

Univerzita Karlova

Přírodovědecká fakulta

katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Biologie

Studijní obor: Učitelství biologie pro střední školy – Učitelství geografie pro střední školy



Bc. Kateřina Štorková

**SEZÓNNOST JAKO TYPICKÝ RYS CESTOVNÍHO
RUCHU: PŘÍPADOVÁ STUDIE – KRYŠTOFOVO
ÚDOLÍ**

**SEASONALITY AS A TYPICAL FEATURE OF TOURISM: CASE
STUDY – KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Dana Fialová, Ph.D.

Praha, 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze 15. 7. 2021

.....

Bc. Kateřina Štorková

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala RNDr. Daně Fialové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za její vstřícné a odborné vedení. Současně bych chtěla vyjádřit poděkování za možnost rozhovoru starostovi Kryštofova Údolí, Ing. Pravoslavu Svačinkovi, provozovatelům zdejší prvorepublikové kavárny, Haně Ježkové a Zoranu Liškovi, a všem respondentům, kteří mi věnovali svůj čas a podělili se se mnou o své poznatky. Za poskytnutí podkladů vztahujících se k problematice sezónnosti cestovního ruchu patří poděkování také RNDr. Miloslavu Studničkovi, CSc., řediteli Botanické zahrady v Liberci. V neposlední řadě bych ráda vyjádřila poděkování mému partnerovi, rodině a přátelům za velikou podporu během celého mého studia.

Sezónnost jako typický rys cestovního ruchu: případová studie – Kryštofovo Údolí

Abstrakt

Diplomová práce zkoumá problematiku sezónnosti cestovního ruchu. Prvním cílem bylo přispět k diskuzi na téma sezónnosti cestovního ruchu v kontextu udržitelného cestovního ruchu a dopadů pandemie onemocnění Covidu-19 na cestovní ruch. Teoretický rámec se pak opírá o českou a zahraniční odbornou literaturu. Druhým cílem bylo vytvořit návrh mimosezónní nabídky pro vybrané modelové území – Kryštofovo Údolí v Libereckém kraji. Obec se může pyšnit nevídaným Novinským viaduktem, celodřevěným kostelem svatého Kryštofa ze 17. století, orlojem, Muzeem betlémů, přírodními zajímavostmi a památkovou zónou, která byla založena především díky hrázděným chalupám. Specifikem obce je rovněž podstávka, historický typ konstrukce domu, který není běžně k vidění mimo česko-polsko-německé příhraniční oblasti (Trojzemí). Ke splnění druhého cíle bylo třeba ukotvit charakteristiku daného území z hlediska cestovního ruchu i v obecné rovině na základě mnoha různorodých zdrojů. Bylo třeba zrealizovat řízené a strukturované rozhovory s návštěvníky obce, zdejším panem starostou a zdejšími rezidenty, kteří podnikají či nepodnikají v cestovním ruchu v rámci vybrané obce. Bylo nezbytné analyzovat zdejší nabídku a poptávku cestovního ruchu. Na základě výsledků byl vytvořen konkrétní návrh mimosezónní nabídky pro vybranou obec, která zaznamenává sezónní výkyvy (dvě hlavní sezóny). Každopádně, dopady pandemie Covidu-19 výrazně ovlivnily návštěvnost obce v roce 2020. Sezóny jsou zde mnohdy typické nadměrným cestovním ruchem, proto bývá sezónnost – konkrétně mimosezónní období – vnímáno jako přínos pro obec kvůli odpočinku od některých negativních stránek nadměrného turismu. Ačkoliv je odborná veřejnost k sezónnosti převážně skeptická, lze v ní najít i určitá pozitiva, což potvrzují i výsledky této práce. Mimosezónní nabídka a rovnoměrnější rozprostření návštěvnosti v rámci celého roku by mohlo utlumit negativa plynoucí z nadměrného turismu v sezónách, který zde bývá zaznamenáván nejenom rezidenty, ale někdy i návštěvníky. Rovněž by toto rozprostření návštěvnosti logicky uvítali i někteří zdejší podnikatelé, kteří profitují z cestovního ruchu.

Klíčová slova: cestovní ruch, Covid-19, Kryštofovo Údolí, sezónnost, trvale udržitelný cestovní ruch, životní cyklus destinace

Seasonality as a typical feature of tourism – case study: Kryštofovo Údolí

Abstract

The diploma thesis examines the issue of the seasonality of tourism. The first goal was to contribute to the discussion of the seasonality of tourism in the context of sustainable tourism and the impacts of the Covid-19 pandemic on tourism. The theoretical framework is based on Czech and foreign professional literature. The second goal was to create a proposal for an off-season offer for a selected model area – Kryštofovo Údolí in the Liberec Region. The village can be proud of the unprecedented Novinský viaduct, the all-wooden church of St. Christopher from the 17th century, an astronomical clock, the Museum of Nativity Scenes, natural attractions, and the conservation zone, which was established mainly thanks to half-timbered cottages. The specific of the village is also a pedestal, a historical type of house construction, which is not commonly seen outside the Czech-Polish-German border area (Trojzemí). In order to accomplish the second goal, it was necessary to anchor the characteristics of the area in terms of tourism and also in general on the basis of many diverse sources. It was necessary to carry out controlled and structured interviews with visitors of the village, the local mayor, and local residents, who do or do not do any business related to tourism within the selected municipality. It was necessary to analyze the local supply and demand for tourism. Based on the results, a specific proposal for the off-season offer was created for a selected municipality, which records seasonal fluctuations (two main seasons). Anyway, the fall of Covid-19 pandemic affected the number of visitors to the village in 2020. The seasons here are often characterized by excessive tourism, so seasonality – specifically off-season – is perceived as a benefit for the village as it is adversely affected by some aspects of excessive tourism. Although the professional public has been mostly skeptical about seasonality, it can also prove beneficial, which is being confirmed by the results of this work. Off-season offer and a more even distribution of visitors throughout the year could scale down negatives stemming from excessive tourism in the seasons, which is often recorded here not only by residents but sometimes also by visitors themselves. This distribution of traffic would also continue to be logically welcomed by local entrepreneurs benefiting from tourism.

Key words: tourism, Covid-19, Kryštofovo Údolí, seasonality, sustainable tourism, destination life cycle

Obsah

Seznam použitých zkratk	7
Seznam tabulek, grafů, obrázků a příloh	8
1 Úvod	11
1.1 Cíle diplomové práce.....	12
2 Rešerše literatury	14
2.1 Cestovní ruch.....	14
2.1.1 Multiplikační efekt cestovního ruchu.....	20
2.1.2 Pandemie Covidu-19, přechod od „overtourismu“ k „non-tourismu“	21
2.1.3 Trvale udržitelný cestovní ruch.....	23
2.1.4 Životní cyklus destinace (Tourism area life cycle)	28
2.2 Sezónnost cestovního ruchu	32
2.2.1 Význam sezónnosti	33
2.2.2 Příčiny sezónnosti	35
2.2.3 Kurtóza sezónnosti	38
2.2.4 Sezóna	39
2.2.5 Mimosezóna	41
2.2.6 Celoroční cestovní ruch.....	42
2.2.7 Počet sezón a jejich načasování.....	42
2.3 Výzkumné otázky	42
3 Metodická část	44
3.1 Prameny informací	44
3.2 Způsob vyhledání respondentů a jejich charakteristika.....	44
3.3 Realizace, zaznamenání a zpracování rozhovorů	47
3.4 Výběr modelové obce.....	49
4 Případová studie: Kryštofovo Údolí	50
4.1 Kryštofovo Údolí.....	50
4.1.1 Rekreační cestovní ruch v obci	54
4.1.2 Kulturně poznávací cestovní ruch v obci	61
4.1.3 Sportovně-turistický cestovní ruch v obci.....	69
4.1.4 Specifické formy cestovního ruchu v obci – Venkovský cestovní ruch	70
4.1.5 Druhy cestovního ruchu v obci	71
4.1.6 Služby v obci významné pro cestovní ruch.....	72
4.1.7 Údolská pout'.....	75
4.2 Poznatky z rozhovoru se starostou modelové obce	75

4.3	Poznatky z rozhovoru s provozovateli zdejší kavárny.....	81
4.4	Poznatky z rozhovorů s rezidenty (neprofitujícími z turismu)	85
4.5	Poznatky z rozhovorů s návštěvníky Kryštofova Údolí	88
4.5.1	Údaje vztahující se k sezónnosti cestovního ruchu	88
4.5.2	Důvod poslední návštěvy obce	90
4.5.3	Očekávání respondentů.....	94
4.5.4	Zvažování návratu do Kryštofova Údolí	95
4.5.5	Doporučení dalším výletníkům a turistům	99
4.5.6	Hodnocení vybraných zajímavostí a jejich vzájemné srovnání.....	101
4.5.7	Názory na dostatečnou nabídku atraktivit a návrhy na její možné rozšíření113	
4.6	Návrh mimosezónní nabídky cestovního ruchu.....	117
5	Závěr.....	121
	Seznam literatury a dalších zdrojů	130
	Seznam příloh	145

Seznam použitých zkratk

ČSÚ	–	Český statistický úřad
ČÚZK	–	Český úřad zeměměřický a katastrální
G7	–	skupina států G7 (Group of Seven)
HUZ	–	hromadná ubytovací zařízení
IPCC	–	Intergovernmental Panel on Climate Change
OIR	–	objekty individuální rekreace
ORP	–	obec s rozšířenou působností
OSN	–	Organizace spojených národů
PLC	–	Product life cycle – životní cyklus produktu
TALC	–	Tourism area life cycle – životní cyklus destinace
UNWTO	–	World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu
WTO	–	starší zkratka pro UNWTO (World Tourism Organization)

Seznam tabulek, grafů, obrázků a příloh

Seznam tabulek

Tabulka 1: Obory zabývající se cestovním ruchem a příklady publikací	15
Tabulka 2: Význam turistické aktivity v destinaci na základě hodnoty Defertovy funkce.	25
Tabulka 3: Významové diferenciační stupně turisticko-rekreační funkce a jejich hodnoty	27
Tabulka 4: Věkové složení respondentů z řad návštěvníků	46
Tabulka 5: Místo obvyklého bydliště respondentů ve vztahu k regionu zkoumané lokality	46
Tabulka 6: Rok poslední návštěvy Kryštofova Údolí za respondenty ze skupiny návštěvníků.....	46
Tabulka 7: Využití staveb v katastrálním území Kryštofovo Údolí.....	55
Tabulka 8: Využití staveb v katastrálním území Novina	55
Tabulka 9: Možnosti ubytování v Kryštofově Údolí.....	72
Tabulka 10: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí starostou obce.....	77
Tabulka 11: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí provozovateli kavárny	84
Tabulka 12: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí rezidenty (neprofitujícími z cestovního ruchu)	86
Tabulka 13: Důvod poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu – přehled odpovědí všech respondentů ze skupiny návštěvníků.....	91
Tabulka 14: Důvody, proč by se respondenti chtěli či nechtěli do Kryštofova Údolí vrátit za účelem cestovního ruchu	97
Tabulka 15: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí jeho návštěvníky	103
Tabulka 16: Průměrné bodování vybraných zajímavostí	106
Tabulka 17: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení orloje – dobrovolné	106
Tabulka 18: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení betlémů – dobrovolné	108
Tabulka 19: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Novinského viaduktu a dalších technických staveb – dobrovolné	108
Tabulka 20: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení kostela svatého Kryštofa ze 17. století – dobrovolné	109
Tabulka 21: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení zdejších chalup – dobrovolné	110

Tabulka 22: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení místní a okolní přírody – dobrovolné	111
Tabulka 23: Názory na dostatečnou nabídku atraktivit a návrhy na její možné rozšíření.	115
Tabulka 24: Průměrné bodování vybraných zajímavostí za každou skupinu respondentů	120

Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost Botanické zahrady Liberec v roce 2018	39
Graf 2: Návštěvnost zámku Sychrov v roce 2019	39

Seznam obrázků

Obrázek 1: Hypotetický vývoj turistické oblasti	29
Obrázek 2: Poloha Kryštofova Údolí v rámci celého Česka	51
Obrázek 3: Podrobnější situační mapa Kryštofova Údolí	51
Obrázek 4: Mapa vybraných atraktivit ve středu obce	52
Obrázek 5: Plánek rozložení turistických atraktivit Kryštofova Údolí	53
Obrázek 6: Penzion a restaurace U Uhlířů	56
Obrázek 7: Kulturní chráněná památka – dům č.p. 21	57
Obrázek 8: Novostavba	58
Obrázek 9: Památkově chráněný dům č.p. 64 – Penzion Rokytka	59
Obrázek 10: Samostatný domek vedle hlavního objektu Penzionu Rokytka	60
Obrázek 11: Orloj	62
Obrázek 12: Muzeum betlémů	63
Obrázek 13: Jírův betlém	64
Obrázek 14: Dřevěná zvonice u kostela	66
Obrázek 15: Barokní mostek se sochou svatého Jana Nepomuckého	67
Obrázek 16: Novinský viadukt v zimě	67
Obrázek 17: Novinský viadukt	68
Obrázek 18: Cyklotrasa 3069	70
Obrázek 19: Cyklotrasa 21	70
Obrázek 20: Kavárna U Ježka – interiér	73
Obrázek 21: Kavárna U Ježka – exteriér	73
Obrázek 22: Památkově chráněný dům č.p. 75 – Dům řemesel	74

Seznam příloh

Příloha 1: Řízený rozhovor s panem starostou – otázky	145
Příloha 2: Řízený rozhovor s provozovateli zdejší kavárny – otázky	148
Příloha 3: Řízený rozhovor s návštěvníky Kryštofova Údolí – otázky	150
Příloha 4: Řízený rozhovor s obyvateli Kryštofova Údolí – otázky	152

1 Úvod

Cestovní ruch je celosvětově jedním z nejvýznamnějších hospodářských odvětví (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Patří mezi největší exportní odvětví vůbec a představuje největší pohyb lidské populace (Hesková 2006). Vzhledem k aktuální situaci je však třeba zmínit, že je značně citlivý na opatření proti pandemiím. Omezení a nařízení, která byla důsledkem současné pandemie nového typu koronaviru (Covid-19), způsobila, že se již v březnu 2020 cestovní ruch do značné míry zastavil, neboť zakazy ohledně cestování postihly více než 90 % světové populace (Gössling, Scott, Hall 2020). Z údajů Českého statistického úřadu – dále jen ČSÚ – je zřejmé, že v Česku tato pandemie příliš nepřeje cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, a že omezeně umožňuje realizovat spíše domácí cestovní ruch (ČSÚ 2020a, ČSÚ 2020b, ČSÚ 2020c).

Cestovní ruch má přitom veliký význam, neboť nepřímo ovlivňuje mnohá odvětví a díky multiplikačnímu efektu se podílí na zvýšení zaměstnanosti a příjmů (Becková 1999). Podílí se rozhodující měrou na tvorbě hrubého domácího produktu, vyrovnávání regionálních disparit (Linderová 2015), růstu zaměstnanosti místních obyvatel, přílivu zahraniční měny a také na využití kapacity restaurací, hotelů a kulturních a sportovních akcí (Beránek 2013). Představuje značný zdroj příjmů do národních ekonomik (Beránek 2013).

Mezi nejméně pochopené (Higham, Hinch 2002, cit. v Jolliffe, Farnsworth 2003) a nejméně prozkoumané vlastnosti turismu patří sezónnost, ačkoliv je jednou z jeho nejpřednějších charakteristik (Allcock 1989, Butler 2000, Higham, Hinch 2002, Hinch, Jackson 2000, Jang 2004, cit. v Chung 2009). Přispět k diskuzi na téma problematiky sezónnosti cestovního ruchu v souvislosti s teoretickým konceptem udržitelného cestovního ruchu je jedním ze dvou hlavních cílů této práce. Sezónnost může způsobovat vážné ekonomické a sociální problémy, jako je nestabilní trh práce vznikající v důsledku dočasné zaměstnanosti v dané destinaci (Sutcliffe, Sinclair 1980, Goeldner, Ritchie 2003, cit. v Chung 2009). Jejím následkem jsou ekonomické, ekologické a sociální dopady, ale to, jestli je nutné ji považovat za problém hodný potlačení, nebo ji akceptovat, záleží na úhlu pohledu výzkumného pracovníka a na konkrétních cílech dané studie (Cannas 2012). Dokonce i v mimosezónním období lze najít určité pozitivum – z ekologické perspektivy přispívá mimosezónní období k udržitelnosti cestovního ruchu (Chung 2009).

Druhým hlavním cílem práce je vytvoření konkrétního návrhu aktivit mimosezónní nabídky v modelovém území. Zvolenému modelovému území, obci Kryštofovo Údolí, se

pak podrobněji věnuje případová studie. Kryštofovo Údolí bylo zvoleno jako zkoumaná destinace, neboť je i se svým okolím velmi bohaté na přírodní, kulturní a technické památky (Rubáš 2017). Může být rovněž zajímavé z hlediska sezónnosti, neboť je kromě letní sezóny možné předpokládat i sezónu zimní díky zdejším betlémům. Tato obec mj. patří mezi nejmalebnější a nejznámější sídla nacházející se v oblasti Ještědského hřbetu, kde leží již téměř půl tisíciletí (Nevrlý 2005). Má ráz rekreační krajiny a od roku 2005 je větší část této obce vyhlášena vesnickou památkovou zónou (Rýznarová 2019).

1.1 Cíle diplomové práce

Jak již bylo nastíněno, diplomová práce má dva hlavní cíle, první cíl se týká roviny teoretické, tj. přispět k diskuzi o problematice sezónnosti cestovního ruchu v kontextu teoretického konceptu udržitelného cestovního ruchu, k čemuž je tedy potřeba zpracovat podrobný teoretický rámec. Druhý cíl se pak týká roviny praktické, tj. vytvořit konkrétní návrh mimosezónní nabídky v modelovém území na základě ukotvení charakteristiky daného území z hlediska cestovního ruchu i v obecné rovině a na základě řízených strukturovaných rozhovorů s návštěvníky obce, zdejším starostou a zdejšími obyvateli, kteří buď podnikají, nebo nepodnikají v cestovním ruchu v rámci dané obce. Zde je třeba rovněž analyzovat nabídku a poptávku zdejšího cestovního ruchu.

Dílní cíle diplomové práce jsou:

- vytvoření rešerše, jež má svým obsahem přispět k diskuzi o problematice fenoménu sezónnosti cestovního ruchu v kontextu teoretického konceptu udržitelného cestovního ruchu, rovněž je třeba reagovat na změnu trendů i pod vlivem pandemie, teoretický rámec se bude opírat o domácí i zahraniční odborné zdroje a má poskytnout oporu pro případovou studii
- ukotvení vybraného modelového území v teoretické rovině
- provedení analýzy poptávky, a to na základě rozhovorů s návštěvníky vybrané lokality
- realizace rozhovoru se starostou modelové obce a s místními obyvateli (kteří podnikají i nepodnikají v oblasti cestovního ruchu), a to především za účelem analýzy
 - sezónnosti zdejšího cestovního ruchu
 - dopadů pandemie onemocnění Covidu-19 na zdejší cestovní ruch
 - nabídky zdejšího cestovního ruchu

- pozitiv a negativ zdejšího cestovního ruchu
- vytvoření konkrétního návrhu mimosezónní nabídky pro zvolené modelové území
- zodpovězení výzkumných otázek

2 Rešerše literatury

Důležitou součástí diplomové práce je teoretický rámec přibližující danou problematiku, který je nutný pro komplexnější pochopení celého tématu. Nejprve je zde nastíněna problematika cestovního ruchu obecně. Rešerše pak směřuje od obecnějších témat ke konkrétnějším tématům, která jsou předmětem této práce.

2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch, jehož synonymem je termín turismus (Hesková 2006, Beránek 2013), je z celosvětového hlediska jedním z nejvýznamnějších hospodářských odvětví (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011), které se převážně zaměřuje na poskytování služeb (Jakubíková 2009). Zelenka, Pásková (2012, s. 83, cit. v Šauer, Vystoupil, Holešinská a kol. 2015, s. 13) definují cestovní ruch jako *„komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“* Můžeme jej považovat za společensko-ekonomický fenomén (Hesková 2006, Beránek 2013, Linderová 2015), a to jak z pohledu určitého jednotlivce, tak i z pohledu společnosti (Hesková 2006). World Tourism Organization (dále jen WTO či UNWTO) jej definuje jako *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší, než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“* (WTO 1991, cit. v Hesková 2006, s. 11). Stanovená doba pak znamená jeden rok v mezinárodním cestovním ruchu a půl roku v domácím cestovním ruchu (Hesková 2006).

Lidé nepocítují přímo potřebu cestovního ruchu jako takového. Vnímají konkrétní potřeby, které lze naplnit právě tím, že se cestovního ruchu účastní (tj. například potřeba odpočinku, poznávání, kulturního vyžití, úniku před stresem apod.). Mezi předpoklady rozvoje turismu pak patří především svoboda člověka cestovat, dále pak dostatek finančních prostředků a v neposlední řadě také volný čas, respektive ta část mimopracovní doby, během které nevykonáváme žádnou nutnou činnost, ale využíváme ji dle vlastního rozhodnutí k oddechu, rozvoji osobnosti a také k různým formám zájmové činnosti – cestovní ruch se zpravidla realizuje právě ve volném čase a mimo místo obvyklého bydliště (Jakubíková

2009). Potenciál určité krajiny pro cestovní ruch se odvíjí od všech přírodních a antropogenních (kulturně-historických) využitelných zdrojů (Vystoupil a kol. 2007).

Cestovní ruch je interdisciplinární jev, přičemž by bylo nedostatečné, abychom jej vysvětlovali pouze z pohledu jediné vědní disciplíny (Linderová 2015). Zabývá se jím vícero vědních disciplín – různí autoři hovoří o různých oborech. Přehled příkladů těchto oborů a autorů (respektive konkrétních publikací), kteří cestovní ruch k danému oboru přiřazují, můžeme vidět v tabulce 1.

Tabulka 1: Obory zabývající se cestovním ruchem a příklady publikací

Obory zabývající se cestovním ruchem	Příklady autorů, kteří k danému oboru cestovní ruch přiřazují
Geografie	Pearce (1987), Shaw, Williams (1994), Towner (1996), Hall, Lew (1998), Williams (1998), Hall, Page (2002), Hall, Williams (2002), Ryglová (2009), Beránek (2013), Linderová (2015)
Ekonomie	Bull (1991), Sinclair, Stabler (1997), Williams (1998), Ryglová (2009), Beránek (2013)
Sociologie	Williams (1998), Ryglová (2009), Beránek (2013), Linderová (2015)
Sociologie a kulturologie	Urry (1990), Dann (1996), Selwyn (1996), Rojek, Urry (1997)
Psychologie	Williams (1998), Ryglová (2009), Beránek (2013)
Ekologie	Edington, Edington (1986), Newsome a kol. (2001), Beránek (2013)
Pedagogika	Ryglová (2009)
Kulturní antropologie	Linderová (2015)
Antropologie	Smith (1989), Harrison (1992), Nash (1996), Williams (1998)
Historie	Williams (1998)
Právo	Corke (1993), Downes, Paton (1993), Pannett, Boella (1996)
Marketing	Morrison (1989), Heath, Wall (1992), Horner, Swarbrooke (1996), Kotler a kol. (1997), Williams (1998)
Management	Leiper (1995), Medlik (1995), Tribe (1997)

Obory zabývající se cestovním ruchem	Příklady autorů, kteří k danému oboru cestovní ruch přiřazují
Byznys	Williams (1998)
Finančnictví a účetnictví	Harris (1995), Owen (1998)
Pohostinství, catering a správa restaurací	Jones, Lockwood (1989), Jones, Merricks (1996), Knowles (1998)
Architektura a design	Lawson, Baud-Bovy (1977), Lawson (1995)
Doprava	Page (1994), Page (1999), Lumsdon, Page (2004)
Městské a regionální plánování	Gunn (1979), Inskeep (1991), Hall (2000)
Výzkum volného času	Bramham a kol. (1989), Bramham a kol. (1993), Collins, Cooper (1997)
Politika	Hall (1994), Hall, Jenkins (1995), Elliott (1997)

Zdroj: Vlastní zpracování (2020) inspirované Hall (2005)

Cestovní ruch se pokaždé pojí s určitým místem, obcí, městem, regionem či státem (Jakubíková 2009) – „*Destinace znamená cílové místo, které může označovat turistickou lokalitu, region, stát, skupinu zemí a dokonce kontinent. Na atraktivitu v cílovém místě se nabalují služby jako je ubytování, stravování, doprava, průvodcovské služby atd., které společně vytvářejí produkt destinace*“ (Beneš, Kalman, Osvaldová a kol. 2008, s. 22–23). Z dalších definic lze jmenovat podrobnou definici destinace cestovního ruchu (nikoliv tedy pouze destinace), kterou uvádí Výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002, cit. v Holešinská 2005, s. 11), jenž destinaci cestovního ruchu chápe jako „*cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.*“ Pro destinaci je typický soubor služeb, které se koncentrují v daném místě či oblasti, kde je jejich poskytování ovlivněno potenciálem zdejšího cestovního ruchu (Palatková 2006). Za nejmenší destinační jednotku lze považovat resort, který je místem (případně menší oblastí), která je navštěvovaná na účelem trávení volného času, odpočinku, zábavy a různých aktivit, například sportovních. Může se jednat o lyžařský resort, resort vodních sportů nebo také zábavní resort (Jakubíková 2009). Účastníci cestovního ruchu mají mnoho možností pro výběr cílových destinací. Destinace tak vstupují do konkurenčního boje o případné

návštěvníky. Pro tvorbu odpovídající nabídky je poměrně stěžejní zjistit, v čem spočívají požadavky a očekávání daných návštěvníků (Šíp a kol. 2020). Pro tyto účely lze využít primární průzkumy. Díky získaným informacím je pak možné zlepšit nabídku produktů a rovněž kvalitu služeb dané destinace, aby se obojí přizpůsobilo jednak danému typu destinace, jednak očekáváním návštěvníků (Caber, Albayrak, Matzler 2012, cit. v Šíp a kol. 2020). Takto je možné dosáhnout udržitelného rozvoje vybrané destinace (Šíp a kol. 2020).

Z hlediska teorie řízení (managementu) lze destinaci považovat za organizaci cestovního ruchu, jejímž předmětem zkoumání je jednak řízení a jednak koordinování činností ve vymezeném území, přičemž organizace cestovního ruchu tvořená subjekty cestovního ruchu se nazývá destinační management (viz také kapitola 2.1.4). Co se týče marketingového pojetí destinace, tak lze destinaci chápat jako jakýsi produkt v rámci cestovního ruchu, jako systém, který se skládá z poskytovatelů služeb, kteří jsou ovlivňováni okolím, v němž působí (Holešinská 2005).

Partnerství soukromého sektoru, veřejnoprávní sféry a neziskového sektoru s občany daného regionu je poměrně zásadním nástrojem v rámci řízení cestovního ruchu destinace. S místní veřejnou správou, reprezentující celou komunitu daného regionu či obce, by měly spolupracovat zainteresované osoby, ať již fyzické či právní (Beneš, Kalman, Osvaldová a kol. 2008). Plnění stanovených cílů v rámci řízení destinace má být správně pravidelně kontrolováno a vyhodnocováno tak, aby bylo možné podniknout kroky směřující k dosažení určité stanovené strategie rozvoje, k čemuž slouží nejen sledování ekonomických ukazatelů, jakými jsou počet návštěvníků, zaměstnanost, finanční zisk apod., ale také komplexní marketingový výzkum (Fialová 2013). Stále více destinací cestovního ruchu usiluje o získání lidí ochotných cestovat, a proto je nutné, aby destinace uplatňovaly vhodný marketing (Jakubíková 2009). V rámci marketingového výzkumu sledujeme spokojenost a spotřební chování návštěvníků, image destinace a její postavení vzhledem ke konkurenci, spokojenost rezidentů a rovněž je kladen důraz na vnímání destinace z pohledu jejích různých uživatelů, díky čemuž pak můžeme zhodnotit kvalitu destinace, byť ne zcela stoprocentně (Fialová 2013). Marketing lze definovat jako *„společenský a řídicí proces, jehož pomocí jednotlivci a skupiny získávají to, co chtějí a potřebují, prostřednictvím vytváření a výměny výrobků a hodnot s druhými“* (Kotler 1994, cit. v Horner, Swarbrooke 2003, s. 29). *„Poctivě a solidně pojatý marketing se snaží vytvořit hodnotné, uspokojivé zboží a služby, které zákazníci budou kupovat“* (Levitt 1986, cit. v Horner, Swarbrooke 2003, s. 29). Hlavní prioritou marketingu je sloužit potřebám a přáním zákazníka, protože zákazník je pro něj středem všech

rozhodovacích procesů – marketing se opírá o myšlenku, že zákazník je ústředním zájmem pro všechny, kteří pracují v dané organizaci, čímž se liší od ekonomiky, která zkoumá vztahy mezi nabídkou a poptávkou. Marketing zkoumá vztahy mezi kupujícím, prodávajícím a činnostmi, jejichž cílem je uspokojivý závěr těchto vztahů (Horner, Swarbrooke 2003). Úspěch destinace na trhu ovlivňuje nejenom její management, ale i množství účastníků (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Při vymezení destinace zastává poměrně důležitou roli nabídka, zvláště motivace k cestě do dané destinace a vzdálenost mezi danou destinací a výchozím bodem (Palatková 2006).

Přestože je téměř ve všech strategických rozvojových dokumentech zdůrazněna potřeba rozvíjet cestovní ruch a podporovat jeho rozvoj, tak i navzdory tomu nedokáží některé destinace využít patřičně svůj potenciál k rozvoji cestovního ruchu (Kotíková 2013). Rozvinutý cestovní ruch bohužel automaticky neznamená zmírnění chudoby – je vhodné volit takové formy cestovního ruchu, aby se mohli angažovat i chudí rezidenti (například prezentace tradičních řemesel a kultury), kteří bez určité kvalifikace a zkušeností nemohou konkurovat kvalifikované pracovní síle (Matlovičová, Kolesárová, Matlovič 2016). Destinace jsou úspěšné, pokud se jim ve své vizi podaří odhalit nové možnosti uspokojení potřeb vybraných cílových skupin a v souladu s tím následně tyto potřeby uspokojit – vizi se rozumí žádoucí obraz dané destinace za určitou dobu, přičemž musí být pozorován všemi subjekty této destinace a k její realizaci je třeba splnit cíle – poslání (Palatková 2006). Palatková (2006, s. 89) je toho názoru, že „*na základě formulované vize (pět až deset let) je možné formulovat strategii destinace (tři až pět let), taktický marketingový mix destinace na jeden až dva roky a následně sestavit marketingový plán.*“ Palatková (2006) je přesvědčena, že by neměl vzniknout zásadní rozpor mezi marketingem orientovaným na klienta a marketingem orientovaným na investora, přičemž uvádí, že by měly vykazovat soulad v rovině strategické i taktické. Jsou-li cíle marketingu určité destinace spíše finanční než sociální, tak i v tomto případě jde obvykle o docílení finančního přínosu pro všechny občany dané oblasti, nikoliv o zisk pro určité podniky (Horner, Swarbrooke 2003). Jednotná vize a poslání (strategický cíl) formulovaný pro danou destinaci na období v rámci pěti až deseti let je rozhodující pro kroky strategického a taktického marketingu destinace. Formulace vize pak vychází ze shody subjektů destinace, a to za koordinace organizací destinačního marketingu. Ačkoliv má formulace vize poměrně blízko ke strategickému plánování (managementu), tak se oproti plánování soustředí spíše na invenci, vymýšlení a tvořivost (Palatková 2006).

Horner, Swarbrooke (2003) uvádějí, že marketing destinací cestovního ruchu je zřejmě nejsložitější formou marketingu z oblasti cestovního ruchu, ubytovacích a stravovacích služeb a služeb pro využití volného času, což pramení z mnoha různých příčin – mezi nejvýznamnější příčiny patří fakt, že destinace existují na mnoha různých geografických úrovních a za jejich návštěvu se neplatí žádné přímé poplatky. Důležitý je rovněž fakt, že cíle marketingu destinací bývají navíc poměrně složité a organizace zaměřené na marketing destinací nemívají přímou kontrolu nad produktem (Horner, Swarbrooke 2003). Strategický marketing destinace se opírá o vizi dané destinace a je založen například na zkoumání životního cyklu produktu destinace (viz kapitola 2.1.4) a identifikaci tržních příležitostí. Významnou součástí strategického marketingu destinace představuje rovněž image destinace (Palatková 2006). Jakubíková (2009) je toho názoru, že lidé navštěvují ta místa, která mají co nabídnout, a že všichni podnikatelé chtějí maximalizovat zisk a minimalizovat riziko. Také je toho názoru, že společnosti jako takové se pak pokoušejí řešit problémy, které jsou ve společnosti zrovna aktuální (tj. otázky etického, environmentálního a sociálního rázu). Úspěchu dle ní nelze docílit bez porozumění trhu a vývoji společnosti, bez znalosti zákazníků a vzájemného respektu. Disciplínou, která podnikatelům a společností pomůže snížit rizika a lépe zvládat řízení, je pak právě již zmíněný marketing (Jakubíková 2009). Jedním z hlavních důvodů k tomu, abychom se zaobírali marketingem destinací, je i fakt, že ačkoliv produkty cestovních kanceláří a dalších poskytovatelů služeb získávají finance od jejich soukromých provozovatelů (respektive ze soukromých prostředků), tak investice pro destinace a jejich produkty značně závisí a v Česku prakticky výhradně závisí na veřejných zdrojích (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011) podotýkají, že velkou příležitost představují zdroje z Evropské unie, zdůrazňují však, že tyto zdroje mají časově omezenou dostupnost, čímž ještě více vyniká požadavek na co nejefektivnější a nejlepší využití. Marketing destinace cestovního ruchu lze považovat za proces, který se snaží sladit zdroje destinace s potřebami trhu (Jakubíková 2009). Lze říci, že „*obsahuje analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny*“ (Jakubíková 2009, s. 38).

