



**Vysoká škola ekonomická v Praze**

**Fakulta managementu v Jindřichově Hradci**

# **Diplomová práce**

**Kateřina Dušáková**

2008

**Vysoká škola ekonomická v Praze**

**Fakulta managementu**

**Jindřichův Hradec**

# **Diplomová práce**

**Kateřina Dušáková**

*2008*



**Vysoká škola ekonomická v Praze**

**Fakulta managementu v Jindřichově Hradci**

*Katedra managementu veřejného sektoru*

# **Atraktivita turistické destinace**

**Vypracovala:**

*Kateřina Dušáková*

**Vedoucí diplomové práce:**

*Ing. Martin Musil*

*Lišov, duben 2008*

# Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma

»**Atraktivita turistické destinace**«

jsem vypracovala samostatně.

Použitou literaturu a podkladové materiály

uvádím v příloženém seznamu literatury.

*Lišov, duben 2008*

---

podpis studenta

# **Anotace**

## **Atraktivita turistické destinace**

Cílem práce je pokusit se na základě existujících poznatků a modelů změřit atraktivitu turistické destinace, zhodnotit vhodnost existujících přístupů a případně navrhnout vhodná zlepšení či modifikace. To vše na příkladu přírodního parku Česká Kanada.

*duben 2008*

# Poděkování

Za cenné rady, náměty a inspiraci

bych chtěla poděkovat

**Ing. Martinovi Musilovi,**

z Vysoké školy ekonomické v Praze,

Fakulty managementu v Jindřichově Hradci.

# Obsah

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>CÍLE A METODIKA PRÁCE .....</b>	<b>11</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH.....</b>	<b>13</b>
<b>2 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>19</b>
<b>3 ATRAKTIVITA TURISTICKÉ DESTINACE .....</b>	<b>28</b>
<b>4 PŘÍRODNÍ PARK ČESKÁ KANADA.....</b>	<b>31</b>
<b>5 ANALÝZA POTENCIÁLU TURISTICKÉ DESTINACE ČESKÁ KANADA .....</b>	<b>34</b>
5.1 PAMÁTKY A ZAJÍMAVOSTI PŘÍRODNÍHO PARKU ČESKÁ KANADA .....	34
5.1.1 <i>Města a obce .....</i>	<i>34</i>
5.1.2 <i>Kulturní a technické památky .....</i>	<i>38</i>
5.1.3 <i>Přírodní památky a zajímavosti .....</i>	<i>44</i>
5.2 ANALÝZA PŘÍRODNÍHO A KULTURNÍHO SUBSYSTÉMU POTENCIÁLU ČESKÉ KANADY .....	45
5.2.1 <i>Rozdělení oblastí České Kanady.....</i>	<i>45</i>
5.2.2 <i>Analýza potenciálu zvolených oblastí.....</i>	<i>48</i>
<b>6 MONITORING TURISTICKÉ DESTINACE ČESKÁ KANADA .....</b>	<b>60</b>
6.1 METODIKA A PRŮBĚH VÝZKUMU .....	60
6.2 VÝSLEDKY MONITORINGU NÁVŠTĚVNÍKŮ ČESKÉ KANADY .....	62
<b>7 MĚŘENÍ ATRAKTIVITY TURISTICKÉ DESTINACE ČESKÁ KANADA .....</b>	<b>83</b>
7.1 PRŮMĚRNÁ VZDÁLENOST MÍSTA BYDLIŠTĚ OD DESTINACE.....	83
7.2 PRŮMĚRNÝ DENNÍ POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ V TURISTICKÉ DESTINACI.....	85
7.3 PRŮMĚRNÝ POČET DNŮ STRÁVENÝCH V TURISTICKÉ DESTINACI.....	88
7.4 ATRAKTIVITA TURISTICKÉ DESTINACE.....	90
<b>8 ZHODNOCENÍ VHODNOSTI EXISTUJÍCÍCH PŘÍSTUPŮ A NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ.....</b>	<b>94</b>

8.1	ZHODNOCENÍ VHODNOSTI EXISTUJÍCÍCH PŘÍSTUPŮ .....	94
8.2	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ ČI MODIFIKACE VZORCE ATD .....	94
8.3	NÁVRHY NA ZJIŠŤOVÁNÍ POČTU NÁVŠTĚVNÍKŮ.....	97
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>98</b>
<b>LITERATURA .....</b>		<b>101</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ, TABULEK A OBRÁZKŮ .....</b>		<b>106</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>109</b>



# Úvod

Cestovní ruch lze v prvotním významu považovat za výraz pro cestování. Je spojován především s poznáváním a rekreací ve volném čase, zahrnuje aktivity jako cestování a pobývání osob na různých místech mimo své bydliště. [3]

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) považuje cestovní ruch za „*činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu ne delší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, podnikání nebo jinými účely, nesouvisejícími s výkonem výdělečné činnosti v navštíveném místě*“. [21] Tato charakteristika byla mezinárodně přijata a stala se tak uznávanou definicí cestovního ruchu.

V současné době je cestovní ruch významnou součástí světového obchodu a zároveň účinným nástrojem pro rozvoj národních celků.

Přínosy cestovního ruchu bylo již dříve těžké kvantifikovat a měřit, neboť cestovní ruch ovlivňuje rozvoj dalších odvětví hospodářství, zejména pak dopravu, obchod, kulturu, sport a další. [8]

Na zavedení mezinárodně srovnatelného a akceptovatelného standardu pro měření ekonomických přínosů cestovního ruchu začaly pracovat různé nadnárodní organizace již v 80. letech minulého století. Výsledkem práce Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) tak byly tzv. ekonomické účty cestovního ruchu (TEA) pro zachycení určitých ekonomických a sociálních aspektů cestovního ruchu. Světová organizace cestovního ruchu (WTO) dále zformulovala definice pro přesnost ukazatelů cestovního ruchu, návštěvníků a turistických výdajů. [55]

V červnu 1991 byly na mezinárodní konferenci o cestovním ruchu v kanadské Ottawě přijaty návrhy jednotné statistiky v podobě Satelitního účtu cestovního ruchu. Jeho cílem je napomáhat při tvorbě ekonomických analýz, průzkumu trhu, měření postavení cestovního ruchu v ekonomice a prognóz jeho dalšího vývoje. Po mnoha úpravách byly nakonec 1. března 2000 Komisí pro statistiku OSN schváleny mezinárodní standardy pro měření ekonomických přínosů cestovního ruchu. [55]

Rozvoj odvětví cestovního ruchu je v České republice základním cílem Koncepce státní politiky cestovního ruchu schválené 7. listopadu 2007, usnesením č. 1239 vládou ČR. Koncepce jako střednědobý strategický dokument vychází z rozvojových možností

cestovního ruchu a jejím úkolem je především podněcovat jeho další rozvoj. Tento strategický plán je založen na systému základních priorit – tvorby konkurenceschopných produktů, rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb cestovního ruchu, marketingu a propagace. V neposlední řadě se jedná o vytváření kvalitní organizační struktury, která zajistí fungující partnerství všech zúčastněných subjektů. Jednotlivé dílčí aktivity a záměry včetně souvisejících finančních potřeb, doby realizace a odpovědného subjektu budou podrobně rozpracovány v prováděcím dokumentu, který by měl být vládě předložen ke schválení do 30. června 2008. [17]

Schválený satelitní účet však doposud není běžným statistickým nástrojem, neboť je zapotřebí neustále navrhovat či modifikovat nejrůznější metody odhadů chybějících dat. Navíc byl vytvořen pro potřeby mezinárodního porovnávání ukazatelů cestovního ruchu na úrovni státu, nikoliv však ukazatelů na úrovni obce, mikroregionu či jiné oblasti - turistické destinace.

K hodnocení různých ukazatelů cestovního ruchu na vybraných místech může posloužit hodnocení potenciálu místa, jehož obsahem je analýza území z pohledu cestovního ruchu a tím i poskytnutí komplexních informací o dané lokalitě k využitelnosti pro cestovní ruch. Další možností jak zkoumat cestovní ruch je monitoring návštěvníků, sloužící k vytvoření metody odhadu počtu návštěvníků a odhadu jejich průměrných výdajů. Nedílnou součástí výzkumu tohoto odvětví je zjišťování atraktivity turistické destinace. Ta vytváří podnět pro návštěvu konkrétního místa a utváří tak prostředí pro realizaci turismu včetně jeho kvality a schopnosti uspokojovat potřeby návštěvníků.

# Cíle a metodika práce

## *Cíle práce*

Cílem diplomové práce je pokusit se na základě existujících poznatků a modelů změřit atraktivitu turistické destinace – přírodního parku Česká Kanada.

Přínos mé práce je směřován ke zjištění, zda je možné existující metody měření atraktivity dosud využívané v turistických destinacích – obcích, použít i na určitou oblast, turistickou destinaci s nerovnoměrným rozvržením jednotlivých atraktivit. Dále bych se ráda pokusila o případné návrhy zlepšení či modifikaci použitých modelů a přístupů.

## **Metodika práce**

Přistoupit přímo k problematice měření atraktivity bez předchozího objasnění těsně souvisejících témat by nebylo vhodné. Proto se nejprve v úvodu práce ve stručnosti zabývám cestovním ruchem a poté potenciálem a atraktivitou turistické destinace v teoretické rovině. Teoretické poznatky (sekundární údaje) mají původ zejména v odborných publikacích a časopisech (COT business), v různých odborných článcích zveřejněných na webových stránkách a v klasické tištěné naučné literatuře.

Následuje praktická část. Základní charakteristika přírodního parku Česká Kanada a důležitá témata analýzy a hodnocení potenciálu destinace. Zásadním podkladem pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu v turistické destinaci je výzkum provedený již v roce 2001 Ústavem územního rozvoje na základě zadání Odboru realizace a rozvoje cestovního ruchu MMR. Na tuto kapitolu navazuji monitoringem turistické destinace, jejíž výsledky budou z části použity jako podklad pro stěžejní téma diplomové práce – problematiku měření atraktivity turistické destinace na příkladu České Kanady. Všechny tyto kapitoly směřují ke změření atraktivity a posouzení vhodnosti již existujících přístupů k této problematice. Při výpočtu atraktivity pak vycházím z postupů a výzkumů doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc., který se již léta touto problematikou zabývá.

Data pro analýzu potenciálu dané turistické destinace jsem čerpala především z příslušných turistických map, encyklopedií, webových stránek tamějších atraktivit a místních obcí a také z osobních zkušeností z dané oblasti.

Pro monitoring a následné měření atraktivity jsem použila některá z dat získaných již v rámci výzkumu prováděného v turistické destinaci. Výzkum je realizován na základě grantu IGA

45/07 - Potenciál a zatížení oblasti cestovním ruchem v souvislostech s ochranou životního prostředí, kde jsem členkou řešitelského týmu tohoto projektu, a který probíhá až do září roku 2008.

Při sběru primárních dat pro diplomovou práci byla v rámci grantového projektu IGA uplatněna metoda osobního dotazování návštěvníků turistické destinace za pomoci dotazníkového šetření. Dotazník byl převzat od agentury Czechtourism a poté mírně modifikován pro potřeby výzkumu. Metodika samotného dotazníku je popsána v kapitole č. 6. Ke sběru dalších potřebných dat pro měření atraktivity byla také použita metoda rozhovoru s příslušnými zaměstnanci obecních úřadů na daném území či metoda pozorování pro zjištění turistické infrastruktury dané lokality, opět pod záštitou grantového projektu IGA.

Cílem veškerého dotazování bylo získat údaje zejména o vzdálenosti místa bydliště návštěvníka od turistické destinace, délce pobytu návštěvníka v destinaci a dále numerické podklady pro výpočet průměrného denního počtu turistů v destinaci. Další získané informace pak dokreslují stávající situaci v parku Česká Kanada.

Po shromáždění veškerých nezbytných podkladů a dat byly údaje analyzovány a zpracovány pomocí statistického programu Excel a získané výsledky interpretovány jak v textové, tak i v grafické podobě.

Práce je zakončena vyhodnocením výzkumu měření atraktivity včetně vhodnosti již existujících přístupů a případných návrhů zlepšení či modifikací.

# 1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je „významná oblast hospodářství, součást sféry služeb, která se zabývá cestováním za účelem rekreace, návštěvy památek, účasti na kongresech apod. a službami s ním souvisejícími (ubytování, stravování, doprava, apod.)“. [7]

V posledních padesáti letech se cestovní ruch stal podstatným nástrojem rozvoje většiny vyspělých světových ekonomik a dnes je považován za odvětví budoucnosti. Významným způsobem ovlivňuje platební bilanci, socioekonomický rozvoj regionů a nelze opomenout ani jeho podíl na tvorbě hrubého domácího produktu. Mimoto značně ovlivňuje úroveň regionálních a místních politik včetně generování příjmů místních rozpočtů. Důležitou roli hraje také při vzniku nových pracovních míst, zlepšování infrastruktury a rozvoje služeb, resp. zvyšování příjmů místního obyvatelstva. Podstatný význam cestovního ruchu také spočívá v sociálně kulturní a environmentální sféře, především v zachovávání kulturního dědictví, péči o kulturní a přírodní památky, přenášení kulturních hodnot či výstavbu ekologických zařízení. [48]

Cestovní ruch je také významným faktorem společenského vývoje. Stal se již neodmyslitelnou součástí trávení volného času a současného životního stylu lidí. Dále přispívá k poznání či k získání jazykových znalostí a je proto nepostradatelným nástrojem vzdělávání a výchovy lidí. [5]

Jak již bylo naznačeno v úvodu, cestovní ruch je spojován s využitím volného času a umožňuje lidem uspokojit některé z jejich potřeb, např. potřebu odpočinku, relaxace, poznání či naopak pohybu a sportovního vyžití. Mezi typické prvky cestovního ruchu patří zejména dočasnost pobytu mimo trvalého bydliště, nevýdělečný charakter cesty či pobytu a dále možné vztahy mezi lidmi, které cestovní ruch vyvolává. [5]

Mezi základní produkty tohoto odvětví řadíme především ubytovací, stravovací a dopravní služby. Další charakteristické produkty tvoří zprostředkovatelské služby cestovních či informačních kanceláří, průvodcovská činnost a volnočasové služby zahrnující různé kulturní a rekreační služby určené pro turisty. Všechny tyto aktivity ve svém souhrnu do určité míry uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu v dané turistické destinaci jak na straně poptávky, tak nabídky.[21]

Poptávku tvoří návštěvníci konkrétního daného místa, jejichž cílem je uspokojit svá přání během cesty prostřednictvím jednoho či více produktů cestovního ruchu.

Turistickou poptávku tedy lze do určité míry definovat jako „výdaje vynaložené návštěvníkem nebo jménem návštěvníka před cestou, během ní a po ní, přičemž tyto výdaje se vztahují k této cestě a tato cesta je podniknuta mimo obvyklé prostředí návštěvníka.(Cotbusiness)“.[21]

Nabídku naopak představují subjekty, které poptávané služby poskytují. Konkrétní produkty v dané turistické destinaci jsou závislé především na atraktivitě místa, která vytváří motivaci pro návštěvu destinace a umožňuje tak realizaci cestovního ruchu. Obsahem směny na trhu jsou pak hmotné a nehmotné statky či služby.

Cestovní ruch můžeme rozdělit na hromadný (např. prostřednictvím cestovních kanceláří) a individuální. Jako další faktor lze zohlednit čas pobytu v turistické destinaci, proto můžeme cestovní ruch dále členit na krátkodobý a dlouhodobý. Z důvodu přilákání co nejvíce turistů je velmi důležité pro každý typ zvolit vhodnou formu marketingových činností a správnou kombinaci jednotlivých marketingových nástrojů.

Z hlediska trvalého místa pobytu účastníka cestovního ruchu a navštěvované země lze cestovní ruch segmentovat do skupin domácího, příjezdového, výjezdového, vnitřního či národního cestovního ruchu.

V případě této práce se jedná o vnitřní cestovní ruch, který určují domácí či zahraniční návštěvníci na ekonomickém území sledované země (Česká republika) mimo své obvyklé prostředí (tzn. mimo své trvalé či přechodné bydliště, pracoviště, školu, apod.). Ve finančním vyjádření se jedná o výdaje cizinců či tuzemců spojených s cestou, které se dostávají k domácím podnikatelům. [55]

V posledních letech lze pozorovat, že se pozornost Čechů obrací zpátky k domácímu cestovnímu ruchu. Česká republika se stává pro české turisty stále oblíbenějším místem pro trávení volného času. Proto je nezbytné podporovat tento trend zejména utvářením vhodného prostředí, v němž má k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu docházet. Je podstatné neustále hledat nové formy turistiky, poskytovat stále větší rozsah služeb souvisejících nejen s rekreací, ale i sportem, vzdělávání, apod.

Rozvoj cestovního ruchu však nepřináší jen výhody. Do určité míry souvisí i možnými negativními dopady, které se týkají především životního prostředí. Jedná se zejména o zvýšenou míru znečištění či omezování životního prostředí a s tím související náklady na jeho ochranu. Vedle dopadů cestovního ruchu na životní prostředí jsou další negativní stránkou tohoto odvětví stále rostoucí investice do zajištění ochrany kulturních a historických památek. [3]

Touto problematikou se zabývá zákon č. 22/1958 sb., o kulturních památkách, který vymezuje památkově chráněná území.

Cestovní ruch v České republice spočívá především v bohatosti a vzájemném souladu přírodních a kulturních hodnot. Necitlivý rozvoj cestovního ruchu by tak mohl tuto rovnováhu narušit. Docházelo by ke snižování kvality daného území a v neposlední řadě k negativním ekonomickým dopadům v podobě snížení příjmů z cestovního ruchu, snížení zájmu návštěvníků o danou destinaci, apod. [23]

Stále to však není výčet všech možných problémů, které by nevhodné využívání cestovního ruchu mohlo přinést. V turistické destinaci je nezbytné skloubit turismus s podmínkami místního obyvatelstva, jinak může docházet k narušování tradičního životního stylu místního obyvatelstva a sociálním problémům v kontaktu s návštěvníky.

Jednou z možností, jak chránit destinaci před negativními dopady cestovního ruchu je vznik a udržování stávajících chráněných území vystihujících výjimečnost přírodního prostředí.

Problematika chráněných území v České republice je součástí zákona č. 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny, který pracuje s pojmem zvláště chráněná území. Tyto oblasti se podle zákona člení do několika kategorií – stupňů ochrany. Jsou rozdělena na velkoplošná (Národní parky, Chráněné krajinné oblasti) a maloplošná (Národní přírodní rezervace, Národní přírodní památky, Přírodní rezervace, Přírodní památky) a zabírají přes 15% území České republiky. [40]

Následující charakteristiky zvláště chráněných území jsou popsány na základě zmíněného zákona. [12]

Národním parkem jsou rozsáhlá území v národním či mezinárodním měřítku s dochovanými přírodními nebo lidskou činností málo ovlivněnými ekosystémy. Vyskytují se zde rostliny, živočichové či neživá příroda mající mimořádný vědecký a výchovný význam. Tato kategorie je užívána celosvětově a jednotlivá chráněná území se zřizují zákonem. V ČR jsou v současné době vyhlášeny 4 národní parky s celkovou rozlohou 119 500 ha (Krkonošský národní park, Národní park Podyjí, Národní park Šumava, Národní park České Švýcarsko).

Chráněná krajinná oblast je národní kategorií a slouží k ochraně rozsáhlých území s harmonicky utvářenou krajinou a charakteristickým reliéfem, významným podílem přirozených ekosystémů či dochovanými památkami historického osídlení. CHKO jsou vyhlášovány vládním nařízením a v současné době se jich na území ČR vyskytuje celkem 25, s celkovou rozlohou 1 089 517 ha.

Národní přírodní rezervace poskytuje ochranu menším územím s mimořádnými přírodními hodnotami. Jedná se o jedinečné významné ekosystémy v národním či mezinárodním měřítku, přirozené reliéfy ojedinělé svou strukturou, zachovalostí s typickou geologickou stavbou. Národní přírodní rezervaci může vyhlásit spolu s vymezením ochranných podmínek tohoto území Ministerstvo životního prostředí obecně závazným předpisem (vyhláškou).

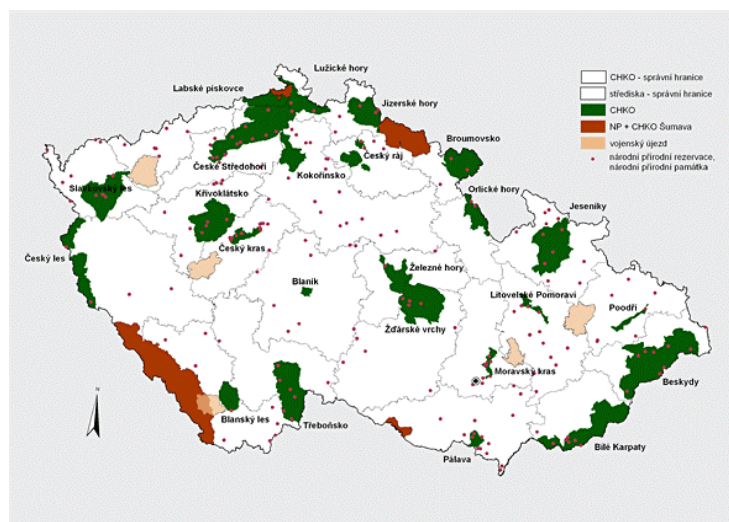
Národní přírodní památkou je zpravidla území s menší rozlohou, které si klade za cíl zachování určitých specifických přírodních objektů vysoké hodnoty. Jedná se např. o geologický či geomorfologický útvar, naleziště nerostů či vzácných nebo ohrožených druhů ekosystému. Národní přírodní památky vyhláší opět Ministerstvo životního prostředí obecně závazným předpisem (vyhláškou). Patří sem např. Kozákov či Babiččino údolí.

Přírodní rezervace slouží k ochraně ekosystémů typických a významných pro určitý region či geografickou oblast. Rezervaci vyhláší příslušný krajský úřad obecně závazným předpisem a tím stanovuje obdobné ochranné podmínky, které se vyskytují u národní přírodní rezervace.

Za přírodní památku se považuje přírodní útvar menší rozlohy, podobně jako národní přírodní památka, avšak pouze s regionálním významem. Její ochranu zřizuje opět příslušný krajský úřad. Tato kategorie je početně nejobsáhlejší, obsahuje více než 1000 chráněných území a objektů.

Pozice zvláště chráněných území jsou znázorněny v následující souhrnné mapce:

**Obr. č. 1: Zvláště chráněná území v ČR**



*Zdroj: Agentura ochrany přírody a krajiny. Dostupné z WWW <[www.ochranaprirody.cz](http://www.ochranaprirody.cz)>*

Významnou roli v předcházení negativních dopadů cestovního ruchu v přírodním prostředí také hraje organizovaná turistika přispívající k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu.



Organizovaná turistika představuje řízené turistické akce určené pro širokou veřejnost nebo individuální turistiku po značených trasách. Můžeme ji také zařadit do různých kategorií. Rozeznáváme pěší, cyklo a lyžařskou turistiku. V posledních letech zaznamenává rozmach turistika na koni – tzv. hipoturistika. Dominantní turistickou organizací, která se zabývá různými typy turistiky, je v České republice Klub českých turistů (KČT). Kromě budování značených turistických tras se soustředí i na vytváření a údržbu specifické turistické infrastruktury zahrnující např. vyhlídková místa, odpočívadla, kartografické pomůcky či různé informační materiály. [22]

Organizovaná turistika závisí na mnoha faktorech, které ovlivňují možnosti jejího vzniku a udržování. Jedná se např. o úroveň vybavenosti destinace a turistické infrastruktury, sezónnost využití destinace pro cestovní ruch, prostorová koncentrace návštěvníků a s tím spojená případná regulace návštěvnosti, apod. Smysl organizované turistiky spočívá také v soustředění akcí na různých místech mimo hlavní turistickou sezónu a přispívá tak k usměrňování toku návštěvníků jak časově, tak místně. Postupně se tak stává důležitým krokem v rozvoji cestovního ruchu v turistické destinaci a doplňkovou formou pro oblasti s rozvinutým cestovním ruchem. [23]

Světová obchodní organizace (WTO) definuje udržitelný turismus jako *„Takový cestovní ruch, který dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Udržitelný rozvoj turismu uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání a zvyšuje tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život.“*[59]

Úspěšnost rozvoje cestovního ruchu závisí na důkladném poznání jeho charakteristik v oblasti nabídky a poptávky. Podílí se na ní nejen provozovatelé zařízení poskytujících služby (ubytovací, stravovací, dopravní, zprostředkovatelské a další), ale také sami návštěvníci svými požadavky a především svým chováním.

Samotné chování návštěvníků destinace by mělo respektovat zásady ochrany přírody. Význam ekologie v České republice se neustále zvyšuje, což v odvětví cestovního ruchu pravděpodobně způsobí zvýšenou poptávku po destinacích, kde bude hrát stále výraznější roli příroda a nízká hustota osídlení.[48]

Pro zdárný rozvoj cestovního ruchu je potřeba vybudovat širokou nabídku turistických atrakтивit a nejrůznějších akcí a nezapomenout přitom na dlouholeté tradice a potenciál

turistické destinace, vyjádřený pestrostí krajiny a bohatstvím kulturních a historických památek. Kromě přírodního a kulturního potenciálu destinace je také potřeba zajistit dostatečnou úroveň turistické infrastruktury a dále efektivně řídit všechny činnosti s rozvojem cestovního ruchu související. To vše s ohledem na životní prostředí.

## 2 Potenciál cestovního ruchu

*„Potenciál cestovního ruchu je chápán jako formalizovaný výsledek zhodnocení co možná komplexního okruhu lokalizačních podmínek a předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu.“ [14]*

Tyto podmínky jsou vyjádřeny různými faktory, které potenciál ovlivňují. Jedná se především o atraktivitu místní přírody, kulturní hodnoty a památky a v neposlední řadě o známý trojlístek „ubytování, stravování a dopravu“ doplněný o další materiálně technické podmínky (sportovní, zábavní, apod.).

Nelze však opomenout ani předpoklady rozvoje představované kvalitním fungováním státní a veřejné správy, neboť jejich odpovídající orgány se na cestovních ruchu podílí jeho řízením, monitoringem, regionálním a územním plánováním a v neposlední řadě podporou podnikatelské sféry. [8]

Atraktivitu a potenciál přírody určuje zejména její geografická poloha, reliéf krajiny, klimatické podmínky, fauna a flóra, vodstvo a další prvky. Lidé místo navštěvují z důvodu odpočinku, rekreace, či pro poznávání přírody nebo je využívají pro různé formy aktivní turistiky (pěší turistika, cykloturistika a jiné). [4]

Kulturní hodnoty a památky tvoří různé architektonické památky, kulturní zařízení a akce, významná kulturní a historická místa, technické památky či lidové umění spolu s různými festivaly či slavnostmi a tradicemi.

Ubytovací služby spočívají v zabezpečení přechodného ubytování především ve vztahu účasti na cestovnímu ruchu. Služby jsou poskytovány různými typy ubytovacích zařízení, které umožňují návštěvníkům přenocování či přechodné ubytování. Jednotlivé typy lze členit podle charakteru zařízení, časového využití, provozovatele a podle druhu zařízení. Ubytovací zařízení tak můžeme klasifikovat jako hotel, penzion, kemp, chatová osada, ostatní hromadná ubytovací zařízení (např. ubytovny), placené ubytování v soukromí, vlastní rekreační zařízení (pobyt na vlastní chatě či chalupě nebo u známých) další alternativní typy ubytování (nocleh v autě či karavanu mimo kempy, spaní „pod širákem“). [4]

Stravovací služby jsou založeny na uspokojení potřeb výživy účastníků cestovního ruchu během pobytu, tj. hostinskou činností, či během přepravy, ke které dochází přímo v dopravních prostředcích. Nelze však opomenout ani různé stánky s občerstvením objevující se podél cestovních tras. Můžeme tedy hovořit o různých formách společného stravování

(restaurace, jídelny, rychlé občerstvení), či o stravování individuálním, kdy si návštěvník přípravu pokrmů a nápojů provádí sám. Stravování často umožňuje seznámení návštěvníka se specifickým prvkem kultury národa či určitého místa. [5]

Posledním dílem „trojlístku“ jsou dopravní služby zabezpečující přepravu návštěvníků a jejich zavazadel. Prostřednictvím dopravních prostředků a komunikačních sítí zajišťují nejen přepravu do konkrétních míst cestovního ruchu, ale poskytují transport i uvnitř dané oblasti. [3]

Vývoj cestovního ruchu je v poslední době způsoben především výraznými technologickými změnami v oblasti dopravy. Tento trend je viditelný zejména zvýšením dostupnosti různých dopravních prostředků a relativním snížením přepravních nákladů.

Nutno podotknout, že jeho hodnocení potenciálu úzce souvisí s měřením atraktivity turistické destinace. Avšak podle průzkumů doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc. není potenciál a atraktivita místa totéž. Atraktivita je širší pojem zahrnující větší množství faktorů a podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. [24]

Více se atraktivitou daného místa budu zabývat ve 3. a 7. kapitole.

Jak již bylo naznačeno, potenciál dané oblasti můžeme rozdělit do dvou základních subsystémů – přírodního a kulturního. Následující teoretické poznatky jsou z většiny převzaty z hodnocení potenciálu cestovního ruchu v turistické destinaci na základě výzkumu provedeného v roce 2001 Ústavem územního rozvoje v návaznosti na úkol zadaný Odborem realizace a rozvoje cestovního ruchu MMR. Studie se zabývala předpoklady cestovního ruchu podle území jednotlivých obcí České republiky. [14]

**Přírodní subsystém je tedy tvořen následovně:**

- a) přírodní pozoruhodnosti
- b) vhodnost krajiny pro pěší turistiku
- c) vhodnost krajiny pro cykloturistiku
- d) vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty
- e) vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku
- f) vhodnost krajiny pro rekreaci u vody

- g) vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory
- h) vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku
- i) vhodnost krajiny pro vodní turistiku
- j) vhodnost krajiny pro horolezectví
- k) vhodnost krajiny pro závěsné létání
- l) vhodnost krajiny pro sportovní myslivost
- m) vhodnost krajiny pro sportovní rybolov
- n) vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků

**Kulturní subsystém tvoří:**

- A) kulturně historické památky a soubory
- B) skanzeny a muzea
- C) lázeňská funkce
- D) kongresy a konference
- E) kulturní akce
- F) sportovní akce
- G) církevní akce
- H) veletrhy a tematické trhy
- I) místní produkty
- J) příhraniční specifika

Pro účel hodnocení potenciálu turistické destinace lze použít pro jednotlivá místa a jednotlivé faktory potenciálu stupně vhodnosti lokalizačních podmínek, tedy hodnocení 0-3 body.

