

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního
ruchu v České republice**

Bc. Edita Kavříková

© 2022 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Edita Kavříková

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice

Název anglicky

Assessment of the Chosen Tourism Destination Potential in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace a dotazníkového šetření zpracovat a navrhnout doporučení, která by mohla přispět ke zlepšení návštěvnosti sledované destinace. K dosažení cíle bude zpracována situační analýza destinace a zhodnoceny přírodní a kulturně-historické předpoklady dané destinace. Dále bude následovat dotazníkové šetření zkoumající návštěvnost dané destinace. A také bude zjišťována výše intenzity cestovního ruchu ve sledované oblasti pomocí pěti ukazatelů. Tyto zjištěné výsledky poslouží ke zpracování doporučení, které by měly vést ke zvýšení návštěvnosti destinace.

Metodika

Metodika teoretické části bude vycházet ze studia odborné literatury a aktuálních internetových zdrojů vztahujících se k danému tématu. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a prostřednictvím komparace a syntézy informací ze sekundárních zdrojů. Následovat bude vlastní část práce, ve které bude charakterizována zvolená destinace, zpracována analýza jejího potenciálu pro cestovní ruch a provedeno dotazníkové šetření. Pro zjištění zatíženosti území budou využity ukazatele intenzity cestovního ruchu. V závěru práce budou vyhodnoceny zjištěné výsledky a dle nich budou zpracovány návrhy a doporučení pro zlepšení návštěvnosti a atraktivity sledované destinace cestovního ruchu.

Doporučený rozsah práce

65-75 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu

Doporučené zdroje informací

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

BHATIA, Arjun Kumar. *International Tourism Management. Revised Edition*. Sterling Publishers Pvt, 2006. ISBN 978-8120724129

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

PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací : strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, M. – ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu : turismus České republiky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.

PŮTOVÁ, Barbora. *Antropologie turismu*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4354-0.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.

Předběžný termín obhajoby

2022/23 ZS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Josef Abrhám, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 16. 11. 2022

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 11. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 30. 11. 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice" 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 použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30.11.2022

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu diplomové práce doc. Ing. Josefu Abrahámovi, Ph.D. za odborné vedení práce a cenné rady. Dále bych ráda poděkovala své rodině a přátelům za jejich podporu při celém studiu.

Zhodnocení potenciálu zvolené destinace cestovního ruchu v České republice

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá zhodnocením potenciálu destinace cestovního ruchu, kterou je Kutná Hora. V teoretické části je pozornost věnována základním teoretickým poznatkům, jako je cestovní ruch, typologie, destinace, ekonomika a služby v cestovním ruchu. V další podkapitole této části je popsána metoda hodnocení potenciálu cestovního ruchu. Tato zmíněná metoda poslouží v praktické části k vyhodnocení výše potenciálu sledované destinace. Dále následují další dílčí analýzy, kterými jsou dotazníkové šetření a výpočet výše intenzity cestovního ruchu v destinaci. Výsledky těchto analýz jsou interpretovány pomocí tabulek a grafů. Na základě získaných výsledků jsou v závěru této práce vypracovány doporučení, která přispějí ke zlepšení návštěvnosti destinace.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace, potenciál, služby, účastník cestovního ruchu

Assessment of the Chosen Tourism Destination Potential in the Czech Republic

Abstract

The diploma thesis deals with the evaluation of the tourism potential in Kutna Hora. The theory part focuses on basic theoretical knowledge such as tourism, typology, destinations, economy and services in travel industry. The next sub-chapter of the theory discusses the method of assessing the tourism potential. The above-mentioned method was used in the practical part to evaluate the level of the tourism potential of Kutna Hora. Remaining parts of the thesis include questionnaire and a calculation of the level of tourism intensity at the destination. The results of these analyses are interpreted using tables and graphs. Based on the obtained results, recommendations to improve the popularity of the destination are proposed at the conclusion.

Keywords: destination, participant of tourism, potential, services, tourism

Obsah

1 Úvod.....	9
2 Cíl práce a metodika	10
2.1 Cíl práce	10
2.2 Metodika	10
3 Teoretická východiska	12
3.1 Cestovní ruch	12
3.2 Historický vývoj cestovního ruchu	13
3.3 Typologie cestovního ruchu	15
3.3.1 Formy cestovního ruchu	15
3.3.2 Druhy cestovního ruchu.....	16
3.4 Služby v cestovním ruchu	17
3.5 Destinace cestovního ruchu.....	20
3.6 Ekonomika cestovního ruchu	21
3.7 Potenciál cestovního ruchu	22
3.8 Předpoklady cestovního ruchu	22
3.9 Hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Bíny	24
4 Vlastní práce.....	26
4.1 Charakteristika destinace Kutná Hora.....	26
4.2 Lokalizační podmínky cestovního ruchu zvolené destinace.....	28
4.3 Dotazníkové šetření.....	34
4.4 Ukazatele intenzity cestovního ruchu	55
5 Výsledky a diskuse	60
5.1 Zhodnocení výsledků	60
5.2 Doporučení.....	62
6 Závěr	64
7 Seznam použitých zdrojů	65
8 Přílohy	73

1 Úvod

V dnešní době se cestování stalo běžnou součástí našich životů, neboť člověk má již od pradávna lidskou potřebu poznávat nové národy, jejich kulturu a historii. Každým rokem značná část populace opouští svá bydliště, a to především za záměrem odpočinku, poznání či z jiných dalších důvodů a cestují po celém světě. Důvodem těchto cest bývá touha po naplnění osobních tužeb, snů, potřeb a také seberealizace. V současnosti existuje velké množství typů cestovního ruchu, které dokážou zacílit na jakéhokoli jedince a uspokojit tak jeho vkus. Cestovní ruch představuje důležitý sociální a ekonomický jev současné společnosti a každý jedinec je jeho součástí. Cestovní ruch se také vyznačuje velmi vysokým vlivem na ekonomické, životní a sociální prostředí. Avšak dopady na tato prostředí jsou nejen kladná, ale také negativní. Pozitivně se podílí např. na tvorbě pracovních příležitostí, rozvoji infrastruktury, kulturních a historických památek. Dále pak ovlivňuje HDP, platební bilanci a zvyšuje životní úroveň obyvatel dané destinace. Naopak nekontrolovaný rozvoj turismu může vést ke znečištění oblasti, zničení krajiny či úbytku původních rostlin a živočichů.

Díky výhodné poloze České republiky, která je situována ve středu Evropy, a také dochování kulturních a historických památek a jejich autenticitě, je Česká republika vhodnou destinací pro turismus. Nabídka této země pro turismus je velmi široká, jelikož disponuje mnoha přírodními pozoruhodnostmi a dalšími významnými atraktivitami.

Právě jednou z oblastí zapsaných na Listině UNESCO je Kutná Hora, jejíž historické jádro města společně s chrámem sv. Barbory a katedrálou Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci bylo v roce 1995 zapsáno na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO. Díky své historii je považována za pokladnici a klenot země. Další podstatnou památkou je také Kostnice, která je zdobena lidskými kostmi až 40 tisíců zemřelých. Zajímavostí je také České muzeum stříbra nabízí návštěvníkům vidět celý proces ražby stříbrných mincí. Tyto pozoruhodnosti tak zařazují Kutnou Horu mezi významná města České republiky.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace a dotazníkového šetření zpracovat a navrhnout doporučení, která by mohla přispět ke zlepšení návštěvnosti sledované destinace. Tohoto cíle bude dosaženo na základě vypracování obecné charakteristiky a zhodnocení přírodních a kulturně-historických předpokladů dané destinace. Dále bude následovat dotazníkové šetření zkoumající návštěvnost dané destinace. A také bude zjišťována výše intenzity cestovního ruchu ve sledované oblasti pomocí pěti ukazatelů. Tyto zjištěné výsledky poslouží ke zpracování doporučení, které by měly vést ke zvýšení návštěvnosti a atraktivity destinace.

2.2 Metodika

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí. První teoretická část se věnuje definici cestovního ruchu, jeho členění, dále důležitým pojmům jako je destinace, ekonomika a služby v cestovním ruchu. Zde je také podrobněji popsána teorie Bínovy metody, která je dále využita ve vlastní části pro zjištění výše potenciálu cestovního ruchu dané destinace. Tato celá teoretická kapitola vychází ze studia dostupných zdrojů, kterými jsou odborná literatura a relevantní internetové zdroje.

Následuje praktická část, která je složená ze tří dílčích analýz, které jsou důležité pro splnění stanoveného cíle. Nejprve je využita výše zmíněná Bínova metoda, dle které jsou vyhodnoceny lokalizační podmínky CR Kutné Hory. Dochází k analýze jednotlivých složek potenciálu cestovního ruchu a jejich zařazení do jednotlivých stupňů. Další použitou metodou je dotazníkové šetření. Dotazník je poskládán z 25 otázek, kdy většina jich je uzavřených a respondenti mají možnost výběru odpovědi, v některých případech i více možností. Pouze dvě otázky jsou otevřeného charakteru, zde mají respondenti k dispozici textové pole, do kterého mohou vyjádřit svůj názor. Poslední metodou zde využitou jsou ukazatelé intenzity cestovního ruchu, kterými jsou Defertova turistická funkce, míra hustoty výskytu turistů, míra turistické penetrace, míra turistické intenzity a index turistického zatížení území. Zjištěné

informace ze všech tří analýz slouží jako podklad pro sestavení doporučení, která by mohla vést ke zvýšení návštěvnosti sledované destinace.

3 Teoretická východiska

Teoretická část diplomové práce je obecně věnována problematice cestovního ruchu. Je zde více objasněn historický vývoj, typologie a definice cestovního ruchu. Dále následují podkapitoly týkající se stručného popisu destinace, ekonomiky a služeb v cestovním ruchu. V závěru této kapitoly je popsána metoda hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Bíny.

3.1 Cestovní ruch

Díky zvýšenému zájmu o vzdělání v cestovním ruchu a zrodu vědního oboru dochází začátkem 20. století k prvním přesnějším definicím cestovního ruchu. Všeobecně cestovní ruch označuje situaci, kdy je propojeno masové cestování s poskytováním specifických služeb a tyto služby zajišťují instituce, které se na tuto oblast zaměřují (Kotíková, 2013).

Jedna z prvních definic pochází z roku 1910 a vytvořil ji ekonom Herman von Schullard, který cestovní ruch definoval jako „*souhrn operací, hlavně ekonomické povahy, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců mimo i uvnitř určité země, města nebo regionu*“ (Bhatia, 2006).

Mezi nejvíce celosvětově využívanou definici cestovního ruchu patří definice Světové organizace cestovního ruchu UNWTO, dle které cestovní ruch je „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Beránek, 2013).

Pro pojem turismus neexistuje žádná jednotná definice, která by byla všemi uznávaná. Lze zde však určit základní činitele cestovního ruchu, kterými jsou volný čas, dočasný pobyt, disponibilní finanční prostředky, uvolnění se z práce a vystoupení z každodenního stereotypu (Půtová, 2019).

Gúčík (2010) definoval účelově-funkční vymezení cestovního ruchu jako „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku*“.

Cestovní ruch se stal hlavním předmětem zkoumání mnoha vědních disciplín. Jelikož jednotlivé disciplíny využívají zjištěné výsledky navzájem, získal tak cestovní ruch interdisciplinární charakter (Gúčík, 2010).

Velmi často se stává, že termíny jako rekreace, zotavení a jiné se používají jako synonyma k definování cestovního ruchu, i když synonymy k cestovnímu ruchu ve skutečnosti nejsou. V současnosti se k cestovnímu ruchu nejvíce váže pojem turismus, který je rovněž využívaný světovými jazyky (Hesková, 2011).

Jednou z dalších mnoha definic cestovního ruchu je formulace od Jakubíkové, která stanovila, že „*cestovní ruch je pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce*“ (Jakubíková, 2012).

V rámci celého světa má cestovní ruch rostoucí ekonomický význam. Zároveň dochází k tomu, že jeho tempo růstu přesahuje míru hospodářského růstu ve spoustě států. Jednou z jeho funkcí je tvorba nových pracovních příležitostí v tomto sektoru, který je orientován na služby a může tak ovlivnit rozvoj ekonomiky (Page, 2015).

3.2 Historický vývoj cestovního ruchu

Již v období starověku lidé cestovali za účelem vzdělání, zábavy, odpočinku či obchodu. Z poznámek, které si vedly privilegované vrstvy obyvatel, můžeme doložit, že právě tyto skupiny jako první cestovaly za pobavením a pro potěchu. Dalším podnětem k této podobě cestování byl rozmach infrastruktury v antickém Římě (Gyr, 2010).

Další významnou událostí v té době byly olympijské hry v Olympii, které dávaly impuls pro vykonání turistické pouti. Z Olympie jako z posvátného poutního místa se v tu chvíli stala turistická destinace, která poskytovala cestujícím a poutníkům stravu, ubytování, možnost zakoupení suvenýrů a několik dalších služeb. V antickém období se tedy objevuje nejen sportovní turismus, ale také zdravotně a nábožensky orientovaný cestovní ruch (Půtová, 2019).

Již kolem roku 300 n. l. byla vytvořena silniční síť, kterou tvořilo 90 000 km hlavních dopravních tepen a 200 000 km menších silnic na venkovech. Tyto silnice byly využívány především vojsky pro válečné tažení a bohatými obyvateli Říma, kteří cestovali k moři během letních měsíců (Gyr, 2010).

V období středověku cestování sloužilo jako příprava na povolání a službu. Mezi hlavní cestovatele patřila převážně šlechta, bohatí měšťané a kupci. Od 13. století začaly probíhat objevitelské cesty a mapování zámorí. Mezi nejznámější patří cesty po Číně Marca Pola, které zaznamenal do knihy Milion. V 15. století proběhly slavné výpravy portugalských

a španělských mořeplavců, kteří se zapsali do historie překročením rovníku, obeplutím Mysu dobré naděje, cestami do Indie či objevením Ameriky. Objevitelé ke svým cestám využívali kompasu, který se stal pro jejich cesty významným předmětem. V 16. století se začali objevovat první tištění průvodci, což souviselo s vynálezem knihtisku (Hesková, 2011).

Druhá polovina 19. století s sebou přinesla formování podoby cestovního ruchu, tak jak ji známe v současnosti, k čemuž došlo na základě rozvoje průmyslu a společnosti. Významnou osobností je zde Thomas Cook, který jako první zorganizoval výlet vlakem pro 500 osob, poté první zájezd a okružní cestu. Do své nabídky zavedl spoustu moderních služeb a metod, které jsou aplikovány v dnešních cestovních kancelářích a cestovním ruchu. Dalším vlivným jménem této doby je zajisté Karl Baedeker, který vydal tištěného průvodce a jehož snahou bylo zjednodušení a umožnění cestování střední vrstvě. Dle tohoto muže získali tištění průvodci označení bedekr (Lochmannová, 2015).

Vznik novodobého cestovního ruchu se datuje k začátku 20. století a jeho rozvoj je rozdělen do tří fází. První je období do 1. světové války, kdy společnost získává více volného času díky rozvoji výroby. Došlo k liberalizaci cestovního ruchu, takže turisté mohli cestovat a volně překračovat hranice do vedlejších států bez velké administrativy. V lázeňských a přímořských oblastech probíhal rozvoj a nová tvorba materiálně-technické základny. Pro tuto etapu jsou charakteristické praktické zkušenosti lidí v oblasti cestovního ruchu na nízké úrovni (Hesková, 2011).

Druhá etapa probíhala v meziválečném období a je pro ni typický mírný rozvoj letecké dopravy, i když letecká turistika byla v tomto období velmi nepatrná. Kvůli častějšímu doplňování paliva, letadla musela na své trase létat převážně přes den, v nižší nadmořské výšce a v kratších časových úsecích, což vytvářelo prostor pro cestující, který mohli využít pro poznání místní kultury a prostředí. S příchodem velkých dopravních letadel, proudového motoru a nízkonákladových společností v druhé polovině 20. století, dochází k vyvolání zájmu o leteckou dopravu (Půtová, 2019).

Třetí etapa nastává po druhé světové válce, kdy došlo k rozdělení světa na dvě skupiny, což vedlo k segmentaci cestovního ruchu do více druhů a forem. Probíhá zde rozvoj, jak dlouhodobého, tak krátkodobého cestovního ruchu. Kvůli celkovému rozvoji se začaly objevovat pozitivní i negativní důsledky turismu, jako např. na jedné straně rozvoj automobilismu a na druhé straně negativní vliv na životní prostředí. Dále došlo k zahájení turismu v zimní sezóně, rozvojové země získaly vyšší pozici v turismu, zavádí se sociální

turistika, stát získává důležitou roli v oblasti domácího i zahraničního turismu. Velká pozornost se začala klást odbornému vzdělání (Hesková, 2011).

3.3 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch jako jedno z největších hospodářských odvětví se dostává do popředí ve světové ekonomice. Aby se v něm dalo lépe orientovat, dělí se na formy a druhy cestovního ruchu. Autoři odborných literatur se neshodují v názoru o jeho způsobu členění na druhy a formy s tím, že dochází k prolínání hledisek. Co jedni považují za formu, druzí naopak za druh. Nacházíme tedy rozdíly v odborných literaturách různých autorů (Hesková, 2011).

3.3.1 Formy cestovního ruchu

Pro stanovení formy se především věnuje pozornost hlavní motivaci návštěvníka účastnícího se cestovního ruchu. Právě základní formy vznikly na základě primárních motivací, mezi které se řadí motivy jako poznání okolí a prostředí, odpočinek a kontakt s dalšími lidmi (Zelenka a Pásková, 2012).

Formy cestovního ruchu jsou děleny na základní a specifické formy, které se odlišují důležitostí potřeb jednotlivých účastníků. Nejpodstatnější potřeby jsou uspokojovány základními formami cestovního ruchu, mezi které patří kulturně poznávací CR, rekreační CR, léčebný a lázeňský CR a sportovně – turistický CR. Specifické formy souvisí s trendy v cestovním ruchu, které neustále vznikají a vyvíjí se. Právě tyto specifické formy reagují na speciální potřeby lidí účastnících se cestovního ruchu. Do této formy se řadí např. cestovní ruch lidí s tělesným postižením, mládežnický, venkovský, náboženský, gastronomický či nákupní turistika (Rygllová, Burian a Vajčnerová, 2011).

- Kulturně poznávací CR - hlavní funkce této formy je výchovně vzdělávací, jelikož se zasazuje za rozšiřování všeobecného přehledu společnosti. Orientuje se především na poznávání a návštěvu historických míst a kultury, řadí se do této skupiny např. návštěva muzeí, zámků, parků a dalších (Indrová, 2009).
- Rekreační CR - rekreační cestovní ruch patří mezi převládající formy CR, jehož hlavním motivem je regenerace fyzických a duševních sil člověka, proto bývá uskutečňován ve vyhovujícím rekreačním prostředí. Zahrnuje nejen pasivní odpočinek, ale také aktivní odpočinek, který se projevuje pobytem v přírodě

spojeným s pohybem, sportovními hrami, zálibami a dalšími aktivitami (Indrová, 2009).

- Léčebný a lázeňský CR – hlavní důvody účasti lidí na této formě turismu jsou snaha předejít zdravotním problémům, fyzická i psychická regenerace, relaxace, ale také samotná léčba. Pobyty bývají organizovány v místech s výskytem léčebných přírodních zdrojů a klienti jsou pod zdravotnickým dohledem (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).
- Sportovně turistický CR – u této formy je typický aktivní odpočinek, kdy se turisté zapojují do sportovních činností. V tomto případě musí existovat vyškolený personál neboli průvodce, který nejprve sám musí projít zaškolením, výcvikem a až poté si může vzít na starost klienty. Velmi často součástí této formy zájezdu bývá i možnost zapůjčení vybavení, které je zapotřebí pro danou aktivitu, pokud jím klienti nedisponují. Existuje zde také pasivní podoba této formy, kdy klient se sportovního zájezdu účastní pouze jako divák (vovcr.cz, 2019).

3.3.2 Druhy cestovního ruchu

Naopak druhy CR berou v úvahu způsob realizace služeb cestovního ruchu. Rozlišujeme je z několika aspektů (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Dle hlediska hromadnosti:

Individuální CR využívá místní materiální a technickou základnu a zakládá si na objevování nových míst, civilizací, kultur a přírodního prostředí. To vše se snaží praktikovat s minimálním dopadem na společnost a dané prostředí. Masový CR oproti individuálnímu CR představuje cestování velkých skupin osob do cílových destinací, ve kterých po nějakou dobu pobývají. Dále s tím např. souvisí výstavba nové materiálně technické základny, proces standardizace jednotlivých služeb, podpora místních atraktivit a mnoho dalšího (Zelenka a Pásková, 2012).

Dle místa realizace:

Domácí cestovní ruch je realizován obyvateli vlastního státu, kteří se pohybují pouze po své zemi, aniž by vycestovali za její hranice kvůli poznávání jiných států. Zahraniční cestovní ruch je pravým opakem domácího cestovního ruchu, jelikož zde lidé překračují hranice svého státu, z čehož vyplývá, že existují další dvě členění. Jedním z nich je tzv. příjezdový cestovní ruch neboli incoming, kdy do země cestují zahraniční návštěvníci. Tím druhým je

výjezdový cestovní ruch neboli outgoing, do kterého spadají všechny výjezdy obyvatel daného státu do zahraničních zemí (Beránek, 2013).

