

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Dopady cestovního ruchu na destinaci s památkou na
Seznamu světového dědictví

Litomyšl
Bakalářská práce

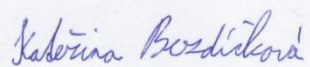
Autor: Kateřina Bezdíčková
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V České Třebové dne 15.8.2021



Kateřina Bezdíčková

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu prof. RNDr. Josefu Zelenkovi, CSc. za metodické vedení práce a praktické rady, které byly užitečné při psaní a upravování bakalářské práce. Děkuji také Turistickému informačnímu centru v Litomyšli za poskytnutá data a respondentům, informátorům a rezidentům, kteří byli ochotni se podělit o své poznatky.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývala dopady cestovního ruchu v destinaci s památkou na Seznamu světového dědictví UNESCO – Litomyšl, ve které je na Seznamu UNESCO zapsaný zámek. Cílem práce bylo zjistit dopady cestovního ruchu a vliv pandemie covid-19 v roce 2020 na změnu návštěvnosti. Tyto skutečnosti byly zjišťovány pomocí tabulek s daty o návštěvnosti, zaslaných Turistickým informačním centrem Litomyšl a také pomocí dotazníku zaslaného podnikatelům v pohostinství v destinaci Litomyšl. Byla také zkoumána sociální média, která doplňují informace o tom, která místa jsou nejvíce navštěvovaná. Na základě zjištěných informací bylo shledáno, že negativní dopady cestovního ruchu nejsou výrazné a převažují pozitivní dopady, kterými jsou: finanční přínos, návštěvnost, povědomost o městě a pořádání akcí. Byla porovnána návštěvnost celoroční a sezónní. Při porovnání roku 2019 s rokem 2020 byla celoroční návštěvnost výrazně nižší, ale hlavní sezóna byla srovnatelná.

Klíčová slova

Destinace, dopady, cestovní ruch, Litomyšl, návštěvník, pandemie covid-19

Bachelor Thesis

Title: Impacts of tourism on a World Heritage Site

This bachelor thesis dealt with the impacts of tourism in a destination with a UNESCO World Heritage Site - Litomyšl, which has a UNESCO-listed castle. The aim of the thesis was to determine the impacts of tourism and the effect of the covid-19 pandemic in 2020 on the change in visitor arrivals. These facts were investigated by means of tables with visitor data sent by the Tourist Information Centre Litomyšl and also by means of a questionnaire sent to entities operating in tourism in Litomyšl. Social media were also examined to supplement the information on which places are most visited. Based on the information found, it was found that the negative impacts of tourism are not significant, and the positive impacts are

predominant, which are: financial benefits, visitor numbers, awareness of the city and the organization of events. Year-round and seasonal attendance was compared. When comparing 2019 to 2020, year-round visitation was significantly lower, but peak season was comparable.

Keywords

Destination, Impacts, Litomyšl, pandemic covid-19, tourism, visitor

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování	2
2.1	Cíl práce.....	2
2.2	Metodika zpracování.....	2
3	Teoretická východiska	6
3.1	Kulturní památka UNESCO	6
3.2	Specifika destinací s památkou na Seznamu světového dědictví.....	7
3.2.1	Řádovostní úroveň dědictví.....	8
3.3	Destinační a návštěvnický management v kontextu udržitelnosti CR v kulturních destinacích	9
3.3.1	Destinační management.....	9
3.3.2	Návštěvnický management	12
3.4	Indikátory udržitelnosti CR v kulturních destinacích	15
3.4.1	Typy indikátorů	17
3.5	Dopady pandemie covid-19	18
3.5.1	Dopady na ekonomiku	19
3.5.2	Dopady na cestovní ruch.....	19
4	Praktická část.....	21
4.1	Litomyšl.....	21
4.1.1	Historie města	21
4.1.2	Zámek Litomyšl	22
4.2	Sběr informací a průběh šetření, výzkumu	23
4.3	Zpracování výsledků	23
4.3.1	Návštěvnost turistických informačních center v roce 2019.....	23
4.3.2	Návštěvnost turistických informačních center v roce 2020.....	25

4.4	Sociální média.....	28
4.4.1	Instagram	28
4.4.2	Twitter	29
4.4.3	Flickr	30
4.5	Kvalitativní a kvantitativní výzkum	31
4.5.1	Online dotazování s využitím otevřených otázek.....	31
4.5.2	Výsledky online dotazování.....	32
4.6	Asistované vyplnění dotazníku.....	38
4.6.1	Rozdíly a shody výsledků mezi asistovaným vyplněním dotazníku a online dotazováním.....	41
4.6.2	Pohled místních obyvatel na cestovní ruch	44
4.7	Atraktivita v okolí Litomyšle	48
4.7.1	Projekt Skvosty pomezí.....	51
5	Shrnutí a diskuse výsledků.....	53
6	Závěr a doporučení.....	59
7	Seznam zdrojů	60
8	Přílohy	63

Seznam obrázků

Obrázek č. 1. Reprezentativní ukázka příspěvků z Instagramu, co fotili návštěvníci v Litomyšli.....	29
Obrázek č. 2. Ukázka příspěvku na Twitteru vztahující se k Litomyšli.....	30
Obrázek č. 3. Ukázka příspěvků z Flickru vztahujících se k Litomyšli.	31
Obrázek č. 4. Mapa trasy ze záchytného parkoviště.....	33
Obrázek č. 5. Mapa trasy z autobusového nádraží na Smetanovo náměstí.....	34
Obrázek č. 6. Ukázka zaplněného náměstí v Litomyšli zaparkovanými osobními automobily.....	39
Obrázek č. 7. Ukázka čistoty a posekaného trávníku v Klášterních zahradách.	39
Obrázek č. 8. Ukázka čistého prostředí okolo lavičky v centru Litomyšle.....	42
Obrázek č. 9. Ukázka části jídelního lístku s cenami z hotelu Zlatá Hvězda.....	45
Obrázek č. 10. Ukázka části jídelního lístku s cenami z restaurace Bohém v hotelu Aplaus.....	46
Obrázek č. 11. Zámek Moravská Třebová.....	49
Obrázek č. 12. Městské opevnění a kostel sv. Jakuba v Poličce.....	49
Obrázek č. 13. Litomyšlská brána ve Vysokém Mýtě.....	50
Obrázek č. 14. Zámek Nové Hrady.	50
Obrázek č. 15. Toulovcovy maštale.....	51
Obrázek č. 16. Mapa památek v Litomyšli s vyznačením fotografovaných míst.	54
Obrázek č. 17. Ukázka udržovaného prostranství v okolí zámku.	55
Obrázek č. 18. Ukázka zachovalého stavu piaristického chrámu Nalezení sv. Kříže.	55

Seznam tabulek

Tabulka č. 1. Návštěvnost IC na Smetanově náměstí za rok 2019.....	25
Tabulka č. 2. Návštěvnost Zámeckého informačního centra v Litomyšli za rok 2019.	25
Tabulka č. 3. Návštěvnost IC na Smetanově náměstí za rok 2020.....	27
Tabulka č. 4. Návštěvnost Zámeckého informačního centra v Litomyšli za rok 2020.	28

1 Úvod

V destinaci Litomyšl se nachází památka, konkrétně zámek Litomyšl, která je zapsána na Seznamu světového dědictví pod patronací UNESCO. Lze předpokládat, že o tuto destinaci bude mezi návštěvníky větší zájem, a to právě díky zámku zapsanému na Seznamu světového dědictví UNESCO.

Pro destinace může být typické, že mají vedle hlavní sezóny i vedlejší sezónu nebo dvě hlavní sezóny, což souvisí s typem destinace. Příkladem dvou hlavních sezón jsou horská střediska, která mají hlavní sezónu v zimě a v létě. Proti tomu jsou městské destinace, především velká města, která jsou známé nákupním turismem, kulturním turismem nebo mají akce rozprostřené do celého roku. Díky tomu se celoročně rozloží i jejich návštěvnost. Rozprostřenost akcí do celého roku je příklad Litomyšle.

V roce 2020 ovlivnila pandemie covid-19 ekonomiku a zejména odvětví cestovního ruchu a služeb ale i jiné obory. Kvůli této pandemii nebylo úplně možné zjistit v roce 2020 dopady návštěvnosti cestovního ruchu na destinaci Litomyšl, protože byl předpoklad, že lidé méně cestovali. Bylo pozorovatelné, že ubyli zahraniční návštěvníci, ale počet domácích návštěvníků zůstal na podobné úrovni jako v předchozích letech. Byly tedy zkoumány dopady, ale ve specifické situaci, kterou byla právě pandemie covid-19. Nebylo možné zkoumat dopady přímo v rámci intenzivní sezóny a z toho důvodu je nutné brát výzkum s rezervou. Právě kvůli pandemii covid-19 byla částečně zaměřena pozornost na porovnání cestovního ruchu v roce 2019 a 2020, protože i pandemie měla své dopady na destinaci a cestovní ruch.

Toto téma bylo vybráno z důvodu zájmu, jaké dopady má cestovní ruch na podnikatele v pohostinství v Litomyšli a jak ovlivňuje jejich životy. Dopady cestovního ruchu mohou být negativní i pozitivní. Litomyšl je krásné historické město s renesančním zámekem, které rozhodně stojí za návštěvu a pozornost. Je tedy potřeba předcházet nepříznivým dopadům cestovního ruchu a do budoucna počítat se zvýšeným počtem návštěvníků a mít připravena případná řešení.

2 Cíl práce a metodika zpracování

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je analyzovat pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu na sociokulturní prostředí destinace Litomyšl a vliv pandemie covid-19 na změny její návštěvnosti.

Výzkumné otázky:

1. Jaké jsou dopady cestovního ruchu v destinaci Litomyšl?
2. Jak ovlivnila pandemie covid-19 návštěvnost destinace Litomyšl v roce 2020 při srovnání s rokem 2019?

2.2 Metodika zpracování

Výzkumné otázky byly sestaveny na základě stanoveného cíle, který se týká dopadů cestovního ruchu v destinaci Litomyšl a vlivu pandemie covid-19. Na tyto otázky byly nalezeny odpovědi v rámci primárního výzkumu formou dotazníkového šetření, asistovaného vyplnění dotazníku a průzkumu na sociálních médiích. V rámci sekundárního výzkumu byly nalezeny odpovědi z dat o návštěvnosti turistických informačních center. Na základě tohoto šetření byly zjištěny dopady návštěvnosti cestovního ruchu.

Informace sepsané v teoretické části byly zjišťovány sekundárním výzkumem, ve kterém byly využívány tištěné publikace a oficiální internetové stránky. Publikace byly půjčené z Univerzitní knihovny v Hradci Králové. Z internetových stránek bylo čerpáno z webové stránky města Litomyšl, zámku Litomyšl, Východních Čech a Národního památkového ústavu. Dále byla využita online data o návštěvnosti památek v České republice a online publikace od UNWTO. Z ostatních internetových stránek byly staženy fotografie. Kapitola Dopady pandemie covid-19 byla sepsána z informací sbíraných během pandemie a z vlastních postřehů.

V praktické části byly hledány informace především primárním výzkumem a kombinoval se kvantitativní a kvalitativní výzkum. Byl vytvořen dotazník, pomocí kterého byl proveden kvalitativní výzkum. Tento výzkum vycházel z otevřených otázek, které byly díky situaci pokládány formou dotazníkového šetření a asistovaného vyplnění dotazníku. Výjimkou těchto otázek byla otázka číslo 7, kdy bylo na výběr z možností kvantifikace, z důvodu zjednodušení zpracování výsledků této otázky. Vzhledem ke špatně se vyvíjející situaci související s pandemií covid-19 na začátku výzkumu, byl dotazník poslán podnikatelům v pohostinství přes email. Bylo to provedeno kvůli bezpečnosti a zavřeným pohostinstvím. Otázky z dotazníku byly nejprve položeny telefonicky dvěma podnikatelům v pohostinství jako předvýzkum, aby bylo zjištěno, zda jsou srozumitelné, což posloužilo jako ověření dotazníkového šetření. Po těchto dvou rozhovorech byl za první tři otázky týkající se dopadů dopsán dodatek, aby podnikatelé v pohostinství při úvaze vynechali období pandemie covid-19. Po této úpravě byl dotazník poslán ostatním podnikatelům v pohostinství v Litomyšli. Otázky v dotazníku se týkaly toho, jak podnikatelé vnímají cestovní ruch v Litomyšli a jak je zasáhla pandemie covid-19. Ze získaných odpovědí bylo vytvořeno shrnutí zjištěných poznatků. Seznam otázek z dotazníku zaslaných podnikatelům v pohostinství je přiložen v kapitole Přílohy pod číslem 1 a popis zjištěných dat z dotazníkového šetření je v kapitole Výsledky online dotazování.

Následně ještě probíhalo šetření v terénu, kdy byli navštíveni jednotliví podnikatelé v pohostinství a dotazování, zda by měli chvíli čas na dotazníkové šetření. Většinou odmítali s tím, že nemají čas. Někteří si čas našli, a tak byly získány ověřovací odpovědi k dotazování online. Toto šetření probíhalo formou, kdy podnikatelům v pohostinství byly čteny otázky a oni na ně odpovídali. Případně když něčemu nerozuměli nebo nevěděli, tak bylo něco dovysvětleno. Při použití otevřených otázek, zvláště pokud jsou složitější na pochopení, je doporučeno provádět výzkum formou asistovaného vyplnění dotazníku nebo řízených rozhovorů, protože při posílání emailem mohou zůstat některé otázky nezodpovězené. Výsledky z tohoto šetření jsou shrnuty v kapitole Asistované vyplnění dotazníku.

Během kvalitativního výzkumu v terénu byli osloveni i rezidenti. K asistovanému vyplnění dotazníku s rezidenty byly využity dotazníkové otázky ze šetření s podnikateli z pohostinství. Těchto otázek bylo použito méně, protože byly vyškrtnuty otázky zaměřené na podnikatelskou činnost v cestovním ruchu. Zhruba třetina z oslovených rezidentů odpověděla, že jsou ochotní věnovat chvíli času dotazníkovému šetření. Otázky z tohoto výzkumu jsou přiloženy v příloze pod číslem 2 a výsledky jsou v kapitole Pohled místních obyvatel na cestovní ruch.

Podnikatelé v pohostinství byli osloveni na základě předpokladu, že by měli mít přehled o cestovním ruchu v Litomyšli. Je ovšem bráno v potaz to, že podnikatelé v pohostinství mají z cestovního ruchu profit a jejich odpovědi mohou být zkreslené.

Dále byla zkoumána sociální média. Byla vybrána ta, na kterých se sdílejí fotografie, protože cílem bylo zjistit, která místa jsou v Litomyšli nejvíce fotografována. Z toho lze odvodit místa, která jsou nejvíce navštěvovaná, ale nemusí to tak být pokaždé. Dané místo může zaujmout svým vzhledem, takže si ho vyfotí, ale nemusí být pro návštěvníka atraktivní k navštívení.

Na sociálních médiích byl využit zejména kvalitativní výzkum, protože cílem bylo zjistit, které památky v Litomyšli jsou typické pro fotografie uživatelů sociálních médií. Fotografie ušetřily vyptávání se místních obyvatel nebo přímo návštěvníků, která místa jsou preferována. Ze sociálních médií byl vybrán Instagram, Twitter a Flickr. Jsou to místa, kde jsou uživatelé poměrně hodně aktivní při sdílení svých fotografií. Výhodou těchto tří sociálních médií je, že uživatelé mohou vidět jakékoliv fotografie cizích uživatelů a nemusí je mít na seznamu přátel, jako tomu je například na Facebooku. Průběh šetření v těchto sociálních šetřeních je popsán v kapitole Sociální média a v jejich podkapitolách.

Do výzkumu byla zahrnuta také data ohledně návštěvnosti destinace. Data pro kvantitativní výzkum byla zaslána Turistickým informačním centrem v Litomyšli. Zpracování těchto dat lze nalézt v kapitolách s názvem Návštěvnost informačních center za rok 2019 a Návštěvnost informačních center za rok 2020.

Turistické informační centrum zaslalo tabulky, v kterých byla návštěvnost hlavního turistického informačního centra počítaná dvojím způsobem. Byla zaznamenaná do počítače a následně počítaná podle průchodu návštěvníků kolem

automatického sčítače. Automatický sčítač však někdy nefungoval správně, a proto bylo doporučeno zohledňovat data o návštěvnosti podle počítače, kde měly být údaje přesnější. Data ohledně návštěvnosti byla zaokrouhlena, protože data počítače a automatického sčítače se neshodovala a nebyla přesná. To je ukázáno v praktické části, kde rozdíl čísel mezi automatickým sčítačem a počítačem činí po zaokrouhlení stovky návštěvníků. Automatický sčítač počítá návštěvníky při jejich průchodu dveřmi okolo něj, a tak je možné, že někdy některé návštěvníky spočítal vícekrát, nebo naopak nezaznamenal všechny návštěvníky větší skupiny. Z těchto údajů o návštěvnosti nejde zjistit, zda někteří návštěvníci nenavštívili obě turistická informační centra a zda příchozí byl návštěvník nebo místní obyvatel. Čísla tedy posloužila jako pouhý odhad návštěvnosti turistických informačních center Litomyšl. Nelze z nich měřit celkovou návštěvnost Litomyšle, což není ani cílem, protože není znám konverzní poměr.

Výzkum byl zaměřen na zjištění situace rok před pandemií covid-19, po ní a na zjištění rozsahu dopadu pandemie covid-19 na cestovní ruch v Litomyšli.

Ke konci práce byly vypsány atraktivity v okolí Litomyšle, které mohou být pro návštěvníky zajímavé a byl navržen projekt Skvosty pomezí. Tento projekt by mohl změnit poměr mezi jednodenními a vícedenními návštěvníky a pomoci je rozptýlit do zajímavých míst v okolí Litomyšle. Díky projektu mohou návštěvníci objevit i jiná místa než jen Litomyšl, případně zvýšit jejich návštěvnost a budou mít důvod zůstat v Litomyšli více dní než jen na víkend.