Někteří autoři (Bartl, Schmidt 1998, cit. v Palatková 2006, s. 58) doslova uvádějí, že „*v destinačním managementu hraje klíčovou roli synergické spolupůsobení šesti*

prvků – destinačních subsystémů spojujících zúčastněné partnery a zároveň spojujících destinaci s (mezinárodním) trhem a okolím:

1. *Systém klíčových produktů (konkurenčních výhod).*
2. *Distribuční cesty a síť.*
3. *Politika značky.*
4. *Systém řízení kvality.*
5. *Systém řízení znalostí.*
6. *Společnost destinačního managementu (destination management company – DMC).“*

2.1.1 Multiplikační efekt cestovního ruchu

Cestovní ruch, jenž je průřezovým odvětvím, ovlivňuje mnohá odvětví, která pro něj pracují – tento tzv. multiplikační efekt má za důsledek, že každé pracovní místo v odvětví cestovního ruchu umožňuje vznik průměrně třech dalších takových míst (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Multiplikační efekt znamená, že pro uspokojení potřeb turisty musí být zajištěny nejrůznější služby, díky čemuž může vzniknout řada pracovních příležitostí (Fialová 2012, cit. v Fialová 2014a). Cestovní ruch má nepřímý vliv na celou řadu odvětví a díky multiplikačnímu efektu se podílí na zvýšení jejich zaměstnanosti a příjmů (Becková 1999). Určitý přínos cestovního ruchu tak můžeme spatřit i v makroekonomických vztazích, v ekonomice nemalého množství podnikatelských odvětví, která se určitým způsobem pojí s cestovním ruchem (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Je-li cestovní ruch správně rozvíjen, je strůjcem výrazných ekonomických přínosů, které můžeme spatřit nejen v růstu hrubého domácího produktu země a tvorbě pracovních míst, ale i v umožnění zvýšení příjmů domácností a ve výrazných multiplikačních efektech (Jakubíková 2009). Zvýraznění multiplikačního efektu je umožněno pomocí satelitního účtu (ČSÚ 2013, cit. v Měrtllová, Smith 2014), který „*poskytuje informace a data o ekonomickém postavení odvětví cestovního ruchu*“ (Beránek 2001, cit. v Měrtllová, Smith 2014, s. 811). Díky satelitnímu účtu můžeme určit, jaký vliv na ostatní ekonomická odvětví mají základní činnosti cestovního ruchu, a také můžeme hodnotově vyjádřit, jaký přínos má cestovní ruch pro tvorbu hrubého domácího produktu, pro rozvoj zaměstnanosti a rovněž pro státní příjmy a příjmy jak státních, jak i místních rozpočtů (ČSÚ 2013, cit. v Měrtllová, Smith 2014).

Cestovní ruch představuje největší pohyb osob, a to jak za účelem rekreace, tak za účelem poznávání, přičemž před vypuknutím pandemie Covidu-19 (viz kapitola 2.1.2)

bylo možné tvrdit, že patřil mezi nejsilnější ekonomické aktivity, respektive ke třem největším exportním odvětvím vůbec – vedle automobilového průmyslu a obchodu s ropou (Hesková 2006). Cestovní ruch umí vytvářet příležitosti i bez velkých investic (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, vyrovnávání regionálních disparit (Linderová 2015), růstu zaměstnanosti, přílivu zahraniční měny či na využití kapacity restaurací, hotelů a kulturních a sportovních akcí (Beránek 2013) – viz kapitola 1. Přináší příjmy do státního rozpočtu a do místních rozpočtů a rovněž přináší i devizové příjmy (Becková 1999). V mnoha ohledech představuje značnou přidanou hodnotu – přínos cestovního ruchu můžeme spatřit ve vytváření nových pracovních míst, což se projevuje dokonce i v problematických regionech z hlediska zaměstnanosti (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011).

Cestovní ruch může mít nejen pozitivní, ale i negativní dopady. Ve svém důsledku může přímo i nepřímo přispívat ke znečišťování přírodního prostředí a všech jeho složek (Pásková 2003b), a tudíž může představovat zátěž pro životní prostředí (Jakubíková 2009), avšak na ochranu životního prostředí může mít naopak i pozitivní vliv (Becková 1999). Je třeba však zdůraznit i mnohé další dopady, zvláště pak sociálně-ekonomické (viz kapitola 2.1.2).

2.1.2 Pandemie Covidu-19, přechod od „overtourismu“ k „non-tourismu“

S ohledem na aktuální situaci je třeba podotknout, že cestovní ruch je charakteristický svou značnou citlivostí na opatření proti pandemii, na čemž má podíl jednak omezená mobilita, jednak i sociální distanc. Omezení a nařízení, která vznikla kvůli pandemii nového koronaviru, Covidu-19 (viz kapitoly 4.1.6, 4.1.7, 4.2, 4.3, 4.4 a 5), způsobila dokonce nejzávažnější narušení globální ekonomiky od konce druhé světové války. V březnu 2020 cestovní ruch do značné míry ustal, což lze zdůvodnit zákazy ohledně cestování, které postihly více než 90 % světové populace. Svůj podíl na tomto utichnutí cestovního ruchu mají i široce rozšířená omezení vztahující se na veřejná shromáždění a komunitní mobilitu (Gössling, Scott, Hall 2020).

V březnu roku 2020 došlo v Česku k omezení poskytování ubytovacích služeb a k propadu počtu ubytovaných (ČSÚ 2020a). Během následujícího (2.) čtvrtletí roku 2020 se pak potvrdil očekávaný propad návštěvnosti, došlo k meziročnímu snížení celkového počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních dokonce až o 82,9 % a dopady omezení mezinárodního pohybu osob pocítil zdejší příjezdový cestovní ruch i všechny zdrojové

zahraniční trhy (ČSÚ 2020b). Letní sezóna roku 2020 pak v Česku znamenala oživení poptávky po ubytování, avšak pouze z řad domácích hostů, nedostatek cizinců zde byl stále patrný (ČSÚ 2020c). Z uvedených informací vyplývá, že současná situace ohledně pandemie příliš nepřeje cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, a že omezeně umožňuje realizovat spíše alespoň domácí cestovní ruch.

Kvůli pandemii Covidu-19 se rámec globálního systému cestovního ruchu přesunul od pojmu „overtourism“ (Dodds, Butler 2019, Seraphin a kol. 2018, obojí cit. v Gössling, Scott, Hall 2020) k pojmu „non-tourism“, což ilustrují fotografie populárních turistických míst před pandemií a po ní (Condé Nast Traveller 2020, cit. v Gössling, Scott, Hall 2020). Pojem „overtourism“ znamená situaci, kdy lidé (jak místní obyvatelé a hostitelé, tak i hosté a návštěvníci) cítí, že je v destinaci až příliš mnoho návštěvníků a že se nepříjemně zhoršila kvalita života nebo kvalita zážitků v této oblasti (Mack 2017, cit. v Krajíčková 2019). Turisticky přitažlivé lokality by kvůli nadměrné návštěvnosti mohly ztratit svou přitažlivost. Přínosy z cestovního ruchu by rozhodně neměly být na úkor daných lokalit ani jejich obyvatel (Fialová, Nekolný 2015). Přesto pracovníci v cestovním ruchu usilují o co možná největší atraktivitu vybraných turistických cílů kvůli zisku (Fialová 2014, cit. v Fialová, Nekolný 2015). Nadměrný počet návštěvníků však snižuje zážitek a prožitek z navštíveného místa (Puldová, Macešková 2009, cit. v Fialová, Nekolný 2015). Turista se tak jen těžko vrátí zpět, takže nepřinese další zisky, což znamená ekonomickou ztrátu (Fialová, Nekolný 2015). Přemíra turismu se může projevit ztrátou genia loci daného místa (Komorowski, Holderna-Mielcarek 2019), jenž je nehmotnou atraktivitou cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002, cit. v Mrázková 2011). Jedná se o charakteristickou atmosféru daného místa, přičemž myšlenka genia loci vychází z přesvědčení, že i místa mají svého genia neboli ducha (Loukaki 1997, cit. v Mrázková 2011). Respektovat genia loci znamená pochopit podstatu identity daného místa a dokázat ji pokaždé novým způsobem interpretovat. Pokud různé záměry (například ekonomické) nerespektují genia loci, pak může přijít dané místo o svou identitu (Norberg-Schulz 1994, cit. v Mrázková 2011).

Ačkoliv je v této práci zmíněno mnoho nesporných a významných pozitivních přínosů cestovního ruchu, je třeba si uvědomit, že zcela nekontrolovatelný rozvoj cestovního ruchu může naopak vyvolat právě negativní dopady (Hall, Page 2006, Wall, Mathieson 2006, Dumbrovská, Fialová 2014, vše cit. v Novotná, Kunc 2019), které již zde byly naznačeny. Dochází ke znesnadnění běžného života místního obyvatelstva – některé prostory jsou neprůchodné, základní obslužné funkce jsou nahrazovány funkcemi

specializovanými na turisty, stoupají ceny v sezóně (Fialová, Dumbrovská 2014, cit. v Fialová, Nekolný 2015), jedná se tedy o tzv. turistickou inflaci (Fialová 2009). Kromě této inflace ještě můžeme zmínit další problémy jako znečištění, sníženou kvalitu vody, stoupající kriminalitu a v neposlední také turistickou ghetizaci, která způsobuje vytlačování základních funkcí sídla (Hall, Page 2006, Wall, Mathieson 2006, Dumbrovská, Fialová 2014, vše cit. v Novotná, Kunc 2019). Důležité je též zmínit, že může docházet k poškozování přírodních a kulturních atraktivit, ke ztrátě biodiverzity a k podílu na globálním oteplování, a to zvláště díky emisím z letecké dopravy (Fialová, Nekolný 2015).

Navzdory tomu, že UNWTO (2018, cit. v Krajíčková 2019) vidí v overtourismu i pozitivní dopady jako například kulturní rozmanitost, ochranu historických částí města, obnovu tradiční architektury, pozitivní image města či větší nabídku „eventů“, tak někteří jiní autoři (Koens a kol. 2018, Seraphin 2018, Goodwin 2017, vše cit. v Krajíčková 2019) většinu z těchto dopadů považují za negativní a upozorňují rovněž na zvyšování cen v restauracích, kavárnách a obchodech, na zvyšování cen nemovitostí a cen taxi i hromadné dopravy. Cestovní ruch má však zvyšovat životní úroveň lidí v daném regionu a uspokojovat jejich potřeby (UNWTO 2019, cit. v Krajíčková 2019). Musíme mít na paměti, že cestovní ruch je zcela neodmyslitelně spojen s prostředím, ve kterém se odehrává, přičemž toto prostředí je pak utvářeno různými procesy a prvky, které mají environmentální, ekonomický, kulturní a sociální ráz a které se s cestovním ruchem ovlivňují navzájem (Mason 2008, cit. v Novotná, Kunc 2019). Je důležité zmínit citlivost tohoto prostředí – venkovské destinace jsou citlivější na ekologické dopady, zatímco městské na sociální dopady (Peeters a kol. 2018, cit. v Novotná, Kunc 2019).

Pro udržitelný rozvoj destinace bez negativních dopadů je třeba nalézt optimální úroveň návštěvnosti dané destinace tak, aby nebyla snížena ani kvalita zážitku návštěvníka, ani kvalita života zdejších obyvatel, k realizaci tohoto cíle pak mohou dopomoci opatření týkající se územního plánování a časoprostorové regulace (Novotná, Kunc 2019). Zde je vhodné nastínit pojem trvale udržitelný cestovní ruch (viz kapitola 2.1.3).

2.1.3 Trvale udržitelný cestovní ruch

Tento pojem můžeme charakterizovat jako cestovní ruch, jehož působení je ohleduplné k lidem i přírodě (Patočková 2010). Vztahy mezi cestovním ruchem a životním prostředím jsou tématem, které geografy dlouhodobě zajímá (Butler 1999). Koncept udržitelného rozvoje turismu je atraktivní pro většinu geografů a obecně pro každého, koho znepokojuje

špatné zacházení se životním prostředím. Má tak značnou podporu a mnohdy je ze své podstaty považován za dobrý koncept, který by vyřešil mnoho problémů plynoucích z rozvoje turismu (Butler 1999). Někteří autoři (Butler 1993, Wheeler 1993, Wall 1996, vše cit. v Butler 1999) však namítají, že ne vždy je udržitelný rozvoj turismu možný a vhodný.

Za udržitelné lze považovat aktivity cestovního ruchu, které jsou vykonávány s ohledem na přírodní zdroje a které jsou ekonomicky oprávněné a žádoucí pro společnost (Zyzak 2015). Podle WTO (1993, cit. v Sharpley 2000) se rozvoj udržitelného turismu snaží brát v potaz potřeby hostitelských regionů a zároveň také potřeby současných turistů tak, aby mohly být v souladu s tímto chráněny a zlepšovány příležitosti pro budoucnost, a obecně je pak často kladen veliký důraz na to, aby byly přírodní a lidské zdroje z dlouhodobého hlediska využívány vhodným způsobem. Bez ohledu na politickou přijatelnost je třeba podporovat a hledat takové formy cestovního ruchu, které jsou ekologicky příznivější a které vyhovují co možná nejlépe dané destinaci z hlediska kritérií jejího rozvoje, ať již sociálního či ekonomického (Sharpley 2000).

Poněkud zásadním tématem v rámci udržitelného cestovního ruchu je problematika rekreační, respektive turistické únosnosti území. Prostorovou diferenciaci cestovního ruchu lze pak vyjádřit díky ukazateli, jakým je turisticko-rekreační zatížení území (Vystoupil a kol. 2007). Týká se to jak národní a regionální úrovně (Vystoupil a kol. 2007), tak i úrovně místní, tedy obcí (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006). Ukazatel turisticko-rekreačního zatížení území bývá vyjádřen na základě počtu turistických a rekreačních lůžek, která jsou dále přepočtena na jednotku plochy, což je v tomto případě km^2 (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006). Pro obce se zcela dominantní či velmi významnou hodnotou tohoto ukazatele je typické, že na jeden km^2 připadá 35 a více těchto lůžek (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006) – konkrétně zcela dominantní hodnota turisticko-rekreačního zatížení se pak týká obcí, kde na jeden km^2 připadá více než 50 takovýchto lůžek (Vystoupil a kol. 2007).

Nelze tak opominout objekty individuální rekreace, jakými jsou chalupy, chaty či byty, které nejsou obydlené z důvodu rekreace. Díky ukazateli turisticko-rekreačního zatížení území lze poukázat na potřebu zavedení speciálního režimu území během léta či zimy, kdy mohou být kladeny jiné nároky na zásobování, služby, řešení dopravy apod. Zmíněné zatížení koreluje s turistickou atraktivitou daného území (Vystoupil a kol. 2007).

Za jeden ze základních ukazatelů v rámci udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu bychom měli považovat turistickou (Defertovu) funkci (Pásková 2003a), jiným názvem se

jedná o Defertův index turistické funkce (Jreat 2004, cit. v Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016) neboli jen Defertovu funkci či Index turistické funkce se zkratkou T(f) (Botlíková 2019). Defertův index turistické funkce patří mezi nejvíce uznávané metody k měření relativního významu cestovního ruchu (Jreat 2004, cit. v Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016). Je-li třeba určit stupeň rozvoje turistické funkce v určité konkrétní destinaci, je tento index jedním z nejpoužívanějších (Smith 1995, cit. v Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016; Lasanta a kol. 2007, cit. v Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016), přestože pro hodnocení kvantitativního nasycení destinace lze použít různé metodiky (Studzieniecki 2017, cit. v Botlíková 2019; Rakytová a kol. 2017, cit. v Botlíková 2019). Tento index má odrážet relativní velikost cestovního ruchu v rámci lokální ekonomiky (Smith 2010, cit. v Borzyszkowski, Marczak, Zarębski (2016). Díky jeho hodnotě můžeme zjistit, zdali je vybraná lokalita dostatečně využita turisty a zdali jimi není negativně zatížena (Botlíková 2019). Požadované údaje pro výpočet indexu můžeme získat snadno (Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016), neboť index dává do poměru kapacitu stálých lůžek pro nerezidenty a počet rezidentů námi zvolené lokality (Botlíková 2019). Informace s tímto související je ve většině států možné získat ze statistických ročenek, případně z ostatních studií tohoto typu (Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2016). Index však nebere zcela v potaz druhé bydlení (vysvětleno níže) a kapacitu individuálního ubytování, tj. např. pobyt u přátel (Pásková 2012, cit. v Botlíková 2019). Se stoupající hodnotou zmíněného indexu, která se může pohybovat od 0 do ∞ , stoupá intenzita cestovního ruchu (Botlíková 2019). Vzorec pro výpočet tohoto indexu uvádí Botlíková (2019, s. 11) jako:

$$„T(f) = \frac{N}{P} * 100”$$

Zatímco „N“ zde znamená kapacitu stálých lůžek pro nerezidenty, tak „P“ v tomto vzorci znamená počet rezidentů lokality (Botlíková 2019). Z tabulky 2 je zřejmé, že hodnota Defertovy funkce může podat informaci o významu turistické aktivity v dané destinaci.

Tabulka 2: Význam turistické aktivity v destinaci na základě hodnoty Defertovy funkce

Kategorizace	Hodnota Defertovy funkce
Téměř žádná turistická aktivita	Do 4
Nevýrazná turistická aktivita	4–10
Významná, ale nepřevažující	10–40
Převážně turistická	40–100
Významná	100–500

Kategorizace	Hodnota Defertovy funkce
Hyperturistická destinace	Nad 500

Zdroj: Pásková (2008), cit. v Botlíková (2019) – Vlastní úprava (2020)

Dalším významným ukazatelem je turisticko-rekreační funkce (viz kapitola 4.1.1), jež vyjadřuje intenzitu turistické aktivity v destinaci a jež patří mezi významné ukazatele v rámci prostorové diferenciaci cestovního ruchu území, ať už se jedná o regionální či národní úroveň. Výpočet turisticko-rekreační funkce je dán poměrem populace navštěvující, tedy populace hostů (Vystoupil a kol. 2007), respektive počtem stálých turistických lůžek (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006), ku populaci navštěvované (Vystoupil a kol. 2007), což je počet obyvatel, kteří na daném území trvale bydlí (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006), respektive počet rezidentů (Vystoupil a kol. 2007).

Na rozdíl od výše zmíněné Defertovy funkce je však zde do zátěže dané destinace započítáno také druhé bydlení, tedy objekty individuální rekreace (OIR) (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006). Jedná se o chalupy, chaty a neobydlené objekty z důvodu rekreačního využití (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006; Vystoupil a kol. 2007), a to při přepočtu 4 lůžek na 1 takovýto objekt (Vystoupil a kol. 2007). Druhé bydlení zahrnuje nejen zmíněné objekty, ale také související jevy a procesy (Kowalczyk 1994, Bičík a kol. 2001, Fialová, Vágner a kol. 2004, vše cit. v Fialová, Vágner 2011b). O druhém bydlení lze hovořit, je-li objekt využíván především za účelem rekreace, nachází-li se mimo trvalé bydliště daného vlastníka a je-li v době i periodicitě jeho využívání přítomna určitá individuální různorodost (Mariot 1986, cit. v Fialová, Vágner a kol. 2004, cit. v Fialová 2014b). Lokalizace těchto objektů má rozhodující vliv na stanovení významu turisticko-rekreační funkce obcí Česka (Vystoupil a kol. 2007). Funkci lze vypočítat jako „*počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) a v objektech individuální rekreace v obci (při přepočtu 4 lůžek na 1 OIR) – tento počet je vydělen počtem trvale bydlících obyvatel v obci a vynásobený stem*“ (Kunc, Šauer, Vystoupil 2006, s. 7). Hromadná ubytovací zařízení budou nadále zmiňována pouze pod zkratkou HUZ a objekty individuální rekreace pouze pod zkratkou OIR.

Prostřednictvím turisticko-rekreační funkce lze sledovat intenzitu rekreace dané oblasti (Perlín, Kučerová, Kučera 2010). Navzdory relativně snadnému výpočtu této funkce nemusí být jednoduchá její interpretace, neboť je třeba brát v potaz míru využití lůžkové kapacity, dále formy cestovního ruchu a v neposlední řadě rovněž sezónnost (viz kapitola 2.2). Co se týče hodnocení rekreační a turistické funkce pro určitou obec, tak je jejich významový poměr 3:1, což udává fakt, že na základě údajů ze sčítání lidu v roce 1991 bylo

v OIR přibližně 1,6 mil. lůžek, zatímco v HUZ bylo přibližně 500 tis. lůžek na základě údajů z roku 2004. Daný poměr 3:1 se rovněž týká již zmíněného turisticko-rekreačního zatížení (Vystoupil a kol. 2007).

V tabulce 3 můžeme vidět významové diferenciační stupně turisticko-rekreační funkce a jejich hodnoty.

Tabulka 3: Významové diferenciační stupně turisticko-rekreační funkce a jejich hodnoty

Kategorizace	Hodnota turisticko-rekreační funkce
Malá	25 a méně
Rozvojová	26–50
Významná	51–100
Velmi významná	101–200
Zcela dominantní	201 a více

Zdroj: Vystoupil a kol. (2007) – Vlastní úprava (2020)

Galvasová, Binek, Holeček (2008) uvádějí, že v destinacích může docházet k demonstračnímu efektu, kdy rezidenti využívají služby cestovního ruchu a napodobují vzorce chování příjíždějících návštěvníků. Velice intenzivní návštěvnost destinace v rámci cestovního ruchu může vést až k dualizaci společnosti, tedy k rozdělení na skupinu profitující ze zdejšího cestovního ruchu a na skupinu obyvatel pociťující zvýšené životní náklady. Může docházet k odsouvání potřeb rezidentů do pozadí a dokonce i k marginalizaci (vytlačování) rezidentů z nejpřetíženějších oblastí daného sídla, na čemž má svůj podíl výše zdejších nájmu, místní cenová politika a složení tamní maloobchodní nabídky. Pokud situace dojde do tohoto bodu, tak se zákonitě negativně promítá na postoji zdejších obyvatel k turismu a k návštěvníkům. Proces vývoje tohoto vztahu rezidentů k cestovnímu ruchu se nazývá jako turistická iritace. Ukazatelem takového vztahu je pak iritační index, respektive čtyřstupňová škála postojů, kam řadíme euforii, apatii, znechucení a také antagonismus (Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008). V průběhu životního cyklu destinace (viz kapitola 2.1.4) dochází ke změně tohoto postoje (Pásková, Zelenka 2002, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Postoje rezidentů vůči návštěvníkům se v rámci životního cyklu destinace obvykle vystřídají ve výše uvedeném pořadí (Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008). Iritační index je důležitým ukazatelem v rámci již zmíněné udržitelnosti rozvoje cestovního ruchu (Pásková 2003b). Rovněž se tento ukazatel nazývá (podle jeho autora) jako Doxeyho iritační index. Vyvozujeme jej mj. z postavení destinace v rámci jejího životního cyklu (Doxey

1975, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Hodnoty zmíněného ukazatele ovlivňuje mj. kvalita infrastruktury, stupeň prostorové i časové polarizace různých aktivit cestovního ruchu nebo také rozdílnost kultury zdejších obyvatel a návštěvníků (Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008). V rámci vztahů mezi rezidenty a návštěvníky nelze opominout, že mezi návštěvníky lze zařadit např. i vlastníky a uživatele objektů druhého bydlení (Pásková, Zelenka 2002, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Doxeého iritační index lineárně ilustruje změny v místních postojích vůči turistům (Saputra, Par, Par 2017). Destinace s primární rolí druhého bydlení z hlediska rekreační funkce bývají obvykle ve fázi tzv. stagnace. Lze předpokládat, že mezi rezidenty a rekreanty bude v tomto případě typický vztah apatie či znechucení. Navzdory tomu lze předpokládat identifikaci rekreantů s touto destinací, neboť ji využívají dlouhodobě. Každopádně, tato identifikace nemusí být obdobná jako v případě rezidentů (Fialová, Vágner 2011a). Často dochází ke změně funkce objektů druhého bydlení na komerční funkci (například se pak jedná o objekty služeb). Chalupaření, jedna z dominantních forem druhého bydlení, může mít v periferních oblastech významný podíl na stabilizaci sídelní soustavy, neboť některá sídla existují díky individuální rekreaci dokonce i bez trvalého obyvatelstva (Fialová, Vágner 2005). Deurbanizační trendy ve většině periferií souvisejí především s generační výměnou vlastníků a rekreantů (Fialová, Vágner 2005). Následující kapitola 2.1.4 se pak zaměřuje na již několikrát zmíněný životní cyklus destinace.

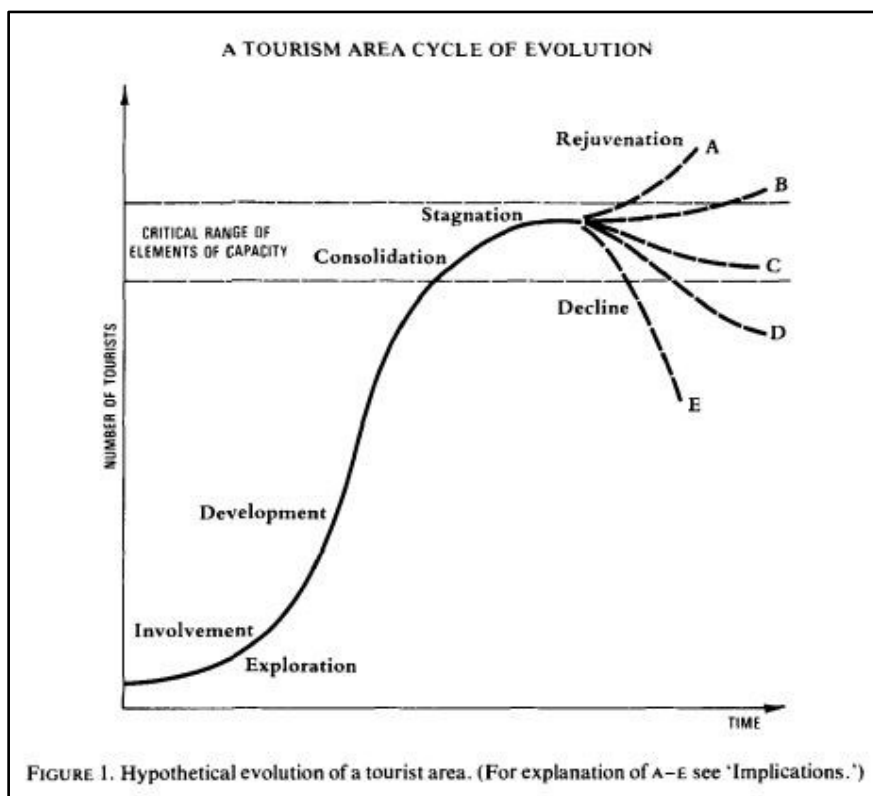
2.1.4 Životní cyklus destinace (Tourism area life cycle)

Každá destinace prochází svým životním cyklem stejně jako jakýkoliv produkt v rámci trhu (Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008). Vývojová stádia destinací pak popisuje tzv. Tourism area life cycle (dále jen TALC) (Butler 1980, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Jedná se o Butlerův koncept životního cyklu destinace, což je významný nástroj destinačního managementu (Kříž 2017), o kterém byla zmínka rovněž v kapitole 2.1. Pro vytváření prognózy vývoje cestovního ruchu v určité destinaci slouží právě tento model analyzující životní cyklus destinace jako celku, respektive křivka životního cyklu destinace (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Butler (1980) nastiňuje hypotetický vývoj destinace pomocí této křivky, která je znázorněna na obr. 1. Zde jsou ilustrována stádia, o kterých autor předpokládá, že si jimi destinace musejí projít. Návštěvníci přicházejí do dané oblasti zpočátku v malém počtu. Jejich počty však postupně stoupají, např. díky rostoucímu povědomí o dané destinaci. Dále rapidně stoupá popularita oblasti, na čemž má svůj podíl např. marketing a šíření informací. Nakonec však míra nárůstu počtu návštěvníků upadá

kvůli naplnění kapacity. Jakmile pak atraktivita oblasti ve srovnání s jinými oblastmi upadá v souvislosti s nadužíváním a s důsledky příchozích návštěvníků, může dojít až k poklesu počtu návštěvníků (Butler 1980).

Mezi vývojová stádia destinací v rámci životního cyklu destinace patří „objevení, vtažení, rozvoj, konsolidace, stagnace a post-stagnace s možností oživení, stabilizace či úpadku“ (Butler 1980, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Dále lze pro tato stádia (směrem od fáze počáteční k fázi konečné) použít názvy jako průzkum, zapojení, rozvoj, upevnění, stagnace a pokles, případně omlazení produktu destinace (Formica 1997, cit. v Palatková 2006). Lze také hovořit o exploraci, zapojení, rozvoji, konsolidaci, stagnaci a poklesu (Kowalczyk 2000, cit. v Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008).

Obrázek 1: Hypotetický vývoj turistické oblasti



Zdroj: Butler (1980, s. 7)

Pro fázi objevení jsou typické malé skupinky individuálních návštěvníků, vyskytujících se na určitém místě, kteří směřují za atraktivitami vybrané lokality, a minimální vliv turismu na život zdejších obyvatel a lokální ekonomiku. Během fáze zapojení pak v dané lokalitě stále přibývají návštěvníci, načež část obyvatel začne z turismu profitovat v rámci stravovacích a ubytovacích služeb. Pro fázi rozvoje je typické vyrovnání počtu návštěvníků s počtem rezidentů a nárůst významu turistické funkce, která se stává jednou

z hlavních funkcí území. Vznikají nová turistická zařízení, ale do popředí se dostávají i otázky environmentální problematiky. Značný vliv na rozvoj destinace mnohdy získávají i podnikatelé, kteří nepatří mezi rezidenty. Stádium konsolidace pak zahrnuje naprosto největší možný rozvoj turistické funkce daného území, pokles tempa růstu návštěvnosti a první sociální konflikty mezi návštěvníky a rezidenty. Charakteristická je rovněž převaha turismu v odvětvové struktuře zdejší ekonomiky a v rámci měst lze zaznamenat i vznik specifických čtvrtí, kde se koncentrují např. hotely či restaurace (Kowalczyk 2000, cit. v Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008). Klíčové jsou fáze, které se nacházejí směrem dále od konsolidace. V určitém bodě (v tzv. kritickém rozmezí únosné kapacity neboli v saturačním intervalu) totiž vyplyne najevo, zdali destinace bude směřovat k úpadku, nebo naopak k omlazení destinace, které by pak směřovalo k jejímu novému životnímu cyklu (Kříž 2017). Po konsolidaci následuje fáze stagnace, kterou charakterizuje pokles návštěvníků, což má negativní ekonomické dopady, a nárůst sociálních problémů. V konečné fázi pak následuje stádium poklesu, kdy v důsledku odlivu návštěvníků a uzavírání turistických zařízení (např. restaurací, hotelů apod.) podstatně klesá význam turistické funkce. Turistická zařízení následně mohou změnit svoji funkci, lze je uzpůsobit k bydlení, mohou se zde koncentrovat zdravotní či sociální služby apod. Turistická funkce může někde vymizet úplně, nebo může změnit svoji formu, což znamená fázi obrození, kdy začíná nový životní cyklus destinace. To může být například změna horských lázeňských středisek na střediska zimních sportů (Kowalczyk 2000, cit. v Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008).

Pokud management destinace dokáže identifikovat fázi jejího životního cyklu, může na základě toho vhodně přizpůsobit cenovou, distribuční a propagační politiku. Ve fázi poklesu lze analyzovat příčiny tohoto jevu a snažit se s pomocí výsledků docílit opětovného rozvoje destinace. Je nutné identifikovat nejméně poptávané produkty a vyřadit je z hlavní nabídky a omezit distribuci a propagaci vybrané destinace. Dále je případně možné snížit ceny, avšak pokud chce destinace během procesu oživení usilovat o to, aby byl opětovně navýšen objem prodeje, není žádoucí image levné destinace, obtížně by se pak změnila (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011).

Koncept životního cyklu destinace je odvozen od marketingového konceptu životního cyklu produktu (Kříž 2017), jiným názvem též Product life cycle, dále jen PLC. Model PLC znázorňuje vývojové fáze produktu. Modely PLC a TALC spolu vzájemně souvisejí, a tak je třeba posuzovat tyto modely komplexně, avšak i přes jejich nesporný

význam souvisí jejich tvorba a využití hned s několika problémy – v rámci růstu objemu prodeje není brán ohled na výdaje týkající se marketingových aktivit, v rámci změn objemu prodeje chybí rozlišení jednotlivých zdrojových trhů, u nichž může docházet k zásadním odlišnostem v nárůstech tržeb, dále je obtížné stanovit okamžik vzniku a zániku určité destinace a také by bylo vhodné vytvořit modely samostatně jak pro jednotlivé produkty určité destinace, tak i pro jednotlivé tržní segmenty (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Křivka životního cyklu destinace zachycuje změny v určitém turistickém regionu během delšího časového horizontu – zachycuje objektivní realitu s využitím ukazatelů, které mají zejména kvantitativní povahu (sem patří počet turistů a také zisk), ale jsou také kvalitativního rázu (vztah rezidentů k návštěvníkům a turistům). Zkoumáme-li určitý rekreační prostor, nemůžeme jej pozorovat pouze z hlediska jeho dlouhodobého vývoje, např. pomocí tohoto cyklu, ale musíme zohlednit i časové dimenze, které jsou mnohem kratší, čímž se myslí rok, týden i den (Fialová 2009).

Region bývá jeho návštěvníky využíván po omezenou dobu ke specifickému účelu (poznání, realizace volnočasových aktivit, relaxace apod.), který je velmi vázán na časové období, respektive na určitý časový úsek vývoje v daném regionu. Ten může být denní, týdenní či roční, případně se může jednat o ještě delší časový úsek vývoje (Fialová 2009). Vývojová stádia týkající se přímo destinací pak popisuje již zmíněný TALC (Butler 1980, cit. v Fialová, Vágner 2011a). Příkladem denního časového úseku vývoje v určitém regionu jsou výsledky studie týkající se časoprostorové zátěže v Českém Krumlově (Pásková 2008, cit. v Fialová 2009). Zde by bylo dobré zmínit pojem časoprostorová geografie neboli častěji geografie času, jak tento směr nazýval Hägerstrand (Pospíšilová 2012), protože denní rytmus se velmi pojí s konceptem každodenního života, zkoumaného právě časoprostorovou geografii (Kříž 2017). Geografové považují každodenní život ve vyspělé společnosti za soubor činností, které se pojí s domácími aktivitami, se zaměstnáním, s volným časem a také s dopravním spojením, které se nachází konkrétně mezi místy, kde se dané aktivity odehrávají (Ellegard, Pater 1999, cit. v Pospíšilová 2012, cit. v Kříž 2017). Každodenním životem se rozumí činnosti, které během celého dne vykonáváme na různých místech (Pospíšilová 2012, cit. v Mlčochová 2016). Časoprostorová geografie se zabývá pohybem lidí v čase a prostoru (Mlčochová 2016). Klade důraz na základní předpoklady časoprostorové existence člověka, což je například omezená délka života a fakt, že všechny pohyby vyžaduje také čas a že všechny situace v životě vycházejí z dřívějších situací (Thrift 1977, cit. v Pospíšilová 2012). Tento geografický směr poskytuje nástroj k detailnímu

pozorování každodenního života (Pred 1981, cit. v Pospíšilová 2012) a podtrhuje význam času ve fyzickém prostředí (Thrift 1977, cit. v Pospíšilová 2012). Region tak obvykle bývá zkoumán v určitém časovém okamžiku, případně v určité časově omezené etapě společnosti, například v řádu několika desítek let. Pokud tedy chceme hodnotit nějaký region, musíme při tom zohlednit hledisko času. Ke studiu regionu je pak nutné přistupovat s tím, že bereme v potaz různé časové dimenze sledování, což může být např. sezónnost (Fialová 2009), které v této práci bude věnována značná pozornost (viz kapitola 2.2).