Dle délky pobytu:

Krátkodobý pobyt označuje pobyt s maximálním počtem tří přenocování. Zatímco dlouhodobý pobyt znamená více než tři přespání v místě mimo domov (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu:

Podle tohoto způsobu se dělí na organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch. Organizovaný CR znamená, že cesta i pobyt je zajišťován prostřednictvím cestovní kanceláře či cestovní agentury. Naopak u neorganizovaného CR si cestu i pobyt turista zařizuje sám nebo může zčásti využít služeb zprostředkovatelů (Palatková a Zichová, 2014).

Dle vlivu na platební bilanci státu:

Dle vlivu na platební bilanci státu rozlišujeme aktivní a pasivní cestovní ruch. Aktivní CR znamená, že příjezd klientů ze zahraničí má kladný význam pro platební bilanci, jelikož jejich finanční výdaje na produkty znamenají velký příliv peněžních prostředků v cizí měně. Poté pasivní CR pojímá veškeré výjezdy rezidentů určitého státu mimo území svého vlastního státu. Jedná se zde tedy o pasivní působení na platební bilanci státu, jelikož dochází k vývozu devizových prostředků (Palatková a Zichová, 2014).

Dle plátce nákladů:

Dle plátce nákladů dělíme turismus na komerční a sociální. Účastník komerčního turismu si hradí všechny náklady sám ze svých zdrojů. V případě sociálního turismu musí být účastníkem splněny všechny podmínky určitého subjektu, který za něj hradí buď část nebo všechny jeho veškeré výdaje. Se sociálním turismem bývá např. spojován cestovní ruch osob se zdravotním postižením či ekonomicky handicapovaných skupin (Palatková a Zichová, 2014).

3.4 Služby v cestovním ruchu

Služba cestovního ruchu je nehmotná činnost, která slouží k uspokojování primárních a sekundárních potřeb účastníků cestovního ruchu. V důsledku uspokojování nejen základních potřeb, ale také potřeb, které byly podníceny aktivitami rekreačního rázu, dochází k značnému nárůstu důležitosti služeb cestovního ruchu. Zda došlo k naplnění

potřeb účastníka cestovního ruchu a v jaké míře se určuje dle spotřeby, která je velmi závislá na životní úrovni, kterou daný člověk vede (Orieška, 2010).

Služba je definována jako ekonomická činnost, jejíž podstatou je produkce nehmotných hodnot přinášejících užitečný efekt. V oblasti cestovního ruchu často dochází ke kombinaci jak hmotných i nehmotných produktů, to např. znamená, že host hotelu kromě ubytovacích služeb získá ještě jako pozornost k tomu mapu destinace (Rašovská a Ryglová, 2017).

Pro svou specifickou mají služby své vlastnosti, kterými se diferencují od výrobků. První vlastností je nehmotnost ve smyslu fyzickém i duševním. Dále neoddělitelnost služby, kdy dochází k její produkci, provádění a zároveň spotřeby v tutéž chvíli. Kladem u této vlastnosti je osobní kontakt se spotřebitelem. Dalším charakteristickou vlastností je, že služba je pouze dočasná, tedy pokud nedojde k jejímu prodeji v určitý moment, stane se tak ztracenou podnikatelskou příležitostí, a to včetně ušlého zisku. Jelikož službu se vždy nepodaří realizovat stejným způsobem, každý její opětovný výkon se bude lišit, proto dalším znakem je různorodost. Dále zakoupením služby spotřebitel neobdrží žádný nový hmotný produkt, jedná se tedy o neexistenci vlastnictví (Rašovská a Ryglová, 2017).

Ubytovací služby

Ubytovací služby zprostředkovávají turistům přechodné ubytování mimo jejich místo trvalého pobytu. Na základě této definice se tento druh služeb stává hlavním předpokladem pro oblast týkající se rozvoje turismu (Indrová, 2009).

Ubytovací zařízení musí trvale pracovat na rozšiřování a aktualizování své nabídky služeb kvůli rostoucí konkurenci a zvyšování se požadavků návštěvníků. Právě proto např. kompletně zajišťují různé akce a události či do své nabídky zařadili wellness programy, které jsou mezi lidmi velmi populární (Jakubíková, 2012).

Do ubytovacích zařízení patří ubytovací prostředky a ubytovací střediska. Tyto dva druhy se od sebe odlišují počtem osob, pro který byly vybudovány. To znamená, že prostředky jsou poskytovány převážně jednotlivcům a pod nimi je možné si představit obytné vozy či stany, a naopak střediska poskytují své služby většímu množství klientů. Tyto střediska mohou být vystavena samostatně bez stravovacího zařízení, čili se do této kategorie řadí kempy, ubytovny pro turisty a další nebo jsou rovnou vybudovány s pohostinskými prostory jako např. hotely (Orieška, 2010).

Dopravní služby

Dopravní služby zahrnují nejen přepravu samotných účastníků cestovního ruchu s jejich zavazadly, ale také prodej dopravních cenin, poskytování informací o konkrétním dopravním spojení, možnost rezervace sedadel či řešit stížnosti a požadované náhrady. Každý druh dopravy je závislý na svém přepravním řádu a výše částky dopravních cenin se řídí dle tarifu, který je vytvořen na základě rychlosti, komfortu a především vzdálenosti přepravy (Lochmannová, 2015).

Osoby podílející se na cestovním ruchu mají na dopravní služby určité nároky, mezi něž patří rychlost, bezpečnost a pohodlí přepravy, dále cena, která bude shodná s kvalitou poskytovaných služeb, zajištění dostatečné kapacity dopravních prostředků a dostačující frekvence. V závislosti na míře splnění těchto požadavků se odvíjí spokojenost turistů (Indrová, 2009).

Dopravní služby lze rozdělit dle těchto aspektů:

- Podle druhu dopravy jsou známy služby letecké, silniční, železniční, vodní a ostatní.
- Podle teritoriálního hlediska se doprava rozlišuje na vnitrostátní a mezinárodní.
- Podle periodicity se dělí na pravidelné a nepravidelné dopravní služby (Hesková, 2011).

Stravovací služby

Stravovací služby se dělí na individuální a společné. V případě individuálního stravování si každý turista zařizuje stravu sám. Zde je velkým kladem možnost turisty zvolit si dle sebe, kde a kdy dojde k přípravě jídla a tím pádem k naplnění základní výživové potřeby člověka. Na druhou stranu zde dochází k velké ztrátě času, který zabere nákup nutných potravin, obstarání kuchyňských pomůcek a samotná příprava pokrmů. Pro společné stravování je charakteristická příprava jídel hromadným způsobem pro velké množství lidí. Celý proces od samotné výroby až po samotnou konzumaci bývá spjat místně a časově. Dále se společné stravování člení na veřejné a účelové. Veřejné zahrnuje stravování v restauracích a mohou ho využívat jak rezidenti, tak turisté. Účelové neboli uzavřené stravování je určené pro speciální skupiny osob, které si hradí pouze část nákladů za stravu. Příkladem je stravování ve školních zařízeních či lázeňské stravování (Indrová, 2009).

Stravovací služby bývají turistům poskytovány již během jejich cest, a to prostřednictvím pohostinských zařízení umístěných u pozemních komunikací a v dopravních prostředcích v prostorech k tomu určených. Stravování ve formě občerstvení se týká přepravy na kratší

vzdálenost, zatímco u cest s delším trváním účastníci obdrží klasickou stravu s omezenějším výběrem (Hesková, 2011).

3.5 Destinace cestovního ruchu

Definice destinace dle Biegra (2005): „*prostor (místo, region), který si host (nebo segment hostů) vybírá jako cíl své cesty. Pro pobyt disponuje všemi nezbytnými zařízeními pro bydlení, stravování, zábavu. Tím se stává produktem a jednotkou hospodářské soutěže, která musí být jako taková strategicky řízena*“ (Palatková, 2011).

Destinace jsou jednotky, jejichž náplní je vykonávání funkce marketingové, nabídkové, plánovací a reprezentující různé zájmové skupiny. Mezi těmito jednotkami probíhá rivalita a soutěžení. Jejich společnou potřebou je neomezený či naopak řízený prodej. Nadále destinace zajišťují řetězce služeb na nejvyšší úrovni za účelem uspokojení předpokladů, které účastník cestovního ruchu požaduje po dané destinaci (Palatková, 2011).

Turistická destinace lze popsat ve dvou rovinách. Nejprve, že se jedná o cílovou oblast, obsahující důležitou nabídku atraktivit a infrastruktury turismu již v existujícím regionu. Ve významu širším zahrnuje země, regiony, lidská sídla a další oblasti, ve kterých dochází k soustředění turistických atraktivit, služeb a další infrastruktury, které vedou k dlouhodobé a vysoké koncentraci lidí. Z pohledu návštěvníka ze zahraničí se většinou jedná o celé zemi jako destinaci, popřípadě o jejím jednotlivém regionu či města (Zelenka a Pásková, 2012).

Přístupy k vymezení destinace turismu:

Pro vymezení destinace neplatí žádný jeden univerzální postup, avšak lze ji určit díky seskupení pěti přístupů, které jsou níže přiblíženy.

- Přístup dle administrativních hranic je nejsnazší možností, jak vymežit destinaci, avšak nevýhoda se zde objevuje z obchodní stránky. Ze strany poptávky je na destinaci nahlíženo pouze jako na soubor příležitostí, aniž by byl brán zřetel na hranice. A v případě nabídky může docházet k její velké rozmanitosti či přesahovat do jiného celku.
- Přístup dle koncentrace poptávky – v tomto případě vymezení destinace souvisí se vzdáleností návštěvníka od vybrané destinace a jeho motivací k návštěvě. Jelikož tyto skutečnosti způsobují ten fakt, že čím větší uražená vzdálenost je, tím je území destinace viděno jako větší.

- Přístup dle zásahu veřejného sektoru – zde se objevují tři způsoby tvorby systému destinace. Prvním z nich je tvorba systému destinace zdola, kdy je vznik turistických institucí a jejich vztahů přenechán soukromému či veřejnému sektoru na místní a regionální úrovni. Další je tvorba systému destinace shora, kdy hlavní impuls přichází ze strany veřejné správy a legislativy. Smíšený systém je kombinací obou zmíněných přístupů.
- Přístup dle strategie dedukce, indukce a centralizace – strategie dedukce představuje rozdělení celé destinace na regionální destinace dle politických či geografických hranic. U strategie nazvané jako indukce se jedná o zaměření na efektivní využívání zdrojů. V této strategii může docházet k tvorbě tzv. bílých míst neboli regionů, které se pro svou nepopularitu nepodílí na prodeji destinace. Základem centralizační strategie je jedno centrum, které je společné pro celou destinaci.
- Přístup dle indikátorů rozvoje cestovního ruchu – vymezení destinace podle stanovených minimálních hodnot určitých indikátorů, kterými jsou např. celková návštěvnost, počet přenocování, počet příjezdů, počet lůžek a další (Palatková, 2011).

3.6 Ekonomika cestovního ruchu

Pojem ekonomika zahrnuje souhrn hospodářské činnosti určité země či jejího úseku, s čímž souvisí zavedení konceptu ekonomika cestovního ruchu. Ekonomika cestovního ruchu je dle Beránka (2013) definována jako aplikovaná věda, která se zabývá ekonomickými vztahy, které vznikají v průběhu výroby a spotřeby produktů v prostředí cestovního ruchu. V této oblasti vystupují také objekty a subjekty. Objekty zde zastupují produkty cestovního ruchu a mezi subjekty patří všichni, kteří se podílí na zrealizování turismu.

Během několika desítek let si prošel cestovní ruch velkými změnami. Dříve se nebralo natolik v potaz, jak velký význam a dosah jako odvětví ekonomiky má. Tento postoj se postupně začal měnit a v závislosti na to se začaly objevovat ekonomické problémy, které byly následkem turismu.

Ekonomiku cestovního ruchu lze tedy zkoumat na 4 úrovních, jimiž jsou dvě základní makroekonomická a mikroekonomická úroveň, a zároveň také mezeconomickou a metaekonomickou úroveň.

Problémy ekonomiky cestovního ruchu

Mezi základní otázky, které řeší ekonomika cestovního ruchu a nad kterými je potřeba se zamyslet, se řadí:

- stanovení typu produktu CR, jeho množství, kvalitu a rozmanitost
- výběr zdrojů a technologie výroby daného produktu
- přiřazení produktů účastníkům CR neboli rozdělení mezi zahraniční a domácí návštěvníky
- rozvoj činnosti v čase

Principy ekonomiky cestovního ruchu

Ekonomika CR se opírá o tyto tři následující základní principy, které spolu korelují. Prvním z nich je dosáhnout maximálního psychologického uspokojení u návštěvníků. Dále co nejvíce maximalizovat příjmy institucí poskytujících služby a zboží cestovního ruchu. A poslední podstatou je maximálně motivovat účastníky cestovního ruchu k výdajům během jejich cestování. Použití těchto vyjmenovaných principů přináší kladný efekt, avšak musí se vést v opatrnosti, že za některých určitých podmínek mohou mít spíše negativní dopad (Beránek, 2013).

3.7 Potenciál cestovního ruchu

Potenciál cestovního ruchu označuje celkovou hodnotu všech předpokladů cestovního ruchu. Pro vyčíslení této hodnoty se využívá bodovací škály a následně je také ponížena o hodnotu negativních faktorů cestovního ruchu, mezi které patří např. znečištěné pláže, živelné pohromy, hlukové znečištění atd. Hodnocení potenciálu destinace se používá pro stanovení míry konkurenceschopnosti, které může daná destinace dosáhnout. S touto klasifikací také pracuje management dané destinace, aby mohl lépe stanovit její zaměření a vytvořit nové produkty CR. Každá destinace má svou únosnou kapacitu pro rozvoj cestovního ruchu a hranice této kapacity by neměly být překročeny. Překročením těchto hranic dochází k poklesu zmíněného potenciálu CR (Zelenka a Pásková, 2012).

3.8 Předpoklady cestovního ruchu

Předpoklady cestovního ruchu bývají autory odborných děl děleny na lokalizační, realizační a selektivní předpoklady.

Lokalizační předpoklady

Do této skupiny se řadí faktory, které jsou již územně dané a tedy téměř stálé. Jedná se o přírodní podmínky a atraktivitu společenskou neboli ty, které byly vytvořeny lidmi.

Velký význam lokalizačních faktorů spočívá v té výhodě, že většinou již dopředu určí danému území, jaký druh CR je pro něj právě příhodný, a kterému se tam bude nejlépe dařit a rozvíjet se. Dále dle toho dochází k vytvoření své jedinečné image daného území, což slouží k vymezení vůči konkurenci. A posledním účelem lokalizačních faktorů pro destinaci je určení, zda je více způsobilé pro krátkodobé či dlouhodobé pobyty (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Rozdělení lokalizačních předpokladů je na přírodní a společenské. Přírodní faktory jsou specifické pro svůj trvalý ráz a do této skupiny jsou zařazeny fauna, flóra, klima, vodstvo a reliéf. Přírodní faktor dohromady s realizačními a selektivními předpoklady vytváří nejvhodnější místa pro vznik významných oblastí cestovního ruchu. Mezi společenské patří historické a kulturní památky, kulturní, sportovní a zábavní akce. Společenské faktory převážně slouží k vzdělávání, osvětě a zábavě. Vznikají na základě tvořivosti lidí a podněcují vytváření různých forem cestovního ruchu (Hamarneh, 2012).

Realizační předpoklady

Realizační předpoklady cestovního ruchu pojímají tzv. komunikační předpoklady, kterými je myšlena dostupnost území, textura a struktura komunikační sítě. A dále infrastrukturu cestovního ruchu jako např. kulturní, ubytovací, stravovací, sportovní a další zařízení infrastruktury CR (Zelenka a Pásková, 2012).

Pro zrealizování cestovního ruchu mají rozhodující funkci realizační předpoklady jako je doprava, stravovací, ubytovací a další zařízení. Jelikož je doprava hlavní podmínkou, aby se účastník mohl dopravit z výchozího bodu do bodu cílového (místa návštěvy), patří tedy mezi primární podmínky realizace. Má také jako základní služba zásadní vliv na využití daného prostoru turismem. Doprava skýtá jak kladné účinky, kdy jedním z příkladů je právě zmíněný přesun do vytouženého místa, tak i záporné účinky vůči turismu jako např. znečištění životního prostředí. K realizaci cestovního ruchu je taktéž zapotřebí zapojení ubytovacích a stravovacích zařízení, kdy umístění těchto zařízení je velmi často ovlivněno souhrnem podmínek daného místa (Hrala, 2013).

Selektivní předpoklady

V rozvoji cestovního ruchu zaujímají selektivní předpoklady prvotní pozici. Pouze skrze tyto předpoklady lze užít podmínek pro turismus v určitých rekreačních střediscích. Jedná se všeobecně o společenské skutečnosti, které jsou děleny na objektivní a subjektivní předpoklady (Hrala, 2013).

Tabulka 1: Dělení selektivních předpokladů

Objektivní předpoklady	Subjektivní předpoklady
Politické předpoklady	Psychologické pohnutky, které vedou k výběru lokality a k účasti na CR
Ekonomické předpoklady	Zkušenosti s cestováním
Demografické předpoklady	Propagace, která vede k módnosti destinací
Urbanizační předpoklady	Charakterové vlastnosti národa
Ekologické předpoklady	

Zdroj: Hamarneh, 2012

Narozdíl od lokalizačních a realizačních faktorů selektivní neboli stimulační předpoklady podněcují vznik a rozvoj turismu. Na základě těchto předpokladů dojde k vyhodnocení podmínek, jestli je možná existence turismu v dané oblasti. Do této skupiny patří objektivní selektivní předpoklady jako výše podpory cestovního ruchu politiky a veřejnosti či úroveň vedení turistické destinace. Dále do skupiny spadají subjektivní stimulační faktory neboli marketingové a psychologické faktory (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

3.9 Hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Bíny

Autorem práce Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky je Jan Bína, který se zde věnuje především kategorii lokalizačních podmínek CR. Pro komplikovanost celého systému, Bína segmentuje lokalizační podmínky na několik jednotlivých příležitostí, které se v dané oblasti nachází, a tedy umožňují vykonávání různých aktivit týkajících se cestovního ruchu (Bína, 2002).

Lokalizační podmínky CR existují ve třech základních podobách. Nejprve se hodnotí výše vhodnosti přírodního prostředí v území pro určité aktivity, kterými jsou např. horolezectví či sporty, které se konají v období zimy. Dále se objevuje převážně jako stálá skutečnost, která v návštěvnicích budí zájem, např. historické a kulturní památky, skanzen či muzeum. Ve třetím případě má povahu události typu sportovní, kulturní či jiné, na kterou se sjíždějí

lidé z jiných měst a vesnic. K vyhodnocení potenciálu autor v tomto článku pracuje s podsystémem kulturním a přírodním, přičemž lázeňství jako specifický případ řadí do kulturního podsystému (Bína, 2002).

Jednotlivé položky lokalizačních podmínek autor rozděluje do tří kladných stupňů. V 1. stupni mají podmínky základní význam. V 2. stupni je již úroveň lokalizačních podmínek zvýšená a ve 3. stupni je význam podmínek vysoký. Pokud se v destinaci některá ze složek potenciálu vůbec nevyskytuje, jedná se o nulový stupeň (Bína, 2002).

Tabulka 2: Bodové hodnocení složek potenciálu cestovního ruchu

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti	10	20	45
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	5	10	15
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	10	15	20
Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty	7	15	30
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	10	20	40
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy / hory	7	13	20
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	3	7	15
Vhodnost krajiny pro horolezectví			2
Vhodnost krajiny pro závěsné létání			2
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost			2
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov			2
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků			1
Kulturně historické památky a soubory	10	25	50
Skanzeny a muzea	5	15	35
Lázeňská funkce	5	15	35
Kongresy a konference	2	10	20
Kulturní akce	10	20	40
Sportovní akce	2	7	20
Církevní akce	2	4	10
Veletrhy a tematické trhy	5	20	40
Místní produkty	5	10	25
Příhraniční specifika	2	5	10

Zdroj: Bína, 2002

4 Vlastní práce

V rámci této kapitoly je popsána stručná charakteristika zvolené destinace Kutná Hora. Následuje zhodnocení lokalizačních podmínek cestovního ruchu a provedeného dotazníkového šetření. Poslední část se zabývá intenzitou cestovního ruchu v dané lokalitě.