3 Teoretická východiska

3.1 Kulturní památka UNESCO

Památka na Seznamu světového dědictví (dále jen „Seznam“), sestavovaného organizací UNESCO, má unikátní světovou hodnotu (Národní památkový ústav, 2021). Je výjimečná a charakteristická něčím, co jinde na světě není. Taková památka podle Národního památkového ústavu (2021) reprezentuje kulturní, technické nebo přírodní bohatství naší planety, a to do té míry, že je cenná nejen pro místo, kde se nachází, ale zároveň i pro celé lidstvo. Následně uvádí, že památky, které jsou součástí světového dědictví, se považují za nejlepší doklady kulturního, technického a přírodního dědictví, které mají být předány budoucím generacím.

Kučová (2009) uvádí, že organizace UNESCO je zkratkou sousloví the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization a je tedy Organizací Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu. Dále popisuje, že organizace vznikla na základě Úmluvy dojednané na diplomatické konferenci v Londýně dne 16. listopadu 1945 a vstoupila v platnost 4. listopadu 1946. Od té doby jsou z různých míst světa přihlašovány památky, které jsou něčím výjimečné a charakteristické, čímž převyšují ostatní památky. Přihlášené památky se následně posuzují a musejí splnit: jedno či více z deseti kritérií výběru, podmínky integrity/celistvosti (a v případě kulturního dědictví ještě podmínku authenticity/pravosti) a mít přiměřený systém ochrany a řízení, aby byla zajištěna jeho budoucnost (Národní památkový ústav, 2021).

Vyhlášení objektu za památku UNESCO a jeho zapsání na Seznam zpravidla přispívá k zvýšení návštěvnosti a zájmu, přestože již předtím mohl být o památku značný zájem. Je to příklad Prahy, která byla před zapsáním do Seznamu světového dědictví známá a navštěvovaná, a právě zápis na Seznam pravděpodobně více zvýšil zájem o její památky. Zároveň platí, že postupem času není pro návštěvníky důležité danou památku navštívit pouze z důvodu, že to je památka UNESCO. Jde následně o to, zda je pro návštěvníky něčím zajímavá a má jim co nabídnout. Zápis na Seznam přidává hodnotu dané památce a může zvyšovat zájem návštěvníků, ale neplatí to pro všechny památky UNESCO. Dokladem toho jsou data o návštěvnosti,

kdy údaje o návštěvnosti jednotlivých památek spadající v České republice na Seznam ukazují, že mezi hojně navštěvované patří Kutná Hora, Lednicko-valtický areál nebo Český Krumlov (Statistika kultury České republiky, 2021). Naopak mezi méně navštěvovaná místa patří Telč, Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře nebo zámek Litomyšl (Statistika kultury České republiky, 2021).

3.2 Specifika destinací s památkou na Seznamu světového dědictví

Destinace s památkou zapsanou na Seznamu vytvářeného organizací UNESCO je návštěvníky více vyhledávaná a preferovaná než destinace, která má méně významné památky. Charakter návštěvnosti není závislý pouze na zápisu na Seznam, ale může souviset s oblíbeností destinace nebo dobrou propagací. Podle Páskové (2014) destinace s památkou na Seznamu nepřitahuje pouze větší počet návštěvníků, ale stává se přitažlivou i pro investory a touroperátory. Dále jde podle Páskové (2014, str. 42) i o to, že *„zápis památek do Seznamu dědictví lidstva vedle především ekonomických přínosů znamená zpravidla i hrozbu zvýšeného tlaku komerčních aktivit cestovního ruchu na jeho území“*. Destinace je zapsáním na Seznam zvýrazněna a zároveň je to následně využito destinačním managementem v komerční propagaci, která povzbuzuje k návštěvě. Následně se takovéto destinace mohou potýkat s přílišným množstvím návštěvníků, které nemusejí být schopny zvládnout jak svou kapacitou, tak i množstvím pracovníků cestovního ruchu. Pásková (2014, str. 42) uvádí, že *„tento tlak může v závislosti na zranitelnosti jednotlivých složek přírodního i sociálního prostředí daného území a úrovně řízení místního cestovního ruchu nabývat různé intenzity a forem ekologických i socio-kulturních dopadů“*. V kulturních destinacích může z hlediska negativních dopadů docházet například k ničení životního prostředí, přeplněným ulicím návštěvníky nebo narušení života místních obyvatel a z hlediska pozitivních dopadů jde především o finanční přínos pro poskytovatele ubytovacích a stravovacích služeb nebo pro prodejce suvenýrů.

Pásková dále (2014, str. 42) upozorňuje, že *„zásadní problém spočívá v podchycení (resp. vyvarování se) blížícího se kritického momentu, kdy rozvoj*

cestovního ruchu, doposud se pozitivně odrážející v kvalitě života místní komunity (např. ve formě znovuoživení tradic či iniciace spolkového života), přechází v typ cestovního ruchu, který vede spíše k nastartování nežádoucích procesů, souhrnně označovaných jako turistifikace“. Jak je dnes vidět v praxi, turistifikace je problémem v některých destinacích. Dokládají to webové stránky Český Krumlov (2021) tvrzením, že míra počtu návštěvníků překračuje kapacitu města a navštěvovaných objektů už od konce 90. let 20. století. Také zmiňují, že dalším problémem, kromě přehlcenosti centra návštěvníky, je ohrožení autenticity. Destinace v minulosti podcenily vysoký zájem návštěvníků o lukrativní destinace nebo o destinace s památkou na Seznamu a dnes se potýkají s přehlceností návštěvníky. Někdy nevědí, jak proti tomu zakročit, nebo je náročné udělat z přeplněné destinace destinaci udržitelnou z hlediska návštěvnosti.

3.2.1 Řádovostní úroveň dědictví

Řádovostní úroveň dědictví se podle Páskové (2014, str. 43) „*zpravidla odvíjí od skutečnosti, zda dědictví představuje atraktivitu cestovního ruchu lokálního, regionálního, národního či mezinárodního významu“.* Řádovostní úroveň může být v každém státě dělena jiným způsobem. Následuje příklad, jak je to řešeno v České republice. Pásková (2014) uvádí, že atraktivity se dělí do tří významových řádů. Popisuje, že atraktivity s významem prvního řádu jsou památky zahrnuté na Seznamu dědictví lidstva, geoparky pod patronací UNESCO, národní parky a chráněné krajinné oblasti. Do druhého řádu podle ní spadají národní kulturní památky, městské a vesnické památkové rezervace i zóny, národní přírodní rezervace a národní přírodní památky. Do třetího řádu řadí atraktivity v registru nemovitých kulturních památek, přírodní rezervace, přírodní památky a případně přírodní parky.

3.3 Destinační a návštěvní management v kontextu udržitelnosti CR v kulturních destinacích

3.3.1 Destinační management

Podle Holešinské (2007) je destinační management specifická forma řízení, která spočívá v procesu založeném na kooperaci mezi jednotlivými subjekty cestovního ruchu a na koordinaci v oblasti plánování, organizování a rozhodování v destinaci. Za důležité tedy považuje, aby subjekty cestovního ruchu spolu spolupracovaly, i když jsou to konkurenti. Dále zdůrazňuje, že by se tyto subjekty měly podílet na vymýšlení plánu, jak řídit destinaci a tento plán realizovat. Pro úspěšnou realizaci destinačního managementu je podle ní důležitá vzájemná komunikace. Komunikace je důležitá k tomu, aby se subjekty dohodly na krocích, které chtějí podniknout a vzájemně se informovaly. Dále Holešinská (2007) uvádí, že dalším faktorem úspěchu je vzájemná důvěra mezi zainteresovanými subjekty. Důvěra a komunikace jsou základem pro jakoukoliv spolupráci, bez nich by se špatně realizoval jakýkoliv projekt. Vzájemné důvěry lze dosáhnout při opakování úspěšných projektů a je to tedy dlouhodobý proces (Holešinská, 2007).

Holešinská (2007) uvádí, že v rámci destinačního managementu je potřeba realizovat čtyři základní funkce: funkce nabídky, marketingová funkce, zastupování zájmů a propagace destinace, a z těchto funkcí jsou odvozeny jednotlivé úkoly pro subjekty. Tyto úkoly podle ní pomáhají řídit destinaci a udržet její rozvoj v rámci udržitelného cestovního ruchu.

Destinační management je významnou součástí rozvoje cestovního ruchu v destinaci a měl by být rozvíjen plánovitě (Zelenka a kol., 2013). Proto by měl destinační management pořádně promyslet a naplánovat svoje aktivity. Podle Zelenky a kol. (2013) by mělo být v úvodní fázi projektu rozvoje cestovního ruchu realizováno stanovení vize destinace v oblasti cestovního ruchu a mise managementu destinace, nalezení zdrojů managementu a jeho vhodného konceptu, organizační struktury a struktury vztahů a následně vymezení časového horizontu pro projekt, vycházejícího při realizaci z vymezení cílů projektu. Tato úvodní fáze

je důležitá pro představu, co se bude realizovat, s kým, jakým způsobem a jak dlouho bude trvat realizace projektu.

3.3.1.1 Aktéři cestovního ruchu

Podle Holešinské (2007) může spolupráce subjektů cestovního ruchu v destinaci probíhat ve třech formách, kterými jsou: spolupráce mezi podnikatelskými subjekty, spolupráce mezi veřejnoprávními subjekty a spolupráce mezi veřejnoprávními a soukromými subjekty. Na základě těchto forem rozlišuje skupiny subjektů neboli aktérů, mezi kterými by měla probíhat spolupráce v oblasti cestovního ruchu. Jmenuje tyto aktéry: veřejný sektor, soukromý sektor, dobrovolný sektor a obyvatelé destinace.

Holešinská (2007) uvádí, že významným aktérem je veřejný sektor, který iniciuje spolupráci v cestovním ruchu. Popisuje, že tento sektor plní roli v budování a údržbě nezbytné infrastruktury cestovního ruchu a vytváření vhodných podmínek pro cestovní ruch. Do veřejného sektoru podle ní patří ministerstva, krajské úřady nebo Národní památkový ústav.

Jako dalšího významného aktéra Holešinská (2007) zmiňuje soukromý sektor, který tvoří podnikatelské subjekty nabízející sortiment služeb a produktů cestovního ruchu. Do tohoto sektoru počítá hoteliéry, provozovatele pohostinských zařízení, cestovní kanceláře a agentury, dopravce a další provozovatele služeb cestovního ruchu. Tento sektor je nezbytný pro návštěvníky destinací a pro celý cestovní ruch. Provozovatelé zajišťují kvalitní služby, podporu v rozvinutí cestovního ruchu a jeho organizovanost (Holešinská, 2007).

K aktérům patří i skupina označovaná jako dobrovolný sektor (Holešinská, 2007). Do této skupiny zařazuje zájmová sdružení nebo asociace, což mohou být v České republice například Asociace turistických informačních center ČR, Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu nebo Asociace cestovních kanceláří ČR.

Mezi aktéry Holešinská (2007) řadí i samotné obyvatelé destinace, kteří přijdou do styku s návštěvníky destinace a měli by tak mít alespoň nějaký, byť minimální podíl na rozhodování. Dále sděluje, že díky tomu budou mít obyvatelé

destinace podíl na rozhodování, a tak mohou přispět svými poznatky o cestovním ruchu v destinaci a vyjádřit se, co chtějí udělat pro rozvoj cestovního ruchu a co se jim v rámci rozvoje cestovního ruchu nelíbí.

3.3.1.2 Přínosy destinačního managementu

Holešinská (2007) uvádí, že přínosů destinačního managementu lze dosáhnout naplňováním základních principů destinačního managementu. Nezapomíná zmínit, že se toho dosáhne na základě spolupráce destinačního managementu při plánování, organizování a rozhodování o cestovním ruchu v destinaci. Podle ní může být přínosem zvýšení kvality produktů cestovního ruchu, minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu, systematický rozvoj destinace, možnosti subjektů zapojit se do aktivit cestovního ruchu nebo optimální využití přírodních a kulturních zdrojů. To vše přispívá k rozvoji destinace, subjektů a kvalitních služeb v destinaci.

Podle Holešinské (2007) by mělo být díky destinačnímu managementu dosaženo udržitelného rozvoje cestovního ruchu a lepší konkurenceschopnosti dané destinace, což je výsledek kvalitního destinačního managementu. Dále uvádí, že při všestranném růstu dojde ke zvýšení zaměstnanosti nebo zvýšení příjmů do rozpočtu. To je další plus destinačního managementu, protože nezaměstnaní díky růstu cestovního ruchu a vytvoření nových pracovních míst získají práci a destinace získává peníze na údržbu a případný další rozvoj.

3.3.1.3 Problémy destinačního managementu

Podle Holešinské (2007) lze problémy rozdělit na dvě základní příčiny problémů, a to vnější a vnitřní. Holešinská (2007, str. 48) popisuje, že „*vnitřní příčiny vznikají v samostatné destinaci, resp. z interakce mezi samotnými aktéry cestovního ruchu.*“ Vysvětluje, že míra vážnosti problému je ovlivněna jejich postojem a činností, a to například nedostatečnou důvěrou mezi aktéry a nedostatkem znalostí, vědomostí a zkušeností z oblasti řízení destinace. Pokud aktéři nemají zkušenosti s řízením destinace, tak se musejí učit takzvaně za pochodu a třeba se inspirovat

u destinačních managementů v jiných destinacích. Tato nezkušenost může vést ke špatnému rozhodování a plánování v rámci udržitelnosti a rozvoje destinace.

Holešinská (2007) popisuje, že vnější příčiny jsou faktory, které subjekty cestovního ruchu v daném území nemohou ovlivnit či jim zabránit. Tyto vnější příčiny se podle ní stanou, aniž by subjekty cestovního ruchu mohly zasáhnout a zabránit jim. Uvádí, že jde o vlivy vnějšího prostředí, kterým je například politické prostředí. Nezapomíná zmínit, že politická rozhodnutí výrazně ovlivňují činnost aktérů cestovního ruchu. Politici svými rozhodnutími, zákony a nařízeními mohou ztěžovat a omezovat činnost subjektů cestovního ruchu.

3.3.2 Návštěvnický management

Pásková a Zelenka (2002) definují návštěvnický management jako řízení návštěvníků v konkrétních destinacích cestovního ruchu. To znamená, že návštěvnický management se snaží o to, aby návštěvníci nenavštěvovali pouze hlavní atraktivitu destinace, ale navštívili i jiná místa v destinaci. Pásková a Zelenka (2002) popisují, že díky managementu dochází k usměrňování toku návštěvníků. To je důležité pro zachování přitažlivosti destinace a aby docházelo k co nejmenším dopadům na destinaci. Mason (2003) uvádí, že řízení návštěvníků je jedním z nejdůležitějších přístupů udržitelného cestovního ruchu nejen z hlediska dopadu na životní prostředí, ale také v souvislosti se socio-kulturními a ekonomickými dopady. V destinaci by již zpočátku měl být rozvíjen destinační a jako jeho součást návštěvnický management. Rozvoj návštěvnického managementu je velmi žádoucí v okamžiku, kdy destinace směřuje k přehlcení návštěvníky, případně je již návštěvníky přehlcena.

Zelenka a kol. (2013) uvádějí, že podle provedených studií návštěvníci vnímají pouze malou část dopadů, které oni či jiní návštěvníci způsobují, a jsou víc citliví na zanechané odpadky nebo projevy vandalství, takže jen část z nich vnímá dopady vyvolané jejich návštěvností. Právě pohozených odpadků si návštěvníci všimnou nejvíc. Proto, aby návštěvníci měli větší podvědomí o dopadech vyvolaných návštěvností, je dobré je o nich informovat, což může být velmi důležitou složkou pro změnu jejich myšlení a chování (Zelenky a kol., 2013).

Problémem řízení návštěvníků je velký nedostatek údajů o dopadech cestovního ruchu na dané území (Mason, 2003). Kvůli tomu je těžké odhadnout, kde by byla potřeba více či méně regulovat tok návštěvníků a pomocí kterých nástrojů. Jedním z řešení by mohla být záchytná parkoviště, která by snížila počet automobilů v centru destinace, ale ne vždy je prostor pro jejich realizaci. Dalším řešením mohou být například značené turistické trasy, které by návštěvníky dovedly na jiná zajímavá místa v destinaci než jen k hlavním atrakcím. Návštěvníci nemusejí být o dalších zajímavých místech v destinaci informováni, protože tato místa nejsou propagována či je na ně v turistickém informačním centru neupozorní. Dnes se také začíná využívat rezervace míst dopředu, což opět může pomoci k regulaci toku návštěvníků, protože po naplnění kapacity nebudou další návštěvníci vpuštěni do objektu památky. Takto to funguje v Adršpašsko-teplických skalách.

Významným cílem návštěvnického managementu je dosažení, respektive udržení kvalitního zážitku návštěvníka (Zelenka a kol., 2013). Toto je důležité z hlediska spokojenosti návštěvníka s návštěvou destinace. Díky tomu o ní bude návštěvník mluvit pozitivně, naláká k návštěvě své okolí nebo se tam sám znovu vrátí.

3.3.2.1 Nástroje návštěvnického managementu

Při realizaci návštěvnického managementu je dobré využívat kombinaci několika nástrojů: vytváření a realizace optimalizovaného návrhu sítě turistických, naučných a zážitkových stezek, vytvoření návrhu rozmístění, vybudování a koordinování činnosti turistických informačních center, zpracování kodexů chování a etických kodexů návštěvníka a subjektů v cestovním ruchu, segmentově specifického komunikování s návštěvníky a přístupový management (Zelenka a kol., 2013). Všechny tyto nástroje pomáhají usměrňovat tok návštěvníků a přispívají k udržitelnosti cestovního ruchu v destinaci.

Z těchto nástrojů je velmi důležité komunikování s návštěvníky, a to prostřednictvím medií a informačního systému zahrnujícího webové stránky, turistická informační centra, značení terénu včetně informačních tabulí a tištěné materiály (Zelenky a kol., 2013). Díky komunikaci přes výše vyjmenovaná média

se návštěvníci dozvědí potřebné informace o destinaci. Podle Zelenky a kol. (2013) by tato komunikace měla vycházet z komunikační strategie, stanovených cílů komunikace a ze znalosti segmentů návštěvníků, kterým je určena. Znalost segmentů návštěvníků je důležitá, protože to destinačnímu managementu prozradí, co jaký segment upřednostňuje a na co ho nejlépe nalákat. Podle toho se pak určí, jaké jsou vhodné slogany nebo grafika na propagaci.