2.2 Sezónnost cestovního ruchu

Již zmíněná sezónnost patří mezi specifické (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011) a klíčové rysy cestovního ruchu (De Cantis, Ferrante 2017). Tomuto tématu byla věnována pozornost v literatuře po několik dekád, přesto však zůstává málo pochopena (Butler 2001, cit. v Cannas 2012). Dokonce patří mezi nejméně pochopené (Higham, Hinch 2002, cit. v Jolliffe, Farnsworth 2003) a nejméně prozkoumané vlastnosti cestovního ruchu, ačkoliv je jednou z jeho nejvýznamnějších charakteristik (Allcock 1989, Butler 2000, Higham, Hinch 2002, Hinch, Jackson 2000, Jang 2004, vše cit. v Chung 2009).

Může být definována jako *„časová nerovnováha v jevu cestovního ruchu a může být vyjádřena z hlediska rozměrů takových prvků, jako je počet návštěvníků, výdaje návštěvníků, provoz na dálnicích a jiné formy dopravy, zaměstnanost a vstup na atrakce“* (Butler 1994, cit. v Cannas 2012, s. 41). Kromě této definice bychom sezónnost mohli charakterizovat jako *„konstantní zákonitost dynamiky konkrétního jevu v časovém období kratším než jeden rok, která se projevuje zvyšováním nebo snižováním hladiny určitého ukazatele během roku v průběhu řady let“* (Beránek 2013, s. 60). Jedná se o *„nepravidelnost a nerovnoměrnost vývoje sociálněekonomických jevů vlivem vnějších příčin v průběhu roku, která je výsledkem působení přírodních a sociálních činitelů“* (Hesková 2006, s. 34). Můžeme rovněž hovořit o cyklickém kolísání, ke kterému dochází v poptávce v cestovním ruchu (Jolliffe, Farnsworth 2003). Odkazuje tedy na nerovnoměrné rozložení poptávky po cestovním ruchu v dané destinaci, a to v rámci roku (Butler 2001, cit. v Tsiotas, Krabokoukis, Polyzos 2020; Batista a kol. 2019, cit. v Tsiotas, Krabokoukis, Polyzos 2020). Sezónnost indikuje jak výkyvy v poptávce, tak i výkyvy v nabídce cestovního ruchu (BarOn 1972, Allcock 1989, Cooper a kol. 2005, cit. v Chung 2009). Můžeme ji pozorovat v mnoha různých destinacích světa (Cannas 2012). Jsou pro ni typické pravidelné a poměrně předvídatelné změny v průběhu času, které se týkají agregátů vztahujících se k cestovnímu ruchu (za agregáty zde

můžeme považovat například příjezdy a přenocování v daných ubytovacích zařízeních, ceny noclehu a dopravy, obsazenost hotelů či dopravu na dálnicích a na letištích). Tyto změny se opakují každým rokem (De Cantis, Ferrante 2017).

2.2.1 Význam sezónnosti

Význam sezónnosti nelze popřít, neboť je jednou ze základních charakteristik cestovního ruchu (Jolliffe, Farnsworth 2003). Cestovní ruch je závislý na sezónních výkyvech (Beránek 2013). Není však jedinou ekonomickou aktivitou charakterizovanou časovými změnami. Sezónní, cyklické a periodické změny se totiž týkají produkce a spotřeby napříč širokým rozsahem ekonomických aktivit (Kusnets 1933, BarOn 1975, Hylleberg 1992, cit. v Cannas 2012). Na sezónnost bývá nahlíženo jako na výzvu a často také jako na problém, který ovlivňuje mnoho oblastí (Jolliffe, Farnsworth 2003). Je to jedna z největších výzev, které již zmíněné destinace cestovního ruchu čelí (Sæþórsdóttir, Hall, Stefánsson 2019). Sezónnost má za následek ekonomické, ekologické a sociální dopady, ale to, jestli je nutné považovat ji za problém hodný potlačení, nebo ji akceptovat, záleží na úhlu pohledu výzkumného pracovníka a na konkrétních cílech dané studie (Cannas 2012). Důsledky sezónnosti je důležité zohlednit při prognózách týkajících se cestovního ruchu (Lundtorp 2001). Může být příčinou overtourismu (Goodwin 2019), jehož problematika již byla v této práci nastíněna (viz kapitola 2.1.2). Sezónnost je také zásadním problémem udržitelného cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.3). Zde je důležité zmínit, že vyvíjí tlak na zdroje a ovlivňuje optimální využití nejenom infrastruktury, ale i investic. Může se s ní pojit negativní zkušenost v podobě přeplněných destinací (Sæþórsdóttir, Hall, Stefánsson 2019). Minimalizovat ji lze diverzifikací turistické nabídky, která podporuje návštěvnost v rámci celého roku (de Lamare Leite 2017, cit. v Nekola 2018). V závislosti na sezónnosti aktivit turistů, rekreatantů a rezidentů se mění vnitřní a vnější image daného regionu během roku. Vnitřní image znamená pohled na image regionu z hlediska aktérů působících uvnitř daného regionu. Vnější image naopak znamená chápání image regionu z hlediska vnějších aktérů (Fialová 2009).

Sezónnost ovlivňuje účast na cestovním ruchu, respektive změny v počtu jeho účastníků, obsazenost ubytovacích kapacit a také stravovacích kapacit, míru využívání dopravních prostředků a hospodářskou činnost středisek a podniků zaměřujících se právě na cestovní ruch (Hesková 2006). Velmi důležitý je fakt, že ovlivňuje ceny. Můžeme vysledovat, že během sezóny (viz kapitola 2.2.4) jsou typické vysoké úrovně cen (Lundtorp 2001). Hovoříme o tzv. sezónní jádrové inflaci (respektive turistické inflaci), kdy ceny

základních potravin nebo věcí denní potřeby nesmyslně zvyšují svoji cenu (Pásková 2014, cit. v Bezděk 2017). V mimosezóně (viz kapitola 2.2.5) oproti tomu můžeme zaznamenat slevy (Lundtorp 2001). Sezónnost výrazně ovlivňuje např. zaměstnanost, spotřebu energií a také rozsah služeb (Jakubíková 2012). Je spojena s problémem využití kapacity hotelů, restaurací a turistických atrakcí. Tato kapacita bývá velmi využita pouze během sezóny, což může vést ke snaze daných letovisek prodloužit sezónu. K analýze možností prodloužení sezóny a případným dopadům je však nutné umět měřit důležité vlastnosti sezónnosti (Lundtorp 2001). Zařízení s vysloveně sezónním charakterem jsou často dlouhodobě mimo provoz, což pak není ekonomicky rentabilní vzhledem k obvyklé finanční náročnosti týkající se jejich výstavby a vybavení. Právě kvůli tomu pak stoupá snaha o celoroční využití těchto zřízení (Jakubíková 2012). Konkrétně hotely by prodloužení sezóny uvítaly kvůli nadměrné kapacitě mimo sezónu (Lundtorp 2001). Prodloužení sezóny však nemusí být vždy žádoucí, ba naopak, neboť komunity a podniky, kterých se to týká, postrádají určitý čas na odpočinek (Goodwin 2019).

Sezónnost cestovního ruchu vystavuje všechny aspekty životního prostředí velkému tlaku během sezónních měsíců, kdy dochází k narušení únosné turistické kapacity (Martin a kol. 2019, cit. v Tsiotas, Krabokoukis, Polyzos 2020). Ovlivňuje všechny aspekty moderního pohostinství (Jolliffe, Farnsworth 2003). Rovněž má vliv na strukturu zaměstnanosti v cestovním ruchu. Ta se vyznačuje například sezónními výkyvy objemu pracovního zatížení a zaměstnanosti, nezanedbatelným podílem neúplné zaměstnanosti, nízkým podílem personálu, který je kvalifikovaný, omezenými možnostmi profesního růstu a nezanedbatelným zastoupením ženské práce (Beránek 2013). Sezónní výkyvy poptávky v cestování a v cestovním ruchu obvykle mívají vliv na výkonnost celého sektoru cestovního ruchu, který zažívá jak období nadměrného využití zdrojů, tak období nedostatečného využití zdrojů (De Cantis, Ferrante 2017). Obecně je uznáváno, že sezónnost může způsobovat vážné ekonomické a sociální problémy, jako je nestabilní trh práce vznikající v důsledku dočasné zaměstnanosti v dané destinaci (Sutcliffe, Sinclair 1980, Goeldner, Ritchie 2003, cit. v Chung 2009). V cestovním ruchu jsou běžná sezónní zaměstnání (Jolliffe, Farnsworth 2003) – sezónní zaměstnání lze charakterizovat jako „*dočasně placené zaměstnání, které skončí v určitý čas nebo v blízké budoucnosti, jakmile vrchol sezóny přejde*“ (Marshall 1999, cit. v Jolliffe, Farnsworth 2003, s. 312). Zvláště manažeři firem cestovního ruchu a politici, kteří se musejí vypořádat s důsledky sezónnosti, jakými jsou nezaměstnanost, migrace, nižší příjem a dis-investice, mohou sezónnost vnímat negativně.

Pokud však důsledky sezónnosti mohou být absorbovány jiným sektorem socioekonomické aktivity, mohou k nim místní úřady přistupovat jako k bezproblémové záležitosti (Cannas 2012). Navzdory zmíněným problémům bylo díky několika mála studiím (Murphy 1985, Butler 1994, cit. v Chung 2009) zjištěno, že sezónnost nemusí mít vždy negativní vliv na destinaci či na turisty. Dokonce i v mimosezónním období lze najít určité pozitivum – z ekologické perspektivy totiž mimosezónní období přispívá dokonce k udržitelnosti cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.3), což lze přirovnat k „*vypnutí vypínače na chvíli kvůli předejití přehřátí elektronických zařízení*“ (Chung 2009, s. 91).

2.2.2 Příčiny sezónnosti

Míra sezónnosti v konkrétní oblasti závisí na povaze turistických atraktivit (Ball 1989). Sezónnost v cestovním ruchu bývá výsledkem působení nejenom přírodních, ale i sociálních činitelů (Hesková 2006). Je definována celou řadou faktorů, přičemž jedním z nich jsou právě přírodně-klimatické faktory. Těmito faktory rozumíme kvantitu i kvalitu specifických statků, které ovlivňují rozvoj poznávacího, sportovního a léčebného cestovního ruchu a dalších jeho typů (Beránek 2013). Působení přírodních činitelů je objektivní – ovlivňují klimatické změny, povětrnostní změny, střídání ročních období a délku dne, což pak ve výsledku podmiňuje období s příznivými či naopak nepříznivými podmínkami pro cestovní ruch (Hesková 2006).

Role klimatu je velmi zásadní (Lundtorp 2001). Například Chorvatsko je oblíbenou turistickou destinací, co se týče dovolených na pláži během sezóny v létě. V tomto období je sice horko na určité turistické aktivity, ale navzdory tomu je zde touto dobou dobrý klimatický potenciál pro dovolenou na pláži, zvláště pak v oblasti Jadranu. Lze však předpokládat, že se časem budou zvyšovat horka a riziko rakoviny kůže, což je problém hlavně pro seniory, kteří budou z hlediska demografických změn stále významnější skupinou turistů. Vhodnější je pak zvolit na tuto dovolenou například září či květen (Brosoy, Zaninovic, Matzarakis 2013). Sezónnost se intenzivněji projevuje v těch zemích, kde je typický masový cestovní ruch, což může být právě již zmíněné Středomoří, kde převládají letní aspekty produktu cestovního ruchu (Corluka a kol. 2016, cit. v Tsiotas, Krabokoukis, Polyzos 2020). Výraznější výkyvy v návštěvnosti jsou mj. typické pro periferie (Sæþórsdóttir, Hall, Stefánsson 2019). Sezónnost, kterou způsobují přírodně-klimatické faktory, lze ovlivnit jen těžko (Beránek 2013). V určitých případech je eliminace výkyvů vznikajících v důsledku sezónnosti dokonce nemyslitelná – příkladem může být lyžařské středisko, které nemá mimo

zimu sních (Beránek 2013), avšak zde je nutno poznamenat, že některá lyžařská střediska mají kromě zimní sezóny i letní sezónu (Lundtorp 2001).

Obtížně řešitelnou sezónnost můžeme někdy spatřit také na příkladu letní rekreace, což se může týkat provozovatelů přírodních koupališť, kteří mohou problém se sezónností řešit tím, že poblíž koupaliště vybudují turistické atraktivity využitelné v době, kdy není doba příznivá pro koupání (minigolf, lanové centrum). Vliv sezóny může být naprosto potlačen, pokud lze aktivitu provozovat indoorově, tedy uvnitř budovy. Některé destinace jsou však i navzdory tomu navštěvovány během konkrétní roční doby (Beránek 2013). Pobřežní resorty jsou závislé na tradiční sezóně, která souvisí s klimatickými vlivy, přesto se jim může podařit sezónu do určité míry prodloužit (Ball 1989). Beránek (2013) uvádí, že jen minimum turistů z Česka zavítá například do přímořského letoviska v Itálii během zimy, i když zde budou mít jiné alternativy trávení volného času než na mořské pláži. Můžeme však předpokládat, že by v budoucnu mohlo dojít k určité změně, protože Intergovernmental Panel on Climate Change, dále jen IPCC, potvrzuje oteplování klimatického systému (IPCC 2013) a protože klesající úhrny srážek v jižní Itálii jsou nejvíce patrné právě v již zmíněné zimě, což je srážkově nejbohatší období v jižní Itálii (Polemio, Casarano 2004). Přímořská letoviska v Itálii pak zažívají hlavní sezónu od dubna do října (Montanari, Magnarapa 1998). Určitou zajímavostí je, že v Itálii nejvíce návštěvníků zaznamenávají jednoznačně města umění, nikoliv přímořská letoviska, která jsou však první v počtu přenocování kvůli počtu dní, po které zde lidé zůstávají (Montanari, Magnarapa 1998). Velká města často netrpí sezónností, neboť městský cestovní ruch lze provozovat po celý rok prakticky stejně kvalitně (Beránek 2013) – viz kapitola 2.2.6. Z toho vyplývá, že v těchto městech sezónnost často ani nebývá.

Pokud se však ještě vrátíme k tématu přímořského cestovního ruchu, zjistíme, že není pravda, že by lidé necestovali k moři i v zimě – například ostrov Gran Canaria zaznamenával dle dřívějších dat (Montanari, Magnarapa 1998) dokonce konstantní počet příjezdů po celý rok (viz kapitola 2.2.6). Někteří turisté, zvláště senioři, kteří nebývají odkázáni na termín dovolené, navíc raději cestují právě v mimosezóně (Kotíková 2013). Kotíková (2013) to zdůvodňuje několika faktory – ve střediscích cestovního ruchu bývá touto dobou nejen méně lidí, větší klid a nižší ceny (lze tedy usuzovat, že je tou dobou možné vyhnout se overtourismu a turistické inflaci – viz kapitola 2.1.2 a 2.2.1), ale také nižší teploty (větší horka představují zdravotní rizika pro seniory). Ačkoliv se aspekt počasí dříve týkal zejména jihoevropských přímořských letovisek, dnes jsou horka v letních měsících více patrná i

ve střední Evropě, a proto i zde senioři často vyhledávají pobyty v září a na začátku června. Například ve Spojených státech amerických si senioři velmi často na zimu pronajímají byty či apartmány na jihu Spojených států amerických, nejčastěji pak na Floridě (Kotíková 2013).

Sezónnost v cestovním ruchu bývá výsledkem působení nejenom přírodních činitelů, ale i sociálních činitelů, jak již bylo zmíněno výše – sociální činitelé jsou na rozdíl od přírodních činitelů částečně subjektivní povahy (Hesková 2006). Subjektivní předpoklady cestovního ruchu jsou dány psychologickými a dalšími pohnutkami, které jsou ovlivněny kulturní úrovní obyvatel. Dané pohnutky mají vliv na rozhodování jednotlivce či skupiny, které se týká účasti na turismu a výběru lokality pro turismus (Hamarnéh 2012). Na sociální faktory a existenci volného času upozorňuje také Beránek (2013). Mezi významné sociální činitele lze zařadit čerpání dovolené a období školních prázdnin (Hesková 2006). Sezónnost také ovlivňuje celozávodní dovolená a kalendářní svátky jako např. Vánoce či Velikonoce (Lundtorp 2001). Jakubíková (2012) uvádí, že sezónnost je dána přírodně-klimatickými faktory, dále také legislativními a administrativními úpravami týkajícími se volného času, čímž se zde myslí již zmíněné prázdniny, celozávodní dovolené či svátky. Dále upozorňuje na to, že sezónnost je dána i zpřístupněním určitých atraktivit v určitém čase – jako příklad pak uvádí hrady, zámky či bezplatné vstupy do galerií a muzeí v určitých dnech. Sezónnost může být definována i ekonomickými faktory – tím se myslí jak struktura spotřeby zboží, tak i služeb. Dále mezi významné ekonomické faktory patří i formování bonity poptávky, a to prostřednictvím nabídky (Beránek 2013). Marketing (viz kapitola 2.1) včetně speciálních událostí může sezónu také ovlivnit (Lundtorp 2001).

Lundtorp (2001, s. 25) sezónnost považuje za „výkyvy v cestovním ruchu v destinaci.“ Z toho tím pádem vyplývá, že načasování událostí, konferencí a meetingů je tak v sezónnosti zahrnuto, pokud se vztahuje k určité geografické oblasti. Například každoroční Valné shromáždění Organizace spojených národů (dále jen OSN) je sezónním jevem pro New York. Jiná situace než v případě OSN však nastává pro skupinu států Group of Seven, respektive G7. Každoroční meeting hlav států této skupiny totiž není sezónním jevem, neboť G7 pořádá tuto událost pokaždé jinde (Lundtorp 2001).

Beránek (2013) uvádí, že mezi faktory, které definují sezónnost v cestovním ruchu, patří také faktory demografické, v rámci kterých se poptávka může lišit na základě věkového složení či podle pohlaví a jiných znaků. Dále upozorňuje i na faktory psychologické, kdy sezónnost mohou ovlivňovat určité tradice, móda nebo dokonce napodobování.

V neposlední řadě uvádí, že mezi faktory definující sezónnost patří i faktory materiálně-technické, čímž se myslí rozvoj ubytovacích sítí, stravovacích sítí, dopravy, kulturně-léčebných služeb a také zábavy.

2.2.3 Kurtóza sezónnosti

Chceme-li určit míru sezónnosti cestovního ruchu ve vybrané destinaci v průběhu roku, můžeme k tomu použít tzv. kurtózu sezónnosti. Tento ukazatel lze definovat jako „*aplikovaný statistický model, způsob vyhodnocení průběhu frekvenční distribuce zaměřený na míru soustředění hodnot v okolí určitého bodu*“ (Zelenka, Pásková 2012, s. 153). Zelenka, Pásková (2012, s. 153–154) dále uvádějí, že „*kurtóza vyjádřená matematickým vzorcem se součtem čtvrtých mocnin odchylek od střední hodnoty indikuje, do jaké míry se návštěvníci koncentrují do určitých částí roku,*“ a že kurtóza „*měří také míru odlišnosti od různých typů rozdělení počtu turistů během roku (nerovnoměrné rozdělení, sezónnost popsána normálním (Gaussovým) rozdělením s jedním nebo dvěma vrcholy)*.“ Návštěvnost dané destinace je zcela rovnoměrně rozdělena během celého roku, pokud se hodnota kurtózy sezónnosti pro danou destinaci blíží nule. Pokud se však blíží číslu tři, jedná se již o normální (Gaussovo) rozdělení návštěvnosti, pro které je typická jedna sezóna. Je-li však výsledná kurtóza vyšší, dochází v určitém období během roku ke značnému přetěžování destinace cestovního ruchu, kdy hovoříme o tzv. leptokurtické křivce, pro kterou je typický relativně výrazný vrchol. V opačném případě hovoříme o tzv. platykurtické křivce, pro kterou je ještě charakteristické relativně rovnoměrné rozložení návštěvnosti do celého roku (Zelenka, Pásková 2012).

Vzorec pro výpočet kurtózy sezónnosti udávají Zelenka, Pásková (2012, s. 154) jako:

$$„K = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - x)^4}{n(SD_i)^4}”$$

K = hodnota kurtózy

x_i = počet turistů v dané části roku (zpravidla měsíc)

x = aritmetický průměr všech x_i

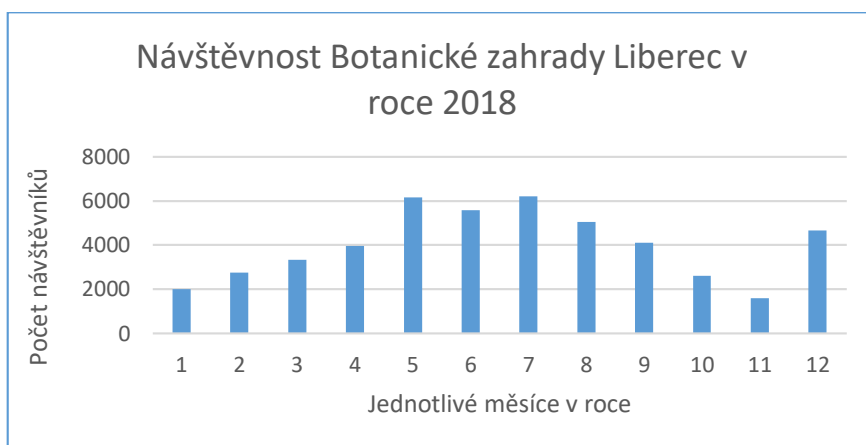
n = počet časových period (částí roku)

SD_i = standardní odchylka x_i .

Graf 1 znázorňuje konkrétní případ sezónnosti. Jedná se o údaje o návštěvnosti Botanické zahrady Liberec z roku 2018. Kurtóza sezónnosti pro rok 2018 je v tomto případě rovna

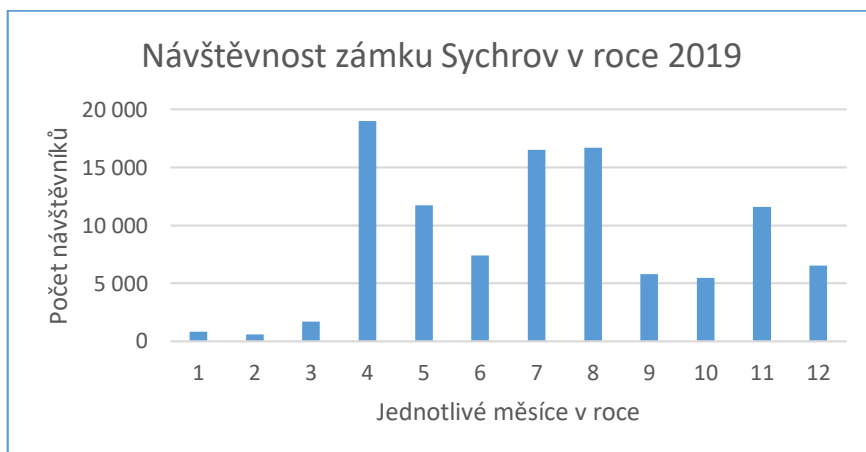
číslu 1,76 (zaokrouhleno na dvě desetinná místa). Podle grafu by se mohlo zdát, že se může jednat o případ blízký normálnímu (Gaussovu) rozdělení, avšak výsledná hodnota kurtózy ještě není dostatečně vysoká. Jedná se o tzv. platykurtickou křivku, pro kterou je ještě typické relativně rovnoměrné rozložení návštěvnosti během roku. Graf 2 pak znázorňuje jiný případ sezónnosti, konkrétně návštěvnost zámku Sychrov v roce 2019. Kurtóza se zde pohybuje okolo hodnoty 1,78 (zaokrouhleno na dvě desetinná místa), takže se jedná o podobnou situaci jako v předchozím případě.

Graf 1: Návštěvnost Botanické zahrady Liberec v roce 2018



Zdroj: Vlastní zpracování (2020), údaje od: Studnička (2019)

Graf 2: Návštěvnost zámku Sychrov v roce 2019



Zdroj: Vlastní zpracování (2020), údaje od: Národní památkový ústav (2020a)

2.2.4 Sezóna

Mezi další autory píšící o sezónnosti patří například Ryglová (2009), která třídí cestovní ruch podle různých kritérií – jednou z možností je třídění cestovního ruchu podle ročního období, kdy lze cestovní ruch třídít například na letní a zimní cestovní ruch, případně právě na sezónní a mimosezónní cestovní ruch. Pro sezónní cestovní ruch je charakteristická

sezóna, která může být charakterizována jako období, pro které je typická vysoká koncentrace návštěvnosti daného místa – s tím se pak pojí i maximální nabídka služeb (Ryglová 2009). Různí autoři používají pro pojem sezóna různé termíny, ale v této práci se nejvíce setkáme s termínem sezóna. Můžeme se také setkat s pojmem vrcholná sezóna (Fialová 2009). Beránek (2013) období maximální intenzity toku turistů nenazývá pouze sezónou, nýbrž i hlavní turistickou sezónou. Hesková (2006) používá pro název tohoto období podobný termín – hlavní sezónu, přičemž navíc zdůrazňuje, že se jedná o období s příznivými podmínkami pro cestovní ruch.

Navzdory tomu, že je toto období příznivé pro cestovní ruch (Hesková 2006), tak s sebou nese nejen pozitiva, ale i negativa, což je podloženo tím, že se ve vrcholné sezóně kromě každodenních potřeb rezidentů klade důraz na specifické potřeby turistů/rekreatantů, čímž každodenní potřeby rezidentů bohužel často ustupují i do pozadí (Fialová 2009). O nedostatečné pozornosti vůči potřebám rezidentů, respektive o odsouvání jejich potřeb do pozadí, byla již zmínka v kapitole 2.1.3. Někteří autoři (Higgins-Desbiolles, Carnicelli, Krolikowski a kol. 2019) zabývající se tímto tématem však podotýkají, že cestovní ruch by měl být predefinován tak, aby práva místních komunit byla nadřazena právům společností zabývajících se cestovním ruchem na zisk a právům turistů na dovolenou. S tím se de facto ztotožňovalo tvrzení v kapitole 2.1.2, kde je uvedeno, že přínosy z cestovního ruchu by rozhodně neměly být na úkor daných lokalit ani jejich obyvatel (Fialová, Nekolný 2015).

Zde je vhodné definovat důležité pojmy – rezident, návštěvník, turista a výletník. Rezident znamená stálého obyvatele – v domácím cestovním ruchu jde o takovou osobu, která na daném místě žije alespoň šest měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu jde pak o osobu žijící v určité zemi minimálně jeden rok (Ryglová 2009). Návštěvník je osoba účastnící se cestovního ruchu (Fialová, Nekolný 2017) – cestuje za jiným účelem, než je výkon výdělečné činnosti (Hesková 2006). Zatímco v domácím cestovním ruchu se za návštěvníka považuje osoba, která v zemi svého trvalého bydliště cestuje na jiné místo na dobu kratší než šest měsíců (Hesková 2006), v mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země, kde nemá trvalé bydliště, a to mimo své obvyklé prostředí na dobu kratší dvanácti měsíců (Ryglová 2009). Návštěvníky pak dělíme na výletníky (jednodenní návštěvníky) a turisty (Fialová, Nekolný 2017), kteří na daném místě alespoň jednou přenocují (Hesková 2006, Ryglová 2009, Fialová, Nekolný 2017). Turista s sebou přináší hodnoty různého charakteru – dobré i špatné – svým pohybem a svými aktivitami na daném místě vytváří jak pozitivní, tak i negativní externality (Bourlon, Michel 2017).

Turista/rekreant je v období sezóny nadšen daným regionem, protože je plný atraktivit, ale rezident je oproti tomu omezován jednak přelidněností, jednak i turistickou inflací, přičemž se tato turistická inflace týká části rezidentů, kteří podnikají v cestovním ruchu, a to s možností rychlého zisku (Fialová 2009). Mezi typické rysy sezóny můžeme zařadit dostatek atraktivit pro turisty, přelidněnost, pracovní příležitosti pro rezidenty, turistickou inflaci a také přetížení kapacit (Fialová, Vágner 2020).

Když se zaměříme na procesy, které v určitém regionu dominují a utvářejí jej, případně jej reprodukují, tak zjistíme, že jsou tyto procesy jiné ve vrcholné sezóně oproti klidovému období (Fialová 2009). V cestovním ruchu můžeme zaznamenat tendence připravit na každou sezónu něco nového, jelikož je kvůli snadnému kopírování služeb ze strany konkurence problematické udržet si výhodu plynoucí z inovování daného produktu – konkurence může vytvořit shodný balíček služeb často velice rychle, není možné jejich složení utajit a za jejich konkrétní sestavou navíc nestojí žádné speciální know-how ani složitá technologie (Kvítková 2017).

2.2.5 Mimosezóna

Období s méně příznivými podmínkami týkající se cestovního ruchu pak Hesková (2006) označuje jako vedlejší sezónu. Tato práce však místo tohoto pojmu bude používat jeho hojně používané synonymum – pojem mimosezóna. Mimosezóna, charakteristická pro mimosezónní cestovní ruch, je obdobím, pro které je charakteristická nízká návštěvnost daného místa, s čímž se pak někdy může pojít snížení nabídky služeb (Ryglová 2009). Carraher, Parnell (2012) však naopak předpokládali, že úroveň zákaznických služeb bude vyšší v mimosezónním období, protože si mysleli, že zaměstnanci budou mít na každého zákazníka více času, ve svém výzkumu však zjistili právě opak. Pro průměrného turistu postrádá v tomto období daná oblast výraznější atraktivity – příkladem může být přímořské letoviště v Řecku během února, případně horské středisko v Česku během počátku listopadu (Fialová 2009). Není tak překvapivé, že především v mimosezóně využívají hotely akční ceny (Kvítková 2017). V mimosezóně představuje určitý region pro jeho rezidenty oblast, kde je sice kvalitní bydlení, které se nachází v přírodně atraktivním prostředí, ale také se zde rezidenti potýkají s nedostatkem pracovních příležitostí, což může být jedním z důvodů, kvůli kterému pak opouštějí daný region (Fialová 2009). Mezi typické znaky mimosezóny patří omezená nabídka atraktivit, nedostatek pracovních příležitostí, klidné prostředí v atraktivní lokalitě a jiný typ návštěvníků než v sezóně (Fialová, Vágner 2020). Pokud chceme podpořit poptávku v mimosezóně, mohou k tomu posloužit balíčky (předem

sestavené kombinace daných služeb nabízené za jednu cenu), které představují výhodu nejen pro daný podnik, ale i pro kupujícího. Jako podpora poptávky v mimosezóně může posloužit také plánování programu – program v dané destinaci je lákadlem pro turisty a nemusí se vždy jednat o veliké akce (Kvítková 2017).

2.2.6 Celoroční cestovní ruch

Je třeba si uvědomit, že kromě sezónního a mimosezónního cestovního ruchu existuje v některých místech také celoroční cestovní ruch, který se, jak již název napovídá, rozvíjí celoročně a bez omezení (Hesková 2006). Po celý rok lze prakticky stejně kvalitně provozovat například městský cestovní ruch (jak již bylo zmíněno v kapitole 2.2.2), což je typické pro velká města, která bývají často ušetřena vlivu sezónnosti – kulturně-historické památky, restaurace, obchody, divadla, kina, muzea a další atraktivita bývají obvykle otevřeny celoročně (Beránek 2013). Dalším příkladem celoročního cestovního ruchu může být dle dřívějších dat ((Montanari, Magnarapa 1998) již zmíněný ostrov Gran Canaria (viz kapitola 2.2.2), který podle zmíněných dat zaznamenával dokonce konstantní počet příjezdů po celý rok. Zde by bylo vhodné zdůraznit, že pro produkty nepodléhající sezónnosti je vhodná strategie neustálé přítomnosti v médiích (Kvítková 2017). Navzdory tomu, co zde bylo zmíněno, však většina turistických destinací zažívá sezónní vzorce turistické návštěvnosti (BarOn 1973, Yacoumis 1980, Higham, Hinch 2002, Jang 2004, cit. v Chung 2009).

2.2.7 Počet sezón a jejich načasování

Různé typy cestovního ruchu mají sezónní období v různých obdobích během roku. Turistický region (případně atraktivita) nemusí mít jen jednu jedinou sezónu, ale může jich být více – to vše se odvíjí od rozvoje cestovního ruchu. Atraktivita nacházející se poblíž vodních toků a ploch mívá obvykle sezónu během léta, hory během zimy, avšak v horách nelze opomenout objem letní rekreace (Beránek 2013). Existují také lyžařská střediska, která mají sezónu jak v zimě, tak i v létě. Jak již bylo zmíněno, některá letoviska se snaží sezónu prodloužit (Lundtorp 2001).

2.3 Výzkumné otázky

Na základě rešerše byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

V rámci rešerše (viz kapitola 2.1.2) je uvedeno, že současná situace ohledně pandemie příliš nepřeje cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, a že omezeně umožňuje realizovat

spíše domácí cestovní ruch (ČSÚ 2020a, 2020b, 2020c). Je možné s tímto tvrzením na základě výsledků případové studie souhlasit či nikoliv? Jak ovlivnila pandemie Covidu-19 cestovní ruch v obci (především návštěvnost)?

Lze vysledovat i jiné příčiny sezónnosti, než ty, které jsou uvedeny v kapitole 2.2.2?

Lze na základě případové studie potvrdit informaci v rešerši, že sezónnost může být příčinou overtourismu (Goodwin 2019 – viz kapitola 2.2.1)? Lze sezónnost vnímat pozitivně či negativně?

Pro sezónu bývá typická sezónní jádrová inflace (Pásková 2014, cit. v Bezděk 2017 – viz kapitola 2.2.1), respektive turistická inflace (Fialová 2009 – viz kapitola 2.1.2; Pásková 2014, cit. v Bezděk 2017 – viz kapitola 2.2.1; Fialová, Vágner 2020 – viz kapitola 2.2.4). Lze na základě případové studie tvrdit, že každá sezóna nemusí vykazovat turistickou inflaci, nebo se turistická inflace v sezóně potvrzuje i v případě modelové obce?

Lze na základě případové studie potvrdit tvrzení z rešerše, že některé lokality mohou mít více než jednu sezónu (Beránek 2013 – viz kapitola 2.2.7)? Která období jsou pro modelovou obec sezónou a která naopak mimosezónou?

Lze pro modelovou obec vypočítat kurtózu sezónnosti (viz kapitola 2.2.3), případně některé další ukazatele, například turisticko-rekreační funkci a turisticko-rekreační zatížení (viz kapitola 2.1.3)? Lze určit index iritace (viz kapitola 2.1.3) pro vztah mezi chalupáři a rezidenty a pro vztah mezi rezidenty a návštěvníky?

Jaké je postavení obce v rámci životního cyklu destinace (viz kapitola 2.1.4)?

Jaká jsou pozitiva a negativa cestovního ruchu (viz kapitoly 2.1.1, 2.1.2 a 2.1.3) v obci? Jak se v obci uplatňuje multiplikační efekt cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.1)?

Oslovila návštěvníky vybraná lokalita natolik, že se sem opakovaně vracejí/uvažují o další návštěvě/doporučují lokalitu dalším lidem? Jaké jsou největší atraktivity cestovního ruchu v obci?