4.1 Charakteristika destinace Kutná Hora

Vznik Kutné Hory je spojován s 13. stoletím, kdy se v lokalitě našlo značné množství stříbrných rud. Avšak počátky dolování se zde vážou již k 10. století, jelikož v blízkém Malíně se razili stříbrné denáry s označením MALIN CIVITAS. Roku 1142 byl založen cisterciácký klášter v Sedlci a objevuje se zde možnost, že založení kláštera souviselo s těžbou stříbra. Tyto skutečnosti měly za následek, že ve 13. století se sem začalo přesouvat velké množství lidí, které bylo označeno za „sběh ke Kutné“. Díky této velké migraci vznikaly hornické osady, které od roku 1289 nesly pojmenování MONS CUTHNA. Rok 1300 přinesl další významné události pro Kutnou Horu, nejprve král Václav II. vydal nový horní zákon Ius regale montanorum, jehož ustanovení vyneslo Kutnou Horu ve významnosti na druhé místo hned po Praze. Dle nového zákona také došlo k přesunutí centrální české mincovny do královského hrádku Kutné Hory, kde se razily známé pražské groše. Hrádek byl později přejmenován na Vlašský dvůr na památku Vlachů, kteří zde měli důležitou pozici (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Díky bohatství města se Kutná Hora ve 14. století velmi rozvíjela. Byl zde vystaven obranný systém, stavěly se ulice, kamenné domy a velkolepé sakrální stavby. Na konci 14. století započala výstavba chrámu sv. Barbory, která byla situována na okraj Kutné Hory. Na stavbě se podíleli slavní architekti jako Benedikt Rejt či Matyáš Rejsek. Období náboženských válek nebylo pro Kutnou Horu pozitivní a přineslo velké množství změn. Město bylo poničené a v roce 1421 vyhořel sedlecký klášter, který zůstal bez oprav až do 17. století (historickasidla.cz, 2020).

Město začalo znovu vzkvétat na konci vlády krále Jiřího z Poděbrad a velkého rozmachu zaznamenalo především během doby vlády krále Vladislava II. Jagellonského. V závěru 15. století se Kutná Hora těšila významné pozici, avšak 16. století již znovu přineslo omezení těžby a konec ražby pražského groše. V 17. století dochází k zastavení důlní činnosti a ve 30. letech 18. století nastává uzavření mincovny, čímž ztrácí i své významné postavení (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Obec s rozšířenou působností Kutná Hora o rozloze 643 km² se nachází ve Středočeském kraji a sousedí s Pardubickým krajem a krajem Vysočina. ORP Kutná Hora obsahuje celkem 51 obcí a k 1. 1. 2022 čítala celkem 49 967 obyvatel. Funguje zde 11 dobrovolných svazků obcí, kdy jedním z nich je Mikroregion Kutnohorsko. Hustota zalidnění je oproti jiným městům České republiky na nízké úrovni, pohybuje se okolo 78 obyvatel na km². Jednoznačně nejvýznamnějším a největším městem je Kutná Hora, jejíž rozloha je 642 km² (kutnahora.cz, 2020). Od roku 1995 je Kutná Hora zapsaná na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. K 1. 1. 2022 město čítalo celkem 19 239 obyvatel (Místopisy.cz, 2022).

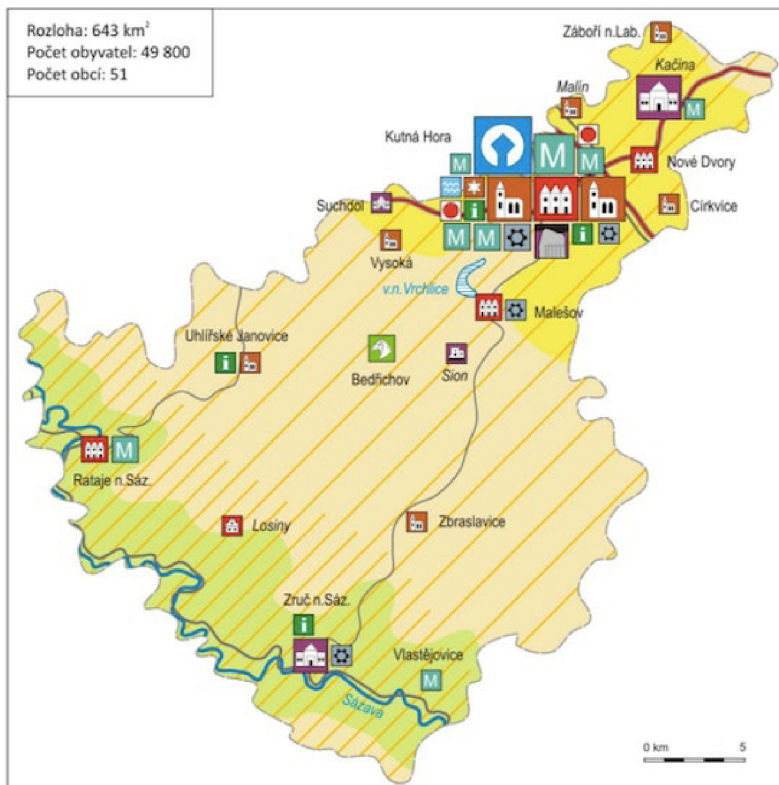
Znak Kutné Hory byl v průběhu doby několikrát pozměněn. V současnosti je používán znak, který byl v roce 1926 schválen ministerstvem vnitra ČR a tentýž rok také vyšel v platnost. Vyobrazuje černou orlici a bílého dvouocasého lva, kteří stojí na zkřížených hornických kladívkách, a zároveň drží kalich a nad ním korunu (mu.kutnahora.cz, 2016).

Obrázek 1: Znak města Kutná Hora



Zdroj: mu.kutnahora.cz, 2016

Obrázek 2: Mapa ORP Kutná Hora



Zdroj: Bína, 2010

4.2 Lokalizační podmínky cestovního ruchu zvolené destinace

V této části budou přiblíženy lokalizační podmínky zvolené destinace, které jsou rozděleny do dvou skupin, jimiž jsou přírodní a kulturně-historické předpoklady.

Přírodní pozoruhodnosti

V části Kutné Hory se nachází národní přírodní památka Kaňk. Se svojí nadmořskou výškou 353 metrů je nejvyšším bodem Kutné Hory. V této oblasti se nachází velké množství zkamenělin mořských živočichů a pozůstatky po dobývání stříbra. Na vrchol je možné se dostat několika cestami, kdy jednou z nich je i turistická značená trasa (turistik.cz, 2019).

Jednou z původních přírodních památek jsou Breürovy sady pod Vlašským dvorem. V dřívější době území sadu sloužilo jako ovocný sad a vinohrad. Ve 30. letech 20. století však došlo ke změně jeho účelu a byl přetvořen na okrasnou zahradu s kamennými terasami (turistickamapa.cz, 2019).

Na předměstí Kutné Hory se nachází venkovní geologická výstava v někdejším lomu Čížkova skála, který fungoval na přelomu 19. a 20. století. Byly sem navezeny kamenné

bloky velkých rozměrů z 60 míst Kutnohorska, Kolínska i Čáslavska. Zajímavostí je, že je tu k vidění mnoho různých nerostů, které by návštěvníci obvykle zahlédnout nemohli, jelikož tyto kameny bývají skryty hluboko pod zemí (frajasw.cz, 2018).

Na začátku 20. století sochař Josef Chvojan vytesal do pískovcové skály portrét Emila Frídy známého pod krycím jménem Jaroslav Vrchlický. Toto dílo je k nalezení ve skále v údolí říčky Vrchlice (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku

Od roku 1998 zde existuje naučná stezka po stopách dolování, která má dvě trasy. Kratší jižní je dlouhá 9,5 km a je snadná a schůdná pro celé rodiny s dětmi. Začátek i konec této cesty je na Palackého náměstí v centru města a má celkem 14 zastávek (např. u několika štol, mlýna Cimburek či u Velkého rybníka). Druhá severní trasa měří 14 km a je středně obtížná. Její začátek i konec se nachází na Kaňku. Během cesty je ke zhlédnutí 12 zajímavých míst týkajících se historie dolování (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Další 2,5 km dlouhá trasa začíná v Kutné Hoře, prochází kolem říčky Vrchlice a končí u Velkého rybníka. Stezka není bezbariérová a většinu cesty je vedena po červeně značené turistické trase. Během cesty jsou k vidění dochované vodní mlýny, velké množství skalních útvarů, místní živočišstvo a rostlinstvo (stezky.info, 2022).

Vhodnost krajiny pro cykloturistiku

Kutná Hora není známá jen svou historií, ale také vinařstvím, o kterém je již zmíněno v Kosmově kronice. V této době se zde nejvíce daří odrůdám Svatovavříneckému a Tramínu červenému. Víno z Kutné Hory jako jediné z Čech má udělenou celostátní ochrannou známku pro biopotraviny. Tudiž v této oblasti vznikla naučná vinařská cyklotrasa o délce necelých 5 km, která vede z centra města k vinohradu Pod Sukovem a zpět (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Kulturně historické památky a soubory

Kutná Hora jakožto historicky významné město se může pyšnit mnoha vzácnými stavbami pocházejících z různých historických dob. Což dokládá také fakt, že v roce 1995 bylo její historické jádro zapsáno na Seznamu UNESCO (unesco-czech.cz, 2020).

Nejvýznamnější památkou města, resp. symbolem je pětিলodní gotický chrám sv. Barbory, jehož stavba započala v roce 1388 a byla dokončena až na začátku 20. století. Již z názvu stavby vyplývá, že chrám je zasvěcen mučednici a patronce havířů svaté Barboře. Na výstavbě se podílelo několik slavných architektů té doby jako Petr Parlář, Matyáš Rejsek či

Benedikt Rejt. A společně s historickým centrem města patří mezi památky zapsané v Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO (kudyznudy.cz, 2021).

Další důležitou kulturní památkou je Vlašský dvůr, ve kterém se od roku 1300 razily pražské groše. Po nějakou dobu zde působil i král Václav IV., který ho nechal přestavět na dvoupatrový palác včetně kaple. Nyní v části těchto prostor sídlí vedení Kutné Hory a pro návštěvníky je zde přichystaná nejen výstava týkající se mincovnictví, ale mohou také za doprovodu průvodců zavítat do interiérů bývalého paláce jako např. do audienční síně (kudyznudy.cz, 2021).

Přímo ve středu města byl vystaven kamenný kostel sv. Jakuba, jehož stavba započala v první polovině 14. století a jehož dominantou je vysoká věž měřící 85 m. V chrámu se nalézá mnoho vzácných památek dochovaných z různých dob. Součástí oltáře je obraz z roku 1734 od malíře Petra Brandla nazván Nejsvětější Trojice (kudyznudy.cz, 2021).

Jako připomínka morové epidemie byl v letech 1713 – 1715 vystaven barokní morový sloup, jehož autorem je sochař František Baugut. Sloup je zdoben plastiky havířů, sochami světců a sochou Panny Marie (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Kvůli nedostatku pitné vody byla na konci 15. století vystavena kamenná dvanáctiboká kašna v gotickém stylu. Do této stavby byla voda svedena potrubím ze dřeva z nedalekých Bylan. Tento způsob zajištění pitné vody pro obyvatele Kutné Hory trval dlouhých 400 let (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Dalším městským unikátem je stavba nesoucí jméno po kronikáři Mikuláši Dačickém. Jedná se o Dačického dům, jehož jádro pochází z předhusitské doby a mezi roky 1500 a 1506 prošel patrnou rekonstrukcí. Význačný je také pro svou fasádu z vrcholně barokní doby s pozůstatky gotických prvků. V současné době je provozován organizací Nadace Kutná Hora – památka UNESCO (dacickehodum.cz, 2020).

Z nejvíce navštěvovaných památek ve Středočeském kraji se stala Kostnice, která se nachází pod kostelem Všech svatých v Sedlci. Tato kaple je vyzdobena přibližně 60 tisíci ostatky lidí, kteří zemřeli v době morové epidemie a husitských válek. Lidské kosti jsou složeny do různých ozdobných tvarů a předmětů jako lustr, kalichy a další (cirkevnuturistika.cz, 2019). Další nejvíce navštěvovanou památkou v Sedlci je katedrála Nanebevzetí Panny Marie a svatého Jana Křtitele, která byla v roce 1995 zapsána na Seznam UNESCO. V posledních letech prošla katedrála rekonstrukcí, během které byly nalezeny ostatky mnichů. Součástí

katedrály je chrámová pokladnice, ve které je uložena pravá sedlecká monstrance (kultura.cz, 2021).

Ve zkoumané oblasti se nachází obec Svatý Mikuláš, kam turisté jezdí navštívit empirický zámek Kačina s rozsáhlým přírodním parkem. Zámek byl budován mezi lety 1802 - 1822 a v roce 1958 byl prohlášen za Národní kulturní památku. V současné době ve vnitřních prostorech sídlí Muzeum českého venkova, které zde zřídilo několik expozic týkajících se života rodu Chotků, historie zemědělství, řemesel, a také veřejnosti bylo zpřístupněno zámecké divadlo či knihovna s více než 40 tisíci svazky (nzm.cz, 2022).

Nedaleko Kutné Hory se nachází zámek Zruč nad Sázavou, který se nachází ve stejnojmenném městě. Původně se jednalo o hrad z 1. poloviny 14. století, který vyhořel na konci 18. století. Po této události, o více než století později, byl přestaven na zámek v novogotickém stylu. V této době v budově sídlí radnice a veřejnosti je zpřístupněno jižní křídlo, galerie, zábavně naučná stezka či letní kino (zamek-zruc.cz, 2022).

K dalším zajímavým atraktivitám v ORP Kutná Hora se řadí hrad Pirkštejn z 1. poloviny 14. století v Ratajích nad Sázavou, který má v pronájmu od církve soukromá osoba. Objekt není volně přístupný, ale velmi často je veřejnosti propůjčován k pořádání libovolných akcí. Dalšími objekty nacházející se mimo město Kutné Hory jsou zřícenina hradu Sion, či středověká tvrz Malešov (kudyznudy.cz, 2020).

Skanzeny a muzea

V Kutné Hoře se díky své historii a důlní činnosti nachází mnoho muzeí s expozicemi na tuto tematiku. Mimo to Kutná Hora dále nabízí velkou škálu muzeí s různými tématy výstav, jako je čokoláda, lego, tabák, knihtisk. Mezi nejpopulárnější patří Galerie Středočeského kraje, České muzeum stříbra a Dačického dům (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Pod chrámem sv. Barbory se nachází dvoupatrová barokní stavba Jezuitská kolej postavená do tvaru obráceného písmene F. Autorem je architekt Giovanni Domenico Orsi. Cestu před kolejí zdobí zábradlí, které je vyzdobené sochami a sousošími svatých. Od roku 2012 se v této budově nachází Galerie Středočeského kraje (GASK), která slouží k prezentaci umění 20. a 21. století (Manuál Kutná Hora mapa regionu, 2020).

Dalším turistickým objektem z roku 1312 je České muzeum stříbra – Hrádek. Nejdříve se jednalo o opevněnou středověkou tvrz, která byla koncem 15. století přebudována na patricijské sídlo. Od roku 1686 zde fungovalo několik škol, kromě jiného také učitelský

ústav. Od roku 1910 patří Hrádek městu, které zde po několika rekonstrukcích otevřelo Hornické muzeum. V dnešní době zde sídlí České muzeum stříbra s mnoha jedinečnými exponáty, díky kterým se zařadilo mezi nejbohatší muzea v ČR (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Nedaleko Kamenné kašny se nachází již zmiňovaný Dačický dům, který v současnosti v sobě ukrývá interaktivní výstavu. Jejím účelem je snaha více přiblížit veřejnosti organizaci pro výchovu, vědu a kulturu UNESCO a představit památky zařazené na jejím seznamu (dacickehodum.cz, 2020).

Kulturní akce

V Kutné Hoře se vždy na konci června koná již tradiční Stříbření, které je celé v dobovém duchu a připomíná dobu, kdy se v Kutné Hoře těžilo stříbro a do města jezdil král Václav IV. Tato akce trvá dva dny a do města vždy přiláká tisíce turistů z celé republiky (kudyznudy.cz, 2022).

Poté jsou zde v měsíci září Svatováclavské slavnosti s doprovodným hudebním a divadelním programem. Nadregionální význam mají také akce, jako je každoroční Mezinárodní hudební festival v Kutné Hoře, který se koná v památkách po celém městě s mezinárodním zastoupením umělců a také Ortenova Kutná Hora, kdy jde o nadregionální soutěž mladých básníků s dlouholetou tradicí. Tato událost již nezahrnuje pouze poezii, ale také fotografickou soutěž, hudbu, divadlo, či literární vystoupení (destinace.kutnahora.cz, 2022).

Sportovní akce

V Kutné Hoře se každoročně pořádají tradiční závody horských kol, které jsou svým významem již tradiční a nadregionální. Jedná se o závod Českého poháru bikerů. Jelikož jeho trať vede přes historické centrum, je tento závod zajímavý nejen pro samotné závodníky, ale také pro přihlížející diváky. Dále jsou zde pořádány populární závody Spartan Race neboli překážkový závod, jehož trať měří 13 km. Této akce se zde zúčastnilo kolem 6 tisíc závodníků. Velmi populární je také závod historických vozů Veteran Rallye, který se v Kutné Hoře konal již po třinácté (kudyznudy.cz, 2022).

Církevní akce

V Kutné Hoře se nachází Chrám sv. Barbory, který je rovněž pro Kutnou Horu nejvýznamnějším římskokatolickým kostelem. V tomto kostele se kromě klasických bohoslužeb konají i mimořádné mše a to v období kutnohorské slavnosti Stříbření a na Silvestra. Dále bývá chrám zapojen do celorepublikové církevní akce Noc kostelů, kdy se

během jedné noci otevírají dveře většiny kostelů a návštěvníci tak mohou zavítat na jejich prohlídky (chramsvatebarbory.cz, 2021).

Veletrhy a tematické trhy

Ve městě jsou přes celý rok pořádány různě tematicky zaměřené trhy. V období probíhající akce Stříbření, je zde k tomuto tématu také trh, který se celý nese ve stejném duchu. Dále jsou zde např. pořádány gastro trhy, Svatomartinské trhy s degustací pokrmů a lokálních vín či sladké trhy, kde jsou k dostání sladké pokrmy (destinace.kutnahora.cz, 2022).

Místní produkty

Místním produktem je zajisté víno, jelikož v Kutné Hoře se pěstuje vinná réva již od 12. století. Od roku 2002 ve městě působí vinařství Vinné sklepy Kutná Hora, které stojí za oživením pěstování vinné révy. Jejich vína získala BIO označení a ochrannou známku Demeter, která označuje produkty biodynamického zemědělství a je udělována ve více než 150 zemích. Návštěvníci mohou tak zavítat na ochutnávku vín, která bývá obohacena o místní sýry (destinace.kutnahora.cz, 2016).

Dále je s Kutnou Horou historicky spojena výroba piva, neboť pivovar v Kutné Hoře existuje od roku 1573. V jejich nabídce převažují spodně kvašená piva jako např. Kutnohorská Bronzová 10, Kutnohorská Stříbrná 11 či Kutnohorská Haviřská 12 (pivokutnahora.cz, 2020).

Další lokální produkty lze dohledat na webových stránkách Hora Žije, což je projekt, který vznikl za účelem podpory a lepšího dohledání místních výrobců a podnikatelů. V tomto online přehledu lze jednoduše nalézt lokální výrobce, a tudíž i jejich produkty, např. již zmiňované víno a pivo, dále čokoládu, džemy, šperky a další (horazije.cz, 2020).

Tabulka 3: Zhodnocení složek potenciálu cestovního ruchu v destinaci

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek
Přírodní pozoruhodnosti	20
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	5
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	10
Kulturně historické památky a soubory	50
Skanzeny a muzea	15
Kulturní akce	20
Sportovní akce	7
Církevní akce	2
Veletrhy a tematické trhy	20
Místní produkty	10
Celkem	159

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

4.3 Dotazníkové šetření

V následující části zobrazuji a popisuji výsledky dotazníkového šetření pomocí grafů a tabulek. Dotazník se skládal z 25 otázek. Většina otázek byla uzavřených a respondenti měli možnost výběru odpovědí, v některých případech i více možností. Pouze dvě otázky byly otevřeného charakteru, zde měli respondenti textové pole, do kterého mohli vyjádřit svůj názor. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 228 respondentů.

Otázka č. 1: Návštěva destinace

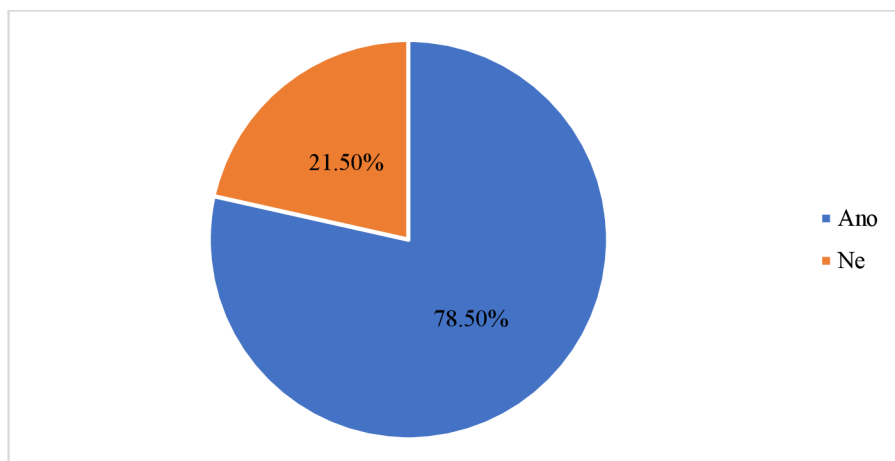
První otázka se zaměřovala, zda respondenti již destinaci navštívili. Z celkového počtu 228 respondentů Kutnou Horu navštívilo 179 osob (78,5 %). Zbýlých 49 respondentů (21,5 %) destinaci nikdy nenavštívilo. Tato skupina pokračovala otázkou, zda uvažují destinaci někdy navštívit.