3.3.2.2 Modely návštěvníckého managementu

Zelenka a kol. (2013) uvádějí, že ve světě bylo vytvořeno několik modelů návštěvníckého managementu. Modely se během zavedení sledují a vyhodnocují, zda správně fungují a zda je díky nim zjištěn hlavní cíl. Zelenka a kol. (2013) popisují, že modely jsou vyjádření základních východisek pro ochranu hodnot daného území a zážitku návštěvníků. Dále uvádějí, že modely návštěvníckého managementu mají základní charakteristiky, typické rysy, východiska, přínosy a případně i problémy, a ty jsou následující:

- určení záměrů a cílů managementu i aktérů CR,
- formulace sady indikátorů zaměřených na dosažení žádoucího či nežádoucího stavu, resp. obecněji založených na záměrech a cílech,
- vyvinutí plánu implementace,
- implementace plánu,
- monitorování území zaměřené na zjištění, zda zvolené indikátory ukazují na dosažení záměrů a cílů,
- zmírnění či vyřešení problémů, pokud byly dosaženy záměry a cíle.

Následně jsou uvedeny některé příklady modelů destinačního managementu s uvedením, co je jejich základem, jaký je jejich účel a jak jsou v praxi využívány. Model managementu dopadů návštěvníků používá indikátory udržitelného cestovního ruchu, pro které jsou stanoveny standardy, specifikující přiměřenou úroveň dopadu (Zelenka a kol., 2013). Díky sledování dopadů, založeného na vhodných indikátorech, nedochází k nadměrnému poškozování prostředí. Zelenka a kol. (2013) dále popisují model proces řízení aktivit návštěvníků zahrnující model managementu dopadů návštěvníků a vytváří příležitosti

pro prožitek návštěvníků prostřednictvím odpovídajících vzdělávacích a rekreačních aktivit. Další modelem je podle nich spektrum rekreačních příležitostí, což je metoda pro analýzu vhodného komplexu možností pro zajištění rekreačních potřeb návštěvníků. Tyto rekreační potřeby se podle nich vytvářejí s ohledem na dané prostředí a poptávku návštěvníků. Následně popisují model managementu pro optimalizaci turismu, který je zaměřen na sjednocený přístup k managementu cestovního ruchu. Za předposlední model uvádějí model ochrany zážitku návštěvníků a zdrojů, který byl vytvořen pro koncept únosné kapacity a při zachování přírodního prostředí a kvality zážitku návštěvníka. Podle nich model obsahuje vymezení, které využití je ještě přijatelné, na jakém území, kdy a proč při žádoucím stavu prostředí. Jako poslední model popisují model managementu dopadů návštěvníků v chráněných oblastech, což je přístup, který zahrnuje analýzu dopadů cestovního ruchu, flexibilitu výběru strategie managementu a účast veřejnosti. U posledního zmíněného modelu je nutné si uvědomit, že dopady návštěvníků jsou rozdílné podle toho, jestli se jedná o přírodní území nebo o kulturní území ve městě. Je potřeba se tím řídit a zvolit správnou ochranu pro dané území. Modely pro oba typy území jsou podobné v používaných principech a přístupech. Například ve vytváření naučných stezek, ty mohou být jak v přírodě, tak i ve městě.

3.4 Indikátory udržitelnosti CR v kulturních destinacích

Podle UNWTO (2004) jsou indikátory udržitelnosti cestovního ruchu (dále jen „indikátory“) měřítky rizika a soubory informací, které jsou vybírány k použití k pravidelnému základnímu měření změn, které jsou důležité pro rozvoj a řízení cestovního ruchu. Dále uvádí, že použití indikátorů může vést k předvídání a prevenci nežádoucích situací v destinacích, protože indikátory poskytují informace, které mohou pomoci objasnit případné problémy. Indikátory by se tedy daly nazvat pomůckami, které pomáhají destinačnímu managementu, a jeho žádoucí součástí, kterou je návštěvnícký management, získávat informace o cestovním ruchu v dané destinaci a na základě těchto informací přijímat různá rozhodnutí. Nejlepší indikátory v každé destinaci jsou ty, které reagují na rizika a obavy týkající

se udržitelnosti cestovního ruchu (UNWTO, 2004). Právě udržitelnost cestovního ruchu v destinaci je důležitá, a proto je nutné zvolit správné indikátory, které na případná rizika upozorní. Podle Zelenky a kol. (2013) lze ještě dodat, že indikátory jde různě třídit. Je tedy nutné vědět kde a co se bude zjišťovat a podle toho volit správné indikátory.

Vývoj a používání indikátorů je stále více vnímáno jako základní součást plánování, řízení destinací a prosazování udržitelného rozvoje pro odvětví cestovního ruchu (UNWTO, 2004). Je to dáno tím, že v poslední době se cestovní ruch rozvinul, lidé hodně cestují a zatěžují kulturní i přírodní prostředí dané destinace, a proto je kladen větší důraz na regulaci návštěvníků a dopadů s nimi spojených. Na dopady cestovního ruchu upozorňuje i UNWTO (2004) tím, že mnoho destinací je ohroženo kvůli nedostatečné pozornosti k dopadům cestovního ruchu a dlouhodobé udržitelnosti destinací. Dále uvádí, že v této souvislosti představují indikátory systém včasného varování pro manažery destinace na potenciální rizika a slouží jako klíčový nástroj, který poskytuje konkrétní opatření, které jsou nejdůležitější pro udržitelnost cestovního ruchu v destinaci. Je ale nutné, aby se manažeři destinací zamýšleli nad udržitelností cestovního ruchu a měli snahu ho pomocí indikátorů sledovat a případně reagovat na zjištěné dopady.

Zelenka a kol. (2013) doporučují, že je vhodné při zavádění indikátorů začít s malou sadou indikátorů a následně ji podle potřeb rozšiřovat. Vhodně zvolená malá sada indikátorů poskytne ty nejdůležitější informace. Podle nich pak mohou být zvolené indikátory pro destinaci přínosem. Z přínosů jmenují kvalitnější proces rozhodování a s tím související kvalitnější rozhodnutí, menší rizika a náklady, identifikace hrozeb, příležitostí a dopadů, větší veřejná odpovědnost a lepší komunikace s veřejností a s dalšími aktéry cestovního ruchu, měření úspěšnosti implementace plánů rozvoje území a aktivit managementu a identifikace v budoucnu objevujících se rizik – prevence. Díky UNWTO (2004) lze tyto přínosy doplnit ještě o to, že indikátory pomáhají snížit riziko chyb v plánování a díky neustálému monitorování mohou vést k neustálému zlepšování. Pokud tedy destinační manažeři vyberou správné indikátory a budou se řídit podle zjištěných

informací a dat, tak se bude cestovní ruch v destinaci zlepšovat a udržitelně vzkvétat.

3.4.1 Typy indikátorů

Podle UNWTO (2004) existují různé typy indikátorů, z nichž každý má pro rozhodovací orgán jinou užitečnost. Je nutné, aby rozhodovací orgán věděl, jaká data chce zjistit a podle toho zvolit typ indikátoru. UNWTO (2004) uvádí, že nejpříměji užitečné indikátory mohou být ty, které pomáhají předvídat problémy, ale existuje několik dalších ukazatelů. Podle ní jsou rozděleny následovně:

- ukazatele včasného varování (např. pokles počtu turistů, kteří se chtějí vrátit),
- ukazatele namáhání systému (např. nedostatek vody nebo indexy kriminality),
- opatření aktuálního stavu průmyslu cestovního ruchu (např. míra obsazenosti, spokojenost turistů),
- opatření dopadu rozvoje cestovního ruchu na biofyzikální a sociálně-ekonomické prostředí (např. indexy úrovně odlesňování, změny vzorců spotřeby a úrovně příjmů v místních komunitách),
- opatření v oblasti řízení (např. náklady na vyčištění znečištěných pobřežních oblastí),
- opatření v oblasti efektu, výsledků nebo výkonu řízení (např. změněné úrovně znečištění, větší počet vracejících se návštěvníků).

Indikátory se dělí na klíčové a specifické, kdy klíčové jsou využitelné univerzálně ve všech destinacích a specifické jsou pro vybrané typy destinací, kdy se pro ně vytvoří specifické indikátory podle charakteristik destinace (Pásková, 2014). Při výběru indikátorů pro určitou destinaci je nutné vědět, co se bude sledovat a jestli se jedná o destinaci přírodní (např. chráněná krajinná oblast) nebo kulturní (např. město) a na základě toho vybrat správné indikátory.

Pásková (2014) ve své publikaci vyjmenovává klíčové indikátory cestovního ruchu, kterými jsou: ochrana území, stres, intenzita užívání, sociální odpady, kontrola rozvoje, odpadové hospodářství, proces plánování, kritický ekosystém, spokojenost spotřebitelů, spokojenost místních obyvatel, sezónnost cestovního ruchu, negativní dopady na přírodu, degradace kulturního kapitálu, únosná

kapacita, tlak na místo a atraktivnost. Ke všem těmto indikátorům popisuje způsob vytvoření a zjišťování indikátoru. Každý indikátor má svůj vlastní způsob zjišťování dat, podle kterého se řídí. Například u indikátoru stres popisuje Pásková (2014) způsob zjišťování pomocí počtu návštěvníků navštěvujících místo třeba za rok, u indikátoru sociální dopady má psaný způsob zjišťování v poměru počtu návštěvníků a místních obyvatel nebo u indikátoru sezónnost cestovního ruchu je způsob zjišťování dán poměrem prodaných lůžek v hlavní a vedlejší sezóně. U posledního zmíněného indikátoru je nutné si dát pozor na to, že ne v každé destinaci návštěvníci přenocují. Jsou destinace, kam jezdí návštěvníci na jednodenní výlety. Takovou destinací je například Český Krumlov. V případě jednodenních destinací je nutné používat odhad počtu návštěvníků za den anebo při podrobném výzkumu použít změnu poměru jednodenních a vícedenních návštěvníků.

3.5 Dopady pandemie covid-19

Na začátku roku 2020 se začal po světě šířit koronavirus s označením SARS-CoV-2. Dne 11. března 2020 prohlásila Světová zdravotnická organizace šíření koronaviru za pandemii covid-19. Tato pandemie s sebou přinesla ekonomickou krizi a dopady, které se projeví především ve zdravotnictví, školství, cestovním ruchu a sektoru služeb. Každá země reagovala na pandemii covid-19 jinými opatřeními a jiným způsobem se s ní vyrovnávala. Některá opatření vydaná v jedné zemi byla totožná s jinými zeměmi. Opatřeními v České republice realizovaných v nejpřísnější variantě nouzového stavu bylo povinné nošení roušek, uzavření škol, obchodů a hranic, zrušení hromadných akcí, pozastavení sportu, restrikce pohybu osob a shromažďování.

Pandemie covid-19 zasáhla Českou republiku v několika vlnách. Podle toho, jak byla situace vážná, docházelo ke zpřísnění nebo rozvolňování opatření, což se hodně promítlo v sektoru služeb a v cestovním ruchu. Vždy byly snahy odhadnout, jak se situace bude vyvíjet v blízké budoucnosti a to především, když se jednalo o rozvolnění. Ne vždy však byl odhad vlády, parlamentu ale i obyvatel České republiky správný. V době pandemie covid-19 byly snahy podpořit cestovní ruch, ekonomiku a sektor služeb především v letní sezóně.

3.5.1 Dopady na ekonomiku

Nejvíce se pandemie covid-19 dotkla sektoru služeb a cestovního ruchu. Obchody, památky, stravovací a ubytovací zařízení byla na několik týdnů zavřena. Kvůli tomu přišli o své pravidelné tržby a zákazníky. Obchody, které neměly výjimku k prodeji, nemohly prodávat nakoupené zboží a stravovací zařízení měla zásoby potravin, které potřebovaly spotřebovat. Proto se některá stravovací zařízení v České republice snažila spotřebovat zásoby potravin a přežít díky výdejnímu okénku, které bylo povoleno. Obchody mohly prodávat přes e-shop. Cestovní kanceláře, které měly dopředu prodané zájezdy, musely prodloužit jejich termín nebo vrátit peníze.

Vláda v České republice věděla, že zavření ekonomických subjektů není dobré řešení a subjekty kvůli tomu přicházejí o své příjmy, a proto se jim rozhodla finančně pomoci. Stanovila podmínky, pro koho finanční pomoc bude, čímž došlo k tomu, že ne každý podnikatelský subjekt o ni mohl požádat.

Kvůli opatřením a pandemii přišla spousta lidí o zaměstnání, protože podnikatelské subjekty své zaměstnance propouštěly, aby snížily své náklady. Pro lidi bez zaměstnání bylo v době pandemie těžké hledat jiné zaměstnání, protože podniky moc nových lidí nenabíraly. Někteří podnikatelé museli svoje podnikání ukončit, protože situaci finančně nezvládli.

3.5.2 Dopady na cestovní ruch

V České republice bylo omezení pohybu, tudíž lidé necestovali. Jejich cesty byly převážně ze zaměstnání, do zaměstnání a na nákupy. Když došlo před letní sezónou k rozvolněním, tak měli někteří lidé strach cestovat, aby se někde nenakazili, a to se projevilo v návštěvnosti destinací jak v České republice, tak v zahraničí. Destinace v České republice, které jsou hojně navštěvované zahraničními návštěvníky, pocítily nejvíce pokles cestovního ruchu. Těmito místy je například Praha, lázeňský trojúhelník nebo Český Krumlov.

Kvůli menšímu příjezdu zahraničních návštěvníků se některé destinace a podnikatelské subjekty rozhodly více propagovat destinace České republiky. Propagace byla hodně viditelná od Českých drah, které vymyslely slogany na různé

destinace s obrázky míst a ty byly k vidění na nástupištích nádraží po celé České republice. Obyvatelé České republiky měli díky tomu možnost lépe poznat památky a krajinu České republiky, a naopak destinace měly alespoň nějakou návštěvnost.

Pokud lidé chtěli po rozvolnění cestovat do cizích zemí, museli si zjistit podmínky pro vstup do země, například negativní test na covid-19. Toto je mohlo odradit od dovolené v zahraničí, a proto se někteří rozhodli pro dovolenou v České republice, nebo nejeli nikam.

4 Praktická část

4.1 Litomyšl

Město Litomyšl leží ve východní části Pardubického kraje, na pomezí Čech a Moravy protéká jím řeka Loučná (Východní Čechy, 2021). Stránka Města Litomyšl (2021) uvádí, že první písemná zmínka o Litomyšli je z roku 981 a pochází z Kosmovy kroniky české. Tímto se zde zdůvodňuje, proč se o Litomyšli hovoří jako o městě s tisíciletou historií. Historické jádro tvoří městskou památkovou rezervaci (Východní Čechy, 2021), což je druhý řád úrovně dědictví podle Páskové (2014). Má také přítažlivost prvního řádu úrovně dědictví, díky zámku zapsanému na Seznamu.

4.1.1 Historie města

Podle internetové stránky Východní Čechy (2021) vzniklo město Litomyšl na místě staršího obranného hradiště, které bylo u tzv. Trstěnické stezky. Dále se popisuje, že v Litomyšli olomoucký biskup Jindřich Zdík roku 1145 založil premonstrátský klášter Olivetská hora. Podle webové stránky Města Litomyšl (2021) byla Litomyšl roku 1259 povýšena českým králem Přemyslem Otakarem II. na město a v roce 1344 zde Karel IV. založil biskupství. Zmiňuje, že tyto události a postupná správa města přinášely městu rozkvět a užitek. Následně je uvedeno, že Litomyšl byla vždy významným sídlem a tomu odpovídaly stavitelské počiny. Jako příklad je na webové stránce uveden Vratislav II. z Pernštejna, který nechal vystavět renesanční zámek a roku 1722 byl dostavěn piaristický chrám Nalezení sv. Kříže.

Webová stránka Město Litomyšl (2021) popisuje, že v 19. století město ztrácelo na významu z obchodního hlediska, protože hlavní železniční trať byla vedena přes nedalekou Českou Třebovou, nicméně se stále více stávalo centrem společenského dění, školství, vzdělanosti a umění. Nezapomíná ani zmínit, že se v Litomyšli narodil skladatel Bedřich Smetana nebo představitel české krajinářské školy malíř Julius Mařák a působila zde řada významných osobností, např. Božena

Němcová, Alois Jirásek nebo Josef Váchal. Dále uvádí, že ve 20. století se město postupně rozrůstalo, a to o vilové čtvrti nebo o panelová sídliště.

4.1.2 Zámek Litomyšl

Podle webové stránky Zámek Litomyšl – Zámecké návrší Litomyšl (2021) se zámek pyšní svou unikátní sgrafitovou výzdobou, zdi pokrývá 8000 psaníček s originálními motivy a vzácný soubor figurálních sgrafit. Dále uvádí, že velkou raritou je klasicistní zámecké divadlo s dochovaným souborem jevištních dekorací od Josefa Platzera v tzv. kukátkovém uspořádání. Je zde také upozorněno, že na světě jsou pouze tři další původní divadla tohoto typu.

Webová stránka Zámek Litomyšl (2021) uvádí, že roku 1567 získala panství Litomyšl do zástavy rodina pánů z Pernštejna. Podle ní byl prvním z nich Vratislav z Pernštejna, a právě on nechal postavit zámek v renesančním stylu pro jeho španělskou paní Marie Manrique de Lara. Informuje, že základní kámen byl položen v roce 1568 a zámek byl dokončen v roce 1581. Podle ní byla budova zámku navržena italským architektem Gioannim Baptistou Avostalisem de Sala. Na webové stránce Zámek Litomyšl (2021) je uvedeno, že poslední členka rodu, Frebonie z Pernštejna, pozvala do Litomyšle řád piaristů, který dodal místu nový barokní nádech. Dále uvádí, že po její smrti byl zámek v roce 1649 prodán německému rodu Trauttmansdorffů a potom od roku 1753 panství se zámekem vyženili Waldstein-Wartenbergové, kteří ale během své správy nashromáždili tolik dluhů, že v roce 1855 bylo panství se zámekem Litomyšl prodáno posledním majitelům rodu Thurn-Taxis.