Jaký by byl ideální návrh mimosezónní nabídky pro větší rozprostření návštěvnosti v modelové obci v rámci celého roku?

3 Metodická část

3.1 Prameny informací

Mezi hlavní prameny informací v rámci diplomové práce patří české i zahraniční zdroje (kromě jednoho zdroje ve francouzštině se jedná o zahraniční prameny psané v angličtině). V rámci rešerše jsou zásadními prameny citovaných informací tištěné a elektronické odborné publikace, články z odborných časopisů, internetové zdroje (například portál ČSÚ), kvalifikační práce a sekundární statistická data, která byla pro účely diplomové práce poskytnuta ředitelem Botanické zahrady Liberec, RNDr. Miloslavem Studničkou, CSc. (viz kapitola 2.2.3 o kurtóze sezónnosti). Některé odborné časopisy jsou v závěru práce citovány vícekrát, neboť z nich bylo využito více článků – můžeme jmenovat například *Journal of Sustainable Tourism* a z domácích časopisů *Geografické rozhledy*. Část odborných pramenů byla vyhledávána na internetu pomocí volně přístupného webového vyhledávače *Google Scholar*, zaměřujícího se na odborná data, a pomocí sociální sítě *ResearchGate*, která sdružuje vědeckou komunitu a kam bylo možné přihlásit se pouze díky studentskému statusu a příslušnosti k Univerzitě Karlově. Mnohé podstatné články zde byly nalezeny pomocí klíčových slov (tak mohla být vytvořena i tabulka č. 1, k jejímuž vzniku bylo nutné pomocí klíčových slov vyhledat obory, které se zabývají cestovním ruchem). Mezi nejčastěji používaná klíčová slova a spojení v rámci vyhledávání zdrojů lze zařadit následující české a anglické výrazy: *seasonality in tourism*, *sezónnost cestovního ruchu*, *pandemics and tourism*, *tourism seasonality*, *tourism geography*, *sustainable tourism and Covid-19*, *tourism area life cycle*, *tourism – sciences – disciplines*, *cestovní ruch*, *marketing a cestovní ruch*, *multiplikační efekt cestovního ruchu*, *multiplikační efekt a marketing cestovního ruchu*, *causes of tourism seasonality* apod. V případové studii byly v rámci ukotvení modelového území v teoretické rovině čerpány informace z tištěných a elektronických odborných či populárně-naučných publikací, odborných časopisů a internetových zdrojů (například lze jmenovat portál Českého úřadu zeměměřického a katastrálního, dále jen ČÚZK). V rámci případové studie jsou pak hlavními prameny informací především primární data. Konkrétně se jedná o pilotní šetření kvalitativní a částečně i kvantitativní povahy, respektive řízené strukturované rozhovory s 53 respondenty, které se prakticky blíží dotazníkům.

3.2 Způsob vyhledání respondentů a jejich charakteristika

Rozhovory byly uskutečněny s 53 respondenty – s 48 návštěvníky, 4 rezidenty, přičemž 2 z nich podnikají v cestovním ruchu (majitelé kavárny), a se starostou obce. Kromě starosty

obce a provozovatelů kavárny je ve zpracování výsledků zachována anonymita respondentů, s čímž byli daní respondenti obeznámeni. Otázky k rozhovorům byly respondentům zasílány předem, a to vždy elektronicky (vyjma 3 zmíněných osobních rozhovorů, v rámci kterých byly otázky vytištěny a předány). Otázky k rozhovoru se pak liší v závislosti na příslušnosti respondenta ke konkrétní skupině – viz přílohy 1–4. Vzhledem k pandemické situaci ohledně onemocnění Covidu-19 bylo třeba upustit od původního plánu, jehož záměrem bylo kontaktovat respondenty osobně v modelové lokalitě.

Respondenti ze skupiny návštěvníků byli nejprve vyhledáváni v okruhu mých blízkých a známých, kteří byli osloveni telefonicky (vyjma 3 lidí, kteří byli na možnost rozhovoru dotázáni osobně). Takto osloveno bylo 45 lidí, u kterých byl předpoklad, že mohli Kryštofovo Údolí s velikou pravděpodobností navštívit. 20 z těchto 45 osob vybranou lokalitu jednak navštívilo, jednak svolilo k rozhovoru. Zbylí dotázaní zde nebyli (až na 3 osoby, které si již vzpomínky na obec vybavují pouze velmi matně), a tudíž z jejich strany nebylo možné poskytnout rozhovor. Následně byli s prosbou o rozhovor nepřímě osloveni naprosto cizí lidé, a to formou příspěvku ve dvou konkrétních skupinách na sociálních sítích, vztahujících se k Libereckému kraji. Na daný příspěvek pak začali lidé ochotní pomoci reagovat zprávami či komentáři – díky tomu bylo realizováno celkem 23 rozhovorů s návštěvníky. Také bylo využito metody sněhové koule, neboť ve výjimečných situacích byli cizí lidé osloveni přímo formou zprávy, a to na základě doporučení jim blízké či dobře známé osoby, díky čemuž bylo uskutečněno 5 dalších rozhovorů s návštěvníky obce. Celkově se jedná o určitý vzorek návštěvníků, o jakousi sondu, v rámci které se však nepodařilo kontaktovat zahraniční návštěvníky. Tabulky č. 4–6, znázorňují statistické údaje o těchto návštěvnících, kterých bylo osloveno celkem 48, přičemž v rámci anonymity byli označeni čísly 1–48. Tabulka 4 znázorňuje jejich věkové složení. Lze si všimnout, že nejvíce zastoupenou věkovou kategorií v rámci této skupiny je kategorie 18–29 let (sem spadá 17 ze 48 vyzpovídaných návštěvníků, tj. cca 35 %). Ve vzorku respondentů převládají spíše mladší respondenti nad staršími. Tabulka 5 pak znázorňuje místo obvyklého bydliště respondentů ve vztahu k regionu zkoumané lokality – největší skupina návštěvníků pochází z Libereckého kraje, kde se nachází zkoumaná lokalita, a zároveň zde i bydlí (jedná se o 36 ze 48 návštěvníků, tj. 75 %, tedy většina). Tabulka 6 pak znázorňuje rok poslední návštěvy Kryštofova Údolí za dané respondenty. Lze říci, že většina dotazovaných osob navštívila zvolenou lokalitu naposledy během let 2019–2020, tedy relativně nedávno. 21 ze 48 respondentů (cca 44 %) totiž uvedlo, že obec naposledy navštívili v roce 2020, a 11 ze 48

dotázaných (cca 23 %) uvedlo rok 2019. Souhrnně lze tedy říci, že mezi respondenty převažují mladší návštěvníci, rodáci a obyvatelé z Libereckého kraje, přičemž se převážně jedná o respondenty, kteří zvolenou lokalitu naposledy navštívili v rámci posledních dvou let.

Tabulka 4: Věkové složení respondentů z řad návštěvníků

Věková kategorie	Počet respondentů v dané věkové kategorii
18–29	17
30–39	11
40–49	11
50–59	4
60–69	2
70–79	3

Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Tabulka 5: Místo obvyklého bydliště respondentů ve vztahu k regionu zkoumané lokality

Vztah respondenta k Libereckému kraji	Počet respondentů v dané kategorii
Ano a bydlí zde	36
Ne, ale bydlí zde	8
Ne a ani zde v současnosti nebydlí	4

Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Tabulka 6: Rok poslední návštěvy Kryštofova Údolí za respondenty ze skupiny návštěvníků

Rok poslední návštěvy	Počet respondentů, kteří navštívili obec v daném roce
2020	21
2019	11
2018	3
2017	3
2016	2
2015	1
2014	2
2010	1
2008–2009	1 (respondent si nebyl jist)
2008	1

Rok poslední návštěvy	Počet respondentů, kteří navštívili obec v daném roce
2007	1
2005	1

Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Dále je třeba uvést, jakým způsobem byli osloveni další respondenti. Starosta Kryštofova Údolí, Ing. Pravoslav Svačinka, byl osloven přímo formou emailu, jehož adresa byla dostupná na internetu. Funkci uvolněného starosty zastává již podruhé. Prvně ji zastával od jara 2002 do podzimu 2014. Od konce tohoto období až do podzimu 2018 zastával funkci neuvolněného místostarosty a od podzimu 2018 je opětovně uvolněným starostou. Po celou dobu je pak nezávislým kandidátem, ačkoliv je členem hnutí SLK (Starostové pro Liberecký kraj).

Majitelé kavárny (paní Ježková a pan Liška), byli s žádostí o rozhovor osloveni přes kamarádku, neboť se jedná o její rodinu (byla zde tedy využita metoda sněhové koule). Oba rezidenti nepodnikající v cestovním ruchu jsou v rámci anonymity označeni písmeny, a to jako respondent A a respondent B, přičemž každý z nich byl osloven jiným způsobem. Respondent A byl kontaktován na základě doporučení rodinného příslušníka (opět se tak jedná o metodu sněhové koule), respondent B oproti tomu nabídl možnost rozhovoru sám v reakci na jeden ze zmíněných příspěvků na sociálních sítích, v rámci kterého byli oslovováni především návštěvníci obce. Respondent A bydlí v Kryštofově Údolí od narození. Nepodnikal a nepodniká zde v cestovním ruchu. Respondent B zde oproti tomu bydlí od roku 2008. Již předtím znal však tuto obec velice dobře díky rodinným vazbám. Dříve zde podnikal v cestovním ruchu, neboť zde provozoval penzion a restauraci. Momentálně však v cestovním ruchu pracovat znovu neplánuje. Oba rezidenti nepodnikající v cestovním ruchu byli mj. ve shodné věkové kategorii, tj. 50–59 let.

3.3 Realizace, zaznamenání a zpracování rozhovorů

Rozhovory oproti dotazníkům představují podstatně vyšší časovou náročnost z hlediska jejich realizace a zpracování. To lze potvrdit na základě srovnání rozhovorů s dotazníky k bakalářské práci – viz *Učitelovo osobní pojetí výuky jako zásadní faktor výuky zeměpisu* (Štorková 2018). Na druhou stranu však rozhovory oproti dotazníkům přinášejí mnoho nesporných výhod, a proto byly upřednostněny před dotazníky. Například zahrnují možnost doptat se na další informace na základě odpovědí na předem stanovené dotazy, které byly

v rámci této práce každému respondentovi zaslány předem, aby si své odpovědi mohl promyslet. Výhodou rozhovorů je též možnost zeptat se na nejasné odpovědi a také možnost respondenta rozvést určité téma, pokud se k němu chce podrobněji vyjádřit, neboť v dotazníku nemusí být na obsáhlejší odpověď vždy dostatek místa. Všechny rozhovory byly pořízeny prostřednictvím telefonických hovorů (kromě 3 rozhovorů, které byly realizovány osobně). Každý rozhovor byl po obeznámení a souhlasu respondenta nahráván na záznamník na notebooku (nahrávky umožňují navrátit se kdykoliv zpětně k rozhovorům, pokud nastanou nejasnosti při jejich zpracovávání). Na základě opětovného přehrávání těchto zvukových nahrávek byly odpovědi zaznamenány také formou textu. V případě rezidentů a starosty modelové obce se jednalo o volný přepis rozhovorů v počítačovém programu MS Word. Odpovědi návštěvníků pak byly zaznamenány v počítačovém programu MS Excel, a to tím způsobem, že pro každého respondenta byla vytvořena záložka, kde byly zaznamenány jeho odpovědi. Jedná se spíše o volné přepisy, ačkoliv některé přímé citace byly rovněž zaznamenány, a to s úmyslem citovat je v případové studii, neboť se zdály být výstižné a zajímavé. Při volných prepisech byl kladen veliký důraz na to, aby nedošlo ke změně původní myšlenky daného respondenta.

Rozhovory byly nejprve zpracovávány za každou ze 4 skupin respondentů zvlášť (viz kapitoly 4.2–4.5). V rámci každé skupiny bylo záměrem spojovat jednotlivá zjištění do vzájemných souvislostí a tematických celků, nikoliv řadit je dle posloupnosti otázek a odpovědí v rozhovorech. Některá zjištění byla rovněž začleněna do dalších kapitol v případové studii (viz například kapitola 4.1.5), přičemž byl kladen důraz na provázanost jednotlivých kapitol spolu a s rešeršní částí. Výpovědi jsou v rámci zpracování přeformulovány, a tudíž nejsou autentické (doslovné), pokud se nejedná o doslovnou citaci určitého tvrzení (vždy v uvozovkách). Některé údaje z rozhovorů byly v práci vynechány – k jejich vynechání došlo, pokud odbočily od tématu (například dotazy respondentů na téma práce apod.). Informace vztahující se k charakteristice respondentů byly zařazeny do kapitoly 3.2. V rámci zpracovávání všech rozhovorů byl aplikován nejen kvalitativní, ale také kvantitativní přístup. Respondenti měli například přidělit od 1 do 5 bodů vybraným atraktivitám obce podle vnímání jejich významu – návštěvníci posuzovali subjektivní význam (jak moc je pro ně samotné vybraná zajímavost důležitá), zatímco ostatní respondenti (rezidenti a starosta obce) posuzovali objektivní význam atraktivit pro cestovní ruch v obci. 1 bod představoval v rámci tohoto hodnocení minimální/zanedbatelný význam, zatímco 5 bodů maximální možný význam. Toto bodování bylo vytvořeno za účelem určení

nejatraktivnější zajímavosti cestovního ruchu v obci v rámci všech respondentů, a to na základě srovnání atraktivit na základě jejich průměrného hodnocení danými respondenty. Některé další údaje byly kvantifikovány zvláště v případě návštěvníků – uplatnily se zde procentuální údaje. Některé údaje byly shrnuty. Údaje, které odbočovaly od tématu, byly vynechány.

3.4 Výběr modelové obce

Poslední odstavec této kapitoly objasňuje výběr modelové obce. Kryštofovo Údolí bylo zvoleno jako zkoumaná destinace, neboť je i se svým okolím velmi bohaté na přírodní, kulturní a technické památky (Rubáš 2017). Tato obec může být rovněž velice zajímavá z hlediska sezónnosti cestovního ruchu, neboť je zde kromě letní sezóny možné předpokládat i sezónu zimní díky zdejším betlémům, což by tedy znamenalo dvě sezóny v průběhu roku. Rovněž je otázkou, jak moc přínosný je pro danou obec cestovní ruch jako takový. Výběr této modelové obce byl rovněž ovlivněn dobrou znalostí tohoto místa a pozitivním vztahem k němu, ačkoliv se nejednalo o hlavní faktory výběru.

4 Případová studie: Kryštofovo Údolí

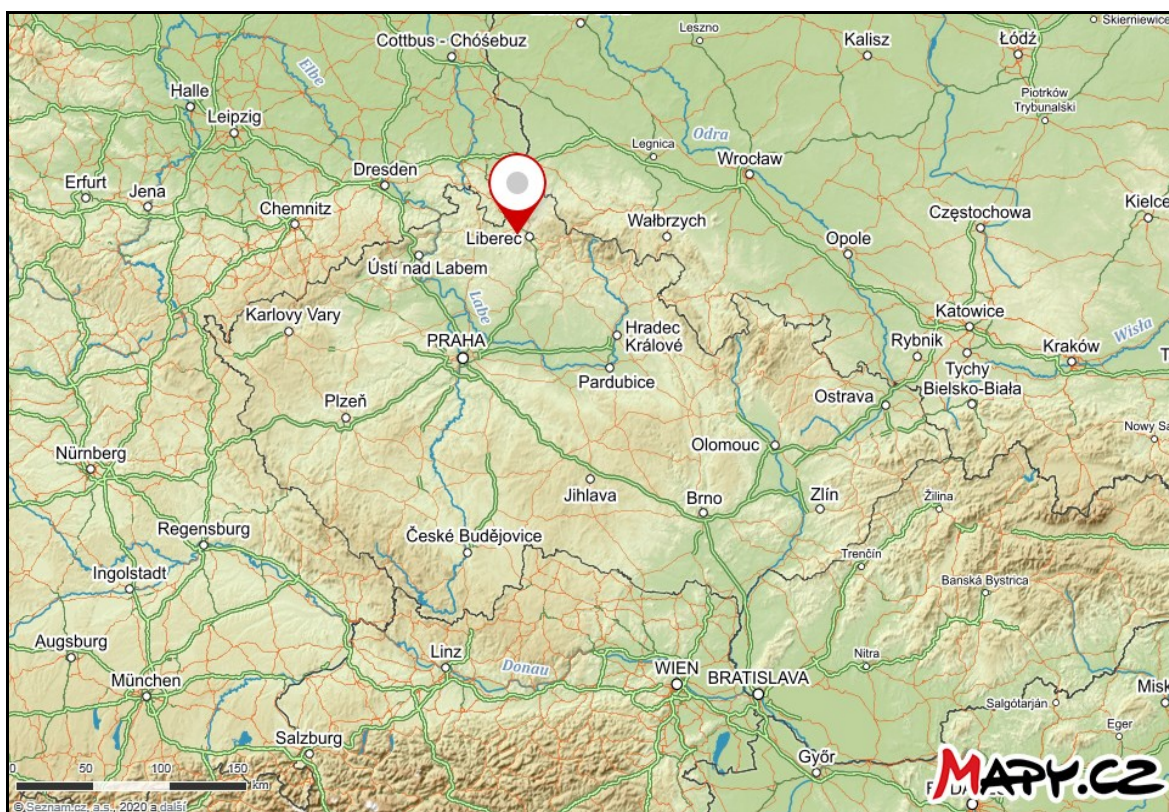
4.1 Kryštofovo Údolí

Tato kapitola se podrobněji věnuje vybrané turistické destinaci, kterou je obec Kryštofovo Údolí v Libereckém kraji. Vybraná obec se nachází v ORP Liberec, kde je dle aktualizované verze Potenciálu cestovního ruchu v České republice z roku 2010 patrný největší potenciál cestovního ruchu ze všech ORP celého Libereckého kraje. Kryštofovo Údolí bylo při výpočtu tohoto potenciálu rovněž bráno v potaz díky přítomnosti různých atraktivit cestovního ruchu (Bína 2010). Vybraná obec patří mezi nejmalebnější a také nejznámější sídla nacházející se v oblasti Ještědského hřbetu (Nevrlý 2005). Je vzdálena přibližně osm kilometrů od Liberce. Jak již název naznačuje, leží v hlubokém údolí (Rýznarová 2019), a to v údolí říčky Rokytky (Nevrlý 2005) – viz obr. 4. Polohu Údolí v rámci celého Česka zobrazuje mapa na obr. 2. Podrobnější situační mapu pak znázorňuje obr. 3.

Název Kryštofovo Údolí nese tato obec od roku 1960, od roku 1923 do roku 1960 však nesla název Údolí svatého Kryštofa. Kdysi zde byly používány názvy německé, neboť zde žili Němci, kteří po válce museli odejít (Nevrlý 2005). Kryštofovo Údolí tvoří původně tři obce, jejichž vznik byl podmíněn stoupáním osadníků výše do hor směrem od údolí řeky Nisy (Holub 2020).

Jak již bylo zmíněno, Kryštofovo Údolí je i se svým okolím velmi bohaté na přírodní, kulturní a technické památky (Rubáš 2017). Obec má ráz rekreační krajiny a od roku 2005 je její větší část vyhlášena vesnickou památkovou zónou (Rýznarová 2019) – viz kapitola 4.1.1. Vybrané atraktivity znázorňuje mapa středu obce na obr. 4 (včetně komentáře) a podrobný plánec obce na obr. 5. Zde je však vzhledem k současné situaci nutné aktualizovat informace o současně fungujících HUZ (viz kapitoly 2.4.6 a 2.1.3), konkrétně o penzionech, kterých je zde nyní 5 (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021a).

Obrázek 2: Poloha Kryštofova Údolí v rámci celého Česka



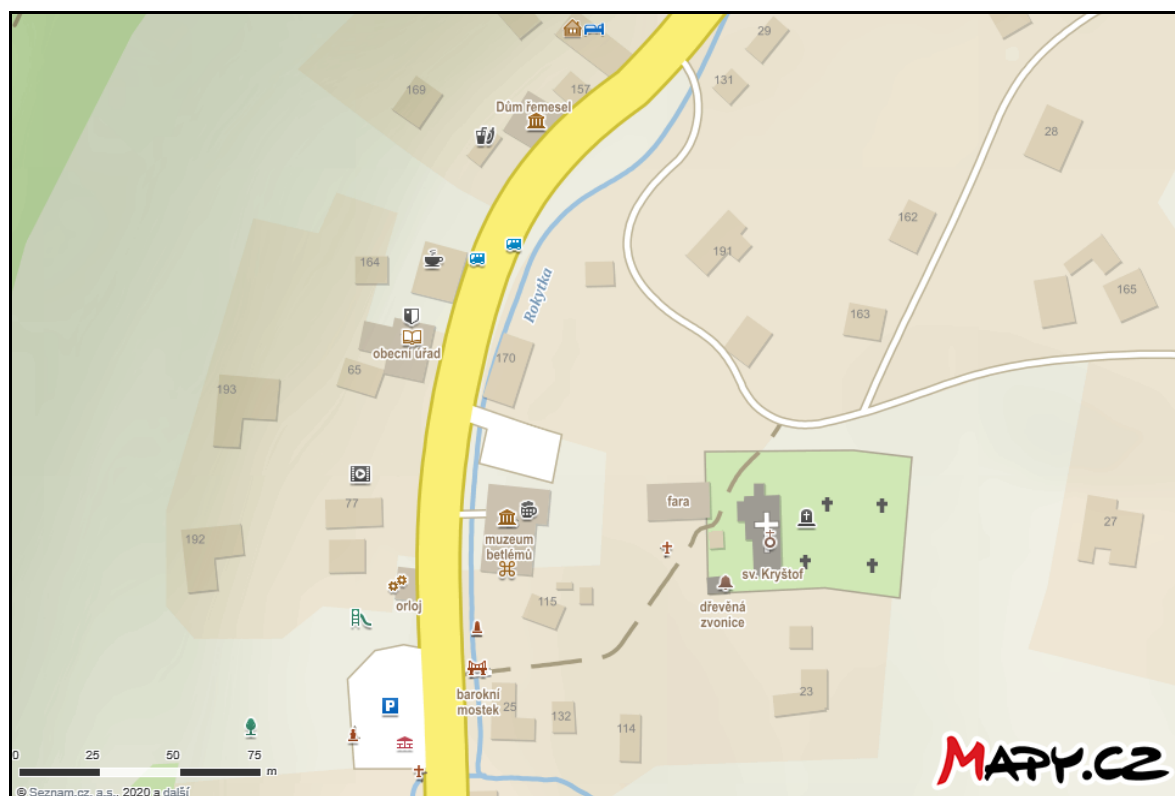
Zdroj: Mapy.cz (2020a)

Obrázek 3: Podrobnější situační mapa Kryštofova Údolí



Zdroj: Mapy.cz (2021a)

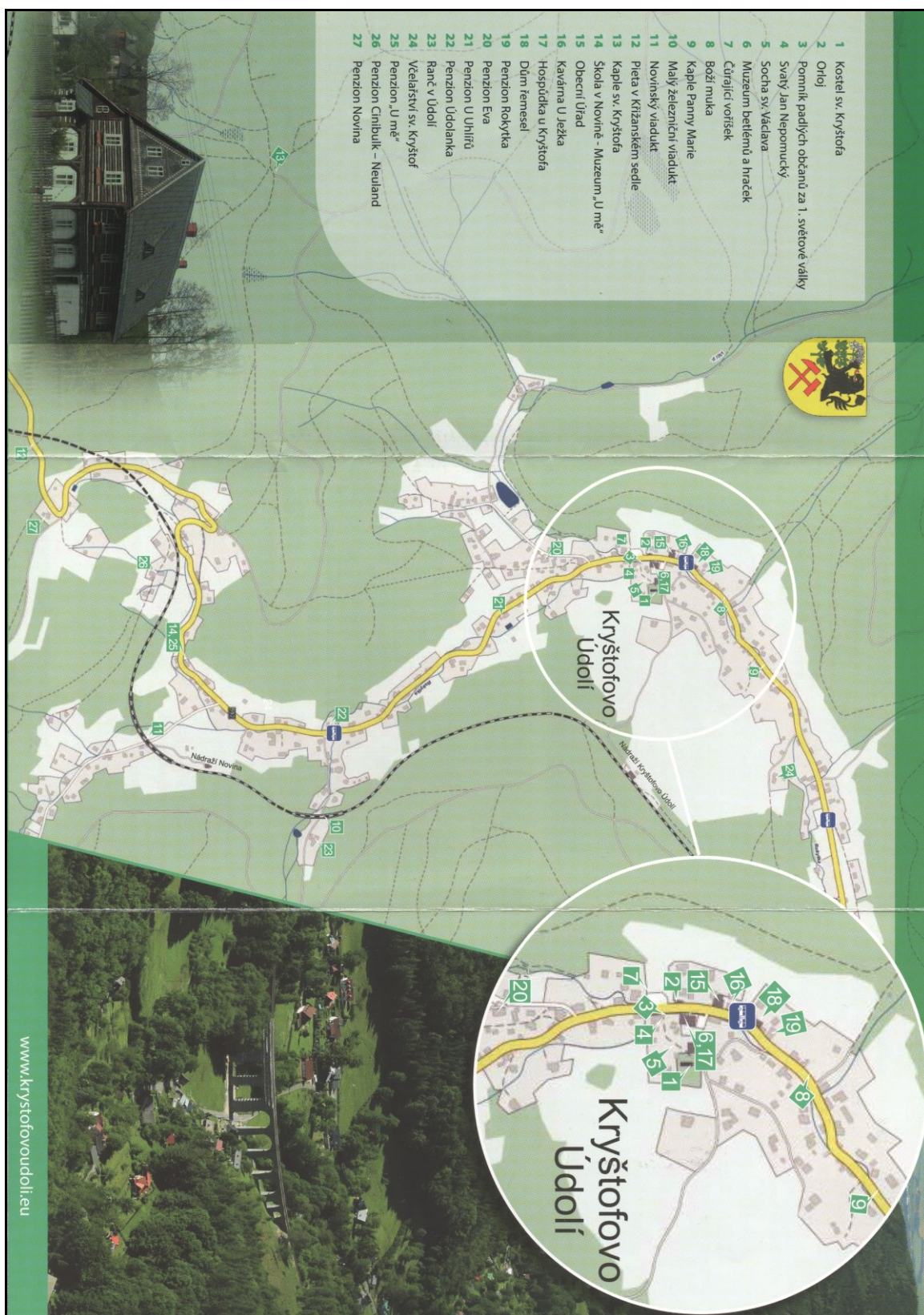
Obrázek 4: Mapa vybraných atraktivit ve středu obce



Zdroj: Mapy.cz (2020b)

Na obr. 4, který znázorňuje centrum obce, si lze všimnout, že se Muzeum betlémů nachází ve stejné budově jako hostinec, poblíž kterého je lokalizován orloj, parkoviště i barokní mostek, přes který vede cesta směrem ke kostelu svatého Kryštofa. Vedle tohoto kostela je naznačena dřevěná zvonice, fara a hřbitov. Poblíž budovy obecního úřadu je znázorněna kavárna. Nedaleko od kavárny se pak podle obr. 4 nachází Dům řemesel, který byl však ke konci roku 2020 uzavřen (Rozsypalová 2020) – viz kapitola 4.1.6. Je zde názorně vidět, jak různé atraktivity cestovního ruchu lemují hlavní silnici, kterou pak kopíruje i již zmíněná říčka Rokytky. Není zde znázorněn Novinský viadukt (viz kapitola 4.1.2), jedna ze zdejších atraktivit, neboť je vzdálen přibližně 2 km od zmíněné kavárny (Mapy.cz 2021d) – viz kapitola 4.3. Lze jej však najít na následujícím obr. 5, což je plánec rozložení turistických atraktivit Kryštofova Údolí, který se nesoustředí pouze na centrum obce. V následujících kapitolách (4.1.1–4.1.4) jsou pak zmíněny formy cestovního ruchu, které lze vysledovat v rámci Kryštofova Údolí.

Obrázek 5: Plánek rozložení turistických atraktivit Kryštofova Údolí



Zdroj: Obecní úřad Kryštofova Údolí (2020)

4.1.1 Rekreační cestovní ruch v obci

Rekreační cestovní ruch má vést k regeneraci a reprodukci duševních a fyzických sil. V českém prostředí pod rekreační cestovní ruch spadá například již zmíněné chataření a chalupaření (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011), tj. druhé bydlení (Vystoupil a kol. 2007) – viz kapitola 2.1.3. Právě chalupaření je v Kryštofově Údolí velmi významné, neboť městští chalupáři mají díky své péči o místní stavební památky určitý podíl na vzniku zdejší vesnické památkové zóny (Nevrlý 2005). Vesnická památková zóna je jedním z kulturně-historických lokalizačních předpokladů cestovního ruchu (Vystoupil a kol. 2007). Status památkové zóny byl zvolené vsi udělen díky zachovalým hrázděným stavením (Nevrlý 2005). Obec tedy disponuje historickým vesnickým souborem (Bína 2010), který je podle starosty obce nejunikátnější a na našem území výjimečný. Obec je mj. postavena převážně ze dřeva (Nevrlý 2005). Pro zmíněná hrázděná stavení je typické využití kombinované technologie – zatímco nosná kostra stěn bývá vybudována ze dřeva, volná pole jsou vyplněna různými materiály (Vařeka, Scheybal 1976). Starosta obce se v rámci rozhovoru zmínil, že se často jedná o podstávková stavení, pro něž je charakteristická spodní světnice se sloupy, které vytvářejí oblouky a na kterých stojí další patro, přičemž jsou zvenčí viditelné (viz obr. 7 a 9). Přítomnost podstávkových stavení v Kryštofově Údolí potvrzují i další zdroje (Národní památkový ústav 2020b, 2020c). Podstávková stavení mají specifickou lokalitu výskytu, neboť jsou to „*tradiční venkovské a řemeslnické domy v česko-polsko-německé příhraniční oblasti – Trojzemí. Podstávka je historický typ konstrukce domu*“ (Maršálek, Stražil 2015, s. 2). Obr. 6–10 znázorňují příklady vybraných stavení Kryštofova Údolí (včetně komentáře ke každému objektu). Starosta obce uvedl, že mnohé chalupy v obci byly zachráněny právě díky chalupaření. Dále uvedl, že v 60. letech 20. století objevili danou lokalitu pražští taxikáři, začaly se zde kupovat chalupy, jezdily sem známé osobnosti z okruhu pražských herců, a proto chalupaření začalo více a více nabývat na významu.

Podle informací, které uvádí Nevrlý (2005) se zdá, že by počet zdejších chalupářů mohl převažovat nad trvalými obyvateli. Tomu nasvědčují také údaje o způsobu využití staveb v obci (platné k 7. 10. 2020) od ČÚZK (2020a, 2020b) – viz tabulky 7–8 – z těchto tabulek je patrné, že objekty rodinné rekreace tvoří největší skupinu objektů v Kryštofově Údolí, a tudíž převažují nad počtem rodinných domů. V rámci ověřování informací v rozhovoru se starostou obce se však potvrdilo, že chalupářů je v obci naopak spíše méně než trvalých obyvatel (zdůvodnění – viz kapitola 4.2).

Tabulka 7: Využití staveb v katastrálním území Kryštofovo Údolí

Způsob využití stavby	Počet
Objekt rodinné rekreace	104
Rodinný dům	99
Bytový dům	2
Stavba občanské vybavenosti	5
Ubytovací zařízení	3
Zemědělská stavba	15
Garáž	8
Technická stavba	1
Dopravní stavba	1
Vodní stavba	1
Jiné stavby	16

Zdroj: ČÚZK (2020a)

Tabulka 8: Využití staveb v katastrálním území Novina

Způsob využití stavby	Počet
Objekt rodinné rekreace	71
Rodinný dům	29
Zemědělská stavba	2
Garáž	1
Dopravní stavba	2
Jiné stavby	5

Zdroj: ČÚZK (2020b)

V souvislosti s rekreačním cestovním ruchem byla pro obec vypočítána hodnota turisticko-rekreační funkce (viz kapitola 2.1.3), jež v Kryštofově Údolí dosahuje hodnoty 210,7 (zaokrouhлено na 1 desetinné místo), a tudíž je zde zcela dominantní – viz tabulka 3. Tento ukazatel byl vypočítán na základě ubytovací kapacity HUZ (105 lůžek – viz tabulka 9 v kapitole 4.1.6), kapacity individuálních ubytovacích zařízení při přepočtu 4 lůžek na 1 OIR (celkem 175 lůžek – viz součet z tabulek 7–8 v této kapitole) a počtu obyvatel ke dni 31. 12. 2019, tj. 382 obyvatel (ČSÚ 2020d). Vzhledem k výsledné hodnotě turisticko-rekreační funkce byla vypočítána i hodnota turisticko-rekreačního zatížení (viz kapitola 2.1.3) která v Kryštofově Údolí dosahuje hodnoty 46,5 (zaokrouhлено na 1 desetinné místo), což je velmi významná hodnota turisticko-rekreačního zatížení, byť ne zcela dominantní

(Kunc, Šauer, Vystoupil 2006; Vystoupil a kol. 2007). Kromě zmíněných lůžkových kapacit v OIR (při přepočtu 4 lůžek na 1 OIR) a HUZ zde byla brána v potaz celková rozloha obce, která činí 1734 ha, respektive 17,32 km² (Zastupitelstvo obce Kryštofovo Údolí 2018a). Výslednou hodnotu obou ukazatelů je však třeba brát s určitou rezervou (viz kapitola 4.2).

Obrázek 6: Penzion a restaurace U Uhlířů



Zdroj: Neulinger (2018)

Obr. 6 znázorňuje dům s názvem U Uhlířů (což je patrné přímo z fotografie), dřívější hospodu U vysloužilcova dubu. Tento objekt slouží návštěvníkům obce i zdejšími obyvatelům již 3 století (Nevrlý 2005). Dnes se v tomto roubeném objektu nachází Penzion a restaurace U Uhlířů (viz rovněž kapitola 4.1.6). Stylová restaurace s krbem nabízí v rámci běžného provozu minutková a hotová jídla. Návštěvníci obce a cyklisté využívají v rámci teplých měsíců zdejší venkovní posezení. Bylo zjištěno, že se sem lidé hojně objednávají předem kvůli pečené huse. Ubytování mají k dispozici například venkovní bazén či ohniště (DoPenzionu.cz 2020).

Obrázek 7: Kulturní chráněná památka – dům č.p. 21



Zdroj: Lišková (2017a)

Obr. 7 zobrazuje dům č.p. 21, jenž je kulturní chráněnou památkou (Národní památkový ústav 2020b). Jedná se o jeden z nejstarších domů v Údolí z 18. století, který se nachází ve středu obce (Nevrlý 2005). Tento podstávkový dům je zčásti hrázděný a zčásti roubený. Jeho hlavní štít je zdoben pomocí břidlicových šablon. Jedná se o výjimečně dochovaný a nedotčený (intaktní) patrový roubený dům, jenž může být významným dokladem vývoje lidové architektury. Rovněž je důležitý pro poznání historie osídlení daného regionu. Jedná se o objekt využívaný pro stálé bydlení (Národní památkový ústav 2020b).