Tabulka 4: Návštěva destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	179	78,5 %
Ne	49	21,5 %
Celkem	228	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 1: Návštěva destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 2: Úvaha o navštívení destinace

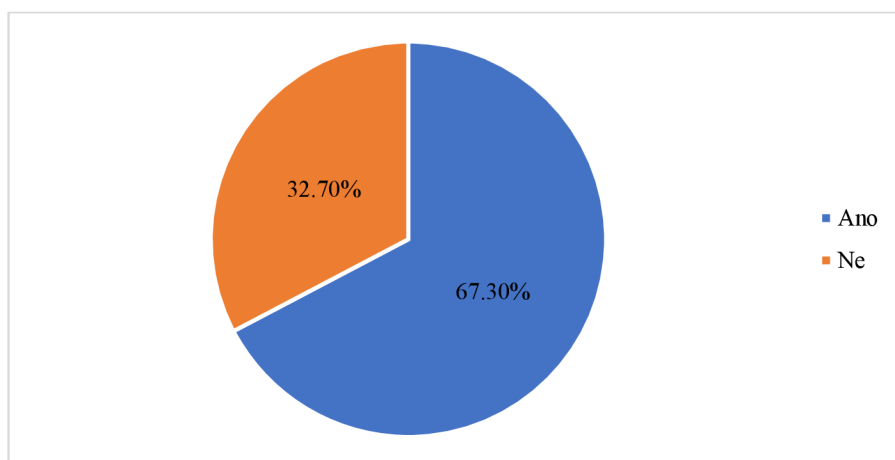
Z 49 respondentů, kteří nikdy Kutnou Horu nenavštívili, by ji v budoucnu rádo navštívilo 33 osob (67,3 %) a 16 osob (32,7 %) o tom ani neuvažuje.

Tabulka 5: Úvaha o navštívení destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	33	67,3 %
Ne	16	32,7 %
Celkem	49	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 2: Úvaha o navštívení destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 3: Důvody nenavštívení destinace

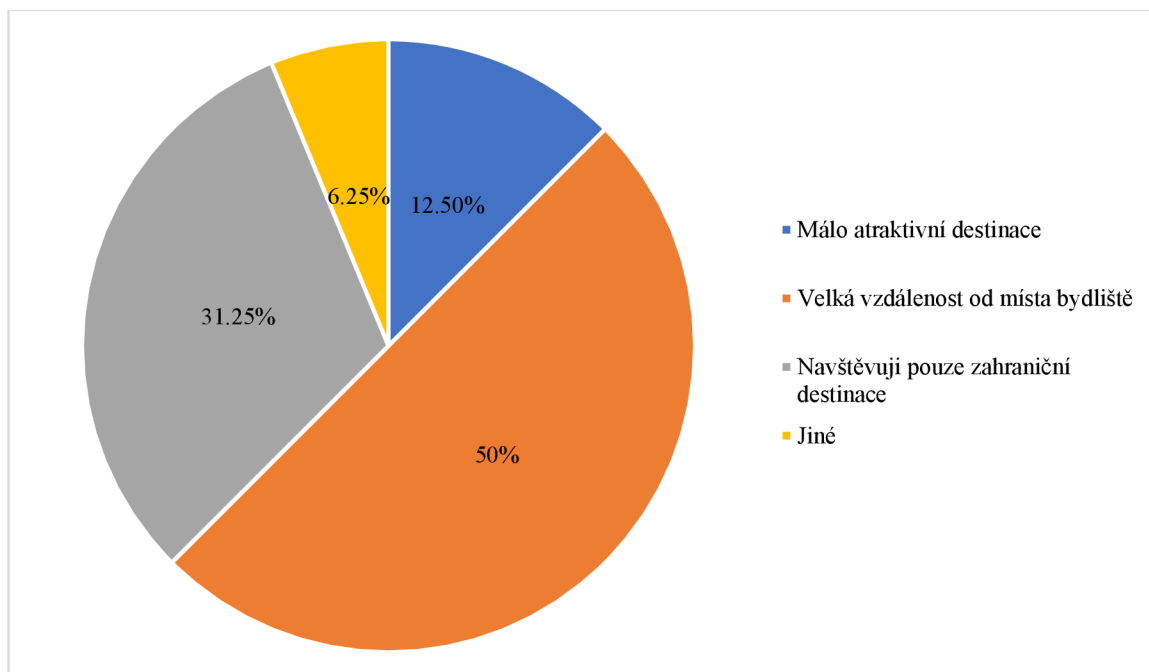
V této otázce jsou zjišťovány důvody 16 respondentů, proč nikdy dříve destinaci nenavštívili a ani to nemají do budoucna v plánu. Hlavním důvodem u 50 % respondentů byla velká vzdálenost destinace od jejich místa bydliště. Druhou nejpočetnější skupinou byli lidé, kteří jezdí na dovolené pouze do zahraničí (31,25 %). Pro 2 dotazované (12,5 %) není tato destinace dostatečně atraktivní a 1 osoba (6,25 %) zvolila jako důvod možnost „jiné“.

Tabulka 6: Důvody nenavštívení destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Málo atraktivní destinace	2	12,5 %
Velká vzdálenost od místa bydliště	8	50,0 %
Navštěvuji pouze zahraniční destinace	5	31,25 %
Jiné	1	6,25 %
Celkem	16	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 3: Důvody nenavštívení destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 4: Motivace pro navštívení Kutné Hory

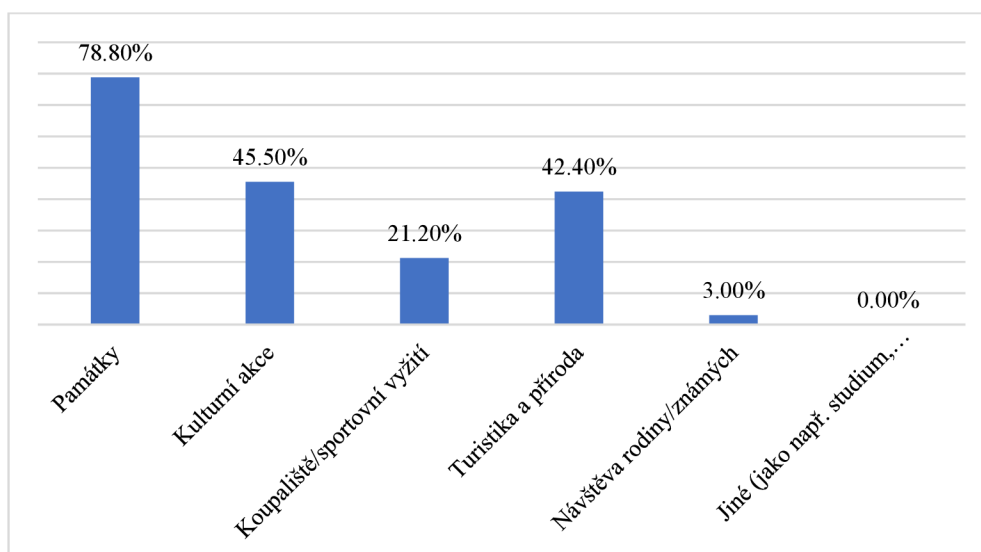
Respondenti odpovídající ve druhé otázce kladně, tedy že uvažují destinaci navštívit, byli přeměřováni na otázku č. 4, kde je zjišťováno, co by bylo jejich motivací k návštěvě Kutné Hory. Zde mohli označit více možností. Největší motivací k navštívení destinace by byly památky. Tuto možnost zvolilo 78,8 % respondentů. Dalšími atraktivitami, které by je do destinace přilákaly, jsou kulturní akce (45,5 %) nebo turistika a příroda (42,4 %). Někteří by destinaci také navštívili za účelem sportovních aktivit spojených s návštěvou koupaliště (21,2 %). Pouze 1 respondent (3 %) by destinaci navštívil kvůli navštívení své rodiny a přátel.

Tabulka 7: Motivace pro navštívení Kutné Hory

	Absolutní počet	Relativní počet
Památky	26	78,8 %
Kulturní akce	15	45,5 %
Koupaliště/sportovní vyžití	7	21,2 %
Turistika a příroda	14	42,4 %
Návštěva rodiny/známých	1	3,0 %
Jiné (jako např. studium, pracovní cesty apod.)	0	0,0 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 4: Motivace pro navštívení Kutné Hory



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 5: Preference ubytovacího zařízení

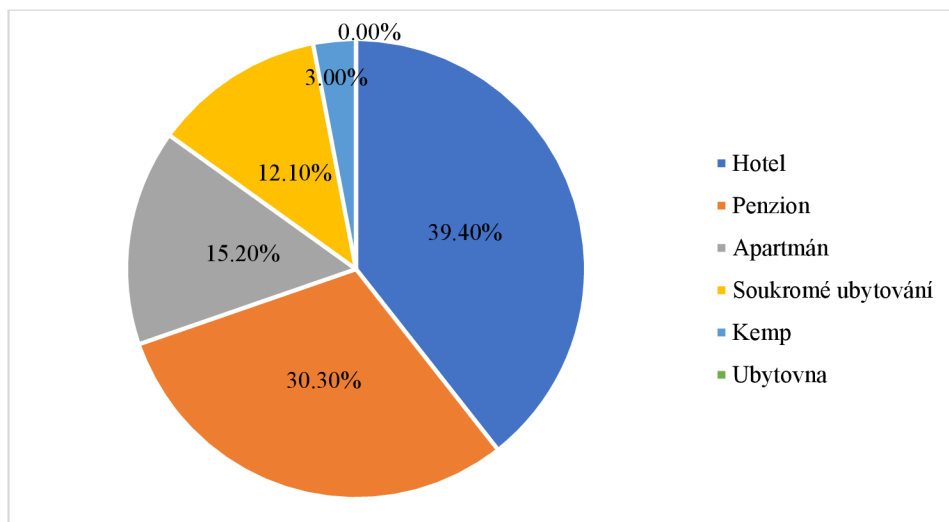
Skupina uvažující o navštívení Kutné Hory měla zodpovědět, jaký typ ubytovacího zařízení by pro svůj pobyt v destinaci preferovala a mohli vybrat pouze jednu možnost. Nejčastěji by respondenti zvolili pro své ubytování hotel, pro něj volilo 13 osob (39,4 %). S velmi malým rozdílem se na druhém místě umístil penzion, pro který hlasovalo 10 lidí (30,3 %). Apartmán by využilo 5 lidí (15,2 %), soukromé ubytování 4 osoby (12,1 %) a kemp by si vybrala pouze 1 osoba (3 %).

Tabulka 8: Preference ubytovacího zařízení

	Absolutní počet	Relativní počet
Hotel	13	39,4 %
Penzion	10	30,3 %
Apartmán	5	15,2 %
Soukromé ubytování	4	12,1 %
Kemp	1	3,0 %
Ubytovna	0	0,0 %
Celkem	33	100,0 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 5: Preference ubytovacího zařízení



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 6: Důvod návštěvy destinace

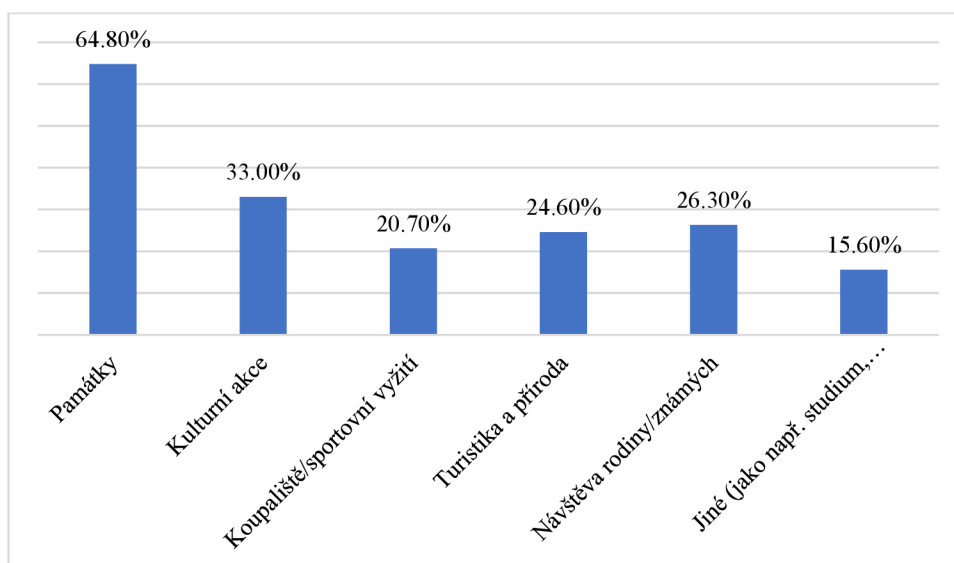
Respondenti, kteří již Kutnou Horu navštívili, zodpovídali otázku týkající se důvodu jejich návštěvy. Zde odpovídalo 179 lidí, kde každý z nich mohl označit více než jednu odpověď. Nejvíce byla destinace navštěvována pro památky, kterými disponuje (64,8 %). Druhým největším lákadlem pro návštěvníky byly kulturní akce (33 %). Skoro shodně skončily důvody jako návštěva rodiny/známých (26,3 %) a turistika a příroda (24,6 %). Na předposlední pozici se umístila návštěva koupaliště či jiného sportovního vyžití (20,7 %). A 28 respondentů (8,5 %) destinaci navštívilo z jiných důvodů, kterými mohla být např. pracovní cesta, či sem dojížděli za studiem.

Tabulka 9: Důvod návštěvy destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Památky	116	64,8 %
Kulturní akce	59	33,0 %
Koupaliště/sportovní vyžití	37	20,7 %
Turistika a příroda	44	24,6 %
Návštěva rodiny/známých	47	26,3 %
Jiné (jako např. studium, pracovní cesta apod.)	28	15,6 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 6: Důvod návštěvy destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 7: Způsob zjištění informací o destinaci

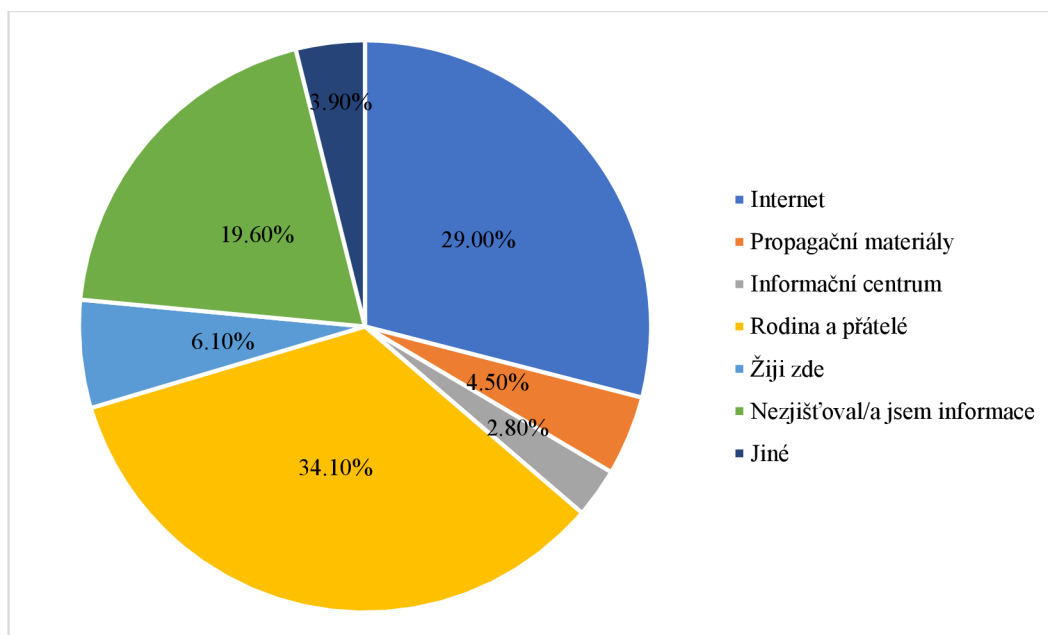
V této otázce mohli respondenti vybrat pouze jednu odpověď. Pokud zde respondent odpověděl, že zde žije, byl přeměrován z důvodu ovlivnění výsledků pro tento výzkum na obecné otázky, které byly položeny na konci dotazníku. Tato skutečnost se týkala 11 osob (6,1 %). Nejčastěji lidé získávali informace od rodiny a přátel, tuto možnost uvedlo 61 osob (34,1 %). Dalším významným způsobem pro zjišťování informací byl internet, který použilo 52 respondentů (29 %). Do třetí nejpočetnější skupiny, která zahrnuje 35 osob (19,6 %) se řadí ti, kteří informace vůbec nezjišťovali. Odpovědi jako propagační materiály, informační centrum a jiný způsob zjišťování se pohybovaly v jednotkách.

Tabulka 10: Způsob zjištění informací o destinaci

	Absolutní počet	Relativní počet
Internet	52	29 %
Propagační materiály	8	4,5 %
Informační centrum	5	2,8 %
Rodina a přátelé	61	34,1 %
Žiji zde	11	6,1 %
Nezjišťoval/a jsem informace	35	19,6 %
Jiné	7	3,9 %
Celkem	179	100,0 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 7: Způsob zjištění informací o destinaci



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 8: Četnost návštěv

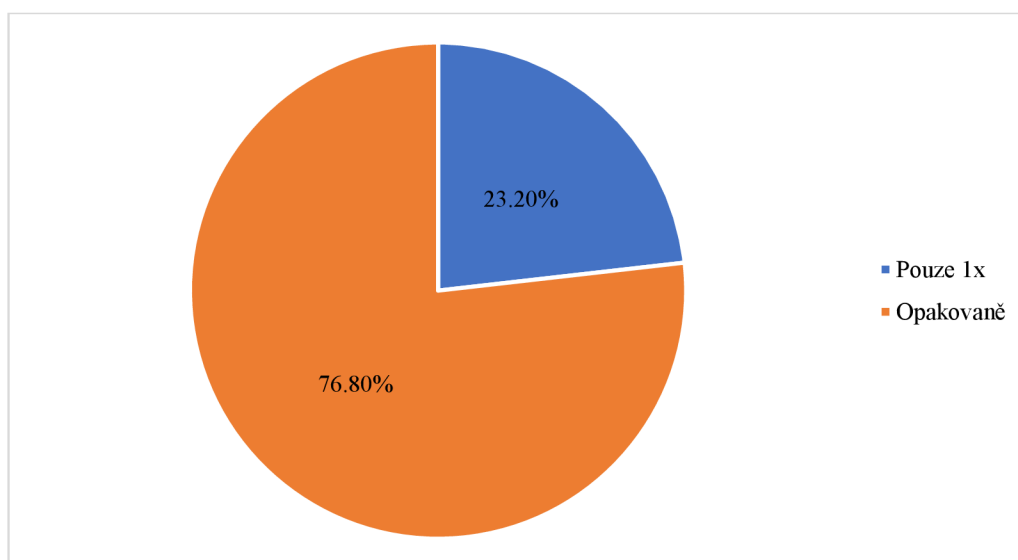
Z celkového počtu 168 osob více než třičtvrtě respondentů se do Kutné Hory vrátili opakovaně, tuto možnost uvedlo 129 osob (76,8 %). Pouze jednou byla navštívena 39 lidmi (23,2 %).

Tabulka 11: Četnost návštěv

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Pouze 1x	39	23,2 %
Opakovaně	129	76,8 %
Celkem	168	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 8: Četnost návštěv



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 9: Úvaha o opětovném navštívení destinace

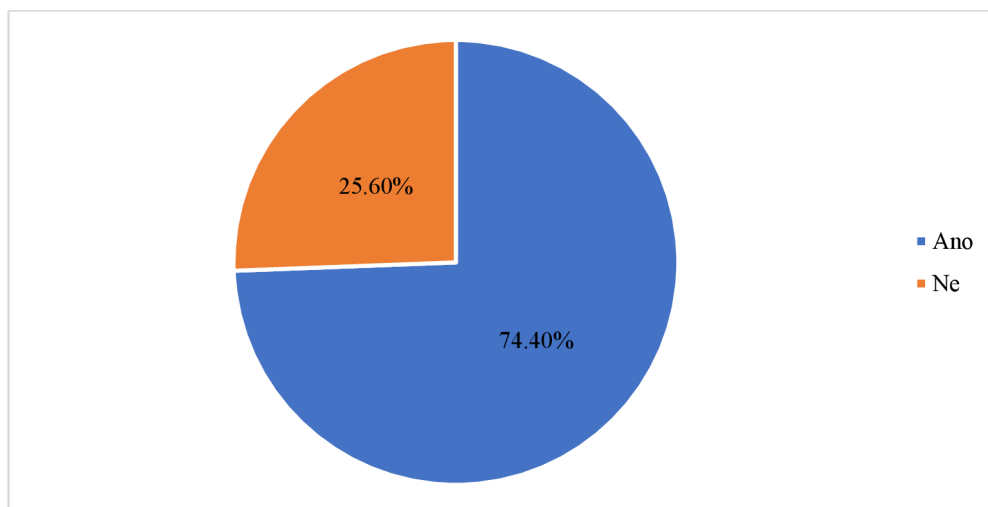
Zde odpovídala jen skupina 39 osob, která v předchozí otázce uvedla, že Kutnou Horu navštívili pouze 1x. Z toho 29 lidí (74,4 %) uvedlo, že by Kutnou Horu znovu navštívili a 10 osob (25,6 %) již ne.