**Intenzitní stupně potenciálu cestovního ruchu můžeme rozdělit:**

- stupeň 1 – podmínky jsou v základní úrovni, tj. potenciálově relevantní jev je v konkrétním prostoru registrovatelný

- stupeň 2 – podmínky jsou ve zvýšené úrovni, tj. potenciálově relevantní jev vykazuje v konkrétním prostoru již zřetelný a výrazný stav
- stupeň 3 – podmínky jsou ve vysoké úrovni, tj. potenciálově relevantní jev dosahuje v konkrétním prostoru dominantního stavu.

Vyskytují se však i místa, kde rozvojové podmínky a předpoklady některé z konkrétních aktivit cestovního ruchu neexistují. V tomto případě se tedy jedná o nulový potenciálový stupeň.

Pro zařazení jednotlivých oblastí do intenzitních stupňů existují určité předpoklady, které musejí být splněny. Tyto podmínky jsou rozepsány v následující části textu.

## **Potenciál přírodního subsystému**

### (a) Přírodní pozoruhodnosti

V krajině se vyskytují jednotlivé atraktivní přírodní výtvoř, zejména skalní formace (skály, viklany, apod.) a jiné přírodní zvláštnosti (např. chráněné druhy fauny a flóry). Častým znakem bývají zřízené rezervace.

### (b) Vhodnost krajiny pro pěší turistiku

Krajina s určitou terénní rozmanitostí (lesy, louky, pahorkatiny) s vhodnými mimosilničními trasami využitelnými pro pěší turisty. Na trasách se často objevují rozhledny s možnostmi vyhlídky.

### (c) Vhodnost krajiny pro cykloturistiku

Jedná se o krajinu s vedlejšími silnicemi a polními cestami vhodnými pro cykloturistiku. Stupeň se odvíjí jednak od náročnosti trasy (roviny, členitost reliéfu), ale nelze opomenout důležitost vysoké krajinné estetiky.

### (d) Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty

Krajina vhodná pro provozování sjezdových zimních sportů. Důležitou roli zde hraje nadmořská výška, dostatečné sněhové podmínky, či vhodná svažitosť terénu.

(e) Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku

Terén, který je pro dobré klimatické podmínky, dostatečné sněhové pokrývky a pro přírodní atraktivitu území vhodný pro provozování lyžařské turistiky. Vyskytují se zde lyžařské trasy, či přímo jejich síť, nebo lze v této oblasti do budoucna počítat s případným zvyšováním běžkařských stop.

(f) Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody

V oblasti existují vodní plochy (přírodní, umělé) vhodné pro rekreaci nejen místních obyvatel. Stupeň odráží jednak velikost využitelné plochy i možnosti ubytování a případné doprovodné služby.

(g) Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory

Jedná se o území s výskytem lesů a hor (pahorkatin, kopců) vhodných pro rekreaci. Tento potenciální subsystém do určité míry souvisí s vhodností pro pěší a horskou turistiku či cykloturistiku.

(h) Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku

Existence venkovských sídel (vlastní chaty, chalupy, apod.) nacházejících se na území s určitou krajinnou estetikou a terény vhodnými pro různé druhy turistiky (aktivní či pasivní odpočinek).

(i) Vhodnost krajiny pro vodní turistiku

Území, na kterém jsou situovány vodní toky vhodné pro vodní turistiku. Do stupně musíme započítat nejen vodácký sjezd řeky, ale také případnou výletní lodní dopravu.

(j) Vhodnost krajiny pro horolezectví

Krajina s výskytem skal umožňujících horolezecké výstupy či jejich nácvik. Jedná se především o různá skalní města.

(k) Vhodnost krajiny pro závěsné létání

Existence poměrně prudkých, málo zalesněných osamělých vrchů či jiných prudších svahů vhodných pro starty rogallových křídel a pro paragliding.

(l) Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost

Výskyt mysliveckých revírů, které vydávající turistická lovecká povolení. Návštěvník se tak může se svolením účastnit lovu.

(m) Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov

Podobně jako u předchozího bodu platí u sportovního rybolovu podmínka turistických rybářských lístků vydávaných v rybářském revíru.

(n) Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků

Jedná se o existenci břehových prostorů velkých rybníků, vodních toků či jiných vodních lokalit s výskytem zajímavých či vzácných druhů ptáků nebo jejich většího množství a jejich pozorování při páření či hnízdění.

## **Potenciál kulturního subsystému:**

(A) Kulturně historické památky a soubory

Místa, kde se nacházejí vesnické či městské památkové zóny, památky UNESCO nebo národní kulturní památka. Stupeň je dán významností a mírou povědomí o konkrétních památkách v dané oblasti.

(B) Skanzeny a muzea

Jedná se o území, v nichž existují skanzeny a muzea. Stupeň je tvořen velikostí a významem těchto památek (místní, regionální, nadregionální, celostátní či dokonce mezinárodní význam).

(C) Lázeňská funkce

Potenciál místa určují především obce, které jsou oficiálně klasifikovány jako lázeňské. Stupeň představuje kapacitu tohoto zařízení, jeho postavení v léčebném procesu a v rámci cestovního ruchu nelze opomenout ani jeho přitažlivost pro turisty.



#### (D) Kongresy a konference

Stupeň této složky potenciálu cestovního ruchu je dán především významností pořádaných konferencí a kongresů (místní, regionální, nadregionální, celostátní či mezinárodní význam).

#### (E) Kulturní akce

Oblasti, v nichž se pořádají různorodé kulturní akce v podobě festivalů, slavností, přehlídek, divadelních představení, apod. Stupeň tvoří pravidelnost těchto akcí a jejich atraktivita pro návštěvníky. Opět nelze přehlédnout místní, regionální, nadregionální, celostátní či mezinárodní význam.

#### (F) Sportovní akce

Jedná se o závody a jiné sportovní akce organizované v dané oblasti s výjimkou pravidelných ligových fotbalových, hokejových či jiných zápasů. Stupeň je reprezentován přitažlivostí pro turisty, určitou publicitou a tradicí.

#### (G) Církevní akce

Církevní poutní místa, kam chodí alespoň místní obyvatelstvo. Další stupně pak určují církevní akce vyššího významu především pro poutníky z jiných míst.

#### (H) Veletrhy a tematické trhy

Místa, na kterých se pravidelně konají trhy, jarmarky a podobné akce místního, regionálního či jiného významu. Obvykle bývají spojovány s dalšími kulturními akcemi.

#### (I) Místní produkty

Jedná se o oblasti známé výrobou a prodejem řemeslných či tradičních potravinářských produktů, vytvářejících turistickou atraktivitu.

#### (J) Příhraniční specifika

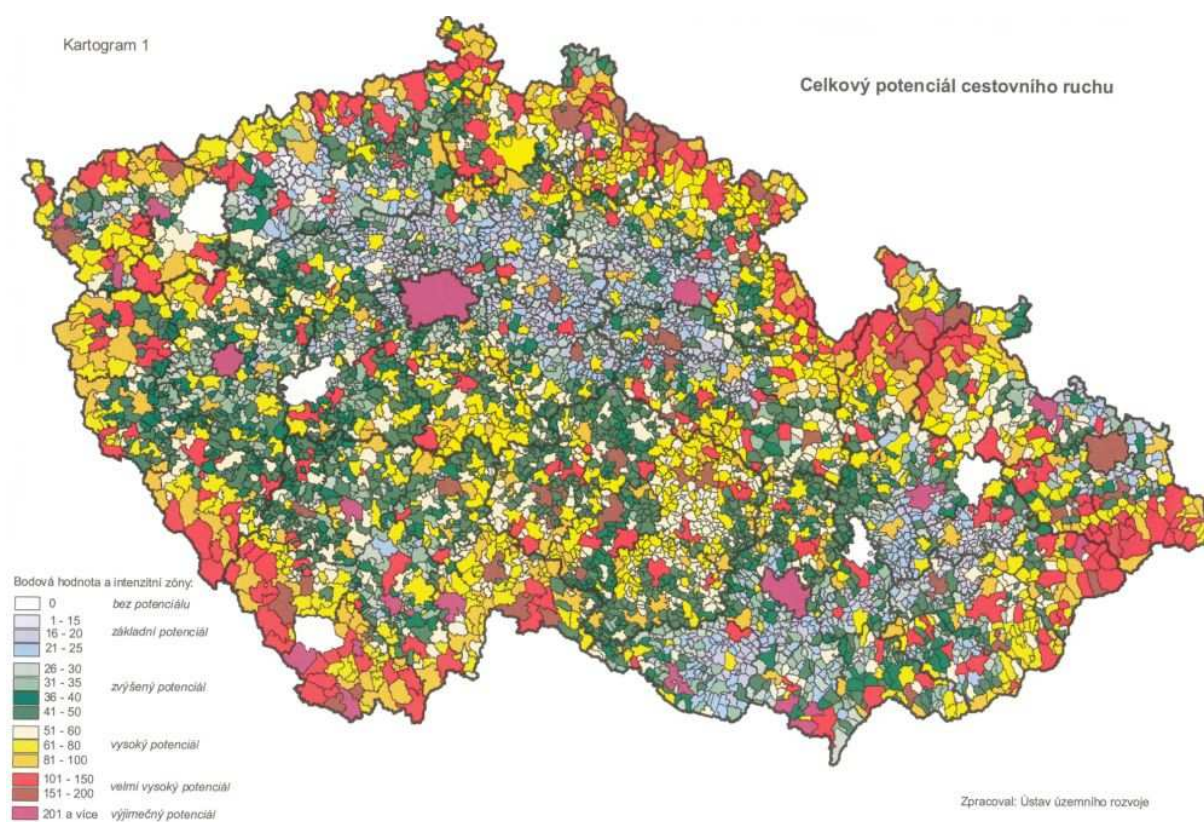
Příhraniční specifika jsou tvořena možnostmi příhraničních nákupních a zábavních činností, které do oblasti lákají zahraniční turisty. Stupeň znázorňuje potenciální ekonomický přínos této turistiky v pohraničním pásmu (0 – 15 km).

Po přiřazení dílčích bodů jednotlivým oblastem a složkám potenciálu je potřeba zvolit vhodné váhové koeficienty, které vystihují významnost dané složky v celkovém hodnocení potenciálu cestovního ruchu.

Konečné rozložení hodnot potenciálu je pak podle výsledných hodnot rozvrženo do několika zón, lišících se procentuálním vyjádřením přítomného potenciálu cestovního ruchu.

V následujícím obrázku jsou znázorněny intenzitní zóny území jednotlivých obcí ČR:

**Obr. č. 2: Intenzitní zóny území jednotlivých obcí ČR**



Zdroj: Kartogram 1 – Celkový potenciál cestovního ruchu. Dostupné z WWW  
<[www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-01/01.pdf](http://www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-01/01.pdf)>

Podle výzkumu z celkového počtu 6 244 obcí ČR vykázalo kladný stupeň lokalizačních podmínek minimálně v jedné aktivitě cestovního ruchu 6 237 obcí. Mimo vojenské újezdy (Brdy, Boletice, Hradiště, Březina a Město Libavá), které jsou z cestovního ruchu vyloučeny, jsou zcela bez potenciálu označeny pouze 2 obce – Otvice a Strupčice (obě u Chomutova). Do zóny základního potenciálu bylo zařazeno 1 198 obcí, většinou malé vesnice v zemědělských oblastech, kde lze nalézt především složky přírodního subsystému cestovního ruchu. Zóna

zvýšeného potenciálu zahrnuje 2 848 obcí a je nejpočetnější. Mezi její typické areály patří zejména jihozápadní Čechy, Českomoravská vrchovina a střední Morava. Zónu vysokého potenciálu představuje 1 869 obcí různého typu. Objevují se zde jak složky přírodního, tak i kulturního subsystému. Do zóny velmi vysokého potenciálu patří 300 obcí, s výskytem jak přírodních, tak kulturních složek na vysoké úrovni. V zóně velmi vysokého potenciálu můžeme najít 22 obcí, např. Prahu, Brno, Karlovy Vary, Český Krumlov, apod.

Výsledky hodnocení potenciálů cestovního ruchu poskytují přehled o územně diferencovaných rozvojových podmínkách v tomto oboru. Proto mohou být využity institucemi veřejné správy, např. pro směřování rozvoje cestovního ruchu nebo pro územní plánování. Některé ze složek subsystémů lze určitou mírou ovlivnit, proto je nezbytné, aby obce či sdružení obcí (resp. mikroregion) měly neustálý přehled jak o stávajících podmínkách, tak zejména o rozvojových možnostech cestovního ruchu na svém území.

Zvyšování potenciálu turistické destinace by mělo mít za následek rostoucí počet návštěvníků jednotlivých atraktivit. K tomu může do určité míry přispět i dobře koncipovaný marketing cestovního ruchu.

### 3 Atraktivita turistické destinace

Atraktivita turistické destinace je zčásti vyjádřena jejím potenciálem. Mnohé studie dokázaly, že „*primární potenciál cestovního ruchu je rozhodujícím faktorem, který ovlivňuje cestovní ruch v dané destinaci*“.[10]

Není to však zdaleka vše, co atraktivitu utváří. Existují různé faktory a tato práce si klade za cíl je stanovit a pomocí nich pak atraktivitu turistické destinace změřit. Dále se pak pokusím zjistit, kterými dalšími faktory lze atraktivitu ovlivňovat.

Atraktivita destinace je širší pojem, často subjektivního charakteru. V očích návštěvníků je odrazem především turistické nabídky v dané lokalitě a zároveň cenové úrovně poskytovaných služeb. Sama turistická destinace by měla generovat určitá specifika, vytvořit určitou image, která návštěvníky do míst přiláká. [18]

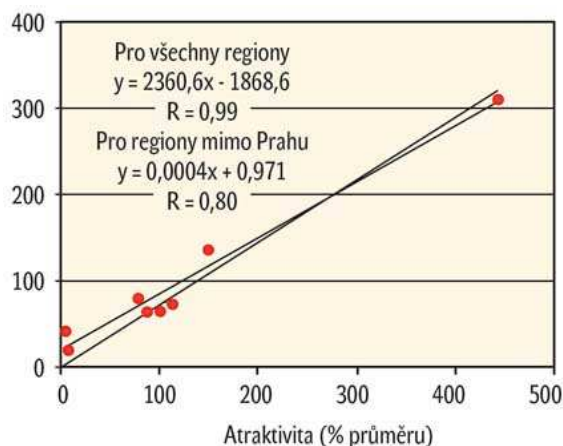
Jak již bylo řešeno, výši celkové atraktivity destinace lze do určité míry ovlivňovat. Především její kvalitu, charakter poskytovaných služeb či nabídku dalších doprovodných služeb. Mimoto na atraktivitu často působí i dostupnost základních služeb (ubytovací a stravovací služby – kvalita a související náklady, množství a hustota rozmístění těchto zařízení; dopravní služby – nabídka spojů a jejich kvalita, náklady na dopravu, čas potřebný k přepravě). [27]

Význam atraktivity turistické destinace se neustále zvyšuje, zejména pro destinační management. Důležitou roli také hraje marketingová strategie, vytvářená právě na základě hodnocení atraktivity destinace. Proto jsou vytvářeny různé metodiky hodnocení přínosu cestovního ruchu.

Jednou z možností, jak měřit tyto přínosy je satelitní účet cestovního ruchu, který je využíván na úrovni státu. Nebyla však vytvořena jednotná metodika, pomocí níž by se daly změřit přínosy cestovního ruchu na nižších úrovních - na úrovni obce, mikroregionu, regionu či jinak vymezených oblastí, jako právě v případě této diplomové práce. Vznikala řada studií, které se touto problematikou zabývaly, až doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc. přišel s měřením atraktivity turistické destinace na základě analogie s atraktivitou obchodu, mezi jejíž činitele patří průměrná vzdálenost zákazníka od obchodu, průměrný počet denních návštěvníků v obchodu a průměrná četnost návštěvy obchodu za měsíc. [27]

Průzkumy praktikované na regionech prokázaly, že mezi atraktivitou destinace a odhadnutými tržbami za zboží a služby existuje vzájemná souvislost. Výsledná korelace je znázorněna v následujícím grafu:

**Graf č. 1: Korelace mezi tržbami a atraktivitou turistické destinace**



*Zdroj: Lze měřit atraktivitu turistické destinace?*

*Dostupný z WWW <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>*

Průzkumy také ukázaly, že atraktivita turistické destinace opravdu není dána pouze přírodním a kulturním potenciálem, ale záleží také např. na struktuře návštěvníků, důvodech návštěvy či délky pobytu v destinaci, neboť tyto faktory se mohou na jednotlivých místech výrazně lišit. Výsledkem tedy bylo sestavení takového vzorce pro výpočet atraktivitu turistické destinace, který by tyto odlišnosti bral v potaz a zároveň objektivně posoudil atraktivitu daného místa či oblasti. Měření by se tak mohlo stát nástrojem pro hodnocení přínosu cestovního ruchu na úrovni obce, mikroregionu či regionu. [27]

K výpočtu atraktivitu turistické destinace je zapotřebí znát především průměrný počet turistů a návštěvníků za den, průměrnou vzdálenost místa bydliště od destinace a průměrný počet dnů strávených v destinaci.

Základním problémem pro stanovení atraktivitu je právě počet návštěvníků. Tato veličina lze odhadnout v první řadě z jednotlivých ubytovacích zařízení či statistik obcí (ubytovaní návštěvníci) a dále z dotazníkového šetření prováděného v turistické destinaci (výletníci, lidé na služební cestě, tranzit, apod.). Nelze však přesně stanovit počet návštěvníků, kteří překročí hranice dané turistické destinace, proto často dochází k jejich odhadu. K získání ostatních informací lze využít opět monitoring turistické destinace.

Následující teoretické poznatky a vzorce používané pro výpočet atraktivity turistické destinace jsou výtahem z odborných článků doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc zveřejněných v časopise COT business. [27]

Nejprve definujeme veličinu „ochota k návštěvě“:

$$\text{ochota k návštěvě (km/den)} = d * n,$$

kde  $d$  je průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od turistické destinace (bydliště od místa dotazování) a  $n$  je průměrný počet turistů a návštěvníků za den (počet návštěvníků za rok/365) v dané destinaci.

Známe-li dále počet dnů strávených v destinaci v rámci jedné návštěvy, lze vypočítat obecnější veličinu – atraktivitu turistické destinace.

$$\text{atraktivita turistické destinace (ATD)} = d * n * f / 1000 = \text{ochota k návštěvě} * f / 1000,$$

kde  $f$  je průměrný počet dnů strávených v destinaci.

Metoda měření atraktivity turistické destinace „by se měla stát základním nástrojem managementu a marketingu turistické destinace a objektivního posuzování efektivity jednotlivých marketingových rozhodnutí.“ [49]

## 4 Přírodní park Česká Kanada

Přírodní park Česká Kanada, jeden z mála koutů nedotčené přírody Jižních Čech, se nachází jihovýchodně od Jindřichova Hradce. Tato turistická destinace je příhraniční oblastí ležící na pomezí historických zemí Čech a Moravy podél státní hranice s Rakouskem. Podle Nařízení Jihočeského kraje č. 1/2004 o přírodním parku Česká Kanada „leží v obvodu územní působnosti obcí Český Rudolec, Číměř, Čluněk, Heřmaněč, Horní Pěna, Hospříz, Kačlehy, Kunžak, Nová Bystřice, Slavonice, Staré město pod Landštejnem a Studená“.[52]

Její rozloha činí 283 km<sup>2</sup> a přírodním parkem byla vyhlášena v roce 1994.

**Obr. č. 3: Znázornění území České Kanady**



Zdroj: Vlastní zpracování, podklad dostupný z WWW <[www.zabrezsko.cz/wpimages/Mapa\\_CZ\\_big.png](http://www.zabrezsko.cz/wpimages/Mapa_CZ_big.png)>

Pro účely této práce je však přírodní park rozšířen především na severu o spádové oblasti obcí Střížovice, Blažejov, část Strmilovska, včetně oblastí zahrnující četné rybníky a v neposlední řadě také na západě o část dalšího přírodního parku Homolka-Vojířov. Důvodem je především viditelný potenciál přidaného území, značné ubytovací kapacity a známé turistické cíle, což vzhledem k těsnému sousedství s parkem Česká Kanada do tamějšího cestovního ruchu značně zasahuje.

V dalším textu se tedy zabývám rozšířenou výzkumnou oblastí a nadále ponechávám synonyma přírodní park Česká Kanada, byť již není ohraničen podle platné vyhlášky.

Své jméno získala Česká Kanada podle přírodního charakteru krajiny, který je typický početnými vodními plochami, rozsáhlými lesními komplexy a drsnějším podnebným rázem s nižšími průměrnými teplotami, vydatnými srážkami a větry. Oblast České Kanady je velmi řídko osídlena a její součástí je několik přírodních rezervací. [35]

Krajina se středně zvlněným terénem pokrytým z velké části smrkovými lesy vytváří vhodné podmínky pro turistiku a cykloturistiku. Česká Kanada je proto využívána především k různorodým formám rekreace, která se projevuje zejména v období hlavní sezóny. Díky vybudované síti různých turistických tras pro pěší a cyklostezek je možné poznat Českou Kanadu křížem krážem. Mimo turistické období je však destinace téměř liduprázdná. Hluboké lesy ale skrývají plno lesních plodů a stávají se tak doslova rájem houbařů. V zimním období si zde přijdou na své zejména běžkaři.

Nejvyšším bodem České Kanady je Vysoký kámen nedaleko obce Kunžak s nadmořskou výškou 738 metrů. Mezi další vrcholky patří i Šibeník, Kunějovský vrch, Studnice či Bukový vrch. Po celé České Kanadě jsou rozesety různé skalní a kamenné útvary, které díky plochým kopcům vynikají. Vytvořily se zde skalní mísy a četné viklany. [35]

Oblast České Kanady rozděluje evropské rozvodí mezi Černým a Severním mořem – rozvodí Labe-Dunaj. Území je také bohaté na vodní plochy. Je odvodňováno celou řadou potoků napájejících četné rybníky. Mezi nejdůležitější patří např. Kačležský, Krvavý, Ratmírovský, Pěněnský neboli Dřevo či rybník Komorník. Většina rybníků slouží především k chovu ryb či závlahám půdy, často však i jako hnízdiště a shromaždiště různých druhů vodního ptactva. Právě z důvodu ochrany fauny a flóry vznikají v těchto oblastech přírodní rezervace, které podporují ekologickou stabilitu území. Některé rybníky jsou v létě využívány jako koupaliště. Mezi oblíbená místa patří především Komorník, Ratmírovský, Pěněnský rybník či Zvůle, u kterých můžeme najít ubytování v kempech.[35]

Přírodní park Česká Kanada se snaží o zachování co nejvíce přírodních krás a hodnot a klade důraz na vysokou kvalitu životní prostředí. Důležité proto je co nejvíce dodržovat alespoň základní principy slušného chování v přírodě, aby krásy přírodního parku byly co nejdéle uchovány. [42]



Česká Kanada však není přitažlivá pouze krásami přírody, ale i historickými, kulturními či architektonickými památkami. Mezi nimi vyniká především gotický hrad Landštejn, zámek v Českém Rudolci či historická architektonická památková rezervace Slavonice. Neméně známým místem je i obec Maříž, proslulá svou výrobou keramiky. Na své si přijdou i milovníci golfu. Při hranicích s Rakouskem u Nové Bystřice totiž sídlí hned dva golfové kluby – Mních a Nová Bystřice. Na rakouské straně existují Golf Club Wardviertel a Golf Club Haugschlag, které s českou stranou spolupracují.

Celé území České Kanady je protkané sítí turistických a cyklistických tras, které návštěvníky dovedou do nejrůznějších koutů této krajiny. V posledních letech se zde navíc rozmáhá i turistika na koních. Park se také může v západní části pochlubit úzkokolejnou železnicí vedoucí z Jindřichova Hradce do Nové Bystřice, hojně využívanou především v létě, kdy se návštěvníci parku mohou svézt historickou soupravou s parní lokomotivou.

Česká Kanada s liduprázdnými lesy, říčkami a potoky přináší klid návštěvníkům, kteří touží si odpočinout a načerpat nové síly. Park se zřejmým přírodním potenciálem však vybízí nejen ke klidné rekreaci, ale i k aktivnímu odpočinku, po kterém prahne čím dál více lidí. Nedílnou součástí turistiky v České Kanadě jsou i různé památky, které lákají jak stávající, tak nové návštěvníky. A nejde jen o místa na území parku jako jsou např. hrad Landštejn či renesanční obec Slavonice, ale i místa v nedalekém okolí, kam můžeme zařadit město Jindřichův Hradec se svým překrásným zámekem, Telč či známou Červenou Lhotu.

# 5 Analýza potenciálu turistické destinace Česká Kanada

Jak již bylo vysvětleno ve 2. kapitole, potenciál cestovního ruchu je tvořen 2 základními lokalizačními podmínkami – přírodním a kulturním subsystémem. Pro analýzu potenciálu daného přírodního parku Česká Kanada je nejprve potřeba přiblížit alespoň základní charakteristiku konkrétních neznámějších míst této turistické destinace.

## 5.1 Památky a zajímavosti přírodního parku Česká Kanada

### 5.1.1 Města a obce

#### Nová Bystřice [2; 33]

Neveliké městečko nacházející se poblíž státní hranice s Rakouskem leží na staré „vídeňské silnici“ asi 15 km jihovýchodně od Jindřichova Hradce. Původní obec je připomínána již od roku 1188, kdy patřila pánům z Landštejna, kteří zde založili hrad. V roce 1341 udělil Jan Lucemburský Bystřici městská práva. Roku 1420 však město i s hradem vypálili husité a tak muselo být téměř celé vybudováno nově. Odtud vznikl název Nová Bystřice.

Tradiční zaměření města na textilní výrobu (postupně byly ve městě zakládány dílny na předení a tkání bavlny, barvírna a později tkalcovská škola) se dnes mění především na služby v oblasti cestovního ruchu.

Nová Bystřice je konečnou stanicí úzkorozchodné železnice vedoucí z Jindřichova Hradce, jejíž provoz byl zahájen již v roce 1897.

Centrum Nové Bystřice tvoří protáhlé náměstí s barokní kašnou a morovým sloupem Nejsvětější trojice. Na základech původního hradu dnes můžeme najít složitý komplex zámeckých objektů. U zámku roste památný kalopanax pestrý. Jedná se o listnatý strom starý 150 let, vysoký 15 m a s obvodem kmene 274 cm, pravděpodobně jediný exemplář pocházející z Himálají na území České Republiky.

Na jižní straně města jsou k vidění historické zbytky městského opevnění z 15. století. Hluboký příkop s potokem, původní zeď se střílnami, stavení na místě bývalé široké věže

u kamenného mostu přes příkop a čtyřhranná bašta. Ani jedna z bran (Pražská, Vídeňská) se nedochovala.

Jednou z nejvýznamnějších památek Nové Bystřice je původně gotický kostel svatého Petra a Pavla přestavěn po požárech do dnešní barokní podoby. Na severní straně přiléhá k hlavní lodi kostela kaple sv. Barbory, jejíž kruchta je krytou chodbou spojena se zámekem.

Další památkou je renesanční původně hřbitovní kostelík sv. Kateřiny.

### Obr. č. 7: Nová Bystřice



*Zdroj: CzechAtlas.com. Nová Bystřice. Dostupný z WWW  
<[www.czechatlas.com/south-bohemian-region/nova-bystrice](http://www.czechatlas.com/south-bohemian-region/nova-bystrice)>*

Nová Bystřice se také může pochlubit komplexem golfových hřišť, které podle znalců patří díky okolní krajině mezi nejkrásnější. Kromě samotného sportovního vyžití se jedná především o významné společenské centrum, kde se plánují různé kulturní a společenské akce a občas uzavírají i významné obchodní dohody.

Z důvodu absence odpovídající ubytovací kapacity golfového areálu se zrodila myšlenka vybudovat golfovou vesnici. Proto se návštěvníci Nové Bystřice a především milovníci golfu mohou těšit na další atraktivní místo (Obora) s novými službami a možnostmi sportovního vyžití.

### **Slavonice** [2; 57]

Město, často přezdívané „Malá Telč“, ležící v nejjižnější a nejvýhodnější části České Kanady původně patřilo do majetku pánů z Hradce. Nejstarší písemná zmínka pochází již z roku 1260. Poté se původní trhová ves postupně rozrůstala v opevněné město. Největší hospodářský a stavební rozmach Slavonice zaznamenaly v 15. a 16. století, kdy přes město vedlo pravidelné vozové spojení mezi Prahou a Vídní a byla zde zřízena poštovní stanice.

V 17. století však Švédové město dobili a Slavonice pozbyly na svém významu. Lidé začali odcházet a město se dále nerozvíjelo. Na počátku 20. století naopak byly z důvodu stavby železnice bořeny pro město již nepotřebné hradby. Až koncem 50. let se začaly památky restaurovat a 31. srpna 1961 byly Slavonice pro svou jedinečnost prohlášeny městskou památkovou rezervací a dočkaly se i nominace na seznam světového dědictví UNESCO.