Stránka Zámek Litomyšl (2021) uvádí, že majitelem zámku bylo od roku 1945 Československo a od roku 1993 je to Česká republika. Následně nezapomíná podotknout, že v roce 1999 byl zámek v Litomyšli pro svou jedinečnou renesanční architekturu zapsán na Seznam.

4.2 Sběr informací a průběh šetření, výzkumu

Sběr informací a výzkum se skládal z dat poskytnutých Turistickým informačním centrem Litomyšl, dotazníkového šetření a ze zkoumání sociálních médií.

Data poskytnutá Turistickým informačním centrem Litomyšl zahrnovala návštěvnost dvou informačních center, která se nacházejí v Litomyšli. Díky tomu byla vytvořena představa o tom, kolik zhruba návštěvníků za jeden rok navštíví informační centra. Z této představy však nelze vyvodit celkovou návštěvnost Litomyšle, protože ne každý návštěvník navštíví informační centrum.

Dotazníkové šetření probíhalo prostřednictvím dvou telefonických rozhovorů, ale především přes emailovou komunikaci. Toto šetření probíhalo na přelomu ledna a února. Problém nastal, když podnikatelé v pohostinství neposílali zpět vyplněné dotazníky, což se dalo očekávat, protože v důsledku pandemie covid-19 byly jejich provozovny zavřené, a tudíž nekontrolovali emaily tak často. K tomu, aby byly získány aspoň nějaké odpovědi, tak muselo být telefonicky zjišťováno, zda podnikatelé v pohostinství dotazníky viděli, budou je ochotni vyplnit a případně je o tom znovu informovat. Po tomto zjišťování byly některé dotazníky vyplněny a poslány zpět.

Zkoumání na sociálních médiích probíhalo na Twitteru, Instagramu a Flickru. Zjišťovalo se, která místa jsou typická pro fotografie uživatelů a z toho se vyvodila místa, která uživatele lákají k návštěvě nebo přinejmenším k vyfocení.

4.3 Zpracování výsledků

4.3.1 Návštěvnost turistických informačních center v roce 2019

V Litomyšli jsou dvě turistická informační centra. Jedno je hlavní a nachází se na Smetanově náměstí. Druhé turistické informační centrum je sezónní a není otevřené celoročně. Toto turistické informační centrum se nachází u zámku.

Za rok 2019 navštívilo sezónní pobočku turistického informačního centra u zámku celkem 27 500 návštěvníků informačního centra. Je to za období od března do prosince, což je sezóna bez omezení.

V hlavním turistickém informačním centru Litomyšl počítají návštěvnost podle automatického sčítače a počítače. Automatický sčítač mají umístěný u dveří a zaznamenává všechny průchody návštěvníků informačního centra. Může se stát, že se údaje liší, viz popis v metodickém zpracování. Údaje z automatického sčítače jsou pro toto informační centrum orientační, slouží spíše pro kontrolu s údaji zaznamenanými ručně do počítače.

Z tabulky č. 1 lze vyčíst, že podle počítače navštívilo hlavní pobočku turistického informačního centra na Smetanově náměstí 95 500 návštěvníků informačního centra. Podle automatického sčítače to činí 96 000 návštěvníků informačního centra. Rozdíl mezi automatickým sčítačem a počítačem činí 500 návštěvníků informačního centra, což je ukáзка toho, jak se liší evidence návštěvníků informačního centra různými metodami.

Po sečtení počtu návštěvníků informačních center z obou objektů, když se počítá s čísly podle počítače, je celkový počet návštěvníků informačních center 123 000 za rok 2019. Z tohoto čísla však nelze usoudit celkovou návštěvnost Litomyšle, protože ne každý návštěvník přijde do turistického informačního centra, takže celkové číslo návštěvnosti Litomyšle bude větší. Ovšem i tak lze předpokládat, že návštěvnost je únosná.

Při pohledu na tabulku č. 1 je zajímavé, že největší návštěvnost není pouze v letní sezóně, ale také v prosinci a v lednu. V prosinci to pravděpodobně může být dáno adventní dobou, kdy lidé cestují po adventních trzích. V lednu je to dáno tím, že rezidenti si chodí do turistického informačního centra kupovat abonentní vstupenky a parkovací lístky.

Měsíc	Počet návštěvníků podle PC	Počet návštěvníků podle počítađa
leden	8 274	8 344
únor	6 531	6 488
březen	7 103	7 142
duben	7 356	7 346
květen	8 326	8 330
červen	7 711	7 746
červenec	10 129	10 146
srpen	10 706	10 677
září	7 910	8 345
říjen	6 691	6 539
listopad	6 096	6 115
prosinec	8 623	8 753
Celkem	95 456	95 971

**Tabulka č. 1. Návštěvnost IC na Smetanově náměstí za rok 2019.
Zdroj: Motyčková (2020)**

Návštěvnost sezonní pobočky Informačního centra Litomyšl v roce 2019	
Měsíc	Počet návštěvníků
Leden	0
Únor	0
Březen	274
Duben	2 266
Květen	2 842
Červen	4 663
Červenec	6 187
Srpen	6 702
Září	2 599
Říjen	1 713
Listopad	28
Prosinec	272
Celkem	27 546

**Tabulka č. 2. Návštěvnost Zámeckého informačního centra v Litomyšli za rok 2019.
Zdroj: Motyčková (2020)**

4.3.2 Návštěvnost turistických informačních center v roce 2020

V roce 2020 byl cestovní ruch na začátku roku kvůli pandemii covid-19 pozastaven. Nemohly být otevřené památky a bylo omezené cestování. Byl předpoklad, že návštěvnost turistických informačních center za celý rok 2020 bude nižší než v roce 2019.

Sezonní pobočka turistického informačního centra u zámku byla kvůli vládním opatřením do dubna a poté znovu od října do prosince uzavřená, a proto

je její návštěvnost v následující tabulce uvedena pouze od května do září. Během provozní doby čítá návštěvnost této pobočky celkem 19 000 návštěvníků informačního centra. Na rozdíl od sezónní pobočky byla hlavní pobočka na Smetanově náměstí otevřená od začátku roku 2020, pouze v listopadu bylo otevřeno výdejní okénko. Z toho důvodu je návštěvnost za listopad podle počítače malá a podle automatického sčítače nulová.

V následující tabulce č. 3 je vidět, že podle počítače navštívilo hlavní pobočku na Smetanově náměstí celkem 55 000 návštěvníků informačního centra a podle automatického sčítače 54 000 návštěvníků informačního centra. V listopadu byla tato pobočka zavřená z důvodu vydaných opatření a fungovalo pouze výdejní okénko, proto nulová návštěvnost. V prosinci tato pobočka fungovala také přes výdejní okénko a v době, kdy mohla být otevřená, tak otevřená byla. Z důvodu, že by údaj o návštěvnosti kvůli výdejnímu okénku byl zkreslený, tak je za prosinec u automatického sčítače uvedena nulová návštěvnost. V březnu se poté na automatickém sčítači vyskytla chyba, takže číslo celkového počtu návštěvníků informačního centra podle automatického sčítače není správné a je pouze orientační.

Pokud se sečte číslo počtu návštěvníků informačního centra z pobočky u zámku a z pobočky na Smetanově náměstí, přičemž číslo počtu návštěvníků informačního centra se vezme podle počítače, tak celková návštěvnost turistických informačních center čítá 74 000 návštěvníků informačního centra za rok 2020. Je to úctyhodný počet návštěvníků informačního centra, zvláště když je bráno na zřetel, že turistická sezóna kvůli opatřením nebyla příznivá. Z toho je patrné, že návštěvníci měli chuť po rozvolnění cestovat.

Když se porovná celková návštěvnost turistických informačních center z roku 2019 s rokem 2020, tak je rozdíl v návštěvnosti více než patrný. Po odečtení čísla 74 000 od 123 00 vyjde rozdíl 49 000 návštěvníků informačního centra. Rozdíl se blíží polovině návštěvníků informačního centra z roku 2019, což je poměrně dost velký pokles návštěvnosti zapříčiněný pandemií covid-19.

Následně je také zajímavé porovnat návštěvnost turistických informačních center z roku 2019 s rokem 2020 v červenci a srpnu, tedy v hlavní letní sezóně, kdy

nebyla opatření. Po sečtení a zaokrouhlení čísel počtu návštěvníků informačních center z obou poboček z roku 2019 vyjde číslo 34 000 a v roce 2020 to činí 33 000. Rozdíl je zhruba 1 000 návštěvníků informačního centra, což je srovnatelné s rokem 2019. Z toho lze usoudit, že návštěvníci po zrušení opatření chtěli cestovat a že cestovní ruch byl v létě v roce 2020 v Litomyšli skoro na stejné úrovni jako v roce 2019.

Měsíc	Počet návštěvníků podle PC	Počet návštěvníků podle počítadla	
leden	8 263	8 265	
únor	4 971	4 931	
březen	2 808	6 071	(chyba na počítadle)
duben	396	396	
květen	3 115	3 115	
červen	5 204	5 232	
červenec	9 532	9 608	
srpen	8 398	8 610	
září	5 924	5 787	
říjen	2 354	2 389	
listopad	89	0	
prosinec	4 387	0	
Celkem	55 441	54 404	

**Tabulka č. 3. Návštěvnost IC na Smetanově náměstí za rok 2020.
Zdroj: Bárta (2021)**

Návštěvnost sezonní pobočky Informačního centra Litomyšl v roce 2020	
Měsíc	Počet návštěvníků
leden	0
únor	0
březen	0
duben	0
květen	291
červen	1 834
červenec	8 285
srpen	6 725
září	2 176
říjen	0
listopad	0
prosinec	0
Celkem	19 311

Tabulka č. 4. Návštěvnost Zámeckého informačního centra v Litomyšli za rok 2020.

Zdroj: Bárta (2021)

4.4 Sociální média

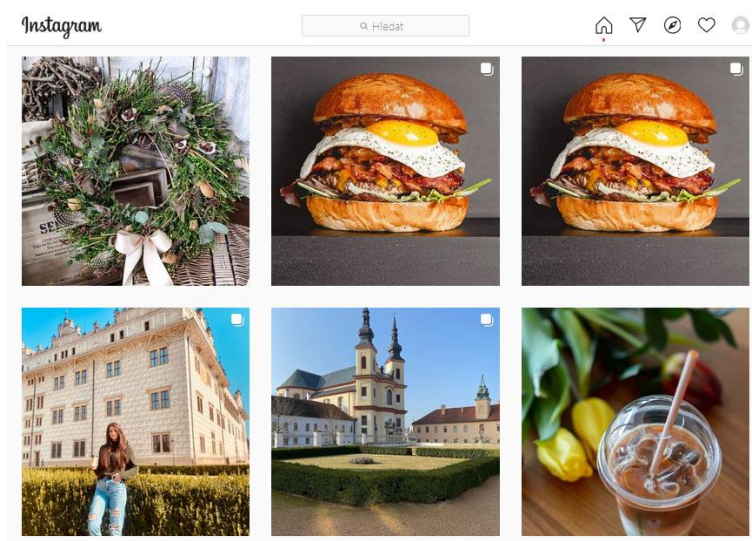
Pomocí sociálních médií jde v dnešní době zjistit hodně informací. Je to například to, kde uživatel byl, s kým tam byl, co fotil nebo nějaké základní informace o něm. Z toho důvodu byla pro výzkum vybrána následující sociální média, která prozradila místa v Litomyšli, jenž jsou nejvíce fotografována. Z toho lze usoudit, že mohou být nejvíce navštěvovaná, ale jak už bylo zmíněno v metodické části, tak to nemusí být pravda. Tvrzení, že nejvíce fotografována místa jsou i nejvíce navštěvovaná, je pouhou domněnkou a je nutné ho brát s rezervou v následujícím popisu výzkumu.

4.4.1 Instagram

Prvním zkoumaným sociálním médiem byl Instagram. Na něm uživatelé sdílejí své fotografie a videa. Po zadání slova Litomyšl do vyhledávače na Instagramu byl vyhledán mix sdílených fotografií z ledna 2020 a starší. Tento mix se skládal z fotografií oblečení, jídla, lidí a míst z Litomyšle (Obrázek č. 1). Podle vyhledaných fotografií je nejvíce fotografováním a zřejmě i navštěvovaným místem zámek. Dalším hojně fotografováním místem jsou Klášterní zahrady občas s pohledem na kostel Povýšení sv. Kříže nebo na piaristický chrám Nalezení sv. Kříže. Několik fotografií

je i ze Smetanova náměstí a Váchalovy ulice. Otazníkem u těchto fotek je, zda jsou od místních obyvatel nebo od návštěvníků Litomyšle. Toto nelze dohledat.

Lze také vyhledat na Instagramu uživatele Infocentrum Litomyšl, zámek Litomyšl nebo Naše Litomyšl, kde jsou sdílené fotografie buď pouze zámku, nebo různých míst v Litomyšli, které slouží jako ukázka, co navštívit v Litomyšli. Je ovšem nutné dodat, že tyto fotografie nejsou od návštěvníků Litomyšle. Tyto uživatelské profily slouží spíš pro propagaci Litomyšle.



**Obrázek č. 1. Reprezentativní ukázka příspěvků z Instagramu, co fotili návštěvníci v Litomyšli.
Zdroj: Facebook (2021)**

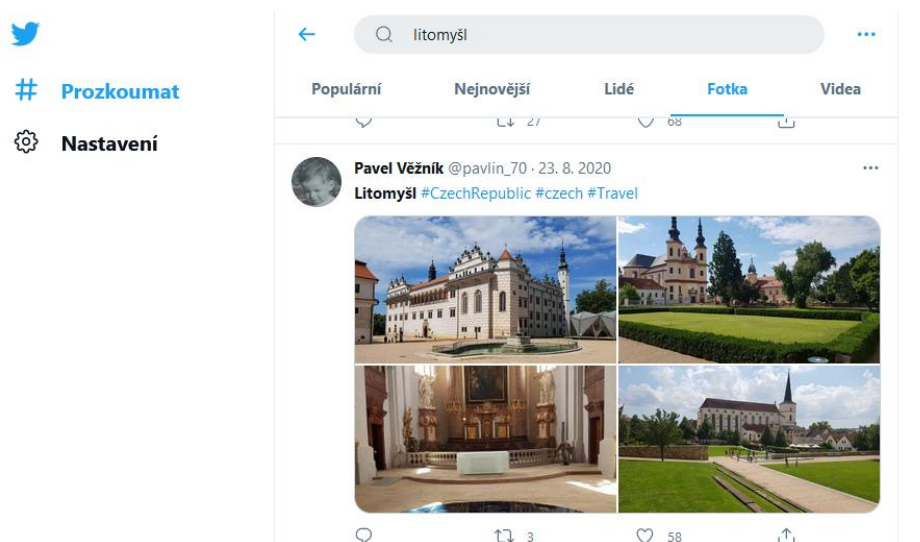
4.4.2 Twitter

Další sociální médium, které bylo zkoumáno, byl Twitter. Na něm lze sdílet textové příspěvky, fotografie a videa. Po zadání slova Litomyšl do vyhledávače a kliknutí na kolonku fotografie, aby se zobrazily pouze fotografie z Litomyšle (Obrázek č. 2). Byly vyhledány fotografie od roku 2020 do roku 2014. Fotografie sdíleli jak návštěvníci, tak uživatelé podporující cestovní ruch České republiky. Takovým uživatelem podporujícím cestovní ruch je na Twitteru například Visit Czechia, Heritage of Czechia nebo Visit Czech Republic. Tito uživatelé na svých účtech na Twitteru publikují fotografie Litomyšle z oblohy většinou s pohledem na zámek a okolí. Jsou to fotografie, které návštěvníci nevyfotografují, a tudíž

ani nepublikují. V tom je rozdíl mezi fotografiemi od návštěvníků a uživatelů podporujících cestovní ruch na Twitteru.

Vyfocená místa v Litomyšli jsou různorodá, co se týká památek, na rozdíl od Instagramu. Opět však nelze zjistit, kolik příspěvků je od návštěvníků nebo místních obyvatel. Lze to posoudit pouze podle komentářů k fotografiím, ale není pravidlem, že je v každém komentáři napsáno, že byl uživatel v Litomyšli na výletě.

Nejvíce sdílených fotografií patří zámku a jeho okolí, tedy různé pohledy ze zámeckých zahrad na zámek. Dalším fotografovaným místem je piaristický chrám Nalezení sv. Kříže. Hned po něm následují Klášterní zahrady a Smetanovo náměstí s fotkou z Váchalovy ulice. Na Twitteru je i příspěvek obsahující fotografie z portmonea Josefa Váchala a jiný příspěvek znázorňuje pohled na město focený odněkud z okna.



