peněz ročně město získá díky turismu a jak velký ekonomický přínos turismus představuje?

Respondent A: „Město Jesenice stejně jako jiné obce získává své příjmy především z rozpočtového určení daní, což jsou příjmy „ze sdílených daní“. Nedá se tedy zcela přesně určit, jak vysoké jsou daňové odvody za organizace, které působí nebo podnikají v cestovním ruchu. Jediná položka, která se ze 100 % váže k cestovnímu ruchu je poplatek z pobytu, který v roce 2022 činil 197 200 Kč. Finanční situace města Jesenice je dobrá, splácí se pouze úvěr za pořízení objektu čp. 420 (objekt bývalého státního statku). Samozřejmě na realizaci všech projektových záměrů by bylo třeba více peněz. Proto se musí realizace jednotlivých akcí pečlivě plánovat s ohledem na množství finančních prostředků.“

Respondent B: „Příjmy městysu z turismu plynou pouze z vybírání parkovného a částečně z poplatku z ubytování, pokud ho ubytovatelé přiznají. Získané peníze se používají na likvidaci odpadu od turistů, na opravy zničených cest po frekventované turistické dopravě apod. Příjmy z turismu činí přibližně 5 % z celkových příjmů Křivoklát. Po dostavbě vodovodu a kanalizace jsou finanční prostředky městysu vyčerpány a neumožňují další větší investiční akce.“

Otázka č. 5: Jakým způsobem probíhá financování cestovního ruchu ve městě?

Respondent A: „Financování cestovního ruchu, příp. propagace města v rámci cestovního ruchu se financuje z rozpočtu města Jesenice. Nyní se naše pozornost zaměřila autokemp, kde bychom chtěli postupně zmodernizovat všechny chatky a hlavní budovu. Dále bychom se chtěli i nadále věnovat rozvoji tematických a naučných stezek v okolí města Jesenice. Využíváme i dotační programy k financování akcí v rámci cestovního ruchu. Nyní realizujeme díky dotačním prostředkům Středočeského kraje úpravy a modernizaci vybavení v

autokempu. Dotace byly získány díky MAS Rakovnicko, MMR či díky Středočeskému kraji, dále probíhá také spolupráce na projektech mezi jednotlivými obcemi v okolí.“

Respondent B: „Na cestovní ruch nepřispívá žádný jiný subjekt jako například stát, kraj či ORP. Neprobíhá zde ani žádný projekt na financování z MAS. Již dlouhodobě je plánována rekonstrukce centrálního parkoviště, ale dotace jsou pouze na výstavbu nových parkovišť. Na modernizaci parkoviště nemá městys finanční prostředky. V současné době městys není majitelem ničeho, co by mohlo generovat nějaký zisk z turismu. Do obecní pokladny by jistě přispělo, pokud by existovala nějaká provázanost a spolupráce mezi poskytovateli ubytování, dalšími samosprávami a hradem.“

5.4 Statistické vyhodnocení

Tato kapitola se zaměřuje na statistické vyhodnocení stanovených hypotéz. K vyhodnocení byly využity údaje ze sběru dat prostřednictvím dotazníkového šetření. Data jsou zpracována v programu Statistica.

H1: Věk místních obyvatel neovlivňuje spokojenost residentů s turismem v dané oblasti.

HA: Věk místních obyvatel ovlivňuje spokojenost residentů s turismem v dané oblasti.

Tabulka 3: Kontingenční tabulka – Jesenice

Kontingenční tabulka (dotazník obyvatelé) Četnost označených buněk > 10 (Marginální součty nejsou označeny)						
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? 21 - 30 let	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	2) Kolik je Vám let? Více než 50	2) Kolik je Vám let? Do 20	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	12	7	1	1	4	25
Jsem spíše spokojena/a	8	10	2	9	0	29
Jsem spíše nespokojena/a	1	4	9	4	0	18
Jsem velmi nespokojena/a	0	0	7	4	0	11
Všechny	21	21	18	18	4	83

Zdroj: Statistica

Tabulka 4: Očekávané četnosti – Jesenice

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (dotazník obyvatelé) Četnost označených buněk > 5 Pearsonův chi-kv. : 50,6407, sv=12, p=,000001						
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? 21 - 30 let	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	2) Kolik je Vám let? Více než 50	2) Kolik je Vám let? Do 20	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	6,32530	6,32530	5,72285	6,42185	1,20481	25,00000
Jsem spíše spokojena/a	7,33735	7,33735	6,83855	6,28916	1,39759	29,00000
Jsem spíše nespokojena/a	4,55422	4,55422	4,12048	3,90381	0,86747	18,00000
Jsem velmi nespokojena/a	2,78313	2,78313	2,51807	2,38854	0,53012	11,00000
Všechny	21,00000	21,00000	19,00000	18,00000	4,00000	83,00000

Zdroj: Statistica

Tabulka 5: Sloučení proměnných – Jesenice

Kontingenční tabulka (dotazník obyvatel)					
Četnost označených buněk > 10 (Marginální součty nejsou označeny)					
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? DO 30	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	2) Kolik je Vám let? Více než 50	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	16	7	1	1	25
Jsem spíše spokojena/a	8	10	2	9	29
Jsem nespokojen	1	4	16	8	29
Všechny	25	21	19	18	83

Zdroj: Statistica

Tabulka 6: Očekávané četnosti po úpravě – Jesenice

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (dotazník obyvatel)					
Četnost označených buněk > 5 Pearsonův chí-kv.: 44,5743, sv=6, p=,000000					
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? DO 30	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	2) Kolik je Vám let? Více než 50	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	7,53012	6,32530	5,72286	5,42163	25,00000
Jsem spíše spokojena/a	8,73494	7,33735	6,63854	6,28910	29,00000
Jsem nespokojen	8,73494	7,33735	6,63854	6,28910	29,00000
Všechny	25,00000	21,00000	19,00000	18,00000	83,00000

Zdroj: Statistica

Tabulka 7: Závislost a síla testu – Jesenice

Statistika	Statist. : 3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?(3) x 2) Kolik je Vám let?(4) (dotazník obyvatel)		
	Chí-kvadrát	SV	p
Pearsonův chí-kvadr.	44,57428	df=6	p=,000000
M-V chí-kvadr.	47,91887	df=6	p=,000000
FI	,7328296		
Kontingenční koeficient	,5910994		
Cramér's V	,5181888		

Zdroj: Statistica

Upravená kontingenční tabulka 3x4 pro Jesenici vykazující očekávané četnosti v normě využívá k testování hypotézy Pearsonův chí-kvadrát, který na hladině významnosti alfa 0,05 (hodnota p tabulce je nižší než 0,05) testuje stanovenou hypotézu s výsledkem **H1 nelze přijmout**.

Přijmout lze alternativní hypotézu, která tvrdí, že věk residentů ovlivňuje jejich spokojenost s turismem. Síla závislosti testu je určena na základě normalizovaného kontingenčního koeficientu v hodnotě 0,59 – střední síla závislosti.

Hodnoty proměnných v upravené kontingenční tabulce říkají, že nejméně spokojeni s turismem v místě bydliště jsou respondenti ve věku 41–50 let a více než 50 let. Z celkových 29 nespokojených respondentů jich je 16 ze kategorie 41–50 let a 8 z kategorie více než 50 let, celkem tedy 24.