#### Obr. č. 4: Slavonice



*Zdroj: Biskiti.cz. Slavonice. Dostupný z WWW  
<[www.biskiti.cz/assets/images/biskitoviny/slavonice.jpg](http://www.biskiti.cz/assets/images/biskitoviny/slavonice.jpg)>*

Dnes zde můžeme vidět typické měšťanské domy s bohatými renesančními štíty, bohatými sgrafity a sklípkovými klenbami. Dochovala se také část masivního opevnění města – severní a východní úsek parkánové zdi s pěti baštami, dále pak dvě ze tří věžových bran – Jemnická a Dačická brána.

Renesanční historické jádro Slavonic tvoří dvě náměstí, Horní a Dolní, oddělená kostelem Nanebevzetí Panny Marie, jehož základy byly položeny v polovině 14. století. Pod tímto místem leží část rozsáhlého odvodňovacího systému chodeb z 15. století, které však byly v průběhu 19. století kvůli neuváženosti zaplaveny. Hradební příkop, kam měla být voda odváděna, byl zavezen a dílo pak dokonala velká povodeň, která zaplavila podzemí bahnem a vodou téměř ke stropu. Dnes je však Slavonické podzemí částečně pročištěné a odvodňovací systém opět funguje. Podzemní chodby se tak staly unikátní technickou a historickou památkou zpřístupněnou od roku 1998 pro veřejnost.

Nejkrásnější vyhlídka na Slavonice a okolí se otvírá z městské věže stojící hned vedle kostela Nanebevzetí Panny Marie. Dalšími pamětihodnostmi jsou i kostel sv. Jana Křtitele a poutní kostel svatého Ducha. Návštěvníci města by si neměli nechat ujít ani městské muzeum s expozicí věnovanou památkám města a archeologickým nálezům z okolí. Neobvyklou podívanou nabízí i Muzeum samorostů.

Během celého roku Slavonice také pořádají různé soubory kulturních akcí. Jednou z nich je např. Slavonické kulturní léto (červenec – srpen), jehož součástí bývají různá hudební, výtvarná a divadelní setkání. V září se pořádá Slavonický jarmark.

## **Maříž [2]**

Nevelká osada asi 3 km jihozápadně od Slavonic poblíž česko-rakouských hranic má stejně jako jiné známé obce v České Kanadě bohatou minulost. Již před rokem 1372 tu stál šlechtický statek s tvrzí. Počátkem 18 století zde byl vybudován nový barokní zámek a překrásný park. Původně česká ves však začalo postupem času osídlovat německé obyvatelstvo, které později získalo převahu nad českým. V době po druhé světové válce se obec stala součástí pohraničního pásma a ves se takřka vyliidnila. Odmítlo se vystěhovat pouze pár rodin. Většina prázdných domů pak až do roku 1989 chátrala. Po revoluci se do vsi začal navracet život.

Z barokního zámku postaveného na místě starší tvrze se však dodnes dochovaly již pouze ruiny sotva viditelné v neudržovaném zarostlém parku.

Maříž je proslulá svou jedinečnou keramikou a od roku 2004 je zde v provozu nová keramická dílna. Lidé si zde také mohou namalovat svůj vlastní hrníček. V obci lze navštívit i expozici paní Válkové věnovanou historii obce.

**Obr. č. 5: Maříž**



*Zdroj: 133 premiér v České republice 2006. Maříž. Dostupný z WWW  
<<http://ftp.czechtourism.com/133premier/cz/cd/cz/memories/memo088.htm> >*

## Staré město pod Landštejnem [2]

Obec ležící v Landštejské kotlině u potoka Pstruhovec byla poprvé zmiňována ve 14. století jako trhovářská ves příslušející ke hradu Landštejn. Na městečko byla povýšena v 15. století. Hlavní dominantu tvoří při okraji náměstí pozdně gotický kostel Nanebevzatí Panny Marie z přelomu 15. a 16. století. Jedná se o trojlodní svatyni s protáhlým pětibokým presbytářem a s vysokými hrotitými okny s kružbami. Součástí je pozdně gotický kamenný sanktuář a hlavní oltář z doby baroka. Poblíž kostela můžeme najít kamenný most o dvou obloucích z doby kolem roku 1800.

V okolí se nachází několik sloupkových a zděných božích muk. Poblíž Starého města pod Landštejnem prochází bývalá předválečná 1. linie pohraničního opevnění s pevnůstkami. Další možnou atrakcí jsou pastviny s pasoucími se bizony, chovanými na nedaleké farmě.

### 5.1.2 Kulturní a technické památky

#### Hrad Landštejn [1; 39]

Zřícenina mohutného gotického hradu je nejrozsáhlejší a nejzachovalejší zříceninou románského hradu v České republice.

**Obr. č. 6: Hrad Landštejn**



*Zdroj: Medvedi paseka.cz. Hrad Landštejn. Dostupný z WWW  
<[www.medvedipaseka.cz/wp-content/landstejn-let.jpg](http://www.medvedipaseka.cz/wp-content/landstejn-let.jpg)>*

Hrad byl vybudován na žulovém vrchu 10 km od Nové Bystřice, v místech, kde se setkávala hranice tří historických zemí – Čech, Moravy a Rakouska. Vznikl na počátku 13. století

zřejmě jako opora královských držav na neklidné česko-rakouské hranici. Hrad byl postaven na základě svého staršího rakouského předchůdce, který nechali postavit výbojní Zöbingenové již na konci 12. století. Součástí tohoto hradního areálu byl dodnes stojící kostel sv. Jana Křtitele v místech dnešní osady Pomezí.

Od svého vzniku prošel hrad Landštejn vlastnictvím celé řady majitelů a četnými přestavbami. Byl rozšířen a především značně opevněn. Z důvodu dvou velkých požárů, které většinu hradu zničily, přestal být Landštejn v 18. století obýván a proměnil se tak postupně ve zříceninu, kterou lidé z okolních vsí začali rozebírat na stavební materiál. Důkladné obnovy se hrad, patřící státu, dočkal až od roku 1972 a dnes je veřejnosti zpřístupněn během návštěvních hodin.

Prohlídky hradu bývají během letních prázdnin zpestřeny řadou koncertů, divadelních představení, vystoupení skupin historického šermu a dalších kulturních akcí, které každoročně přilákají mnoho zvědavých návštěvníků. V bývalém ovčíně je uspořádána malá expozice věnovaná dějinám hradu, archeologickým nálezům a středověkým zbraním.

Z jižní vyhlídkové věže je krásný pohled na lesnatou krajinu České Kanady. V blízkosti hradu se nalézají již zmíněný kostel sv. Jana Křtitele v Pozemí, s částečně odkrytými románskými malbami. Za dobrých podmínek lze dohlédnout až do Alp.

Poblíž Landštejna vede naučná stezka čs. opevnění a také známá Graselova stezka pojmenovaná podle legendárního lupiče. Nedaleko hradu byla v roce 1971-73 vybudována na potoce Pstruhovci stejnojmenná vodní nádrž, která zásobuje pitnou vodou Dačice, Slavonice, Novou Bystřici a okolí. Kolem ní je však přísné ochranné hygienické pásmo a rekreace tudíž není možná.

## **Klášter [2]**

Klášter je malá ves 4 km východně od Nové Bystřice. Roku 1501 - 1507 zde byl u „záračného“ pramene vybudován klášterní kostel Nejsvětější trojice, kde panoval přísný paulánský řád. V roce 1533 však vypovězená tlupa sektářů novokřtěnců klášter přepadla, vypálila a mnichy povraždila. O téměř století později však Adam Pavel Slavata klášter obnovil a povolal šest mnichů z Burgundska. Později se ke klášteru přistavil nový velkolepý kostel. V 18. století byl klášter zrušen a používán jako fara. V polovině 20. století pak byla

chátrající klášterní budova spojená s kostelem zbořena. Barokní svatyně zůstala dochována a dnes jsou pod ní přístupné katakomby.

### **Obr. č. 8: Klášter**



*Zdroj: Jirka Chomát. Klášter. Dostupný z WWW  
<[www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2227](http://www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2227)>*

Unikátem tohoto kláštera je dřevěný oltář patřící k největším ve střední Evropě a dřevořezba Strom života vytvořená z jediného kusu dřeva, která byla nedávno restaurována a umístěna v pražské Národní galerii.

### **Pfaffenschlag [54]**

Pfaffenschlag je zaniklá středověká ves, jejíž zbytky byly odhaleny až v 50. a 60. letech 20. století. Nachází se asi 3 km jihozápadně od Slavonic. Ves byla založena koncem 13. století na místě staršího osídlení. Avšak její existence netrvala příliš dlouho. Zanikla zřejmě již někdy za husitského vpádu v roce 1423 a nikdy nebyla obnovena.

Výzkum odkryl základy obytných stavení, jejichž půdorysy a zbytky zdí byly ponechány odkryté. Dále byly nalezeny různé předměty denní potřeby – kovové radlice, srpy, lopatky, kosy, apod. Tyto nástroje včetně makety zaniklé vsi jsou k vidění ve slavonickém muzeu.

Zbytky vesnice jsou volně přístupné jak pro pěší turisty, tak i pro návštěvníky cyklisty.

### **Český Rudolec [2]**

Obec ve východní části přírodního parku Česká Kanada leží asi 8,5 km od Slavonic. První písemná zmínka pochází z poloviny 14. století. Zajímavou památkou v Českém Rudolci je zámek postavený v roce 1860 ve stylu anglické novogotiky. Byl vystavěn na místě požárem



několikrát poničené gotické tvrze podle vlastního plánu svého tehdejšího majitele, rytíře M. Angela z Picchiony. Dvoupatrová čtyřkřídlá budova s hlavní hranolovou věží a dvěma nárožními věžemi byla dříve obklopena rozsáhlým anglickým parkem. Stavba je napodobeninou známějšího zámku v Hluboké nad Vltavou. Odtud její časté označení Malá Hluboká.

### Obr. č. 9: Český Rudolec



*Zdroj: Turistika.cz. Český Rudolec. Dostupný z WWW  
<[www.turistika.cz/fotky/lokality/6106/103753n.jpg](http://www.turistika.cz/fotky/lokality/6106/103753n.jpg)>*

Po roce 1945 zámek začal chátrat a dnes jej můžeme spatřit ve velmi špatném stavu. Před nedávnem však památku odkoupila soukromá firma, která se nyní snaží zámek zrekonstruovat. Z vnitřku stavby jsou již patrné stavební úpravy podlaží a další činnosti upravující statiku budovy.

Mezi další významné památky Českého Rudolce patří původně gotický kostel sv. Jana Křtitele z doby okolo roku 1480 s cennou křtitelnicí. V presbytáři kostela můžeme spatřit odkryté pozůstatky renesančních nástěnných maleb ze 16. století.

Zajímavou technickou památkou je vodní pila z první poloviny 19. století stojící na hrázi malého rybníka v osadě Peníkov, nedaleko Českého Rudolce. Původní vybavení pily se dochovalo a tak byl po rekonstrukci provoz obnoven včetně ukázkového pořezu. Prohlídku dnes umožňuje Obecní úřad během sezóny.

### **Jindřichohradecká úzkokolejka** [41; 45]

Z Jindřichova Hradce vycházejí dvě úzkorozchodné železniční trati. Jedna míří do Obrataně a ta známější směřuje do malebné krajiny přírodního parku Česká Kanada. Jindřichohradecká

úzkokolejka byla postavena již před více než stoletím, v roce 1897, s rozchodem kolejí pouhých 760 mm. Tedy téměř polovinou běžné šířky kolejí. Trať vlaku vedoucí z Jindřichova Hradce přes Jindřiš, Blažejov, Malý Ratmírov, Střížovice, Kunžak-Lomy, Kaproun, Senotín, Hůrky, Albeř do Nové Bystřice a nazpět měří 33 km a dodnes slouží svému původnímu účelu – každodenní osobní a nákladní dopravě.

Jindřichohradecká úzkokolejka je návštěvníky shledávána velice zajímavou technickou a historickou památkou, proto se také stala jednou z nejnavštěvovanějších turistických zajímavostí České Kanady. V letním období na trati také pravidelně jezdí parní vláček s dobovými vagóny a návštěvníci parku si tak mohou vychutnat nezapomenutelný pohled na krajinu doprovázený charakteristickým dýmem a houkáním parní lokomotivy.

Vlak je přizpůsobený i k přepravě kol, takže si turisté mohou svoji cestu vychutnat dvojnásobně.

#### **Obr. č. 12: Jindřichohradecká úzkokolejka**



*Zdroj: Horydoly.cz. Jindřichohradecká úzkokolejka. Dostupný z WWW  
<[www.horydoly.cz/pictures/ratmirov\\_maly\\_zeleznice.jpg](http://www.horydoly.cz/pictures/ratmirov_maly_zeleznice.jpg)>*

Zajímavým místem na trase je lesní zastávka Kaproun. Roku 2000 zde byla umístěna pamětní deska fiktivní postavy Járy Cimrmana. O dva roky později zde pak byla na památku 100. výročí Cimrmanově nedobrovolného opuštění přepravního vlaku odhalena i mistrova socha. Celou pověst, která spojuje zastávku Kaproun s Járrou Cimrmanem lze najít na stránkách Jindřichohradeckých místních drah.

#### **Areál pohraničního opevnění [31; 42]**

Tato významná vojenskotechnická památka byla vybudovaná v letech 1935-1938 jako část obranné pevnostní linie Československé republiky. Areál tvoří objekty první i druhé linie

zrekonstruované do původní podoby. První linie vede přes jižní oblast České Kanady od Staňkovského rybníka (Chlum u Třeboně) přes Novou Bystřici, Klášter II, Slavonice až k Vratěninu (Jihomoravský kraj, okres Znojmo).

Pevnostní areál Slavonice se nachází v lese asi 2 km západně od města Slavonice a návštěvník zde může shlédnout celou řadu objektů, v době přítomnosti provozovatele i včetně dobové výstroje a výzbroje. Částí areálu také prochází naučná stezka (Slavonice – Landštejn) s informačními tabulemi, s protipěchotními překážkami z ostatných drátů a protitankovými bariérami nainstalovanými na původních místech v zachovalých lesních průsecích.

### **Obr. č. 10: Pohraniční opevnění**



*Zdroj:St.blog.cz. Pohraniční opevnění. Dostupný z WWW  
<st.blog.cz/d/deinonych.blog.cz/obrazky/4486762.jpg>*

V současnosti představuje tento prostor jediné muzeum na Jindřichohradecku týkající se lehkého opevnění vz. 37 v České republice.

Každoročně jsou v areálu pořádány velké prohlídkové akce, při kterých si může návštěvník prohlédnout všechny expoziční objekty s průvodci oblečenými do patřičných dobových uniforem. Pravidelně také bývají vždy první sobotu v srpnu pro veřejnost pořádány bojové ukázky „Přepadení řopíků 1938“ s vystoupením herců v dobových uniformách s s funkčními dobovými puškami a kulomety.

### 5.1.3 Přírodní památky a zajímavosti

#### Skalní útvary [42]

V České Kanadě se vyskytuje celá řada skalních útvarů různého typu, tvaru a původu. Jedná se především o skaliska, seskupení balvanů, skalní bloky, viklany či skalní mísy. Mezi nejznámější místa patří Vysoký kámen (nejvyšší bod České Kanady), Graselova sluj, Schillerovy kameny, Kamenec, Skalka, Zvůle, Trkal a mnoho dalších.

**Obr. č. 11: Skalní útvary**



*Zdroj: Jirka Chomát. Skalní útvary. Dostupný z WWW  
<[www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2242](http://www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2242)>*

#### Rybníky [42]

Rybníky v České Kanadě mají různý charakter využití. Některé z nich můžeme zařadit do kategorie přírodních koupališť (Pěněnský, Mnišský, Benešák, Novomlýnský a Velký Klikovský rybník). Další skupinku rekreačních rybníků tvoří především rybníky Komorník, Ratmírovský, Osika, Zvůle, Horní a Dolní Šatlava, Horní a Dolní Žiřpašský rybník, Horní Hamr a již zmíněný Pěněnský a Velký Klikovský rybník. Vyskytují se zde chatové osady, soukromé rekreační objekty a kempy s možností občerstvení. Další rybníky (např. Krvavý a Kačležský) tvoří přírodní rezervace s druhovou pestrostí fauny a flóry.

#### Přírodní památky a rezervace [42]

Mezi ně řadíme především místa s výskytem přírodních rašelinišť (Kaproun, Suchdol, Klenová, Mosty), vzácných druhů živočichů (Velký Troubný rybník) či rostlinstva – např. vzácných jalovců (Kunžak, Valtínov, Hadí vrch) a další významná přírodní území.

## 5.2 Analýza přírodního a kulturního subsystému potenciálu České Kanady

Po shrnutí nejzajímavějších památek přírodního parku Česká Kanada je zjevné, že různá místa mají na první pohled odlišný potenciál. Např. v severní části parku dominují spíše vodní plochy – přírodní potenciál, v jihovýchodní pak spíše historické a kulturní památky – kulturní potenciál.

Celá daná turistická destinace je vyznačena na následující mapě okresu Jindřichův Hradec:

Obr. č. 13: Vyznačení turistické destinace Česká Kanada



Zdroj: Vlastní zpracování, mapový podklad dostupný z WWW  
<[www2.czso.cz/xednicniplan.nsf/t/070026EADB/\\$File/133130m5.gif](http://www2.czso.cz/xednicniplan.nsf/t/070026EADB/$File/133130m5.gif)>

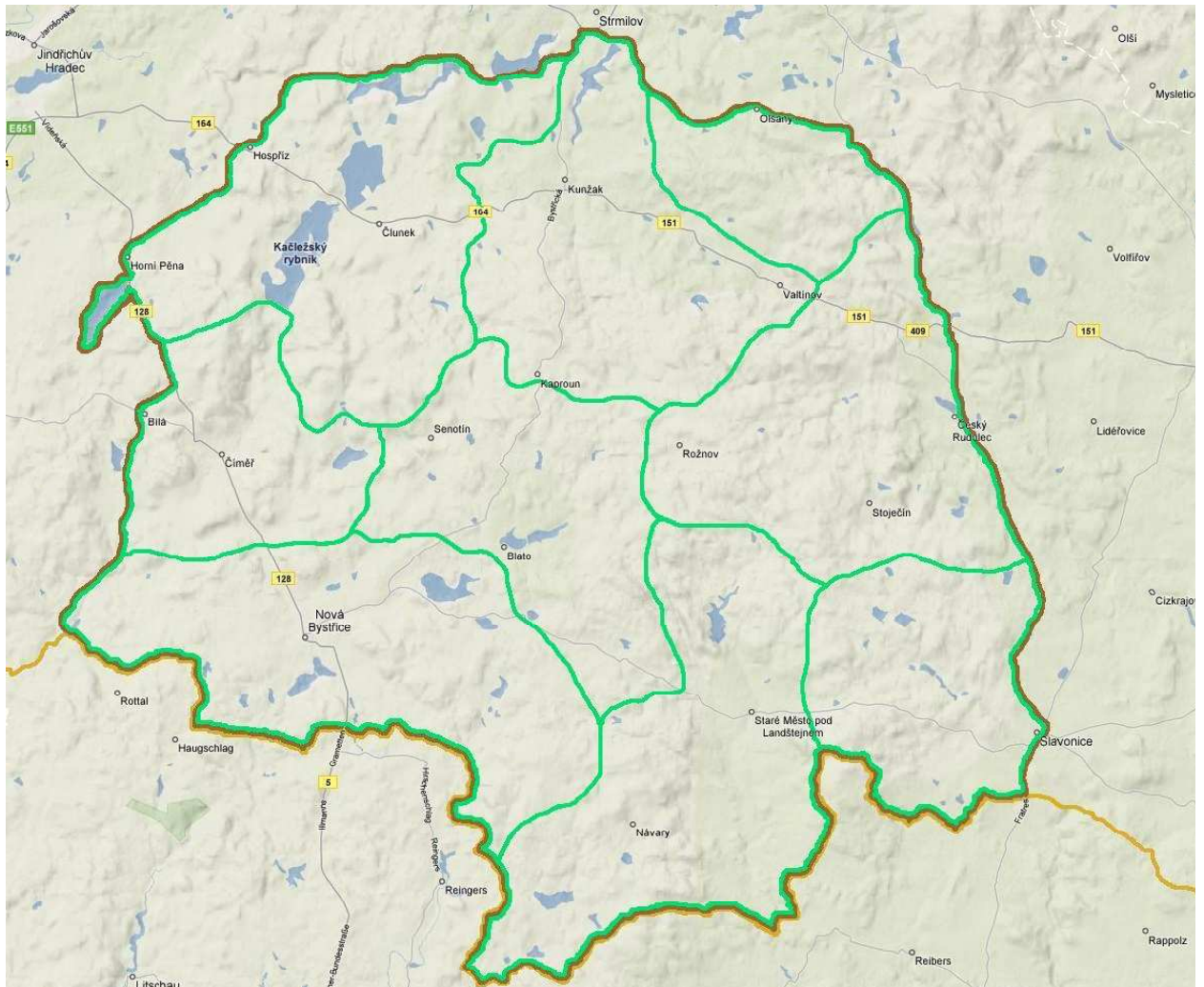
### 5.2.1 Rozdělení oblastí České Kanady

Park jsem z důvodu nerovnosti jednotlivých atraktivit v turistické destinaci rozdělila do několika částí. Rozčlenění by tak mělo ukázat možný přírodní a historicko-kulturní potenciál pro jednotlivá území v České Kanadě.

Jednotlivé oblasti České Kanady jsem volila na základě správního území obcí vyskytujících se v dané turistické destinaci. Poté jsem jejich hranice mírně upravila, neboť ne všechny příslušné místní části obcí leží v přírodním parku. Dále jsem některé oblasti sloučila nebo rozdělila, aby velikost oblastí byla přibližně stejná a vypovídala co nejvíce o potenciálu, který území z velké části charakterizuje.

Následující obrázek vypovídá o rozdělení přírodního parku Česká Kanada na jednotlivé oblasti a doprovází jej popis jednotlivých zvolených území.

**Obr. č. 14: Výzkumná oblast Česká Kanada**



Zdroj: Vlastní zpracování, mapový podklad Google maps dostupný z WWW <[maps.google.com](http://maps.google.com)>

- Legenda:
- státní hranice s Rakouskem
  - hranice přírodního parku Česká Kanada
  - hranice jednotlivých zvolených oblastí České Kanady

### **Oblast č. 1 - Severozápad České Kanady**

Jak sám název napovídá, území zvolených obcí se nachází na severozápadě České Kanady. Do této oblasti jsem zařadila správní území obcí Blažejov, Člunek, Horní Pěna, Hospříz, Kačlehy a Střížovice, a to především z důvodu jejich velikosti a podobnosti.

### **Oblast č. 2 - Kunžak**

Do druhé oblasti jsem umístila celé správní území obce Kunžak a přidala jsem obec Leština, která patří pod Strmilov, avšak svým umístěním již spadá pod přírodní park Česká Kanada. Kromě toho Leština získává příjmy z rekreačních zařízení umístěných u rybníka Komorník. Toto území leží východně vedle oblasti č. 1.

### **Oblast č. 3 - Olšany/Heřmaněč**

Další oblastí, tentokrát menší, je okolí obcí Olšany, Heřmaněč a Jalovčí, v severovýchodní části České Kanady. Velikost tohoto území jsem zvolila záměrně, abych neomezovala oblast č. 2 – Kunžak a abych zde poukázala na rozdílnost oblasti od jiných, neboť na první pohled se zdá téměř bez jakéhokoliv potenciálu.

### **Oblast č. 4 - Český Rudolec**

Vymezení oblasti Český Rudolec nacházející se na východě turistické destinace jsem zanechala podle správního území dané obce, včetně jeho příslušných místních částí.

### **Oblast č. 5 - Číměř**

Pod oblast Číměř na západě přírodního parku spadá podobně jako u Českého Rudolce pouze jeho správní území s místními částmi. Je to druhé území, u kterého je na první pohled zjevný nižší potenciál, než u ostatních oblastí.

### **Oblast č. 6 - Nová Bystřice**

Správní území Nové Bystřice můžeme najít na jihozápadě a ve střední části České Kanady. Vzhledem však k velikosti oblasti jsem přistoupila k jejímu rozdělení na dvě stejně velké samostatné části – Nová Bystřice a Severovýchod Nové Bystřice.

Oblast Nová Bystřice je ze severní části, kromě území Číměře, ohraničena také rybníkem Osika, obcí Klášter II. a plynule tak přechází do následující oddělené oblasti.

### **Oblast č. 7 - Severovýchod Nové Bystřice**

Tato druhá část osamostatněného území Nové Bystřice se rozkládá severovýchodně od Nové Bystřice ve středu České Kanady. Svými hranicemi se kromě dvou oblastí (Slavonice, Heřmaneč/Olšany) dotýká všech dalších území.

### **Oblast č. 8 - Staré město pod Landštejnem**

Okolí Starého města pod Landštejnem v jihovýchodní části destinace je opět ponecháno podle hranic správního území obce.

### **Oblast č. 9 - Slavonice**

Stejně jako řada jiných stanovených území pro průzkum potenciálu cestovního ruchu v dané turistické destinaci, je oblast Slavonic stanovena podle správního území. Obec Slavonice je nejvýchodnějším bodem celého přírodního parku Česká a její oblast se rozprostírá na jihozápad o ní.

## **5.2.2 Analýza potenciálu zvolených oblastí**

Podle jednotlivých složek subsystémů zmíněných ve 2. kapitole se nyní pokusím zařadit konkrétní místa v daném území do potenciálních stupňů a poté do potenciálních zón.

Jednotlivé přírodní složky jsou označeny malými písmeny (a – n), kulturní složky naopak písmeny velkými (A – J). Tato litera bude použita i ve výsledných tabulkách hodnocení potenciálu cestovního ruchu.

Nyní můžeme přistoupit k přiřazování stupňů jednotlivým složkám potenciálu cestovního ruchu a zvoleným oblastem České Kanady. Jak již bylo řečeno ve 2. kapitole, existují 3 intenzitní stupně potenciálu – základní, zvýšená či vysoká úroveň podmínek v dané oblasti.



**Tab. č. 1: Vyjádření intenzitních stupňů přírodního a kulturního potenciálu**

Složka potenciálu cestovního ruchu	Sev.-západ České Kanady	Kunžak	Olšany/Heřmaněč	Český Rudolec	Číměň	Nová Bystřice	Sev.-východ Nové Bystřice	Staré město pod Landštejnem	Slavonice
Číslo oblasti	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Potenciál přírodního subsystému</b>									
(a) Přírodní pozoruhodnosti	2	3	2	1	1	2	0	1	3
(b) Vhodnost krajiny pro pěší turistiku	1	3	2	2	0	1	2	3	3
(c) Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	3	3	1	2	1	2	3	3	3
(d) Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty	0	0	0	1	0	1	0	0	0
(e) Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	1	1	0	3	1	2	1	2	3
(f) Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	3	3	0	1	0	3	2	0	2
(g) Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory	1	2	2	3	1	1	2	3	3
(h) Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3	2	0	0	1	2	2	0	1
(i) Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	1	0	0	0	0	0	0	0	0
(j) Vhodnost krajiny pro horolezectví	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(k) Vhodnost krajiny pro závěsné létání	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(l) Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost	0	0	0	1	0	0	0	0	0
(m) Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov	1	0	0	0	0	1	0	0	1

(n) Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků	2	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Potenciál kulturního subsystému</b>									
(A) Kulturně historické památky a soubory	1	1	1	2	0	3	2	3	3
(B) Skanzeny a muzea	0	0	0	0	0	1	2	0	3
(C) Lázeňská funkce	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(D) Kongresy a konference	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(E) Kulturní akce	1	1	0	0	0	1	0	3	3
(F) Sportovní akce	1	0	0	0	0	2	0	0	2
(G) Církevní akce	0	0	0	0	0	1	0	0	1
(H) Veletrhy a tematické trhy	0	0	0	0	0	1	0	2	2
(I) Místní produkty	0	0	0	0	0	0	0	0	3
(J) Příhraniční specifika (možnost příhraničních nákupních a zábavních činností)	1	1	0	0	0	3	1	2	3

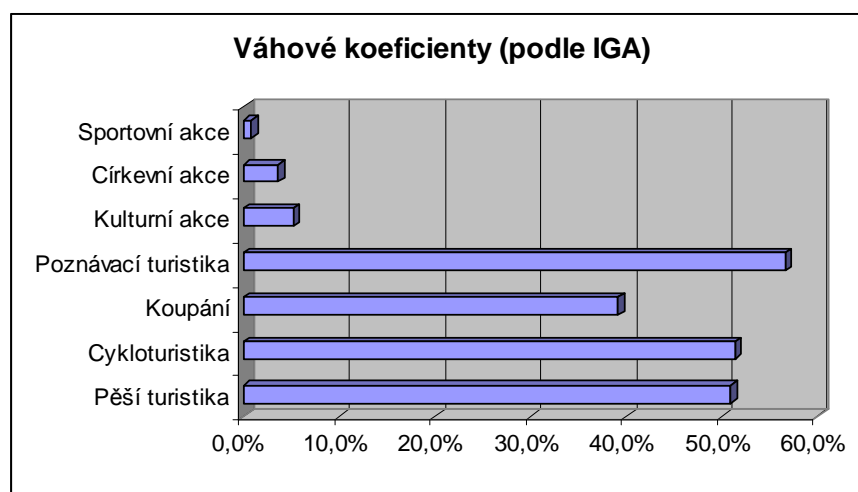
*Zdroj: Vlastní zpracování*

Jednotlivým složkám subsystémů následně přiřadím různé váhové koeficienty, neboť různé dílčí složky nemají v celkovém potenciálu stejný význam. Některé hledisko bývá turisty přijímáno jako důležitější než jiné (např. preference cykloturistiky před horolezectvím, apod.). Proto je bodové ohodnocení v následující tabulce o tyto koeficienty upraveno.

Při volbě konkrétních váhových koeficientů vycházím opět z výzkumu grantového projektu IGA, kde byly návštěvníky zvoleny preference u většiny jednotlivých aktivit v turistické destinaci. Zbylé koeficienty jsem určila na základě vlastních zkušeností a odhadem podle předchozích. Nejmenší činitel byl ponechán na čísle 1, nejvyšší mohl dosáhnout hodnoty 2 (hodnota 1 odpovídá 0% navýšení, hodnota 2 odpovídá 100% navýšení). Nejvyšší zvolená hodnota však dosahovala u přírodních složek prakticky čísla 1,5, u kulturních složek 1,6.