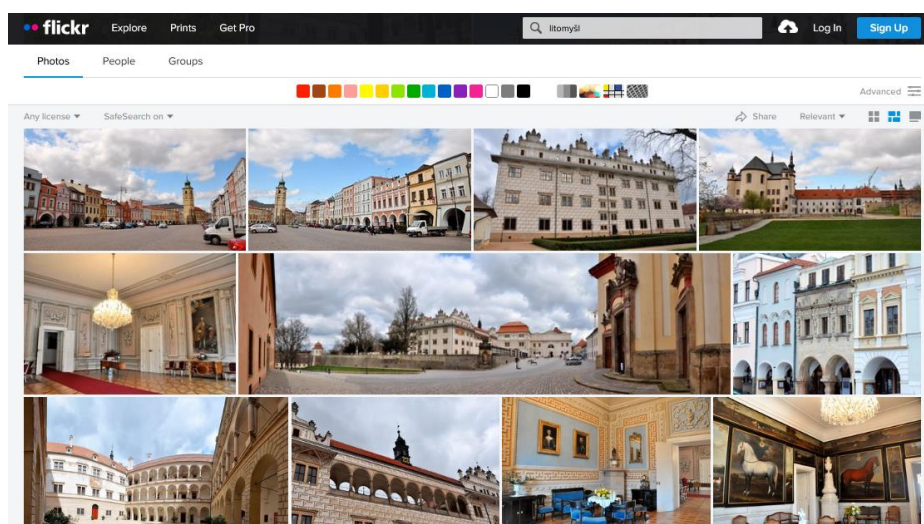
**Obrázek č. 2. Ukázka příspěvku na Twitteru vztahující se k Litomyšli.
Zdroj: Twitter (2021)**

4.4.3 Flickr

Jako třetí byl zkoumán Flickr, který slouží především pro sdílení fotografií. Opět po zadání slova Litomyšl do vyhledávače na Flickru se zobrazily všechny fotografie z různých míst Litomyšle (Obrázek č. 3). Tentokrát byly vyhledány pouze fotografie památek a žádné oblečení nebo jídlo, jako tomu bylo na Instagramu. Fotografií bylo nalezeno velké množství, ale někteří uživatelé sdíleli více fotek

z jedné památky. Opět z příspěvků nešlo poznat, zda uživatel je návštěvník Litomyše nebo její obyvatel.

Jako u předešlých dvou sociálních médií bylo nejvíce sdílených fotografií ze zámku. O další místo se dělí Klášterní zahrady a Smetanovo náměstí. Několik fotografií je i z různých koutů města Litomyšl. Podle toho lze soudit, že uživatelé prozkoumávají i části města, kde nejsou zajímavé památky. Dalším navštěvovaným místem je Váchalova ulice, která se nachází u Smetanova náměstí. Pár sdílených fotografií ukazuje kostel Povýšení sv. Kříže.



Obrázek č. 3. Ukázka příspěvků z Flickru vztahujících se k Litomyšli.
Zdroj: SmugMug (2021)

4.5 Kvalitativní a kvantitativní výzkum

4.5.1 Online dotazování s využitím otevřených otázek

V rámci tohoto šetření byl sestaven dotazník, kde bylo 14 otázek. Tento dotazník byl poslán respondentům. Za respondenty byli vybráni podnikatelé v pohostinství v Litomyšli. Otázky v dotazníku byly zaměřené na to, jak je vnímán cestovní ruch v Litomyšli. Tyto otázky byly převážně otevřené, pouze jedna otázka byla uzavřená. Odpovědi na otázky měly přispět k vytvoření představy, jak vybraní respondenti vnímají cestovní ruch a také k tomu, aby se nad cestovním ruchem v Litomyšli trochu zamysleli. Dotazník byl poslán emailem 50 podnikatelům v pohostinství a celkem se vrátilo 11 vyplněných dotazníků.

V Litomyšli je více stravovacích zařízení než ubytovacích. Na dotazník odpovědělo celkem 6 stravovacích zařízení, 4 ubytovací zařízení, turistické informační centrum, zámek a 1 respondent, který poskytuje ubytovací i stravovací služby. Odpovědi byly získány od různorodých respondentů.

4.5.2 Výsledky online dotazování

První otázka byla zaměřená na to, zda cestovní ruch má převážně negativní nebo pozitivní vlivy na Litomyšl. Nejčastěji se vyskytl názor, že v Litomyšli převažují pozitivní vlivy. Je to pochopitelné, protože Litomyšl není moc velké město. Také podle dat návštěvnosti zaslanych Turistickým informačním centrem Litomyšl lze usoudit, že by neměly převažovat negativní vlivy, protože intenzita návštěvnosti za jeden rok není tak vysoká. To dokládají odpovědi respondentů, kteří negativní vlivy téměř nezmiňují.

V další otázce se měli respondenti zamyslet, zda vymyslí nějaké negativní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli. Někteří respondenti odpověděli, že žádné negativní vlivy nevnímají a ostatní nějaké negativní vlivy jmenovali nebo to byly spíše připomínky. Z negativních vlivů respondenti jmenovali navýšení množství odpadků s vyšším počtem návštěvníků, malou kapacitu stravovacích zařízení v hlavní sezóně, že se nic nedělá pro obyvatele, protože město se snaží udržovat centrum pro návštěvníky a zaměřuje se na ně nebo zvýšený počet automobilů v historickém jádru města a nedostatek parkovacích míst. Poslední dva zmíněné negativní vlivy lze brát také jako připomínku. Odpovědi v dotazníku to uvádějí jako negativní vliv, ale nemusí to být vliv cestovního ruchu, protože tam parkují také rezidenti. V dnešní době má spousta lidí své auto, a proto se dopravují sami na všechna místa, kam je to možné. Lze tomu přisoudit zvýšený počet automobilů v centru Litomyšle a zároveň málo parkovacích míst, protože ti, co pracují v centru Litomyšle a dojíždějí, tak mohou nechávat svůj automobil na náměstí. Pokud respondenti spojují rostoucí počet automobilů a nedostatek parkovacích míst pouze s cestovním ruchem, nemuseli zvážit, že současně dochází k zvyšování počtu automobilů u rezidentů. Rezidenti tím mohou způsobovat zvýšené požadavky na počet parkovacích míst v Litomyšli.

Za připomínku lze také považovat pořádání kulturních akcí, které mohou rušit ubytované hosty. Další připomínkou je nemožnost zaparkovat autobus s návštěvníky na náměstí. Tyto autobusy nemají na náměstí vyhrazené místo pro parkování. Z toho důvodu se stane, že návštěvníci vystoupí z autobusu u zámku a následně tam také nastoupí, aniž by viděli něco jiného než pouze zámek. Vyskytl se názor, že kdyby autobusy měly možnost parkovat na náměstí, tak si návštěvníci projdou náměstí a případně utratí peníze u některého z obchodníků. Ovšem parkování autobusů na náměstí by pravděpodobně nebylo možné, a to z důvodu, že by autobusy musely parkovat podél chodníku a při výjezdu z některé ulice by nemuselo být přes ně vidět. Toto by se dalo vyřešit tím, že by autobusy parkovaly buď na autobusovém nádraží (Obrázek č. 5), nebo na parkovišti u hlavní silnice Kpt. Jaroše. Návštěvníci by následně mohli k zaparkovanému autobusu dojít. Na trase na autobusové nádraží by mohli vidět v řece Loučné nutrie, o kousek dál je budova Lidového domu a následně mohli obdivovat park u autobusového nádraží. Z parkoviště u hlavní silnice Kpt. Jaroše by šlo udělat záchytné parkoviště s podzemním parkováním (Obrázek č. 4). Odtud by to návštěvníci měli 503 metrů na hlavní Smetanovo náměstí. Toto parkoviště by mohlo vyřešit problém s parkováním v centru města.



**Obrázek č. 4. Mapa trasy ze záchytného parkoviště.
Zdroj: Mapy.cz (2021)**



**Obrázek č. 5. Mapa trasy z autobusového nádraží na Smetanovo náměstí.
Zdroj: Mapy.cz (2021)**

V následující otázce měli respondenti vyjmenovat pozitivní vlivy cestovního ruchu. Respondenti se shodli, že pozitivní vliv spočívá ve finančním přínosu. Lze k tomu dodat, že respondenti podnikají s cílem vydělat, s čímž jim pomáhají právě příchozí návštěvníci. Za další pozitivní vliv respondenti vnímají vysokou návštěvnost a různorodost návštěvníků, povědomost o městě, spoustu sportovních a kulturních aktivit, které mohou lidé podniknout, architektonické a historické centrum, zajímavé cíle v okolí Litomyšle, pořádání kulturních akcí, zařazení mezi významné turistické destinace a využití náměstí. Poslední poznámka je myšlena v tom smyslu, že na náměstí je hodně obchodů a stravovacích zařízení, díky kterým náměstí žije a stojí za to ho navštívit.

Ve čtvrté otázce měli respondenti charakterizovat cestovní ruch v Litomyšli. Zde se respondenti rozepsali a odpovědi byly různorodé. Někteří respondenti se shodli v tom, že se město snaží pomocí pořádání různých akcí a dobře propaguje místní cestovní ruch. Dále byli respondenti toho názoru, že návštěvníci vědí, za čím jedou a tím je většinou zámek, ale také využívají kavárny. Následně byli návštěvníci respondenty rozděleni na jednodenní a dlouhodobé návštěvníky. Rozdělení

vysvětlují tím, že si sami nedokážou představit, že budou v tak malém městě týden, a proto popisují, že Litomyšl je město na jeden víkend. Podle respondentů není v Litomyšli zřetelná turistifikace, a proto se ve městě dobře žije místním obyvatelům a návštěvníci je neobtěžují. V teoretické části již bylo zmíněno, že turistifikace hrozí místům s památkou na Seznamu, ale je domněnka, že se to zatím Litomyšle příliš netýká. Jako důvod lze uvést to, že Litomyšl není tolik známá mezi zahraničními návštěvníky, a proto zde není tolik služeb vyhrazených pouze pro ně. Shrnutím slovy respondentů je Litomyšl pro návštěvníky zajímavá díky kultuře, různým akcím a zejména historickým památkám. Z pozorování je vidět, že město se snaží být dobrým místem pro život a návštěvu oproti okolním městům.

Cílem páté otázky bylo zjistit, zda je větší zájem o služby vybraných respondentů při konání významných kulturních akcí. Někteří respondenti se shodli na tom, že ano. Je pochopitelné, že významné kulturní akce a jejich program přitáhnou pozornost více lidí. Ostatní respondenti uvedli, že větší zájem nezaregistrovali, a to z důvodu, že akce se většinou pořádají o víkendech, a to mají zavřeno nebo že i za normálních okolností je o služby velký zájem. Je vhodné podotknout, že každá akce je mezi lidmi různě známá, například Smetanova Litomyšl je celorepublikově známá, zatímco Gastroslavnosti M. D. Rettigové nebo Zahájení lázeňské sezóny jsou známé pouze v okolí Litomyšle. Lze dodat, že na Smetanovu Litomyšl se sjedou lidé z větší dálky a případně v Litomyšli pobudou více dní, tudíž využijí více služeb než ti, co přijedou z blízkého okolí pouze na pár hodin.

Další otázka se zaměřila na to, čím se projevuje míra rozvoje cestovního ruchu v Litomyšli. Byla to opět otázka na rozepsání, ale tentokrát se dotázaní respondenti tolik nerozepsali, nebo se vůbec nevyjádřili. Ti, kteří odpověděli, vidí míru rozvoje cestovního ruchu v množství návštěvníků a jejich ochotu utrácet peníze, v tvorbě akcí, ve větším počtu kaváren a galerií než v jiných městech, v rozvoji kongresového turismu, vyšší poptávce po ubytování, snaze rozšířit ubytovací kapacity a služby pro návštěvníky a celkově větším zájmu o město. Lze doplnit, že vliv na míru rozvoje cestovního ruchu má i propagace, kterou město tvoří, jak už bylo zmíněno v otázce zabývající se charakteristikou cestovního ruchu.

Sedmá otázka se zabývala tím, jak respondenti vnímají množství návštěvníků. U této otázky vybírali ze škály, kde bylo na výběr příliš moc, moc, přiměřeně, málo a příliš málo. Někteří respondenti se shodli na tom, že v Litomyšli je přiměřené množství návštěvníků. Ostatní respondenti odpověděli něco jiného a jejich odpovědi se lišily. Tyto odpovědi zněly málo a příliš málo. Je důležité dodat, že množství návštěvníků se odvíjí podle toho, zda je hlavní sezóna nebo mimo sezónu. Je pochopitelné, že hlavní sezóna je zde v létě, a tudíž i nejvíce návštěvníků. To ostatně dokazují tabulky návštěvnosti zmíněné výše.

Následovala osmá otázka, kde bylo zjišťováno, zda respondenti shledávají, že je přiměřené množství kulturních akcí během roku. Bylo zjištěno, že v Litomyšli se koná každý měsíc hned několik akcí, které obohacují zdejší kulturní život. Záměrem bylo zjistit, jaký názor na množství akcí respondenti mají. Převážně se shodli, že je v Litomyšli přiměřené množství akcí. Počet akcí jen podporuje již zmíněný fakt, že se město snaží propagovat a zvýraznit se.

Následující otázka byla zaměřená také na akce. Respondenti v ní byli dotazováni, zda by některou akci přidali nebo ubrali. Bylo bráno v úvahu to, že je akcí během roku hodně. Převážně se respondenti vyjádřili tak, že by počet akcí nechali a nic by neměnili. Bylo to odůvodněno tím, že akce jsou přiměřeně rozvržené na celý rok. Z toho lze usuzovat, že respondenti mají kladný postoj k akcím a jsou s nimi spokojeni. Nikdo z respondentů by žádnou akci neubral, případně by pouze zkrátily Smetanovu Litomyšl. Je to zdůvodněno tím, že dříve tato akce nebyla roztažená do několika týdnů a stačilo to. Dalším uvedeným důvodem je to, že měsíc se staví hlediště na nádvoří zámku, měsíc je festival a další měsíc se hlediště rozebírá. Lze odhadovat, že právě tato akce by mohla do zámku přilákat více návštěvníků tím, že se rozhodnou navštívit festival a při té příležitosti navštíví také zámek. Na druhou stranu může hlediště znemožňovat pohyb po nádvoří zámku a skrýt krásu nádvoří, a to může některé návštěvníky odradit od návštěvy zámku. Je to ovšem pouhý odhad. Někteří respondenti by některou akci přidali. V odpovědích je zmíněno, že každá zajímavá akce může být něčím přínosná pro Litomyšl. Dalším nápadem je, že by se mohly připravit pobytové náplně pro návštěvníky, díky kterým by návštěvníci mohli v Litomyšli zůstat na delší čas.

V desáté otázce bylo zjišťováno, jestli služby dotazovaných respondentů využívají více domácí nebo zahraniční návštěvníci. Respondenti se shodli, že jejich služby využívají převážně domácí návštěvníci. Je to celkem pochopitelné. Litomyšl je malé město a jak už bylo uvedeno, tak není tolik známé u zahraničních návštěvníků, a proto převažují domácí návštěvníci.

Další otázka se týkala rozdílu v návštěvnosti při porovnání roku 2019 s rokem 2020. Touto otázkou mělo být zjištěno to, jaký dopad měla pandemie covid-19 na Litomyšl a respondenty. Někteří respondenti odpověděli, že v roce 2020 ubyli především zahraniční návštěvníci oproti roku 2019. Bylo zde také uvedeno, že návštěvníci ubyli, ale zároveň se složení návštěvníků moc nezměnilo, i když byl možná větší zájem ze strany rodin s malými dětmi. Dále respondenti přiznali, že jaro a podzim v roce 2020 byli kvůli opatřením chudší, co se návštěvnosti týkalo. Nejvíce návštěvníků zaznamenali v létě, kdy byla opatření rozvolněná. V létě kvůli poklesu zahraničních návštěvníků zaznamenali hodně domácích návštěvníků. K této otázce bylo také uvedeno, že propad počtu návštěvníků se očekával mnohem vyšší, ale nakonec nebyl rozdíl tak velký. Lze se domnívat, že to bylo způsobeno zájmem domácích návštěvníků, kteří nahradili chybějící zahraniční návštěvníky.

V souvislosti s předchozí otázkou byl zájem zjistit, zda projeví v létě domácí návštěvníci větší zájem o služby respondentů než v předchozích letech. Na toto byla získána částečná odpověď již v předchozí otázce, když respondenti porovnávali roky 2019 a 2020. Někteří respondenti odpověděli, že větší zájem domácích návštěvníků neprojevili, ale ostatní respondenti souhlasili, že byl větší zájem domácích návštěvníků v roce 2020 než v předchozích letech. Je to pochopitelné, protože někteří návštěvníci měli strach cestovat do zahraničí nebo nechtěli kvůli vycestování do zahraničí chodit na testy, aby měli potvrzení, že nejsou nakaženi.

V předposlední třinácté otázce měli respondenti odpovědět, zda uvažovali nad ukončením podnikání v době pandemie covid-19 a panujících opatření. Bylo to zjišťováno z toho důvodu, že někteří podnikatelé v České republice v době pandemie covid-19 ukončili své podnikání. Touto otázkou chtělo být zjištěno, zda se tato úvaha týkala i podnikatelů v Litomyšli. Respondenti většinou odpověděli, že nad ukončením podnikání neuvažovali, ale našli se i ti, kteří nad tím přemýšleli.

V poslední otázce byli respondenti dotazováni, zda si myslí, že dosažení cestovního ruchu v Litomyšli na úroveň, na které byl před pandemií covid-19, bude trvat dlouho. K tomu měli uvést, na jak dlouhou dobu to odhadují. Jen někteří respondenti se odvážili odhadnout konkrétní dobu. Odhadovaná doba se poměrně hodně lišila. Respondenti ji tipovali od půl roku až na tři roky. Ostatní respondenti, kteří neodhadli konkrétní dobu, tak odpověděli, že to bude trvat dlouho nebo chvíli. Ti, co odpověděli, že návrat cestovního ruchu na úroveň, na které byl před pandemií, bude trvat chvíli, své odpovědi zdůvodňovali tím, že Litomyšl je populární nebo že až vláda uvolní stávající opatření, tak se návštěvnost rychle vrátí na původní úroveň. Jako poslední důvod byl uveden ten, že Litomyšl je malé město, kam jezdí převážně domácí návštěvníci, takže to nebude trvat dlouho jako ve velkých městech.

4.6 Asistované vyplnění dotazníku

V rámci ověřování odpovědí z online dotazování bylo provedeno asistované vyplnění dotazníku. Pro toto šetření byly použity stejné otázky jako v online dotazování a byli opět vybráni podnikatelé v pohostinství. Byla snaha oslovit a získat co nejvíce ověřených odpovědí, ale ne každý podnikatel v pohostinství měl čas. Celkem byly získány 4 odpovědi, a to 3 od stravovacích zařízení a 1 odpověď od ubytovacího zařízení.