Obrázek 8: Novostavba



Zdroj: Lišková (2018)

Obr. 8 znázorňuje jednu z novostaveb v Údolí. Po těchto novostavbách je vyžadováno, aby zachovávaly charakter zdejších místně tradičních objektů s tím, že musejí dodržovat a respektovat určité normy a předpisy (Zastupitelstvo obce Kryštofovo Údolí 2018a). To podle starosty obce platí pro objekty v památkové zóně, která umožnila zachování tradičního vzhledu obce právě díky regulaci podoby novostaveb, přičemž uvedl, že ráz zdejší tradiční architektury nebyl poničen v době socialismu (nejsou zde k vidění klasické bytové domy z této doby), ačkoliv se prý v obci nachází pár staveb, které zcela nevystihují ráz obce.

Obrázek 9: Památkově chráněný dům č.p. 64 – Penzion Rokytky



Zdroj: *Booking.com* (2021)

Obr. 9 zobrazuje památkově chráněný podstávkový dům v centru obce s č.p. 64 z roku 1834, který je zčásti roubený a disponuje hrázděným patrem nad světnicí. Původně se jednalo o pekárnu, která je nyní využívána pro rekreační bydlení (Národní památkový ústav 2020c). Konkrétně se zde nachází Penzion Rokytky – viz kapitola 4.1.6. Ubytování v penzionu zahrnuje snídaně, ale ubytování si mohou zajistit také večeře (tedy polopenze). Jedná se o česká jídla či pokrmy různých etnických kuchyní – pokrmy se v rámci možností přizpůsobují přáním zákazníků. K dispozici je zde oplocená zahrada. Mimo vyobrazenou hlavní budovu je možné ubytovat se v samostatném objektu vedle hlavní budovy s kapacitou 7 osob (Penzion Rokytky 2020a) – viz obr. 10.

Obrázek 10: Samostatný domek vedle hlavního objektu Penzionu Rokytky



Zdroj: Booking.com (2021)

K realizaci rekreačního cestovního ruchu slouží vhodné rekreační prostředí, například lesy, hory či prostředí poblíž vody (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Kromě již uvedených kulturně-historických lokalizačních předpokladů cestovního ruchu lze proto uvést i lokalizační předpoklady přírodního charakteru (Vystoupil a kol. 2007). Mezi přírodní lokalizační předpoklady rekreačního cestovního ruchu v Kryštofově Údolí patří například Karlovské bučiny (Micklitz 2020) – národní přírodní rezervace (Nevrlý 2005). Předmětem ochrany jsou zde jednak ekosystémy jako vápnomilné bučiny a květnaté bučiny (včetně přechodů k suťovým lesům), jednak kriticky ohrožený krušík drobnolistý (Ministerstvo životního prostředí 2021), jenž je zástupcem zdejších proslulých zemních orchidejí, tedy vstavačovitých rostlin (Nevrlý 2005). Nedaleko od Karlovských bučin se pak nachází přírodní rezervace Hamrštejn, pojmenovaná podle stejnojmenného hradu (Nevrlý 2005). V osadě Novina pak roste památná lípa srdčitá a přímo v Kryštofově Údolí památný dub. Přibližně 150 metrů severovýchodně od něj lze po levém břehu potoka najít pramen, u něhož je umístěno dřevěné odpočívadlo a ke kterému také vede pěšina od silnice (Rubáš 2017).

V blízkosti potoka Rokytky, který protéká Údolím, lze spatřit krasové jevy. Za zmínku stojí veřejnosti nepřístupná Nedobytná jeskyně s Jezerním dómem, který je

možná nejkrásnější prostorou ještědského krasu (Rubáš 2017). Všechny krasové jeskyně zde byly odkryty až v rámci těžby dolomitu a jsou nepřístupné veřejnosti (Nevrlý 2005), což platí i pro 20 metrů hlubokou propast s podzemním potokem (Rubáš 2017). V místních jeskyních pak žijí netopýři a vrápenci (Nevrlý 2005). Nad pravým břehem Rokytky nedaleko silniční křižovatky severovýchodně od zvolené obce vyvěrá Pěnovcový (Tufový) pramen (Rubáš 2017), který se již nachází v katastru nedalekého Machnína (Pokorný 2021). Jedná se spíše o prameniště, protože zde voda vyvěrá z vícera míst (Rubáš 2017). Voda z pramene je nasládlá vlivem travertinu. Tok je nyní pod kopcem upraven žlábkem s hrnečky a ve skále je připevněno posezení (Pokorný 2021). Silná mineralizace vápníkem obohacené vody dala vzniknout až 1,5 metru mocné desce z pórovitého pěnovce, po jejímž sesuvu došlo dokonce k zahrazení náhonu, který směřoval k dnes již neexistující pile, dokladem čehož jsou zbytky pěnovcových bloků (Rubáš 2017).

4.1.2 Kulturně poznávací cestovní ruch v obci

Jednou z forem cestovního ruchu je kulturně poznávací cestovní ruch, jenž se zabývá poznáváním historie, kultury, tradic a zvyků (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011), a právě v Kryštofově Údolí se nachází mnoho kulturních a technických památek (Rubáš 2017). Od roku 2005 je navíc větší část této obce vesnickou památkovou zónou (Rýznarová 2019), jak již bylo zmíněno výše (viz kapitola 4.1.1). Lze tedy opět hovořit o kulturně-historických lokalizačních předpokladech cestovního ruchu (Vystoupil a kol. 2007). Krása a stáří již zmíněných chalup patří mezi důvody, proč návštěvníci vyhledávají Kryštofovo Údolí (Nevrlý 2005). Nachází se zde rovněž originální vesnický orloj (Obůrková 2017), jenž znázorňuje obr. 11. Orloj vznikl přestavbou staré trafostanice jako nápad Martina Chaloupky, jehož záměrem tehdy bylo postavit třetí orloj v Česku (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2020a). Tento orloj byl poprvé spuštěn v létě roku 2008 (Obůrková 2017). Postava ponocného na orloji zahajuje vždy v celou hodinu chod pohybových figur (Nevrlý 2005). Orloj takto funguje denně od 8 hodin do 22 hodin (Obůrková 2017). Během roku 2011 bylo navíc zprovozněno zařízení, které znázorňuje fáze Měsíce a také znamení Zvěrokruhu (Rýznarová 2019). Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí (2020a) uvádí, že orloji dala vzniknout hned celá řada tvůrců – Václav Plechatý (známý řezbář), Jiří Otmar (tvůrce pohybových mechanik), Jan Nikenday (umělecký kovář) a František a Petr Budákoví (práce na mechanikách orloje).

Obrázek 11: Orloj



Zdroj: Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí (2021f)

Zásluhou nápadu Martina Chaloupky vzniklo v Údolí i Muzeum betlémů, které zde připomíná betlémářskou tradici Liberecka (Zábranský, Roda a kol. 2014) a kde se nachází okolo dvaceti jesliček, a to jak miniaturních, tak obřích. Některé betlémy jsou navíc mechanické (Obůrková 2017). Jsou zde mj. vystaveny zachráněné betlémy z Kryštofova Údolí (Nevrlý 2005) – tyto betlémy v tyrolském a orientálním stylu by se jen stěží dokázaly vejít do dnešních obývacích pokojů (Obůrková 2017). Nachází se zde rovněž veliký model původní místní školy (Nevrlý 2005) a nově otevřená expozice, věnována vánočním artefaktům, historii obce, dobovým hračkám a ukázce místních jeskyní (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2020b). Muzeum betlémů bývá běžně otevřeno v sobotu a v neděli od 13:00 do 16:00 a od týdne před vánočními svátky až do 1. ledna bývá běžně otevřeno v těchto hodinách dokonce každý den, nikoliv pouze o víkendu. V lednu a v únoru je však zavřeno (Novák 2019). Obr. 12 znázorňuje fotografii z interiéru tohoto Muzea betlémů.

Obrázek 12: Muzeum betlémů



Zdroj: Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí (2020b)

Příchod adventu v Kryštofově Údolí je typický stavbou sedmnáct metrů širokého Jírova betlému s figurami v nadživotní velikosti, který je umístěn na svah proti kostelu, a to od roku 1999 (Zábranský, Roda a kol. 2014). Venkovní Jírův betlém lze v Kryštofově Údolí spatřit od soboty před první adventní nedělí přibližně až do půlky února, přičemž

nasvícen bývá do 1. ledna, a to mezi 16. a 22. hodinou (Novák 2019). Jirův betlém znázorňuje obr. 13.

Obrázek 13: Jirův betlém



Zdroj: Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí (2021f)

Jednou z nejcennějších památek obce je původní celodřevěný kostel svatého Kryštofa ze 17. století (Nevrlý 2005), jenž je hlavní dominantou obce a součástí zdejší památkové zóny (Národní památkový ústav 2021b). Nachází se na stráni uprostřed hřbitova s klenutou bránou (Rýznarová 2019). Jeho areál spoluvytváří historickou podobu obce (Národní památkový ústav 2021b). V blízkosti kostela se nachází masivní dřevěná zvonice, kterou společně s částí kostela znázorňuje obr. 14 (Nevrlý 2005). Určitou zajímavostí jsou obrazy malované na dřevě s názvem Tanec Smrti neboli Totentanz (Nevrlý 2005), které jsou vystaveny v márnici ze 17. století (Rýznarová 2019). Na cestě od kostela k Rokytce stojí socha svatého Václava (Nevrlý 2005) a na mostku přes Rokytku z 18. století socha svatého Jana Nepomuckého (Nevrlý 2005) – viz obr. 15. Jedná se však o kopii, neboť předchozí sochu někdo odcizil (Rýznarová 2019). Jednou z nejcennějších památek v Údolí je pak socha Bolestné Matky Boží neboli Pieta, datovaná rokem 1692. Za zmínku stojí i zdejší kapličky a také kříže z 18. a 19. století (Nevrlý 2005). Obec v současnosti pořádá veřejnou sbírku

na sochu svatého Kryštofa, a to kvůli absenci sochy patrona obce. Cílem je umístit tuto sochu mezi sochu svatého Jana Nepomuckého a svatého Václava – patronem sbírky je společně se svými bratry známý český moderátor, Marek Eben (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021e). O této sbírce se zmínili i provozovatelé kavárny (viz kapitola 4.1.2). Vedle Jírova betlému se pak nachází kašna s názvem Čůrající voříšek (Rozsypalová 2020).

V Kryštofově Údolí a v osadě Novina se nacházejí velkolepé technické stavby, například nevídaný železniční viadukt v osadě Novina s výškou 29 metrů a délky 230 metrů se 14 oblouky, z nichž většina má rozpětí 12 metrů (Nevrlý 2005). Novinský viadukt (viz obr. 16 a 17) byl vyhlášen technickou památkou (Rubáš 2017). Mezi stanicemi Křižany a Novina se pod hlavním hřebenem nachází také nevídaný tunel o délce 815 metrů, na který právě navazuje již zmíněný viadukt (Nevrlý 2005). Nejedná se však o jediné technické zajímavosti v této obci a jejím okolí – nedlouhý železniční úsek mezi stanicemi Křižany a Karlov zahrnuje 4 viadukty a 5 tunelů (Nevrlý 2005). Novinský viadukt se podle informací z rozhovoru s provozovateli kavárny (viz kapitola 4.3) objevil v reklamě řetězce prodejen Lidl, kde účinkoval i Václav Neckář se skladbou Půlnoční, přičemž komparzisty pak byli místní občané.

V okolí Kryštofova Údolí se nacházejí rozvaliny dvou hradů, které jsou odtud turistickými stezkami snadno dostupné (Nevrlý 2005), a proto jsou zde zmíněny. Bližší Kryštofovu Údolí je hrad Hamrštejn (Nevrlý 2005), který byl založen již kolem roku 1357 nad meandrem řeky Lužické Nisy na Liberecku (Kukal, Dudíková Schulmannová, Valečka a kol. 2010). Pod zříceninou tohoto gotického hradu se nachází unikátní samoobslužný kabinkový transbordér, přepravník přes Lužickou Nisu, jediný v Česku a druhý v Evropě. Jedná se o kabinku zavěšenou na kladkách, kterou ovládají samotní pasažéři tím, že tahají za lano, což díky konstrukci kladkostroje nevyžaduje velikou sílu (CzechTourism 2021a). Druhý z těchto dvou hradů je hrad Roimund (Nevrlý 2005).

Obrázek 14: Dřevěná zvonice u kostela



Zdroj: Lišková (2017b)

Obrázek 15: Barokní mostek se sochou svatého Jana Nepomuckého



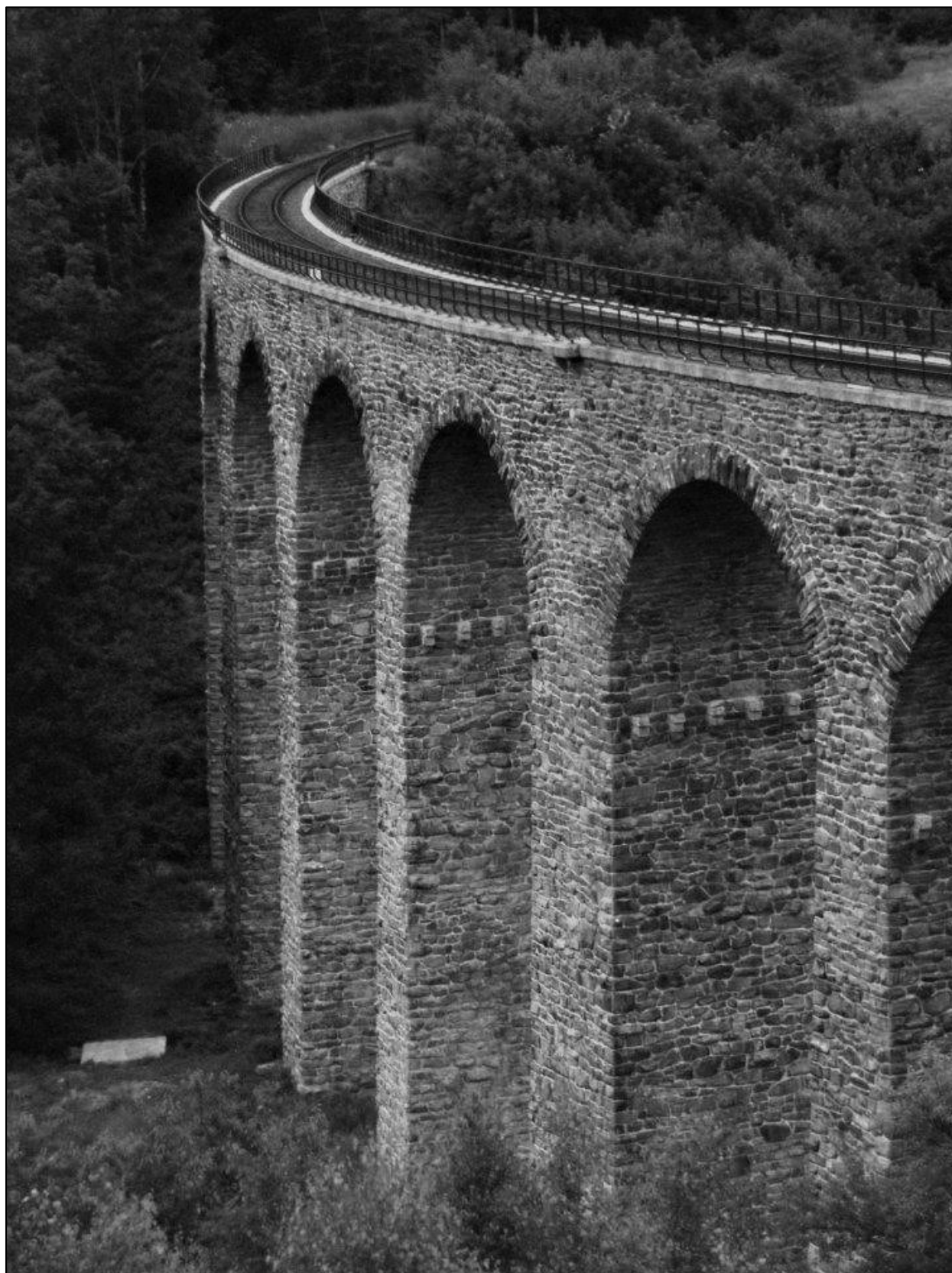
Zdroj: Lišková (2017c)

Obrázek 16: Novinský viadukt v zimě



Zdroj: Lišková (2019)

Obrázek 17: Novinský viadukt



Zdroj: Lišková (2015)

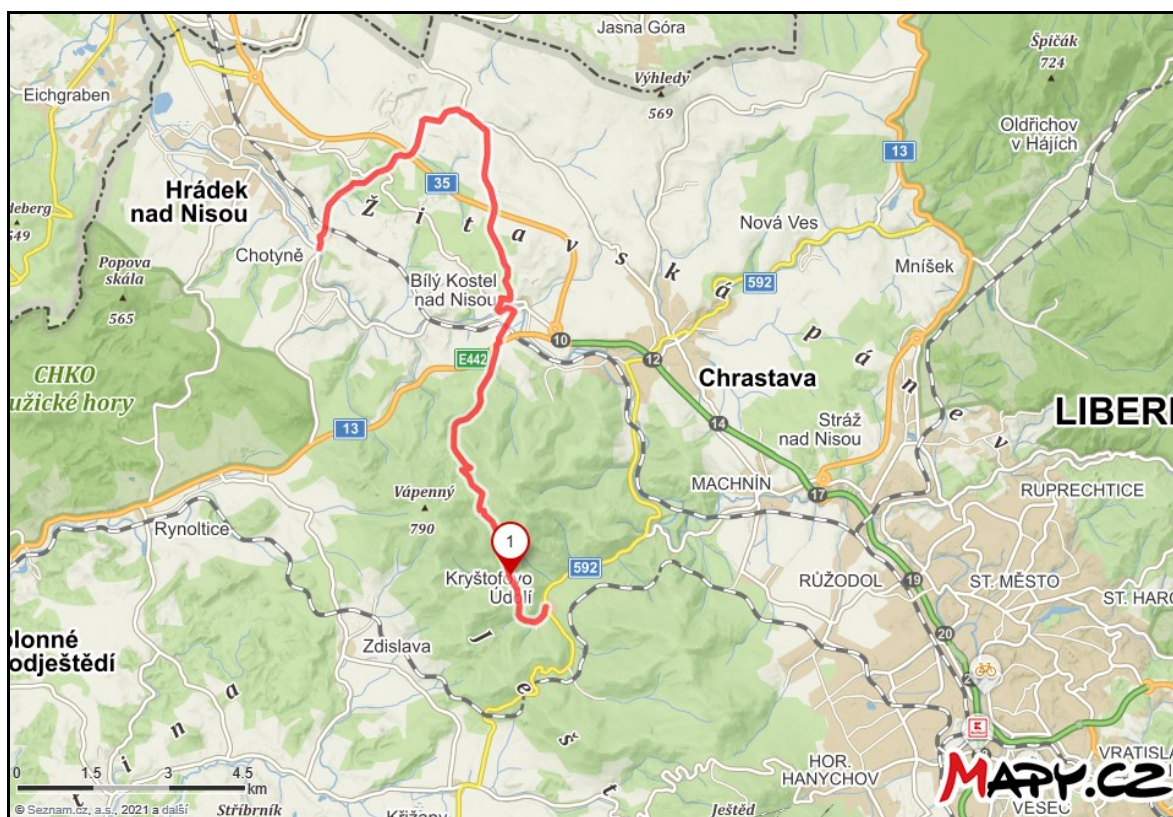
4.1.3 Sportovně-turistický cestovní ruch v obci

V rámci Kryštofova Údolí může být rovněž realizován sportovně-turistický cestovní ruch. Tato forma cestovního ruchu čerpá ze zájmu lidí o aktivní odpočinek a z jejich zájmu o aktivní účast na sportovních činnostech (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Součástí sportovně orientovaného cestovního ruchu je pak turistika, která nabývá mnohých forem, jakými jsou například pěší turistika, cykloturistika nebo vodní turistika, avšak tento pojem nelze zaměňovat s pojmem cestovní ruch, jehož synonymem je termín turismus, nikoliv turistika (Beránek 2013).

Kryštofovým Údolím procházejí dvě cyklotrasy (č. 21 a 3069) včetně několika značených turistických tras (Ceskehory.cz 2020). Lze tedy hovořit o tzv. realizačních předpokladech cestovního ruchu (Vystoupil a kol. 2007). Průběh cyklotrasy 3069 znázorňuje obr. 18 (Kryštofovo Údolí označeno č. 1). Cyklotrasa nese název Chotyně – Bílý Kostel – Kryštofovo Údolí, přičemž měří 17,87 km (Pasport cyklotras Libereckého kraje 2021). Obr. 19 zobrazuje cyklotrasu 21 (Kryštofovo Údolí opět označeno č. 1) s názvem Hřensko – Chrastava, která je podstatně delší než předešlá cyklotrasa, neboť měří 84,5 km. Po této cyklotrase se lze z Kryštofova Údolí dostat buď přes Andělskou Horu do Chrastavy, nebo opačným směrem přes Křižanské sedlo do Jablonného v Podještědí a případně dále do České Kamenice a Hřenska (Raich 2008). Na Křižanském sedle prý podle starosty obce někteří cyklisté sjíždějí z cyklotrasy a vydávají se na Výpřež k Ještědu.

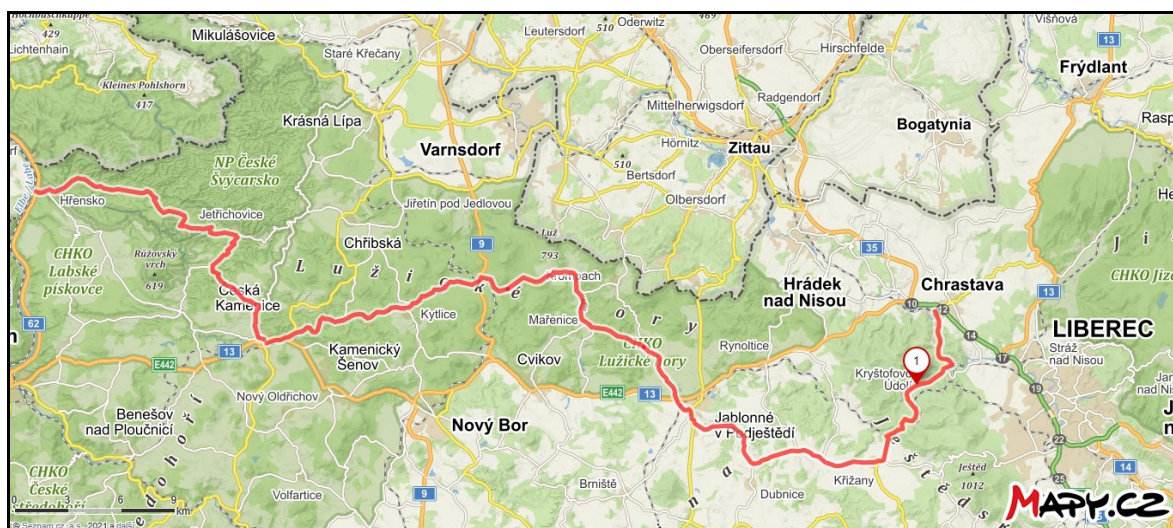
Pro běžkaře bývají běžně upravovány stopy v okolí Kryštofova Údolí, konkrétně v okolí Černé hory a Malého Ještědu. V létě je zde možné hrát tenis a navštívit malé koupaliště (Ceskehory.cz 2020). U koupaliště (u vodní nádrže) fungoval kdysi minigolf, který však zanikl (Zastupitelstvo obce Kryštofovo Údolí 2018b). Do Kryštofova Údolí je rovněž možné dojet na koloběžkách, které jsou půjčovány na vrcholu Ještědu, v Kryštofově Údolí je pak zákazník odevzdá (Kolobezkyjested.cz 2020). Opět lze tedy hovořit o realizačních předpokladech cestovního ruchu (Vystoupil a kol. 2007).

Obrázek 18: Cyklotrasa 3069



Zdroj: Mapy.cz (2021b)

Obrázek 19: Cyklotrasa 21



Zdroj: Mapy.cz (2021c)

4.1.4 Specifické formy cestovního ruchu v obci – Venkovský cestovní ruch

Co se týče specifických forem cestovního ruchu, které popisují Ryglová, Burian, Vajčnerová (2011), tak lze ke Kryštofovo Údolí přiřadit venkovský cestovní ruch, což je patrné z informace, že se jedná o vesnickou památkovou zónu (viz kapitoly 4.1.1 a 4.1.2), za kterou

je od roku 2005 považována větší část této obce (Rýznarová 2019), velice bohaté na kulturní, přírodní a technické památky (Rubáš 2017). Vzhledem k počtu obyvatel obce (viz kapitola 4.1.1) se jedná o venkovskou obec, nikoliv o obec městskou, neboť za hraniční se zde považuje počet 2000 obyvatel (Petr 2012). Venkovský cestovní ruch se odehrává na venkově (Šíp a kol. 2020). Probíhá mimo turistická centra ve vesnickém osídlení, případně na samotě či v chatové oblasti (Pourová 2000, cit. v Malá 1995, cit. v Vacková 2006), což vybraná obec splňuje. Venkovský cestovní ruch společně s ekoturistikou spadá pod tzv. zelený cestovní ruch, který se odehrává ve volné přírodě a v oblastech s řídkým osídlením (Pourová 2000, cit. v Malá 1995, cit. v Vacková 2006). Jak již uvedl Nevrlý (2005), městští chalupáři v Kryštofově Údolí mají podíl na tom, že zde vznikla vesnická památková zóna – a právě chalupaření je společně s chatařením formou vesnického cestovního ruchu (Pourová 2000, cit. v Malá 1995, cit. v Vacková 2006). I proto je možné tuto formu cestovního ruchu přiřadit k vybrané lokalitě. Venkovský (rurální) cestovní ruch zahrnuje rezidenční cestovní ruch (s čímž se pojí OIR), agroturismus, ekoagroturismus, hipoturismus a vinařský cestovní ruch (Šíp a kol. 2020). Venkovský cestovní ruch nabývá na významu a může se týkat rozmanitých aktivit ve venkovských oblastech (Tadić, Veljović 2020). Určitou výzvou jsou pro Česko šetrné formy cestovního ruchu, typické pro venkovské oblasti vyspělých zemí. Je zřejmé, že venkovský cestovní ruch může podpořit uchování venkovského dědictví, stabilizaci tamního obyvatelstva a diverzifikaci venkovského zemědělství (Vacková 2006). Patří mezi doplňkové alternativy v rámci udržitelné existence venkova a vzniká jako důsledek kontinuálních restrukturalizačních procesů, které se dlouhodobě odehrávají na venkově. Tyto procesy vyvolávají nižší nároky na námezdní pracovní sílu v zemědělství a na plochy obdělávané zemědělské půdy. Kulturní krajinu je však třeba udržovat, s čímž se pojí poptávka po jiných, nových alternativních programech, které zahrnují právě i cestovní ruch (Šíp a kol. 2020). Jelikož zde byl jmenován hipoturismus, tak lze zmínit, že se v Kryštofově Údolí nachází Ranč v Údolí, jenž nabízí tábory u koní/poníků, školní výlety za koňmi, projížďky na poníkovi/na koni s vodičem i bez něj a možnost naučit se vyčistit a ustrojit koně /poníka pod dozorem provozovatele (Havlák 2021). V rámci cestovního ruchu na venkově se uplatňuje kulturní dědictví – například ukázky tradičních řemesel (Šíp a kol. 2020). Ukázkovým příkladem v Kryštofově Údolí byl Dům řemesel (viz kapitola 4.1.6).

4.1.5 Druhy cestovního ruchu v obci

Téma této kapitoly se přesouvá od forem cestovního ruchu v obci k jeho druhům v rámci obce. Aby bylo zjištěno, zdali v Kryštofově Údolí převažují spíše domácí či zahraniční

návštěvníci, tak bylo třeba zkoumat dva druhy cestovního ruchu. Jednak je třeba zkoumat domácí cestovní ruch, jenž znamená cestovní ruch domácího obyvatelstva na území vlastního státu (Beránek 2013), jednak aktivní cestovní ruch (podtyp zahraničního cestovního ruchu), jenž zahrnuje příjezdy cizinců do zvolené destinace (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). Aktivní cestovní ruch je mj. synonymem pro příjezdový cestovní ruch neboli incoming (Beránek 2013) a znamená také export služeb a devizové příjmy (Ryglová, Burian, Vajčnerová 2011). V kapitole 4.3 bylo díky rezidentům (provozovatelům kavárny) zjištěno, že v obci převažuje domácí cestovní ruch, avšak s nezanedbatelným zastoupením příjezdového cestovního ruchu, který zde může činit až 10–15 % veškerého cestovního ruchu. Údaje provozovatelů kavárny jsou v tomto ohledu považovány za nejrelevantnější, neboť přímo komunikují s návštěvníky, ať už se jedná o výletníky či turisty. Na základě kapitoly 4.2 lze rovněž říci, že v obci převažuje domácí cestovní ruch, ačkoliv sem přijíždějí i zahraniční návštěvníci – nejvíce zahraničních návštěvníků tvoří Němci (což potvrzuje již zmíněná kapitola 4.3, kde je zdůrazněno, že se jedná především o návštěvníky z oblasti Žitavy), dále Nizozemci (někdy zde přespávají i s karavanem) a výjimečně rovněž Poláci.

4.1.6 Služby v obci významné pro cestovní ruch

Níže uvedená tabulka 9 zahrnuje seznam 5 zdejších penzionů, které v obci fungují. Celková ubytovací kapacita hromadných ubytovacích zařízení činí po součtu jednotlivých kapacit z tabulky 9 přesně 105 lůžek.

Tabulka 9: Možnosti ubytování v Kryštofově Údolí

Ubytování	Celková kapacita lůžek	Nabídka stravování
Penzion Rokytky	28	ANO
Penzion Eva	23	ANO
Penzion U Uhlířů	18	ANO
Penzion Údolanka	26	ANO
Penzion Neuland	10	NE

Zdroj: Vlastní zpracování (2020) na základě Českemsnami.cz (2020), DoPenzionu.cz (2020), Krajský úřad Libereckého kraje (2020a, 2020b, 2020c), Penzion Eva (2020), Penzion Rokytky (2020a, 2020b), Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí (2021a)

Co se týče dalších služeb, tak je možné zmínit hostinec U Kryštofa, který se nachází v přízemí bývalé školy. V prvním patře bývalé školy jsou pak vystaveny již zmíněné betlémy (Nevrlý 2005) – toto ilustroval obr. 4. Kavárna U Ježka, která byla rovněž znázorněna na obr. 4, patří mezi další zajímavosti obce, neboť se jedná o prvorepublikovou kavárnu (Kavárna

U Ježka 2020). Fotografii z interiéru této prvorepublikové kavárny znázorňuje obr. 20, zatímco exteriér je vyobrazen na obr. 21.

Obrázek 20: Kavárna U Ježka – interiér



Zdroj: Na cestách online (2021)

Obrázek 21: Kavárna U Ježka – exteriér



Zdroj: Na cestách online (2021)

Mezi další zdejší turistické atraktivity patřil i tzv. Dům řemesel. Svátek svatého Štěpána v roce 2020 byl posledním dnem, kdy byl otevřený pro návštěvníky, potvrzen byl i prodej objektu (Rozsypalová 2020). Jednalo se o Keramický a výtvarný ateliér AMi, ateliér manželů Micháلكových s dlouholetou tradicí (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021b). Dům řemesel pocítil dopady pandemie Covidu-19 (viz kapitola 2.1.2) – běžně mívá otevřeno v sobotu a v neděli, ale nikoliv během všedních dní, takže v důsledku vládních nařízení mohl mít během druhého pololetí roku 2020 otevřeno pouze přibližně desetkrát (Rozsypalová 2020). V rámci Domu řemesel bylo možné navštívit cca 250 let starý podstávkový dům (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021b), respektive roubenohrázděnou chalupu, kde mohli návštěvníci zhlédnout dobovou expozici a pravidelné výstavy, zakoupit dárkové předměty, například keramiku a šperky, nebo absolvovat keramické kurzy a Dny řemesel (Rozsypalová 2020). Rozsypalová (2020) uvádí, že keramiku ze zmíněného ateliéru bude i nadále možné zakoupit v obchůdku s keramikou (jenž se nachází přímo pod zdejším orlojem), a to po uvolnění vládních opatření ohledně šíření pandemie onemocnění Covidu-19, a tudíž návštěvníci nepřijdou o možnost jejího zakoupení. Dům řemesel znázorňuje obr. 22. Jedná se mj. o památkově chráněný dům s č.p. 75, jenž je hodnotnou ukázkou nedotčené lidové architektury (Národní památkový ústav 2021a).

Obrázek 22: Památkově chráněný dům č.p. 75 – Dům řemesel



Zdroj: Zajimavamista.cz (2016)

V rámci tematiky realizačních předpokladů cestovního ruchu byla zjišťována přítomnost a frekvence dopravního spojení obce. Byla zjištěna přítomnost autobusového i vlakového spojení – v obci se nachází dvě vlakové stanice, Kryštofovo Údolí a Novina, které leží přímo na vlakové trati mezi Libercem a Českou Lípou. Co se autobusového spojení týče, tak přes tuto obec jezdí autobusová linka č. 16, která spadá pod Dopravní podnik města Liberce (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2020c). Během běžného všedního dne jezdí z Liberce do Kryštofova Údolí celkem 15 přímých spojů (6 autobusových a 9 vlakových). Průměrná frekvence tedy činí 1,6 hodiny (Idos.cz 2021a, Idos.cz 2021b). Přímé zpáteční spoje, tedy spoje z Kryštofova Údolí do Liberce, zahrnují během běžného všedního dne celkem 14 spojů (6 autobusových a 8 vlakových). Průměrná frekvence tudíž činí 1,7 hodiny. (Idos.cz 2021c, Idos.cz 2021d). Jiná situace nastává během běžného víkendového dne, kdy z Liberce do Kryštofova Údolí přijede za den 11 přímých spojů (9 vlakových a 2 autobusové), tzn. frekvenci 2,2 hodiny. Spojů je tak méně než ve všední dny (Idos.cz 2021e; Idos.cz 2021f). Přímých zpátečních spojů, tedy spojů z Kryštofova Údolí do Liberce, je pak během běžného víkendového dne dohromady 10 (8 vlakových a 2 autobusové). Frekvence spojení tak činí přesně 2,4 hodiny (Idos.cz 2021g, Idos.cz 2021h). Všechny tyto údaje o dopravních spojeních jsou platné ke dni 6. 1. 2021. Obec tedy disponuje autobusovým i vlakovým spojením, a to dokonce i o víkendech. Někteří respondenti by však byli rádi za vyšší frekvenci dopravního spojení (viz kapitoly 4.3 a 4.5.7).