Tabulka 8: Kontingenční tabulka – Křivoklát

Kontingenční tabulka (dotazník obyvatel) Četnost označených buněk > 10 (Marginální součty nejsou označeny)						
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? Do 20	2) Kolik je Vám let? Více než 50	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 21 - 30 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	2	0	0	5	0	7
Jsem velmi nespokojena/a	0	10	0	2	1	13
Jsem spíše spokojena/a	0	3	4	1	1	9
Jsem spíše nespokojena/a	0	5	1	0	4	10
Všechny	2	18	5	8	6	39

Zdroj: Statistica

Tabulka 9: Očekávané četnosti – Křivoklát

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (dotazník obyvatel) Četnost označených buněk > 5 Pearsonův chí-kv. : 42,1141, sv=12, p=,000032						
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? Do 20	2) Kolik je Vám let? Více než 50	2) Kolik je Vám let? 31 - 40 let	2) Kolik je Vám let? 21 - 30 let	2) Kolik je Vám let? 41 - 50 let	Rádek součty
Jsem velmi spokojena/a	0,358974	3,23077	0,897436	1,435897	1,076923	7,00000
Jsem velmi nespokojena/a	0,666667	6,00000	1,666667	2,666667	2,000000	13,00000
Jsem spíše spokojena/a	0,461538	4,15385	1,153846	1,846154	1,384615	9,00000
Jsem spíše nespokojena/a	0,512821	4,61538	1,282051	2,051282	1,538462	10,00000
Všechny	2,000000	18,00000	5,000000	8,000000	6,000000	39,00000

Zdroj: Statistica

Tabulka 10: Sloučená asociační tabulka – Křivoklát

Kontingenční tabulka (dotazník obyvatel) Četnost označených buněk > 10 (Marginální součty nejsou označeny)			
3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?	2) Kolik je Vám let? Do 30	2) Kolik je Vám let? 31 a více	Rádek součty
Jsem spokojen/a	8	8	16
Jsem nespokojen/a	2	21	23
Všechny	10	29	39

Zdroj: Statistica

Tabulka 11: Závislost a síla testu – Křivoklát

Statistika	Statist. : 3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?(2) x 2) Kolik je Vám let?(2) (dotazník obyvatel)		
	Chí-kvadrá	SV	p
Yatesův chí-kv.	6,415796	df=1	p=,01131
Fisherův přesný, 1-str.			p=,00555
Fisherův p			p=,00735
McNemarův chí-kv. (A/D)	4,965517	df=1	p=,02586
McNem	2,500000	df=1	p=,11385
Fí pro tabulky 2 x 2	,4652867		
Tetrachorická korelace	,7089850		
Kontingenční koeficient	,4218578		

Zdroj: Statistica

Upravená asociační tabulka 2x2 pro Křivoklát disponuje celkovým rozsahem pouze 39, proto je nutné pro testování stanovené hypotézy použít Fisherův faktoriálový test. (Fisherův přesný jednostranný v tabulce je nižší než 0,05), který na hladině významnosti alfa 0,05 tvrdí, že **H1 nelze přijmout**.

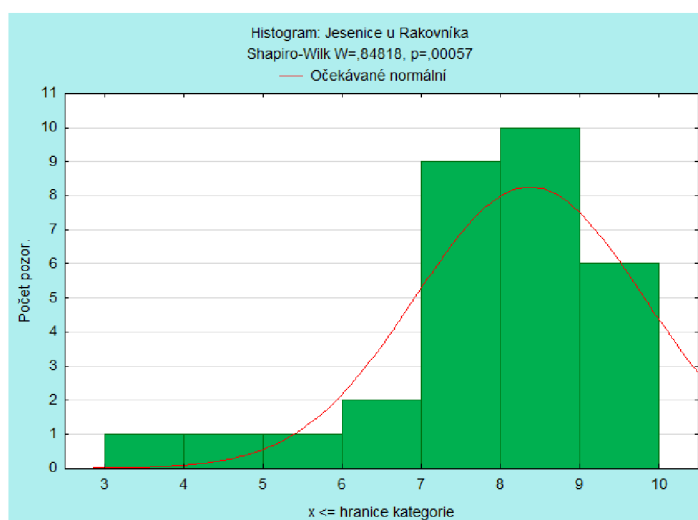
Přijmout lze hypotézu alternativní, která tvrdí, že věk respondentů ovlivňuje jejich spokojenost s turismem. Síla testu je hodnocena na základě F_i pro tabulky 2x2 a dosahuje hodnoty 0,465 – středně silná závislost.

Hodnoty proměnných v upravené asociační tabulce říkají, že méně spokojeni s turismem v místě bydliště jsou respondenti ve věku 31 let a více. Z celkových 23 nespokojených respondentů jich je z této věkové kategorie 21. Z původních dat je zřejmé, že nejméně spokojeni jsou respondenti ve věku více než 50 let a 41 – 50 let.

H2: Neexistuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice a Křivoklát

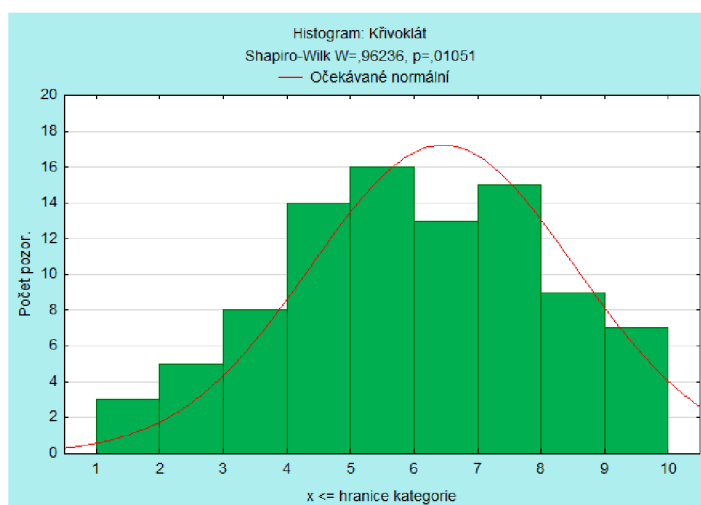
HA: Existuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice a Křivoklát

Tabulka 12: Normalita – Jesenice



Zdroj: Statistica

Tabulka 13: Normalita – Křivoklát



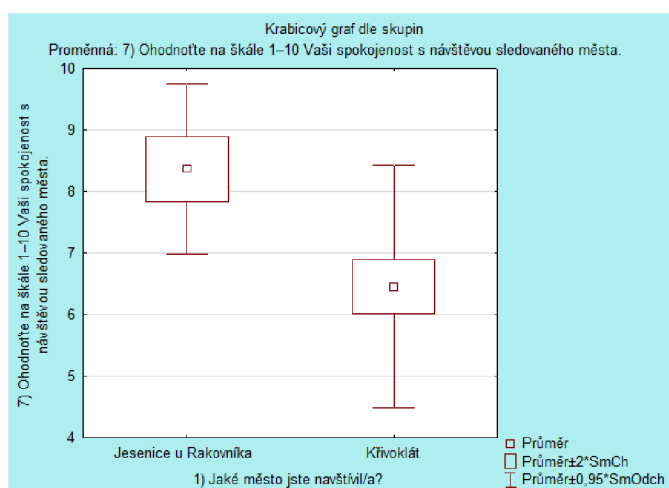
Nejprve došlo k testování normálního rozdělení na základě Shapiro-Wilkova testu na hladině významnosti alfa 0,05, který normalitu nepotvrdil ani u jednoho vzorku dat. (hodnota p v tabulce u Jesenice i Křivoklátu je nižší než 0,05). Proto byl následně zvolen neparametrický test k ověření stanovené hypotézy.

Tabulka 15: Neparametrický dvouvýběrový nezávislý test

Kolmogorov-Smirnovův test (dotazník turistů)								
Dle proměnn. 1) Jaké město jste navštívila?								
Označené testy jsou významné na hladině $p < 0,05000$								
Max záp rozdíl	Max klad rozdíl	p-hodnot	Průměr Jesenice u Rakovníka	Průměr Křivoklát	sm.odch. Jesenice u Rakovníka	sm.odch. Křivoklát	platných Jesenice u Rakovníka	platných Křivoklát
0,00	0,48888	$p < ,00$	8,38668	6,45555	1,44993	2,08343	30	90

Zdroj: Statistica

Tabulka 16: Krabicový graf



Zdroj: Statistica

Na základě neparametrického dvouvýběrového Kolmogorov-Smirnova testu lze sledovat průměrné hodnoty, které byly v jednotlivých destinacích naměřeny. Průměrná spokojenost v Jesenici je rovna 8,36 a na Křivoklátě 6,45 z 10. Jesenice vykazuje průměrně vyšší hodnoty než Křivoklát a jelikož je hodnota p menší než 0,05 lze tyto rozdíly považovat za statisticky významné. **H2 tedy nelze přijmout.**

Přijmout lze hypotézu alternativní, která tvrdí, že existuje rozdíl mezi spokojeností turistů mezi dvěma sledovanými lokalitami a lze tvrdit, že v Jesenici jsou turisté spokojenější. Pro detailní náhled a porovnání dat byl generován také krabicový graf.