Tabulka 12: Úvaha o opětovném navštívení destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	29	74,4 %
Ne	10	25,6 %
Celkem	39	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 9: Úvaha o opětovném navštívení destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 10: Důvody k opětovnému navštívení oblasti

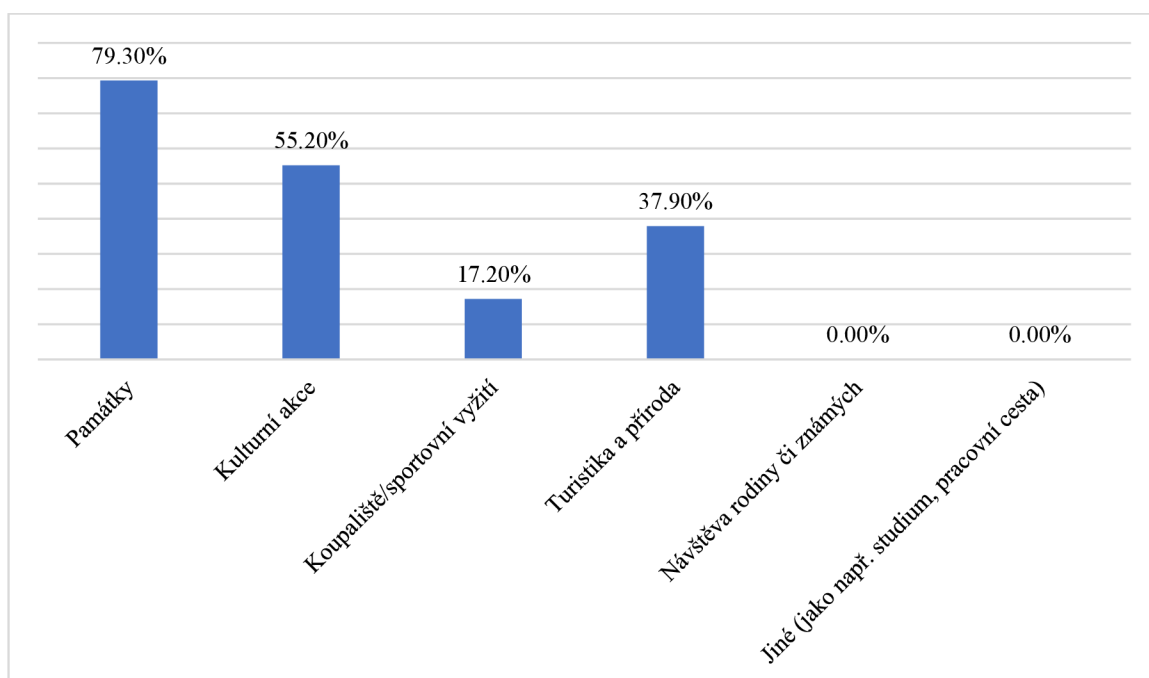
Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří navštívili oblast pouze 1x a rádi by ji navštívili znovu. Odpovídalo zde 29 osob, které mohly zvolit více než jednu odpověď. Nejvíce se mezi odpověďmi objevily památky (79,3 %) a kulturní akce (55,2 %). Hned poté následovala turistika a příroda (37,9 %) a koupaliště či sportovní vyžití (17,2 %).

Tabulka 13: Důvody k opětovnému navštívení oblasti

	Absolutní počet	Relativní počet
Památky	23	79,3 %
Kulturní akce	16	55,2 %
Koupaliště/sportovní vyžití	5	17,2 %
Turistika a příroda	11	37,9 %
Návštěva rodiny či známých	0	0,0 %
Jiné (jako např. studium, pracovní cesta apod.)	0	0,0 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 10: Důvody k opětovnému navštívení oblasti



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 11: Délka pobytu v destinaci

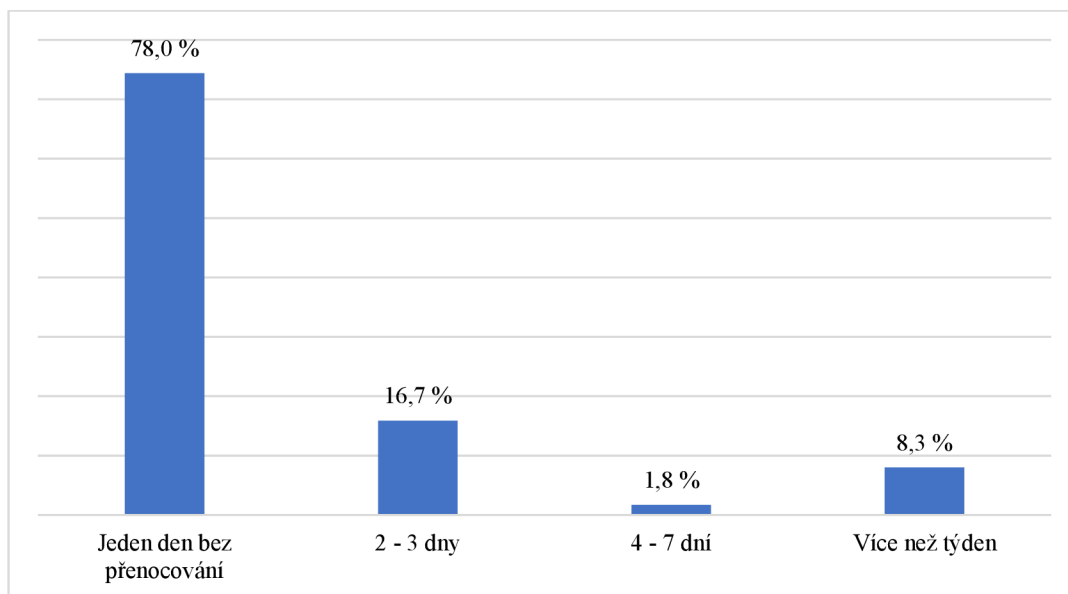
Pokud respondenti navštívili destinaci opakovaně, mohla se jejich délka pobytu lišit, a tak zde byla možnost výběru více než jedné odpovědi. Na tuto otázku odpovídalo celkem 168 osob a bylo zjištěno, že převážná většina, přesněji řečeno 131 osob (78 %) podnikla do destinace pouze jednodenní výlet. Mnohem menší skupina čítající 28 osob (16,7 %) navštívila Kutnou Horu na 2 až 3 dny a 14 respondentů (8,3 %) strávila v destinaci více než týden. Pouze 3 lidi (1,8 %) zde pobývali na 4 až 7 dní.

Tabulka 14: Délka pobytu v destinaci

	Absolutní počet	Relativní počet
Jeden den bez přenocování	131	78,0 %
2 – 3 dny	28	16,7 %
4 – 7 dní	3	1,8 %
Více než týden	14	8,3 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 11: Délka pobytu v destinaci



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 12: Preferovaný typ ubytovacího zařízení

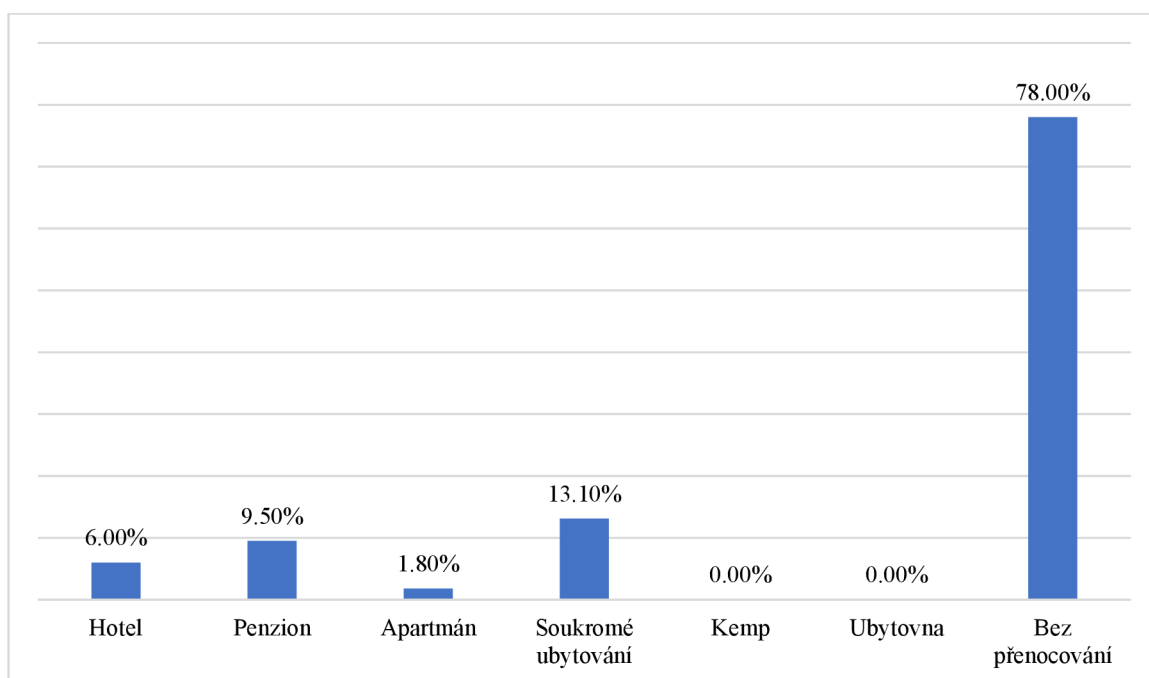
Nejvíce respondentů nevyužilo žádného ubytování, jelikož destinaci navštívili v rámci jednoho dne (78 %). V případě, že strávili v destinaci alespoň jednu noc, využili nejčastěji soukromého ubytování (13,1 %), dále penzionu (9,5 %) nebo hotelu (6 %). Tři z dotazovaných zvolili ubytování v apartmánu (1,8 %). Nikdo si ke svému přenocování nevybral kemp ani ubytovnu.

Tabulka 15: Preferovaný typ ubytovacího zařízení

	Absolutní počet	Relativní počet
Hotel	10	6,0 %
Penzion	16	9,5 %
Apartment	3	1,8 %
Soukromé ubytování	22	13,1 %
Kemp	0	0,0 %
Ubytovna	0	0,0 %
Nevyužili jsme žádné ubytovací zařízení – bez přenocování	131	78,0 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 12: Preferovaný typ ubytovacího zařízení



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 13: Způsob dopravy do destinace

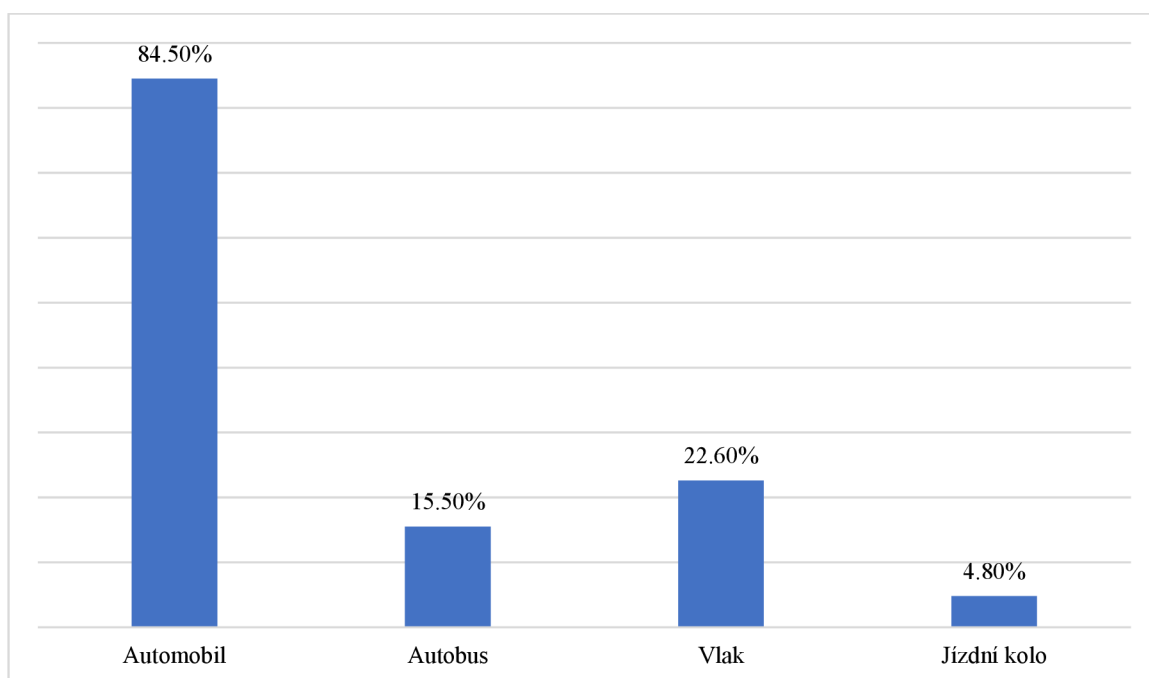
U této otázky byla zvolena možnost volby více odpovědí kvůli respondentům, kteří navštívili destinaci vícekrát, a tak mohli využít vždy jinou formu dopravy. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem mezi respondenty byl automobil (84,5 %). Druhým preferovaným způsobem dopravy se stal vlak (22,6 %). O něco nižší zastoupení má autobus (15,5 %) a nejméně využívané bylo jízdní kolo, které bylo použito pouze v osmi případech (4,8 %).

Tabulka 16: Způsob dopravy do destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Automobil	142	84,5 %
Autobus	26	15,5 %
Vlak	38	22,6 %
Jízdní kolo	8	4,8 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 13: Způsob dopravy do destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 14: Způsob stravování v destinaci

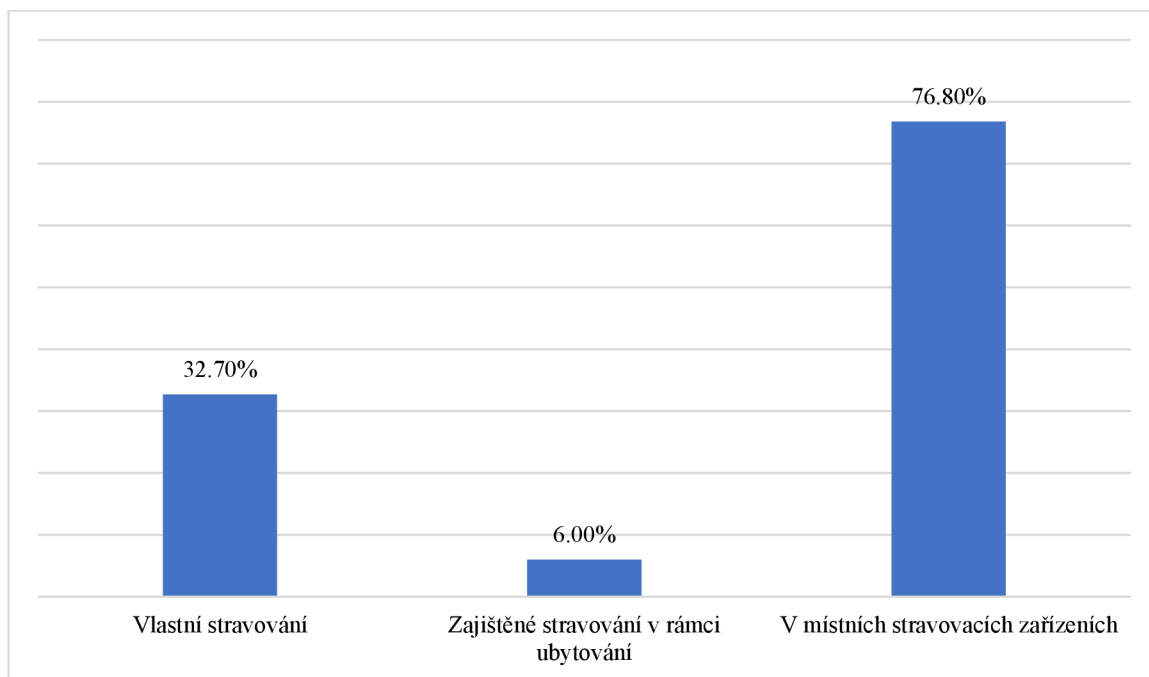
Respondenti zde mohli volit více odpovědí ze stejného důvodu jako v předchozí otázce. Největší zastoupení získalo stravování v místních stravovacích zařízeních (76,8 %). Vlastní stravování využilo 32,7 % a 6 % mělo stravování v rámci svého ubytování.

Tabulka 17: Způsob stravování v destinaci

	Absolutní počet	Relativní počet
Vlastní stravování	55	32,7 %
Zajištěné stravování v rámci ubytování	10	6,0 %
V místních stravovacích zařízeních	129	76,8 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 14: Způsob stravování v destinaci



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 15: Vnímání Kutné Hory jako zajímavé destinace

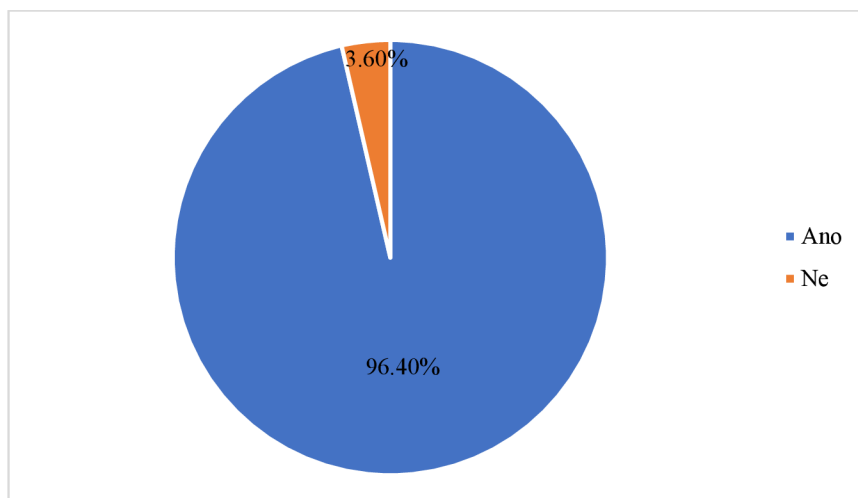
Z počtu kladných odpovědí zřetelně vyplývá, že respondenti Kutnou Horu považují za zajímavou destinaci, jelikož z celkového počtu respondentů jich 162 (96,4 %) odpovědělo kladně a pouhých 6 osob (3,6 %) záporně.

Tabulka 18: Vnímání Kutné Hory jako zajímavé destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	162	96,4 %
Ne	6	3,6 %
Celkem	168	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 15: Vnímání Kutné Hory jako zajímavé destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 16: Dobrá propagace destinace

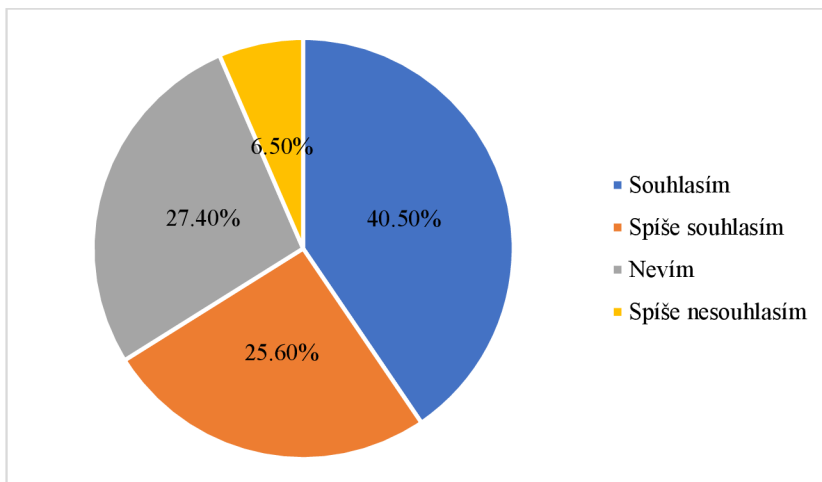
Z odpovědí vyplývá, že více jak polovina respondentů považuje propagaci destinace kladně, jelikož 68 osob (40,5 %) souhlasí s dobrou propagací a 43 osob (25,6 %) spíše souhlasí. Přibližně čtvrtina respondentů (27,4 %) nedokáže úroveň propagace posoudit a 11 osob (6,5 %) nesouhlasí s tím, že by Kutná Hora disponovala dobrou propagací.