4.1.7 Údolská pouť

Během posledního červencového víkendu se v Kryštofově Údolí tradičně běžně koná Údolská pouť (CzechTourism2021b). Zdejší pouť v roce 2020 však byla zrušena z důvodu vládních nařízení (viz kapitola 2.1.2) týkajících se pouťových a festivalových akcí (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021c). Z rozhodnutí zastupitelstva obce se tato pouť nebude konat ani v roce 2021 (Oficiální stránka obce Kryštofovo Údolí 2021d). Poslední zdejší pouť v roce 2019 zahrnovala tradiční řemeslný jarmark, bohaté občerstvení a kolotoče včetně ohňostroje a taneční zábavy pod širým nebem (CzechTourism2021b).

4.2 Poznatky z rozhovoru se starostou modelové obce

Tato kapitola shrnuje poznatky s rozhovoru se starostou Kryštofova Údolí. Ve vybrané obci může být pozorována patrná sezónnost cestovního ruchu (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) a dle předpokladu (viz kapitola 3) jsou zde dvě sezónní období. V rámci celého roku lze tedy zaznamenat více než jednu sezónu (viz kapitola 2.2.7). Sezónou je v modelové obci

především léto (červen – počátek podzimu, respektive září/říjen) a díky betlémům i zima, konkrétně prosinec, kdy bývá v Kryštofově Údolí vystaven Jírův betlém a kdy bývá rovněž otevřeno Muzeum betlémů (a to častěji než obvykle – viz kapitola 4.1.2). Sezónnost cestovního ruchu nepředstavuje pro obec podle starosty obce problém, ale vyplývá z ní spíše přínos pro její obyvatele, neboť období mimo sezóny (viz kapitola 2.2.5) poskytuje zdejšími lidem více klidu, a proto si odpočinou od cestovního ruchu, který je prý v sezóně někdy až neúnosný. Obec je tak vhodná pro zkoumání sezónnosti (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) a nadměrného cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.2).

V době uzávěry řady atraktivit cestovního ruchu z důvodu pandemie (viz kapitola 2.1.2) bylo možné v obci vysledovat navýšení návštěvnosti, neboť lidé jezdili v této době do Údolí alespoň na výlet. Tato obec byla podle starosty obce v určitém období dokonce přeplněna návštěvníky, hlavně během víkendů. Návštěvníci se spíše procházeli po vesnici než po okolní přírodě, kupovali si občerstvení u výdejního okénka zdejšího hostince či kavárny (viz kapitola 4.1.6), pokud toto okénko mohlo být otevřené. Parkovací místa byla během víkendu často zaplněná. Starosta obce přikládá vyšší návštěvnost Kryštofova Údolí i faktu, že lidé nejezdili vzhledem k situaci tolik do zahraničí jako dříve a že Kryštofovo Údolí považuje za atraktivní lokalitu pro obyvatele Liberecka, kteří se sem dopraví za 15–30 minut a kteří zde podle něj tráví přibližně půl dne či odpoledne. Z výše uvedených informací je tak možné usuzovat, že situace ohledně pandemie Covidu-19 zvýšila návštěvnost zdejší obce, která je podle slov starosty v sezóně navštěvována natolik, že to mohou zdejší občané vnímat negativně. 27. 12. 2020 však lze již vysledovat obrat, a to s ohledem na vyjádření starosty obce pro internetový zpravodaj, Liberecký deník, neboť touto dobou již vnímal nižší návštěvnost obce, než je běžné – tento obrat je v rámci daného období možné podložit jeho tvrzením o uzavření zdejšího muzea a kostela s ohledem na vládní opatření (Rozsypalová 2020). Návštěvnost obce tak byla pandemickou situací ovlivněna nejprve kladně a poté záporně. Daná situace negativně ovlivnila také zdejší pouť, která se podle starosty obce koná vždy během posledního červencového víkendu a která byla právě kvůli zmíněné pandemii zrušena (viz kapitola 4.1.7). Pout' je prý jedinečná díky její tradičnosti. Stánky zahrnují převážně tradiční řemeslnou výrobu. Stánkaři jsou vázáni tím, že musejí mít stylový stánek. Panuje maximální snaha o to, aby zde prodávali prvovýrobci. Situace je však nyní složitější, neboť pro starší trhovce jsou někdy komplikovaná nová opatření a změny (například EET). Jsou zde tedy k vidění tradiční řemesla, dále pak atrakce (řetízkový kolotoč, labuť, tzv. „lochneska“ a maximálně jedna z novodobých atrakcí), klasická střelnice, ohňostroj a

taneční zábava. Pout' mohou při příznivém počasí navštívit 2000–3000 lidí denně. Návštěvnost se však nejčastěji pohybuje okolo 3000 lidí denně. V nejhorších letech, kdy například jeden den přšelo, navštívilo pout' dohromady za oba dva dny odhadem přibližně 3500 lidí. Navzdory vstupnému není pout' pro obec výdělečnou záležitostí. Pořádá se zde především kvůli zájmu lidí.

Tabulka 10 znázorňuje bodování vybraných turistických zajímavostí starostou obce, a to dle jejich významu pro cestovní ruch v obci. Starosta se domnívá, že největší věhlas a váhu má celodřevěný kostel svatého Kryštofa ze 17. století (viz kapitola 4.1.2), který velmi zajímá mnoho lidí, a soubor zdejších chalup, který je podle starosty nejunikátnější a na našem území výjimečný, jak již bylo zmíněno v kapitole 4.1.1. Zachovalý tradiční vzhled této vsi je prý pro návštěvníky mnohdy nejzajímavější. Mnoha lidem prý Kryštofovo Údolí připomíná Švýcarsko – ne nadarmo se prý této lokalitě říkávalo Clamovo Švýcarsko (název je prý odvozen od hraběcího rodu Clam-Gallasů – viz kapitola 4.1.3). Někteří návštěvníci prý jezdí do Údolí kvůli orloji (viz kapitola 4.1.2), pod kterým se skoro každou hodinu shromáždí pár lidí, přestože je zde k vidění již léta. V prvopočátcích jeho existence před ním stávaly davy, stejně tak bývaly fronty u Muzea betlémů (viz kapitola 4.1.2).

Tabulka 10: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí starostou obce

Respondent	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
Starosta obce	4	4	3	5	5	3

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam

Pro zdejší cestovní ruch je prý určitě přínosem blízkost města Liberce (viz kapitola 4.1). Kryštofovo Údolí je prý některými lidmi dokonce považováno za jakousi zahradu tohoto města. Údolí je s Libercem spojeno i městskou hromadnou dopravou (viz kapitola 4.1.6), což je přínosné pro zdejší podnikatele v oblasti cestovního ruchu. Je pro ně přirozené, že sem lidé jezdí, a to i cyklisté, kteří někdy přijedou z Liberce do Údolí a pak se vrátí nazpět, protože již nechtějí jet dále. Trasa z Liberce do Údolí přes Machnín prý totiž není příliš náročná, avšak dvě zdejší cyklotrasy, na které by bylo možné po příjezdu do Údolí navázat, patří mezi ty náročnější (viz kapitola 4.1.3).

Starosta obce je přesvědčen, že v Kryštofově Údolí převládá trvalé obyvatelstvo nad chalupáři, čímž je rozporován opačný předpoklad v kapitole 4.1.1, jenž je podložen údaji o využití staveb v obci. Podle starosty obce je totiž statistika (týkající se počtu rezidentů a využití staveb v obci) zavádějící. Bylo zjištěno, že počet trvalých obyvatel obce stále stoupá – ke dni 3. 12. 2020 zde přibylo 12 nových rezidentů oproti počtu uváděnému v kapitole 4.1.1 – zdá se však, že počet rezidentů je reálně mnohem vyšší. Zaprvé zde někteří lidé bydlí trvale, ale nejsou zde trvale hlášeni, a tudíž nejsou evidováni jako rezidenti. Zadruhé zde některé osoby bydlí trvale, jsou zde oproti předchozím osobám hlášeny trvale, ale objekt, ve kterém bydlí, je navzdory tomu registrován jako rekreační objekt (tito lidé platí vyšší daně a mají možnost zažádat o změnu po doložení dokladů o funkční čistírně odpadních vod, o revizi komínu a revizi elektřiny). Celoročně zde bydlí odhadem okolo 20 obyvatel, kteří mají trvalé bydliště hlášeno jinde (například z důvodu podnikání, pronajímání objektu, kde jsou trvale hlášeni, apod.). Turisticko-rekreační funkce a zatížení (viz kapitola 2.1.3) proto pravděpodobně reálně dosahují nižších hodnot, než uvádí výpočet v kapitole 4.1.1, který je třeba brát v potaz pouze jako orientační (tyto hodnoty však nelze nyní stanovit přesně – potřebný počet rezidentů by se sice dal po přičtení 12 nových a 20 neevidovaných stanovit na cca 414, problematické a zavádějící jsou však potřebné údaje o využití staveb v obci, neboť evidence stavby jakožto rekreačního či jiného objektu ne vždy odpovídá jejímu skutečnému využití). Někteří chalupáři sem navíc přijedou pouze jednou až dvakrát do roka, ačkoliv jiní přijíždějí pravidelně. Vůči těmto rekreačním zde panují obecně pozitivní vztahy, rekreační navíc vyhledávají klid podobně jako zdejší obyvatelé. Z rozhovoru tedy vyplývá, že převládajícím postojem rezidentů vůči chalupářům v rámci Doxeyho iritačního indexu bývá převážně euforie (viz kapitola 2.1.3).

V rozhovoru byla věnována značná pozornost pozitivům a negativům cestovního ruchu v obci (viz kapitola 2.1.1, 2.1.2 a 2.1.3). Samotná obec prý z cestovního ruchu příliš neprofituje, což však neplatí pro tu část zdejších obyvatel, kteří zde podnikají v cestovním ruchu (restaurace, penziony, Muzeum betlémů), a tím pádem mají k turismu pozitivní vztah (viz kapitola 4.3). Jsou zde tedy lidé, převážně místní, zaměstnaní v cestovním ruchu, ačkoliv tato zaměstnanost není rozsáhlá. Mnohdy se jedná spíše o příležitostné přivýdělký než o zaměstnanost jako takovou. Zdejší penziony (kterých zde dříve bývalo více, než je uvedeno v kapitole 4.1.6) vlastní spíše místní obyvatelé. Obvykle se jedná o konkrétní rodinu, která si případně najme pomocníka, což bývá obvykle nerezident, neboť v obci o tyto pozice nebývá přílišný zájem. Mnoho menších podnikatelů provozuje penzion spíše jako

hobby. Drobnější služby provozují spíše místní, například mají farmu a provozují stánek, například stánek s medovinou. V současnosti se řeší špatný stav krajské komunikace. Skutečnost, že tuto silnici používají nejen zdejší obyvatelé, ale i mnozí návštěvníci, může podpořit vyjednávání na toto téma se správou kraje. Pozitivem turismu je proto fakt, že je díky němu obec známá, že má své jméno. Zdejší památky (viz kapitoly 4.1.1, 4.1.2 a 4.1.6) rovněž mají váhu při podobných vyjednáváních.

Naprostá většina zdejších občanů vnímá některé negativní důsledky cestovního ruchu (viz kapitola 4.4), neboť obec bývá velmi frekventována především během víkendů v sezónních obdobích (všední dny bývají poklidnější) – viz kapitola 2.2.4. Někdy sem přijíždí velmi mnoho aut (viz kapitola 4.4). Nejsou zde boční komunikace a chodníky, což se právě vzhledem k výše popsané situaci jeví jako problematické, avšak chodníky zde nemohly být prosazeny z pochopitelného důvodu, a to kvůli zdejší památkové zóně (viz kapitola 4.1.1), maximálně se do budoucna počítá s krátkým chodníkem v centru. Infrastruktura obce logicky není tak velkému provozu přizpůsobena. Pokud si zdejší obyvatelé chtějí vyjít ven se svou rodinou, tak to během dnů s vysokou návštěvností může být problematické. V obci dobře funguje úklid odpadků vzniklých v důsledku cestovního ruchu. Jelikož obec z turismu příliš neprofituje, tak jejím rezidentům nemůže vykompenzovat neduhy cestovního ruchu ničím výjimečným. Jediným ziskem pro samotnou obec je rekreační poplatek, který musejí platit penziony (viz kapitola 4.1.6). Obec si ze svého vlastního rozpočtu platí lavičky a informační cedule. Podporuje Svatojakubskou cestu, která tudy vede. Jedná se však o produkty přínosné spíše pro návštěvníky (pro cestovní ruch) než pro rezidenty (viz kapitola 4.4). V zimě se zde staví Jířův betlém (viz kapitola 4.1.2), koná se zde zahájení adventu a adventní koncerty, které z 80 % naplní návštěvníci obce. Rezidenti sem též chodí, ale v menším zastoupení. Cestovní ruch momentálně nestačí na to, aby se zde uživil obchod s potravinami (viz kapitola 4.5.7). Nejsou zde placená parkoviště, neboť i přes snahy o jejich zavedení panuje přesvědčení, že by kvůli nim někteří návštěvníci parkovali mimo dané parkoviště na ne příliš vhodných místech, v důsledku čehož by došlo k umístění značek a řetízků na tato místa, což by znehodnotilo obec. Jsou zde již umístěny naprosto nezbytné dopravní značky či svodidla, která jsou někde umístěna místo patníků v rámci nových dopravních norem. Tyto nezbytnosti a přetechnizování mohou narušovat ducha místa – tedy *genia loci* (viz kapitola 2.1.2), kterého již starosta obce prý nevnímá natolik jako návštěvníci. Ducha místa může narušovat i skutečnost, že mnoho lidí chválí krásu obce, ale na druhou stranu kvůli životním

podmínkám pochopitelně usilují například o vyasfaltování určité cesty či efektivnější osvětlení, což je kvůli bydlení důležité. V poslední době je zde boom chovu obcí, které se pasou na stráních jako kdysi, což pomáhá podporovat tradičního genia loci. Naopak ho může oslabovat nadměrný cestovní ruch v určitých obdobích (viz kapitola 2.1.2), proto by snahy o zvyšování návštěvnosti nebyly podle názoru starosty žádoucí. Někteří lidé, kteří zde podnikají v cestovním ruchu, by zde prý uvítali rozhledny či bobovou dráhu, avšak cestovní ruch zde přináší problematiku s parkováním (počtem parkovacích míst) – viz kapitoly 4.4 a 4.5.7. Pokud se zde vymýšlejí různé aktivity, například malá sjezdovka, tak přednostně pro místní obyvatele. Zdejší trasa pro běžkaře (viz kapitola 4.1.3), která mívá cca 15 km a která tvoří jakousi protiváhu Jizerských hor, představuje oproti Jizerským horám klidnější, méně náročné ježdění na běžkách. Jezdí se zde ve stopě od skútru. Když fungoval penzion v oblasti Křížanského sedla, tak lyžařské stopy vedly přes dvorek tohoto penzionu, aby se tam lidé zastavili. Starosta se také zmínil o možnosti jízdy na koloběžkách z Ještědu dolů do Kryštofova Údolí, kde se koloběžky odevzdávají (viz kapitola 4.1.3). V oblasti Novinského viaduktu, kudy tato trasa vede, je prý třeba dávat pozor při řízení auta. Někdy tudy totiž projíždějí skupiny koloběžkářů, ale ne všichni jsou bohužel opatrní.

Z výše uvedených informací je patrné, jak se v obci uplatňuje multiplikační efekt (viz kapitola 2.1.1), jenž se zde podílí na zaměstnanosti či příležitostných přívýdělcích zdejších obyvatel (viz kapitola 4.3). Povědomí o obci a vyřízení zdejší silnice v důsledku cestovního ruchu může pomoci v rámci vyjednávání ohledně opravy krajské silnice, která prochází Kryštofovým Údolím. Tento multiplikační efekt jde však do jisté míry ruku v ruce s výše uvedenými negativy cestovního ruchu, která podle některých občanů obce převažují nad pozitivy (viz kapitola 4.4). Starosta obce hovořil o plánech zřídit do budoucna veřejné toalety pro návštěvníky v zadní části zdejšího obecního hostince, neboť návštěvníci prý kvůli jejich absenci mnohdy vyhledávají nevhodná místa pro tyto účely (viz také kapitoly 4.4 a 4.5.7). Existují také názory, že by bylo vhodné vybudovat dvě parkoviště mimo centrum místo centrálního parkoviště, ale starosta obce se domnívá, že by se tento nápad minul s účinkem, navíc o něm prý není psáno v územním plánu. Ponechal by proto k parkování dosavadní neoznačené plochy.

V souvislosti s cestovním ruchem v obci byla věnována pozornost životnímu cyklu destinace (viz kapitola 2.1.4) – obec se v rámci tohoto cyklu nachází přibližně na pomezí fáze zapojení a fáze rozvoje. Dost pravděpodobně se více blíží ke stádiu rozvoje, avšak znaky této fáze prý nejsou zcela naplněny, což je vnímáno jako pozitivum pro obec. V Kryštofově

Údolí převažuje domácí cestovní ruch, ačkoliv nelze opominout i příjezdový cestovní ruch (viz kapitola 4.1.5 a 4.3). Mezi návštěvníky převládají Češi. Dále obec navštěvují Němci (odhadem prý 1 ze 30–50 aut, přičemž se někdy jedná o rodiny původních vlastníků chalup), poté Nizozemci (kteří sem jezdí s karavany), a výjimečně Poláci.

4.3 Poznatky z rozhovoru s provozovateli zdejší kavárny

Jedním ze zásadních rozhovorů byl rozhovor s provozovateli zdejší prvorepublikové kavárny (viz kapitola 4.1.6), paní Ježkovou a panem Liškou. Kavárna U Ježka, o kterou se jedná, je jimi charakterizována jako kavárna v prvorepublikovém stylu, jež se nachází v prvorepublikové vile a v obci, která si zachovala svůj tradiční ráz, přičemž kavárny oproti hostincům nebývají na vesnicích běžné. Lidé nosí do kavárny dobové desky, neboť se zde nachází prvorepublikový gramofon, a tudíž zde běžně hraje dobová hudba. Dobovou atmosféru rovněž dotváří další vybavení v dobovém stylu, tedy stolky, bar, židle (z mnoha koutů republiky), závěsy a další doplňky. V kavárně je přibližně 37 míst k sezení a v létě zde funguje také letní terasa. Důvodem k návštěvě kavárny je u některých návštěvníků právě fakt, že se jedná o kavárnu v určitém stylu. Největší specialitou kavárny je prý griliášový pohár. Na základě sezón se rozlišuje letní a zimní nápojová nabídka.

Z daného rozhovoru vyplývají i některé dříve zjištěné poznatky (viz kapitola 4.2), konkrétně fakt, že lze v obci zaznamenat patrnou sezónnost cestovního ruchu (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) a že jsou zde dle předpokladu (viz kapitola 3) dvě sezónní období, nikoliv pouze jedno (viz kapitola 2.2.7). Sezónou je zde dle provozovatelů kavárny především léto (hlavně červenec a srpen), které je pro kavárnu nejdůležitější sezónou, charakterizovanou mnoha návštěvníky, příčinou čehož jsou částečně letní prázdniny (viz kapitola 2.2.2). Dále lze do sezóny zařadit prosinec, především víkendy (obec je touto dobou častým cílem hostů z Liberce, Prahy a Žitavy) – v zimě pak vytvářejí specifickou atmosféru zdejší betlémy (viz údaje níže). Nejnižší návštěvnost je typická pro listopad a leden, mezi které je vklíněn prosinec s vysokou návštěvností. V rámci léta je návštěvnost vysoká i v červnu, během kterého postupně narůstá. Rovněž je vysoká i v září, kdy pomalu doznívá letní sezóna. Červenec, srpen a prosinec jsou typicky tři měsíce roku s naprosto nejvyšší návštěvností kavárny a obce celkově. Cestovní ruch zde však navzdory dvěma sezónním obdobími funguje celoročně (viz kapitola 2.2.6). Jak již bylo zmíněno, nejedná se navíc o oblast s jednou sezónou (viz kapitola 2.2.7), jak tomu mnohdy může být na horách nebo u vody. Nyní se již kavárna užívá i v mimosezóně (viz kapitola 2.2.5), ačkoliv je pro jaro a podzim typická nižší

návštěvnost oproti sezónnímu období. V prvopočátcích kavárny bývala návštěvnost v mimosezóně velmi nízká. Postupem času se však rozšiřovala provozní doba, kavárna tak začala být otevřená více hodin i dnů v týdnu. Návštěvnost poté začala stoupat. Opakovaně se sem začali vracet domácí a zahraniční návštěvníci a začali přivádět své známé. Kavárna prý nikdy nezeje prázdnotou, pouze ve velmi špatném počasí. Bylo zjištěno, že sezónnost nemá vliv na ceny v kavárně, neboť jsou celoročně konstantní, není zde tudíž patrná turistická inflace (viz kapitoly 2.1.2, 2.2.1 a 2.2.4).

Návštěvnost zdejší kavárny v rámci dne ovlivňuje orloj, respektive chod jeho pohybových figur, který bývá zahájen vždy v celou hodinu (viz kapitola 4.1.2). Celá hodina je známkou toho, že brzy poté nejspíš přijdou zákazníci (je-li samozřejmě otevřeno). Návštěvnost kavárny je několikanásobně vyšší o víkendech než ve všedních dnech. Je ovlivněna počasím (viz kapitola 2.2.2). Pokud je velmi špatné počasí, tak jsou tržby nižší, a to i v sezóně (viz kapitola 2.2.4). Když je příznivé počasí, tak je naopak tržba vyšší, a to i v mimosezónním období (viz kapitola 2.2.5), například během listopadových víkendů. Bylo by obtížné s přesností vysledovat počet zákazníků kavárny za konkrétní den či rok. Někteří lidé totiž pobývají v kavárně hodinu, jiní naopak čtvrt hodiny, střídají se tedy s jinými návštěvníky po různě dlouhé době. Tyto údaje může být těžké dopočítat i na základě počtu účtenek, neboť některá účtenka byla zaplacená za 1 osobu, jiná naopak za 7 osob apod. Obecně lze ale říci, že dopoledne bývá návštěvnost nižší, kolem 15:00 je obvykle velmi vysoká a v 17:00 nastává útlum. Během jednoho pouťového dne (viz kapitola 4.1.7) může do kavárny zavítat odhadem až 1000 osob. Kavárna je v rámci pouti více vytižena v sobotu než během neděle – v sobotu se počet zákazníků může pohybovat mezi 700–1000 osobami, v neděli činí přibližně 500 osob. Je proto logické, že zrušení pouti v důsledku velmi nepříznivé pandemické situace (viz kapitola 4.1.7) negativně ovlivnilo běžnou návštěvnost kavárny v rámci pouťových dní. Návštěvnost zdejší poutě (nikoliv kavárny) za oba dva dny dohromady může odhadem dosahovat přibližně 5000 návštěvníků, což přibližně odpovídá tomu, co uváděl starosta obce (viz kapitola 4.2), který říkal, že během jednoho dne může tuto pouť navštívit 2000–3000 lidí. Provozovatelé zdejší kavárny by uvítali, kdyby návštěvnost během celého roku byla rovnoměrně rozložená, ale myslí si, že není možné zařídit, aby sem během jarních a podzimních sychravých dní jezdily zájezdové autobusy. V tomto ohledu je komplikací počasí (viz kapitola 2.2.2) a někdy rovněž doprava (méně autobusových spojení) – viz kapitola 4.1.6. Každopádně, z výše uvedeného je patrné, že provozovatelům kavárny sezónní výkyvy cestovního ruchu (viz kapitola 2.2 a 2.2.1–2.2.7)

spíše nevyhovují. Když je v zimě málo sněhu a nelyžuje se, tak do Údolí zavítá více návštěvníků než v opačné situaci, a to platí i tehdy, když nejsou slunečné dny. Problém nastává, přichází-li déšť. Pokud však lidé zamíří do Kryštofova Údolí primárně za účelem návštěvy zdejší kavárny, tak prý problematiku počasí příliš neřeší. Někdy do kavárny rovněž předem volají. Většinu zdejších návštěvníků tvoří Češi, a tudíž zde převládá domácí cestovní ruch (viz kapitoly 4.1.5. a 4.2). Zdá se však, že pan Liška a paní Ježková ve své kavárně dlouhodobě zaznamenali větší zastoupení zahraničních návštěvníků, než kolik jich mohl na základě státních poznávacích značek parkujících aut v obci zaznamenat starosta obce (viz kapitola 4.2). Provozovatelé zdejší kavárny si všimli, že 10–15 % zákazníků tvoří cizinci (viz kapitola 4.1.5), z valné většiny lidé z Německa, nejčastěji z oblasti Žitavy. Tento rozdíl si lze vysvětlit tak, že někteří zahraniční návštěvníci nemusejí parkovat v centru obce či u hlavní silnice, kde jsou tato auta vidět, nýbrž u vzdálenějších stavení či za plotem u konkrétní chalupy, pokud zde například přenocují. Dále je možné, že mohou využívat jiné formy dopravy, například vlakové či autobusové spojení. Mnozí zákazníci se do kavárny vracejí opakovaně. Do kavárny mj. chodí různé věkové skupiny obyvatel, nelze říci, zdali převažují mladší, nebo naopak starší lidé. Kavárnu, a tudíž i Kryštofovo Údolí, navštívili někteří známí čeští herci, například Hana Maciuchová, Jaromír Hanzlík, Jiří Lábus či Jiří Krytinář. K návštěvnosti obce lze ještě dodat, že paní Ježková běžně potkává návštěvníky obce i ve vzdálenosti 2 km od kavárny, respektive od centra obce, což si lze vysvětlit tak, že tyto lidé navštěvují Novinský viadukt (viz kapitola 4.1.2), který leží nedaleko bydliště provozovatelů kavárny a který je od zdejší kavárny vzdálený přibližně již zmíněné 2 km, pokud tedy návštěvník obce využije hlavní silnici (Mapy.cz 2021d).

Zdejší kavárna pocítila dopady pandemie Covidu-19 (viz kapitola 2.1.2) – například lze zmínit výše uvedené zrušení zdejší pouti (viz také kapitola 4.1.7. a 4.2). Když však bylo otevřeno výdejní okénko a bylo hezké počasí, tak byly v rámci víkendů podstatně vyšší tržby než obvykle. Vše se stíhalo mnohem rychleji, neboť se nemuselo umývat nádobí a obsluhovat – pouze bylo nutné stát u výdejního okénka. Snáze se také dělala tržba. Tyto víkendy byly pro kavárnu příznivější než obvykle. Paní Ježková potvrzuje to, co již zmiňoval starosta obce (viz kapitola 4.2), a to fakt, že se zde během tohoto období objevilo více návštěvníků než jindy, neboť sem tou dobou jezdili na výlety. Paní Ježková tuto vyšší návštěvnost zdůvodňuje tím, že Kryštofovo Údolí považuje za nádhernou vesnici, která působí dojmem skanzenu díky starým zachovalým stavením, a že mnoho lidí mělo v určitých obdobích roku kvůli pandemii volno, neboť nemohli jít do své práce. Z informací v tomto

rozhovoru se potvrzuje sdělení, které je patrné i z rozhovoru se starostou, a to fakt, že současná situace ohledně pandemie Covidu-19 omezeně přeje domácímu cestovnímu ruchu (viz kapitola 4.2 a 2.1.2).

Níže uvedená tabulka 11 znázorňuje přehled hodnocení vybraných turistických atraktivit Kryštofova Údolí provozovateli zdejší kavárny. Nejvyšší možné hodnocení získal orloj (viz kapitola 4.1.2), Novinský viadukt a další technické stavby (viz kapitola 4.1.2) a chalupy (viz kapitola 4.1.1), které dle provozovatelů kavárny tvoří charakteristický ráz obce. Provozovatelé kavárny uvedli, že v zimě vytvářejí specifickou atmosféru zdejší betlémy (viz kapitola 4.1.2).

Tabulka 11: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí provozovateli kavárny

Respondenti	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
Provozovatelé kavárny	5	4	5	4	5	3

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam

Blízkost města Liberce je podle provozovatelů kavárny pro cestovní ruch v obci rozhodně přínosem (to souhlasí s tvrzením starosty obce – viz kapitola 4.2).

V rozhovoru byla rovněž zmíněna pozitiva a negativa cestovního ruchu v obci (viz kapitoly 2.1.1, 2.1.2 a 2.1.3). Paní Ježková a pan Liška uvedli, že jejich spíše pozitivní vztah ke zdejšímu cestovnímu ruchu je dán jednak tím, že jim jakožto provozovatelům kavárny přináší zisk (viz kapitola 4.2), jednak tím, že nemají dům přímo u silnice a nebydlí v centru obce, nýbrž více stranou. Zdůraznili však, že kdyby zde pouze bydleli a neměli kavárnu, tak by vnímali určité stránky zdejšího cestovního ruchu rovněž negativně. Většina starousedlíků má dům u silnice, a proto jim v souvislosti s tím může vadit vysoká návštěvnost obce v určitých obdobích roku, která může být problematickou otázkou pro mnoho vsí, kde se nachází něco mimořádného z hlediska cestovního ruchu (například Dětenice). Procházení mnoha návštěvníků okolo zahrádek rezidentů nemusí být vždy vnímáno pozitivně, pakliže rezidenti tráví čas na zahrádce (viz kapitola 4.4).

4.4 Poznatky z rozhovorů s rezidenty (neprofitujícími z turismu)

Oba rezidenti (neprofitující z cestovního ruchu) považují za sezónu v Kryštofově Údolí léto (s důrazem na vysokou návštěvnost tamní pouti) a období Vánoc, přičemž respondent B považuje za zimní sezónu spíše celý prosinec, nejen vánoční svátky. Zdůrazňoval období adventu a období po vánočních svátcích. Prosinec prý podle jeho dřívějších zkušeností může odhadem zajistit 1/5 celoroční tržby podnikatelů profitujících z cestovního ruchu, ačkoliv se jedná o 1/12 roku. Rovněž hovořil o vyšší návštěvnosti v květnu, v září a v říjnu (je-li v říjnu příznivé počasí). Tyto měsíce prý společně s červnem mohou pokrýt další 1/5 roční tržby z cestovního ruchu. Většinu tržby pak podle dotazovaného pokryje léto včetně pouti, během které je prý možné vydělat tržbu odpovídající polovině prosince. Dotazovaný uvedl, že letní prázdniny jsou typické celotýdenní vysokou návštěvností, ačkoliv po zbytek roku bývá návštěvnost výraznější o víkendech než ve všedních dnech. Listopad a období od ledna do března až dubna považuje za mimosezónní období (viz kapitola 2.2.5) kromě masopustních oslav a Velikonoc. Respondent A navíc upozorňuje na vysokou návštěvnost v období jarních prázdnin. Značnou návštěvnost obce o Vánocích přikládá zdejším betlémům (viz kapitola 4.1.2). Respondent B uvedl, že nejvyšší návštěvnost zaznamenal v létě mezi lety 2009–2011, kdy do Údolí jezdilo mnoho lidí z Liberce a z Prahy. Z výše uvedených informací vyplývají některé dříve zjištěné informace (viz kapitoly 4.2 a 4.3), a to fakt, že lze v obci zaznamenat patrnou sezónnost cestovního ruchu (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) a že jsou zde dle předpokladu (viz kapitola 3) dvě sezónní období, nikoliv pouze jedno (viz kapitola 2.2.7)

Dalším tématem rozhovoru byl vliv pandemie onemocnění Covidu-19 na cestovní ruch v obci (viz kapitoly 2.1.2, 4.2 a 4.3). Respondent A uvedl, že se návštěvnost v období pandemie zvýšila oproti běžnému stavu, přičemž i podzim byl sezónním obdobím, neboť zde bylo více návštěvníků než obvykle. Respondent A daný jev zdůvodnil tím, že lidé neměli možnost cestovat do zahraničí tolik jako obvykle. Rovněž potvrdil poznatky patrné z předchozích kapitol, a to fakt, že zdejší pouť byla v roce 2020 zrušena kvůli Covidu-19 (viz kapitoly 4.1.7, 4.2 a 4.3) a že se jedná o vyhledávanou pouť (viz kapitola 4.2 a 4.3). Dále uvedl, že zdejší penziony (viz kapitola 4.1.6) jsou v létě velmi vyhledávané, což pandemie Covidu-19 komplikuje (viz kapitola 2.1.2). Lidé prý zvláště v současné době vyhledávají zdejší vyznačené turistické trasy (viz kapitola 4.1.3), díky kterým lze dojít například až na Ještěd, ačkoliv mnoho návštěvníků obce se zde prý nevěnuje turistice. Respondent B se oproti respondentovi A domnívá, že během pandemie Covidu-19 projíždělo

kolem jeho bydliště směrem do centra obce méně aut než obvykle. Vzhledem k opačnému stanovisku všech předchozích respondentů (provozovatelů kavárny, starosty a respondenta A) lze toto tvrzení vysvětlit lokalitou bydliště daného respondenta, neboť připouštěl možnost, že z opačného směru mohlo do obce přijíždět naopak více aut. Rovněž se zmínil, že v době pandemie (viz kapitola 2.1.2) začala mít problematický provoz zdejší hospoda, což mohlo navýšit počet návštěvníků kavárny (viz kapitoly 4.1.6 a 4.3).

Níže uvedená tabulka 12 znázorňuje přehled bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí jeho rezidenty (neprofítujícími z cestovního ruchu). Nejvyššího hodnocení dosáhl orloj, Novinský viadukt (a další technické stavby) a kostel svatého Kryštofa ze 17. století. Dotázaní v rámci bodového hodnocení vybraných zajímavostí přidali k některým zajímavostem komentář. Respondent A zdůraznil význam orloje jakožto výjimečné záležitosti. Rovněž uvedl, že návštěvnost obce určitě ovlivňuje blízkost česko-německých hranic. Někteří lidé prý chodí pěšky z Kryštofova Údolí na Andělskou horu a dále na Hamrštejn, a to zvláště kvůli transbordéru, který je raritou. Kavárna U Ježka je prý velmi navštěvovaná, vyhledávaná, hezká a dobová kavárna s dobovou hudbou a specifickou atmosférou. Respondent B prý považuje za nejvýznamnější atraktivitu obce kostel svatého Kryštofa. Cestovní ruch zde byl dle jeho slov rozvinut ještě před existencí orloje a Muzea betlémů. Hovořil o uzavření Domu řemesel i o jeho prodeji (viz kapitola 4.1.6), tudíž lze těžko očekávat opětovné otevření. Oproti respondentovi A nepovažuje blízkost zřícenin za natolik významnou, neboť se domnívá, že si je návštěvníci s Údolím příliš nespojují. Po srovnání s předchozími rozhovory (viz kapitoly 4.2 a 4.3) je patrné, že různí respondenti vnímají velikost významu některých atraktivit cestovního ruchu odlišně.