H3: Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu neovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě

HA: Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu ovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě

Tabulka 17: Zapojení obyvatel do služeb CR

Kolmogorov-Smirnovův test (DP-data (1) (version 1)) Dle proměn. Hodnocená lokalita Označené testy jsou významné na hladině $p < 0,05000$								
Max záporný rozdíl	Max kladný rozdíl	p-hodnota	Průměr Jesenice	Průměr Křivoklát	sm. odch. Jesenice	sm. odch. Křivoklát	platných Jesenice	platných Křivoklát
0,00	0,020696	$p > .10$	0,277106	0,256410	0,450291	0,442355	83	39

Zdroj: Statistica

Tabulka 18: Spokojenost turistů se službami CR

Kolmogorov-Smirnovův test (DP-data (1) (version 1)) Dle proměn. Hodnocená lokalita Označené testy jsou významné na hladině $p < 0,05000$								
Max záporný rozdíl	Max kladný rozdíl	p-hodnota	Průměr Jesenice	Průměr Křivoklát	sm. odch. Jesenice	sm. odch. Křivoklát	platných Jesenice	platných Křivoklát
0,00	0,177776	$p > .10$	2,433333	2,066667	0,727932	0,884320	30	90

Zdroj: Statistica

Tabulka č. 17 prezentuje výsledky Kolmogorov-Smirnovova testu aplikovaného na hodnocení zapojení obyvatel vybraných obcí do služeb cestovního ruchu. Z dat je zřejmé, že v Jesenici je úroveň zapojení rezidentů vyšší než na Křivoklátě, přičemž dosahuje průměrně 28 % ve srovnání s pouhými 26 % na Křivoklátě. Tabulka č. 18 následně posuzuje pomocí stejného testu spokojenost turistů se službami cestovního ruchu v daných lokalitách. Jesenice vykazuje v průměru vyšší míru spokojenosti dosahující 2,433, zatímco Křivoklát pouze 2,066. Lze tedy předpokládat, že vyšší míra zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu napomáhá vyšší míře spokojenosti turistů, kteří tyto služby využívají.

6 Diskuze

Intenzita cestovního ruchu je v obou obcích velmi rozdílná. Město Jesenice vykazuje hodnoty dostatečně nevyužití kapacity cestovního ruchu. Turistů se zde pohybuje velmi málo, což je patrné ze všech uvedených ukazatelů intenzity cestovního ruchu. Příkladem může být míra turistické penetrace, která uvádí, že denně se v Jesenici vyskytuje pouze 8 turistů na 100 obyvatel města. Naopak Křivoklát je příkladem tzv. overturismu. Národní památkový ústav (2019) tvrdí, že hrad Křivoklát patří mezi 10 nejnavštěvovanějších hradů v České republice a lze tedy předpokládat, že hrad je hlavní atraktivitou obce a turisté na Křivoklát míří převážně z tohoto důvodu. Hodnoty křivoklátských indikátorů jsou několikanásobně vyšší než v případě Jesenice. Příkladem je opět míra turistické penetrace, která zaznamenala návštěvnost 102 turistů denně na 100 obyvatel obce. Jinými slovy, denně se zde nachází více turistů než obyvatel. Naměřené hodnoty lze porovnat s Prahou v roce 2014, kde prováděly výzkum Dumbrovská & Fialová (2014). Míra turistické penetrace činila 413 turistů na 100 obyvatel města. Skutečnost, že Praha vykazuje nejvyšší hodnoty úrovně cestovního ruchu, může být způsobena zejména postavením hlavního města, dobrou dostupností pro zahraniční turisty, dobrým dopravním spojením pro vnitrostátní turismus nebo propagací lokality a významných památek. Přesto jsou hodnoty úrovně v případě Křivoklátu stále vysoké i přes absenci těchto aspektů a lze tak hovořit o overturismu, neboli významnému přetížení lokality turismem.

Dotazníkové šetření uskutečněné v obou obcích zkoumalo především spokojenost místních obyvatel s turismem v jejich místě bydliště a spokojenost turistů s navštívenou lokalitou. Bylo zjištěno, že méně spokojeni jsou obyvatelé města Křivoklát. Lze předpokládat, že tato skutečnost je ovlivněna zejména velmi vysokou návštěvností místa, což tvrdí také Kruczek (2019). Dle něj se v přetížených lokalitách může snižovat kvalita života místních obyvatel a může docházet ke ztrátě soukromí či dokonce vybydlování oblastí. Slee (2019) zastává názor, že nadměrná návštěvnost venkova může residentům snížit kvalitu života i jejich spokojenost. Dle otevřené otázky směřované obyvatelům Křivoklátu je patrné, že požadují oddělení turismu od osobního života. Dále vnímají negativní dopady turismu na životní prostředí, zejména kvůli nadměrnému množství odpadků či zvýšené dopravě s nedostatkem parkovacích míst. Zároveň se ale obyvatelé Křivoklátu vyjádřili pozitivně v otázce, zda by doporučili tuto lokalitu potenciálním turistům. Lze tedy pozorovat, že obyvatelé vnímají významnost a atraktivitu lokality, která stojí za navštívení, nicméně požadují snížení negativních dopadů turismu.

Jeseničtí obyvatelé jsou převážně spokojeni s turismem ve městě a dle otevřených odpovědí lze konstatovat, že si přejí cestovní ruch podporovat a zlepšit jeho situaci. Dle jejich názoru je příhodné zlepšit služby cestovního ruchu, udržovat Velký rybník a jeho okolí pro rekreační účely či zlepšit propagaci lokality. Na rozdíl od křivoklátských obyvatel je zde menší ochota místních doporučit Jesenici jako turistický cíl potenciálním turistům, lze předpokládat, že je to právě proto, že lokalita není dostatečně atraktivní a je nutné ji dále rozvíjet, aby naplnila svůj potenciál a nevyužití kapacity. V Jesenici se nachází více obyvatel, kteří se zapojují do cestovního ruchu, přičemž Pásková (2000) nebo Wilson & kol. (2001) tvrdí, že jejich zapojení pozitivně přispívá ke spokojenosti místních obyvatel i turistů.

Rozdílná povaha lokalit láká jiné typy turistů. Hlavním turistickým motivem cesty do Jesenice je rekreace a sportovní účely. Lze předpokládat, že tato forma cestovního ruchu je vhodná zejména díky autokempu, cyklostezkám a blízké přírodě. Oproti tomu na Křivoklátě převládá poznávací cestovní ruch. Dle názoru turistů obou obcí lokalita splnila jejich očekávání, přičemž pokaždé se očekávání lišila dle formy cestovního ruchu. Naprostá většina jesenických turistů je spokojena se službami cestovního ruchu, což může být způsobeno právě tím, že do těchto služeb je zapojeno více místních obyvatel (Pásková 2000; Wilson & kol. 2001). Více jesenických turistů projevilo ochotu lokalitu doporučit dalším potenciálním turistům než křivoklátských turistů, což je dále také potvrzeno otevřenou otázkou, kde turisté Jesenice velmi pozitivně hodnotí krásy přírody a přátelskou atmosféru místa.

Turisté se shodují s místními obyvateli na názoru absence kvalitních stravovacích služeb na území Jesenice. Křivoklátské turisté nacházejí shodu s místními obyvateli v nespokojenosti týkající se špatné situace silnic a parkovacích míst. Pozitivně hodnotí právě návštěvu hradu Křivoklát a přírodu.