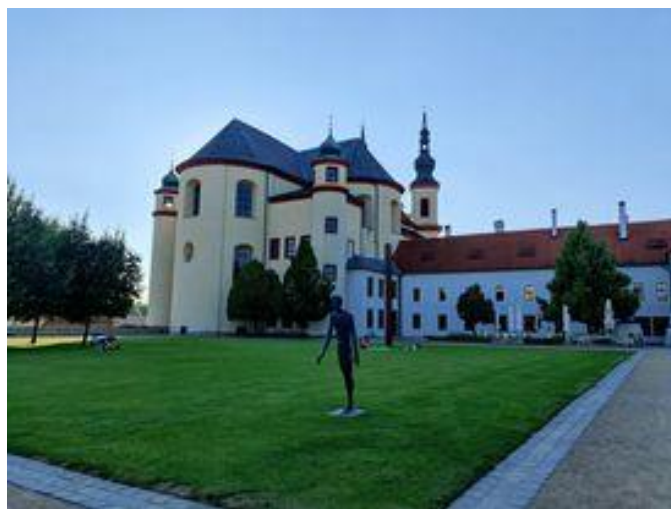
V první otázce se měli informátoři rozhodnout, zda jsou v Litomyšli více pozitivní nebo negativní vlivy cestovního ruchu. Všichni se shodli, že převažují pozitivní vlivy.

Ve druhé otázce měli informátoři jmenovat negativní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli. Z negativních vlivů byl jmenován pouze problém s parkováním v centru města, a to především na náměstí (Obrázek č. 6). Z pozorování je patrné, že náměstí je skutečně zaplněné osobními automobily především přes den a večer o něco méně. Je zde těžké najít volné místo, přestože je náměstí poměrně velké.



**Obrázek č. 6. Ukázka zaplněného náměstí v Litomyšli zaparkovanými osobními automobily.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2020**

Ve třetí otázce měli informátoři jmenovat pozitivní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli. Zde toho bylo jmenováno více, z čehož je patrné, že pozitivní vlivy převládají, což potvrzuje odpovědi v první otázce. Z pozitivních vlivů byla zmíněna oblíbenost destinace mezi návštěvníky, snaha města o jeho údržbu, početná návštěvnost a příjmy, což je pro podnikatele jedna z důležitých věcí. Z pozorování je vidět, že se město skutečně snaží udržovat centrum v čistotě a například v Klášterních zahradách jsou trávníky vždy posekané a lákají k posezení (Obrázek č. 7).



**Obrázek č. 7. Ukázka čistoty a posekaného trávníku v Klášterních zahradách.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2021**

Ve čtvrté otázce měli informátoři charakterizovat cestovní ruch v Litomyšli. Odpovědi na tuto otázku byly různé. Informátoři opět podotkli, že se město dobře

stará, a to o propagaci cestovního ruchu a pořádá hodně akcí, díky čemu je v Litomyšli stále co dělat a navštěvovat na rozdíl od jiných měst v okolí. Lze to tedy shrnout tak, že cestovní ruch je v Litomyšli rozvinutý.

V páté otázce byli informátoři tázáni, zda je o jejich služby větší zájem v době konání známých kulturních akcí. Zde se shodli, že zaznamenali více zákazníků v době pořádání těchto akcí. Toto dokazuje, že někteří návštěvníci nepřijedou pouze na danou akci, ale následně se ještě rozhodnou využít služeb některého z dotázaných informátorů.

V šesté otázce bylo zjišťováno, zda se v něčem projevuje míra rozvoje cestovního ruchu a v čem konkrétně. V odpovědích byla zdůrazněna dobrá propagace města, údržba města, a navíc bylo zmíněno, že jsou vydávány pro návštěvníky brožurky o městě a jeho památkách pro lepší představu, co se ve městě koná a co navštívit. Brožurek je v Turistickém informačním centru poměrně hodně a jsou různě zaměřené, například informují o konání akcí během roku, památkách ve městě a v okolí nebo o tom, kde se najíst či ubytovat.

V sedmé otázce se měli informátoři vyjádřit k množství návštěvníků pomocí škály. Odpovědi se zde lišily. Někteří informátoři se nevyjádřili, protože to podle nich záleží na sezóně, od které se samozřejmě odvíjí množství návštěvníků. V Litomyšli hodně záleží na tom, jestli je hlavní letní sezóna nebo mimo sezónu. Ostatní informátoři ze škály vybrali moc a přiměřeně.

V osmé otázce měli informátoři zhodnotit množství kulturních akcí během roku. Informátoři se buď vyjádřili, že je přiměřené množství akcí anebo neodpověděli.

V deváté otázce se měli informátoři rozhodnout, zda by přidali nebo ubrali některou akci. Někteří neodpověděli, ale ostatní by akce ponechali tak, jak jsou. Je to pochopitelné, protože akce jsou rozmístěny do celého roku. Jen v době hlavní letní sezóny je akcí více než například v zimě,

V desáté otázce bylo zjišťováno, zda služby informátorů využívají více domácí nebo zahraniční návštěvníci. Informátoři jednoznačně odpověděli, že skupinu zákazníků tvoří domácí návštěvníci. Toto je vysledované i z procházky po centru města, kdy se zřídka narazí na zahraniční návštěvníky.

V jedenácté otázce byl zjišťován rozdíl v návštěvnosti Litomyšle při porovnání roku 2020 s rokem 2019. Informátoři uvedli rozličné odpovědi, ale víceméně se shodli, že návštěvníků ubylo, a to především těch zahraničních. Další odpověď zněla, že žádný rozdíl nezaznamenali, protože jsou na dobrém frekventovaném místě. Jiná odpověď zněla, že návštěvníci sice ubyli přes rok, ale přes hlavní letní sezónu opět přibyli.

Ve dvanácté otázce se měli informátoři vyjádřit, jestli projeví domácí návštěvníci větší zájem o jejich služby v létě 2020 než v předchozích letech. Byl předpoklad, že odpovědi budou znít ano, ale informátoři to svými odpověďmi nepotvrdili. Někteří se shodli na tom, že žádný větší zájem o jejich služby nezaznamenali a ostatní potvrdili, že větší zájem byl. Větší zájem o služby může záležet na tom, v čem informátoři podnikají.

Ve třinácté otázce bylo zjišťováno, zda informátoři přemýšleli nad ukončením podnikání v době protiepidemických opatření. Informátoři jednohlasně uvedli, že o tom nepřemýšleli, i když to pro ně bylo těžké období.

Ve čtrnácté otázce měli informátoři odhadnout, jak dlouho bude trvat navrácení cestovního ruchu na úroveň, na které byl před pandemií covid-19. Někteří se to neodvážili odhadnout, protože nevědí, co bude v rozmezí krátké doby a jestli nepřijde další vlna. Jiní to tipovali na dlouhou dobu, až na 5 let. Tento odhad může opět vyplývat z nevědomosti, co bude v dohledné době nebo z toho, jak se bude cestovní ruch vzpamatovávat z pandemie covid-19.

4.6.1 Rozdíly a shody výsledků mezi asistovaným vyplněním dotazníku a online dotazováním

V první otázce bylo díky asistovanému vyplnění dotazníku potvrzeno, že v Litomyšli převládají pozitivní vlivy.

Ve druhé otázce se vzhledem k online dotazování respondenti a informátoři shodli ve dvou poznacích, a to že žádné negativní vlivy nevnímají a že je v centru problém s parkováním.

Ve třetí otázce byla shoda v obou šetřeních v tom, že respondenti a informátoři za pozitivní vliv vnímají finanční přínos a návštěvnost. Naopak poprvé

byla zmíněna v asistovaném vyplnění dotazníku oblíbenost Litomyšle a snaha města o údržbu.

Ve čtvrté otázce asistovaného vyplnění dotazníku informátoři potvrdili, že se město dobře stará o propagaci a pořádá dostatečné množství kulturních akcí. Tudiž cestovní ruch v Litomyšli charakterizovali jako rozvinutý.

V páté otázce byly potvrzeny výsledky z online dotazování, z čehož vyplývá, že je o služby respondentů a informátorů větší zájem v době pořádání známých akcí.

V šesté otázce, která se zabývala mírou rozvoje cestovního ruchu, byly při porovnání online dotazování s asistovaným vyplněním dotazníku odpovědi rozdílné. Informátoři jako míru rozvoje v asistovaném vyplnění dotazníku poprvé uvedli dobrou propagaci města, údržbu centra Litomyšle (Obrázek č. 8), což již bylo zmíněno jako pozitivní vliv, a přípravu a distribuci brožurek.



**Obrázek č. 8. Ukázka čistého prostředí okolo lavičky v centru Litomyšle.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2021**

V sedmé otázce informátoři v asistovaném vyplnění dotazníku potvrdili, že návštěvníků je v Litomyšli přiměřeně, i když to podle nich záleží na aktuální sezóně. Poprvé v asistovaném vyplnění dotazníku zaznělo, že je návštěvníků moc.

V osmé otázce byly také potvrzeny odpovědi z online dotazování, takže podle respondentů a informátorů je přiměřené množství akcí konaných během roku.

Devátá otázka na akce navazovala. Informátoři se měli rozhodnout, zda by některou akci ubrali nebo přidali. Byl zde podpořen názor z online dotazování, že by informátoři akce nepřidali ani neubrali.

V desáté otázce se respondenti a informátoři jednohlasně shodli, že jejich služeb využívají více domácí návštěvníci.

V jedenácté otázce byly též potvrzeny odpovědi z online dotazování. Informátoři souhlasili, že při srovnání roku 2019 s rokem 2020 ubyli během roku návštěvníci, především ti zahraniční, ale zároveň návštěvnost v hlavní letní sezóně přibyla a vynahradila menší návštěvnost přes rok.

Ve dvanácté otázce se někteří informátoři z asistovaného vyplnění dotazníku shodli s respondenty online dotazování v tom, že domácí návštěvníci projeví větší zájem o jejich služby v létě 2020. Naopak ostatní informátoři z asistovaného vyplnění dotazníku souhlasili se zbytkem respondentů online dotazování v tom, že větší zájem o jejich služby nebyl.

Ve třinácté otázce byla jednoznačná shoda odpovědí asistovaného vyplnění dotazníku s online dotazováním. Respondenti a informátoři se vyjádřili, že nad ukončením podnikání v době platných opatření nepřemýšleli.

Ve čtrnácté otázce respondenti a informátoři odhadovali, jak dlouho bude trvat navrácení cestovního ruchu na úroveň, na které byl před pandemií. Stejně odpovědi z obou šetření zněly, že to nedokážou odhadnout nebo, že to bude trvat dlouho. Odpověď dlouho nedokázali charakterizovat konkrétním číslem. Poprvé zazněl v asistovaném vyplnění dotazníku odhad 5 let.

Výsledkem ověřování otázek v terénu je, že se odpovědi informátorů z větší části shodovaly s odpověďmi respondentů z online dotazování. Asistované vyplnění dotazníku však přineslo i něco nového. Do pozitivních vlivů byla poprvé zahrnuta oblíbenost destinace a snaha města o údržbu. V míře rozvoje cestovního ruchu byla poprvé jmenována dobrá propagace města, údržba centra Litomyšle a příprava a distribuce brožurek. Ve vnímání množství návštěvníků bylo poprvé vybráno ze škály moc a v odhadu návratnosti cestovního ruchu byl poprvé zmíněn odhad 5 let. Je to jen několik nových poznatků, které rozšiřují přehled, jak podnikatelé v pohostinství vnímají cestovní ruch v Litomyšli.

4.6.2 Pohled místních obyvatel na cestovní ruch

V rámci šetření proběhl i výzkum mezi rezidenty Litomyšle. Byl zjišťován jejich názor na cestovní ruch v Litomyšli. Bylo s nimi vedeno asistované vyplnění dotazníku, při kterém bylo použito otázek z výzkumu s podnikateli v pohostinství. Tyto otázky byly zkráceny o otázky zaměřené na podnikání.

První otázka se zabývala převahou pozitivních nebo negativních vlivů. Rezidenti se shodli, že v Litomyšli převažují pozitivní vlivy, i když byl také názor, že je více negativních vlivů.

Ve druhé otázce měli jmenovat negativní vlivy. Nejvíce byla zmiňována doprava a s ní související velké množství automobilů a problém s parkováním v centru města. Z pozorování dopravy na náměstí je patrné, že rezidenti bydlící v domech na náměstí skutečně mohou mít problém s parkováním, protože i večer je tam někdy hodně zaparkovaných osobních automobilů. Z dalších negativních vlivů byl jmenován hluk, vysoké ceny (Obrázek č. 9);(Obrázek č. 10), velké množství lidí a odpadky. Ovšem z pozorování bylo zjištěno, že vysoké ceny záleží na dané restauraci. Při porovnání obrázku č. 9 a 10 je vidět, že Svíčková na smetaně je o něco dražší u druhého zmíněného obrázku. Přestože ostatní hlavní chody jsou jiné, tak na obrázku č. 10 jsou pozorovatelné vyšší ceny. Toto může být dáno vyšší kvalitou subjektu a jídel. Dále je z pozorování patrné, že centrum města je celkem čisté a odpadků je tam málo.

Menu		
Předkrmy		
100 g	Baruščina zvěřinová paštika s bylinkami / brusinky / domácí chléb	80,-Kč
100 g	Závitok z litomyšlského pstruha/kořeněná remoláda/ domácí chléb	95,-Kč
Polévky		
0,3l	Hovězí vývar s bylinkovým kapáním / játrový knedlík	45,-Kč
0,3l	Bramborová polévka s hřibky / zeleninový chips	45,-Kč
Ryby		
200g	Filety z litomyšlského pstruha na másle/mačkaný zelený hrášek / vařené brambory s bylinkami	270,-Kč
150 g	Smažený filet z candáta / bramborový koláč /mix salátů	270,-Kč
Hlavní chody		
150 g	Svíčková na smetaně / brusinky/ šlehačka / houskový knedlík	210,-Kč
400 g	Konfitované kachní stehno / moravské zelí / variace knedlíků	240,-Kč
250 g	Nadívané kuřecí stehno bylinkovou fází dle Boženy Němcové / ragú z volské oháňky / št'ouchané brambory	230,-Kč
200 g	Kuřecí prso v bylinkové krustě / paprikovo – lilkové pyré / grenaille	230,-Kč
370 g	Dušené jehněčí kolínko na majoránce / restovaný listový špenát/ bramborová kaše	370,-Kč
200 g	Burger z divočáka/ cheddar/ slanina / čerstvá zelenina / hranolky	230,-Kč
200 g	Rolovaná vepřová panenka s bylinkovou pěnou v anglické slanině / tymiánová omáčka / bramborové pyré s hrubou hořčicí	250,-Kč

Obrázek č. 9. Ukázka části jídelního lístku s cenami z hotelu Zlatá Hvězda.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2020

LÁZEŇSKÝ DEGUSTAČNÍ PRAMEN „STARÝHO“ BRÝDLA	
70 g Uzený hovězí jazyk bramborový nok, perníková omáčka	95 Kč
HLAVNÍ CHODY MAGDALENY DOBROMILY RETTIGOVÉ	
150 g Svíčková na smetaně karlovarské knedlíky, brusinky, citron	245 Kč
150 g Kuřecí Cordon Bleu z regionální farmy bramborová kaše s pažitkou, okurkový salát s kefirovým mlékem	265 Kč
150 g Grilované filety ze pstruha z Litomyšlských sádek restovaný chřest s karotkou, bramborová kaše, citron	295 Kč
200 g Telecí krk Bourguignon bramborová terina, cibulka, okurky	345 Kč
200 g Biftek z hovězí svíčkové z farmy Sloupnice glazovaný zelený chřest, holandská omáčka	495 Kč
200 g Pomalu pečený halibut na másle grenaille, baby špenát, holandská omáčka	595 Kč
„APERITIVO“	
100 g Pomazánka z římského hrachu sezam, jarní cibulka, chilli, grilovaná pšeničná placka	165 Kč
100 g Sušená šunka se sladkým melounem olivy, rukola, sýr Grana z farmy Oldřiš, grilovaný chléb Bohém	195 Kč
150 g Nabídka farmářských sýrů z Oldřiše lipový med, ořechy, čerstvé ovoce, naše bylinkové grissini	225 Kč
DĚTSKÁ JÍDLA	
100 g Svíčková na smetaně houskové knedlíky	155 Kč
100 g Kuřecí řízek z regionální farmy bramborová kaše s pažitkou	155 Kč
100 g Grilované filety ze pstruha z Litomyšlských sádek bramborová kaše, citron	155 Kč

Obrázek č. 10. Ukázka části jídelního lístku s cenami z restaurace Bohém v hotelu Aplaus.

Foto: Kateřina Bezdíčková, 2020

Třetí otázka se zabývala pozitivními vlivy. Rezidenti často mluvili o údržbě památek a města, což potvrzuje vlastní pozorování a odpovědi informátorů. Dále byly zmíněny příjmy, které má jak město, tak památky a podnikatelé v cestovním ruchu. Rezidenti neopomenuli ani početnou návštěvnost, velké množství kulturních akcí, dotace a práci pro místní obyvatele díky cestovnímu ruchu.

Ve čtvrté otázce měli rezidenti charakterizovat cestovní ruch v Litomyšli. Někteří se shodli, že cestovní ruch je rozvinutý. Doplňují to jiné odpovědi rezidentů,

kteří uvádějí, že je v Litomyšli poměrně hodně návštěvníků, což se projevuje v cyklech a živo díky kultuře a delší otevírací době kaváren, kde je večer možnost posedět. Dále rezidenti jmenovali velké množství osobních automobilů, což je již zmíněno v negativních vlivech a málo ubytovacích a stravovacích zařízení, což je spíše připomínka. Z pozorování a přehledu o množství ubytovacích zařízení je známo, že je v Litomyšli poměrně dost ubytovacích zařízení, především penzionů a apartmánů. Z dalšího pozorování vyplývá, že stravovacích zařízení nabízejících českou kuchyni není málo, ale ne všechny se nacházejí na Smetanově náměstí nebo v jeho okolí. Doplnuje je početné množství kaváren. Zaplněná kapacita stravovacích zařízení z pozorování záleží na sezóně a denní době.

V páté otázce měli rezidenti jmenovat konkrétní míru rozvoje cestovního ruchu. Byla zmiňována propagace města, celková starost města Litomyšl o cestovní ruch a zájem umělců, kteří ve městě vystavují.