Tabulka 12: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí rezidenty (neprofítujícími z cestovního ruchu)

Turistická zajímavost	Průměrné bodování za oba respondenty
Orloj	5 (shoda)
Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém	4 (včetně nově otevřené expozice)
Novinský viadukt a další technické stavby	5 (shoda)
Kostel svatého Kryštofa ze 17. století	5 (shoda)
Zachovalé chalupy	4,5
Místní a okolní příroda	3,5
Pout'	4

Turistická zajímavost	Průměrné bodování za oba respondenty
Kavárna U Ježka	3,5
Cyklotrasy	3,5
Blízkost města Liberce a blízkost hranic	3,5
Karlovske bučiny	3,5
Penziony	3
Dům řemesel	3
Vyznačené turistické trasy	3
Nedaleké zříceniny Hamrštejn a Roimund	3
Transbordér u hradu Hamrštejn	3
Obrazy malované na dřevě s názvem Tanec smrti (Totentanz)	3

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam; kromě atraktivit hodnocených v ostatních rozhovorech jsou zde uvedeny další zajímavosti obce, pokud získaly alespoň 3 body

Jeden z dalších dotazů se týkal i cílů návštěvníků v rámci obce během mimosezónního období (viz kapitola 2.2.5). Respondent A líčil, že návštěvníci v mimosezóně směřují za technickými památkami, jako je Novinský viadukt (viz kapitola 4.1.2), a rovněž prý vyhledávají roubené a hrázděné chalupy (viz kapitola 4.1.1), které jsou zasazeny v údolí a obklopeny lesy. Velmi atraktivní je pak podle dotázaného malebnost vesnice, která není postižena průmyslem, její rekreační ráz a fakt, že se jedná o hezké místo na výlet. To potvrzuje i respondent B, který uvádí, že do Údolí jezdí lidé v mimosezóně hlavně kvůli hezké vesnici, přírodě a procházkám.

Posledním významným tématem v rámci této kapitoly jsou pak pozitivní a negativní stránky cestovního ruchu (viz kapitoly 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 4.2 a 4.3). Respondent A se domnívá, že pro jeho generaci (50+) převažují v obci spíše negativní důsledky cestovního ruchu nad těmi pozitivními. Uvedl, že značné množství návštěvníků v určitých obdobích způsobuje zvýšený provoz (viz kapitola 4.2), což je problematické, neboť se v obci vše koncentruje okolo jediné hlavní silnice. Z hlediska bezpečnosti proto tato situace není zcela optimální pro chodce či cyklisty (jelikož zde jsou cyklotrasy – viz kapitola 4.1.3). Mnoho lidí se shlukuje v centru vsi, hlavně u orloje, a tudíž u centrálního parkoviště (viz obr. 4), což je umocněno tím, že se velké množství návštěvníků nepohybuje po okolní přírodě, nýbrž spíše ve středu obce (případně u Novinského viaduktu). V oblasti, kde je v sezóně největší

ruch a kde návštěvníci parkují, pak mnoho lidí prochází okolo zahrádek rezidentů, kteří tak občas mohou mít pocit ztráty soukromí a klidu, pokud chtějí pobývat na zahrádce (viz kapitola 4.3). Kryštofovo Údolí již není poklidná vesnice jako dřív, ale turistický cíl. Někdy do Údolí jezdí mnoho aut, ale parkovací místa jsou omezená (viz kapitola 4.2), proto se pak někdy parkuje na různých místech, která pro tyto účely nejsou příliš vhodná. Problematická je rovněž absence toalet pro návštěvníky (viz kapitoly 4.2 a 4.5.7). Respondent B se domnívá, že cestovní ruch v současné době obec rozděluje a že rezidenti a rekreatanti cítí určitá omezení. Vesnice je podle jeho slov „jedna dlouhá ulice“ (viz obr. 4 a 5). Během hodiny prý centrem obce projede až 50–60 aut, což může evokovat pocit jako „na Václavském náměstí“. Mnoho lidí včetně kritiků cestovního ruchu však chápe, že není jiná možnost a že turismus přinesl obci několik pozitiv, ačkoliv se často jedná spíše o větší přínos pro cestovní ruch než pro obec. Rezidenti pocítují některá negativa, která mnohdy převažují nad pozitivy (viz kapitola 4.2), ale vnímají prý tuto problematiku s nadhledem a zvykli si na ni. Pozitiva cestovního ruchu v rámci obce pak podle respondenta B obecně pocítují hlavně rezidenti, kteří zde provozují penziony či restaurace (viz kapitoly 4.2 a 4.3).

Další téma rozhovoru se pak vztahuje k Doxeyho iritačnímu indexu (viz kapitola 2.1.3). Respondent A se domnívá, že v obci panují kladné vztahy mezi rezidenty a chalupáři, většinou se prý jedná o euforii (viz kapitoly 4.2 a 2.1.3) či apatii (viz kapitola 2.1.3), lidé jsou zde k sobě slušní. Respondent B se domnívá, že mezi rezidenty a chalupáři existují různé mezilidské vztahy, určené vzájemnými sympatiemi a vztahy konkrétních osob. Mezi rezidenty a návštěvníky podle respondenta B převažují vztahy jako euforie či apatie (viz kapitola 2.1.3) – rozdělení obce podle názorů na cestovní ruch je prý totiž spíše otázkou politickou, nikoliv otázkou vztahu k lidem. Respondent A si myslí, že turismus v nadměrné míře může některým lidem, kteří žijí přímo v centru obce, vadit, a že tento fakt může dané vztahy ovlivňovat i negativně.

4.5 Poznatky z rozhovorů s návštěvníky Kryštofova Údolí

4.5.1 Údaje vztahující se k sezónnosti cestovního ruchu

Návštěvníci měli uvést roční období, v rámci kterého byli v obci za účelem cestovního ruchu naposledy. Nejvíce respondentů (nikoliv však většina), respektive 16 ze 48 (cca 33 %), navštívilo Kryštofovo Údolí naposledy v zimě. Alespoň 10 z těchto 16 zimních návštěvníků přijelo do Kryštofova Údolí v prosinci, což je patrné z jejich výpovědí, kdy se kromě zimy zmínili například o Vánocích, adventu či přímo prosinci. Prosinec byl tedy na základě výše

uvedeného počtu zcela bezkonkurenčně nejčastějším měsícem návštěvy obce v zimě v rámci daného vzorku návštěvníků (tento údaj souhlasí s kapitolami 4.2, 4.3 a 4.4). Alespoň jeden zimní návštěvník přijel do obce určitě v lednu. Další návštěvníci z této skupiny konkrétní měsíc zimy neuvedli. Značné procento dotázaných (cca 27 %) překvapivě navštívilo obec naposledy na podzim, konkrétně 13 z celkových 48. Každopádně, většina z nich (9 ze 13) zmiňovala, že se jednalo o rok 2020 – rok, kdy svět zasáhla pandemie onemocnění Covidu-19 (viz kapitola 2.1.2). A právě podle respondenta A (viz kapitola 4.4) byla podzimní návštěvnost obce v roce 2020 vyšší, než je běžné, což přikládal právě omezenému cestování do zahraničí v důsledku pandemie. Konkrétně září má pak obecně nezanedbatelnou návštěvnost (viz kapitoly 4.3 a 4.4). Někteří podzimní návštěvníci obce opět uvedli bližší údaje – alespoň 4 respondenti navštívili tuto lokalitu v září, alespoň 3 v říjnu a alespoň 2 v listopadu. Nejčastěji zmiňovaným podzimním měsícem bylo tudíž září, což lze předpokládat už kvůli poznatkům z předchozích rozhovorů (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4), avšak je otázkou, během kterých podzimních měsíců zde byli respondenti, kteří si vzhledem k uplynulé době od poslední návštěvy nerozpomněli na konkrétní měsíc své cesty do Údolí. Jeden návštěvník z celkových 48 (tzn. cca 2 %) si nebyl jist, zdali Údolí naposledy navštívil na konci jara či v červnu, proto uvedl přelom jara/léta. Léto samotné pak uvedlo téměř shodné množství respondentů jako podzim – respektive 12 z celkových 48 (cca 25 %) – alespoň 5 z těchto respondentů navštívilo obec v srpnu, alespoň 3 v červenci a alespoň 1 v červnu. Prázdninové měsíce (červenec a srpen) jsou tedy v odpovědích podle očekávání více zastoupeny než červen. Respondent 3 mj. uvedl, že sem mimo poslední návštěvu v zimě jezdil většinou právě v létě. Respondent 23 rovněž uvedl, že obec mimo zimu navštívil i v létě, přičemž jej obec zaujala v rámci obou ročních období. Jedná se tedy o další údaje, které podporují tvrzení, že je letní návštěvnost nezanedbatelná (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4, kde se respondenti jednoznačně shodují, že léto je zde sezónním obdobím společně s prosincem). Nejméně dotázaných uvedlo jako roční období své poslední návštěvy v modelové obci jaro, konkrétně 6 ze 48 (cca 13 %) – jeden z těchto návštěvníků si vzpomněl, že zde byl konkrétně v březnu. Přibližně 81 % respondentů (39 ze 48) navštívilo obec vícekrát a přibližně 19 % dotázaných (9 ze 48) zde bylo zatím pouze jednou.

V rámci shrnutí lze říci, že posledním měsícem návštěvy obce byl celkově nejčastěji prosinec (bereme-li v úvahu výpovědi všech respondentů – i těch, kteří neuvedli konkrétní měsíc své poslední návštěvy). Tyto výsledky tak naznačují vysokou návštěvnost obce během prosince, což lze zdůvodnit vazbou na advent a atraktivitou zdejších betlémů (viz kapitoly

4.1.2, 4.2, 4.3, 4.4 a 4.5.2). Mnoho návštěvníků uvádělo jako období své poslední návštěvy obce též léto, což lze očekávat vzhledem k faktu, že je zde kromě prosince sezónním obdobím právě léto (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4). Překvapivé bylo, že zde podobné množství návštěvníků bylo naposledy na podzim, což však bylo výše zdůvodněno tím, že se jednalo převážně o rok 2020, kdy v obci respondentka A zaznamenala vyšší podzimní návštěvnost než obvykle, což přikládala právě důsledkům pandemie (viz kapitola 4.4) – navíc nelze opomenout fakt, že konkrétně září zaznamenává nezanedbatelnou návštěvnost, neboť je dozvukem letní sezóny (viz kapitola 4.3). Nejméně uváděným obdobím pak bylo jaro. Přibližně 4/5 respondentů navštívili obec vícekrát.

Výše uvedené údaje podporují fakt, že v obci lze zaznamenat sezónnost cestovního ruchu (viz kapitoly 2.2, 2.2.1–2.2.7, 4.2, 4.3 a 4.4), přičemž zmíněné údaje o načasování sezónních a mimosezónních období víceméně korelují s tím, co bylo řečeno v předchozích rozhovorech (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4). Bylo potvrzeno, že se sem mnozí návštěvníci vracejí opakovaně (viz kapitola 4.3).

4.5.2 Důvod poslední návštěvy obce

V tabulce 13 je přehled různorodých odpovědí všech respondentů ze skupiny návštěvníků na otázku, jaký byl důvod jejich prozatím poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu. Někteří návštěvníci uváděli více důvodů, přičemž některé důvody zmínili opakovaně více lidí. Zatímco některé odpovědi byly velmi stručné a obecné, jiné byly naopak více konkrétní a obsahovaly upřednostňované turistické cíle. Mezi důvody k poslední návštěvě Kryštofova Údolí zařadilo 11 ze 48 dotázaných (necelých 23 %) betlémy (viz kapitola 4.1.2). Rovněž se o nich zmínil respondent 23, který se v rámci své poslední návštěvy obce vypravil za jinými zajímavostmi než za betlémy, ale cestu absolvoval právě na základě zjevné pozitivní zkušenosti s návštěvou obce za účelem zhlédnutí betlémů. Více návštěvníků si realizaci výletu za betlémy silně asociuje s obdobím adventu a Vánoc. Například respondent 10 realizoval poslední návštěvu obce před lety v období Vánoc kvůli vánočnímu duchu místa (viz kapitola 2.1.2), Muzeu betlémů, trhům a programu u venkovního betlému. Po betlémech byl nejčastěji zmiňovanou zajímavostí obce v rámci poslední návštěvy vsi zdejší orloj (viz kapitola 4.1.2), který zmínili 8 ze 48 návštěvníků (cca 17 %). Například respondent 16 zrealizoval rodinný výlet za orlojem díky novinovým článkům, které o něm pojednávaly, a respondent 30 uvedl, že jel na výlet za orlojem v období adventu v rámci dobrovolnické činnosti pro postižené děti a jejich rodiny, které respondent doprovázel.

Mezi důvody k poslední návštěvě obce se čtyřikrát (v 8 % případů) objevil zdejší kostel (viz kapitola 4.1.2), viadukt – Novinský viadukt (viz kapitola 4.1.2), procházka a cykloturistika (není zde započítán respondent 26 – cykloturistika byla důvodem návštěv obce, nikoliv však posledně). Třikrát (v 6 % případů) se v odpovědích vyskytly památky (pamětihodnosti) a příroda (viz kapitola 4.1.1), dvakrát (ve 4 % případů) pak turistika, zhlédnutí celé vesnice a stará stavení/chalupy (viz kapitola 4.1.2). Jednou (ve 2 % případů) se mezi důvody k poslední návštěvě obce objevil například Ranč v Údolí (viz kapitola 4.1.4), motorkářský výlet, pouť (viz kapitola 4.1.7), trhy, historické zajímavosti, dobré recenze, články v novinách, fotografování, zájem o obec v rámci malířství a nedaleký transbordér (viz kapitola 4.1.2), jednou zde byla zmíněna i dřívější návštěva domu U Uhlířů (viz kapitoly 4.1.1 a 4.1.6) v rámci svatomartinského menu. Respondent 36 uvedl, že důvodem k poslední návštěvě bylo doslova „*poznávání krás naší vlasti*“. Mezi dotázanými se vyskytl majitel objektu druhého bydlení (viz kapitola 2.1.3), respondent 37, jenž má v obci chatu, kam jezdí cca desetkrát za rok v různých obdobích roku. Zná minimum zdejších rezidentů a chalupářů. Vzájemné vztahy v rámci indexu iritace (viz kapitola 2.1.3) jsou tak nejspíš na úrovni apatie. Část návštěvníků absolvovala cestu do Kryštofova Údolí na základě předchozí zkušenosti, jiní chtěli poznat nové místo, což je patrné nejen na základě tabulky, ale hlavně na základě předchozích informací o návštěvnosti (viz kapitola 4.5.1). Někteří návštěvníci vnímají specifickou atmosféru/ducha místa obce (viz kapitola 2.1.2), zvláště v období adventu. Odpovědi části respondentů měly spíše obecnější charakter, neboť v nich nebyly uvedeny preference konkrétních atraktivit v obci nad jinými (například respondent 15 uvedl, že důvodem návštěvy lokality byl zájezd od obce). Z tabulky 7 je patrné, že Kryštofovo Údolí bývá pro více dotázaných vyhledávaným místem v rámci rodinných a školních výletů, výletů za účelem představení místa dalším lidem, výletů s přáteli a výletů s partnerem.

Tabulka 13: Důvod poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu – přehled odpovědí všech respondentů ze skupiny návštěvníků

Číslo respondenta	Důvod respondentovy poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu
1	cyklistický výlet za účelem zhlédnutí celé vesnice, kostela a orloje
2	školní výlet za zdejšími betlémy
3	betlémy
4	betlémy
5	rodinný výlet v rámci vánočních svátků

Číslo respondenta	Důvod respondentovy poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu
6	představení obce kamarádce
7	poznání nového místa
8	výlet naplánovaný kamarádkou
9	dobré recenze, rodinný výlet
10	Muzeum betlémů, vánoční duch místa, trhy, program u venkovního betlému (opakované návštěvy za tímto účelem, někdy navíc návštěva kostela a viaduktu)
11	předvánoční výlet s rodinou a s přáteli za betlémy
12	školní výlet
13	výlet s přáteli vlakem, zhlédnutí viaduktu a procházka v místní přírodě (v lesích) kvůli oblibě tohoto místa na základě prvního dojmu při pohledu z vlaku, předchozí (první) výlet byl však realizován za účelem navštívení zdejší pouti
14	turistika, zhlédnutí celodřevěného kostela, starších stavení a historických zajímavostí
15	zájezd od obce
16	výlet prarodičů s vnučkou za orlojem, o kterém byly články v novinách
17	představení lokality rodičům a synovi
18	představení obce rodině manželky
19	výlet s přáteli na základě předchozích zkušeností s touto lokalitou
20	procházka s partnerkou na Ještěd, vzpomínky
21	hlavně viadukt (dříve i cykloturistika)
22	pořádání školního výletu za zdejšími betlémy
23	snaha poznat i místa mimo Český Ráj – letní rodinný výlet za účelem zhlédnutí celé vsi včetně orloje a návštěvy Ranče v Údolí, a to kvůli dřívější zkušenosti s návštěvou obce kvůli betlémům
24	pout'
25	viadukt, který znal respondent z fotografií
26	návštěva oblíbeného místa motorkářů v okolí Ještědu, příroda, nedaleký transbordér, zdejší chalupy, chaty a orloj (dříve i cykloturistika)
27	betlémy

Číslo respondenta	Důvod respondentovy poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu
28	organizovaný výlet zaměstnanců
29	představení orloje a zdejších pamětihodností partnerovi
30	výlet za orlojem v období adventu v rámci dobrovolnické činnosti pro postižené děti a jejich rodiny, které respondent doprovázel
31	zdejší atmosféra (kdysi také slavnosti svatého Kryštofa)
32	návštěva některých zajímavostí (například památek) při příležitosti cest do Kryštofova Údolí kvůli koncertování se souborem apod.
33	procházka a výlet s rodinou
34	představení atraktivní lokality Liberecka partnerovi v rámci cykloturistiky (podmínkou byl navíc výběr lokality, která bude snadno dostupná, respektive vzdálená max. 15 km od Liberce)
35	zhlednutí orloje
36	<i>„poznávání krás naší vlasti“</i>
37	turistika – cesta přes Ještědský hřeben do Kryštofova Údolí za adventní atmosférou (kostel a betlémy), jindy také chataření
38	časté výlety a cykloturistika
39	výlet s kamarádem
40	fotografování scenérie s parním vlakem na Novinském viaduktu (respondent tuto scenérii subjektivně hodnotí jako jednu z nejkrásnějších, a to včetně viaduktu, který považuje za jeden z nejznámějších, nejkrásnějších a největších viaduktů v Česku)
41	rozsvícení Jírova betlému a orloj (každoroční výlety kromě roku 2020)
42	výlet s návštěvou po okolí Liberce, představení vybrané lokality návštěvě
43	pořádání předvánočního školního výletu za zdejšími betlémy (dříve rodinné výlety, výlety s přáteli a navštívení domu U Uhlířů v rámci svatomartinského menu)
44	zájem o obec v rámci malířství
45	exkurze víceletého gymnázia
46	výlet s rodinou za zdejší adventní atmosférou
47	povánoční procházka a výlet za zdejšími památkami a přírodou na základě předchozí zkušenosti

Číslo respondenta	Důvod respondentovy poslední návštěvy Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu
48	zhlednutí zdejších betlémů v předvánočním čase (dříve výlety s rodinou a pořádání školních výletů)

Zdroj: *Vlastní šetření (2021)*

Z výše uvedených údajů jsou patrné různorodé preference návštěvníků obce, přičemž lze na základě jejich tvrzení potvrdit, že se v Kryštofově Údolí vyskytují všechny uvedené formy cestovního ruchu (viz kapitoly 4.1.1–4.1.4).

4.5.3 Očekávání respondentů

Téměř všichni respondenti se shodli na tom, že návštěva Kryštofova Údolí bezpochyby splnila jejich očekávání – konkrétně 46 ze 48 dotázaných (cca 96 %). Někteří svoji odpověď více rozvedli. Respondent 1 uvedl, že návštěva obce vždy splnila jeho očekávání, neboť se jedná o velmi krásnou obec, kde si vždy odpočine. Respondent 26 danou obec dokonce považuje za jedno z nejhezčích míst v okolí Liberecka, které je pro obyvatele Liberce blízko dosažitelné (viz kapitola 4.1) i na kole. Kvůli pozitivní zkušenosti a splněným očekáváním se sem plánuje vrátit respondent 28, který uvedl: „*je to tam moc hezké, takové malebné údolíčko*“. Velmi spokojen byl rovněž respondent 4, což lze říci i o respondentovi 42, jenž uvedl, že se zde všem (tedy jemu i návštěvě, které chtěl toto místo ukázat) velmi líbilo. Totéž platí pro respondenta 22, jenž jel do Kryštofova Údolí, neboť v této obci pořádal školní výlet pro svoji třídu. Velmi kladně hodnotil Muzeum betlémů, výstavu hraček i orloj (viz kapitola 4.1.2). Všichni prý byli podle jeho slov spokojeni. Výlet do Kryštofova Údolí velmi mile překvapil respondenta 9. Další dotázaný, respondent 10, uvedl, že sem dříve jezdil opakovaně v rámci tradičního vánočního výletu, který vždy splnil jeho očekávání, neboť sem jezdil kvůli specifické atmosféře ročního období se svou rodinou. Pro respondenta 23 pak byla obec zajímavá jak v předvánočním čase, tak i v létě, kdy ji rovněž navštívil. Výlet do Kryštofova Údolí zhodnotil velmi pozitivně i respondent 16, který navíc uvedl, že se sem vydal během vydařeného podzimního počasí. Respondent 12 velmi kladně hodnotil zdejší přírodu, s čímž se ztotožnili i respondenti 39 a 47, přičemž respondent 47 navíc vyzdvihl také zdejší tradiční architekturu, neboť prezentoval svůj názor takto: „*z mého pohledu se mi nejvíce líbí příroda tam, ale určitě to nadchne i milovníky architektury, která prostě i v místních končinách nemá víceméně obdoby (v našem kraji)*.“ Podobný je pak také názor respondenta 14, jenž uvedl, že návštěva Kryštofova Údolí až nadmíru splnila jeho očekávání, neboť má velmi pozitivní vztah k historii, starým budovám, roubeným chalupám a kostelům.

Dále jej nesmírně oslovila zdejší příroda. Respondent 44 rovněž velmi kladně hodnotil zdejší tradiční architekturu a originální styly jednotlivých mistrů, například břidlicové štíty. Podrobnější pak byla odpověď respondenta 13: „rozhodně, myslím si, že dokonce spíše i předčila očekávání, protože jsem se nijak detailně neseznamovala s tím, co všechno tam je, a tak jsem to vlastně teprve potom procházela a nacházela jsem tam spoustu zajímavých věcí.“ Návštěva obce rovněž nejen splnila, ale i mnohokrát předčila očekávání respondenta 31. Své hodnocení dále rozvedl i respondent 41, pro kterého je působivé zdejší údolí, příroda i chalupy. Za velmi krásné místo považují Kryštofovo Údolí respondenti 11, 43 i 45. Návštěva obce rovněž splnila očekávání respondenta 48, pro kterého byly v kladném slova smyslu překvapivé změny sbírky v Muzeu betlémů.

Jak již bylo zmíněno, 46 ze 48 dotázaných (cca 96 %) uvedlo, že návštěva Kryštofova Údolí bezpochyby splnila jejich očekávání. Pouze 2 ze 48 respondentů (cca 4 %) měli odlišný názor. Respondent 8, jenž zde byl poprvé, uvedl, že jeho očekávání byla splněna částečně – velmi pozitivní dojem měl z centra vsi a z Novinského viaduktu, původně však očekával více zajímavostí a ještě větší rozlehlost obce. Respondent 8 během rozhovoru podotkl, že nestihl navštívit Muzeum betlémů a že by jej v budoucnu rád zhlédl. Respondent 7 uvedl, že návštěva obce spíše nesplnila jeho očekávání. Navštívil část zdejších atraktivit, přesto jich očekával více. Kladně hodnotil zdejší tradiční architekturu (kostel a chalupy), ale byl přesvědčen, že takovéto stavby jsou běžně k vidění i v Jihočeském kraji a na Moravě – zde však lze oponovat, neboť „*podstávkové domy jsou tradiční venkovské a řemeslnické domy v česko-polsko-německé příhraniční oblasti – Trojzemí. Podstávka je historický typ konstrukce domu*“ (Maršálek, Stražil 2015, s. 2), který tedy není typický pro Jihočeský kraj či Moravu – jedná se tudíž skutečně o odlišnou architekturu (viz kapitola 4.1.1).

Souhrnem lze říci, že návštěva obce v drtivé většině případů splnila očekávání návštěvníků. Velmi často byly v souvislosti s nimi vyzdvihovány architektonické zajímavosti, příroda a krása obce. Právě očekávání a požadavky návštěvníků jsou mj. zásadní při vytváření odpovídající nabídky turistické destinace (Šíp a kol. 2020 – viz kapitola 2.1).

4.5.4 Zvažování návratu do Kryštofova Údolí

Jedna z otázek v rámci rozhovorů se týkala i toho, zdali by se návštěvníci chtěli znovu vypravit do Kryštofova Údolí za účelem cestovního ruchu, případně proč. Drtivá většina respondentů, tedy 46 ze 48 dotázaných (cca 96 %), uvedlo, že ano, pouze 2 ze 48 respondentů

(cca 4 %) uvedli, že nikoliv. V tabulce 14 je seznam zdůvodněných odpovědí. Pětkrát (ve více než 10 % případů) dotázaní blíže neuvodli konkrétní důvody či vyhraněný turistický cíl v obci, další respondenti své důvody (jeden či více) uváděli. 14 ze 48 dotázaných (cca 29 %) zmínilo, že by se do obce chtělo vrátit například kvůli zdejším betlémům (viz kapitola 4.1.2). Na tomto stanovisku se shodlo největší množství respondentů, byť ne většina. 6 ze 48 respondentů (cca 13 %) by se do obce rádo vrátilo kvůli vánoční atmosféře (dalo by se tak hovořit o vánočním *geniu loci* – viz kapitola 2.1.2), což se často pojí s betlémy (viz kapitola 4.5.1). Stejně množství lidí by sem opětovně chtělo jet kvůli zdejšímu orloji (viz kapitola 4.1.2) a také kvůli zdejší přírodě (viz kapitola 4.1.1).

Čtyřikrát (v 8 % případů) respondenti uvedli, že by se do Kryštofova Údolí chtěli vrátit kvůli Novinskému viaduktu (viz kapitola 4.1.2), shodné procento lidí by se pak do obce chtělo vrátit kvůli velkému množství zajímavostí. Třikrát (ve více než 6 % případů) dotázaní zmínili, že by chtěli do obce jet, aby mohli navštívit zdejší kavárnu (viz kapitola 4.1.6), stejné množství lidí by pak zvažovalo návrat kvůli zdejší pouti (viz kapitola 4.1.7), procházkám či výletu s protějškem. Kostel (viz kapitola 4.1.2), působivé údolí, výlet s rodinou nebo klid uvedli jako jeden z hlavních důvodů návratu vždy 2 lidé (cca 4 %), což se týká i pohostinství (v širokém slova smyslu) nebo Domu řemesel (viz kapitola 4.1.6), který byl uzavřen, a rovněž i pravidelných návštěv obce. Jednou (v cca 2 % případů) byly jako důvod návratu do obce za cestovním ruchem zmíněny tyto důvody: cykloturistika, pěší turistika v rámci turistických stezek, výlet s vnoučaty, *genius loci* (duch místa) – viz kapitola 2.1.2, suvenýry, malebné domky, řemesla/tradice, odpočinek, nostalgie, historie, centrum obce, výstava hraček, výročí trati a vypravování speciálních vlaků, pobyt s družkou, záliba v cestování, pozitivní názor na Liberecký kraj, snadná dostupnost obce vlakem (viz kapitola 4.1.6), zájem navštívit obec i mimo zimu, různé akce, atraktivita místa během hezkého počasí, neopakovatelnost zážitku, minimum světelného smogu, výlet s návštěvami nebo také cestovní ruch v rámci obce za primárně jiným účelem.

Některé další důvody k opětovné návštěvě obce jsou zde doslovně citovány. Respondent 15 uvedl: „*to je moje srdeční záležitost, tam je tolik krásných věcí.*“ Podobným způsobem zdůvodnil své myšlenky i respondent 3, a to slovy „*je zde krásně,*“ nebo respondent 42, pro kterého je hlavním důvodem k návratu doslovně „*krásná obec.*“ S těmito názory se ztotožňuje i respondent 12, jenž uvedl, že zdejší prostředí je „*kouzelné*“ a „*krásné.*“ Respondent 38 pak zmiňoval jako jeden z důvodů k návratu jeho pravidelné návštěvy obce, v čemž se shoduje s respondentem 43, jenž je přesvědčen, že „*každoroční*

návštěvu si toto místo zaslouží.“ Podle respondenta 5 se jedná o místo, které by měl vidět každý.

Pouze 2 ze 48 respondentů (cca 4 %) uvedli, že se do obce znovu neplánují vrátit. Jedná se o respondenty č. 6 a 7. První dotázaný preferuje navštěvování míst, kde ještě nebyl, nebo míst poblíž svého bydliště. Druhý dotázaný má pak vyšší nároky na počet zajímavostí, ačkoliv více zdejších zajímavostí navštívil.

Tabulka 14: Důvody, proč by se respondenti chtěli či nechtěli do Kryštofova Údolí vrátit za účelem cestovního ruchu

Číslo respondenta	Zvažování návratu	Důvody, proč by se respondenti chtěli či nechtěli do Kryštofova Údolí vrátit za účelem cestovního ruchu
1	ano	hezké místo pro odpočinek, betlémy, řemesla/tradice
2	ano	nostalgie (návštěva proběhla před mnoha lety – respondent by chtěl vidět obec již z pohledu dospělého člověka, neboť zde posledně byl v dětství)
3	ano	posezení ve stylové kavárně, klid, „je zde krásně“
4	ano	mnoho zajímavostí, které stojí za to vidět
5	ano	rodinný výlet, podle respondenta by měl obec vidět každý
6	ne	preference navštěvování dosud nepoznaných míst a míst v okolí bydliště
7	ne	vyšší nároky na počet zajímavostí
8	ano	zájem vidět obec poprvé během adventu kvůli navození vánoční atmosféry a Muzeu betlémů
9	ano	zájem navštívit poprvé Muzeum betlémů a představit obec příteli, ideálně někdy na jaře
10	ano	výlet s partnerem za vánoční atmosférou
11	ano	výlet s vnoučaty za betlémy a zdejší vánoční atmosférou
12	ano	příroda, respondent zdejší prostředí v zimě popisoval jako „kouzelné“, „krásné“
13	ano	příroda (zvláště podzimní příroda, příležitostné houbaření), staročeská pout', vypravování speciálních vlaků, výročí trati a zájem prvně navštívit Muzeum betlémů a prvorepublikovou kavárnu

Číslo respondenta	Zvažování návratu	Důvody, proč by se respondenti chtěli či nechtěli do Kryštofova Údolí vrátit za účelem cestovního ruchu
14	ano	zájem poprvé navštívit Muzeum betlémů a zakoupit suvenýry, které jsou tematicky spojené s vesnicí, například keramiku (respondent prý počká, až krámek opět otevřou)
15	ano	<i>„to je moje srdeční záležitost, tam je tolik krásných věcí“</i> , neustálé objevování nových zajímavostí
16	ano	záliba v cestování, pozitivní názor na Liberecký kraj, výlet s vnučkou
17	ano	představení obce manželovi, opětovná návštěva Domu řemesel za účelem zakoupení dárků (z dříve uvedených informací však vyplývá, že Dům řemesel již bude uzavřen)
18	ano	výlety s návštěvami za Novinským viaduktem a vesnickou památkovou zónou
19	ano	neuvedeny
20	ano	Novinský viadukt, kostel, orloj, snadná dostupnost obce vlakem, mnoho zajímavostí k vidění, procházky
21	ano	v létě lidová pouť a v zimě programy a výtvarné akce v jedné dílně (pravděpodobně měl respondent na mysli Dům řemesel, který již bude uzavřen)
22	ano	zájem navštívit obec i v jiném ročním období než v zimě
23	ano	betlémy, malebné domky, Novinský viadukt, orloj s parkovištěm hned vedle něj, mnoho zajímavostí/zajímavých míst pohromadě
24	ano	zájem poprvé navštívit zdejší betlémy, které jsou známé
25	ano	orloj a betlémy
26	ano	orloj, kostel, zmrzlina (kavárna), pohostinství, atraktivita místa během hezkého počasí
27	ano	pouť, různé akce, procházky (respondent obvykle nepotkává velké davy, jeho procházky tak nejsou omezovány množstvím návštěvníků)
28	ano	příroda, Novinský viadukt, orloj, zájem o první návštěvu Muzea betlémů a pohostinství

Číslo respondenta	Zvažování návratu	Důvody, proč by se respondenti chtěli či nechtěli do Kryštofova Údolí vrátit za účelem cestovního ruchu
29	ano	genius loci (duch místa)
30	ano	zájem poprvé navštívit Muzeum betlémů, procházky po okolí
31	ano	působivé údolí mezi horami, neopakovatelný zážitek
32	ano	cestovní ruch v rámci návštěv obce za primárně jiným účelem
33	ano	betlémy
34	ano	cykloturistika
35	ano	neuvedeny
36	ano	kromě centra obce i pěší turistika v rámci turistických stezek
37	ano	„krásné údolí“, klid, málo světelného smogu
38	ano	pravidelné návštěvy obce, která se respondentovi líbí
39	ano	příroda
40	ano	pobyt s družkou
41	ano	příroda, adventní atmosféra, orloj, Jírův betlém
42	ano	„krásná obec“
43	ano	„každoroční návštěvu si toto místo zaslouží“
44	ano	neuvedeny
45	ano	neuvedeny
46	ano	neuvedeny
47	ano	letní a zimní příroda
48	ano	sbírka betlémů, výstava hraček, historie, navození vánoční atmosféry

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

V rámci shrnutí lze říci, že drtivá většina respondentů zvažuje návrat do obce, což bylo možné očekávat i na základě údajů v kapitolách 4.3 a 4.5.3, kde se potvrdilo, že se sem mnozí návštěvníci vracejí opakovaně.

4.5.5 Doporučení dalším výletníkům a turistům

47 ze 48 návštěvníků (cca 98 %) by Kryštofovo Údolí doporučilo i dalším lidem, přičemž někteří ke své odpovědi přidali i komentář. V odpovědích se vyskytla doporučení návštěvy

obce kvůli atraktivnímu a starobylému rázu vsi, kvůli historickým památkám, orloji (viz kapitola 4.1.2), přírodě, zdejšími domům a také kvůli absenci moderních budov a vánočnímu období (vazba na betlémy – viz kapitola 4.5.1). Mezi komentáři byla mj. vyslovena obava z nadměrného cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.2). Dále bylo zmíněno pozitivní hodnocení prvorepublikové kavárny (viz kapitoly 4.1.6 a 4.3) a zdejšího hostince (viz kapitola 4.1.6), spatřování výhody v blízkosti města Liberce (viz kapitoly 4.1, 4.2 a 4.3) nebo pozitivní hodnocení zdejších ze dřeva vyřezávaných atrakcí na hřišti. Mnoho návštěvníků zdůraznilo atraktivitu obce.