Přibližné váhové koeficienty převzaté z výzkumu IGA můžeme vidět v následujícím grafu:

**Graf č. 2: Váhové koeficienty**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Dostupná vyčíslení preferencí tedy byla přejata a převedena na koeficienty. Např. cykloturistika se pohybuje okolo 50%, proto byl koeficient pro složku Vhodnost krajiny pro cykloturistiku zvolen ve výši 1,5. Tímto číslem pak budou vynásobeny již stanovené intenzitní stupně potenciálu.

Konkrétní stanovené koeficienty pro jednotlivé složky přírodního a kulturního potenciálu jsou vyčísleny v následujících dvou tabulkách:

**Tab. č. 2: Stanovené váhové koeficienty pro přírodní složky potenciálu**

Přírodní složka	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)	(m)	(n)
Koeficient	1,4	1,5	1,5	1,0	1,3	1,4	1,3	1,3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0

*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Tab. č. 3: Stanovené váhové koeficienty pro kulturní složky potenciálu**

Kulturní složka	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)
Koeficient	1,6	1,6	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2

*Zdroj: Vlastní zpracování*

K další tabulce, v níž jsou hodnoty přepočítány dílčími koeficienty, je připojen ještě jeden sloupec – Česká Kanada celkem (součty bodů za jednotlivé oblasti). Jeho cílem je určit potenciál jednotlivých složek subsystémů za všechny oblasti dohromady a stanovit tak poté v jejich souhrnu celkový potenciál za danou turistickou destinaci Česká Kanada. Z úhrnu pak lze ve zvolených oblastech podle procentuálního vyjádření stanovit zóny potenciálu cestovního ruchu.

**Tab. č. 4: Vyjádření intenzitních stupňů upravených o váhové koeficienty**

Složka potenciálu cestovního ruchu	Sev.-západ České Kanady	Kunžak	Olšany/Heřmaneč	Český Rudolec	Číměř	Nová Bystřice	Sev.-východ Nové Bystřice	Staré město pod Landštejnem	Slavonice	Česká Kanada celkem
Číslo oblasti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Potenciál přírodního subsystému										
(a) Přírodní pozoruhodnosti	2,8	4,2	2,8	1,4	1,4	2,8	0,0	1,4	4,2	21,0
(b) Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	1,5	4,5	3,0	3,0	0,0	1,5	3,0	4,5	4,5	25,5
(c) Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	4,5	4,5	1,5	3,0	1,5	3,0	4,5	4,5	4,5	31,5
(d) Vhodnost krajiny pro sjezdové zimní sporty	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	2,0
(e) Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	1,3	1,3	0,0	3,9	1,3	2,6	1,3	2,6	3,9	18,2
(f) Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	4,2	4,2	0,0	1,4	0,0	4,2	2,8	0,0	2,8	19,6

(g) Vhodnost krajiny pro rekreaci typu lesy/hory	1,3	2,6	2,6	3,9	1,3	1,3	2,6	3,9	3,9	23,4
(h) Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3,9	2,6	0,0	0,0	1,3	2,6	2,6	0,0	1,3	14,3
(i) Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0
(j) Vhodnost krajiny pro horolezectví	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(k) Vhodnost krajiny pro závěsné létání	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(l) Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0
(m) Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	1,1	3,3
(n) Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
<b>Celkový přírodní potenciál</b>	<b>23,6</b>	<b>23,9</b>	<b>9,9</b>	<b>18,6</b>	<b>6,8</b>	<b>20,1</b>	<b>16,8</b>	<b>16,9</b>	<b>26,2</b>	<b>162,8</b>
Potenciál kulturního subsystému										
(A) Kulturně historické památky a soubory	1,6	1,6	1,6	3,2	0,0	4,8	3,2	4,8	4,8	25,9
(B) Skanzeny a muzea	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	3,2	0,0	4,8	9,6
(C) Lázeňská funkce	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(D) Kongresy a konference	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(E) Kulturní akce	1,1	1,1	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	3,3	3,3	9,9
(F) Sportovní akce	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	2,0	5,0
(G) Církevní akce	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	1,1	2,2
(H) Veletrhy a tematické trhy	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	2,2	2,2	5,5
(I) Místní produkty	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	3,3
(J) Příhraniční specifika (možnost příhraničních nákupních a zábavních činností)	1,2	1,2	0,0	0,0	0,0	3,6	1,2	2,4	3,6	13,2
<b>Celkový kulturní potenciál</b>	<b>4,9</b>	<b>3,9</b>	<b>1,6</b>	<b>3,2</b>	<b>0,0</b>	<b>15,3</b>	<b>7,6</b>	<b>12,7</b>	<b>25,1</b>	<b>74,3</b>
<b>Celkový přírodní a kulturní potenciál</b>	<b>28,5</b>	<b>27,8</b>	<b>11,5</b>	<b>21,8</b>	<b>6,8</b>	<b>35,4</b>	<b>24,4</b>	<b>29,6</b>	<b>51,3</b>	<b>237,1</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Konečné rozložení hodnot potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě je rozvrženo do šesti zón podle procentuálních intervalů. Zóny jsou vymezeny na základě již proběhlého výzkumu týkajícího se předpokladů cestovního ruchu podle území jednotlivých obcí České republiky, kterým se zabýval Ústav územního rozvoje v roce 2001.

Intervaly zón jsou narozdíl od zmíněného výzkumu převedeny z absolutních hodnot do hodnot relativních (vyjádřeny v procentech), a to především z důvodu dodržení stejné metodiky výpočtu a vyvarování se případných rozdílů v určení jednotlivých zón. Jejich rozdělení je součástí další tabulky.

**Tab. č. 5: Zóny potenciálu cestovního ruchu**

Procentuální škála	Zóny potenciálu
0%	bez potenciálu
0,1 – 10%	základní potenciál
10,1 – 20%	zvýšený potenciál
20,1 – 50%	vysoký potenciál
50,1 – 90%	velmi vysoký potenciál
nad 90%	výjimečný potenciál

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z důvodu procentuálního vyjádření potenciálu je nezbytné výsledky vyjádřené v absolutních hodnotách převést na procenta. Procentuální vyčíslení potenciálu cestovního ruchu v daných oblastech či poměrné vyjádření složek subsystémů je odvozeno z maximálního možného dosaženého počtu bodů za jednotlivé řádky či sloupce. Stejným způsobem je stanovena hodnota potenciálu celé turistické destinace – přírodního parku Česká Kanada. Ukázka výpočtu procentuálních hodnot je součástí Přílohy č. 1.

Jednotlivá území a jejich celkový potenciál (přírodní i kulturní) jsou součástí následující tabulky, z níž je patrná určitá nejednotnost potenciálu České Kanady.

**Tab. č. 6: Celkový potenciál jednotlivých oblastí**

Oblast	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Česká Kanada celkem
Potenciál (v %)	33,2	32,4	13,4	25,4	7,9	41,3	28,4	34,5	59,8	30,7

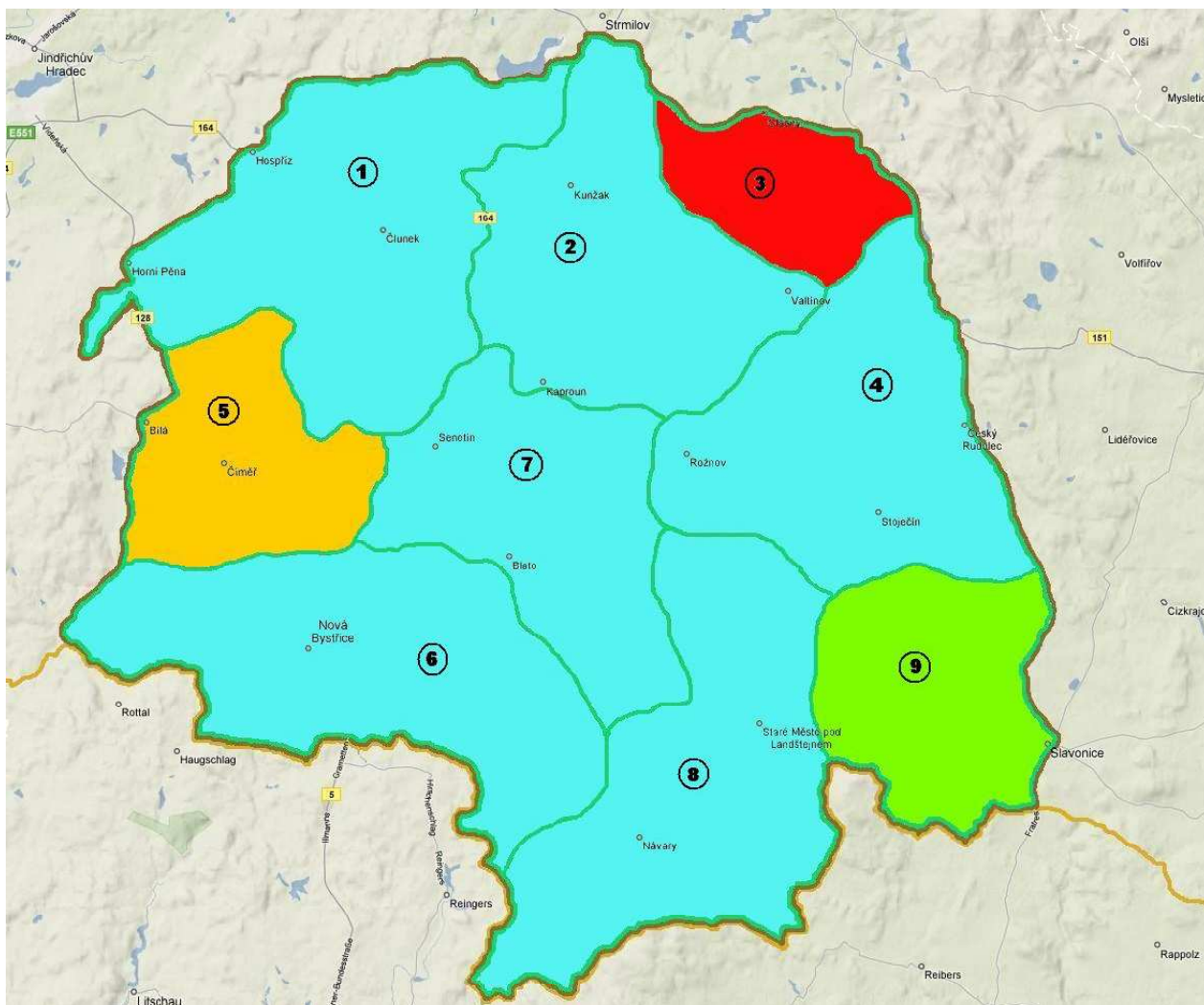
*Zdroj: Vlastní zpracování*

Po zařazení oblastí do jednotlivých zón můžeme vidět, že žádné z těchto vybraných území nevykazuje nulový potenciál. Základního potenciálu dosahuje pouze jedna oblast – okolí obce Číměře (7,9%). Zvýšený potenciál má okolí obcí Olšany/Heřmaněč (13,4%). Zóna vysokého potenciálu je v České Kanadě nejpočetnější. Řadí se do ní celkem šest oblastí a jejich hodnota je tvořena především značným přírodním potenciálem často doplněným o zvýšenou či vysokou úroveň kulturního subsystému.

Velmi vysoký potenciál v turistické destinaci se objevuje na jediném území – v okolí Slavonic. Zde se projevují jak silné přírodní, tak i kulturní možnosti.

Pro lepší orientaci je k dispozici mapka znázorňující tyto rozdíly pro vybraná místa dané turistické destinace.

**Obr. č. 15: Vyznačení jednotlivých zón potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě**



*Zdroj: Vlastní zpracování, mapový podklad Google maps dostupný z WWW <maps.google.com>*

Průměrná bodová hodnota za všechny oblasti činí 30,7%, což představuje vysoký potenciál dané turistické destinace České Kanady.

Pro úplnost interpretace výsledků průzkumu je potřeba analyzovat i oba subsystémy cestovního ruchu odděleně. V následujících dvou tabulkách jsou znázorněny jak výsledky za jednotlivé přírodní složky, tak i za zvolené oblasti.



**Tab. č. 7: Přírodní složky potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě**

Přírodní složka	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)	(m)	(n)
Potenciál (v %)	55,6	63,0	77,8	7,4	51,9	51,9	66,7	40,7	3,7	0,0	0,0	3,7	11,1	7,4

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z tabulky potenciálu jednotlivých složek přírodního subsystému lze vyčíst především vysokou vhodnost krajiny České Kanady pro cykloturistiku (77,8%), dále vhodnost pro rekreaci typu lesy/hory, která do určité míry souvisí s další důležitou složkou vhodnosti krajiny pro pěší turistiku. Velmi vysoký potenciál vykazují i složky typu přírodních pozoruhodností, vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku a v neposlední řadě i vzhledem k vysokému počtu rekreačních vodních ploch vhodnost pro rekreaci u vody.

Vysoký potenciál se objevuje např. u venkovské turistiky. Naopak turistická destinace vykazuje nulový potenciál pro horolezectví a závěsné létání.

**Tab. č. 8: Přírodní potenciál za jednotlivé oblasti**

Oblast	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Česká Kanada celkem
Potenciál (v %)	46,8	47,4	19,6	36,9	13,5	39,9	33,3	33,5	52,0	35,9

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V souhrnu přírodních složek je na tom nejlépe oblast Slavonic (52%), především díky různým přírodním pozoruhodnostem, pěší turistice, cykloturistice, lyžařské turistice a vhodnosti pro rekreaci typu lesy/hory. U dalších oblastí se vyskytuje buď zvýšený potenciál (Olšany/Heřmanec, Číměř), nebo vysoký potenciál (zbylá území České Kanady).

Turistická destinace má jako celek hodnotu 35,9%, což ji z hlediska přírodního subsystému řadí opět do zóny vysokého potenciálu.

Obdobně je na tom Česká Kanada i z hlediska kulturního subsystému, kde její hodnota činí 23,3% (vysoký potenciál). Z procent celkových potenciálů je však zřejmé, že v turistické destinaci převažuje spíše přírodní subsystém.

Jednotlivé hodnoty pro kulturní složky a pro oblasti jsou opět součástí následujících tabulek.

**Tab. č. 9: Kulturní složky potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě**

Kulturní složka	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)
Potenciál (v %)	60,0	22,2	0,0	0,0	33,3	18,5	7,4	18,5	11,1	40,7

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z tabulky jednotlivých kulturních složek lze pozorovat nejvyšší důležitost kulturně historických památek a souborů (60%), především v oblastech Nové Bystřice, Starého města pod Landštejnem a Slavonic.

Složky lázeňská funkce a kongresy či veletrhy se nevyskytují ani na jednom území turistické destinace.

Zajímavým bodem jsou např. příhraniční specifika (40,7%), které znamenají určitý příliv zahraničních návštěvníků a tudíž zvýšení ekonomické situace České republiky, potažmo České Kanady.

**Tab. č. 10: Kulturní potenciál za jednotlivé oblasti**

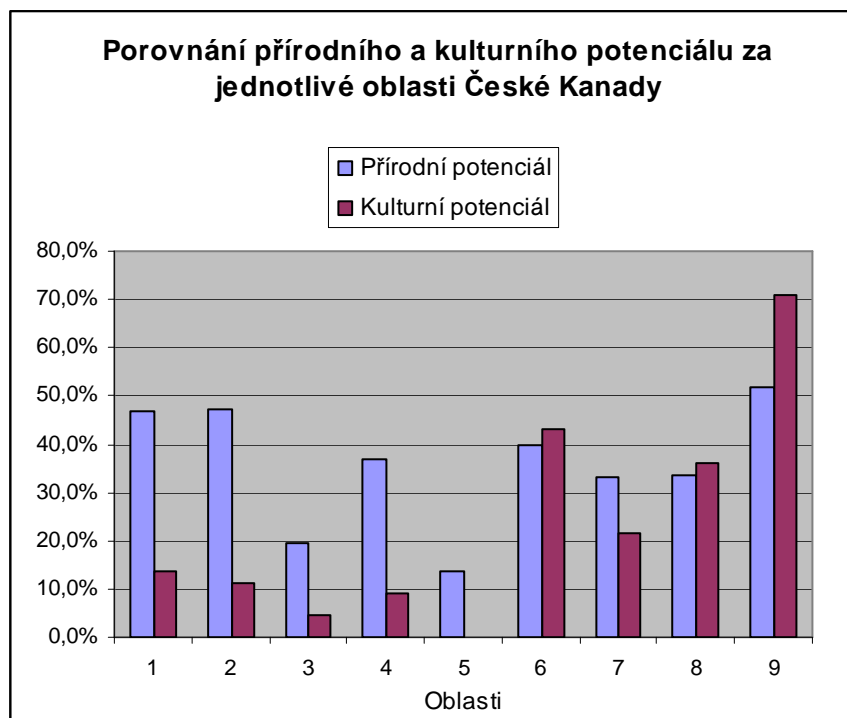
Oblast	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Česká Kanada celkem
Potenciál (v %)	13,8	11,0	4,5	9,0	0,0	43,2	21,5	35,9	70,9	23,3

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z oblastí má nejvyšší potenciál opět okolí Slavonic (70,9%), naopak zcela bez kulturního potenciálu zůstává okolí Číměře.

Jednotlivé rozdíly mezi přírodním a kulturním potenciálem jednotlivých oblastí České Kanady jsou znázorněny v následujícím grafu.

**Graf č. 3: Porovnání přírodního a kulturního potenciálu v České Kanadě**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z grafu jsou patrné velké rozdíly mezi přírodním a kulturním potenciálem jednotlivých zvolených oblastí. Nejvyrovnanější zůstává především Oblast č. 6 – Nová Bystřice a Oblast č. 8 – Staré město pod Landštejnem. Ve zbylých oblastech, kromě Oblasti č. 9 – Slavonice, pak převládá přírodní potenciál nad kulturním.

# 6 Monitoring turistické destinace

## Česká Kanada

Pro měření atraktivity turistické destinace je nutné nejprve provést monitoring dané oblasti, který umožní sledovat profil návštěvníků, jejich strukturu a postoje k cestovnímu ruchu.

Tato kapitola je proto věnována terénnímu výzkumu v přírodním parku Česká Kanada a jeho výsledkům. Data byla posbírána na základě výzkumu prováděného pro Fakultu managementu v Jindřichově Hradci v rámci grantového projektu IGA 45/07, kde figuruji jako člen řešitelského týmu.

### *6.1 Metodika a průběh výzkumu*

Při výzkumu byla uplatněna metoda osobního dotazování návštěvníků turistické destinace za pomoci dotazníkového šetření. Dotazník byl převzat od agentury Czechtourism a poté mírně modifikován pro potřeby výzkumu.

Výběr respondentů byl prováděn náhodným oslovením návštěvníků, pokud možno rovnoměrně po celém území parku Česká Kanada tak, aby následné výsledky zpracované za výběrový soubor zaručovaly reprezentativnost vzorku. V tomto konkrétním výzkumu není předem známa struktura ani počet návštěvníků, proto nelze uplatnit kvótní výběr podle předem stanovených znaků. Návštěvníci byli nejvíce oslovováni v místech významných turistických cílů a soustředěného cestovního ruchu, tedy v místech zvýšeného pohybu návštěvníků. Jednalo se především o ubytovací kapacity, kempy, různé přírodní či kulturní památky, informační centra, apod.

Monitoring se uskutečnil především během měsíců července, srpna a dále také počátkem září, neboť v době prázdnin lze v České Kanadě potkat nejvíce návštěvníků.

Dotazník byl anonymní a obsahoval celkem 22 otázek, přičemž turisté si u většiny otázek mohli vybrat z několika nabízených odpovědí. Jedna z otázek (způsob dopravy) byla výjimečně doplněna o možnost volby „jinak“ sloužící k vyjádření jiné, málo frekventované odpovědi. První dvě otázky byly otevřené a sloužily k identifikaci místa, odkud respondent pochází (ČR, zahraničí). Dotazníky existovaly vedle české verze i v jazykových mutacích určených právě pro zahraniční návštěvníky (angličtina, němčina). U dvou otázek týkajících se důvodu návštěvy a aktivity provozovaných v turistické destinaci měli dotazovaní možnost

vybrat z výčtu odpovědí (převažující, případně doplňkové). Dvě otázky byly zcela otevřené a návštěvník tak mohl v případě zájmu vyjádřit své pocity, názory a náměty ohledně přírodního parku Česká Kanada. Poslední tři otázky sloužily k identifikaci respondenta (věk, vzdělání, pohlaví). Celý dotazník je uveden v Příloze č. 2.

Cílem dotazníkového šetření bylo poznat respondenty a charakterizovat jejich pobyt (důvod návštěvy, aktivity provozované v turistické destinaci, délka a frekvence pobytu): Dále zjistit, jak návštěvníci hodnotí destinaci a její možnosti (poskytované služby, infrastruktura a vybavenost, péče o rozvoj cestovního ruchu). Důležitou součástí byla např. také otázka ohledně nákladů na pobyt v turistické destinaci.

Zpracování získaných dat bude probíhat za použití příslušných statistických metod s cílem vytěžit z dotazníků co nejvíce informací a závislostí mezi jednotlivými proměnnými. Jako základní třídící znaky jsem definovala původ návštěvníků (ČR, zahraniční návštěvníci) a dále především délku pobytu návštěvníků. Podle tohoto kritéria jsem návštěvníky rozdělila do dvou skupin, které budu zároveň porovnávat.

První skupinu tvoří turisté, jejichž účast na cestovním ruchu v turistické destinaci je podmíněna alespoň jedním přenocováním (předpokládá se zdržení déle než 24 hodin). Druhou skupinu reprezentují výletníci, kteří v dané destinaci nepřenocují (zde se předpokládá zdržení menší než 24 hodin). Existuje však podmínka, která z účasti na cestovním ruchu vylučuje návštěvníky, kteří se sice pohybují mimo místo svého trvalého bydliště, avšak za účelem konání výdělečné činnosti. Takoví nejsou do výzkumu zahrnuti. Velikost celkového výběrového souboru činí rovných 300 respondentů.

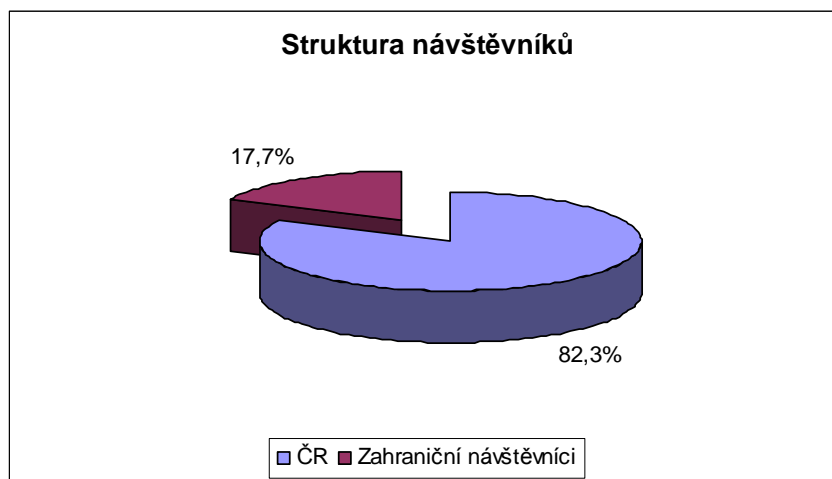
Statistická analýza tak bude zahrnovat zejména základní vyhodnocení četností získaných dat, statisticky významné odlišnosti mezi skupinami turistů a výletníků.

Veškeré analýzy budou zpracovány tabulkově i graficky pomocí statistického programu Excel a získané výsledky poté interpretovány.

## 6.2 Výsledky monitoringu návštěvníků České Kanady

Celkový výběrový soubor činil 300 dotázaných. V absolutních číslech dosahuje počet českých návštěvníků 247, oproti tomu zahraničních návštěvníků je pouhých 53.

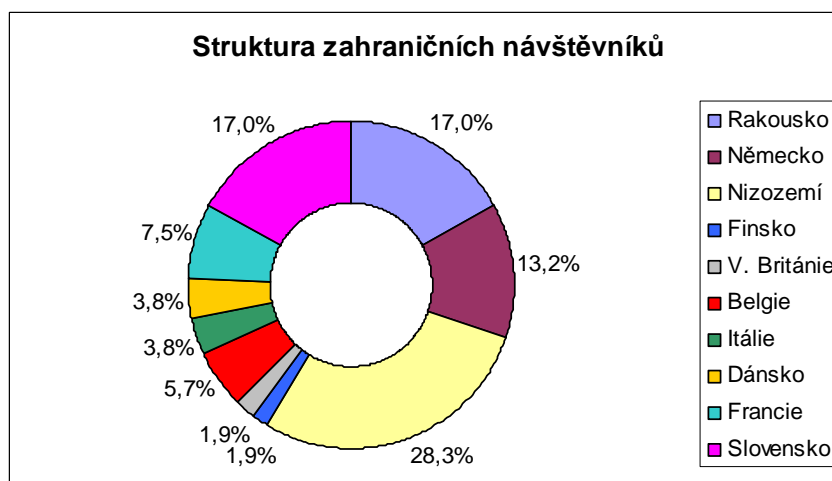
Graf č. 4: Struktura návštěvníků



Zdroj: Vlastní zpracování

V dalším grafu můžeme vidět rozdělení zahraničních návštěvníků podle jejich národnosti.

Graf č. 5: Struktura zahraničních návštěvníků



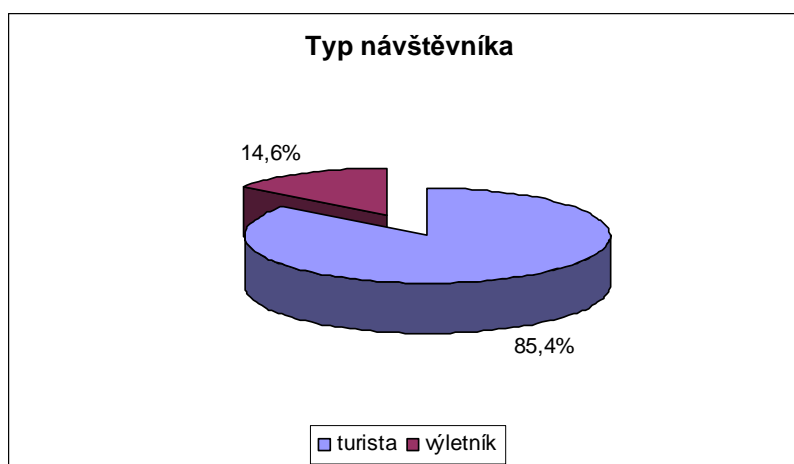
Zdroj: Vlastní zpracování

Mezi nejčastější zahraniční návštěvníky patří obyvatelé Nizozemska (28,3%), dále Slovenska a Rakouska (shodně 17%) a výraznou část tvoří ještě obyvatelé Německa (13,2%) a Francie (7,5%).

Vzhledem však k malému procentnímu zastoupení zahraničních návštěvníků a jejich nehomogenním odpovědím lze usuzovat, že vyjmutí tohoto vzorku nijak neovlivní podstatu zbylých dat. Proto nadále budu pracovat pouze se souborem českých návštěvníků.

Již jsem také zmínila, že základním kritériem pro rozdělení návštěvníků je vytvoření dvou segmentů – turistů a výletníků. V souboru o velikosti 247 dotázaných (čeští návštěvníci) byly tyto skupiny zastoupeny následovně => turisté 211, => výletníci 36.

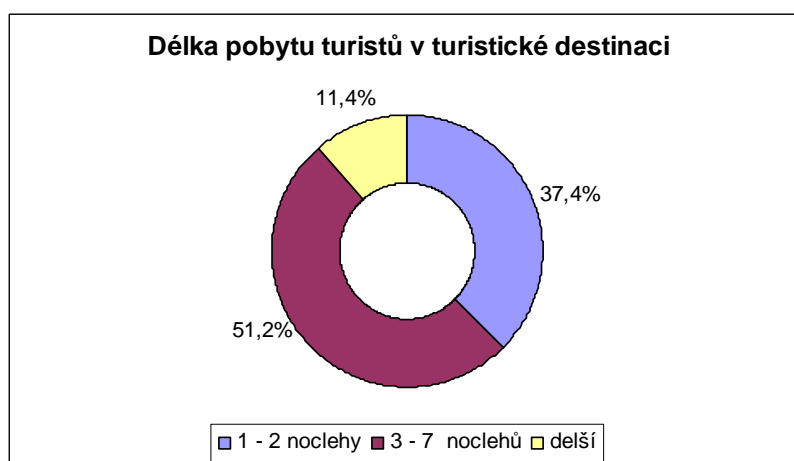
**Graf č. 6: Typ návštěvníka**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Délka pobytu turistů v turistické destinaci Česká Kanada je definována v dalších grafu:

**Graf č. 7: Délka pobytu turistů v turistické destinaci**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Jak můžeme vidět, nejvíce turistů (52%) stráví v České Kanadě 3 – 7 nocí, s 37% následují víkendové pobyty a pouze 11% turistů zůstává v dané destinaci déle jak týden.