Shrnutím rozhovorů lze získat komplexní přehled o dané problematice napříč oběma destinacemi. Lze konstatovat, že město Jesenice má značnou výhodu díky disponování autokempem, ze kterého pramení příjem do rozpočtu a je vhodný i pro vytváření pracovních příležitostí. Důležitost vytváření pracovních míst v cestovním ruchu zmiňují Ayazlar & Ayazlar (2015) nebo Šíp & kol. (2020), kteří se shodují, že tato skutečnost napomáhá rozvoji regionu a tyto pozice jsou pro místní obyvatele atraktivní. Na Křivoklátě dochází k absenci vlastnictví majetku takového typu a pro městyse je tudíž velmi obtížné generovat zisk či vytvářet pracovní místa v cestovním ruchu. Magazín Statistika a my (2011) definuje pracovní příležitosti v turismu jako jeden z klíčových ekonomických přínosů turismu pro obce či stát.

Obě obce se velmi snaží pořádat mnohé kulturní akce, povětšinou ale za účelem návštěvy místních obyvatel. Představitelé obcí se nezmiňují o možné propagaci akcí či aktivit pro potenciální turisty, ani nezmiňují, že by turisté mohli být cílovou skupinou těchto akcí. Na Křivoklátě tento typ akcí připravuje právě hrad, který ale nijak nezapojuje obec jako takovou do organizace aktivit. Šíp & kol (2020) říká, že je důležité snažit se o soulad mezi turisty a místními obyvateli, čehož může být dosaženo například propojením návštěvy turistů a kulturních akcí venkovských obyvatel.

Strategie rozvoje turismu v obou lokalitách je navržena pouze okrajově. Ani jeden ze subjektů nezmiňuje žádné závažné změny plánované do budoucna. Na Křivoklátě je tato skutečnost způsobena především nepříznivým stavem rozpočtu a také snahou turismus spíše utlumit než rozvíjet. Město Jesenice realizuje alespoň projekty menšího rázu za pomoci dotační podpory či s pomocí jiných okolních obcí. Svobodová (2013) tvrdí, že čerpání dotací či rozvojové strategie patří mezi klíčové nástroje rozvoje venkova, které přispívají ke zvýšení kvality života na venkově a konkurenceschopnosti. Co se příjmů z turismu týče je situace na Křivoklátě velmi neuspokojující. I přes nadměrné vytížení turismem neplynou městyse téměř žádné finanční prostředky do rozpočtu, přičemž vybrané peníze putují zpět do oprav míst zničených právě turisty a městyse se ocitá na nule. Zároveň městyse nevyužívá žádné dotační tituly pro svůj rozvoj, ani nejsou zapojeny jiné instituce (stát, kraj, MAS atd.) v plánu rozvoje obce. V Jesenici je stav rozpočtu výrazně lepší, nelze s přesností určit přesnou částku či kolik procent rozpočtu tvoří příjmy z cestovního ruchu, nicméně je to více, než je potřeba znovu

investovat zpět například do oprav. Naopak má město dostatečné prostředky na nákup dalších nemovitostí a za pomoci některých dotačních titulů pracují na projektech zlepšení situace cestovního ruchu, zejména pak na autokempu.

Lze tvrdit, že obce mají velmi rozdílné podmínky a také rozdílné přístupy pro svůj rozvoj. Křivoklát není dobře finančně zajištěn a turismus se zdá být spíše překážkou v rozvoji. Snaha o jeho útlum sahá až do situace, kdy možnost nevyhlášení národního parku se zdá být pro městyš příznivější, jelikož by nemuselo dojít k dalšímu nárůstu turistů a přetěžování lokality. Naopak Jesenice se zdravým rozpočtem realizuje projekty v rámci dotačních výzev a snaží se o rozvoj turismu. Zatím povětšinou na své půdě autokempu ale vnímá potenciál destinace, který je nutné rozvíjet.

První stanovená hypotéza H1 zkoumala, zda věk místních obyvatel neovlivňuje spokojenost residentů v dané oblasti. Pro každou oblast byla hypotéza statisticky vyhodnocována zvlášť. **H1 pro Jesenici i pro Křivoklát nelze přijmout.** Lze tvrdit, že věk místních obyvatel ovlivňuje spokojenost s turismem, přičemž v Jesenici i na Křivoklátě je evidentní, že méně spokojeni jsou starší obyvatelé, to může být způsobeno jejich vyššími nároky na klid a bezpečí, které jsou turismem narušeny. S tímto závěrem se shoduje i výzkum, který prováděla Temelová & kol. (2010), ve kterém byla zjištěna nespokojenost starších lidí s turismem právě z těchto důvodů.

Ověření hypotézy ve znění H2: „Neexistuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice a Křivoklát“ byla opět vyhodnocena tak, že **H2 nelze přijmout.** Lze konstatovat, že existují statisticky významné rozdíly mezi spokojeností turistů v Jesenici a na Křivoklátě. Dle výsledků lze tvrdit, že spokojenější jsou turisté ve městě Jesenice, kde průměrné hodnoty spokojenosti dosahují 8,36 bodu a na Křivoklátě pouze 6,45 z celkových 10 bodů. Vyšší spokojenost turistů v méně známé oblasti může být způsobena především tím, že jim je zde dopřán klid a přátelská atmosféra, za kterou primárně cestují. Overturismus na Křivoklátě je nejspíše překážkou i pro spokojenost turistů, kteří vykazují nižší spokojenost s celkovou lokalitou ale také například se službami. Výsledek se shoduje s názorem Kruczeka (2019), který tvrdí, že overturismus snižuje spokojenost nejen residentů, ale také účastníků cestovního ruchu, jelikož dochází k přetížení lokality, která je turismem postižena například zhoršenou dopravní situací, nepořádkem či hlukem.

Testováním hypotézy H3: „Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu neovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě“ lze dojít k výsledku, že **H3 nelze přijmout.** Lze tvrdit, že vyšší míra zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu má vliv na spokojenost turistů s těmito službami v dané lokalitě. Toto tvrzení lze potvrdit výsledkem testu, který odhalil vyšší zapojení u residentů Jesenice do služeb cestovního ruchu než u residentů Křivoklátu. Jeseničtí jsou angažováni z 28 % a Křivoklátští z 26 %. Dále test vyhodnotil vyšší spokojenost turistů se službami cestovního ruchu v Jesenici oproti Křivoklátu. Spokojenost Jesenických turistů je na úrovni 2,433, zatímco na Křivoklátě pouze 2,066. Pásková (2000) zastává teorii, která rovněž tvrdí, že spokojenost turistů se službami je ovlivněna zapojením místních obyvatel.

6.1 Doporučení vedoucí k rozvoji venkova

Na základě shrnutí výsledků je možné konstatovat, že navržená opatření pro zlepšení situace cestovního ruchu ve dvou zvolených obcích budou velmi rozdílná. Pro Jesenici jsou tato opatření spíše rozvojového rázu a pro Křivoklát naopak s důrazem na útlum turismu a snížení jeho negativních dopadů na rozvoj venkova. Na základě získaných poznatků je nyní možné navrhnout opatření v rámci cestovního ruchu, která povedou k rozvoji města Jesenice a městys Křivoklát s důrazem na zvýšení spokojenosti residentů i účastníků cestovního ruchu.

Doporučení pro Jesenici č. 1 – Propagace destinace

Prvním klíčovým doporučením pro město Jesenice je posílení povědomí o jeho okolí. Je nezbytné, aby turisté získávali informace o atraktivitách v této oblasti. Město by mělo intenzivněji pracovat na propagaci turistických cílů a aktivit. Holešinská (2022) a Wilson & kol. (2001) zdůrazňují, že efektivní propagace venkovské oblasti může pozitivně ovlivnit místní ekonomiku prostřednictvím zvýšení návštěvnosti turistů a podpořit tak rozvoj venkova. Dle analýzy hodnocení turistů, kteří navštívili Jesenici, lze konstatovat, že město zanedbává propagaci nejen na svých webových stránkách, ale také na dalších internetových platformách, a vůbec se nepřipojuje k prezentaci lokality v různých katalogích a turistických časopisech. Obyvatelé Jesenice v dotazníkovém šetření rovněž vyjádřili souhlas s potřebou zlepšení propagace lokality. Dokonce i agentura CzechTourism (2020) považuje propagaci destinace za klíčovou součást rozvoje cestovního ruchu a navrhuje zahrnout marketingové kampaně do strategií rozvoje.