Šestou otázkou bylo zjišťováno, jak rezidenti vnímají množství návštěvníků. Ze škály byly vybrány odpovědi přiměřeně a málo. Někteří nedokázali vybrat odpověď ze škály, protože množství návštěvníků hodnotili přes léto jako moc a jako přiměřeně během roku.

Sedmá otázka se zabývala názorem rezidentů na množství kulturních akcí a zda by na tom něco změnili. Rezidenti se převážně shodli, že je množství kulturních akcí přiměřené a žádnou akci by nepřidali ani neubrali. Ostatní rezidenti uvedli, že by přidali například více rockových festivalů nebo koncertů, protože podle nich převažuje v Litomyšli vážná hudba, a to především díky Smetanově Litomyšli. Z pozorování lze tvrdit, že rezidenti Litomyšle nebo lidé z jeho okolí mají rádi místní akce, což vyplývá z pozorovatelné hojné účasti rodin na kulturní akci Toulouvcovy pátky. Další důkaz o návštěvnosti akcí je tvrzení, že kvůli velkému zájmu o Smetanovu Litomyšl nebylo možné sehnat lístky.

V osmé otázce byli rezidenti dotazováni, jaký rozdíl v návštěvnosti Litomyšle v roce 2020 zaznamenali při srovnání s rokem 2019. Rezidenti se částečně shodli, že v roce 2020 bylo méně návštěvníků než v roce 2019. Někteří ovšem prohlásili, že změna v návštěvnosti v roce 2020 moc nebyla a jiní se nevyjádřili. Následně padly

od rezidentů poznatky, že ubyli zahraniční návštěvníci, lidé byli opatrní v rámci šíření pandemie covid-19 a bylo málo akcí.

Poslední otázka pro rezidenty se zabývala návratností cestovního ruchu na úroveň před pandemií covid-19. Odpovědi zde byly různé. Někteří nedokázali odhadnout dobu, protože nevědí, jak to bude s dalšími vlnami pandemie covid-19 a případnými opatřeními. Částečně se však rezidenti shodli v tom, že pokud nebudou znovu vydána opatření omezující cestovní ruch a nepřijde další vlna, tak návratnost cestovního ruchu v Litomyšli bude trvat rok. Jiní rezidenti byli toho názoru, že to bude trvat 2 nebo 3 roky. Vyskytl se také názor, že k návratnosti cestovního ruchu nedojde a proti tomu byl vyjádřen názor, že cestovní ruch je již zpátky na původní úrovni. To že je cestovní ruch zpátky, lze potvrdit informací, že počet návštěvníků Turistického informačního centra na Smetanově náměstí byl v posledních dnech v červenci, tj. do 23. 7. 2021, srovnatelný s rokem 2019 (Pracovník Turistického informačního centra v Litomyšli na Smetanově náměstí, 2021).

4.7 Atraktivita v okolí Litomyše

Z uplynulého šetření na sociálních médiích je patrné, že v Litomyšli jsou zajímavá turistická místa a z dotazníkového šetření je zřejmé, že město koná spoustu kulturních akcí, které jsou mezi návštěvníky známé a přitáhnou jejich pozornost. Jenže není to pouze Litomyšl, která má co nabídnout, ale i v okolí je spousta zajímavých míst k navštívení. Každé město nedaleko Litomyše má minimálně jedno muzeum, kde se návštěvníci mohou seznámit s různými expozicemi a dozvědět se něco zajímavého. Ovšem v okolí Litomyše není nouze ani o přírodní krásy, výhledy do krajiny nebo o historické památky. Litomyšl je jednou z bran Českomoravského pomezí a díky památkám v jeho okolí může být vícedenní destinací.

Směrem do Moravské Třebové stojí za zastávku město Svitavy. Svitavy jsou vyhlášené za městskou památkovou zónu. Ve Svitavách stojí za návštěvu náměstí s podloubím, zbytky opevnění nebo Městské muzeum a galerie Svitavy s asi nejzajímavější expozicí o historii prací techniky. Pokud se návštěvníci chtějí podívat

na město z ptačí perspektivy, tak k tomu slouží vyhlídková věž kostela Navštívení Panny Marie. Po příjezdu do Moravské Třebové nelze vynechat zámek. Za prohlídku stojí také centrum města, protože je vyhlášeno za městskou památkovou rezervaci. Ve městě je také muzeum věnující se mimoevropskému umění a jeho největším lákadlem je mumie egyptské princezny Hereret. K městu patří také křížová cesta a rozhledna Pastýřka.



**Obrázek č. 11. Zámek Moravská Třebová.
Zdroj: Místopisný průvodce po České republice (2021)**

Pokud se návštěvník rozhodne navštívit město Poličku, tak rozhodně nebude zklamaný. Centrum je vyhlášeno za Městskou památkovou zónu. Největším lákadlem je zdejší městské opevnění. V kostele sv. Jakuba lze nahlédnout do světničky skladatele Bohuslava Martinů. V městském muzeu a galerii může návštěvník vidět expozice města Poličky nebo se něco dozví o sklářství a tkalcovství.



**Obrázek č. 12. Městské opevnění a kostel sv. Jakuba v Poličce.
Zdroj: Město Polička (2021)**

Ve Vysokém Mýtě jsou nejzajímavější tři vstupní brány, přičemž z jedné je možnost výhledu na město. Dále je ve městě socha Přemysla Otakara II., Muzeum českého karosářství nebo Regionální muzeum. Vysoké Mýto je také zapsané jako městská památková zóna. Nedaleko Vysokého Mýta je barokní areál Vraclav.



**Obrázek č. 13. Litomyšlská brána ve Vysokém Mýtě.
Zdroj: Mapy.cz (2021)**

Historickým skvostem nedaleko Litomyšle je zámek Nové Hrady. V areálu zámku je k vidění zámecká obora, přírodní bludiště, muzeum cyklistiky, galerie klobouků a křížová cesta. Z Nových Hradů lze zamířit do Luže na zříceninu hradu Košumberk a zpátky do Litomyšle to vzít kolem rozhledny Borůvky.



**Obrázek č. 14. Zámek Nové Hrady.
Zdroj: CzechTourism (2021)**

Největším přírodním lákadlem v okolí Litomyšle jsou Toulouvcovy maštale s různými skalními útvary. Ideální je projít je z Budislavy. Po cestě je Toulouvcova rozhledna. Kdo dojde až do Zderaze, tak může navštívit pískovcová skalní obydlí. Kousek od Toulouvcových maštalí je Proseč s muzeem dýmek nebo rozhledna Terežka.



**Obrázek č. 15. Toulouvcovy maštale.
Zdroj: CzechTourism (2021)**

4.7.1 Projekt Skvosty pomezí

Pro návštěvníky je nejvíce zajímavá Litomyšl, ale podle předešlého výčtu atraktivit je vidět, že i její okolí má co nabídnout. Z důvodu, aby měli návštěvníci motivaci navštívit výše zmíněná zajímavá místa v okolí Litomyšle a zároveň se zamezilo jejímu přehlcení návštěvníky, byl vymyšlen projekt Skvosty pomezí. Díky tomuto projektu by návštěvníci objevili i jiná místa kromě Litomyšle, měli by inspiraci proč v destinaci strávit více dní než pouhý víkend a mohla by vstoupnout návštěvnost míst v okolí Litomyšle.

Do projektu Skvosty pomezí by se mohlo zapojit Městské muzeum v Moravské Třebové, zámek Moravská Třebová, Městské opevnění v Poličce, Světnička Bohuslava Martinů v Poličce, Pražská brána ve Vysokém Mýtě, Toulouvcovy maštale, zámek Nové Hrady, rotunda sv. Kateřiny v České Třebové, zámek Litomyšl a rodný byt Bedřicha Smetany v Litomyšli. Těchto deset míst by se díky spojení mohlo vzájemně podporovat a propagovat.

Projekt by fungoval na základě sbírání razítek na kartičku, kterou by obdržel na jednom z míst zapojených do projektu. Návštěvník by si vybral, která místa z deseti výše zmíněných navštíví a po nasbírání sedmi razítek by získal odměnu.

Tuto odměnu by si návštěvník vybral na místě, kde by získal poslední sedmé razítko. Jako vzpomínka na navštívená místa a zároveň jako odměna by byl diplom znalce pomezí a malá postavička, která by symbolizovala některé ze zmíněných deseti míst. Postavičky by znázorňovaly sv. Kateřinu, Bedřicha Smetanu, Bohuslava Martinů, egyptskou princeznu Hereret a rytíře Vavřince Toulouvce. Návštěvník by dostal na výběr z těchto postaviček.

Razítka by byla k dostání na místě vybraného místa při koupi vstupenky. Výjimku tvoří Toulouvcovy maštale, kam je vstup zdarma, protože je to volně otevřená přírodní atraktivita. Návštěvník by získal razítko na pokladně Toulouvcovy rozhledny, kde by ukázal fotku z Toulouvcových maštálí, nejlépe nějaké informační tabule nebo charakteristické skály pro Toulouvcovy maštale, a tím by prokázal to, že je skutečně navštívil.

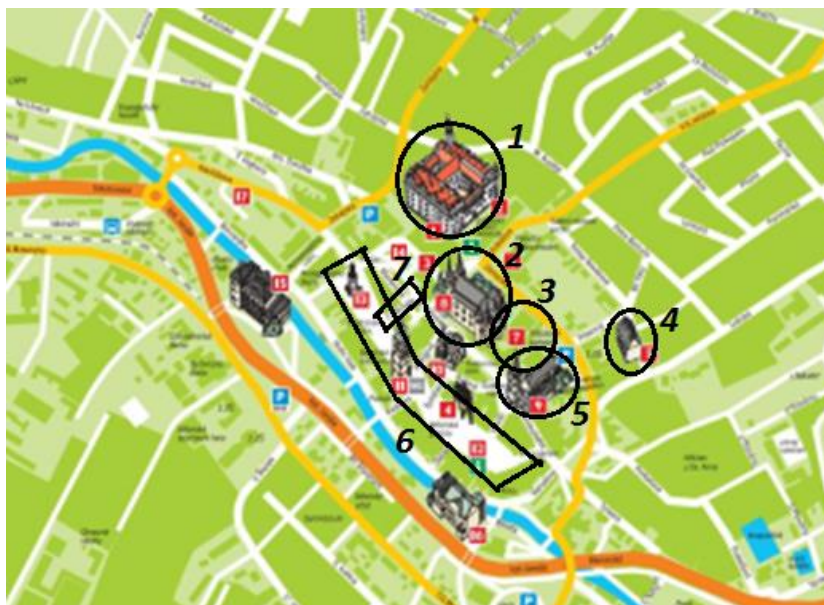
Projekt je určený pro seniory, dospělé nebo rodiny s dětmi, zkrátka pro všechny, kteří se chtějí něco dozvědět, vidět a zažít.

5 Shrnutí a diskuse výsledků

Šetření probíhalo pomocí sběru dat ze sociálních médií, od Turistického informačního centra Litomyšl a z dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření však neposkytlo tak rozsáhlé informace, jak se očekávalo. Dotazník byl rozeslán podnikatelům v pohostinství v době, kdy byli zavřeni, takže někteří zřejmě nechtěli dotazník vyplňovat nebo neměli čas. Výsledkem bylo, že se vrátilo jen pár vyplněných dotazníků. Přesto z toho šlo vyvodit aspoň nějaké výsledky, které byly následně ověřovány asistovaným vyplněním dotazníku s podnikateli v pohostinství. Tito podnikatelé v pohostinství byli vybráni, protože se domnívalo, že díky podnikání v cestovním ruchu budou mít trochu přehled o cestovním ruchu v Litomyšli a poskytnou kvalitní informace. Také bylo provedeno šetření, zabývající se názorem rezidentů Litomyšle na cestovní ruch. Díky tomuto šetření se zjistily shodné odpovědi rezidentů s podnikateli v pohostinství. Jak už bylo psáno v teoretické části, tak právě vybraní respondenti spadají pod destinační management a podílejí se významně na cestovním ruchu v Litomyšli.

Výsledkem zkoumání sociálních médií, kterým byl Instagram, Twitter a Flickr, je, že nejvíce fotografovaným místem v Litomyšli je zámek (Obrázek č. 16, bod 1). Je to pochopitelné, protože to je největší lákadlo města zapsané na Seznamu a důvod, proč návštěvníci zavítají do Litomyšle. Není se čemu divit při pohledu na krásně vyvedená sgrafitová psaníčka na zdech zámku. Další fotografovaná místa v pořadí se lišila podle jednotlivých sociálních médií. Lze však celkově shrnout, že po zámku následuje náměstí (Obrázek č. 16, bod 6) a Klášterní zahrady (Obrázek č. 16, bod 3), které jsou krásné a v létě lákají k posezení. Náměstí si také zaslouží být na přední příčce díky své délce a podloubí s různými obchůdky a kavárnami. Na Twitteru bylo několik sdílených fotografií z piaristického chrámu Nalezení sv. Kříže (Obrázek č. 16, bod 2), který se tímto vklínil aspoň na Twitteru do popředí. Tento chrám by rozhodně neměl uniknout pozornosti návštěvníků, protože už zvenku přitahuje pozornost svým vzhledem, a navíc se z jeho vyhlídky mohou návštěvníci podívat na město z výšky. Zbylá místa byla zastoupena malým množstvím fotografií. Těmito místy byla Váchalova ulice (Obrázek č. 16, bod 7), kostel Povýšení sv. Kříže (Obrázek č. 16, bod 5) a portmoneum (Obrázek č. 16, bod

4). Tato místa nelze minout, pokud se návštěvník rozhodne projít centrum Litomyšle. Fotografie z portmonea z jednoho příspěvku na Twitteru byly překvapením, protože je trochu mimo návštěvnické trasy, a tudíž pro návštěvníky možná ne tolik známé nebo lákavé k návštěvě. Každopádně má velmi unikátní výzdobu, která stojí za vidění.



**Obrázek č. 16. Mapa památek v Litomyšli s vyznačením fotografovaných míst.
Zdroj: Litomyšl (2021)**

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu na Litomyšl a vliv pandemie covid-19 na změny její návštěvnosti. K tomuto cíli se došlo pomocí dvou výzkumných otázek. První výzkumná otázka se zabývala dopady cestovního ruchu v Litomyšli. Data o dopadech byly získána z dotazníkového šetření a asistovaného vyplnění dotazníku. Výsledkem tohoto šetření bylo zjištěno, že v Litomyšli převažují pozitivní dopady.

Z pozitivních dopadů převládá finanční přínos, který převládá ve všech destinacích, kde je významný cestovní ruch. Finanční přínos je důležitý pro podnikatele, kteří z toho financují svoje náklady a případný rozvoj. Dále to je vysoká návštěvnost a s tím spojená povědomost o městě, pořádání kulturních akcí, práce pro místní a hodně obchodů na náměstí, díky kterým náměstí žije. Náměstí v Litomyšli skutečně žije, protože kavárny jsou zde hojně navštěvované a stejně tak i obchůdky. Patří sem také údržba centra města v co nejčistší podobě (Obrázek č.

17). V Litomyšli je z pozorování vidět, že se město o své památky stará a udržuje je v zachovalém stavu (Obrázek č. 18).



**Obrázek č. 17. Ukázka udržovaného prostranství v okolí zámku.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2021**



**Obrázek č. 18. Ukázka zachovalého stavu piaristického chrámu Nalezení
sv. Kříže.
Foto: Kateřina Bezdíčková, 2021**

Negativních dopadů nebylo shledáno mnoho. Řadí se mezi ně vyšší množství odpadů s růstem návštěvníků, problém s parkováním v centru města, hluk, vysoké ceny a že město nedělá moc věcí pro obyvatele, ale zaměřuje se na návštěvníky. Město by se nemělo snažit pouze udělat dojem na návštěvníky, ale mělo by se starat

také o své obyvatele. Mezi negativní dopady byla zařazena i zmínka, že v době zvýšené návštěvnosti Litomyšle, je nedostupnost stravovacích zařízení, tudíž obyvatelé mohou mít problém najít stravovací zařízení s volnými místy.

Druhá výzkumná otázka se zabývala tím, jak ovlivnila pandemie covid-19 návštěvnost Litomyšle v roce 2020 při srovnání s rokem 2019. Data na tuto otázku byla sbírána opět z odpovědí na otázky v dotazníkovém šetření, asistovaném vyplnění dotazníku a z číselných údajů zaslaných Turistickým informačním centrem Litomyšl. Z číselných údajů vyplynulo, že pokles kvůli pandemii nastal, ale může být řečeno, že nebyl úplně nejhorší. Litomyšl je malé město, a tak se pokles tolik neprojevil jako ve velkých městech. To, že pokles nebyl tak velký, částečně potvrzují odpovědi respondentů, podle nichž celkově návštěvníci ubyli, zejména ti zahraniční. Do města však podle respondentů zavítalo hodně domácích návštěvníků. Ti projevili větší zájem o služby podnikatelů v pohostinství v letní sezóně 2020 než v předchozích letech. Podpořili tak památky a podnikatele v Litomyšli. Podnikatelé v pohostinství navíc uvedli, že v době před pandemií covid-19 jejich služeb využívají více domácí návštěvníci než zahraniční.

Dalo se očekávat, že cestovní ruch bude celkově za rok 2020 kvůli pandemii covid-19 nižší než v roce 2019, což se potvrdilo. K poklesu došlo, ale podle čísel o počtu návštěvníků v obou informačních centrech za rok 2020 to nebylo tolik katastrofické, pravděpodobně díky domácím návštěvníkům. Oproti tomu, když se porovnala letní sezóna, tak pokles téměř nenastal, protože návštěvnost informačních center se lišila zhruba o 1 000 návštěvníků. Díky tomu, že Litomyšl je malé město, tak zde nebude trvat dlouho, než se cestovní ruch vrátí na úroveň před pandemií.