Tabulka 19: Dobrá propagace destinace

	Absolutní počet	Relativní počet
Souhlasím	68	40,5 %
Spíše souhlasím	43	25,6 %
Nevím	46	27,4 %
Spíše nesouhlasím	11	6,5 %
Celkem	168	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 16: Dobrá propagace destinace



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 17: Požadavek na další atraktivitu či služby v destinaci

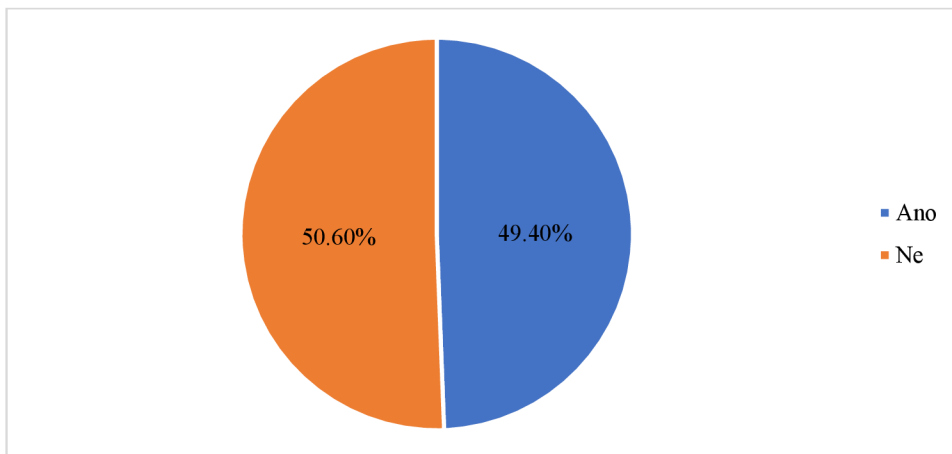
V této otázce respondenti uváděli, zda by v destinaci uvítali další atraktivitu či služby jako např. nová sportoviště, kulturní akce a jiné. Ze 168 respondentů jich 83 (49,4 %) uvedlo, že by v destinaci uvítali nové atraktivitu či služby a 85 (50,6 %) respondentů nemá žádné takové požadavky.

Tabulka 20: Požadavek na další atraktivitu či služby v destinaci

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	83	49,4 %
Ne	85	50,6 %
Celkem	168	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 17: Požadavek na další atraktivitu či služby v destinaci



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 18: Nové služby či atraktivity, které by návštěvníci uvítali

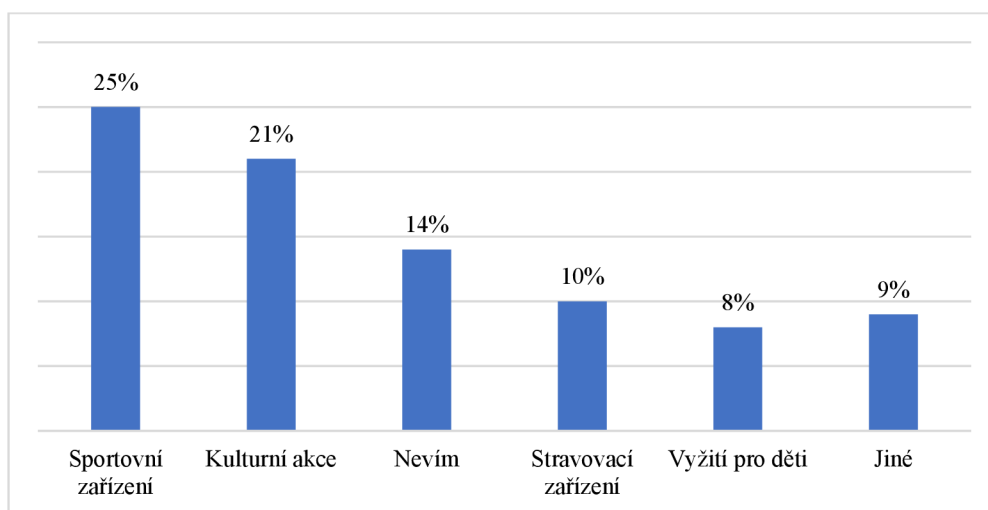
K otázce č. 18, která zjišťovala, jaké služby či atraktivity by konkrétně v destinaci uvítali, byla odkázána skupina 83 respondentů, kteří v předchozí otázce odpověděli kladně. Jednalo se zde o textovou odpověď, kde mohli vyjádřit svůj názor. Nejvíce by lidé v destinaci uvítali nová sportovní zařízení jako např. bazén či venkovní sportoviště (30,1 %). Dále následovaly kulturní akce, jako jsou koncerty či festivaly (25,3 %). Další skupina respondentů neměla žádný nový nápad (16,9 %). Někteří by uvítali nová stravovací zařízení (12,1 %) a vyžití pro děti jako např. herny pro děti, zábavní atrakce, dětská hřiště (9,6 %). Do skupiny jiných bylo zařazeno 10,8 % respondentů, kteří by v destinaci rádi měli více parkovacích míst, zoo, moderní ubytovací zařízení nebo více obchodů.

Tabulka 21: Nové služby či atraktivity, které by návštěvníci uvítali

	Absolutní počet	Relativní počet
Sportovní zařízení (bazén, atrakce, golf)	25	30,1 %
Kulturní akce	21	25,3 %
Nevím	14	16,9 %
Stravovací zařízení	10	12,1 %
Vyžití pro děti	8	9,6 %
Jiné	9	10,8 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 18: Nové služby či atraktivity, které by návštěvníci uvítali



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 19: Klady a zápory návštěvníků na destinaci

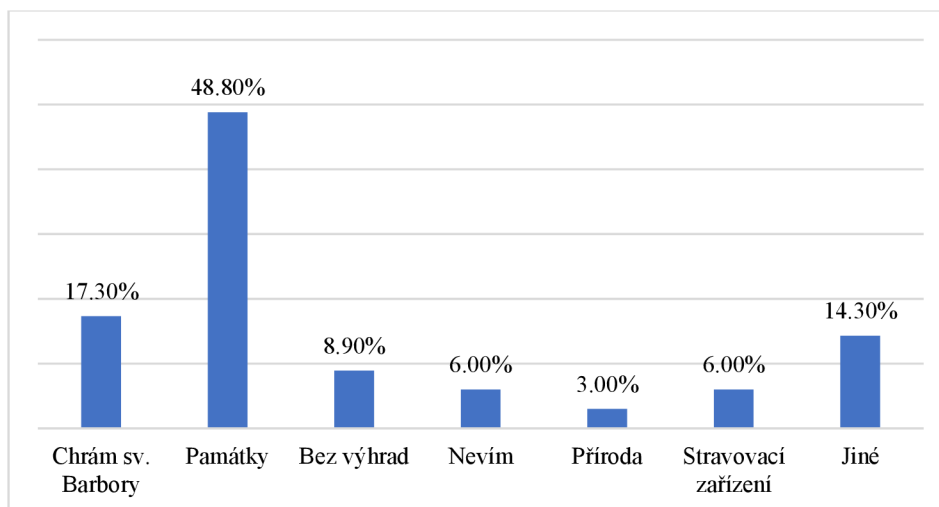
U této otázky mohli respondenti vyjádřit svůj názor pomocí textové odpovědi. Nejvíce ohlasů získaly památky obecně (48,8 %), dále se jim konkrétně z památek nejvíce líbil Chrám sv. Barbory (17,3 %). Do skupiny jiné se řadí 14,3 % respondentů, kteří k destinaci měli kladné i záporné připomínky jako např. odpadky na zemi, bobová dráha či celkový dojem z destinace. Nadále bylo 8,9 % respondentů bez výhrad, byli v destinaci se vším spokojeni. Shodně počet respondentů odpověděl, že již neví, co se jim líbilo a nelíbilo v Kutné Hoře, a zároveň 6 % zvolilo stravovací zařízení, avšak 8 osob bylo se stravováním spokojeno, dvě osoby měly k němu výhrady. Pouze v pěti případech (3 %) byla v pozitivním smyslu zvolena příroda.

Tabulka 22: Klady a zápory návštěvníků na destinaci

	Absolutní počet	Relativní počet
Chrám sv. Barbory	29	17,3 %
Památky	82	48,8 %
Bez výhrad – se vším spokojení	15	8,9 %
Nevím	10	6,0 %
Příroda	5	3,0 %
Stravovací zařízení	10	6,0 %
Jiné	24	14,3 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 19: Klady a zápory návštěvníků na destinaci



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 20: Povědomí, že se destinace nachází na Seznamu UNESCO

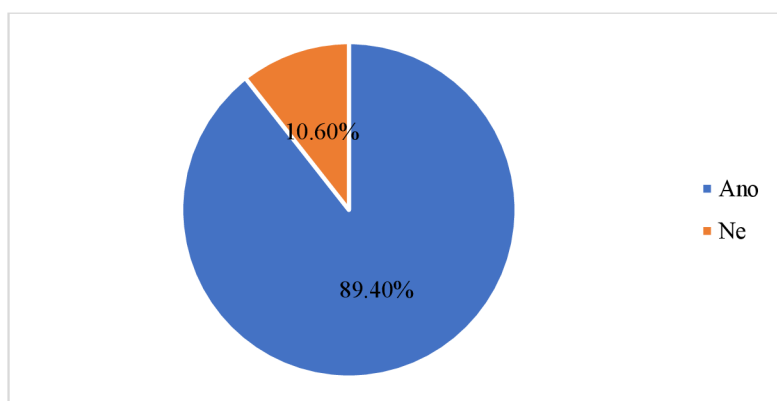
V této otázce bylo zjišťováno, zda respondenti mají ponětí, že byla Kutná Hora zapsána na Seznam UNESCO. Sem byli přeměřováni všichni respondenti kromě skupiny 11 osob, kteří uvedli, že v destinaci žijí. Celkem zde tedy odpovídalo 217 osob. Převážná většina (89,4 %) o této informaci ví a 10,6 % uvedlo, že tuto znalost nemají.

Tabulka 23: Povědomí, že se destinace nachází na seznamu UNESCO

	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	194	89,4 %
Ne	23	10,6 %
Celkem	217	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Graf 20: Povědomí, že se destinace nachází na seznamu UNESCO

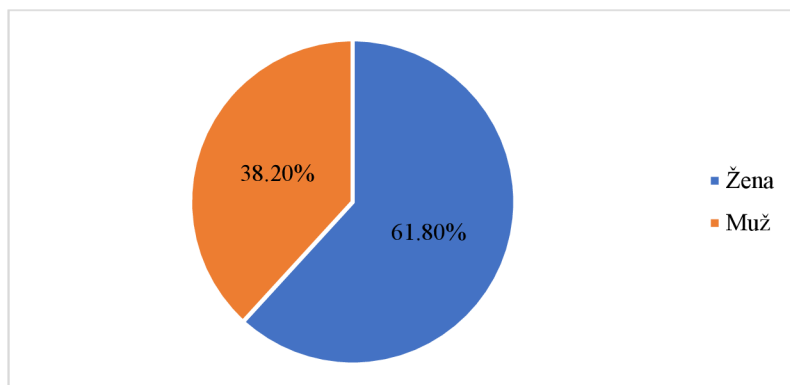


Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 21: Pohlaví

Celkem se dotazníkové šetření zúčastnilo 228 osob, z toho 141 (61,8 %) bylo žen a 87 mužů (38,2 %).

Graf 21: Pohlaví

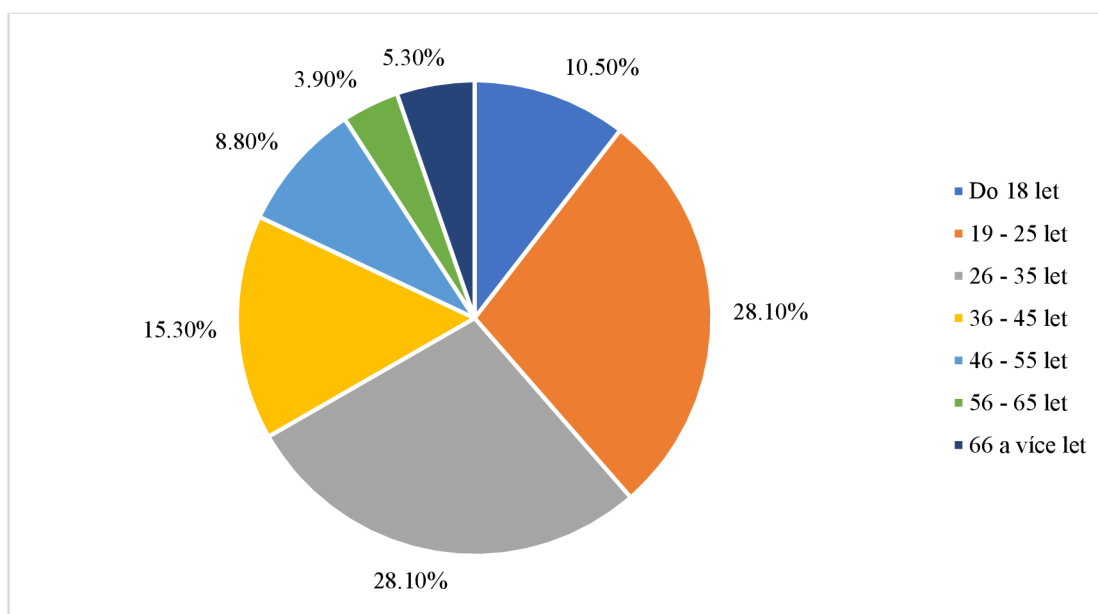


Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 22: Věk respondentů

Dvě nejpočetnější skupiny, které se zúčastnily dotazníkového šetření, byly osoby ve věku 19 – 25 let a 26 – 35 let. Obě skupiny shodně čítaly 64 osob (28,1 %). Třetí největší skupina obsahující 35 respondentů (15,3 %) se týkala lidí ve věkovém rozmezí 36 – 45 let. Dále bylo 24 respondentů (10,5 %) do 18 let a 20 odpovídajících (8,8 %) ve věku 46 – 55 let. Celkem 12 respondentů (5,3 %) bylo starších 66 let. Nejméně početnou skupinou byli lidé v rozmezí 56 – 65 let, kterých se zapojilo celkem 9 (3,9 %).

Graf 22: Věk respondentů

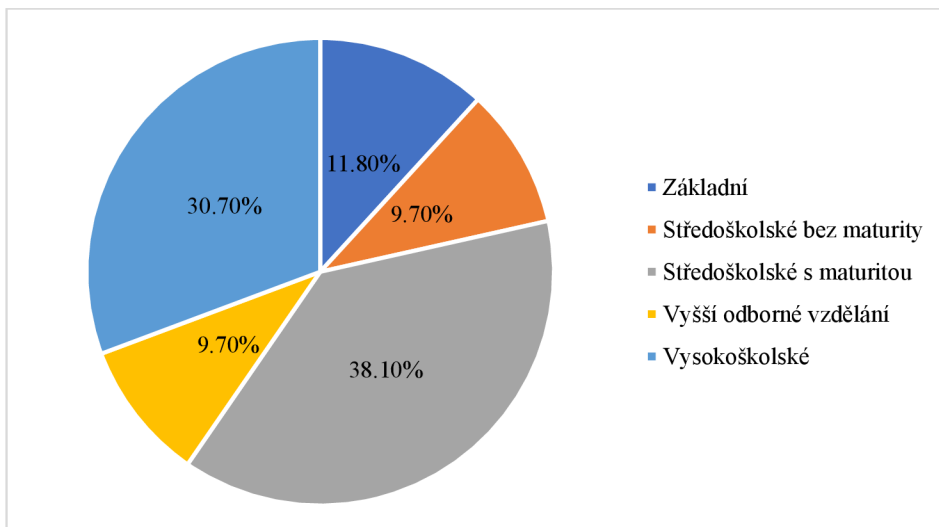


Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 23: Dosažené vzdělání

Dotazníkového šetření se nejvíce zúčastnili respondenti, kteří dosáhli středoškolského vzdělání s maturitou, týká se to celkem 87 osob (38,1 %). Dále 70 osob (30,7 %) spadá do kategorie s vysokoškolským vzděláním a 27 osob (11,8 %) má základní vzdělání. Nejméně početnými skupinami, které shodně čítají 22 osob (9,7 %) byli respondenti s vyšším odborným vzděláním a středoškolským bez maturity.

Graf 23: Dosažené vzdělání

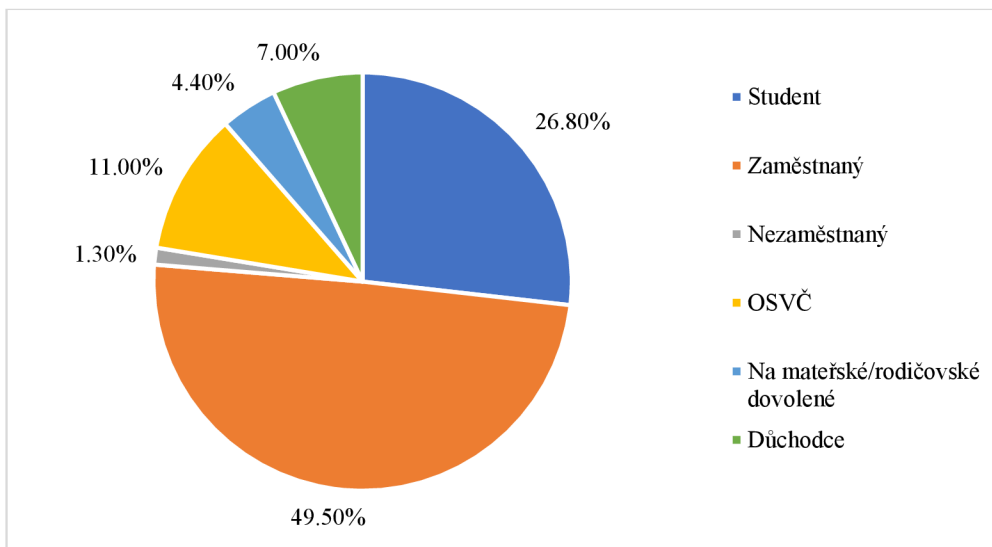


Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 24: Zaměstnání respondentů

Téměř polovina (49,5 %) zúčastněných respondentů je zaměstnaných. Druhou největší skupinu čítající 61 osob (26,8 %) vytvořili studenti. Dále se na dotazníkovém šetření podílelo 25 osob samostatně výdělečně činných (11 %), 16 osob v důchodu (7 %), 10 osob (4,4 %) na mateřské/rodičovské dovolené a pouze 3 respondenti (1,3 %) jsou bez zaměstnání.

Graf 24: Zaměstnání respondentů

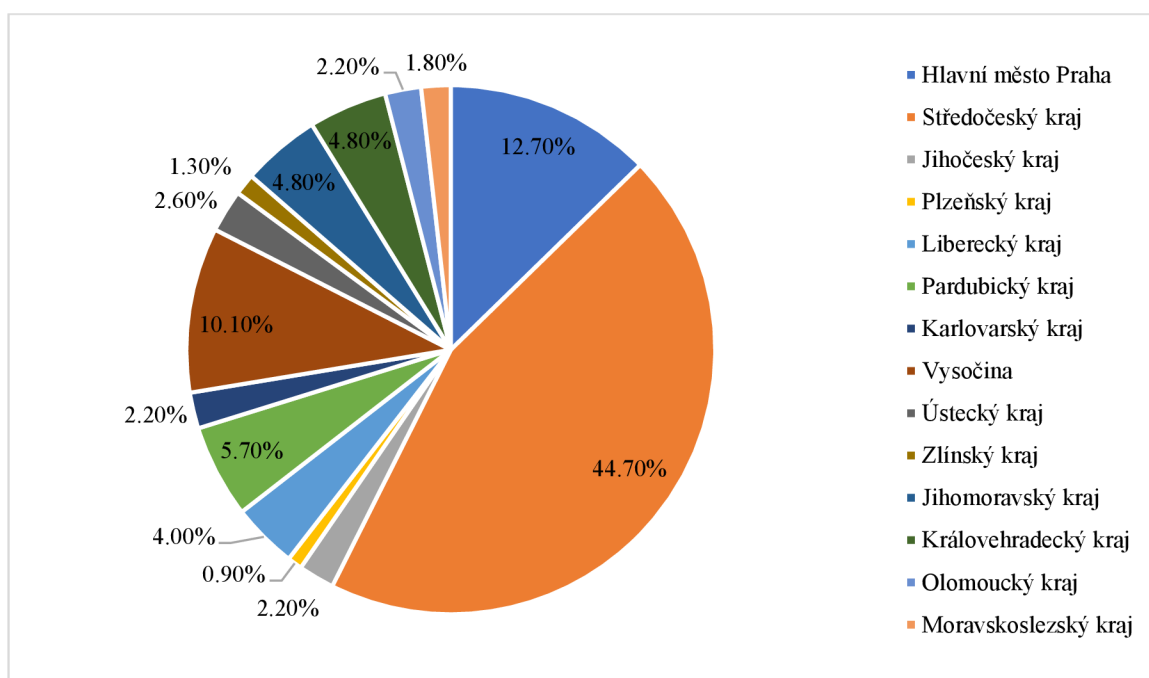


Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

Otázka č. 25: Bydliště respondentů

Největší počet respondentů pochází ze Středočeského kraje (44,7 %). S velkým početním rozdílem od Středočeského kraje se dále umístili hlavní město Praha (12,7 %), Vysočina (10,1 %) a Pardubický kraj (5,7 %). Shodný počet respondentů pocházel z Jihomoravského a Královéhradeckého kraje (4,8 %). Dále několik jednotek respondentů bylo z Libereckého kraje (4 %), Ústeckého kraje (2,6 %), Olomouckého, Jihočeského a Karlovarského kraje (2,2 %), Moravskoslezského kraje (1,8 %), Zlínského kraje (1,3 %) a Plzeňského kraje (0,9 %).

Graf 25: Bydliště respondentů



Zdroj: Vlastní výzkum, 2022

4.4 Ukazatele intenzity cestovního ruchu

Pro zjištění intenzity cestovního ruchu v Kutné Hoře byly využity následující ukazatele. Hodnoty pro výpočet těchto ukazatelů byly získány z ČSÚ.