Autorka zdůrazňuje, že pro Jesenici je klíčové posílit propagaci zejména na webových stránkách města a jeho partnerů, například MAS Rakovnicko, neziskové organizace, soukromé subjekty, okolní obce či další aktéři. Dále by mohla být prospěšná spolupráce města s časopisy zaměřenými na turistiku nebo novinami, což by mohlo výrazně zvýšit povědomí o této lokalitě. Marketing je vnímán jako klíčový nástroj, díky kterému je možné oslovit potenciální turisty a přispět ke zvýšení návštěvnosti místa. Toto řešení napomůže správně využívat kapacitu lokality, která je v současné době nedostatečně využita.

Doporučení pro Jesenici č. 2 – Revitalizace Velkého rybníka

Turisté směřují do Jesenice především kvůli možnostem rekreace a sportovním aktivitám, přičemž je přitahuje zejména okolní příroda, lesy, rybníky a klidné prostředí. Avšak největší rybník v Rakovnickém okrese nacházející se na území města Jesenice, Velký rybník, dle názoru místních obyvatel utrpěl zanedbáním a v posledních letech ztratil svůj rekreační charakter. Také turisté se shodují, že prostranství Velkého rybníka působí zanedbaně. Z aktuálního strategického plánu rozvoje města vyplývá, že rybník v současné době není ve vlastnictví města, ale město aktivně usiluje o jeho odkoupení. Dle názoru autorky je tento počín klíčový pro budoucí rozvoj města a rozvoj turismu. Velký rybník by měl být využíván pro rekreaci a tato možnost by měla být rozšířena i do jeho okolí. Po odkoupení Velkého rybníka lze požádat o dotační podporu na odbahnění a obnovu rybníka z titulu Dotace na rybníky a malé vodní nádrže, což výrazně napomůže jeho současnému stavu a navrátí rekreační funkci, přičemž

město nevyvalí tak vysoké finanční částky. Rybník by tak mohl hrát důležitou roli pro turisty i místní obyvatele.

Do procesu revitalizace rybníka by mělo být zapojeno i okolí samotného rybníka. V současné době se zde nachází občerstvení u pláže. Autorka navrhuje, aby v blízkosti této pláže vzniklo dětské a sportovní hřiště. Tato iniciativa by vedla k celkově vyšší spokojenosti turistů, kteří navštěvují Jesenici zejména kvůli sportovním aktivitám. Současně by však tuto novou vybavenost mohli využívat i místní obyvatelé, což by přispělo k jejich celkové spokojenosti a kvalitě života. Pro zvýšení atraktivity místa by mohla být provedena výstavba nové okružní trasy kolem rybníka, vhodné jak pro cyklisty, pěší, tak i inline bruslaře. Na podporu těchto aktivit by město mohlo čerpat dotační podpory, například z programu na Infrastrukturu cestovního ruchu. Revitalizací Velkého rybníka a jeho okolí dojde ke zvýšení atraktivity lokality, zlepšení spokojenosti turistů i místních obyvatel díky novým možnostem turistických cílů i volnočasových aktivit a přispěje také k rozvoji města.

Doporučení pro Jesenici č. 3 – Možnost stravování v autokempu

Město Jesenice je vlastníkem autokempu Jesenice, kde je možné ubytování především v chatkách, často je využíván pro různá sportovní soustředění či školy v přírodě. Autokemp je turisty hodnocen poměrně pozitivně, ale důležitým aspektem, který turisté kempu vytýkají je absence stravovacího zařízení. Kemp se nachází na okraji lesa u města a docházková vzdálenost do místních restauračních zařízení je tedy delší. I místní obyvatelé se shodují, že ve městě chybí řádná restaurace, a to i přes fakt, že město vlastní restauraci Bowling Bar, která je v jeho režii.

Pobyt v autokempu by jistě zpříjemnila restaurace, kde by bylo možné se stravovat. Tuto restauraci by mohli využívat i místní obyvatelé, kterým ve městě takovýto podnik chybí. Zároveň by městu mohl plynout finanční příjem z tohoto stravovacího zařízení. Řešení zajištění stravování v autokempu zaručuje vyšší spokojenost turistů v dané lokalitě, také uspokojuje místní obyvatele, kteří by mohli podnik navštěvovat a zároveň podporuje rozvoj města, které může výdělek z podnikání využít na další rozvojové aktivity.

Doporučení pro Křivoklát č. 1 – Omezení vjezdu automobilů do obce

Nespokojenost obyvatel a návštěvníků v obci Křivoklát je spojena s jedním klíčovým faktorem – dopravou. Křivoklát disponuje vlastním parkovištěm pro návštěvníky, z něhož plynou finanční prostředky, jež jsou ale využívány k dalším úpravám a údržbě parkoviště. Z rozhovoru se starostkou Křivoklátu vyplývá naléhavá potřeba rekonstrukce parkoviště. Bohužel však současné dotace jsou orientovány spíše na výstavbu nových parkovišť než na obnovu stávajících. Turisté vnímají nevyhovující stav silnic a parkovišť, přičemž si stěžují na nedostatek dostupných parkovacích míst. Místní obyvatelé jsou znepokojeni znečištěním způsobeným motorovými vozidly a také tím, že turisté často parkují na soukromých pozemcích kvůli nedostatečnému počtu veřejných parkovacích míst.

Autorka doporučuje opatření, které omezuje vjezd do obce kromě residentů a ubytovaných hostů. S velmi podobnou situací se dle Region Tourist (2023) potýkalo městečko Kurort Rathen, které rovněž zakázalo vjezd automobilům do obce kromě residentů a ubytovaných hostů. Zpoplatněné parkoviště za městem přináší finanční výnosy městu, které

může výdělek investovat dále do svého rozvoje, zároveň řešení zajišťuje bezpečnost, je šetrné vůči hluku a znečištění a dbá na spokojenost residentů. Křivoklát by tak mohl využít dotaci pro vybudování nového parkoviště, které by bylo umístěno na okraji obce. Dále by každý návštěvník došel pěšky k hradu či jiným turistickým cílům. Vjezd do města by byl povolen pouze residentům či ubytovaným hostům. Tento krok uvítají zejména místní obyvatelé, kteří pocítí snížení emisí z výfukových plynů v obci a dostane se jim také soukromí, které jim je jinak odebíráno zaparkovanými auty cizinců. Omezení vjezdu aut přinese také snížení hluku a zvýšení bezpečnosti chodců. Pásková (2000) tvrdí, že tuto metodu využívají některá města ve svých historických centrech. Omezení dopravy v malé obci také přinese turistům větší požitek z navštíveného místa, jelikož vynikne jeho autentičnost. Také parkoviště za městem poskytne více místa pro více aut. Zároveň by mohlo dojít k většímu využívání jiných typů dopravních prostředků jako je například vlak, což také napomůže snížení znečištění ovzduší z výfukových plynů a omezení automobilové dopravy. V některých případech by toto řešení mohlo vést ke snížení počtu turistů, což výzkum vyhodnocuje jako potřebné.

Doporučení pro Křivoklát č. 2 – Zapojení residentů do cestovního ruchu

Bylo zjištěno, že zapojením residentů do cestovního ruchu lze dosáhnout vyšší spokojenosti turistů se službami cestovního ruchu v dané lokalitě. Zároveň dle dotazníkového šetření lze pozorovat, že obyvatelé Křivokláta tuto skutečnost vnímají i jako přínos pro ně samé. V současné době totiž všechna restaurační zařízení vlastní lidé, kteří z Křivokláta nepocházejí. Turisté tak nemohou poznat autentickou atmosféru místních podniků, jelikož místní obyvatelé zde nepracují. Potenciálně také přicházejí o pracovní pozice v místě bydliště. Zároveň ceny, které jsou ve stravovacích zařízeních nastavené, jsou přizpůsobené turismu a pro místní obyvatele jsou mnohdy neúměrně vysoké, před čímž varuje také Kruczek (2019).