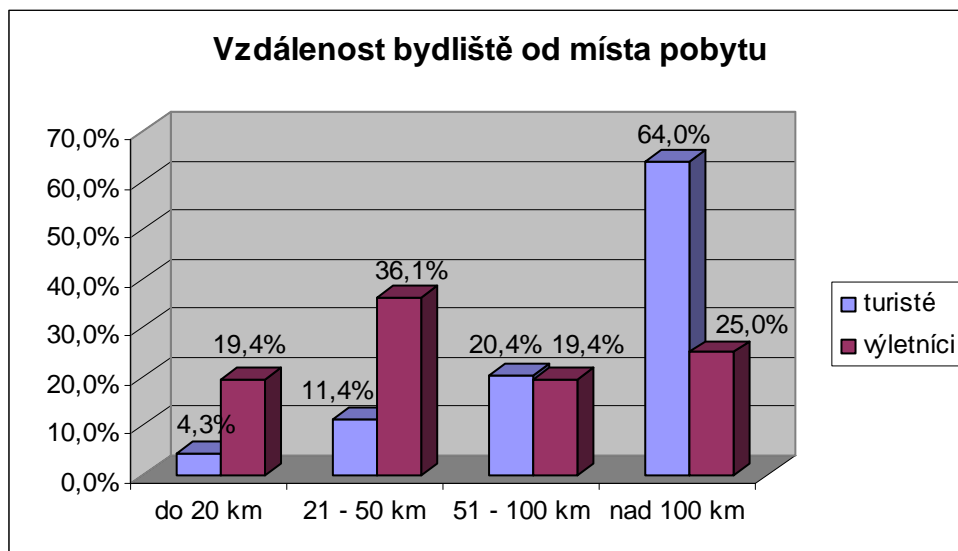
V následujícím vyhodnocování monitoringu návštěvníků turistické destinace využiji z dotazníkového šetření výzkumu IGA pro účely této práce pouze některé otázky. Číselné značení otázek se shoduje s dotazníkem. Veškeré výsledky za výzkum IGA pak budou souhrnně zveřejněny po ukončení této diplomové práce.

### 3) Jak je Vaše bydliště přibližně daleko od tohoto místa dotazování?

Veličina vzdálenosti místa bydliště od místa dotazování je velmi důležitá pro její potřebu k pozdějšímu výpočtu atraktivity turistické destinace. Umožňuje zjistit průměrnou vzdálenost, kterou návštěvník z důvodu účasti na cestovním ruchu překoná.

Z následujícího grafu je patrné, že existuje podstatný rozdíl mezi dojezdovou vzdáleností turisty a výletníka. Nejvíce turistů překonává vzdálenost větší než 100 km (64%), zatímco výletníci pouze mezi 21 – 50 km (36,1%). Naopak téměř zanedbatelné je procento turistů příjezdějících z blízkého okolí (pouze 4,3%). Na vzdálenosti mezi 51 – 100 km se obě skupiny podílí bezmála stejnými hodnotami (20,4% turisté; 19,4% výletníci).

**Graf č. 8: Vzdálenost bydliště návštěvníků od místa pobytu**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

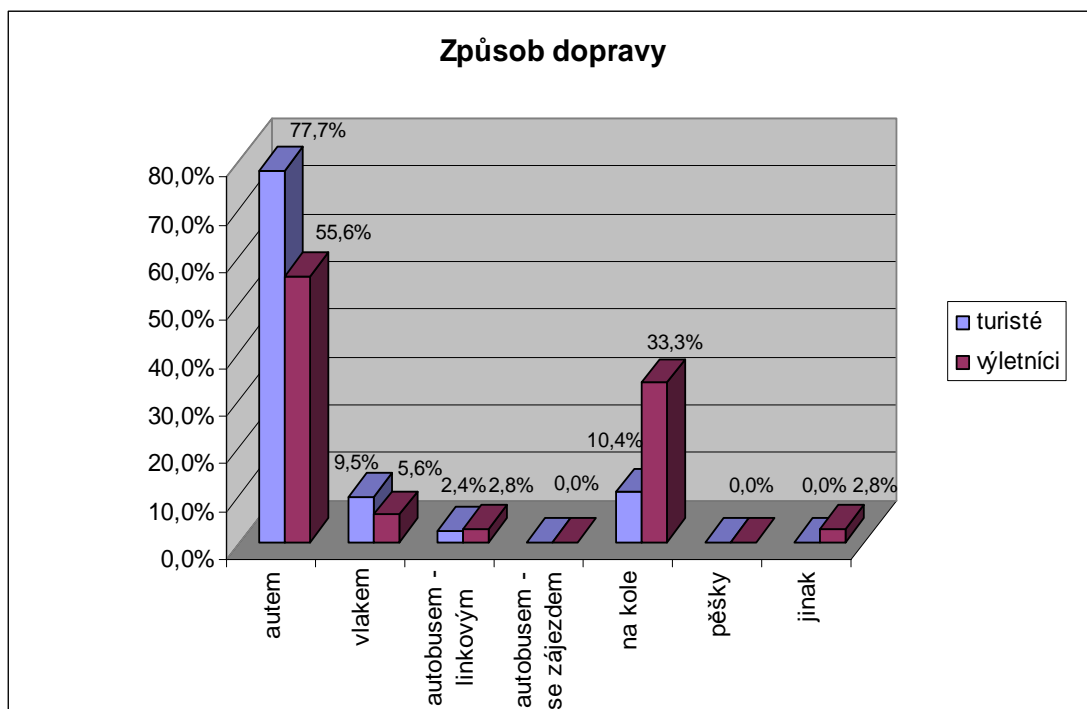
Z grafu lze navíc vyčíst větší odchylky v odpovědích turistů. U výletníků nejsou tak zřetelné.



#### 4) Jak jste sem přicestovali?

Tato otázka pouze doplňuje předchozí. Nejčastějším dopravním prostředkem shodně u obou segmentů je osobní automobil (turisté 77,7%; výletníci 55,6%), dále kolo (turisté 33,3%; výletníci 10,4%) a vlak (turisté 9,5%; výletníci 5,6%). Ani jeden návštěvník nepřicestoval se zájezdovým autobusem, ani pěšky. Pouhý jeden výletník zvolil jinou variantu dopravy.

**Graf č. 9: Způsob dopravy do turistické destinace**

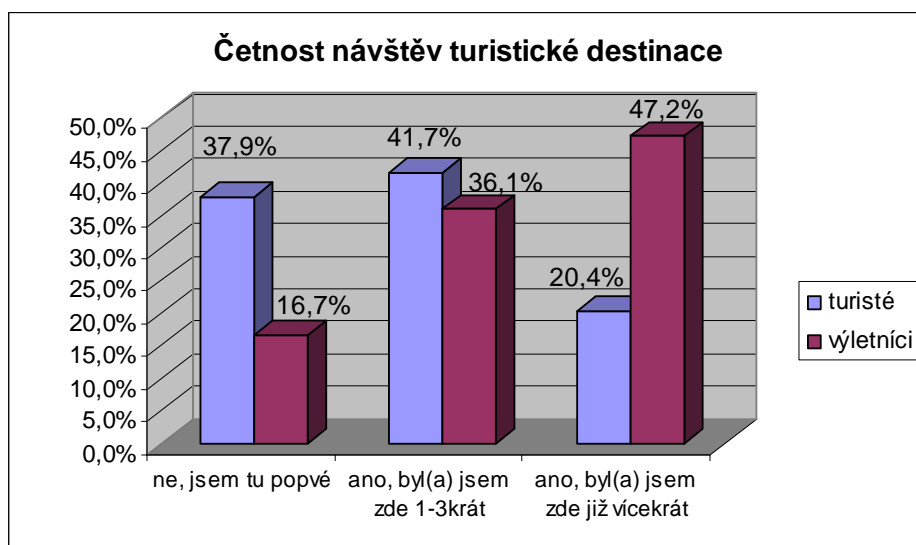


Zdroj: Vlastní zpracování

#### 6) Už jste někdy navštívil(a) tento region?

Tato otázka si klade za cíl zjistit frekvenci návštěv turistické destinace turisty a výletníky. Téměř každý druhý výletník již navštívil Českou Kanadu více jak třikrát. Naopak pouhých 16,7 % bylo v destinaci úplně poprvé. Mezi turisty, kteří místo navštívili poprvé nebo 1-3krát není téměř žádný procentní rozdíl. Avšak pouhá pětina turistů se do České Kanady vrátila více jak třikrát.

**Graf č. 10: Četnost návštěv turistické destinace**

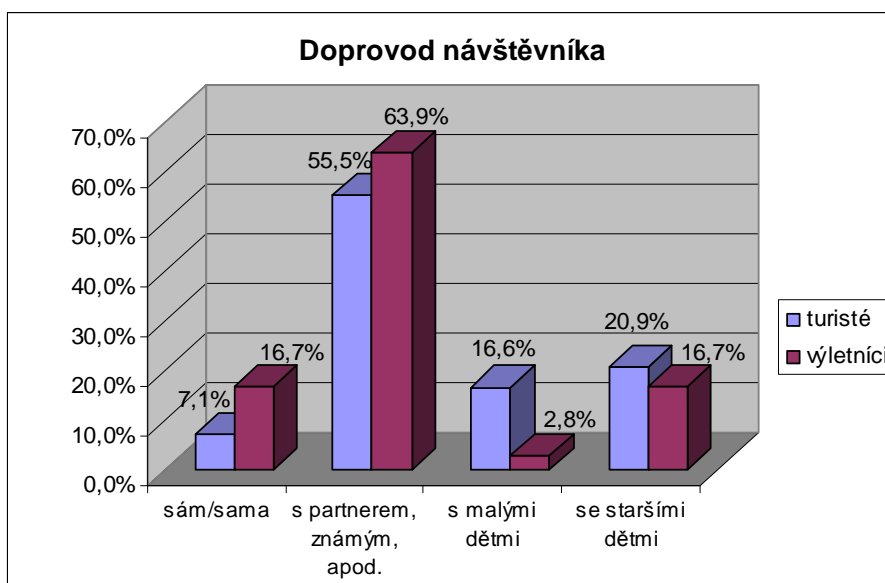


Zdroj: Vlastní zpracování

7) S kým jste sem přijel(a)?

Nadpoloviční většina návštěvníků přijíždí do České Kanady se svými partnery, známými, apod. Tento velký náskok je patrný z grafu. Sami bez doprovodu do turistické destinace zavítá 16,7% výletníků, oproti tomu jen 7,1% turistů. S malými dětmi (alespoň jedno předškolního věku) jezdí spíše turisté (16,6%), výletníci s sebou malé děti téměř neberou (2,8%). Starší děti (školního věku) jezdí s rodiči poměrně často. S turisty zhruba pětina, s výletníky 16,7%.

**Graf č. 11: Doprovod návštěvníka do turistické destinace**



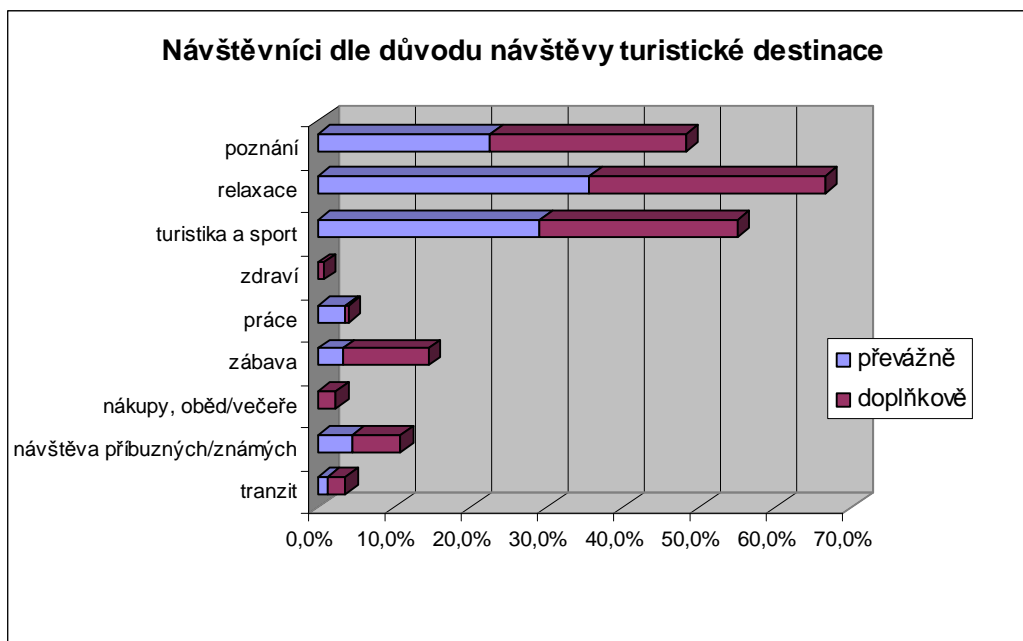
Zdroj: Vlastní zpracování

### 10) Převažujícím důvodem Vaší návštěvy v tomto regionu je:

V této otázce měli návštěvníci možnost zaškrtnout 1 převažující a případně 2 doplňkové odpovědi. Pro výpočet a znázornění těchto odpovědí jsou doplňkové odpovědi přepočítány poměrnými vahami a poté sečteny.

Bez ohledu na délku pobytu návštěvníka turistické destinace je hlavním důvodem návštěvy České Kanady rekreace a relaxace (převážně 35,6%, doplňkově 30,8%). Pozadu však nezůstává ani turistika a sport (převážně 29,1%, doplňkově 25,9%) a poznání (převážně 22,7%, doplňkově 25,5%). Za zábavou či návštěvou příbuzných a známých přijíždí převážně 7,6%, doplňkově pak 17,8%. Kvůli jiným důvodům zavítá do turistické destinace pouhých 4,8% návštěvníků převážně a 6% doplňkově.

**Graf č. 12: Návštěvníci dle důvodu návštěvy turistické destinace**



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující tabulka se zaměřuje na porovnání návštěvníků turistické destinace dle důvodu jejich návštěvy.

Segment turistů se od běžného návštěvníka nijak neliší. Jejich preference příčin návštěvy zůstávají ve stejném pořadí, relaxace (38,9%), turistika a sport (26,5%), poznání (22,7%). Narozdíl od průměrného návštěvníka však výletníci dávají přednost spíše turistice a sportu (44,4%) oproti relaxaci (16,7%). Ta zaujímá až třetí místo. Jako druhý v žebříčku preferencí výletníků je poznání (22,2%).

Zatímco u turistů zůstává pořadí důvodů návštěvy stejné, u výletníků se mění. Ti doplňkově upřednostňují relaxaci (33,3%) a dále preferují poznání (25%) před turistikou a sportem (13,9%).

Jak je patrné z tabulky, za zdravím přijelo pouze 0,9% turistů a navíc pouze doplňkově. Toto procento je zdůvodnitelné tím, že v turistické destinaci se nevyskytují žádná lázeňská či rehabilitační místa. Dotyční měli zřejmě na mysli zdraví související s relaxací a zdravým pohybem v přírodě. Často se také objevovalo spojení návštěvy turistické destinace s návštěvou příbuzných a známých. Převážně z důvodu nákupů podle předpokladů nepřijel žádný návštěvník. Necelé 1% turistů oproti téměř 3% výletníků Českou Kanadou pouze projíždělo.

**Tab. č. 11: Porovnání návštěvníků turistické destinace dle důvodu jejich návštěvy**

Důvod návštěvy	převážně		doplňkově	
	TURISTÉ	VÝLETNÍCI	TURISTÉ	VÝLETNÍCI
Poznání	22,7%	22,2%	25,6%	25,0%
Relaxace	38,9%	16,7%	29,9%	33,3%
Turistika a sport	26,5%	44,4%	28,0%	13,9%
Zdraví	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%
Práce	2,8%	8,3%	0,5%	0,0%
Zábava	3,8%	0,0%	12,8%	2,8%
Nákupy, oběd/večeře	0,0%	0,0%	1,4%	8,3%
Návštěva příbuzných/známých	4,3%	5,6%	6,6%	5,6%
Tranzit	0,9%	2,8%	1,4%	8,3%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 11) Které aktivity v tomto regionu provozujete?

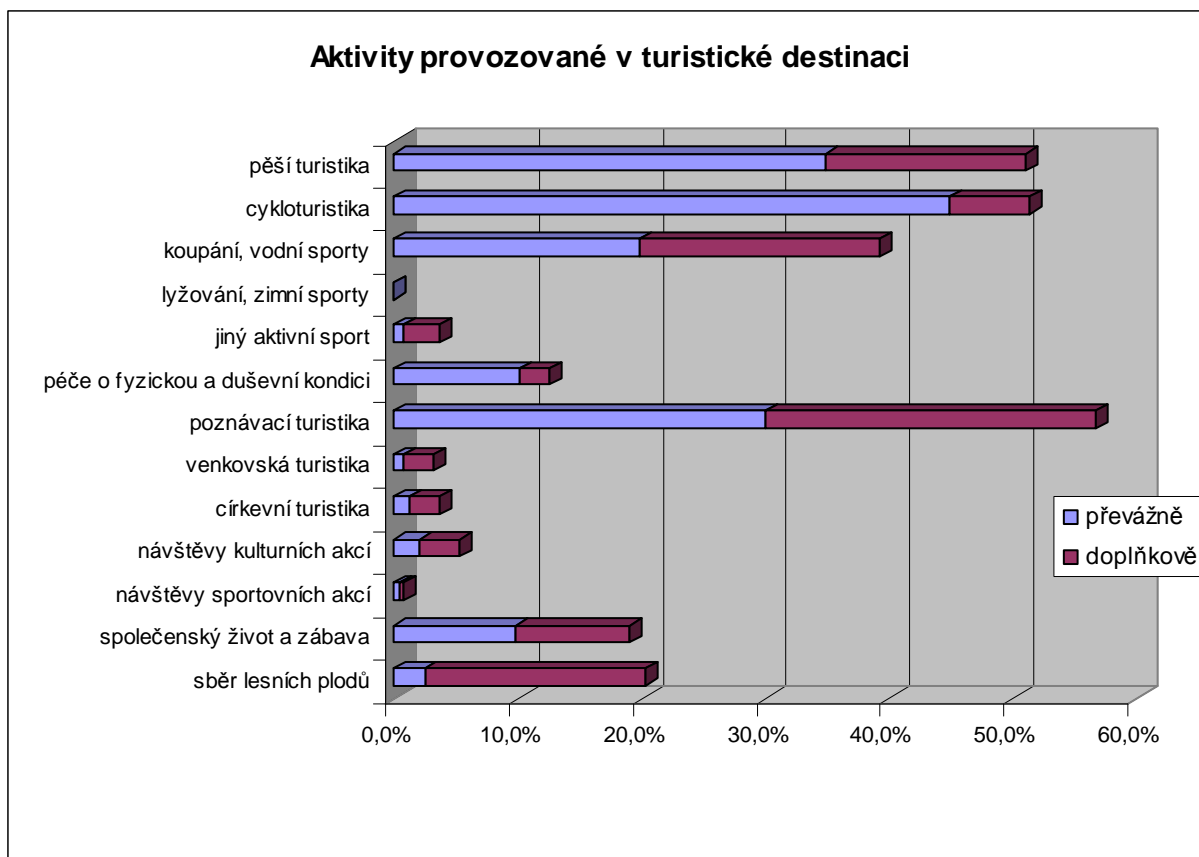
V této otázce mohli návštěvníci označit max. 3 převažující odpovědi u každé kategorie (převážně, doplňkově). Pro výpočet a znázornění těchto odpovědí jsou odpovědi v každé kategorii opět přepočítány poměrnými vahami a sečteny.

Téměř polovina návštěvníků České Kanady provozuje z daných aktivit nejčastěji převážně cykloturistiku (44,9%), dále se návštěvníci soustředí na pěší turistiku (34,8%), poznávací turistiku (30%) a koupání či vodní sporty (19,8%). Z důvodu nevelkého počtu možností jiných aktivních sportů, pořádaných kulturních a sportovních akcí, malým množstvím venkovské a církevní turistiky, vykazují vyjmenované aktivity jen malé preference návštěvníků. Vzhledem ke sběru dat v letním období pak zcela absentuje aktivita lyžování a zimní sporty.

Doplňkové aktivity ještě trochu situaci mění. Do popředí se dostává zejména poznávací turistika s dodatečnými 26,7%, následuje cykloturistika (doplňkově pouze 6,5%), pěší turistika (16,2%), koupání a vodní sporty (19,4%).

Společenský život a zábava zůstává téměř beze změny (převážně 9,7%, doplňkově pak 9,3%). Viditelný rozdíl je také ve sběru lesních plodů. Návštěvníci tuto aktivitu běžně neprovádějí (2,4%), dodatečně ji však realizuje 17,8% respondentů.

**Graf č. 13: Aktivity provozované v turistické destinaci**



Zdroj: Vlastní zpracování

V následující tabulce porovnávám preference turistů a výletníků z hlediska aktivit prováděných v turistické destinaci Česká Kanada.

**Tab. č. 12: Porovnání návštěvníků turistické destinace dle provozovaných aktivit**

Aktivita	převážně		doplňkově	
	TURISTÉ	VÝLETNÍCI	TURISTÉ	VÝLETNÍCI
Pěší turistika	36,0%	27,8%	17,5%	8,3%
Cykloturistika	45,0%	44,4%	7,1%	2,8%
Koupání, vodní sporty	20,4%	16,7%	21,8%	5,6%
Lyžování, zimní sporty	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jiný aktivní sport	0,9%	0,0%	2,8%	2,8%
Péče o fyzické. a duševní kondici	11,8%	0,0%	2,4%	2,8%
Poznávací turistika	29,9%	30,6%	27,5%	22,2%
Venkovská turistika	0,5%	2,8%	1,9%	5,6%
Církevní turistika	1,4%	0,0%	1,9%	5,6%
Návštěvy kulturních akcí	2,4%	0,0%	3,3%	2,8%
Návštěvy sportovních akcí	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%
Společenský život a zábava	10,4%	5,6%	10,9%	0,0%
Sběr lesních plodů	2,8%	0,0%	17,1%	22,2%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z tabulky můžeme vidět podobný zájem turistů i výletníků provádět jednotlivé dané aktivity. Preference turistů se od průměrného návštěvníka opět nijak nemění, u výletníků je zde jen nepatrný posun v upřednostnění poznávací turistiky (30,6%) před turistikou pěší (27,8%). U doplňkových aktivit je zřejmý celkem silný propad cykloturistiky, což lze zdůvodnit zejména vysokou hodnotou v převážně prováděných aktivitách.

Zřetelnou ukázkou odlišností mezi turisty a výletníky je markantní rozdíl ve sběru lesních plodů. Do této aktivity se zapojuje pouze 2,8% turistů, naopak výletníci se na ní, ať už převážně či doplňkově, podílí téměř ze 40%.

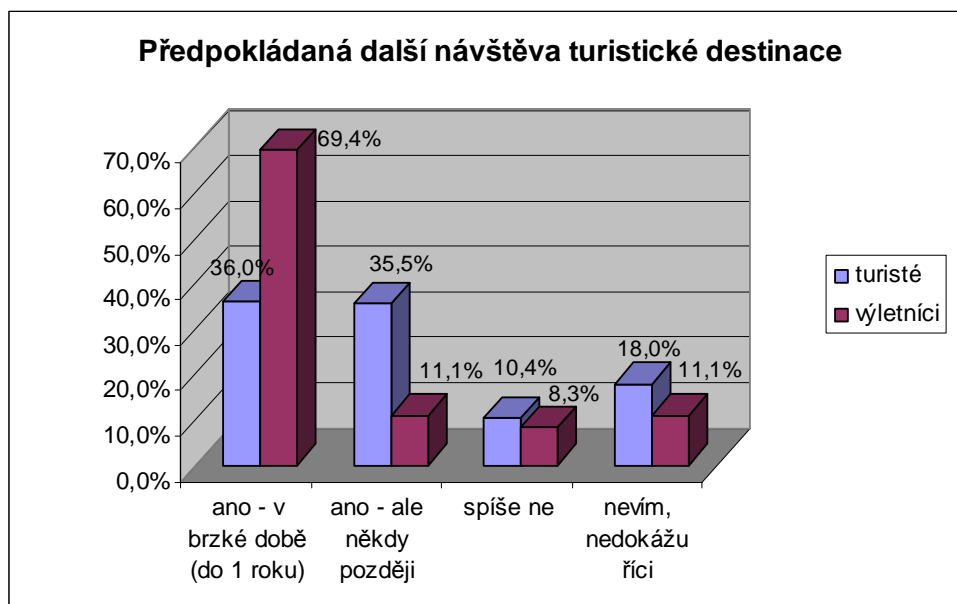
12) Uvažujete o opakované návštěvě tohoto regionu?

V této otázce se 71,5% turistů shoduje na další návštěvě turistické destinace. 36% z nich odpovědělo, že se vrátí do 1 roku, 35,5% někdy později. V některých turistech pravděpodobně Česká Kanada nezanechala příznivé dojmy, a tak variantu „spíše ne“ označilo přes 10% turistů.

Výletníci uvedli, že z 80,5% se do České Kanady určitě vrátí. Je zde však oproti turistům vidět velký rozdíl v době jejich návratu. Téměř 70% výletníků odpovědělo, že se vrátí do 1 roku. Toto vysoké procento je z určité míry způsobeno malou dojezdovou vzdáleností, vlastnictvím ubytovacího zařízení (vlastní chalupa, chata) a tím souvisejícími nízkými náklady na pobyt v destinaci. Odpověď „spíše ne“ zvolilo 8,3% výletníků.

Variantu „nevím“ označilo 11,1% výletníků, turisté zde byli nerozhodnější (18%).

**Graf č. 14: Předpokládaná další návštěva turistické destinace**



Zdroj: Vlastní zpracování

14) Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?

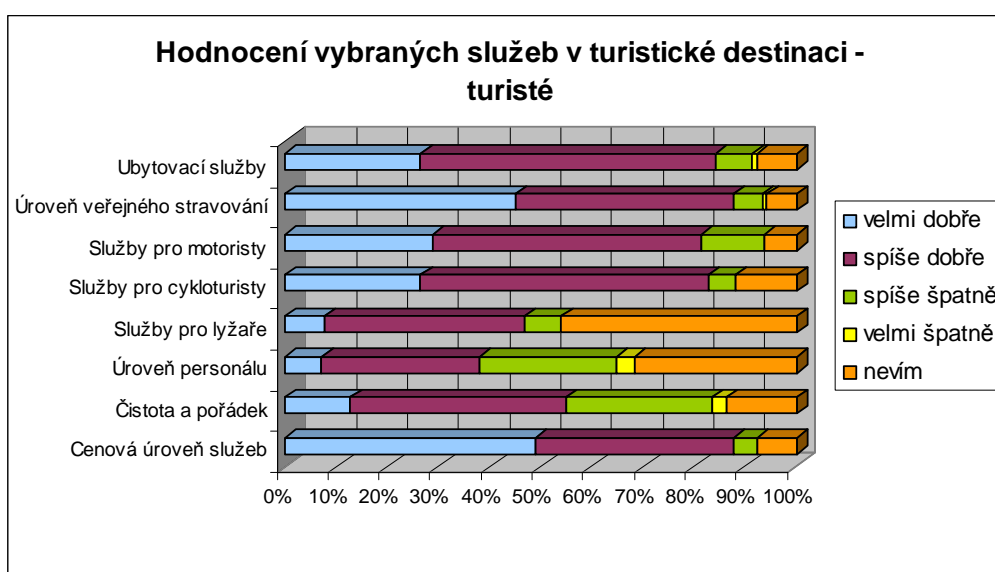
Kvalita služeb dotváří potenciál a atraktivitu daného místa. Pokud by se návštěvníkům nezdála úroveň služeb dostatečně přijatelná, nemuseli by se již do destinace v budoucnu vrátit. Cestovní ruch by tak v dané lokalitě mohl začít stagnovat i přes existenci přírodních a

kulturních památek. Z jednotlivých odpovědí návštěvníků však není tato skutečnost zřejmá. Naopak většina návštěvníků hodnotí úroveň služeb jako přijatelnou.

Návštěvníci mohli poskytování daných služeb klasifikovat jako velmi dobře, spíše dobře, spíše špatně či velmi špatně. Pokud se návštěvník s danou službou nesetkal nebo ji nedokázal ohodnotit, mohl označit odpověď nevím.

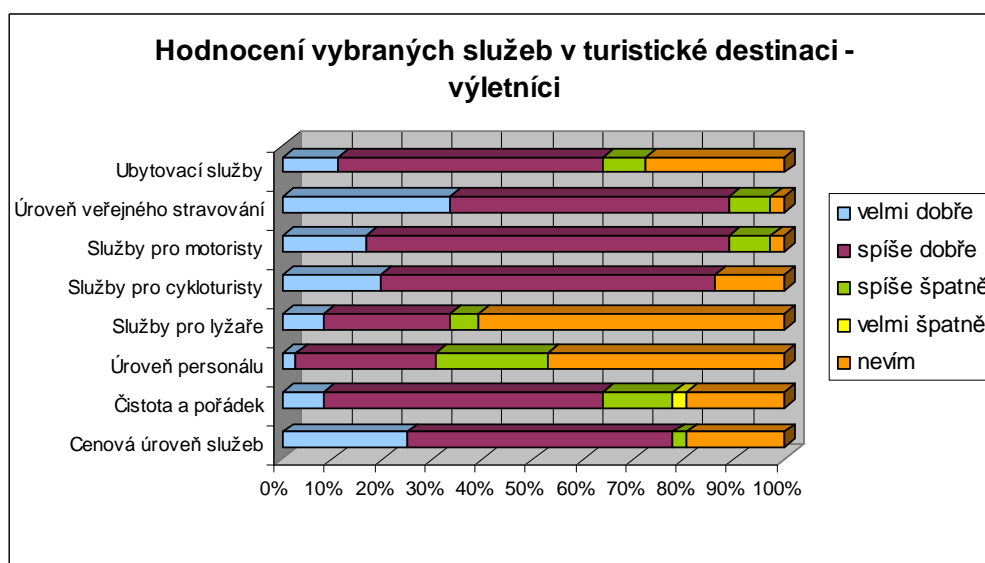
V následujících dvou grafech lze porovnat odpovědi turistů a výletníků, kteří Českou Kanadu navštívili.

**Graf č. 15: Hodnocení vybraných služeb turisty**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

**Graf č. 16: Hodnocení vybraných služeb výletníky**



*Zdroj: Vlastní zpracování*



Z grafů můžeme vyčíst podobné hodnocení vybraných služeb jak turisty, tak výletníky. Pro lepší pochopení a znázornění získaných dat jsou do textu přidány tabulky s procentuálním vyjádřením spokojenosti či nespokojenosti s danými službami.