Míra hustoty výskytu turistů

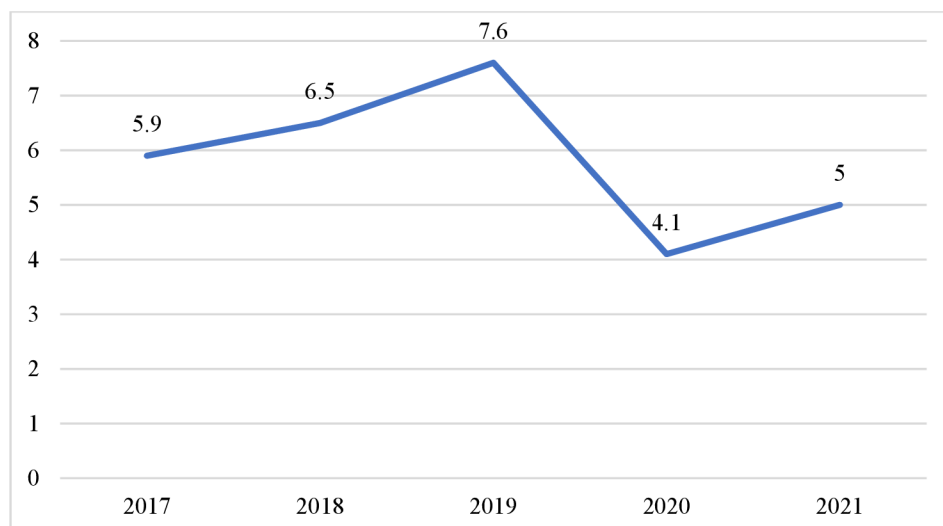
Míra hustoty výskytu turistů udává, kolik turistů se nachází v destinaci na 1 km². Nejvíce turistů na 1 km² destinace zaznamenala v roce 2019 (7,6) a naopak nejméně v roce 2020 (4,1). Zde je vidět, že po propadu v roce 2020 jde křivka opět nahoru.

Tabulka 24: Míra hustoty výskytu turistů

	2017	2018	2019	2020	2021
Míra hustoty výskytu turistů	5,9	6,5	7,6	4,1	5,0

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Graf 26: Míra hustoty výskytu turistů



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Míra turistické penetrace

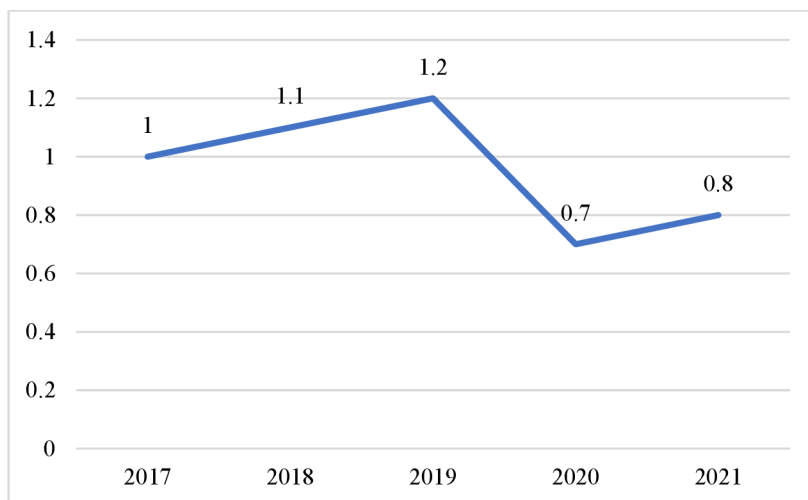
Míra turistické penetrace vyjadřuje, kolik turistů se v destinaci vyskytuje na 100 obyvatel v rámci jednoho dne. Nejvyšší míry turistické penetrace destinace dosáhla v roce 2019, kdy v Kutné Hoře bylo 1,2 turisty na 100 obyvatel destinace.

Tabulka 25: Míra turistické penetrace

	2017	2018	2019	2020	2021
Míra turistické penetrace	1,0	1,1	1,2	0,7	0,8

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Graf 27: Míra turistické penetrace



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Míra turistické intenzity

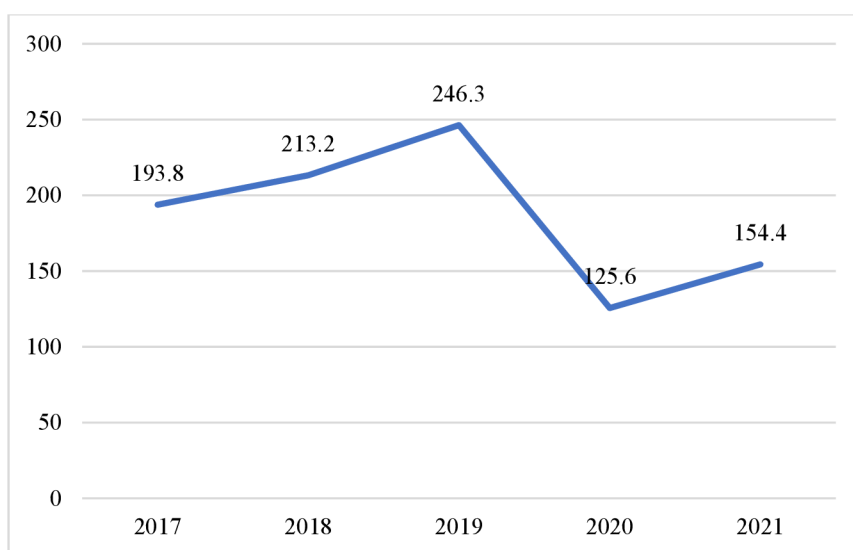
Nejvyšší míra turistické intenzity v Kutné Hoře byla v roce 2019. Dle grafu je vidět, že míra turistické intenzity v destinaci od roku 2017 do roku 2019 stoupala. V roce 2020 se hodnota ustálila na 125,6 a v roce 2021 hodnota dosahovala 154,4.

Tabulka 26: Míra turistické intenzity

	2017	2018	2019	2020	2021
Míra turistické intenzity	193,8	213,2	246,3	125,6	154,4

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Graf 28: Míra turistické intenzity



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Defertova turistická funkce

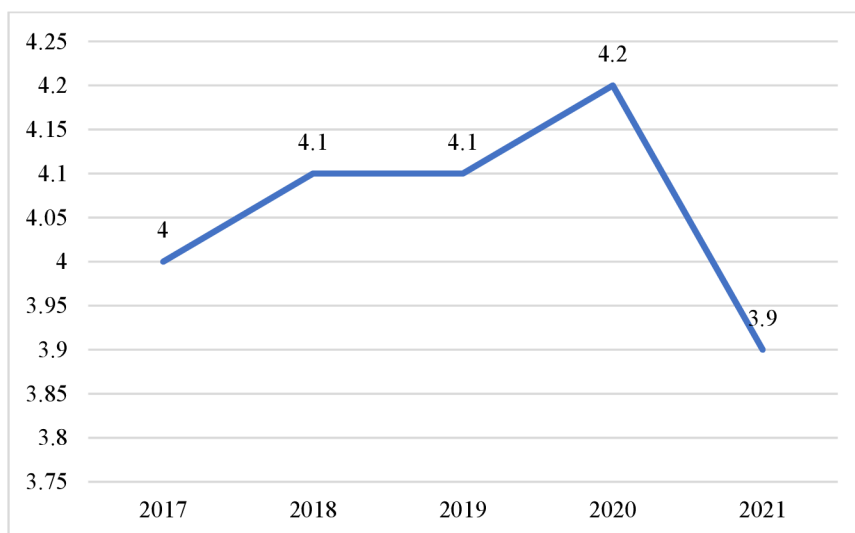
Hodnoty Defertovy funkce se pohybovaly v rozmezí od 3,9 do 4,2. Nejnižší hodnota 3,9 se dle výpočtů objevila v roce 2021 a nejvyšší 4,2 v roce 2020, viz tabulka č. 29. Do roku 2020 byl vidět rostoucí průběh, který byl v roce 2021 zastaven propadem pod hodnotu z roku 2017.

Tabulka 27: Defertova funkce

	2017	2018	2019	2020	2021
Defertova funkce	4,0	4,1	4,1	4,2	3,9

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Graf 29: Defertova funkce



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Index turistického zatížení území

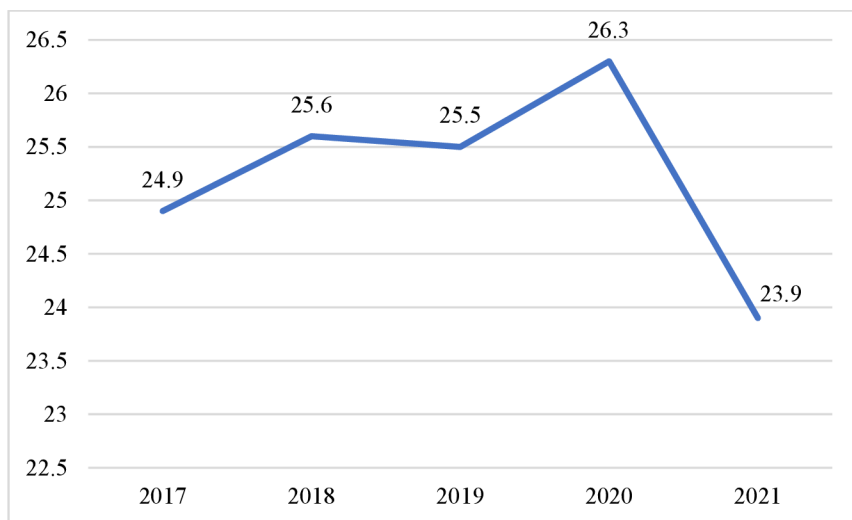
Index turistického zatížení území udává hodnoty, které vypovídají o míře zatížení daného území turismem. Výsledné hodnoty indexu turistického zatížení území se pohybují v rozmezí 23,9 – 26,3 lůžek na 1 km².

Tabulka 28: Index turistického zatížení území

	2017	2018	2019	2020	2021
Index turistického zatížení území	24,9	25,6	25,5	26,3	23,9

Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Graf 30: Index turistického zatížení území



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

5 Výsledky a diskuse

5.1 Zhodnocení výsledků

Dle provedené analýzy jednotlivých složek potenciálu cestovního ruchu a jejich zařazení do kladných stupňů byl vyhodnocen celkový potenciál destinace. Destinace byla ohodnocena celkem 159 body, tudíž se řadí do zóny s velmi vysokým potenciálem. Do této zóny se dostala především díky kulturně-historickým předpokladům, které jsou v destinaci na vysoké úrovni. Nejvíce bodů bylo přiděleno kulturně historickým památkám a souborům, neboť se dané území nachází na Seznamu UNESCO. Dá se tedy zhodnotit, že z hlediska turismu jsou pro zkoumanou destinaci stěžejní již zmiňované historické památky.

Dále bylo provedeno dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo celkem 228 respondentů. Respondentům bylo položeno celkem 25 otázek. Z výsledků první otázky vyplývá, že povědomí o destinaci není vůbec nízké, jelikož více než třičtvrtě respondentů destinaci již navštívilo a nejčastějším důvodem jejich příjezdu byla návštěva památek. Jelikož se Kutná Hora jako historické město nachází v UNESCO, nebyl výsledek nikterak překvapující a tento důvod návštěvy se dal předpokládat. Navíc 76,8 % osob uvedlo, že destinaci navštívili opakovaně. Respondenti, kteří navštívili Kutnou Horu pouze jednou, by se v 74,4 % případech znovu do destinace rádi podívali, což může značit spokojenost návštěvníků s tímto územím. Pozitivním zjištěním bylo, že více než polovina, přesněji 67,3 % osob, které do destinace nikdy dříve nezavítaly, uvažují o její návštěvě. Motivací k jejich návštěvě jsou pro ně právě výše uvedené kulturní památky, pro které bylo hlasováno ve velkém procentu (78,8 %). Pokud by měli využít ubytovacího zařízení, volili by nejvíce hotel a penzion. Dále bylo zjišťováno, proč někteří nikdy destinaci nenavštívili a ani to do budoucna nemají v plánu. Dvěma nejvíce zmiňovanými důvody byly velká vzdálenost od místa bydliště a také návštěva pouze zahraničních destinací. Informačními zdroji pro respondenty byly ve většině případů rodina a přátelé (34,1 %), a také internet (29 %). Mínusem pro destinaci je určitě délka pobytu respondentů, jelikož návštěvníci se v destinaci nezdrží na více dní. Více než třičtvrtě dotazovaných (78 %) uvedlo, že v destinaci strávilo pouze jeden den bez přenocování. Ze studie návštěvnosti města, která byla vyhotovena v roce 2019, se potvrzuje, že v destinaci převládají jednodenní

návštěvníci (mu.kutnahora.cz, 2022). Toto se týká také skupin návštěvníků, které dojedou do Kutné Hory autobusem nebo vlakem a večer se vrací do výchozího ubytování. Další otázka zjišťovala, jaký typ ubytovacího zařízení preferovali v případě, že v destinaci setrvali více než jednu noc. Výsledky byly trochu překvapující, neboť hotely a penziony nebyly respondenty moc využívány, naopak nejvíce jimi bylo preferováno soukromé ubytování (13,1 %). Tento výsledek by tedy mohl zaprvé svědčit o problému s nepostačující nabídkou ubytovacích zařízení, které by disponovali odpovídajícím vybavením a službami. Nebo je tu druhá možnost příčiny nevyužití ubytovacích kapacit a to taková, že návštěvník město prohlédne během jediného dne díky umístění památek blízko sebe. A tak s tímto trendem jde ruku v ruce ubývání možností ubytování, protože v těchto případech, kdy návštěvník přijede do města a večer opět odjede, dochází k nenaplnění ubytovacích kapacit a následně zavírání provozoven ubytování. Velmi vysoké procento lidí (84,5 %) se do destinace dopraví osobním automobilem, to je dáno především velkou vzdáleností vlakového nádraží od centra města. Návštěvník musí z hlavního vlakového nádraží dojet buď veřejnou autobusovou dopravou do centra, nebo se musí k centru přiblížit dalším vlakem na místní nádraží, odkud musí ještě značný kus cesty přes město. Proto je výhodnější se do města dopravit po vlastní ose. Dále respondenti dávají přednost v 76,8 % místním stravovacím zařízením. Tento výsledek nejspíš právě souvisí s dobou setrvání v destinaci. Jelikož se většinou jedná o jednodenní návštěvy a turisté nevyužívají místní ubytování, dochází tím k většímu vytížení samostatných stravovacích zařízení. Také vyhlášenost místních stravovacích zařízení v některých případech jde do dálky přes region. Téměř 100 % respondentů odpovědělo (96,4 %), že Kutná Hora je vnímána jako zajímavá destinace a z výsledků dotazníků je zřejmé, že propagace města je vnímána vcelku dobře. Kutná Hora se objevila mimo jiné v kampani Českých drah, která měla za cíl podpořit domácí turistiku. Z dalších otázek nám vyplývá, že by město mělo mírně oživit atraktivitu města, aby si zachovalo stále co nejvíce návštěvníků. V odpovědích respondentů se ve výrazné většině objevují odpovědi, že by se atraktivita měla podpořit sportovními aktivitami, např. rekonstrukce bazénu a výstavba nových venkovních sportovišť. Destinaci si respondenti oblíbili zejména kvůli historickým památkám a konkrétně Chrámu svaté Barbory, což se také projevilo mezi odpověďmi nejvíce. Dále kladně byla hodnocena

bobová dráha, stravovací zařízení a celkový dojem destinace. Našlo se pár jedinců, kteří měli výhrady ke stravovacím zařízením a k čistotě města. Celkové povědomí o tom, že Kutná Hora je zapsána v UNESCO, je velmi dobré, jelikož 89,4 % dotazovaných touto znalostí disponuje. To, že Kutná Hora spadá pod památky UNESCO a tato informace je známá široké veřejnosti, nejspíše vyplývá ze skutečnosti, že Kutná Hora je na seznamu UNESCO již od roku 1995. Z toho lze usuzovat, že čím déle je památka na seznamu UNESCO, tím víc je tato skutečnost známa. Přeci jen o nově zahrnutý nebo v nedávné době přidaných památek do UNESCO není takové povědomí a informovanost v široké veřejnosti.

V rámci ukazatelů intenzity cestovního ruchu byla zkoumána míra hustoty výskytu turistů, ze které vychází, že se v destinaci pohybovalo okolo 4 až 8 turistů na 1 km². Dále z výsledků ukazatelů vychází, že se v destinaci pohybuje přibližně 1 turista na 100 obyvatel za den a za rok se tam nachází v rozmezí 125 až 247 turistů. Ve zkoumaném období se počet lůžek na 1 km² pohyboval přibližně mezi 23 až 27 lůžky na 1 km².

5.2 Doporučení

Tato kapitola je věnována navrhnutým doporučením, které by vedly ke zvýšení návštěvnosti destinace.

Incentivní turistika

V posledních letech zájem o incentivní turistiku mezi firmami neustále roste. Z různých analýz je známo, že účastníci této turistiky v dané oblasti utratí až 3x více oproti běžnému turistovi. Pokud by se destinace více zaměřila na organizaci vícedenních MICE akcí, jednalo by se o další podstatný zdroj příjmu do městského rozpočtu a do rozpočtu organizací, pod které památky spadají. Toto zaměření by také přineslo větší příliv turistů do destinace, zajistilo by nové pracovní příležitosti pro obyvatelstvo, došlo by k podpoře místních podnikatelů a především by ve městě turisté zůstávali delší dobu než jeden den. Určitě by se tedy destinace ve vlastním zájmu měla zaměřit na toto odvětví cestovního ruchu a věnovat mu dlouhodobější podporu. Pro tento účel Kutná Hora disponuje vhodnými prostory, daly by se využít např. hotel Opat, hotel Mědínek, hotel U Kata či GASK.

Doprava

Většina historického centra se v Kutné Hoře nachází mimo hlavní vlakovou zastávku. Proto je důležité mít kvalitní spojení mezi lokacemi Kutná Hora hlavní nádraží – Kutná Hora Sedlec – střed města, jelikož značná část návštěvníků se dopravuje do destinace vlakem. Z dotazníku vyšlo, že převážná část návštěvníků navštíví destinaci vlastním automobilem. Bylo by tedy na místě, aby se počítalo s dostatečnou parkovací kapacitou pro tyto návštěvníky. Vhodným způsobem by se jevilo ve městě rozšířit možnosti parkování, například parkovacími domy na okraji města nebo poblíž sídliště. Toto parkoviště však musí mít dobrou návaznost a dostupnost na hromadnou městskou dopravu. Tím bychom i zamezili vysokému pohybu vozů v historickém centru.

Turistická karta

Pro zvýšení návštěvnosti památek a prodloužení pobytu by mohla sloužit karta za zvýhodněnou cenu, kterou by si turisté mohli zakoupit v TIC. Další možnost získání této karty by byla při zakoupení ubytování v destinaci, kdy by platila sleva na její nákup například 10 %. Karta by mohla obsahovat souhrn vstupů do určitých památkových objektů. Je možné některé památky do turistické karty vůbec nezahrnovat. Takto by se turistická karta dala dělit i na různé kategorie, kdy jednou z kategorií by byl různý počet památek, kdy by bylo možné navštívit například 3, 4 nebo i 5 památek, dle vlastního výběru návštěvníka nebo po balíčku určitých, již předem daných památek. Turistická karta by mohla být také dělena na základě ceny, která by se odvíjela od věkové hranice. Jednalo by se tak například o studentské, skupinové či rodinné vstupné.

Kulturní akce

Problémem Kutné Hory je fakt, že turisté přijíždí pouze na jeden den a nedaří se je udržet na delší čas. V tomto případě by bylo zapotřebí oživit a podpořit již zavedené kulturní a hudební akce. Dále by bylo možné rozšířit portfolio vícedenních akcí, jako je Operní týden, nebo kutnohorské stříbření, které z důvodu Covidu nebylo již několik let pořádáno. Dále by v tomto ohledu bylo možné využít na vícedenní akce nebo sportovní akce i novou sportovní halu Na Klimešce.

6 Závěr

Cestovní ruch jako velmi vlivné ekonomické odvětví bezesporu přispívá k celkovému rozvoji nejen regionů, ale celých států. V rámci ekonomiky výrazně působí na zvyšování zaměstnanosti, platební bilanci státu a státního rozpočtu. Cestování čím dál více nabývá na svém významu a je podstatným znakem současné moderní společnosti.

Díky historickému jádru Kutné Hory, chrámu sv. Barbory a katedrály Nanebevzetí Panny Marie v Sedlci, které se nachází na Seznamu UNESCO, se jedná se o známou destinaci, která je turisty hojně navštěvovaná. Svým návštěvníkům nabízí mnoho atraktivních míst, historických staveb a kulturních akcí. Na základě Bínovy metody ohodnocení lokalizačních podmínek bylo zjištěno, že destinace spadá do zóny s velmi vysokým potenciálem.