Křivoklát může po vzoru Jesenice opatřit vlastní restauraci, která bude v režii obce a zaměstná zde křivoklátské obyvatele. Případně by město mělo také podporovat své obyvatele ve vlastnictví stravovacích či ubytovacích podniků a docílit tak vyššího zapojení residentů do služeb cestovního ruchu. Toto řešení přinese vyšší spokojenost turistů i obyvatel a zároveň posílí ekonomický růst Křivokláta díky vytvoření nových pracovních míst.

Doporučení pro Křivoklát č. 3 – Osvěta turistů

Dle výsledků z analýzy intenzity cestovního ruchu lze konstatovat, že Křivoklát je typickým příkladem overturismu. Denně se zde v průměru nachází 102 turistů oproti 100 obyvatelům. Lokalita trpí značnou turistickou přetížeností, především díky státnímu hradu Křivoklát, jehož fungování a provoz jsou mimo dosah městyse. Chování některých turistů negativně ovlivňuje každodenní život obyvatel, kteří si stěžují na problémy s odpady a nadměrný hluk. Tento faktor negativně hodnotí i samotní turisté, kteří si dle dotazníkového šetření také všimají těchto negativních dopadů turismu. V současné době se řeší otázka vyhlášení některých částí Chráněné krajinné oblasti Křivoklátsko na Národní park Křivoklátsko a pokud k této situaci dojde, lze předpokládat, že se počet turistů ještě zvýší a dopady turismu na malé městečko budou ohromné. Proti vyhlášení Národního parku je dle kvalitativního

výzkumu i starostka Křivokláta. Jelikož městys nemůže nijak regulovat počty turistů mířících na hrad či do přilehlých lesů, musí se vydat cestou jejich vzdělávání a osvěty.

Autorka souhlasí s názorem Páskové (2000), že lze negativní dopady turismu umírnit právě edukací turistů. Městys Křivoklát by například mohl vybudovat vzdělávací tabule poblíž parkovacích míst nebo u turistických tras, které budou informovat o udržitelném cestovním ruchu, ekoturistice a o správném chování v přírodě, a to například ve spolupráci s Klubem českých turistů. Osvěta by také mohla být šířena v infocentrech, kde by turisté mohli být seznámeni se situací v obci s vysvětlením správného chování. Toto řešení by mohlo přinést uspokojení místním obyvatelům i turistům, kteří jsou nespokojeni například s pohozenými odpadky či hlukem v přilehlých lesích. Zároveň by město nemuselo vynakládat finanční prostředky na úklid odpadků po turistech.

7 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zhodnotit úroveň cestovního ruchu a úroveň spokojenosti residentů a účastníků cestovního ruchu ve dvou zvolených venkovských sídlech a následně na základě komparace získaných dat navrhnout efektivní opatření vedoucí k rozvoji venkova v obou zvolených oblastech.

- K dosažení cíle byla nejprve provedena rešerše literárních zdrojů z České republiky i zahraničí, díky které byla vysvětlena odborná terminologie a teoretická východiska.
- V rámci analýzy intenzity cestovního ruchu byly vypočteny tři indikátory, a sice míra turistické penetrace, hustota výskytu turistů a míra turistické intenzity. Indikátory odhalily nadměrné vyřízení lokality Křivoklát, a naopak nevyužitou kapacitu v destinaci Jesenice. Například indikátor míry turistické penetrace říká, že v Jesenici se denně nachází pouze 8 turistů a na Křivoklátě 102 turistů na 100 obyvatel.
- Dále bylo provedeno dotazníkové šetření, které zjistilo, že více jsou obyvatelé spokojeni s turismem v Jesenici, kde kladný přístup k turismu vyjádřilo 65 % respondentů a na Křivoklátě tomu bylo pouze ze 41 %. Stejně tak spokojenost turistů s navštívenou lokalitou je dle dotazníkového šetření vyšší v Jesenici.
- Strukturované rozhovory se starostou města Jesenice a starostkou městys Křivoklát rozklíčovaly například rozdílné přístupy obcí k vytváření pracovních míst v turismu, způsoby financování a podporování turismu či odlišné rozvojové strategie v oblasti cestovního ruchu.
- První hypotéza **H1: „Věk místních obyvatel neovlivňuje spokojenost residentů s turismem v dané oblasti“ byla zamítnuta.** Testování potvrdilo rozdíly ve spokojenosti napříč věkem v obou zvolených destinacích, přičemž v Jesenici i na Křivoklátě se ukázalo, že méně spokojeni jsou starší obyvatelé v kategorii 41–50 let a více než 50 let.
- Druhá hypotéza **H2: „Neexistuje rozdíl mezi spokojeností turistů v lokalitě Jesenice a Křivoklát“ byla zamítnuta.** Testování odhalilo vyšší míru spokojenosti ve městě Jesenice, kterou turisté průměrně ohodnotili 8,36 body a Křivoklát průměrně získal pouze 6,45 bodů z celkových 10.
- Třetí hypotéza **H3: „Zapojení místních obyvatel do služeb cestovního ruchu neovlivňuje spokojenost turistů v dané lokalitě“ byla rovněž zamítnuta.** Výsledkem testování bylo zjištění, že v Jesenici se nachází více respondentů, kteří jsou zapojeni do služeb cestovního ruchu, celkem 28 % a na Křivoklátě je zapojeno pouze 26 %. Dále míra spokojenosti turistů se službami cestovního ruchu dosahuje v Jesenici průměrné hodnoty 2,433, kdežto na Křivoklátě jen 2,066. Lze tedy tvrdit, že zapojení

místních obyvatel do služeb cestovního ruchu má pozitivní vliv na spokojenost turistů s těmito službami.

- Následně byla navržena efektivní opatření vedoucí k rozvoji venkova pro každou destinaci zvlášť dle současné situace. Opatření pro Jesenici: zlepšení propagace destinace, revitalizace Velkého rybníka a možnost stravování v autokempu. Opatření pro Křivoklát: omezení vjezdu automobilů do obce, vyšší zapojení residentů do služeb cestovního ruchu a snaha o osvětu turistů.

8 Literatura

Alsaawi, A. 2014. A critical review of qualitative interviews. *European Journal of Business and Social Sciences*, 3(4).

Ayazlar G, Ayazlar RA. 2015. Rural tourism: A Conceptual Approach. Pages 167-184 in Avcikurt C, Dinu M, Hacıoğlu N, Efe R, Soykan A, editors. *Tourism, Environment and Sustainability*. St. Kliment Ohridski University Press, Sofia.

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

Binek, J. & kol. 2009: *Synergie ve venkovském prostoru. Aktéři a nástroje rozvoje venkova*. Brno: GaREP Publishing. ISBN 978-80-904308-0-8

BUTLER, Richard. *The tourism area life cycle*. Buffalo: Channel View Publications, c2006. ISBN 1-84541-025-4.

Cestovní ruch pro všechny [online]. Praha, 2008 [cit. 2023-07-19]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/getmedia/4fa1846e-ee0c-40d7-ae2e-a43007314a2e/GetFile14_1.pdf

CZECHTOURISM. Strategie agentury CzechTourism a destinace Česká republika 2021–2025 [online]. 2020 [cit. 2024-01-29]. Dostupné z: https://cms.czechtourism.cz/cms/getmedia/ea2d3dad-b831-45b0-87b0-6a771a1bf891/Strategie-CzT-2021_2025.pdf?_gl=1*eh689w*_ga*OTA3MjQ4OTk3LjE3MDY1MjM5Mzg.*_ga_2HLRR7D2WM*MTcwNjUyODg0OS4yLjEuMTcwNjUyODg4OC4wLjAuMA..

ČSÚ. Cestovní ruch [online]. 2022 [cit. 2024-01-31]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xs/cestovni_ruch-xs-obce

ČSÚ. Vymezení venkova. Obecné poznatky k vymezení venkova [online]. 2009 [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20565975/31136109a10.pdf/4fd0c582-65a0-4a79-a86a-1e88bb4c3e8c?version=1.0>

ČSÚ: Cestovní ruch - 4. čtvrtletí 2022 [online]. 2023 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cris/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2022>

ČSÚ: Metodika – cestovní ruch [online]. 2021. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/metodika_casove_rady_cestovni_ruch.