V každém řádku je vždy zelenou barvou označen nejvyšší počet turistů či výletníků, kteří danou odpověď zaškrtili. Druhá nejčastější odpověď je vybarvena oranžově. Další zajímavé hodnoty jsou pak vybarveny žlutě a interpretovány vždy pod příslušnou tabulkou.

**Tab. č. 13: Hodnocení vybraných služeb - turisté**

	<b>velmi dobře</b>	<b>spíše dobře</b>	<b>spíše špatně</b>	<b>velmi špatně</b>	<b>nevím</b>
Ubytovací služby	26,5%	57,8%	7,1%	0,9%	7,6%
Úroveň veřejného stravování	45,0%	42,7%	5,7%	0,9%	5,7%
Služby pro motoristy	28,9%	52,6%	12,3%	0,0%	6,2%
Služby pro cykloturisty	26,5%	56,4%	5,2%	0,0%	11,8%
Služby pro lyžaře	7,6%	39,3%	7,1%	0,0%	46,0%
Úroveň personálu	7,1%	30,8%	27,0%	3,3%	31,8%
Čistota a pořádek	12,8%	42,2%	28,4%	2,8%	13,7%
Cenová úroveň služeb	48,8%	38,9%	4,7%	0,0%	7,6%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V tabulce můžeme vidět převážnou spokojenost turistů s danými službami. Většina turistů označila poskytování určitých služeb spíše dobře. Výjimkou je pouze úroveň veřejného stravování a cenová úroveň služeb, kde se nejvíce turistů shodlo na označení jako velmi dobré. Vzhledem k dotazování respondentů v letním období se potvrdil předpoklad nevědomosti turistů o možných službách pro lyžaře. Našli se však i tací, kteří označili služby pro lyžaře jako spíše dobré (39,3%).

Zajímavým bodem je úroveň personálu. Téměř třetina turistů uvedla, že ji nedokáží ohodnotit. Lze se však jen domnívat, jaká je příčina této odpovědi. Otázkou totiž je, jak je případně možné, že se tak poměrně velké procento turistů (31,8%), kteří v turistické destinaci tráví min. 2 dny, nesetkalo s žádným personálem v oblasti cestovního ruchu. Možným vysvětlením

by mohl být pohled turistů na personál. Pokud se turista setká za svůj pobyt v turistické destinaci pouze s málem personálu, pravděpodobně nechce odpovídat na takto zobecněnou otázku. Oproti tomu 30,8% turistů odpovědělo, že úroveň personálu ve službách cestovního ruchu je spíše dobrá. Důležitou otázkou však také je, jaká příčina vede k označení úrovně jako špatné (celkem 30,3%).

Dalším bodem, nad kterým je potřeba se zamyslet, je čistota a pořádek v turistické destinaci. Přes 40% turistů sice vidělo úroveň jako spíše dobrou, avšak na pováženou je druhá nejčastější odpověď (28,4% spíše špatně). 2,8 % turistů pak vidí čistotu a pořádek na velmi špatné úrovni.

**Tab. č. 14: Hodnocení vybraných služeb - výletníci**

	<b>velmi dobře</b>	<b>spíše dobře</b>	<b>spíše špatně</b>	<b>velmi špatně</b>	<b>nevím</b>
Ubytovací služby	11,1%	52,8%	8,3%	0,0%	27,8%
Úroveň veřejného stravování	33,3%	55,6%	8,3%	0,0%	2,8%
Služby pro motoristy	16,7%	72,2%	8,3%	0,0%	2,8%
Služby pro cykloturisty	19,4%	66,7%	0,0%	0,0%	13,9%
Služby pro lyžaře	8,3%	25,0%	5,6%	0,0%	61,1%
Úroveň personálu	2,8%	27,8%	22,2%	0,0%	47,2%
Čistota a pořádek	8,3%	55,6%	13,9%	2,8%	19,4%
Cenová úroveň služeb	25,0%	52,8%	2,8%	0,0%	19,4%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z tabulky lze vyčíst podobné hodnocení služeb výletníky, stejně jako turisty. Výletníci nejčastěji zvolili u všech daných služeb možnost spíše dobře, což opět dokazuje, že služby v turistické destinaci jsou na poměrně zralé úrovni. Ubytovací služby dostaly od výletníků přes 50% , což je vzhledem pouze k jednodenní návštěvě neobvyklé až překvapivé. Toto vysoké procento však může být vysvětlitelné krátkou dojezdovou vzdáleností výletníků a jejich v minulosti již předešlému přenocování v některém z ubytovacích zařízení v turistické destinaci.

V druhých nejčastějších odpovědích jsou zcela opodstatněnou výjimkou opět ubytovací služby, kdy výletníci označili z 27,8% odpověď nevím. U těchto výletníků se dá s velkou pravděpodobností předpokládat, že pokud se do České Kanady opět vrátili, tak i v minulosti ze figurovali jako výletníci.

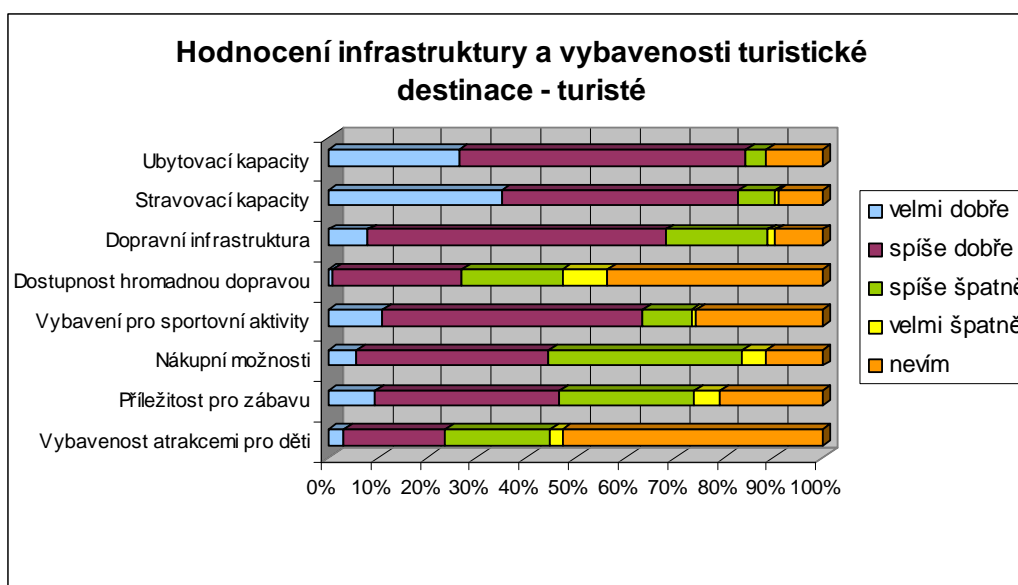
Výletníci se stejně jako turisté z vysokého procenta (47,2%) nesetkali s personálem v oblasti služeb cestovního ruchu. Zde to však vzhledem k jejich krátkodobé návštěvě lze předem z určité části předpokládat. Bohužel kromě nevědomosti o úrovni personálních služeb má část výletníků s turisty společnou i další odpověď, kdy označili úroveň personálu jako spíše špatnou (22,2%).

Zajímavým bodem je také právě vzhledem k dojezdové vzdálenosti výletníků jejich nevědomost o lyžařských službách (61,1%). Tato neznalost spolu s turisty se tedy dá odůvodnit opět obdobím, ve kterém bylo dotazníkové šetření prováděno.

#### 15) Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost tohoto regionu?

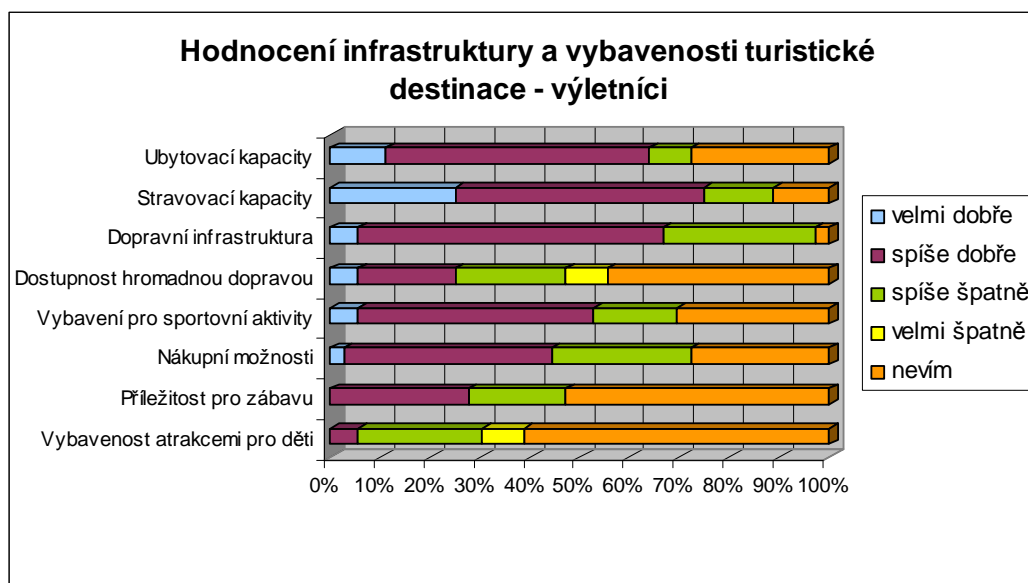
Zde se mohli návštěvníci vyjádřit ke stávající situaci infrastruktury a vybavenosti České Kanady. Infrastruktura a vybavenost turistické destinace je neopomenutelnou součástí potenciálu místa. Jsou pomyslnou třetí složkou potenciálu, bez níž by zbylé dvě ztrácely na významu. Návštěvníci měli opět na výběr z pěti možností hodnocení. Výsledky jsou znázorněny dále v textu.

**Graf č. 17: Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace - turisté**



Zdroj: Vlastní zpracování

**Graf č. 18: Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace - výletníci**



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro lepší orientaci opět přikládám tabulky s procentuálním výčtem odpovědí, opět v barevném provedení a příslušnými komentáři.

**Tab. č. 15: Hodnocení infrastruktury a vybavenosti turistické destinace - turisté**

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	nevím
Ubytovací kapacity	26,5%	57,8%	4,3%	0,0%	11,4%
Stravovací kapacity	35,1%	47,9%	7,6%	0,5%	9,0%
Dopravní infrastruktura	8,1%	60,2%	20,9%	1,4%	9,5%
Dostupnost hromadnou dopravou	0,9%	26,1%	20,4%	9,0%	43,6%
Vybavení pro sportovní aktivity	10,9%	52,6%	10,0%	0,9%	25,6%
Nákupní možnosti	5,7%	38,9%	39,3%	4,7%	11,4%
Příležitosti pro zábavu	9,5%	37,4%	27,0%	5,2%	20,9%
Vybavenost atrakcemi pro děti	3,3%	20,4%	21,3%	2,4%	52,6%

Zdroj: Vlastní zpracování

Z této tabulky je patrné horší hodnocení možností turistické destinace, tentokrát v oblasti infrastruktury a vybavenosti.

Pomineme-li dopravní infrastrukturu danou klasifikací České Kanady jako přírodního parku, největší problém se ukrývá v dostupnosti turistické destinace hromadnou dopravou. Přes 43% turistů neumí odpovědět především z důvodu vlastní dopravy. Dalších 26,1% turistů hodnotí dostupnost hromadnou dopravou jako spíše dobře. Avšak ne o moc menší procento (20,4%) jako spíše špatně a celých 9% dokonce jako velmi špatně.

Podobně jsou na tom i nákupní možnosti v turistické destinaci, které jsou ve většině ohodnoceny jako spíše špatné (39,3%) a ze 4,7% jako velmi špatné. Příležitostí pro zábavu podle turistů také není moc. Téměř třetina z nich označila situaci jako spíše či velmi špatnou.

S vybaveností atrakcemi pro děti na tom podle turistů Česká Kanada není také nejlépe. Zhruba polovina turistů situaci nezná, především však z toho důvodu, že je nedoprovází děti předškolního věku. Zbytek turistů je rozdělen na dva odlišné tábory. První polovina se přiklání k dobré vybavenosti (23,7%), druhá pak ke špatné vybavenosti (23,7%) turistické destinace atrakcemi pro děti.

**Tab. č. 16: Hodnocení infrastruktury a vybavenosti turistické destinace - výletníci**

	<b>velmi dobře</b>	<b>spíše dobře</b>	<b>spíše špatně</b>	<b>velmi špatně</b>	<b>nevím</b>
Ubytovací kapacity	11,1%	52,8%	8,3%	0,0%	27,8%
Stravovací kapacity	25,0%	50,0%	13,9%	0,0%	11,1%
Dopravní infrastruktura	5,6%	61,1%	30,6%	0,0%	2,8%
Dostupnost hromadnou dopravou	5,6%	19,4%	22,2%	8,3%	44,4%
Vybavení pro sportovní aktivity	5,6%	47,2%	16,7%	0,0%	30,6%
Nákupní možnosti	2,8%	41,7%	27,8%	0,0%	27,8%
Příležitosti pro zábavu	0,0%	27,8%	19,4%	0,0%	52,8%
Vybavenost atrakcemi pro děti	0,0%	5,6%	25,0%	8,3%	61,1%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

U výletníků je situace podobná jako u předešlých turistů.

Zajímavým bodem je opět dostupnost hromadnou dopravou, kdy přes 30% výletníků klasifikují podmínky jako špatné. Necelých 45% pak nedokáže odpovědět. Složka vybavení

pro sportovní aktivity je hodnocena spíše dobře (47,2%), 30,6% výletníků volí odpověď nevím, pravděpodobně z důvodu nezájmu o tyto činnosti. Podobně jsou na tom příležitosti pro zábavu, kdy stávající situaci nedokáže ohodnotit více než polovina výletníků. U vybavenosti atrakcemi pro děti je pak toto procento ještě vyšší (61,1%). Z posledního řádku tabulky můžeme také vyčíst ne příliš dobré podmínky pro vyžití dětí. Vybavenost dětskými atrakcemi je výletníky řazena do kategorie spíše špatně (25%) a 8,3% ji dokonce hodnotí jako velmi špatně. Pouze pro 5,6% výletníků jsou možnosti spíše dobré.

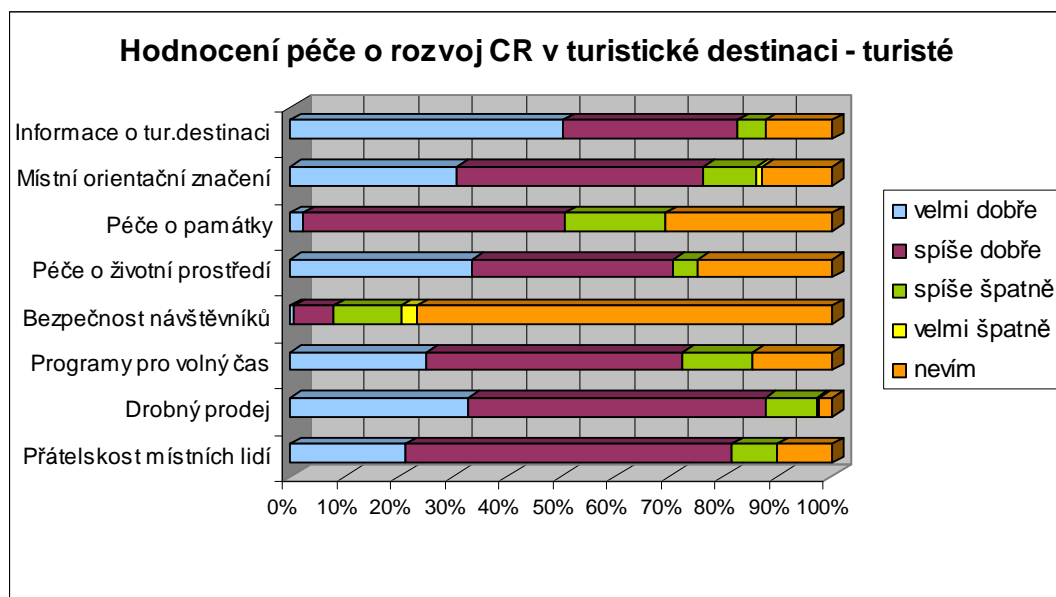
#### 16) Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?

Nedílnou a velice důležitou součástí potenciálu a atraktivity cestovního ruchu turistické destinace je péče o rozvoj cestovního ruchu, především v podobě péče o přírodní a kulturní památky, v péči o životní prostředí, dále v informovanosti turistů (orientační značení, turistické desky, ale i poskytování informací o destinaci a jejích možnostech), apod.

Tato otázka obsahuje několik podstatných složek v péči o rozvoj cestovního ruchu a návštěvníci je mohli ohodnotit stejnou formou jako v minulých dvou otázkách.

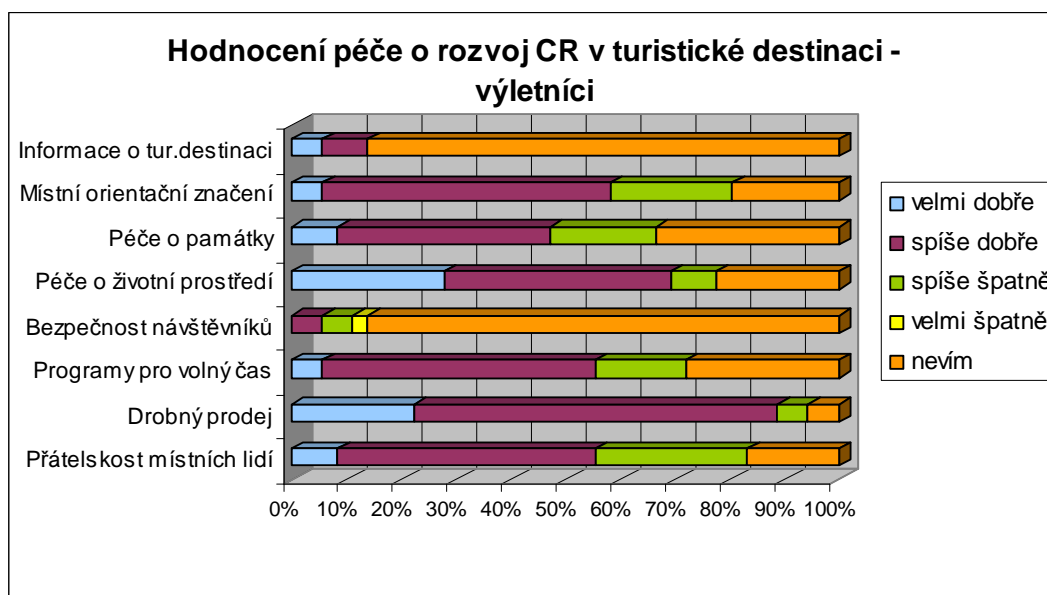
Výsledky hodnocených oblastí péče jsou znázorněny opět ve dvou grafech ve členění na turisty a výletníky.

**Graf č. 19: Hodnocení péče o rozvoj CR v destinaci - turisté**



Zdroj: Vlastní zpracování

**Graf č. 20: Hodnocení péče o rozvoj CR v destinaci - výletníci**



Zdroj: Vlastní zpracování

Procentuální výčet odpovědí turistů a výletníku včetně komentáře následuje v tabulkách dále v textu.

**Tab. č. 17: Hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu - turisté**

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	nevím
Informace o turistické destinaci	50,2%	32,2%	5,2%	0,0%	12,3%
Místní orientační značení	30,8%	45,5%	10,0%	0,9%	12,8%
Péče o památky	2,4%	48,3%	18,5%	0,0%	30,8%
Péče o životní prostředí	33,6%	37,0%	4,7%	0,0%	24,6%
Bezpečnost návštěvníků	0,5%	7,6%	12,3%	2,8%	76,8%
Programy pro volný čas	25,1%	47,4%	12,8%	0,0%	14,7%
Drobný prodej	32,7%	55,0%	9,5%	0,5%	2,4%
Přátelskost místních lidí	21,3%	60,2%	8,5%	0,0%	10,0%

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce týkající se hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu turisté u většiny složek uvedli, že péče je poměrně dostatečná. Většina je hodnocena jako spíše dobře, pouze poskytování informací o turistické destinaci bylo označeno za velmi dobré.

V rámci péče o památky se téměř třetina turistů k situaci nevyjádřila. Tato hodnota (30,8%) a dále označení péče za spíše špatnou (18,5%) by měla alespoň z části vést k zamyšlení příslušných organizací o informování o konkrétních rekonstrukcích a jiné péči o kulturní a přírodní památky.

V tabulce nejsou znát téměř žádné výkyvy kromě oblasti bezpečnosti návštěvníků. Zde téměř 80% turistů neumělo zhodnotit, zda je pro bezpečnost něco děláno. 8,1% turistů se přiklání k dobré úrovni, 15,1% pak k úrovni špatné.

**Tab. č. 18: Hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu - výletníci**

	<b>velmi dobře</b>	<b>spíše dobře</b>	<b>spíše špatně</b>	<b>velmi špatně</b>	<b>nevím</b>
Informace o turistické destinaci	5,6%	8,3%	0,0%	0,0%	86,1%
Místní orientační značení	5,6%	52,8%	22,2%	0,0%	19,4%
Péče o památky	8,3%	38,9%	19,4%	0,0%	33,3%
Péče o životní prostředí	27,8%	41,7%	8,3%	0,0%	22,2%
Bezpečnost návštěvníků	0,0%	5,6%	5,6%	2,8%	86,1%
Programy pro volný čas	5,6%	50,0%	16,7%	0,0%	27,8%
Drobný prodej	22,2%	66,7%	5,6%	0,0%	5,6%
Přátelskost místních lidí	8,3%	47,2%	27,8%	0,0%	16,7%

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Oproti předešlé tabulce je zřejmé, že se názory výletníků a turistů v určitých směrech rozcházejí. Výletníci např. vidí hůře využívání místního orientačního značení. Většina z nich sice hodnotí situaci jako spíše dobrou, ale více než pětina výletníků už ji hodnotí jako spíše špatnou.

Péče o památky je na tom podobně. Téměř 40% výletníků ji označilo jako spíše dobrou, třetina pak o péči o památky nemá představy. Necelých 20% péči hodnotí jako spíše špatnou.



Programy pořádané pro volný čas upoutaly pozornost přesné poloviny výletníků, dalších 27,8% nemá o případných programech tušení, zřejmě z nedostatku času z důvodu krátkodobé návštěvy turistické destinace.

Dalším bodem, který výletníci klasifikují hůře než turisté je přátelskost místních lidí. Necelá polovina ji sice hodnotí spíše dobře, avšak téměř 30% už jako spíše špatně. Otázkou je, proč daný rozdíl ve zkušenostech s místním obyvatelstvem vzniká a zda není příčina v samotném chování k místním obyvatelům.

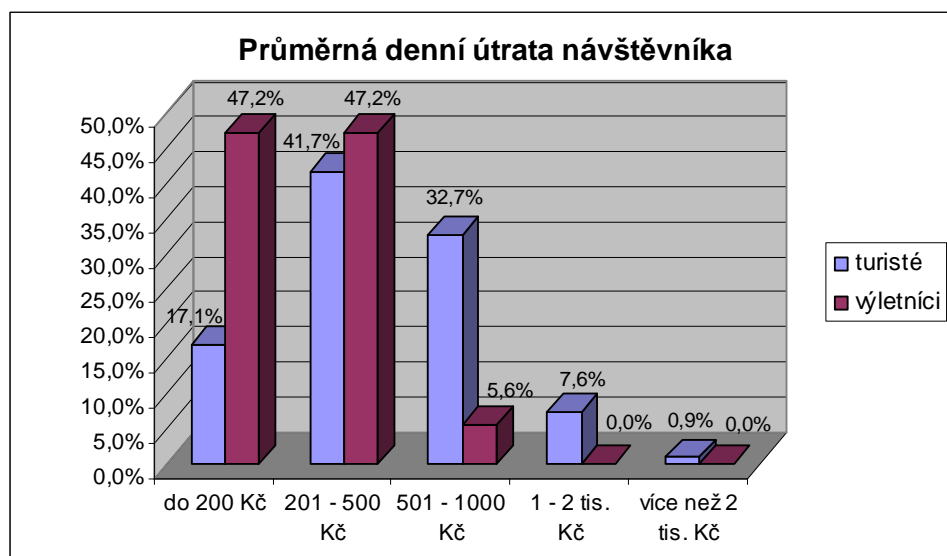
### 19) Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v tomto regionu?

Do průměrných nákladů se započítávají veškeré náklady, včetně dopravy, ubytování, stravování, zábavy, nákupů, apod.

Z grafu můžeme vyčíst značné rozdíly mezi turisty a výletníky. Nejvíce turistů vloží do cestovního ruchu v České Kanadě mezi 201 – 500 Kč (41,7%). Následují turisté s útratou mezi 501 - 1000 Kč (32,7%), mezi 1 – 2 tis. Kč vydá pouze 7,9% a necelé 1% utratí více než 2 tis. Kč.

Oproti tomu jsou výletníci spořivější. Do 200 Kč a mezi 201 – 500 Kč vydá stejný počet výletníků (47,2 %). Tedy téměř 95 % výletníků stojí návštěva přírodního parku Česká Kanada méně než 500 Kč. Zbýlých 5,6% utratí mezi 501 – 1000 Kč. Více peněz výletníci do cestovního ruchu v této turistické destinaci nevládají.

**Graf č. 21: Průměrná denní útrata návštěvníka**

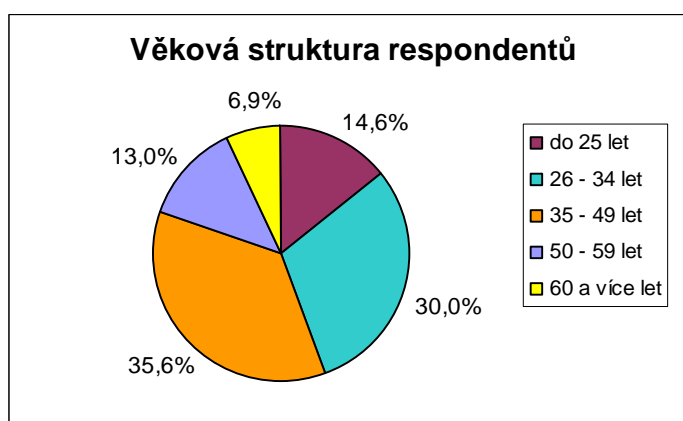


Zdroj: Vlastní zpracování

Důležitým prvkem každého dotazníku jsou pro představu průměrného návštěvníka také údaje o respondentech. Tyto otázky si kladou za cíl identifikovat respondenty z hlediska pohlaví, věku a dosaženého vzdělání.

Z hlediska věkové struktury měli největší zastoupení respondenti ve věku mezi 35 – 49 let (35,6%). Nemálo bylo i návštěvníků mezi 26 – 34 let (30%). Nejméně se v turistické destinaci pohybují lidé ve věku nad 60 let.

**Graf č. 22: Věková struktura respondentů**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Přes polovinu (53,4%) respondentů dosáhlo středoškolského vzdělání, rovných 30% pak ukončilo vysokoškolské vzdělání. Zbytek (16,6%) respondentů získal buď základní vzdělání nebo vyučení v oboru.

Struktura respondentů dle pohlaví byla velice vyrovnaná. Velikost výzkumného souboru činila 247 respondentů české národnosti. Z toho bylo 52,6% mužů a 47,7% žen. V absolutních číslech 130 mužů a 117 žen.

# 7 Měření atraktivity turistické destinace Česká Kanada

Každá turistická destinace má odlišné předpoklady – potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Jeho přírodní a kulturní podmínky již byly pro danou turistickou destinaci přírodního parku Česká Kanada charakterizovány v předchozí kapitole.

V teoretické části ve 4. kapitole již byl také popsán postup výpočtu atraktivity turistické destinace. Připomeňme si však stručně tento základní vzorec.

Atraktivita turistické destinace se počítá jako součin průměrné vzdálenosti místa bydliště od destinace, průměrného počtu návštěvníků za den a počtu dnů strávených v destinaci. Tedy:

$(ATD) = d * n * f / 1000$ , kde činitel  $d * n$  vystihuje tzv. ochotu k návštěvě.

Při měření atraktivity turistické destinace vycházím opět z dotazníkového šetření popsaného v minulé kapitole, tedy z dat získaných od návštěvníků turistické destinace.

## 7.1 Průměrná vzdálenost místa bydliště od destinace

Pojďme se tedy věnovat prvnímu z činitelů – průměrné vzdálenosti místa bydliště od turistické destinace ( $d$ ).

Absolutní počty návštěvníků podle dojezdových vzdáleností jsou součástí následující tabulky. Poslední řádek tabulky tvoří specifická skupina zahraničních návštěvníků:

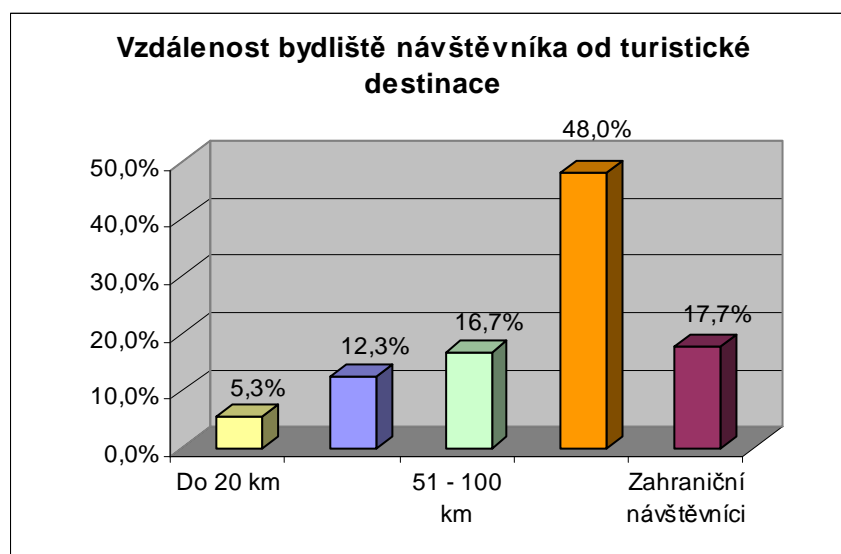
**Tab. č. 19: Dojezdová vzdálenost návštěvníků**

Dojezdová vzdálenost	Počet návštěvníků
do 20 km	16
21 – 50 km	37
51 – 100 km	50
nad 100 km	144
Zahraniční návštěvníci	53

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Následuje graf vyjadřující relativní vyjádření vzdáleností.