V rámci zmíněného poklesu cestovního ruchu byli respondenti dotazováni, za jak dlouho odhadují, že se cestovní ruch vrátí na úroveň před pandemií. Tuto dobu buď odhadovali od půl roku do 5 let nebo neuvedli konkrétní dobu, ale jen že to bude trvat dlouho nebo chvíli. Návratnost cestovního ruchu v Litomyšli ale i jinde závisí na vývoji pandemie covid-19 a s ní spojenými vydávanými opatřeními. Tato otázka byla pro podnikatele v pohostinství špatně položena, protože naváděla na odpověď.

V rámci nepříznivé situace okolo pandemie covid-19 se také zjišťovalo, zda podnikatelé v pohostinství přemýšleli v době zavedených opatření o ukončení podnikání. Převážně byla uvedena odpověď ne. Podnikatelé v pohostinství zřejmě měli nějaké finanční rezervy a doufali ve zlepšení situace.

Když se porovnají všechny odpovědi z otázek, které měli rezidenti stejné s podnikateli v pohostinství, tak se zjistí, že rezidenti mají někdy podobný názor jako podnikatelé v pohostinství a že se v některých názorech shodují. Shoda je například ve vnímání přiměřeného množství návštěvníků a kulturních akcí, převaze pozitivních vlivů, v charakteristice, že cestovní ruch je v Litomyšli rozvinutý nebo v tom, že návštěvníci v roce 2020 ubyli. Z šetření a srovnání odpovědí rezidentů a podnikatelů v pohostinství je zajímavé, že někteří podnikatelé v pohostinství zmiňovali, že se město více stará o cestovní ruch než o život místních obyvatel, ale od rezidentů to slyšet nebylo. Toto porovnání však nelze považovat za relevantní, protože získaných odpovědí bylo málo.

V popisu zámku Litomyšl je zmínka, že zámek patří na Seznam. Je známo, že pokud nějaké místo patří na tento Seznam, tak je hojně navštěvované, což následně vede k dopadům na danou destinaci. Tento problém byl popsán v teoretické části v kapitole Specifika destinací s památkou UNESCO. Z šetření vyplývá, že se tento problém Litomyšle zatím netýká, přestože respondenti charakterizovali cestovní ruch jako rozvinutý. Potvrzují to čísla návštěvnosti a odpovědi respondentů, kteří označují množství návštěvníků jako přiměřené. Respondenti ale také zmínili, že se město snaží cestovní ruch rozvíjet pomocí propagace, a tak je možné, že počet návštěvníků může v příštích letech vzrůstat. Z toho důvodu by nebylo od věci, kdyby město Litomyšl nadále sledovalo počet návštěvníků za rok a kdyby začalo docházet nebo dokonce došlo k tomu, že by se návštěvnost blížila k přehlcenosti Litomyšle návštěvníky, tak by bylo samozřejmě nutné zakročit. Sledovat počet návštěvníků by město mohlo jako doposud, tj. návštěvnost jednotlivých památek za rok nebo pomocí indikátorů, které by jim poskytly informace o cestovním ruchu a pomohly plánovat propagaci a rozvoj destinace. Z indikátorů, které jsou vypsané v teoretické části, by jim mohl v plánování pomoci indikátor stresu, sociálních dopadů a sezónnosti cestovního

ruchu. V rámci získávání dat pro vyhodnocení vypsaných indikátorů by město Litomyšl spolupracovalo s památkami a ubytovacími zařízeními. Taková spolupráce je ostatně důležitá pro destinační management, jak je popsáno v teoretické části.

Více návštěvníků může do destinace přitáhnout kromě propagace také množství a známost kulturních akcí, které jsou rozmístěné do celého roku. Podnikatelé v pohostinství se shodli, že v době konání významných akcí je o jejich služby větší zájem. Z tohoto tvrzení a z pozorování vyplývá, že o kulturní akce je mezi návštěvníky a rezidenty velký zájem. Když byl vznesen dotaz, zda je podle respondentů množství akcí přiměřené a zda by některou kulturní akci ubrali či přidali, tak převážně odpovídali, že by na množství akcí nic neměnili a že je přiměřené. Přiměřenost akcí lze prisuzovat tomu, jak jsou rozumně rozmístěné do celého roku.

V závěru praktické části jsou zmíněná zajímavá místa v okolí Litomyšle a navržen projekt Skvosty pomezí. Pomocí tohoto projektu by se mohl regulovat tok návštěvníků v Litomyšli a jejím okolí, což je cílem návštěvnického managementu. Při tomto projektu by mohlo také dojít ke zprostředkování kvalitnějšího zážitku návštěvníka z destinace a zároveň rozprostření dopadů cestovního ruchu.

6 Závěr a doporučení

Cílem bakalářské práce bylo zjistit pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu na Litomyšl a vliv pandemie covid-19 na změny její návštěvnosti. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že město nenavštěvují davy návštěvníků, ale jejich počet je zatím v únosné míře, přestože má Litomyšl památku na Seznamu. Zřejmě Litomyšl nebyla ještě zcela objevena návštěvníky jako například Český Krumlov. Díky přiměřené návštěvnosti jsou dopady převážně pozitivní než negativní. Každopádně je dobré dopady a počty návštěvníků neustále sledovat.

Šetření na sociálních médiích ukázalo, že podle sdílených fotek z Litomyšle, je nejvíce navštěvovaný zámek, náměstí, klášterní zahrady a piaristický chrám Nalezení sv. Kříže. Jsou to nejatraktivnější místa Litomyšle, které se nacházejí v jejím centru.

Výzkum také ukázal, že pandemie covid-19 ovlivnila i Litomyšl. Při porovnání dat o návštěvnosti turistických informačních center z let 2019 a 2020 nebyl rozdíl v počtu návštěvnosti velký, jako tomu mohlo být ve velkých městech, ale přesto pandemie covid-19 Litomyšl a podnikatele v pohostinství zasáhla. Lze říct, že záchranou pro zdejší cestovní ruch v roce 2020 bylo rozvolnění opatření a příval domácích návštěvníků v letní sezóně.

Podle úvodního výzkumu se doporučuje dělat řízené rozhovory a asistované vyplnění dotazníku pro získání více odpovědí, protože jedině tak lze získat reprezentativní vzorek. Navíc se tím zabrání nevyplnění některých otázek, které jsou méně srozumitelné. Při použití otázek z dotazníku se doporučuje uzavřenou otázku položit jako otevřenou, aby to odpovídalo kvalitativnímu výzkumu. Nabízí se také pro další výzkum více prozkoumat početnou návštěvnost turistického informačního centra v prosinci a lednu. Je doporučeno nadále sledovat počty návštěvníků v Litomyšli a v rámci toho využít indikátor stresu, sociálních dopadů a sezónnosti cestovního ruchu. Dalším doporučením je propagace zajímavých míst v okolí, třeba pomocí projektu Skvosty pomezí nebo jiným způsobem, protože díky tomu nebude Litomyšl sloužit převážně jako víkendová destinace, ale návštěvníci zde pobudou delší čas, utratí více peněz a zažijí mnohem více.

7 Seznam zdrojů

- [1] BÁRTA, Aleš. pracovník Turistického informačního centra Litomyšl, Informace zaslané Turistickým informačním centrem Litomyšl prostřednictvím emailu, 29. 4. 2021
- [2] CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu. Kudy z nudy – Touloucovy Maštale – úkryt rytíře Toulovce. [online]. [cit. 22.07.2021]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/touloucovy-mastale-za-prirodou-na-kole>
- [3] CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu. Kudy z nudy – Zámek Nové Hrady ve východních Čechách – navštivte České Versailles. [online]. [cit. 22.07.2021]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/navstivte-ceske-versailles-zamek-nove-hrady-ve-v>
- [4] Český Krumlov – Rizikové faktory ohrožující památku UNESCO. [online]. [cit. 08.07.2021]. Dostupné z: https://www.ckrumlov.cz/docs/cz/unesco_rizikove_faktory.xml?fbclid=IwAR2w-WQg4n4iGWnon8tB6kKMGt0rfvheLwCc71sARDntgfV9edZ7wLNE8cs
- [5] Facebook. Výsledek vyhledání fotografií Litomyšle na Instagramu pomocí klíčového slova Litomyšl, Instagram. [online]. [cit. 3. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/explore/tags/litomysl/>
- [6] HOLEŠINSKÁ, Andrea. Destinační management aneb Jak řídit turistickou destinaci. 1. vyd. Brno: Tiskárna BonnyPress, 2007. 90 s. ISBN 978-80-210-4500-2
- [7] Litomyšl – plánec města a mapa okolí od Informačního centra Litomyšl. [online]. [cit. 11.08.2021]. Dostupné z: https://issuu.com/ticlitomysl/docs/mapa_litomysl
- [8] KUČOVÁ, Věra. Světové kulturní a přírodní dědictví UNESCO. 1. vyd. Praha: Národní památkový ústav, 2009. 199 s. ISBN 978-80-87104-52-1
- [9] Mapy.cz. [online]. [cit. 22.07.2021]. Dostupné z: <https://mapy.cz/?sourcep=foto&idp=885350>
- [10] Mapy.cz. [online]. [cit. 1.08.2021]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=16.3086167&y=49.8708878&z=17&rc=9l85QxWk3FghQAE&rs=traf&rs=stre&ri=55076&ri=130659&mrp=%7B%22c%22%3A132%7D&xc=%5B%5D&rwpx=1%3B9l8gCxWkU16ZHmYEKdOVJ7P2MDPYPBQwOMWNQh>

- [11] Mapy.cz. [online]. [cit. 1.08.2021]. Dostupné z:
<https://mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=16.3117032&y=49.8682605&z=17&rc=9IUvnxWiwRTNgy9&rs=coor&rs=coor&ri=&ri=&mrp=%7B%22c%22%3A132%7D&xc=%5B%5D&rwp=1%3B9IURyxWj0DMmRNLnUaLpUYTbUBOITALLP8QqTn>
- [12] MASON, Peter. *Tourism Impacts, Planning and Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2003, 191 s. ISBN 0 7506 5970X
- [13] Město Litomyšl – Základní údaje o Litomyšli. [online]. [cit. 20.01.2021]. Dostupné z: https://www.litomysl.cz/zakladni_udaje_o_litomysli
- [14] Město Polička. [online]. [cit. 22.07.2021]. Dostupné z: <https://www.policka.org/detail/9496/turismus/Navsteva-Policky-Vas-potesi/>
- [15] Místopisný průvodce po České republice – přehledný seznam obcí České republiky. Zámek Moravská Třebová [online]. [cit. 22.07.2021]. Dostupné z: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/body-zajmu/520/zamek-moravska-trebova/>
- [16] MOTYČKOVÁ, Kateřina. pracovnice Turistického informačního centra Litomyšl, Informace zaslané Turistickým informačním centrem Litomyšl prostřednictvím emailu, 25. 11. 2020
- [17] Národní památkový ústav – Památky s mezinárodním statutem. [online]. [8.7.2021]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/pamatky-unesco>
- [18] PÁSKOVÁ, Martina. Udržitelnost cestovního ruchu. 3. vyd. Hradec Králové: GAUDEAMUS, 2014. 335 s. ISBN 978-80-7435-329-1
- [19] PÁSKOVÁ, Martina, ZELENKA, Josef. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 433 s. ISBN 80-239-0152-4
- [20] Pracovník Turistického informačního centra v Litomyšli na Smetanově náměstí, Ústní sdělení, 14:45, 23. 7. 2021
- [21] SmugMug. Výsledek vyhledání fotografií z Litomyšle pomocí klíčového slova Litomyšl, Flickr. [online]. [cit. 26. 4. 2021]. Dostupné z: <https://www.flickr.com/search/?q=litomy%C5%A1l>
- [22] STATISTIKA KULTURY České republiky. [online]. [cit. 08.07.2021]. Dostupné z: https://www.statistikakultury.cz/wp-content/uploads/2020/09/Pamatky_navstevnost_2019.pdf?fbclid=IwAR2v1_UOv87hRiW2QktGn_hKIIQE0R2sAHxoJMpXOaYjdpM00fibK9ZnEAg

- [23] Twitter. Výsledek vyhledání fotografií Litomyšle na Twitteru pomocí klíčového slova Litomyšl a kliknutím na kolonku fotky pro zobrazení pouze fotografií. [online]. [cit. 3. 4. 2021]. Dostupné z: https://twitter.com/search?q=litomy%C5%A1l&src=typed_query&f=image
- [24] UNWTO. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. Madrid: World Tourism Organization, 2004. 507 s. ISBN 92-844-0726-5
- [25] Východní Čechy. *Litomyšl - Východní-Čechy.info - oficiální turistický portál Pardubického kraje* [online]. [cit. 21.01.2021]. Dostupné z: <https://www.vychodni-cechy.info/litomysl/>
- [26] ZELENKA, Josef a kol. Udržitelný cestovní ruch: Management cestovního ruchu v chráněných územích. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. 327 s. ISBN 978-80-7435-244-7
- [27] Zámek Litomyšl. *Historie – Litomyšl*. [online]. [cit. 21.01.2021] Dostupné z: <https://www.zamek-litomysl.cz/cs/o-zamku/historie>
- [28] Zámek Litomyšl – Zámecké návrší Litomyšl. [online]. [cit. 21.01.2021]. Dostupné z: <https://www.zamecke-navrsi.cz/cs/m-64-zamek-litomysl>

8 Přílohy

Příloha č. 1

Dotazník na vnímání cestovního ruchu v Litomyšli pro podnikatele v pohostinství

Jste:

- ubytovací zařízení
- stravovací zařízení
- ubytovací i stravovací zařízení
- turistické informační centrum
- zámek

1) Převažují podle Vás negativní nebo pozitivní vlivy na cestovní ruch v Litomyšli, když v úvaze vynechají období pandemie covid-19?

2) Jaké jsou podle Vás negativní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli, když v úvaze vynechají období pandemie covid-19?

3) Jaké jsou podle Vás pozitivní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli, když v úvaze vynechají období pandemie covid-19?

4) Zamyslete se nad cestovním ruchem v Litomyšli a charakterizujte ho.

5) Je větší zájem o Vaše služby v době konání významných kulturních akcí? (např. Smetanova Litomyšl, Gastroslavnosti M. D. Rettigové, zahájení lázeňské sezóny)

6) Projevuje se v něčem míra rozvoje cestovního ruchu a v čem konkrétně?

7) Jak vnímáte množství návštěvníků? (označte jednu variantu)

příliš moc moc přiměřeně málo příliš málo

8) Myslíte, že je přiměřené množství kulturních akcí během roku?

9) Přidali byste nebo ubrali nějakou kulturní akci?

10) Využívají Vašich služeb více zahraniční, nebo domácí návštěvníci?

11) Jaký rozdíl v návštěvnosti Litomyšle pocítujete při srovnání roku 2020 s rokem 2019? (např. počet a složení návštěvníků)

12) Projevili domácí návštěvníci o Vaše služby větší zájem v létě než v předchozích letech?

13) Přemýšleli jste nad ukončením podnikání v době opatření?

14) Myslíte, že dosažení cestovního ruchu v Litomyšli na úroveň, na které byl před pandemií covid-19, bude trvat dlouho a na jak dlouhou dobu to odhadujete?

Dotazník na vnímání cestovního ruchu v Litomyšli pro rezidenty

- 1) Převažují podle Vás negativní nebo pozitivní vlivy na cestovní ruch v Litomyšli?
- 2) Jaké jsou podle Vás negativní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli?
- 3) Jaké jsou podle Vás pozitivní vlivy cestovního ruchu v Litomyšli?
- 4) Zkuste charakterizovat cestovní ruch v Litomyšli.
- 5) Projevuje se v něčem míra rozvoje cestovního ruchu a v čem konkrétně?
- 7) Jak vnímáte množství návštěvníků?
příliš moc moc přiměřeně málo příliš málo
- 8) Myslíte, že je přiměřené množství kulturních akcí během roku? Přidali byste nebo ubrali nějakou kulturní akci?
- 9) Vidíte nějaký rozdíl v návštěvnosti Litomyšle při srovnání roku 2020 s rokem 2019? (např. počet a složení návštěvníků)
- 10) Cestovní ruch v roce 2020 kvůli pandemii poklesl. Jak dlouho myslíte, že bude trvat jeho návrat na úroveň před pandemií?

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

Jméno a příjmení: Kateřina Bezdíčková
Osobní číslo: I1800292
Adresa: Pazouška 149, Česká Třebová – Parník, 56002 Česká Třebová 2,
Česká republika
Téma práce: Dopady cestovního ruchu na destinaci s památkou na Seznamu
světového dědictví
Téma práce anglicky: Impacts of tourism on a World Heritage Site
Vedoucí práce: prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Zásady pro vypracování:

Cílem bakalářské práce je analyzovat pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu na sociokulturní prostředí destinace Litomyšl a vliv pandemie covid-19 na změny její návštěvnosti.

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika zpracování
3. Specifika destinací s památkou na Seznamu světového dědictví
 - 3.1 Destinační a návštěvnický management v kontextu udržitelnosti CR v kulturních destinacích
 - 3.2 Indikátory UCR v kulturních destinacích
 - 3.4 Dopady pandemie covid-19
4. Litomyšl
 - 4.1 Kvalitativní výzkum
 - 4.2 Sociální média
 - 4.3 Dotazníkové šetření
5. Shrnutí výsledků
6. Závěr a doporučení
7. Seznam zdrojů
8. Přílohy

v souladu se šablonou na MES, pokyny pro zpracování v MES, skripty Trousil – Jašíková (Úvod do tvorby odborných prací) a pokyny pro zpracování KRCCR, viz stránky katedry a stránky předmětu MES v LMS Blackboard

Seznam doporučené literatury:

Literatura

PÁSKOVÁ, M. (2014): Udržitelnost cestovního ruchu. Gaudeamus Hradec Králové, ISBN 978-80-7435-329-1, online dostupné na <https://databaze.op-vk.cz/Product/Detail/60774>

Pásková, M., Zelenka, J.: Výkladový slovník cestovního ruchu, Linde Praha 2012 UN WTO (1997): Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry, ISBN: 92-844-0180-1

UN WTO (1998): Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, ISBN 92-844-0280-8

UN WTO (1999): Guide for Local Authorities – Supplementary Volumes, ISBN: 92-844-0326-X databáze Sciencedirect