DUMBROVSKÁ, Veronika a Dana FIALOVÁ, 2014. Tourist Intensity in Capital Cities in Central Europe: Comparative Analysis of Tourism in Prague, Vienna and Budapest. *Czech Journal of Tourism* 1805- 3580 [online]. 3, 5–26. Dostupné z: doi:10.2478/cjot-2014-0001

EAGRI. Strategický plán Společné zemědělské politiky na období 2023–2027. SP SZP [online]. 2022 [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/portal/mze/dotace/szp-pro-obdobi-2021-2027>

HESKOVÁ, Marie a kolektiv. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Vyd. 1. Praha: Fortuna, 2015. ISBN 80-7168-948-3.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. Destinační management: umění rozvíjet destinaci. [Brno]: MUNI, 2022. Manažer. ISBN 978-80-271-3218-8.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zürich: Polygraphischer Verlag.

INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.

KOSTKOVÁ, Miroslava. Cestovní ruch: pro prezenční formu studia. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2013, ISBN 978-80-7248-834-6.

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

Kruczek Z. 2019. Ways to Counteract the Negative Effects of Overtourism at Tourist Attractions and Destinations. *Annales Universitatis Mariae Curie Sklodowska* 74:45-57.

Lane, B. 2009. Rural tourism: An overview. *The SAGE handbook of tourism studies*, 354-370.

LIBROVÁ, Hana. Pestří a zelení: kapitoly o dobrovolné skromnosti. Brno: Veronica, 1994. ISBN 80-853-6818-8.

LINDEROVÁ, Ivica. Cestovní ruch: teoretická a právní východiska. V Praze: Idea servis, 2015. ISBN 978-80-85970-86-9.

MACHOVÁ, Soňa. KOMUNIKAČNÍ AGENTURA COT GROUP. *Jak měřit zatížení destinace cestovním ruchem* [online]. 2020 [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/jak-merit-zatizeni-destinace-cestovnim-ruchem/>

Manera, C., & Valle, E. 2018. Tourist intensity in the world, 1995–2015: two measurement proposals. *Sustainability*, 10(12), 4546.

MAPY.CZ. Jesenice [online]. 2024 [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://mapy.cz/turisticka?source=muni&id=4423&ds=1&x=13.4721324&y=50.0829950&z=12>

MAPY.CZ. Křivoklát [online]. 2024 [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://mapy.cz/turisticka?source=muni&id=4435&x=13.8895136&y=50.0393430&z=14>

MAS RAKOVNICKO. Území MAS [online]. 2021 [cit. 2024-02-08]. Dostupné z: <https://www.mas-rakovnicko.cz/mistni-akcni-skupina/mas-rakovnicko/uzemi-mas/>

MATEJ, PH.D., Ing. Miroslav. DVS.CZ. Financování obcí v ČR – současný stav a další vývoj RUD a dotací [online]. 2017 [cit. 2023-11-12]. Dostupné z: <https://denik.obce.cz/clanek.asp?id=6743008>

McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. 1995 Pleasure Travel Motivation. In: Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 7th Edition, 167-190

MĚSTO JESENICE. Aktualizace strategického plánu rozvoje města Jesenice [online]. 2016 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: https://www.jesenice-ra.cz/e_download.php?file=data/editor/184cs_1.pdf&original=Konceptce+rozvoje+m%C4%9Bsta+Jesenice+-+pracovn%C3%AD+verze.pdf

MĚSTO JESENICE. Historie města [online]. 2024 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.jesenice-ra.cz/?hledej=historie&lang=cs>

MĚSTYS KŘIVOKLÁT. Městys [online]. 2024 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.mestys-krivoklat.cz/mestys/>

MGR. ŘEHOŘOVÁ, Jaroslava. ZÁKLADNÍ ŠKOLA A MATEŘSKÁ ŠKOLA JESENICE. Historie Jesenice [online]. 2020 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://zsjesenice.cz/files/vyukove-materialy/cas/11.-Historie-naseho-mesta.pdf>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj. Praha, 2007. ISBN 80-245-1159-2.

MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA RAKOVNICKO. Jesenicko [online]. 2014 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.mas-rakovnicko.cz/nase-rakovnicko/turisticke-lokality/jesenicko/>

MMR. Konceptce rozvoje venkova. SP SZP [online]. 2023 [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/regionalni-rozvoj/regionalni-politika/koncepce-a-strategie/koncepce-rozvoje-venkova>

MMR. Venkov, typologie venkovského prostoru. RNDr. Radim Perlín [online] 2004. [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: [file:///C:/Users/bhavlickova/Downloads/perlin%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/bhavlickova/Downloads/perlin%20(4).pdf)

MMR.cz: Na podporu cestovního ruchu by mělo jít jen z rozpočtu MMR 1,2 mld. ročně [online]. 2021 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ostatni/web/novinky/na-podporu-cestovniho-ruchu-by-melo-jit-jen-z-rozp>

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. Hrady a zámky navštívilo v roce 2018 5,5 milionu lidí [online]. 2019 [cit. 2024-01-31]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/cs/pro-media/41667-hrady-a-zamky-navstivilo-v-roce-2018-5-5-milionu-lidi>

NEJDL, K. 2012: Vymezení cestovního ruchu. In: Franke, A. Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu. Wolters Kluwer, Praha, 312 s. ISBN 80-7357-718-6.

OBCEPRO.CZ. PROGRAM ROZVOJE MĚSTYSE KŘIVOKLÁT [online]. 2023 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.obcepro.cz/program-rozvoje-obce-2881.modal>

Opaschowski, H. W. 2002. Tourismus. Eine systematische Einfuhrhg. 3. Auflage. Opladen: Leske + Budrich.

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

PÁSKOVÁ, Martina 2000: Udržitelný rozvoj cestovního ruchu aneb co vydrží prostředí ve jménu rozvoje cestovního ruchu. COT business– Nezávislý časopis pro profesionály v cestovním ruchu – 9 – 2000, C.O.T.media s.r.o.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. Společensky odpovědný cestovní ruch. V Praze: Idea servis, 2018. ISBN 978-80-85970-91-3.

PEKOVÁ, J., J. PILNÝ a M. JETMAR. Veřejná správa a finance veřejného sektoru. 3. akt. a roz. vyd. Praha: Aspi, 2008, s. 277-278. ISBN 978-80-7357-351-5

PERLÍN, Radim a HUPKOVÁ, Martina. Venkovy a venkované: doprovodná publikace k výstavě ... Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2010. ISBN 978-80-87147-27-6.

RAKOVNICKO.CZ. Městys Křivoklát [online]. 2009 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.rakovnicko.cz/iseznam-rakovnicka/spolecnost/urady-a-institute/130-mestys-krivoklat.html>

Rátz T, Puczko L. 1998. Rural tourism and sustainable development in Hungary. Pages 450-464 in Hall D, O'Hanlon L, editors. "Rural Tourism Management: Sustainable Options" International Conference, Conference Proceedings. Scottish Agricultural College, Scotland.

REGION TOUR. Jak se dostanete na Bastei? [online]. 2023 [cit. 2024-03-11]. Dostupné z: <https://www.bastei.cz/kontakty/>

REGIONTOURIST.CZ. Tipy co podniknout Křivoklát a okolí [online]. 2024 [cit. 2024-01-19]. Dostupné z: <https://www.regiontourist.cz/co-podniknout/lokalita/krivoklat/>

RNDR. HANA SVOBODOVÁ, a Ph.D, doc., RNDr. Antonín VĚŽNÍK, CSc. Úvod do geografie Venkova. Nástroje rozvoje venkova [online]. 2013 [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pdf/js14/g_venkov/web/pages/06-nastroje-rozvoje.html

RNDR. HANA, SVOBODOVÁ a Ph.D, doc., RNDr. Antonín VĚŽNÍK, CSc. AKTÉŘI ROZVOJE VENKOVA. Úvod do geografie venkova [online]. 2014 [cit. 2023-10-03]. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pdf/js14/g_venkov/web/pages/05-akteri-rozvoje.htmlse-rekne-pohostinstvi/

SLEE B. 2019. Chapter 21: Rural Tourism and Recreation in the EU. Rural Policies and Employment

STATISTIKA A MY: Analýza postavení cestovního ruchu v naší ekonomice [online]. 2011 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20541253/1804110610_14.pdf/ef1eab64-39e7-4dd1-81c9-296c186b9df5?version=1.0

SVATOŠOVÁ, Libuše a KÁBA, Bohumil. Statistické metody I. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2007. ISBN 978-80-213-1672-0.