**Graf č. 23: Vzdálenost bydliště návštěvníka od turistické destinace**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z grafu můžeme vyčíst velké rozdíly v dojezdové vzdálenosti návštěvníků. Pouhých 5,3% přijíždí ze vzdálenosti do 20 km. Naopak téměř 50% muselo překonat vzdálenost delší než 100 km, aby se mohli na cestovních ruchu v České Kanadě podílet. Ze vzdálenosti 21 – 50 km přicestovalo 12,3% návštěvníků a z 51- 100 km 16,7% návštěvníků. Specifická skupina zahraničních návštěvníků tvoří 17,7% hodnoty tohoto činitele.

Vzhledem k intervalovým odpovědím je pro vzdálenost místa bydliště od destinace použita vždy střední hodnota intervalu.

Pro vzdálenost vyšší než 100 km je pak počítáno s hodnotou 150 km, neboť většina těchto návštěvníků přicestovala z Prahy, Příbrami či Brna a vzdálenosti těchto měst od turistické destinace dosahují výše právě kolem 150 km. Ostatní hodnoty se pohybují směrem dolů i nahoru pouze v malém množství a rozmezí.

Střední hodnotu zahraničních návštěvníků je potřeba specifikovat pomocí vzdálenosti mezi hlavním městem země, odkud přicestovali, a danou turistickou destinací.

V následující tabulce jsou znázorněny střední hodnoty intervalů českých návštěvníků a průměrná vzdálenost zahraničních návštěvníků. Pro vyhledání vzdáleností zahraničních návštěvníků byl použit webový server [Maps.google.com](https://maps.google.com) Nejmenší vzdálenost museli překonávat obyvatelé Rakouska a Slovenska. Nejvíce zahraničních návštěvníků (15) přijelo

z Nizozemí. Tyto hodnoty tedy ve výpočtu průměrné vzdálenosti zahraničních návštěvníků tvoří podstatnou část.

**Tab. č. 20: Střední hodnoty dojezdových vzdáleností**

Střední hodnota	Počet návštěvníků
10 km	16
35 km	37
75 km	50
150 km	144
700 km	53

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Průměrná vzdálenost bydliště od turistické destinace ( $d$ ) se tedy rovná 213 km.

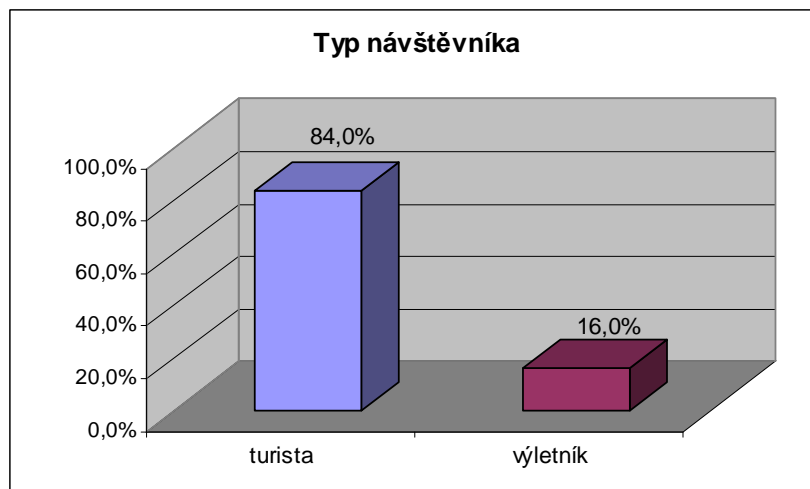
## ***7.2 Průměrný denní počet návštěvníků v turistické destinaci***

Jak bylo avizováno již v teoretických poznámkách atraktivity turistické destinace ve 3.kapitole, stanovení průměrného denního počtu návštěvníků je z činitelů nejsložitější. Zejména z důvodu, že nelze přesně stanovit počet lidí, kteří překročili hranice dané turistické destinace. Proto dochází pomocí nepřímé metody k jejich odhadu. Absolutně přesný odhad však není možné provést nikdy.

K výpočtu průměrného denního počtu návštěvníků nelze využít pouze dotazníkové šetření, ale musíme přistoupit i k datům získaných z ubytovacích zařízení a statistik obcí (místní poplatky za rekreační pobyt). Z výzkumu počtu návštěvníků v turistické destinaci nám tedy pomocí zmínovaných technik vyšlo, že turistů v destinaci se za rok pohybuje 15 949.

Vezmeme-li v úvahu poměr turistů a výletníků, kteří Českou Kanadu navštíví, můžeme tak stanovit i počet výletníků za rok. Poměr těchto dvou segmentů cestovního ruchu je znázorněn v následujícím grafu:

**Graf č. 24 Typ návštěvníka**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Počítáme-li s tím, že počet turistů nám udává 84 % a zbytek tvoří výletníci, dostáváme počet 3 038 výletníků za rok.

Turistickou destinaci Česká Kanada tedy denně navštíví průměrně 52 návštěvníků.

**Tab. č. 21: Přehled počtu návštěvníků**

Počet turistů	Počet výletníků	Celkový počet návštěvníků	Průměrný denní počet návštěvníků
15 949	3 038	18 987	52

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Jak můžeme vidět, průměrný denní počet návštěvníků je malý. Provedený výpočet totiž obsahuje značné nesrovnalosti, neboť počet návštěvníků této turistické destinace není možné z běžných údajů zjistit. Proto jsme se snažili vyjít alespoň z údajů o místních poplatcích. Nepřesnosti ve výpočtu vznikají především z těchto důvodů:

- v poplatcích nejsou zahrnuti návštěvníci mladší 18 let, důchodci, postižení, apod.
- v několika případech se liší místní poplatek v sezóně a mimo sezónu, nejsou však k dispozici data rozdělená do těchto období
- jedná se o průměr ze vzorku 300 turistů

- nelze stoprocentně spoléhat na poměr turistů a výletníků zjištěných v dotazníkovém šetření, neboť zachytit výletníka při jeho účasti na cestovním ruchu je mnohem složitější než u turistů.
- vzhledem k existenci nevidovaných ubytovacích zařízení nejsou do výpočtu turistů zahrnuti všichni
- do výpočtu také nejsou zahrnuti ti, kteří vlastní chaty či chalupy

Značná nepřesnost získaného výsledku je patrná např. z počtu návštěvníků hradu Landštejna. V roce 2006 byl počet návštěvníků následující:

**Tab. č. 22: Počet návštěvníků hradu Landštejna**

<b>Měsíc</b>	<b>Počet návštěvníků</b>
duben	1 496
květen	4 576
červen	5 450
červenec	14 593
srpen	15 312
září	5 260
říjen	1 209
<b>Celkem</b>	<b>47 896</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Jak můžeme vidět z tabulky, Českou Kanadu v roce 2006 navštívilo minimálně 47 896 lidí, už jen tím, že zavítali na hrad Landštejn. Průměrný denní počet návštěvníků hradu je tedy 131, a to zdaleka nezahrnuje návštěvníky jiných atraktivit, kteří se na hrad Landštejn podívat vůbec nepřijeli. V porovnání s předchozím výsledkem 52 návštěvníků za den je tedy toto číslo mnohem větší.

Z ukázky je patrné, že problematika výpočtu návštěvníků v turistické destinaci není zcela dořešená. Stále existuje mnoho nevyřešených faktorů, které tak daný výsledek značně zkreslují. Jelikož za přírodní park Česká Kanada nejsou zjišťovány statistické údaje jako na

úrovni regionů či krajů, vypočítat alespoň přibližný počet návštěvníků je z výše zmíněných důvodů téměř nemožné. Podrobnější zdůvodnění použitých metodických kroků a postupů výpočtu průměrného počtu návštěvníků lze nalézt v závěrečné práci grantového projektu IGA.

Pro potřeby této diplomové práce budeme dále počítat alespoň s výsledkem, který byl zjištěn na základě statistických údajů obcí spolu s dotazníkovým šetřením, i přes veškeré zmíněné nesrovnalosti.

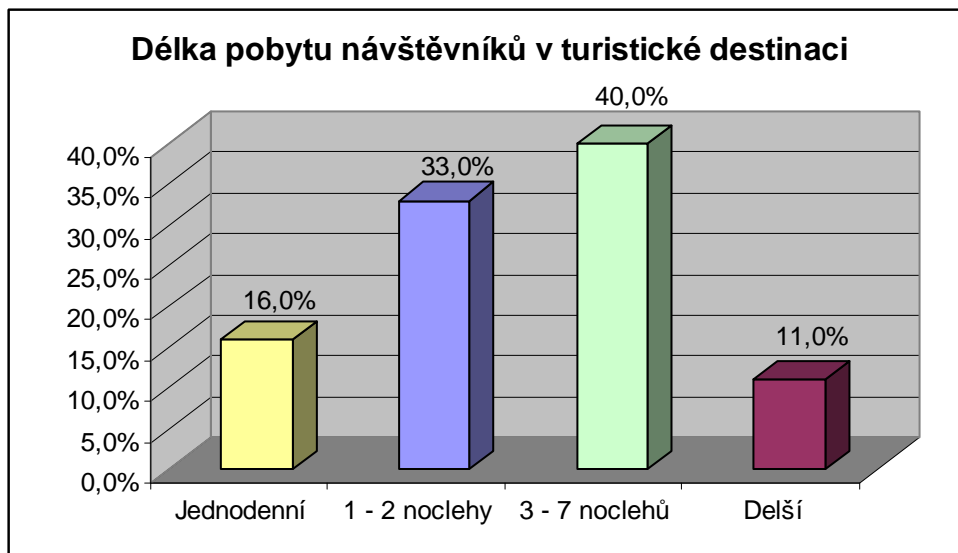
Průměrný denní počet návštěvníků je tedy 52.

### ***7.3 Průměrný počet dnů strávených v turistické destinaci***

Třetím a zároveň posledním činitelem atraktivity turistické destinace je průměrný počet dnů v ní strávených (*f*).

Při výpočtu průměr opět vycházím z dat získaných z dotazníkového šetření. Vzhledem k již zmiňovanému rozdělení návštěvníků na turisty a výletníky, přikládám graf, který obsahuje data od návštěvníků jako celku.

**Graf č. 25: Délka pobytu návštěvníků v turistické destinaci**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z grafu je patrné zvyšování počtu návštěvníků z hlediska délky jejich pobytu v turistické destinaci Česká Kanada. 16% návštěvníků tvoří právě výletníci. Zbylí návštěvníci (84%) jsou považováni za turisty. 33% návštěvníků stráví v České Kanadě 1 – 2 noci (např.



víkendový pobyt), nejvyšší počet (40%) zůstane v destinaci 3-7 nocí (např. týdenní pobyt) a pouze 11% se v turistické destinaci zdrží déle než týden.

Absolutní rozdělení návštěvníků v rámci jednotlivých odpovědí je součástí následující tabulky:

**Tab. č. 23: Délka pobytu návštěvníků**

<b>Délka pobytu</b>	<b>Počet návštěvníků</b>
bez noclehu	48
1–2 noclehy	99
3–7 noclehů	120
delší	33

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Vzhledem ke stejnému problému intervalových odpovědí jako u průměrné vzdálenosti bydliště od turistické destinace, bude i tentokrát k výpočtu průměru použit expertní odhad jednotlivých stanovených délek pobytu. U výletníků, kteří v dané turistické destinaci nepřenocují, byla stanovena délka pobytu 1 den. Při 1–2 nocležích je počítáno s délkou pobytu 1-3 dny, tudíž střední hodnota intervalu činí 2 strávené dny v destinaci. U intervalu 3–7 noclehů bereme v potaz maximální hodnotu (7 dní), neboť většina ubytovacích zařízení ubytovává návštěvníky na týdenní či dvoutýdenní pobyt. Stejně je to tedy i pro pobyt delší než 7 dní. Zde je počítáno s hodnotou 14 dnů.

**Tab. č. 24: Střední hodnoty délky pobytu návštěvníků**

<b>Délka pobytu</b>	<b>Počet návštěvníků</b>
1 den	48
2 dny	99
7 dní	120
14 dní	33

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Návštěvníci tedy stráví v turistické destinaci průměrně 5,16 dní.

## 7.4 Atraktivita turistické destinace

Známe-li tedy všechny hodnoty potřebné k výpočtu atraktivity turistické destinace, můžeme přistoupit k výpočtu.

Konkrétní hodnoty činitelů obsahuje tabulka:

**Tab. č. 25: Hodnoty jednotlivých činitelů atraktivity turistické destinace**

Činitel	Průměrná vzdálenost bydlíště od destinace	Průměrný denní počet návštěvníků	Průměrný počet dnů strávených v destinaci
Označení	$d$	$n$	$f$
Hodnota	213	52	5,16

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejprve spočtíme tzv. ochotu k návštěvě:

$$\text{ochota k návštěvě (km/den)} = d * n,$$

$$\text{ochota k návštěvě (km/den)} = 213 * 52 = 11\,076.$$

Návštěvníci tedy z důvodu návštěvy turistické destinace denně ujedou 11 076 km.

Jelikož známe i průměrný počet dnů strávených v turistické destinaci, můžeme vypočítat i atraktivitu destinace:

$$\text{atraktivita turistické destinace} = d * n * f / 1000,$$

$$\text{atraktivita turistické destinace} = 213 * 52 * 5,16 / 1000 = 57,15.$$

Všechny výsledné hodnoty jsou sepsány do následující tabulky:

**Tab. č. 26: Atraktivita turistické destinace**

	Počty návštěvníků		Průměrná vzdálenost v km	Průměrný počet dnů	Ochota k návštěvě (km/den)	Atraktivita turistické destinace
	za rok	za den				
<b>Hodnota</b>	18 987	52	213	5,16	11 076	57,15

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Atraktivita turistické destinace nám tedy vyšla 57,15. Toto číslo má vypovídací schopnost pouze v porovnání s jinými, charakterově stejnými turistickými destinacemi.

Z výzkumu doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc., který se touto problematikou již dlouho zabývá, máme k dispozici pouze výsledné atraktivity za jednotlivé regiony a za vybrané obce ČR.

**Tab. č. 27: Atraktivita jednotlivých regionů**

Pořadí	Region	ATD	
		hodnota	% průměru
1.	Praha	65 570	779
2.	Okolí Prahy	12 039	143
3.	Jižní Morava	8 132	97
4.	Šumava	7 836	93
5.	Západočeské lázně	5 156	61
6.	Severní Morava a Slezsko	4 706	56
7.	Krkonoše	4 688	56
8.	Jižní Čechy	4 556	54
9.	Východní Čechy	2 991	36
10.	Vysočina	2 653	32
11.	Střední Morava	2 074	25
12.	Severozápadní Čechy	2 048	24
13.	Český sever	1 822	22
14.	Český ráj	1 023	12
15.	Plzeňsko	889	11

*Zdroj: Lze měřit atraktivitu turistické destinace? Dostupný z WWW <www.cotbusiness.cz>*

V tabulce můžeme vidět, že hodnoty atraktivity počítané podle stejného vzorce mají mnohonásobně vyšší hodnotu. Pohybují se minimálně od 889 (Plzeňsko) do 65 570 (Praha).

Atraktivita přírodního parku Česká Kanada je pouhých 57,15 a vychází tak jako nejnižší. To je částečně dáno velikostí turistické destinace (přírodní park X region) a především již několikrát zmíněnými nepřesnostmi ve výpočtu průměrného počtu návštěvníků.

**Tab. č. 28: Atraktivita vybraných obcí ČR**

<b>Obec</b>	<b>Atraktivita turistické destinace</b>
Jindřichův Hradec	760
České Budějovice	2 970
Kutná Hora	810
Olomouc	2 680
Brno	2 820
Karlovy Vary	8 370
Domažlice	10
Kvilda	150
Strakonice	130
Nová Bystřice	60

*Zdroj: Vlastní zpracování, podklad: Atraktivita vybraných obcí ČR pro turisty a výletníky.*

*Dostupný z WWW <[www.cotbusiness.cz](http://www.cotbusiness.cz)>*

Z této tabulky jsou patrné velké rozdíly ve výsledcích atraktivity obcí ČR. Např. Karlovy Vary dosahují atraktivity ve výši 8 370, oproti tomu např. Domažlice pouhých 10.

Všimněme si však posledního řádku, který vyjadřuje hodnotu atraktivity turistické destinace v obci Nová Bystřice, jež je součástí přírodního parku Česká Kanada. Zde se vypočtená atraktivita České Kanady (57,15) a obce Nové Bystřice (60) liší velmi málo.

Atraktivita se tedy dá použít pro porovnávání jednotlivých turistických destinací podobného charakteru či pro zjišťování vývoje destinace v čase. Vzhledem k nedostatku podkladů pro srovnávání atraktivit jsem v této práci přistoupila k porovnání alespoň s regiony a vybranými obcemi.

Z výzkumů doc. RNDr. Jiřího Vaníčka, CSc. také vyplývá, že atraktivita turistické destinace lze využít k výpočtu ekonomických přínosů cestovního ruchu pro danou destinaci. Pro výpočet této veličiny bychom však potřebovali podrobnější analýzu, neboť z dat, které jsou nyní k dispozici, vypočtená hodnota pro oblast neodpovídá.

# 8 Zhodnocení vhodnosti existujících přístupů a návrhy na zlepšení

## 8.1 Zhodnocení vhodnosti existujících přístupů

Měření atraktivity turistické destinace podle zmiňovaného vzorce je vhodným nástrojem pro porovnávání různých území stejné stupně, tedy obcí, mikroregionů, regionů či jinak vymezených oblastí jako v případě této diplomové práce. Pomocí výsledné atraktivity tak můžeme jednotlivá místa nejen porovnat, ale především získat zpětnou vazbu pro management a marketing turistické destinace z hlediska realizace marketingových či jiných rozhodnutí.

Kromě vhodnosti této veličiny pro porovnávání různých destinací ji také můžeme využít pro stanovení časových řad atraktivity. Můžeme tak sledovat vývoj atraktivity v čase a tomu opět přizpůsobovat řízení a s ním spojená rozhodnutí.

Při porovnávání však musíme být opatrní, neboť podíváme-li se na případné turistické destinace, které srovnáváme, mělo by být jejich vymezené území z hlediska rozlohy a hustoty osídlení podobné. Atraktivita turistické destinace by proto ve svém výsledku měla být o tento faktor upravena.

Dalším důležitým faktorem, který určitou měrou atraktivitu ovlivňuje, je především četnost návštěv turistické destinace.

## 8.2 Návrhy na zlepšení či modifikace vzorce ATD

Četnost návštěv i ochota k návratu do turistické destinace byla součástí dotazníkového šetření. Proto můžeme při úpravách vycházet z konkrétních čísel.

Zopakujme si však v krátkosti činitele atraktivity turistické destinace a její výpočet:

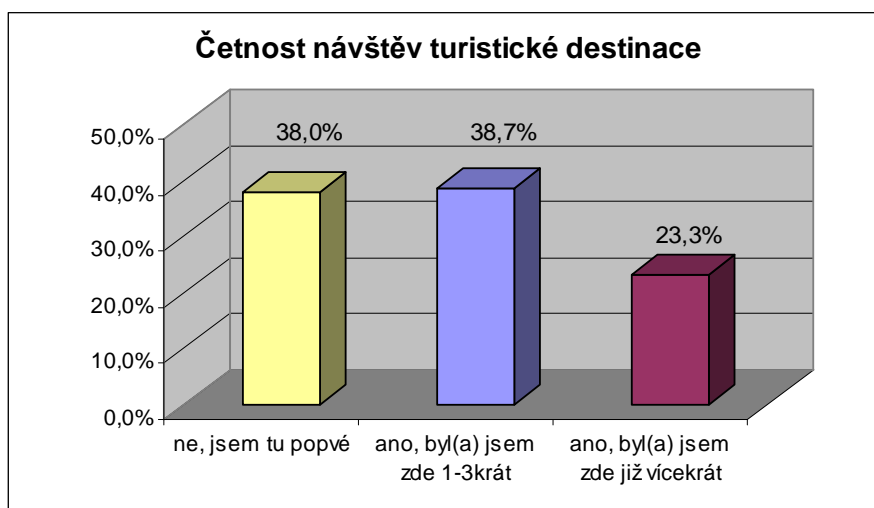
- průměrná vzdálenost místa bydliště návštěvníka od turistické destinace
- průměrný počet návštěvníků za den v destinaci
- průměrný počet dnů strávených v destinaci

$$\rightarrow \text{atraktivita turistické destinace (ATD)} = d * n * f / 1000.$$

## Koeficient četnosti návštěv

Nyní se tedy budeme zabývat četností návštěv. Nejprve si však připomeňme odpovědi za návštěvníky jako celek, nikoliv v rozdělení na turisty a výletníky, jak bylo uvedeno v 6. kapitole.

**Graf č. 26: Četnost návštěv turistické destinace**



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z grafu vidíme, že 76,7% návštěvníků již někdy dříve turistickou destinaci navštívili. Necelá čtvrtina návštěvníků pak do České Kanady přijela úplně poprvé.

Možným řešením, jak zakomponovat tento faktor do měření atraktivity turistické destinace je stanovení jednotlivých koeficientů a jejich následný vážený průměr. Rozmezí jednotlivých počátečních koeficientů jsem stanovila mezi 1 až 2 (obdobně jako u váhových koeficientů pro výpočet potenciálu oblastí v 5. kapitole, str.51). Výsledný koeficient četnosti návštěv pak označme např.  $c_1$ .

### Postup stanovení faktoru $c$ - Četnost návštěv:

Návštěvníci, kteří uvedli, že jsou v turistické destinaci poprvé, jsou pro turistickou destinaci nováčky. Hodnota koeficientu byla tedy ponechána na počáteční hodnotě 1 tak, aby nijak neovlivňovala další výpočet. Ostatní návštěvníci se do turistické destinace již minimálně jednou vrátili, proto jsem k odpovědi „ano, byl(a) jsem zde 1 až 3 krát“ připojila koeficient 1,5 jako střední hodnotu a odpovědi „ano, byl(a) jsem zde již vícekrát“ jsem dala koeficient 2. Koeficienty 1 – 2 jsou analogií k procentnímu navýšení 0 – 100%.

Pomocí počtu návštěvníků a koeficientů pak stanovíme vážený průměr. Dostaneme tak koeficient  $c_1$ , který bude dalším činitelem ve vzorci atraktivity turistické destinace.

Následující tabulka obsahuje konkrétní příklad výpočtu v dané turistické destinaci Česká Kanada.

**Tab.č. 29: Výpočet koeficientu četnosti návštěvy turistické destinace**

Četnost návštěvy	Počet návštěvníků	Koeficient	Počet návštěvníků * koeficient	Koeficient četnosti návštěv
ne, jsem tu poprvé	114	1	114	1,43
ano, byl(a) jsem zde 1 až 3 krát	116	1,5	174	
ano, byl(a) jsem zde již vícekrát	70	2	140	

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Koeficient četnosti návštěv činí 1,43 a bude jím dále vynásobena původní hodnota vyčíslené atraktivity turistické destinace.

Aby byl výsledek přesnější, bylo by vhodné do něj zakomponovat ještě údaje o další předpokládané návštěvě, neboť pouze podle minulého chování (četnost návštěv) nemůžeme určit, zda se návštěvník do turistické destinace vrátí.

Data ohledně další předpokládané návštěvě máme opět k dispozici z dotazníkového šetření. Jednou z možností je tedy koeficient  $c_1$  ještě zohlednit o předpoklad další návštěvy turistické destinace -  $c_2$ .

### **Modifikace vzorce atraktivity turistické destinace**

Modifikovaný vzorec atraktivity turistické destinace má tedy nyní tuto podobu:

$$\rightarrow \text{atraktivita turistické destinace (ATD)} = d * n * f / 1000 * c_1 * c_2.$$



### ***8.3 Návrhy na zjišťování počtu návštěvníků***

Jak jsem již několikrát zmiňovala, zjistit alespoň přibližný počet návštěvníků přírodního parku Česká Kanada je téměř nemožné. Při výpočtu bylo nevyhnutelné počítat průměrný počet návštěvníků podle statistických údajů obcí, konkrétně z vybraných rekreačních poplatků, neboť to byla jediná možná dostupná data.

Tento způsob výpočtu však přináší řadu nepřesností, které byly již vyjmenovány v podkapitole 7.2., na str. 87.

Přitom většina těchto problémů s výpočtem by šla vyřešit pomocí evidence ubytovatelů, která by se neodevzdávala povinně pouze některým státním orgánům, ale i na příslušný obecní úřad, který by vše evidoval.

Úřady by tak vedly údaje nejen za vybrané poplatky, ale i o počtech hostů. Většina nepřesností o počtu návštěvníků – turistů – by tak byla odstraněna. Vzhledem k časté rozdílnosti místních poplatků v sezóně a mimo ni a zároveň neexistenci dat rozložených do těchto období, bych navrhovala vést evidenci počtu ubytovaných návštěvníků po měsících a sledovat poplatky odděleně. Důvodem pro zjednodušení této evidence je pak přímo zavedení jednotného rekreačního poplatku.

Pokud by obce měly k dispozici údaje o počtu ubytovaných návštěvníků, mohly by snáze samy provést malý výzkum ohledně ostatních veličin vzorce atraktivity turistické destinace a danou atraktivitu požadovaného území stanovit. Snadno by se pak dala vypočítat i atraktivita celé turistické destinace přírodního parku Česká Kanada, která by byla porovnatelná s ostatními oblastmi podobného charakteru. Mimoto by tento každoročně stanovený ukazatel mohl ukázat vývoj atraktivity České Kanady v čase. Výsledky by tak byly použitelné pro destinační management a marketing pro dané území.

# Závěr

Tato diplomová práce se zabývá měřením potenciálu a atraktivity turistické destinace na příkladu přírodního parku Česká Kanada. Vzhledem k přilehlým oblastem charakterizovaným místy významných turistických cílů a soustředěného cestovního ruchu, místy vykazujících značné ubytovací kapacity a potenciál, jsem přistoupila k rozšíření této turistické destinace o konkrétní území definované ve 4. kapitole.

Základem pro existenci atraktivity je potenciál turistické destinace, který se dá vymezit v rámci přírodního a kulturního subsystému. Analýza potenciálu České Kanady je zpracována v 5. kapitole. Vzhledem k nerovnoměrnému rozmístění jednotlivých atraktivit v turistické destinaci jsem přírodní park rozdělila na 9 oblastí a poté v nich určila přírodní, kulturní a celkový potenciál. Konečným bodem této kapitoly bylo zařazení jednotlivých zvolených oblastí do konkrétních zón potenciálu cestovního ruchu.

V celkovém hodnocení potenciálu na tom nejlépe byla Oblast č. 9 – Slavonice, která vykazovala velmi vysoký potenciál (59,8%). Ten byl tvořen jak vysokou hodnotou přírodního potenciálu (52%), tak i potenciálu kulturního (70,9%). Oblast Slavonic byla vůbec jediná, která takto vysokého hodnocení potenciálu dosáhla. Naopak pouze se základním potenciálem (7,9%) se potýká Oblast. č. 5 – Číměř. Kulturní potenciál je zde úplně na nule. Kladného hodnocení tato oblast dosahuje jen díky alespoň zvýšené hodnotě přírodního potenciálu (13,5%). Zvýšeného potenciálu dosáhla v souhrnu Oblast. č.3 – Olšany/Heřmaněč, opět spíše s převládajícím přírodním potenciálem. Zbylé oblasti České Kanady vykazují vysoký potenciál pohybující se mezi 20,1% – 50%.

Důležitou kapitolou obsahující základní podklady pro měření atraktivity turistické destinace je 6. kapitola – Monitoring turistické destinace. Můžeme se zde seznámit s profilem návštěvníků v členění na turisty a výletníky. Velký podíl turistů (85,4%) se zdrží déle než jeden den, 51,2% z nich pak v destinaci přenocuje 3 – 7 krát. Právě délky pobytu návštěvníků jsou jednou ze složek měření atraktivity turistické destinace. Dalším důležitým bodem jsou vzdálenosti místa bydliště návštěvníka od místa pobytu. Nejvíce návštěvníků (58,3%) překonává vzdálenost větší než 100 km. Poslední složkou atraktivity turistické destinace je počet návštěvníků. Jeho stanovení však přináší problémy, neboť nelze přesně vypočítat počet lidí, kteří hranice dané turistické destinace překročí. I přes to však lze s vědomím určité nepřesnosti použít nepřímé metody výpočtu a daný počet stanovit. Podkladem pro počet

turistů mohou být jednak statistické údaje obcí a také jednotlivá ubytovací zařízení, která však nemají povinnost tyto údaje sdělovat. Získat však tyto údaje v praxi je poměrně těžké, neboť statistický úřad tak činí pouze výběrově a obce většinou evidují pouze celkové částky místních poplatků za rekreační pobyt. Odhad počtu turistů a výletníků je možné stanovit na základě poměru zjištěného z dotazníkového šetření.

Měření atraktivity turistické destinace je vhodným nástrojem k porovnávání jednotlivých oblastí stejného charakteru. Pomocí výsledků veličiny ATD lze především získat zpětnou vazbu pro destinační management a využít těchto informací pro realizaci zejména marketingových rozhodnutí. Pomocí časových řad složených z jednotlivých ATD také můžeme sledovat vývoj atraktivity turistické destinace v čase a tomu opět přizpůsobovat jednotlivá rozhodnutí.

Vzorec používaný pro měření atraktivity turistické destinace byl sestaven analogicky na základě původního vzorce měření atraktivity obchodu. V atraktivitě obchodu se jednalo o průměrnou vzdálenost místa bydliště od obchodu, průměrný počet zákazníků v daném obchodě za den a třetí hodnotu tvořila četnost návštěv v obchodě za měsíc. Právě tento třetí činitel byl v atraktivitě turistické destinace nahrazen průměrným počtem dnů strávených v destinaci. Četnost návštěv tedy byla ze vzorce definitivně odstraněna.