Dále následovalo dotazníkové šetření, ze kterého se potvrdilo, že se jedná o velmi známou oblast, do které se turisté opakovaně a s oblibou vrací. Nejčastěji využívaným dopravním prostředkem byl automobil. Zajímavým zjištěním bylo, že respondenti, kteří teprve plánují destinaci navštívit, by zvolili pro přenocování hotel či penzion. Naopak návštěvníci, kteří již Kutnou Horu navštívili, volili pro svůj pobyt především soukromé ubytování. Pozitivním zjištěním bylo, že převážná většina disponuje znalostí o zařazení městské památkové rezervace Kutné Hory do UNESCO. Nejvýznamnější atraktivitou v destinaci je bezpochyby chrám sv. Barbory, načež toto tvrzení je také podloženo odpověďmi z provedeného výzkumu. Největším nedostatkem, se kterým se destinace musí vypořádat, je snaha udržet si návštěvníky na více než jeden den. V tomto případě je třeba, aby učinila vhodné kroky. Zlepšení by mohlo nastat po větší podpoře rozvoje incentivního CR, jelikož oblast disponuje vhodnými prostory. Nadále k prodloužení pobytu postrádá dostatečné množství vícedenních kulturně-společenských akcí.

Z ukazatelů intenzity cestovního ruchu bylo zjištěno, že se v destinaci na 1 km² nachází v rozmezí 4 – 8 turistů. Dále bylo vypočteno, že za den se v destinaci pohybuje 1 turista a za rok až 247 turistů na 100 obyvatel. Co se týče počtu lůžek, z indexu turistického zatížení území bylo zjištěno, že se v destinaci nachází až 27 lůžek na 1 km².

7 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

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

BHATIA, Arjun Kumar. *International Tourism Management. Revised Edition*. Sterling Publishers Pvt, 2006. ISBN 978-8120724129.

GÚČIK, Marian. *Cestovný ruch: úvod do štúdia*. Banská Bystrica: DALI-BB, 2010. ISBN 978-80-89090-80-8.

HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HRALA, Václav. *Geografie cestovního ruchu*. 6. Praha: Idea Servis, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu* [online]. Praha: Grada, 2013 [cit. 2022-07-16]. ISBN 978-80-247-4603-6.

LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

PAGE, Stephen J. *Tourism Management*. 5th Edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 9781138784574.

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

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

PŮTOVÁ, Barbora. Antropologie turismu. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4354-0.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. Management kvality služeb v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.

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

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

Internetové zdroje

Breuerovy sady. Turistická mapa.cz [online]. [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://turistickamapa.cz/breuerovy-sady/>

Čížkova skála - lom Práchovna (Kutná Hora). FraJa SW [online]. 2018 [cit. 2022-10-23]. Dostupné z: https://www.frajasw.cz/domains/frajasw.cz/ml_kh_cizkova_skala.html

Historie Dačického domu. Dačického dům v Kutné Hoře [online]. Kutná Hora, 2020 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <http://www.dacickehodum.cz/cs/historie-dacickeho-domu/>

Historie města. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/historie-mesta>

Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky [online]. 5. 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://1url.cz/KrdEo>

Hrádek - České muzeum stříbra a středověký důl. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-10-20]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/hradek-ceske-muzeum-stibra-a-stredoveky-dul>

Hřbitovní kostel Všech Svatých s kostnicí. Církevní turistika [online]. 2019 [cit. 2022-10-26]. Dostupné z: <https://www.cirkevnuturistika.cz/zajimavosti/hrbitovni-kostel-vsech-svatych-s-kostnici?lang=cs#>

Chrám sv. Barbory Kutná Hora – gotická památka UNESCO. Kudy z nudy [online]. 2021 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/chram-sv-barbory-v-kutne-hore>

Jaroslav Vrchlický - Královská procházka. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-10-23]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/jaroslav-vrchlicky-kralovska-prochazka>

Kamenná kašna. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-11-02]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/kamenna-kasna>

Kamenná kašna. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/kamenna-kasna>

Kaňk (přírodní památka). Turistik.cz [online]. 2019 [cit. 2022-10-22]. Dostupné z: <https://www.turistik.cz/cz/kraje/stredocesky-kraj/okres-kutna-hora/kutna-hora/kank-prirodni-pamatka/>

Katedrála Nanebevzetí Panny Marie. Kultura.cz [online]. 2021 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: <http://www.kultura.cz/profile/15051-katedrala-nanebevzeti-panny-marie>

Kostel sv. Jakuba v Kutné Hoře. Kudy z nudy [online]. 2021 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/kostel-sv-jakuba-v-kutne-hore>

Kostel sv. Jakuba v Kutné Hoře. In: Turistickámapa.cz [online]. 2020 [cit. 2022-11-10]. Dostupné z: <https://turistickamapa.cz/kostel-sv-jakuba-v-kutne-hore/>

Královské stříbření Kutné Hory 2023. Kudy z nudy [online]. 2022 [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/akce/kralovske-stribreni-kutne-hory-2012>

Kutná Hora - prohlídka města. České dědictví UNESCO [online]. 2020 [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://www.unesco-czech.cz/kutna-hora/prohlidka-mesta/>

Kutná Hora. Místopisný průvodce po České republice [online]. 2022 [cit. 2022-09-25]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/8451/kutna-hora/>

Kutná Hora. Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska [online]. Praha: Public4u, 2020 [cit. 2022-07-09]. Dostupné z: <https://www.historickasidla.cz/dr-cs/197-kutna-hora.html>

Kutnohorská piva. Měšťanský pivovar v Kutné Hoře [online]. 2020 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://pivokutnahora.cz/nase-pivo>

LICHTAG, David. Vernisáž nových výstav v GASK. In: Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2022 [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.kutnahora.cz/calendar/vernisaz-vystav>

Lokální výrobci a tvůrci. Hora Žije [online]. 2020 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://horazije.cz/lokalni-vyrobci-a-tvurci/>

Morový sloup. Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2016 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/morovy-sloup>

Muzea. Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2016 [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/muzea>

Muzeum českého venkova – zámek Kačina. Národní zemědělské muzeum [online]. 2022 [cit. 2022-11-10]. Dostupné z: <https://www.nzm.cz/muzeum-ceskeho-venkova-zamek-kacina/navstivte-nas>

Naučná stezka po stopách dolování. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-10-23]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/naucna-stezka-po-stopach-dolovani-stibrna-stezka-jizni-a>

Naučná stezka Údolím Vrchlice. Stezky.info [online]. 2012 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://www.stezky.info/naucne-stezky-stredni-cechy/ns-udolim-vrchlice.htm>

Návštěvnost města Kutná Hora v roce 2018. Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2019 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <https://1url.cz/KrdEN>

Noční prohlídka sedlecké kostnice. Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2022 [cit. 2022-11-15]. Dostupné z: <https://www.kutnahora.cz/calendar/nocni-prohlidka-sedlecke-kostnice-12>

ORP Kutná Hora. Anzdoc [online]. 2010 [cit. 2022-10-18]. Dostupné z: <https://adoc.pub/orp-beneov-stedoesky-kraj.html>

O chrámu. Chrám svaté Barbory [online]. 2021 [cit. 2022-11-11]. Dostupné z: <https://chramsvatebarbory.cz/o-chramu/>

O zámku. Zámek Zruč nad Sázavou [online]. 2022 [cit. 2022-11-13]. Dostupné z: <https://www.zamek-zruc.cz/o-zamku>

Rataje nad Sázavou – Hrad Pirkštejn. Kudy z nudy [online]. 2020 [cit. 2022-10-30]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita/hrad-pirkstejn>

Stálá interaktivní expozice. Dačického dům v Kutné Hoře [online]. Kutná Hora, 2020 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z: <http://www.dacickehodum.cz/cs/stala-expozice/>

Symboly města. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-11-06]. Dostupné z: https://mu.kutnahora.cz/file/8168_1_1/download/

The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity [online]. 2010 [cit. 2022-07-30]. ISSN 2192-7405.

Top akce 2022. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2022 [cit. 2022-11-08]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/tradicioni-akce>

Územně analytické podklady: ORP Kutná Hora. Kutnahora.cz [online]. 2020 [cit. 2022-10-11]. Dostupné z: https://www.kutnahora.cz/file/8033_1_1/download/

VALENTOVÁ, Tereza. Kutná Hora: GASK - Galerie Středočeského kraje v Jezuitské koleji. ANZDOC [online]. Průvodcovská služba Kutná Hora, 2020 [cit. 2022-10-29]. Dostupné z: <https://1url.cz/3rdE2>

Veřejná databáze. Český statistický úřad [online]. 2022 [cit. 2022-10-12]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/>

Vinařská cyklotrasa. Kutná Hora - městský informační portál [online]. 2016 [cit. 2022-10-23]. Dostupné z: <https://destinace.kutnahora.cz/d/vinarska-naucna-cyklotrasa>

Vinné sklepy Kutná Hora - ochutnávkový stánek na vinici. Kutná Hora - městský informační portál [online]. Kutná Hora, 2016 [cit. 2022-11-07]. Dostupné z:

https://destinace.kutnahora.cz/modules/catalog/index.php?h=product&a=detail&id_product=1110

Vlašský dvůr v Kutné Hoře – nahlédněte do královské mincovny. Kudy z nudy [online]. 2021 [cit. 2022-10-28]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/vlassky-dvur-v-kutne-hore>

VOTOUPALOVÁ, Alena. Speciální druhy cestovního ruchu [online]. 2019 [cit. 2022-11-01]. ISBN 978-80-88418-30-6. Dostupné z: <https://1url.cz/BrdEq>

XIII. ročník Veteran Rallye Kutná Hora. Kudy z nudy [online]. 2022 [cit. 2022-10-07]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/akce/vi-veteran-rallye-kutna-hora-srpnove-hodovani>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Znak města Kutná Hora	27
Obrázek 2: Mapa ORP Kutná Hora	28
Obrázek 3: Chrám sv. Barbory	78
Obrázek 4: Vlašský dvůr.....	78
Obrázek 5: Kamenná kašna	79
Obrázek 6: Breüerovy sady.....	79
Obrázek 7: Reliéf Jaroslava Vrchlického	80
Obrázek 8: Sousoší světců	80
Obrázek 9: GASK.....	81
Obrázek 10: Kostnice Sedlec.....	81
Obrázek 11: Kostel sv. Jakuba.....	81

Seznam tabulek

Tabulka 1: Dělení selektivních předpokladů	24
Tabulka 2: Bodové hodnocení složek potenciálu cestovního ruchu.....	25
Tabulka 3: Zhodnocení složek potenciálu cestovního ruchu v destinaci.....	34
Tabulka 4: Návštěva destinace	34
Tabulka 5: Úvaha o navštívení destinace	35
Tabulka 6: Důvody nenavštívení destinace	36
Tabulka 7: Motivace pro navštívení Kutné Hory	37
Tabulka 8: Preference ubytovacího zařízení.....	38
Tabulka 9: Důvod návštěvy destinace	39
Tabulka 10: Způsob zjištění informací o destinaci.....	40
Tabulka 11: Četnost návštěv.....	41
Tabulka 12: Úvaha o opětovném navštívení destinace.....	41
Tabulka 13: Důvody k opětovnému navštívení oblastí	42
Tabulka 14: Délka pobytu v destinaci	43
Tabulka 15: Preferovaný typ ubytovacího zařízení	44
Tabulka 16: Způsob dopravy do destinace	45
Tabulka 17: Způsob stravování v destinaci	46
Tabulka 18: Vnímání Kutné Hory jako zajímavé destinace.....	47
Tabulka 19: Dobrá propagace destinace.....	48
Tabulka 20: Požadavek na další atraktivity či služby v destinaci.....	49
Tabulka 21: Nové služby či atraktivity, které by návštěvníci uvítali	50
Tabulka 22: Klady a zápory návštěvníků na destinaci	51
Tabulka 23: Povědomí, že se destinace nachází na seznamu UNESCO	52
Tabulka 29: Míra hustoty výskytu turistů.....	56
Tabulka 30: Míra turistické penetrace	56
Tabulka 31: Míra turistické intenzity.....	57
Tabulka 32: Defertova funkce	58
Tabulka 33: Index turistického zatížení území	58

Seznam grafů

Graf 1: Návštěva destinace	35
Graf 2: Úvaha o navštívení destinace	35

Graf 3: Důvody nenavštívení destinace	36
Graf 4: Motivace pro navštívení Kutné Hory	37
Graf 5: Preference ubytovacího zařízení	38
Graf 6: Důvod návštěvy destinace	39
Graf 7: Způsob zjištění informací o destinaci	40
Graf 8: Četnost návštěv	41
Graf 9: Úvaha o opětovném navštívení destinace	42
Graf 10: Důvody k opětovnému navštívení oblasti	43
Graf 11: Délka pobytu v destinaci	44
Graf 12: Preferovaný typ ubytovacího zařízení	45
Graf 13: Způsob dopravy do destinace	46
Graf 14: Způsob stravování v destinaci	47
Graf 15: Vnímání Kutné Hory jako zajímavé destinace	48
Graf 16: Dobrá propagace destinace	49
Graf 17: Požadavek na další atraktivitu či službu v destinaci	49
Graf 18: Nové služby či atraktivitu, které by návštěvníci uvítali	50
Graf 19: Klady a zápory návštěvníků na destinaci	51
Graf 20: Povědomí, že se destinace nachází na seznamu UNESCO	52
Graf 21: Pohlaví	52
Graf 22: Věk respondentů	53
Graf 23: Dosažené vzdělání	54
Graf 24: Zaměstnání respondentů	54
Graf 25: Bydliště respondentů	55
Graf 26: Míra hustoty výskytu turistů	56
Graf 27: Míra turistické penetrace	57
Graf 28: Míra turistické intenzity	57
Graf 29: Defertova funkce	58
Graf 30: Index turistického zatížení území	59

Seznam použitých zkratk

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

GASK – Galerie Středočeského kraje

HDP – hrubý domácí produkt

km – kilometr

MICE – Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions/Events

n.l. – našeho letopočtu

TIC – turistické informační centrum

UNWTO – The World Tourism Organization

8 Přílohy

Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze a studuji obor Hospodářská a kulturní studia. Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci, který je zaměřen na zhodnocení potenciálu cestovního ruchu v Kutné Hoře. Dotazník Vám zabere max. 10 minut a je zcela anonymní. Předem děkuji za Váš čas.

Bc. Edita Kavříková

1. Navštívili jste již destinaci Kutná Hora?
 - Ano (přesměrování na otázku č. 6)
 - Ne
2. Uvažujete Kutnou Horu v budoucnu navštívit?
 - Ano (přesměrování na otázku č. 4)
 - Ne
3. Proč jste neměli/nemáte zájem destinaci navštívit?
 - Málo atraktivní destinace (přesměrování na otázku č. 20)
 - Velká vzdálenost od místa bydliště (přesměrování na otázku č. 20)
 - Navštěvuji pouze zahraniční destinace (přesměrování na otázku č. 20)
 - Jiné (přesměrování na otázku č. 20)
4. Co by bylo motivací pro Vaší návštěvu Kutné Hory? (možnost výběru více odpovědí)
 - Památky
 - Kulturní akce
 - Koupaliště/sportovní vyžití
 - Turistika a příroda
 - Návštěva rodiny/známých
 - Jiné (jako např. studium, pracovní cesty apod.)
5. Jaký typ ubytovacího zařízení byste pro svůj pobyt v Kutné Hoře preferovali?
 - Hotel (přesměrování na otázku č. 20)
 - Penzion (přesměrování na otázku č. 20)
 - Apartmán (přesměrování na otázku č. 20)

- Soukromé ubytování (přesměrování na otázku č. 20)
 - Kemp (přesměrování na otázku č. 20)
 - Ubytovna (přesměrování na otázku č. 20)
6. Jaký byl důvod Vaší návštěvy? (možnost výběru více odpovědí)
- Památky
 - Kulturní akce
 - Koupaliště/sportovní vyžití
 - Turistika a příroda
 - Návštěva rodiny/známých
 - Jiné (jako např. studium, pracovní cesty apod.)
7. Z jakého zdroje jste především získali informace o destinaci?
- Internet
 - Propagační materiály
 - Informační centrum
 - Rodina a přátelé
 - Žiji zde (přesměrování na otázku č. 21)
 - Nezjišťoval/a jsem informace
 - Jiné (uvést jaké)
8. Kolikrát jste danou destinaci navštívili?
- Pouze 1x
 - Opakovaně (přesměrování na otázku č. 11)
9. Navštívili byste Kutnou Horu znovu?
- Ano
 - Ne (přesměrování na otázku č. 11)
10. Jaké by byly důvody k opětovnému navštívení oblasti? (možnost výběru více odpovědí)
- Památky
 - Kulturní akce
 - Koupaliště/sportovní vyžití
 - Turistika a příroda
 - Návštěva rodiny/známých
 - Jiné (jako např. studium, pracovní cesty apod.)

11. Jak dlouho jste strávili v destinaci? (možnost výběru více odpovědí)
- Jeden den bez přenocování
 - 2 – 3 dny
 - 4 – 7 dní
 - Více než týden
12. Jakého typu ubytovacího zařízení jste využili? (možnost výběru více odpovědí)
- Hotel
 - Penzion
 - Apartmán
 - Soukromé ubytování
 - Kemp
 - Ubytovna
 - Nevyužili jsme žádné ubytovací zařízení – bez přenocování
13. Jakým způsobem jste se dopravili do destinace? (možnost výběru více odpovědí)
- Automobil
 - Autobus
 - Vlák
 - Jízdní kolo
14. Jak jste se v destinaci stravovali? (možnost výběru více odpovědí)
- Vlastní stravování
 - Zajištěné stravování v rámci ubytování
 - V místních stravovacích zařízeních
15. Vnímáte oblast Kutná Hora jako zajímavou destinaci cestovního ruchu?
- Ano
 - Ne
16. Myslíte si, že destinace Kutná Hora má dobrou propagaci?
- Souhlasím
 - Spíše souhlasím
 - Nevím
 - Spíše nesouhlasím

17. Uvítali byste v oblasti další atraktivitu či službu? Např. nová zábavní zařízení, sportoviště, stravovací zařízení, kulturní akce a jiné.
- Ano
 - Ne (přesměrování na otázku č. 19)
18. Jaké nové služby či atraktivitu byste v destinaci konkrétně uvítali? (textová odpověď)
-
19. Co se Vám při návštěvě destinace líbilo/nelíbilo? (textová odpověď)
-
20. Máte povědomí, že Kutná Hora je zapsána na seznamu UNESCO?
- Ano
 - Ne
21. Jaké je Vaše pohlaví?
- Žena
 - Muž
22. Kolik je Vám let?
- Do 18 let
 - 19 – 25 let
 - 26 – 35 let
 - 36 – 45 let
 - 46 – 55 let
 - 56 – 65 let
 - 66 a více let
23. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- Základní
 - Středoškolské bez maturity
 - Středoškolské s maturitou
 - Vyšší odborné vzdělání
 - Vysokoškolské
24. Jaké je Vaše zaměstnání?
- Student
 - Zaměstnaný
 - Nezaměstnaný
 - OSVČ

- Na mateřské/rodičovské dovolené
- Důchodce

25. V jakém kraji se nachází Vaše bydliště?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Liberecký kraj
- Pardubický kraj
- Karlovarský kraj
- Vysočina
- Ústecký kraj
- Zlínský kraj
- Jihomoravský kraj
- Královehradecký kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj

Fotografie destinace

Obrázek 3: Chrám sv. Barbory



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 4: Vlašský dvůr



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 5: Kamenná kašna



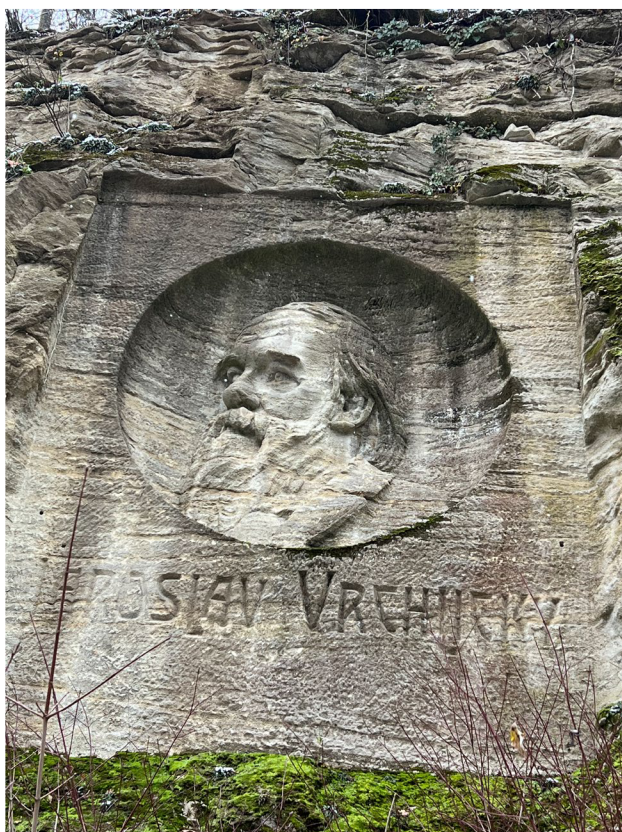
Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 6: Breüerovy sady



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 7: Reliéf Jaroslava Vrchlického



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 8: Sousoší světců



Zdroj: Vlastní zpracování, 2022

Obrázek 9: GASK



Zdroj: Kutná Hora, 2022

Obrázek 10: Kostnice Sedlec



Zdroj: Kutná Hora, 2022

Obrázek 11: Kostel sv. Jakuba



Zdroj: Turistickámapa.cz, 2022