SVATOŠOVÁ, Libuše a KÁBA, Bohumil. Statistické metody II. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2008. ISBN 978-80-213-1736-9.

Šíp & kol., Venkovský cestovní ruch: Aktuální témata cestovního ruchu. 1., Brno: SVECR, 2020. ISBN 978-80-210-9593-9.

ŠTĚPÁNKOVÁ, Ing. Hana. TECHNIKA SLUŽEB CESTOVNÍHO RUCHU: Syllabus učební text [online]. Ostrava, 2010 [cit. 2016-10-11]. Dostupné z: <http://igdm.vsb.cz/igdm/materialy/TSCR.pdf>

ŠTORCHOVÁ, V. [vid. 2019-02-04]. Dostupné z: <http://gastroahotel.cz/rubriky/gastro-travel/fejeton-si-predstavimkdyz->

TEMELOVÁ, J., Dvořáková, N., & Slezáková, A. 2010. Rezidenční spokojenost seniorů v proměňujících se čtvrtích Prahy. Sociální studia/Social Studies, 7(3), 95-113.

TITTELBACHOVÁ, Šárka. Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3842-0.

UNWTO. Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions [online]. 2019 [cit. 2023-11-12]. Dostupné z:

<https://www.unwto.org/global/publication/overtourism-understanding-and-managing-urban-tourism-growth-beyond-perceptions-volume--0>

Williams, C. 2007. Research methods. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 5(3).

Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. 2001. Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.

zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů

Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu č. 159/1999 Sb.

zákonem č. 128/2000 Sb., o obcích

ZDENĚK R. NEŠPOR. Sociologická encyklopedie. Venkov [online]. 2018 [cit. 2023-09-14]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Venkov>

9 Samostatné přílohy

Příloha č. 1: Dotazník pro residenty

Dobrý den,

jmenuji se Barbora Havlíčková a jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze, kde studuji obor Rozvoj venkovského prostoru. V rámci mého studia píší diplomovou práci na téma Dopady turismu na rozvoj venkova, jejíž součástí je provedení dotazníkového šetření ve dvou zvolených venkovských oblastech a jejich následné porovnání (Jesenice u Rakovníka a Křivoklát).

Cílem tohoto dotazníku je ověření spokojenosti obyvatel města s turismem v jejich místě bydliště. Pro komplexnost výzkumu paralelně probíhá dotazníkové šetření určené turistům, kteří navštívili Vaše město a také rozhovor s vedením města.

Tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého dotazníku skládajícího se pouze ze 7 otázek. Dotazník je anonymní a získané informace budou využity výhradně pro účely tohoto výzkumu.

Předem Vám mnohokrát děkuji za Váš čas, názor a přispění k mému výzkumu.

Barbora Havlíčková, xhavb011@studenti.czu.cz

Vyplněný papírový dotazník nechte prosím u obsluhy nebo vyplňte online dotazník přes QR kód.



1) Z jakého města pocházíte?

- Pocházím z Jesenice u Rakovníka
- Pocházím z Křivoklátu
- Z těchto měst nepocházím

Pokud jste v předchozí otázce jako odpověď zvolil/a poslední možnost, v dotazníku prosím nepokračujte.

2) Kolik je Vám let?

- Do 20 let
- 21–30 let
- 31–40 let
- 41–50 let
- Více než 50 let

3) Jak jste spokojen/a s turismem ve Vašem městě?

- Jsem velmi spokojena/a
- Jsem spíše spokojen/a
- Jsem spíše nespokojena/a
- Jsem velmi nespokojena/a

Podílíte se na místním cestovním ruchu prací ve službách?

- Ano, pracuji v informačních či průvodcovských službách
- Ano, pracuji v dopravních službách
- Ano, pracuji v ubytovacích službách
- Ano, pracuji ve stravovacích službách
- Ano, pracuji v lázeňských či wellness službách
- Ano, ale na místním cestovním ruchu se podílím prací v jiném odvětví
- Ne, nijak se nepodílím

4) Jak vnímáte postoj města ke zlepšování turismu ve Vašem místě bydliště?

- Město velmi usiluje o zlepšení turismu
- Město se o zlepšování snaží, ne však dostatečně
- Město se o zlepšování takřka nesnaží
- Město vůbec neusiluje o zlepšení turismu

5) Doporučil/a byste turistické cíle a aktivity potenciálním turistům?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

6) Myslíte si, že turismus významně přispívá k rozvoji vašeho města?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

7) Uved'te, co byste ve své lokalitě zlepšil/a, aby byla pro turisty více atraktivní. Co zde podle Vás chybí či naopak přebývá?

Příloha č. 2: Dotazník pro turisty

Dobrý den,

jmenuji se Barbora Havlíčková a jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze, kde studuji obor Rozvoj venkovského prostoru. V rámci mého studia píš diplomovou práci na téma Dopady turismu na rozvoj venkova, jejíž součástí je provedení dotazníkového šetření ve dvou zvolených venkovských oblastech a jejich následné porovnání (Jesenice u Rakovníka a Křivoklát).

Cílem tohoto dotazníku je ověření spokojenosti turistů s navštívenou lokalitou. Pro komplexnost výzkumu paralelně probíhá dotazníkové šetření určené místním obyvatelům a také rozhovor s vedením města.

Tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého dotazníku skládajícího se pouze z 9 otázek. Dotazník je anonymní a získané informace budou využity výhradně pro účely tohoto výzkumu.

Předem Vám mnohokrát děkuji za Váš čas, názor a příspěví k mému výzkumu.

Barbora Havlíčková, xhavb011@studenti.czu.cz

Vyplněný papírový dotazník nechte prosím u obsluhy nebo vyplňte online dotazník přes QR kód.



1) Jaké město jste navštívil/a?

- Jesenice u Rakovníka
- Křivoklát

8) Kolik je Vám let?

- Do 20 let
- 21–30 let
- 31–40 let
- 41–50 let
- Více než 50 let

9) Jaký je hlavní důvod Vaší cesty?

- Poznávací (kulturně – historický)
- Rekreační
- Sportovní
- Obchodní či profesní
- Návštěva příbuzných či známých
- Vzdělávací
- Náboženský
- Jiný: _____

10) Posud'te, zda tato lokalita splnila cíl/důvod Vaší cesty.

- Lokalita naprosto splnila očekávání
- Očekávání se naplnila jen z části
- Lokalita vůbec nesplnila očekávání

11) Jste spokojen/a s místními službami cestovního ruchu (doprava, stravování, ubytování, průvodcovství...)?

- Jsem velmi spokojen/a
- Jsem spíše spokojen/a
- Jsem spíše nespokojen/a
- Nejsem vůbec spokojen/a

12) Jak jste se o dané lokalitě dozvěděl/a?

- Doporučení od známých či příbuzných
- Sociální sítě (Facebook, Instagram...)
- Stránky města
- Jiné internetové stránky
- Z různých časopisů či katalogů cestovních kanceláří
- Jiné: _____

13) Ohodnot'te na škále 1–10 Vaši spokojenost s návštěvou sledovaného města.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nejméně Nejvíce

14) Doporučil/a byste navštívit tuto lokalitu dalším turistům?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne

15) Stručně popište, co se Vám na navštívené lokalitě nejvíce líbilo a co Vás naopak nejvíce zklamalo.