Domnívám se však, že odstranění tohoto činitele ovlivňuje výslednou hodnotu atraktivity turistické destinace a výsledek se tak stává pro marketingová rozhodnutí a řízení cestovního ruchu nepřesným a zkreslujícím. Proto jsem k danému vzorci atraktivity turistické destinace přidala ještě jeden důležitý faktor, který o atraktivitě destinace hodně vypovídá. Jedná se o faktor četnosti návštěv vyjádřený pomocí koeficientu. Výsledná hodnota atraktivity by pak byla vyšší. Pro případné porovnání s jinými oblastmi stejného charakteru je zapotřebí dodržovat tuto stanovenou metodiku.

Ani tato modifikovaná forma výpočtu atraktivity však stále nemusí zcela vypovídat o skutečné intenzitě cestovního ruchu v dané turistické destinaci. Existuje celá řada nehmotných faktorů, kterými je např. sama image turistické destinace, blízkost jiné významné oblasti či přímo některá strategická rozhodnutí destinačního managementu a marketingu. Tyto faktory potom atraktivitu turistické destinace do značné míry, ať už pozitivně či negativně, také ovlivňují.

Cíle diplomové práce se tedy podařilo naplnit. Výpočet atraktivity turistické destinace je možné použít i na oblast České Kanady, avšak s jistými nepřesnostmi, které tak snižují

vypovídací schopnost ukazatelů. Tyto nepřesnosti jsou uvedeny na str. 87 v podkapitole 7.2. Týkají se zejména stanovení průměrného počtu návštěvníků turistické destinace, kdy hlavním problémem je špatná dostupnost potřebných dat. Podklady pro výpočet průměrného počtu návštěvníků mají k dispozici pouze některé státní orgány a tyto informace jsou neveřejné. Možným řešením by však bylo zavést povinnost ubytovacím zařízením odevzdávat údaje o počtu ubytovaných návštěvníků také příslušným obecním úřadům. Úřady by tak měly tato data k dispozici a mohly by je používat pro potřeby destinačního managementu a marketingu.

Cílem destinačního managementu a marketingu by pak mělo být přilákat jak nové návštěvníky, tak nabídnout něco nového i těm stávajícím. V neposlední řadě toho lze dosáhnout pomocí zvyšování kvality poskytovaných služeb. V každé turistické destinaci je samozřejmě příliv turistů vítán, neboť pro destinaci tak z cestovního ruchu plynou především ekonomické přínosy. Je však nutné předem definovat únosné zatížení turistické destinace, a to nejen z hlediska fyzicky, ale především z hlediska ekologicky či socio-kulturně únosné kapacity. U přírodního parku jakým je Česká Kanada je pak zvláště důležité se tomuto zatížení věnovat, a to zejména v souvislosti s ochranou životního prostředí, zachováním přírodních památek a kulturních hodnot.

# Literatura

## Knižní publikace

- [1] DAVID, P., SOUKUP, V.: *Skvosty hradů*. Euromedia Group, k.s., Praha 2006. ISBN 978-80-242-1831-1
- [2] DAVID, P., SOUKUP, V.: *Velká turistická encyklopedie – JIHOČESKÝ KRAJ*. Euromedia Group, k.s., Praha 2008. ISBN 978-80-242-2075-8
- [3] FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0719-1
- [4] HESKOVÁ, M.: *Základní problémy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. ISBN 80-7079-047-4
- [5] INDROVÁ, J.: *Cestovní ruch I*. VŠE Praha : Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0799-4
- [6] Redakce časopisu Země světa v edici České regiony: *Jindřichohradecko/Česká Kanada*. GeoBohemia, s.r.o., Praha 2007. ISBN 978-80-239-9342-4
- [7] *Universum: všeobecná encyklopedie (2.díl/C-E)*. Euromedia Group, k.s. - Odeon, Praha 2000. ISBN 80-207-1062-0

## Ostatní tištěné zdroje

- [8] BÁRTŮ, L.: *Analýza a hodnocení vybraných ukazatelů pro řízení cestovního ruchu v destinacích České Budějovice, Jindřichův Hradec, Karlovy Vary*. 2006. Diplomová práce
- [9] *Třeboňsko, Česká Kanada, cykloturistická mapa 1:50000*. Kartografie PRAHA, a.s. 2007. ISBN 978-80-7011-978-5
- [10] VANÍČEK, J., BRČÁKOVÁ, H., KULHÁNKOVÁ, J.. *Vliv polohy a atraktivity destinace na aktivní cestovní ruch : Jindřichův Hradec a Písek*. In *Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství: Sborník referátů z 9. mezinárodní vědecké konference*. 2004. ISBN 80-7040-690-9
- [11] VANÍČEK, J., VAISOVÁ, V.. *Vliv charakteru destinace na strukturu návštěvníků ubytovacích zařízení*. In *Cestovní ruch, regionální rozvoj a školství: Trvale udržitelný rozvoj a turismus: 10. ročník mezinárodní vědecké konference*. 2005. ISBN 80-7040-766-2

- [12] Zákon č 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny
- [13] *Zimní mapa Česká Kanada*. Praha 2006. TOPOGRAF spol. s r.o.. ISBN 80-86999-05-X

## Časopisy a jiná periodika

- [14] BÍNA, J.: *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky*. Urbanismus a územní rozvoj [online]. 2002 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-01/01.pdf](http://www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-01/01.pdf)>
- [15] BURKETOVÁ, R.: *Satelitní účet přinese podrobnější informace o cestovním ruchu*. COT business [online]. 2006 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [16] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD.: *Satelitní účet cestovního ruchu ČR*. COT business [online]. 2007 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [17] CHALOUPKA, R.: *Vláda schválila novou Koncepci státní politiky cestovního ruchu*. COT business [online]. 2008 [cit. 2008-03-07]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [18] KOVAŘÍK, P.: *Atraktivita a benchmarking turistických regionů*. COT business [online]. 2008 [cit. 2008-03-07]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [19] MAG CONSULTING.: *Satelitní účet – nástroj k měření přínosů cestovního ruchu*. COT business [online]. 2002 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [20] MAG CONSULTING.: *Satelitní účet cestovního ruchu – 2. část*. COT business [online]. 2002 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [21] MAG CONSULTING.: *Satelitní účet cestovního ruchu*. COT business [online]. 2002 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [22] ŠTĚPANOVSÁ, R.: *Potenciál organizované turistiky pro rozvoj cestovního ruchu v České republice*. COT business [online]. 2008 [cit. 2008-03-07]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [23] ŠTĚPANOVSÁ, R.: *Přínos organizované turistiky k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu*. COT business [online]. 2003 [cit. 2008-03-07]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [24] VANÍČEK, J., JAHN, A.: *Potenciál cestovního ruchu a atraktivita a turistické destinace*. COT business [online]. 2005 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>

- [25] VANÍČEK, J.: *Atraktivita vybraných obcí ČR pro turisty a výletníky*. COT business [online]. 2006 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [26] VANÍČEK, J.: *Co lze a co nelze vyčíst z monitoringu návštěvníků v turistických regionech*. COT business [online]. 2006 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [27] VANÍČEK, J.: *Lze měřit atraktivitu turistické destinace?*. COT business [online]. 2006 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.cot.cz](http://www.cot.cz)>
- [28] VEPŘEK, K.: *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití v územních plánech VÚC*. Urbanismus a územní rozvoj [online]. 2002 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <[www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-03/05.pdf](http://www.uur.cz/images/publikace/uur/2002/2002-03/05.pdf)>

## Ostatní zdroje

- [29] *133 premiér v České republice 2006. Maříž* [online]. 2008 [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <[ftp.czechtourism.com/133premier/cz/cd/photos/memories/088/1.jpg](http://ftp.czechtourism.com/133premier/cz/cd/photos/memories/088/1.jpg)>
- [30] *Agentura ochrany přírody a krajiny ČR* [online]. [cit. 2008-03-26]. Dostupný z WWW: <[www.ochranaprirody.cz](http://www.ochranaprirody.cz)>
- [31] *Areál československého opevnění 1935-1938* [online]. 2007 [cit. 2008-02-16]. Dostupný z WWW: <[www.slavonice.cz/main.php?Cislo=915&TID=69&TUser=3](http://www.slavonice.cz/main.php?Cislo=915&TID=69&TUser=3)>
- [32] *Biskiti.cz. Slavonice* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <[www.biskiti.cz/assets/images/biskitoviny/slavonice.jpg](http://www.biskiti.cz/assets/images/biskitoviny/slavonice.jpg)>
- [33] *CzechAtlas.cz. Nová Bystřice* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <[www.czechatlas.com/south-bohemian-region/nova-bystrice](http://www.czechatlas.com/south-bohemian-region/nova-bystrice)>
- [34] *CzechTourism* [online]. 2003 [cit. 2007-12-10]. Dostupný z WWW: <[www.czechtourism.cz/?show=002025](http://www.czechtourism.cz/?show=002025)>
- [35] *Česká Kanada* [online]. 2002 [cit. 2007-09-12]. Dostupný z WWW: <[www.rudolec.cz/kanad-cz.html](http://www.rudolec.cz/kanad-cz.html)>
- [36] *Česká Kanada* [online]. 2007 [cit. 2007-09-12]. Dostupný z WWW: <[www.ceska-kanada.info](http://www.ceska-kanada.info)>

- [37] *Česká Kanada* [online]. 2007 [cit. 2008-12-10]. Dostupný z WWW:  
<[www.ingema.net/clanek.php?id=712](http://www.ingema.net/clanek.php?id=712)>
- [38] *Horydoly.cz. Jindřichohradecká úzkokolejka* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <[www.horydoly.cz/pictures/ratmirov\\_maly\\_zeleznice.jpg](http://www.horydoly.cz/pictures/ratmirov_maly_zeleznice.jpg)>
- [39] *Hrad Landštejn* [online]. 2008 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW:  
<[www.hradlandstejn.cz](http://www.hradlandstejn.cz)>
- [40] *Chráněná území v Česku* [online]. 2008 [cit. 2008-03-28]. Dostupný z WWW:  
<[cs.wikipedia.org/wiki/Chr%C3%A1n%C4%9Bn%C3%A1\\_%C3%BAzem%C3%AD\\_v\\_%C4%8Cesku](http://cs.wikipedia.org/wiki/Chr%C3%A1n%C4%9Bn%C3%A1_%C3%BAzem%C3%AD_v_%C4%8Cesku)>
- [41] *Jindřichohradecké místní dráhy* [online]. [cit. 2007-09-12]. Dostupný z WWW:  
<[www.jhmd.cz](http://www.jhmd.cz)>
- [42] *Jindřichův Hradec a Česká Kanada* [online]. [cit. 2007-09-12]. Dostupný z WWW:  
<[www.novadomus.cz](http://www.novadomus.cz)>
- [43] *Jirka Chomát. Klášter* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW:  
<[www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2227](http://www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2227)>
- [44] *Jirka Chomát. Skalní útvary* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW:  
<[www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2242](http://www.chomat.net/fotografie/0802-kanada/foto-dscf2242)>
- [45] *Kaproun a Jára Cimrman* [online]. 2000 [cit. 2008-02-16]. Dostupný z WWW:  
<[www.jhmd.cz/company05c.htm](http://www.jhmd.cz/company05c.htm)>
- [46] *Mapy.cz.* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <[www.mapy.cz](http://www.mapy.cz)>
- [47] *Marketing destinace cestovního ruchu* [online]. 2003 [cit. 2008-03-07]. Dostupný z WWW: <[www.ckrumlov.cz/data/aktual/mesto/podklady\\_kiralova.ppt](http://www.ckrumlov.cz/data/aktual/mesto/podklady_kiralova.ppt)>
- [48] *Marketingová strategie rozvoje CR v turistickém regionu SMaS* [online]. 2005 [cit. 2008-01-15]. Dostupný z WWW: <[www.kr-moravskoslezsky.cz/zip/rr\\_ms\\_03.pdf](http://www.kr-moravskoslezsky.cz/zip/rr_ms_03.pdf)>
- [49] *Marketingový výzkum a měření atraktivity turistické destinace* [online]. 2007 [cit. 2008-01-15]. Dostupný z WWW: <[www.mandk.cz/view.php?cislocianku=2007010009](http://www.mandk.cz/view.php?cislocianku=2007010009)>
- [50] *Medvědí paseka. Hrad Landštejn* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW:  
<[www.medvedipaseka.cz/wp-content/landstejn-let.jpg](http://www.medvedipaseka.cz/wp-content/landstejn-let.jpg)>
- [51] *Mikroregion Zábřežsko* [online]. 2008 [cit. 2008-01-15]. Dostupný z WWW:  
<[www.zabrezsko.cz/wpimages/Mapa\\_CZ\\_big.png](http://www.zabrezsko.cz/wpimages/Mapa_CZ_big.png)>



- [52] *Nařízení Jihočeského kraje č. 1/2004 ze dne 6. dubna 2004 o přírodním parku Česká Kanada* [online]. 2004 [cit. 2007-12-10]. Dostupný z WWW: <portal.gov.cz>
- [53] *Okres Jindřichův Hradec* [online]. [cit. 2008-01-15]. Dostupný z WWW: <www2.czso.cz/xcedicniplan.nsf/t/070026EADB/\$File/133130m5.gif>
- [54] *Pfaffenschlag – zaniklá středověká osada* [online]. 2002 [cit. 2008-02-09]. Dostupný z WWW: <www.slavonice.cz/main.php?Cislo=72&TID=4&TUser=3>
- [55] *Příprava satelitního účtu cestovního ruchu v ČR – 2. Metodické vysvětlivky* [online]. 2004 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/o/1522-04--2\_\_metodicke\_vysvetlivky>
- [56] *Satelitní účet cestovního ruchu* [online]. 2003 [cit. 2008-01-14]. Dostupný z WWW: <www.magconsulting.cz/articleattachment.aspx?AttachmentID=446>
- [57] *Slavonice* [online]. 2008 [cit. 2008-02-08]. Dostupný z WWW: <cs.wikipedia.org/wiki/Slavonice>
- [58] *St.blog.cz. Pohraniční opevnění* [online]. [cit. 2008-03-19]. Dostupný z WWW: <st.blog.cz/d/deinonych.blog.cz/obrazky/4486762.jpg >
- [59] *Termíny, definice v CR* [online]. 2008 [cit. 2008-01-15]. Dostupný z WWW: <www.env.cz/AIS/web-pub.nsf/\$pid/MZPKBFB1O09O>
- [60] *VÍTEK, J.: V přírodním parku Česká Kanada.* [online]. 2006 [cit. 2008-12-10]. Dostupný z WWW: <www.mvcr.cz/casopisy/s/2006/33/pamatky.html>

# Seznam grafů, tabulek a obrázků

## Seznam grafů

1. Korelace mezi tržbami a atraktivitou turistické destinace.....	29
2. Váhové koeficienty.....	51
3. Porovnání přírodního a kulturního potenciálu v České Kanadě.....	59
4. Struktura návštěvníků.....	62
5. Struktura zahraničních návštěvníků.....	62
6. Typ návštěvníka.....	63
7. Délka pobytu turistů v turistické destinaci.....	63
8. Vzdálenost bydliště návštěvníků od místa pobytu.....	64
9. Způsob dopravy do turistické destinace.....	65
10. Četnost návštěv turistické destinace.....	66
11. Doprovod návštěvníka do turistické destinace.....	66
12. Návštěvníci dle důvodu návštěvy turistické destinace.....	67
13. Aktivity provozované v turistické destinaci.....	69
14. Předpokládaná další návštěva turistické destinace.....	71
15. Hodnocení vybraných služeb turisty.....	72
16. Hodnocení vybraných služeb výletníky.....	72
17. Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace – turisté.....	75
18. Hodnocení infrastruktury a vybavenosti destinace – výletníci.....	76
19. Hodnocení péče o rozvoj CR v destinaci – turisté.....	78
20. Hodnocení péče o rozvoj CR v destinaci – výletníci.....	79
21. Průměrná denní útrata návštěvníka.....	81
22. Věková struktura respondentů.....	82
23. Vzdálenost bydliště návštěvníka od turistické destinace.....	84

24. Typ návštěvníka.....	86
25. Délka pobytu návštěvníků v turistické destinaci.....	88
26. Četnost návštěv turistické destinace.....	95

## Seznam tabulek

1. Vyjádření intenzitních stupňů přírodního a kulturního potenciálu.....	49
2. Stanovené váhové koeficienty pro přírodní složky potenciálu.....	51
3. Stanovené váhové koeficienty pro kulturní složky potenciálu.....	51
4. Vyjádření intenzitních stupňů upravených o váhové koeficienty.....	52
5. Zóny potenciálu cestovního ruchu.....	55
6. Celkový potenciál jednotlivých oblastí.....	55
7. Přírodní složky potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě.....	57
8. Přírodní potenciál za jednotlivé oblasti.....	57
9. Kulturní složky potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě.....	58
10. Kulturní potenciál za jednotlivé oblasti.....	58
11. Porovnání návštěvníků turistické destinace dle důvodu jejich návštěvy.....	68
12. Porovnání návštěvníků turistické destinace dle provozovaných aktivit.....	70
13. Hodnocení vybraných služeb – turisté.....	73
14. Hodnocení vybraných služeb – výletníci.....	74
15. Hodnocení infrastruktury a vybavenosti turistické destinace – turisté.....	76
16. Hodnocení infrastruktury a vybavenosti turistické destinace – výletníci.....	77
17. Hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu – turisté.....	79
18. Hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu – výletníci.....	80
19. Dojezdová vzdálenost návštěvníků.....	83
20. Střední hodnoty dojezdových vzdáleností.....	85
21. Přehled počtu návštěvníků.....	86

22. Počet návštěvníků hradu Landštejna.....	87
23. Délka pobytu návštěvníků.....	89
24. Střední hodnoty délky pobytu návštěvníků.....	89
25. Hodnoty jednotlivých činitelů atraktivity turistické destinace.....	90
26. Atraktivita turistické destinace.....	91
27. Atraktivita jednotlivých regionů.....	91
28. Atraktivita vybraných obcí ČR.....	92
29. Výpočet koeficientu četnosti návštěvy turistické destinace.....	96

### **Seznam obrázků**

1. Zvláště chráněná území v ČR.....	16
2. Intenzitní zóny území jednotlivých obcí ČR.....	26
3. Znázornění území České Kanady.....	31
4. Slavonice.....	35
5. Maříž.....	36
6. Hrad Landštejn.....	37
7. Nová Bystřice.....	38
8. Klášter.....	40
9. Český Rudolec.....	41
10. Pohraniční opevnění.....	42
11. Skalní útvary.....	43
12. Jindřichohradecká úzkokolejka.....	44
13. Vyznačení turistické destinace Česká Kanada.....	45
14. Výzkumná oblast Česká Kanada.....	46
15. Vyznačení jednotlivých zón potenciálu cestovního ruchu v České Kanadě.....	56

# Seznam příloh

1. Postup výpočtu procentuálních hodnot pro zařazení do zón potenciálu cestovního ruchu
2. Dotazník pro návštěvníky regionu

## Příloha č. 1

### Postup výpočtu procentuálních hodnot pro zařazení do zón potenciálu cestovního ruchu

Ukažme si nyní výpočet úplně od začátku. Následující část tabulky je převzatá ze str. 49 z Tab. č. 1, kde jsou stanoveny jednotlivé intenzitní stupně potenciálu v oblastech České Kanady.

(a) Přírodní pozoruhodnosti	2	3	2	1	1	2	0	1	3
-----------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Poté byly stanoveny váhové koeficienty a jednotlivá bodová ohodnocení tak o ně byla upravena (intenzitní stupeň \* koeficient).

Pro náš příklad Přírodních pozoruhodností byl stanoven váhový koeficient 1,4. (viz. str. 51, Tab. č. 2). Z toho vzešla tabulka (str. 52, Tab. č. 4) byla rozšířena o sloupec Česká Kanada celkem, nyní označen žlutě.

(a) Přírodní pozoruhodnosti	2,8	4,2	2,8	1,4	1,4	2,8	0,0	1,4	4,2	21,0
-----------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

Dalším bodem ve výpočtu je stanovení možného maxima dosažených bodů. V našem příkladě tak možné maximum za Přírodní pozoruhodnosti mohlo dosáhnout hodnoty 3 (nejvyšší možný stupeň)\*9 (počet oblastí)\*1,4 (stanovený váhový koeficient) = 37,8 bodu.

Jelikož však tato složka dosáhla pouze 21 bodů z 37,8, je daná procentuální hodnota pro zařazení do zóny potenciálu  $21/37,8 = 55,6\%$ .

Tímto způsobem jsou vyčísleny i další procentuální hodnoty pro další jednotlivé přírodní i kulturní složky.

Obdobný je i výpočet pro jednotlivé oblasti, jen počítáme nikoliv s řádky, ale sloupci. Maximální dosažená hodnota v každém sloupci mohla dosáhnout 50,4 bodů.

## Příloha č. 2

### Dotazník pro návštěvníky regionu



IGA 45/07 Potenciál a zatížení oblasti cestovním ruchem v souvislosti s ochranou životního prostředí

Datum:

Lokalita:

Čís. dotazníku: KD

### DOTAZNÍK PRO NÁVŠTĚVNÍKY REGIONU

*Dobrý den, jsem tazatel(ka) z Fakulty managementu v Jindřichově Hradci provádějící průzkum návštěvníků, jehož účelem je monitorovat stav a změny týkající se cestovního ruchu v regionu České Kanady z Vašeho pohledu. Můžete mi prosím věnovat několik minut času? Rád(a) bych Vám položil(a) několik otázek týkajících se Vás a Vašich postřehů z pobytu v této oblasti. Pokud dotazník vyplníte sami, odpovídejte zakroužkováním čísla té možnosti, která nejlépe vyjadřuje Vaši situaci nebo Váš názor, příp. zaškrtnutím políčka. Dotazník je zcela anonymní.*

**1. Pocházíte z České republiky?**

- 1 ano  
2 ne - uveďte název státu: \_\_\_\_\_

*Otázky č. 2 a 3 pouze pro tuzemské návštěvníky:*

**2. Z kterého města či obce pocházíte?**

⊙

Město/obec: \_\_\_\_\_ Okres: \_\_\_\_\_

**3. Jak je Vaše bydliště přibližně daleko od tohoto místa dotazování?**

⊙

- 1 do 20 km  
2 21 až 50 km  
3 51 až 100 km  
4 nad 100 km

*Na následující otázky odpovídají všichni:*

**4. Jak jste sem přicestovali? (uveďte pouze 1 převažující způsob dopravy)**

- 1 autem (příp. na motocyklu)  
2 vlakem  
3 autobusem - linkovým  
4 autobusem - se zájezdem  
5 na kole  
6 pěšky  
7 jinak: \_\_\_\_\_

**5. Jak dlouhý bude Váš pobyt zde?**

- 1 jednodenní - bez noclehu  
2 1 až 2 noclehy (např. víkendový)  
3 3 až 7 noclehů (např. týden)  
4 Delší

**6. Už jste někdy navštívil(a) tento region?**

- 1 ne, jsem tu poprvé  
2 ano, byl(a) jsem zde 1 až 3 krát  
3 ano, byl(a) jsem zde již vícekrát

**7. S kým jste sem přijel(a)? (vyberte pouze 1 odpověď)**

- 1 sám / sama  
2 s partnerem, partnerkou, přáteli, známými apod.  
3 s malými dětmi / dítětem (alespoň jedno předškolního věku)  
4 se staršími dětmi / dítětem (školního věku)

**8. Kde jste zde ubytován(a)?**

- 1 hotel \*\*\* nebo více  
2 hotel \* nebo \*\*, Garni, motel  
3 penzion  
4 kemp / tábořiště (stan, chatka, karavan)

*pokračování na další straně*

- 5 jiné hromadné ubytovací zařízení (ubytovna, hostel apod.)
- 6 pronajatý pokoj, apartmán apod.
- 7 pronajatá chata nebo chalupa (i část)
- 8 u známých / příbuzných, případně vlastní chata / chalupa
- 9 nejsem zde ubytován(a)

**9. Stravujete se zde v restauračních zařízeních?**

- 1 ano - téměř vždy
- 2 částečně - jak kdy
- 3 ne - téměř nikdy

**10. Převažujícím důvodem Vaší návštěvy v tomto regionu je:**

(vyberte 1 převažující odpověď a případně 2 doplňkové)

- |   | př                       | dop                      |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1 poznání - návštěvy turistických atraktivit, historie, architektura, kultura, folklór apod.    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 relaxace - rekreace, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky, koupání apod.                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 turistika a sport - pěší túry, cykloturistika, jízda na koni, vodáctví, tenis, lyžování apod. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 zdraví - lázně, rehabilitace, léčení apod.  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 práce - služební cesta, školení, konference, obchod apod.                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 zábava - společenské aktivity s přáteli, hry, noční život, dobré jídlo, pití apod.            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 nákupy, oběd/večeře   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 návštěva příbuzných nebo známých  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 tranzit (pouze tudy projíždím)  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**11. Které aktivity v tomto regionu provozujete? (zaškrtněte max. 3 odpovědi u každé kategorie)**

- |  | převážně                 | doplňkově                |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1 pěší turistika   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 cykloturistika   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 koupání, vodní sporty  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 lyžování, zimní sporty   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 jiný aktivní sport (golf, volejbal, létání apod.)                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 péče o fyzickou a duševní kondici (fitness, rehabilitace apod.)          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 poznávací turistika (návštěvy hradů, zámků, památek, muzeí, apod.)       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 venkovská turistika (agroturistika, pobyt na farmě, jízda na koni apod.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 církevní turistika (církevní památky, poutě, náboženské aktivity apod.)  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10 návštěvy kulturních akcí (festivally, slavnosti, koncerty apod.)        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11 návštěvy sportovních akcí (závodů, utkání, přebory apod.)               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12 společenský život a zábava  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13 sběr lesních plodů  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**12. Uvažujete o opakované návštěvě tohoto regionu?**

- 1 ano - v brzké době (do 1 roku)
- 2 ano - ale někdy později
- 3 spíše ne
- 4 nevím, nedokážu říci

**13. Jak se Vám osobně jeví zatížení lokality turistickým ruchem?**

- 1 lokalita je přeplněná, turistů je zde příliš mnoho
- 2 lokalita je běžně zaplněná, turistů je zde přiměřený počet
- 3 lokalita je spíše méně zaplněná, je zde ještě místo pro další turisty
- 4 nevím, nedokážu říci



V následujících otázkách zakroužkujte prosím odpověď vždy v každém řádku:

**14. Jak celkově hodnotíte následující služby poskytované v tomto regionu?**

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)	1	2	3	4	5
2 - úroveň veřejného stravování	1	2	3	4	5
3 - služby pro motoristy	1	2	3	4	5
4 - služby pro cykloturisty	1	2	3	4	5
5 - služby pro lyžaře	1	2	3	4	5
6 - úroveň personálu ve službách cest. ruchu	1	2	3	4	5
7 - péče o čistotu a pořádek (odpadky, úklid, WC)	1	2	3	4	5
8 - cenová úroveň služeb	1	2	3	4	5

**15. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost tohoto regionu?**

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	1	2	3	4	5
2 - rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	1	2	3	4	5
3 - dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	1	2	3	4	5
4 - dostupnost regionu hromadnou dopravou	1	2	3	4	5
5 - vybavení regionu pro sportovní aktivity	1	2	3	4	5
6 - nákupní možnosti (prodejní síť)	1	2	3	4	5
7 - příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	1	2	3	4	5
8 - vybavenost regionu atrakcemi pro děti	1	2	3	4	5

**16. Jak hodnotíte péči o rozvoj cestovního ruchu v následujících oblastech?**

	velmi dobře	spíše dobře	spíše špatně	velmi špatně	neumím posoudit
1 - poskytování informací o regionu	1	2	3	4	5
2 - místní orientační značení (směrovky, tabule)	1	2	3	4	5
3 - péče o památky a turistické atraktivity	1	2	3	4	5
4 - péče o životní prostředí	1	2	3	4	5
5 - péče o bezpečnost návštěvníků	1	2	3	4	5
6 - nabídka programů pro volný čas	1	2	3	4	5
7 - drobný prodej (občerstvení, suvenýry, stánky)	1	2	3	4	5
8 - přátelskost místních lidí k návštěvníkům	1	2	3	4	5

**17. Co Vám v tomto regionu nejvíce schází, co Vám vadí? (dobrovolná otázka)**

18. Využil(a) jste pro svůj pobyt některé informace z následujících zdrojů?

	ano	částečně	ne
1 - turistická informační centra	1	2	3
2 - cestovní kanceláře a agentury	1	2	3
3 - média (články v tisku, rozhlas, televize)	1	2	3
4 - propagační materiály, prospekty, průvodci apod.	1	2	3
5 - internet	1	2	3
6 - informace od personálu ve službách	1	2	3
7 - informace od příbuzných či známých	1	2	3

19. Kolik Vás stojí v průměru na osobu a den Váš pobyt v tomto regionu?

(Odhadem veškeré náklady, včetně dopravy, ubytování, zábavy, nákupů apod.)

- 1 do 200 Kč (do 6 €)
- 2 201 až 500 Kč (6 - 15 €)
- 3 501 až 1000 Kč (15 - 30 €)
- 4 1 až 2 tis. Kč (30 - 60 €)
- 5 více než 2 tis. Kč (nad 60 €)

20. Věková kategorie:

- 1 do 25 let
- 2 26 až 34 let
- 3 35 až 49 let
- 4 50 až 59 let
- 5 60 a více let

21. Vzdělání:

- 1 bez maturity
- 2 s maturitou
- 3 vysokoškolské

22. Respondent je:

- 1 muž
- 2 žena

Chtěl(a) byste ještě něco k problematice cestovního ruchu v tomto regionu dodat?

**VELMI DĚKUJEME ZA SPOLUPRÁCI A PŘEJEME PĚKNÝ POBYT**