Respondent 40 by návštěvu obce druhým lidem doporučil, obává se však, že by výrazné zvýšení počtu návštěvníků bylo kontraproduktivní, neboť by jich zde podle něj bylo příliš mnoho. Zde je patrná obava z nadměrného cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.2). Respondent 37 by tuto lokalitu doporučil každému, respondent 2 především rodinám s dětmi. Respondent 16 navštívil obec v rámci výletu prarodičů s vnučkou a určitě by tuto lokalitu každému doporučil. Velmi chválil nápad ze dřeva vyřezávaných atrakcí na hřišti a rovněž se zmínil o návštěvě zdejšího hostince (viz kapitola 4.1.6), který pak v rámci doporučení velmi kladně hodnotil respondent 21, jenž by prý na 100 % poradil dalším lidem, aby se do obce vydali. Podle respondenta 23 si v obci každý návštěvník najde něco, co ho zaujme. Zmínil se, že sem již vzal na výlet také rodiče a že navštívili zdejší prvorepublikovou kavárnu (viz kapitoly 4.1.7 a 4.3), která respondenta oslovila. Návštěvu vybrané vsi by potenciálním výletníkům a turistům určitě navrhl i respondent 24, jenž si myslí, že takováto vesnice není běžně nikde k vidění a že má své kouzlo – lze tedy hovořit o *geniu loci* (viz kapitola 2.1.2). Jako velmi hezké místo, které stojí za návštěvu, popisují obec respondenti 22 a 28. Kryštofovo Údolí stojí za návštěvu i dle respondenta 39, kterému se jako pozitivní přínos jeví i fakt, že se lokalita nachází nedaleko od Liberce (viz kapitoly 4.1, 4.2 a 4.3). Respondentka 29 prý doporučuje Kryštofovo Údolí každému, kdo přijede do Liberce a kdo se ptá, která místa v okolí stojí za vidění. Navštívit obec a absolvovat procházku do obce směrem z Machnína by dalším lidem navrhl i respondent 33. Respondent 9 by se o této vesnici zmínil před ostatními kvůli mnoha historickým památkám. Respondent 26 by Kryštofovo Údolí doporučil jiným lidem kvůli přírodě, atraktivitě a starobylému rázu obce, rozkvetlým stromům v létě a také kvůli absenci moderních budov. Výlet do obce by případným návštěvníkům navrhl i respondent 46, a to zvláště v období Vánoc (vazba na betlémy – viz kapitola 4.5.1). Respondent 43 by ostatním rovněž poradil, aby vybranou obec navštívili, protože si myslí, že by se jim tato lokalita mohla líbit. Respondent 42 by sem

i nadále chtěl vodit návštěvy. Respondent 14 by obec rovněž doporučil, dokonce ji již dříve doporučil i sestře, se kterou sem jel na výlet. Respondent 8 by pak výletníkům a turistům poradil, aby toto místo navštívili ideálně jako zpestření jiného výletu v okolí dané lokality. Respondent 7 by Kryštofovo Údolí doporučil druhým lidem, konkrétně zdejší orloj (viz kapitola 4.1.2), krajinu a domy, a to i navzdory jeho preferencím jiných míst. Pouze respondent 6 má na danou záležitost opačný názor než zbytek respondentů, a to kvůli svým preferencím a preferencím svých známých, ačkoliv zdůrazňuje, že jej zaujal orloj a viadukt (viz kapitola 4.1.2).

V rámci shrnutí lze říci, že by drtivá většina respondentů doporučila návštěvu obce dalším lidem. Každopádně, mezi návštěvníky byla vyslovena obava z nadměrného cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.2), jehož problematika je naznačena i v dalších rozhovorech (viz kapitoly 4.2 a 4.4).

4.5.6 Hodnocení vybraných zajímavostí a jejich vzájemné srovnání

Tabulka 15 znázorňuje přehled bodového hodnocení vybraných turistických zajímavostí Kryštofova Údolí, které hodnotili respondenti ze skupiny návštěvníků. Tabulka 16 zobrazuje průměrné bodování každé z těchto atraktivit, přičemž všechny v průměru dosáhly velmi vysokého hodnocení, které se vždy pohybuje v rozmezí mezi 4–5 body z celkových 5. Ačkoliv je bodování jednotlivých zajímavostí velmi podobné, tak lze říci, že nejvyššího hodnocení dosáhl Novinský viadukt a další technické stavby (viz kapitola 4.1.2) a hned po něm místní a okolí příroda (viz kapitola 4.1.1) a orloj (viz kapitola 4.1.2). Někteří respondenti hodnotili vybrané zajímavosti přibližně stejným počtem bodů a nebyli vyhranění, jiní naopak preferovali určité zajímavosti mnohem více nad jinými. Tyto preference se pak liší u každého respondenta. Tabulky 17–22 představují přehled subjektivního zdůvodnění pro hodnocení vybraných zajímavostí v rámci respondentů, kteří se v rámci bodového hodnocení rozhodli svůj postoj více rozvést, okomentovat či vysvětlit, což byl nepovinný údaj. Rovněž se zde vyskytují komentáře respondentů, kteří danou zajímavost nenavštívili, ale chtěli se k ní v rámci této otázky vyjádřit.

Z tabulky 17, jež se týká orloje, vyplývá, že mnoho návštěvníků vnímá orloj jako velkou zajímavost, raritu a vizuálně atraktivní stavbu. Respondent 46 považuje orloj dokonce za „perličku“ obce a podle respondenta 23 je to „dominanta Údolí“. Pro některé respondenty je zajímavý fakt, že se jedná o předělanou trafostanici. Mezi komentáři byl rovněž zmíněn obdiv k práci lidí, kteří orloj vytvořili. Tabulka 18 se pak týká betlémů (viz

kapitola 4.1.2), které komentující většinou hodnotili velmi pozitivně, což velmi dobře vyjadřuje názor respondenta 5, jenž uvedl, že jsou „*perfektní*.“ Někteří respondenti zmiňovali, že je zaujala expozice související s historií obce. Zmiňován byl i Jírův betlém (viz kapitola 4.1.2) – například dle respondenta 48 bývá nejpůsobivější, je-li ve večerních hodinách nasvícený. Více respondentů velmi pozitivně hodnotilo tento betlém, jeho atraktivitu či jeho specifický styl, ačkoliv například respondent 20 preferuje spíše konzervativnější umění. Názory na Novinský viadukt a další technické stavby pak shrnuje tabulka 19. Respondenti často uváděli, že je tento viadukt vizuálně velmi atraktivní stavbou. Pro některé návštěvníky je tato stavba dokonce ohromujícím dílem. To dokládá například názor respondenta 34, jenž uvedl, že viadukt je „*naprosto ohromný*,“ že je to „*nádherná stavba*.“ Rovněž je to prý důvod, proč do Kryštofova Údolí každého posílá. Značný obdiv pak stavba vzbuzuje i u respondenta 28, který uvedl, že je to doslova „*impozantní stavba*.“ Jako „*úžasný*“ a vhodný k fotografování popsal viadukt i respondent 16. Mezi názory se například dvakrát objevilo stanovisko, že viadukt je nejatraktivnější v zimě (viz obr. 16 v kapitole 4.1.2), rovněž jej někteří návštěvníci považují za fotogenické místo či významný krajinnotvorný prvek. Tabulka 20 pak zobrazuje názory lidí, kteří zdůvodnili své hodnocení zdejšího kostela. Podle respondenta 44 je zdejší celodřevěný kostel doslova „*památka jako hrom*,“ považuje jej za největší atraktivitu obce. Z hodnocení je patrné, že více návštěvníků vnímá tuto budovu jako atraktivní stavbu, která má specifický *genius loci* (viz kapitola 2.1.2), což dokazuje například tvrzení respondenta 14, který doslovně uvedl: „*cejtíte se, jako kdybyste cestovala v čase, to na vás dejchne (ta duše kostela) ...neuvěřitelný, tam mrazí – to prostředí*.“ Dále *genius loci* zdejšího kostela de facto popisoval i respondent 31, jenž uvedl: „*to je věc, která vás jako úplně vtáhne, to vás vcucne a jako nechce se vám odtamtud*.“ Respondent 31 byl kostelem svatého Kryštofa natolik zaujat, že kdyby mohl, tak by prý v daném kostele přenocoval a byl by zde pořád. O působivé atmosféře vypovídá i tvrzení respondenta 29, jenž má pozitivní dojmy z půlnočních mší, neboť uvedl: „*má to moc pěknou atmosféru, ten kostel je zevnitř celodřevěnej, malovanej, takže mně se moc líbí*.“ Respondent 37 hodnotil kladně adventní program během adventních nedělí v letech před pandemií Covidu-19. Respondent 10 velmi pozitivně hodnotil procházky směrem ke kostelu, respondent 32 se pak domnívá, že pro některé lidi může být úskalím kopcovitý terén.

Tabulka 21 se pak týká zdejších zachovalých chalup (viz kapitola 4.1.1). Návštěvníci často kladně hodnotili nejenom jejich vizuální atraktivitu, ale také jejich udržovanost, zchovalost, využití, malebnost i fakt, že si obec zachovala svůj tradiční ráz, že se jedná

o památkovou zónu. Byla zmíněna jejich jedinečná atmosféra zdejších chalup, je zde tedy možné použít pojem *genius loci* (viz kapitola 2.1.2). Podle respondenta 10 dotvářejí chalupy ráz zdejší krajiny. Respondent 33 zmiňoval a kladně hodnotil i malebnost zahrad, které patří k chalupám. Tabulka 22 znázorňuje komentáře týkající se zdejší a okolní přírody. Respondenti mají k místní a okolní přírodě zpravidla velmi kladný vztah, často se zmiňovali o její atraktivitě. Například respondent 10 uvedl: „*příroda je krásná.*“ Dále doplnil, že to je také jeden z důvodů, proč se do Kryštofova Údolí vydat. Podle respondenta 31 je tato obec doslova „*okouzlující*“ – vnímá tak zdejší údolí, lesy, které se tyčí nad ním, a rovněž i zdejší potok. Obec považuje za symbiózu člověka, přírody i kultury. V rámci názorů ohledně zdejší přírody byla rovněž zmiňována a kladně hodnocena její udržovanost v pořádku a v čistotě. Tato oblast v okolí Ještědu je velmi výjimečná podle respondenta 44, který zdůraznil význam ochrany zdejší přírody, například Karlovských bučin (viz kapitola 4.1.1). Respondent 20 rovněž kladně hodnotil zdejší přírodu, zmiňoval se o možnosti pěších výletů z Kryštofova Údolí k meandrům řeky Nisy či na vrchol Ještědu. Rovněž kladně hodnotil doplnění přírodních prvků v krajině zajímavými kulturními prvky, například starými lomy, které se podle něj do zdejší krajiny velmi hodí.

Tabulka 15: Bodování turistických zajímavostí Kryštofova Údolí jeho návštěvníky

Číslo respondenta	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
1	4	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	4	5
3	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	X	5	5	5
6	4	3	4	2	1	2
7	3	3, X	2	4	3	3
8	4	4, X	3	4	2	3
9	5	X	5	5	5	5

Číslo respondenta	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jirův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
10	2	Muzeum betlémů 4, Jirův betlém 5	5	4	4	5
11	5	5	3	3	4	2
12	4	2, X	4	4	5	5
13	3	2, X	5	4	3	4
14	5	X	4	5	5	5
15	5	5	5	4	4	3
16	5	X	5	5	5	5
17	5	Muzeum betlémů 5, Jirův betlém X	4	4	3	5
18	2	3	5	4	5	1
19	5	5	5	5	5	5
20	4	Muzeum betlémů 3, Jirův betlém 1	5	5	5	5
21	5	5	5	4	4	4
22	5	Muzeum betlémů 5, Jirův betlém 4	5	4	5	5
23	5	Muzeum betlémů X, Jirův betlém 4	4	4	5	5
24	3	5, X	5	4	4	3
25	4	4	5	4	5	5
26	5	2	X	5	5	5

Číslo respondenta	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jirův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
27	4	4	5	5	3	5
28	5	Muzeum betlémů X, Jirův betlém 4	5	X	5	5
29	5	Muzeum betlémů X, Jirův betlém 5	3	5	4	4
30	5	Muzeum betlémů X, Jirův betlém 5	5	4	5	5
31	4	5	3	5	5	5
32	X	X	4	4	5	5
33	5	X	4	3	5	5
34	4	1	5	2	4	4
35	5	4	3	5	3	3
36	4	3	5	5	4	5
37	5	3	5	5	5	4
38	4	4	5	4	5	5
39	4	2	5	3	1	5
40	5	5, X	5	X	5	5
41	5	Muzeum betlémů 3, Jirův betlém 4	4	3	5	4
42	5	3	3	5	4	5
43	5	5	5	5	5	5
44	3	4	3	5	4	5
45	4	5	5	3	4	3

Číslo respondenta	Orloj (body)	Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém (body)	Novinský viadukt a další technické stavby (body)	Kostel svatého Kryštofa ze 17. století (body)	Zachovalé chalupy (body)	Místní a okolní příroda (body)
46	5	5	4	3	4	5
47	4	4	5	4	5	5
48	4	5	3	4	3	3

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam, X = respondent danou zajímavost neviděl

Tabulka 16: Průměrné bodování vybraných zajímavostí

Vybraná zajímavost	Průměrné bodování (zaokrouhлено na 2 desetinná místa)
Kryštofova Údolí	
Novinský viadukt a další technické stavby	4,39
Místní a okolní příroda	4,38
Orloj	4,34
Zachovalé chalupy	4,25
Kostel svatého Kryštofa ze 17. století	4,20
Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém	4,04 – vypočítáno pouze za respondenty, kteří bodovali betlémy souhrnně jedním číslem a kteří nemají v tabulce 15 zapsáno u betlémů „X“ („X“ by znamenalo, že neviděli jednu či obě zajímavosti)

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam

Tabulka 17: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení orloje – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení orloje – dobrovolné
1	vizuální atraktivita, respondent považuje orloj za velmi krásnou stavbu, ačkoliv nebývá hlavním cílem jeho cest do obce
8	zajímavost a ojedinělý výskyt této atraktivity na minimu míst

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení orloje – dobrovolné
10	fakt, že se jedná o jeden z mála orlojů v Česku, orloj však nebývá nejhlavnějším cílem respondenta
11	veliká zajímavost a vizuální atraktivita orloje
12	vizuální atraktivita orloje
14	nedávný vznik a vizuální atraktivita orloje („je to tak krásné dílo“)
15	obdiv vůči práci lidí, kteří vytvořili orloj
16	podivuhodné dílo, fotografování stavby
17	hlavní cíl cesty do Kryštofova Údolí
20	opakované zhlédnutí orloje (zjevná pozitivní zkušenost)
21	vizuální atraktivita orloje
22	zvláštnost a vizuální atraktivita stavby, ojedinělý výskyt orlojů
23	„dominanta Údolí“, zajímavost a vizuální atraktivita stavby
26	ojedinělý výskyt orlojů
28	raritní výskyt orlojů
29	zajímavost orloje a fakt, že se jedná o předělanou trafostanici
30	zajímavost a vizuální atraktivita orloje
31	zajímavé využití původně staré trafostanice
33	vizuální atraktivita orloje, blízkost pohostinství
34	pravidelně se opakující chod pohybových figur
36	zajímavost orloje
37	„krásná ruční práce“, zajímavost stavby, zjevná atraktivita cestovního ruchu, která přitahuje do obce ještě více návštěvníků
39	zajímavost orloje
41	významná a neobvyklá zajímavost
42	zajímavost, na kterou se respondent vždy těší
43	zajímavý prvek v rámci obce
44	značná vizuální atraktivita, kdysi zde však stával starý zájezdní hostinec z dob Clam-Gallasů, který byl dle respondenta ještě atraktivnější
46	respondent považuje orloj za nejvýznamnější zajímavost a „perličku“ obce

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

Tabulka 18: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Muzea betlémů – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Muzea betlémů a venkovního, Jírova, betlému – dobrovolné
1	opakovaný cíl cesty
5	„jsou perfektní“
8	respondent betlémy neviděl, ale přikládá jim veliký význam pro místo
10	velmi kladný vztah k betlémům, zvláště k Muzeu betlémů, kam se respondent se svou rodinou vždy těšil, různé další obměny expozic a změny v jejich nasvícení by podle respondenta mohly přilákat do Muzea betlémů více návštěvníků, neboť by to znamenalo nový zážitek, respondent hodnotil velmi kladně jak Muzeum betlémů, tak především venkovní, Jírův, betlém
11	betlémy respondenta vždy velmi zajímaly
20	Muzeum betlémů je podle respondenta krásné, Jírův betlém nehodnotil tolika body, neboť je zastáncem více konzervativního umění
24	zaujetí betlémy (jsou hodně propagované), respondent je však ještě neviděl
28	respondentovi se velmi líbí Jírův betlém a jeho specifický styl
30	respondent zhlédl Jírův betlém, který se mu moc líbil
31	atraktivita betlémů, například Jírova betlému (a umění pana Jíry celkově)
44	pozitivní hodnocení Muzea betlémů kvůli betlémům a expozici, která ukazuje život obce v dřívějších dobách (dobové fotografie, artefakty související s historií obce)
48	betlémy respondenta oslovily nejvíce, Jírův betlém zvláště večer, neboť bývá nasvícený, v rámci Muzea betlémů respondent chválil veliký mechanický betlém, vánoční předměty z dřívějších dob, dokumentaci toho, jak se dříve učilo, jak se vyvíjela a rostla obec (dobové fotografie)

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

Tabulka 19: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Novinského viaduktu a dalších technických staveb – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Novinského viaduktu a dalších technických staveb – dobrovolné
1	vizuální atraktivita
10	obliba památek severních Čech, Novinský viadukt je dle respondenta nádherný, fotogenický, dobře zachovalý a významný krajinnotvorný prvek

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení Novinského viaduktu a dalších technických staveb – dobrovolné
11	technické památky stojí dle respondenta také za zhlédnutí
13	hlavní cíl cesty
14	značná zajímavost a hezký vzhled stavby a její dobrá viditelnost – Novinský viadukt je dle respondenta „ <i>krásný obzvláště v zimním období</i> “, kdy je daleko vidět, neboť na stromech nejsou listy
16	podle respondenta je Novinský viadukt doslovně „ <i>úžasný</i> “, považuje jej za ideální místo k fotografování
20	„ <i>viadukt je úplně nejkrásnější v zimě</i> “, je to „ <i>jedna z nejúžasnějších věcí, co tam je</i> “
22	Novinský viadukt je podle respondenta velmi krásný
28	Novinský viadukt je podle respondenta doslova „ <i>impozantní stavba</i> “
30	respondent považuje za opravdový zážitek, že mohl jet přes Novinský viadukt vlakem
31	respondent hodnotil viadukt nadpolovičním počtem bodů, ačkoliv prý není příliš zaměřen na technické památky
34	„ <i>naprosto ohromný</i> “, „ <i>důvod, pro tam každého posílám</i> “, „ <i>nádherná stavba</i> “
37	respondent považuje Novinský viadukt za krásnou stavbu
39	větší stavba, respondentovi se velmi líbí a má pro něj značně vysoký význam
44	respondent považuje lokalitu Novinského viaduktu za hezké místo
48	respondent zná Novinský viadukt velmi dobře, neboť přes něj jezdívá vlakem

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

Tabulka 20: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení kostela svatého Kryštofa ze 17. století – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení kostela svatého Kryštofa ze 17. století – dobrovolné
7	zajímavá stavba
10	atraktivita stavby, procházky ke kostelu

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení kostela svatého Kryštofa ze 17. století – dobrovolné
14	pozitivní vztah ke starým budovám a starým věcem, genius loci celodřevěného kostela a tajemná márnice – respondent popisuje atmosféru kostela – „ <i>cejtíte se, jako kdybyste cestovala v čase, to na vás dejchne (ta duše kostela)...neuvěřitelný, tam mrazí – to prostředí</i> “
15	respondent popisuje návštěvu kostela jako opravdu nádhernou
17	historická zajímavost
22	exteriér
23	krása stavby
29	pozitivní dojmy z půlnočních mší, genius loci, atraktivita – „ <i>má to moc pěknou atmosféru, ten kostel je zevnitř celodřevěnej, malovanej, takže mně se moc líbí</i> “, respondent se navíc zmínil, že by každému doporučil návštěvu tohoto kostela
30	exteriér
31	genius loci – „ <i>to je věc, která vás jako úplně vtáhne, to vás vcucne a jako nechce se vám odtamtud</i> “ – respondent byl kostelem svatého Kryštofa natolik zaujat, že kdyby mohl, tak by prý v daném kostele přenocoval a byl by zde pořád
32	respondent hodnotil kostel velmi kladně, ale myslí si, že pro některé lidi může být úskalím kopcovitý terén
37	adventní neděle s programem mimo období pandemie Covidu-19, krása stavby
44	respondent uvedl, že zdejší kostel je „ <i>památka jako hrom</i> “ a zároveň „ <i>to nejhezčí, co tam je</i> “

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

Tabulka 21: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení zdejších chalup – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení zdejších chalup – dobrovolné
10	krása staveb, dotváření rázu krajiny, zachovalost a využití staveb k bydlení, udržení původního rázu architektury
11	krása prostředí (zdejší zástavby)

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení zdejších chalup – dobrovolné
14	velké nadšení respondenta – velmi hezké chalupy i příroda, udržovanost
17	respondent je zvyklý na tuto architekturu v místě svého bydliště, proto ji již tolik nevnímá
20	lidové chalupy s úžasnou atmosférou (genius loci)
22	zaujetí roubenkami
24	chalupy dle respondenta dodávají obci doslova „kouzlo“ (lze tedy znovu použít termín genius loci)
25	vizuální atraktivita
26	chalupy prý dle respondenta návštěvníka zpomalí a upoutají jeho pozornost
28	hrázděná stavení
29	vizuální atraktivita
31	„co bych za to dala, kdybych mohla mít v Kryštofově Údolí tohleto roubené stavení“
32	vizuální atraktivita
33	vizuální atraktivita včetně zahrad v létě
34	vizuální atraktivita
37	malebnost údolí, zachovalost díky opravám
40	fotografování chalup
44	památková zóna – obdiv k práci jednotlivých mistrů (například štíty ze štípané břidlice)
48	zachovalost a atraktivita chalup, využití staveb pro trvalé bydlení či chalupaření, udržovanost

Zdroj: Vlastní šetření 2021

Tabulka 22: Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení místní a okolní přírody – dobrovolné

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení místní a okolní přírody – dobrovolné
7	procházky
10	„příroda je krásná,“ „to je taky důvod, proč tam jet“
11	zdejší příroda dle respondenta stojí za vidění
14	nadšení – vizuální atraktivita přírody, udržována v pořádku

Číslo respondenta	Bližší subjektivní zdůvodnění respondentova hodnocení místní a okolní přírody – dobrovolné
16	respondentovi se líbí, že je v obci vše upraveno
17	vesnice zasazená v líbivém prostředí, hezký potok
20	možnost pěších výletů z Kryštofova Údolí k meandrům řeky Nisy a na vrchol Ještědu, doplnění přírodních prvků v krajině zajímavými kulturními prvky (staré lomy, tramské osady), které se dle respondenta do tohoto prostředí velice hodí, možnost zahlédnout stáda zvěře, možnost houbaření
22	krása přírody
26	udržovaná čistota přírody, příroda je dle respondenta častým cílem cykloturistů
28	vizuální atraktivita
29	respondent hodnotil přírodu kladně, uvedl také, že je to „ <i>drsná severská příroda</i> “
30	zaujetí zdejší přírodou – respondent by ji chtěl v létě více prozkoumat
31	okouzující obec – nádherné údolí, lesy, které se tyčí nahoře nad údolím, potok, odpočinek v lese, houbaření, symbióza člověka, přírody a kultury
32	vizuální atraktivita přírody, vodní nádrž – možnost koupání (vodní nádrž)
37	respondent hodnotil zdejší přírodu velmi kladně, vždy však měl nejvíce v oblibě horskou přírodu, a proto zdejší přírodě udělil 4 body místo 5
39	pro respondenta je zdejší příroda velmi důležitá
44	oblast okolo Ještědu je dle respondenta opravdu výjimečná, zdůrazňuje ochranu přírody (například Karlovské bučiny)
47	respondentovi se zdejší příroda nesmírně líbí

Zdroj: *Vlastní šetření (2021)*

V rámci shrnutí lze říci, že všechny zajímavosti získaly velmi vysoké bodové ohodnocení – zcela nejvyššího hodnocení dosáhl Novinský viadukt (a další technické stavby). Tento viadukt (viz kapitola 4.1.2) může být na základě výše uvedených zjištění vnímán jako nádherná, fotogenická, ohromující a impozantní stavba či významný krajínotvorný prvek. Hned po viaduktu dosáhla nejvyššího ohodnocení tamní příroda (viz kapitola 4.1.1) a orloj (viz kapitola 4.1.2). Mnoho návštěvníků vnímá orloj jako raritu, velikou zajímavost a vizuálně atraktivní stavbu. Charakter, krása a udržovanost zmíněné

zdejší přírody měly rovněž značný vliv na dojmy návštěvníků. Zdejší zachovalé chalupy (viz kapitola 4.1.1) pak rovněž vzbudily pozitivní ohlas, kladně hodnocena byla například jejich vizuální atraktivita, udržovanost, zachovalost, využití, malebnost, tradiční ráz, jedinečná atmosféra či malebnost k nim patřících zahrad. Silný *genius loci* (viz kapitola 2.1.2) má pak zdejší kostel (viz kapitoly 4.1.2), jehož návštěvníci jej často vnímají jako velice atraktivní stavbu. Pozitivní ohlas vzbuzují také zdejší betlémy včetně nové expozice Muzea betlémů (viz kapitola 4.1.2).

4.5.7 Názory na dostatečnou nabídku atraktivit a návrhy na její možné rozšíření

V tabulce 23 je přehled odpovědí respondentů na otázku, zdali by v obci uvítali i něco, co jim zde chybělo. 19 ze 48 respondentů (cca 40 %) odpovědělo, že nikoliv, někdy také okomentovali své stanovisko. Například respondentovi 4 zde vůbec nic nechybělo, respondent 19 uvedl: „*všechno zde perfektně ladí.*“ Respondent 17 ke své odpovědi dodal: „*na malém místě toho je hodně*“ – navíc se zmínil, že byl velmi spokojen i se zdejší kavárnou (viz kapitoly 4.1.6 a 4.3) a s pohostinstvím v domě U Uhlířů (viz kapitoly 4.1.1 a 4.1.6), které je prý vyhlášené. Nadšen byl například i respondent 29, jenž uvedl, že byl spokojen jak s pohostinstvím, tak i s infrastrukturou obce a informačními cedulemi. Respondent 5 byl rovněž maximálně spokojen, velmi oceňoval fakt, že měl možnost zakoupit v obci suvenýry (keramiku či figurky do betlému).

Respondenti 2 a 22 zdůrazňují, že by si přáli, aby podoba tohoto místa byla uchována, s čímž se ztotožňuje i respondent 11, který o Kryštofově Údolí uvedl: „*nemyslím si, že by bylo potřeba z něj dělat větší Disneyland.*“ 6 ze 48 respondentů (cca 13 %) otázku nezodpovědělo, například z toho důvodu, že zde byli před lety a že by se do obce chtěli nejprve znovu podívat, než budou hovořit k danému tématu. Dalším důvodem pak byla například snaha poznat obec lépe do hloubky a až poté se k dané otázce vyjádřit. 8 ze 48 respondentů (cca 17 %) se zmínilo o drobných potížích souvisejících s dopravou. Respondent 16 uvedl, že by zde navíc ocenil maximálně více parkovacích míst, ale spíše tuto myšlenku zavrhl, neboť je přesvědčen, že by rozšíření parkoviště bylo na úkor zdejší přírody. Více parkovacích míst by pak uvítal i respondent 21 a respondent 28, podle kterého by se naopak jednalo o přínos pro obec, protože se domnívá, že by díky tomu návštěvníci neobtěžovali rezidenty parkováním na nevhodných místech. Změny v tomto ohledu jsou však problematické – z vlastní zkušenosti lze říci, že není příliš kam rozšířit centrální parkoviště u orloje – starosta obce uváděl, že existují návrhy na vybudování dvou parkovišť mimo centrum místo centrálního parkoviště, ale domnívá se, že by tento nápad nefungoval

(že by lidé neparkovali tak daleko od centra), navíc prý není uveden v územním plánu. Ponechal by proto k parkování dosavadní neoznačené plochy (viz kapitola 4.2). Respondent 8, který pochází z jiného kraje, by považoval za přínosné dopravní značení, které by návštěvníky navigovalo do obce a na parkoviště (respondent 18 se rovněž zmiňoval, že by mu v rámci výletů do obce pomohla větší přehlednost parkoviště). Respondent 23 si myslí, že by byl přínosem pro obec retardér. Každopádně, z rozhovoru se starostou obce (viz kapitola 4.2) vyplývá, že i zcela nezbytné dopravní prvky mírně narušují tradičního genia loci obce. Umisťování dalších význačných prvků, které nejsou nezbytné, by tak mohlo být kontraproduktivní. Konkrétně retardér by však mohl být užitečný, neboť by mohl posílit bezpečnost při zvýšeném provozu, o které hovořil respondent A (viz kapitola 4.4). Respondent 37 by považoval za přínosné zvýšení frekvence dopravního spojení a respondent 44 více zastávek veřejné dopravy kvůli délce obce. 4 ze 48 respondentů (cca 8 %) by byli velmi rádi, kdyby zde mohl být obchod (se základním zbožím). Cestovní ruch však momentálně nestačí na to, aby se zde obchod uživil (viz kapitola 4.2). 2 ze 48 respondentů (cca 4 %) by i přes maximální spokojenost považovali za velmi přínosné zřízení veřejných toalet pro návštěvníky. Daná problematika se řeší, vnímají ji i rezidenti (viz kapitola 4.4). Starosta obce hovořil o plánech zřídit do budoucna veřejné toalety pro návštěvníky v zadní části zdejšího obecního hostince (viz kapitola 4.2). 2 ze 48 respondentů hovořili o chodníku, ačkoliv respondent 23 se spíše domnívá, že by vytvoření chodníků nebylo žádoucí kvůli rozměrům silnice. Zřízení chodníků většinou nelze realizovat především kvůli památkové zóně – v plánu je však krátký úsek v centru obce (viz kapitola 4.2). Jednou (ve 2 % případů) by byla jako přínos vnímána například delší provozní doba obecního hostince, zřízení bankomatu v obci či navýšení počtu laviček u orloje. Jednou se také návštěvníci zmínili, že by považovali za přínosné nápady jako zřízení interaktivního infocentra, velmi tradiční pohostinství s tradičními recepty (zelné bramboráky apod.), zřízení minipivovaru v jedné ze starých chalup (zde však byla zmíněna obava z narušení rázu obce), zřízení tabulí s dobovými fotografiemi alespoň u některých památných chalup (zvláště pak fotografie interiéru), další obměny a program v Muzeu betlémů či provedení muzeem skrze infopanely. Respondent 1 se pak domnívá, že by bylo velmi zajímavé, kdyby se v obci pořádaly historické akce, kdyby zde byla možnost projížděk na koních (ty je zde možné absolvovat v rámci Ranče v Údolí – viz kapitola 4.1.4) a možnost zkusit si zde tradiční řemesla a absolvovat s tímto související akce a workshopy (tuto funkci donedávna zaštiťoval Dům řemesel, který však již ukončil svůj provoz – viz kapitola 4.1.6). Respondent 1 se také domnívá, že by bylo zajímavé, kdyby v obci byla farma s domácími zvířaty, kde by bylo

možné zakoupit sýr a med. V souvislosti s tím lze říci, že v Kryštofově Údolí zažívá boom chov obcí, které se pasou na stráních jako kdysi (viz kapitola 4.2). Paní Ježková se mj. zmínila, že v Kryštofově Údolí nyní funguje více než jeden včelař (vzhledem k souvislosti s tematikou je tato informace zařazena zde, nikoliv v kapitole 4.3, od které tematicky odbočuje).

Tabulka 23: Názory na dostatečnou nabídku atraktivit a návrhy na její možné rozšíření

Číslo respondenta	Údaje o tom, zdali by zde návštěvníci uvítali i něco, co jim zde chybělo, či naopak nikoliv
1	ano (respondent byl však nadmíru spokojen) – farma s domácími zvířaty (kde by se prodávaly sýry či med), historické akce, pojížděky na koních, možnost zkusit si tradiční řemesla (akce, workshopy)
2	nikoliv – apel na uchování současné podoby místa (max. nutné opravy)
3	pouze toalety
4	nikoliv – „mně osobně tam nic nechybí“
5	ne – naopak nadšení ohledně suvenýrů (keramika, figurky do betlému)
6	nikoliv
7	nehodnoceno – respondent si nebyl jistý, zdali by si přál nějakou změnu
8	ano – více dopravního značení navigujícího návštěvníky do obce/na parkoviště (respondent je z jiného kraje)
9	nehodnoceno – respondent by se sem chtěl po dlouhé době nejprve podívat
10	ano – respondent obdivuje zdejší betlémy, za kterými se prý opakovaně vrací mnoho lidí (už kvůli sentimentu), ale vyzoroval, že někdy neměli snahu se déle pozdržet, což vnímá jako velikou škodu, proto by byl pro jakékoliv další obměny/ozvláštnění v expozicích muzea, program nebo provedení návštěvníků skrze infopanely
11	nikoliv – respondent o Kryštofově Údolí uvedl: „nemyslím si, že by bylo potřeba z něj dělat větší Disneyland“
12	nehodnoceno – respondent by se sem chtěl po dlouhé době nejprve podívat
13	ano – malý obchod se základními potřebami, na druhou stranu obava, že by obchod mohl narušit ráz zdejšího prostředí
14	ano – tabule přímo u některých památkově chráněných domů, kde by bylo vyobrazeno alespoň pár dobových fotografií (zvláště interiéru)

Číslo respondenta	Údaje o tom, zdali by zde návštěvníci uvítali i něco, co jim zde chybělo, či naopak nikoliv
15	max. více laviček u orloje
16	max. více parkovacích míst, ale spíše ne, a to kvůli obavám, že by rozšíření parkoviště bylo na úkor zdejší přírody
17	nikoliv – „na malém místě toho je hodně“ – velká spokojenost se zdejší kavárnou a pohostinstvím v domě U Uhlířů, které je prý vyhlášené
18	ano – přehlednější parkoviště
19	nikoliv – „všechno zde perfektně ladí“
20	ano – obchod (se základními potřebami)
21	ano – více parkovacích míst
22	respondent by si přál, aby obec a její současná podoba byla uchována, jediný problém vidí v absenci chodníku
23	ano – chodník (ale kvůli rozměrům silnice by budování chodníků podle respondenta nebylo žádoucí), retardér
24	nikoliv
25	nehodnoceno – snaha poznat obec více do hloubky
26	max. obchod (se základním zbožím)
27	ano – obchod (se základním zbožím) a bankomat (respondent kdysi pracoval v Penzionu Eva a hosté se na obchod často ptali)
28	ano – více parkovacích míst, aby návštěvníci neobtěžovali rezidenty parkováním na nevhodných místech
29	nikoliv – respondent byl navíc velmi spokojen i s pohostinstvím, informačními cedulemi a infrastrukturou
30	nikoliv – dle respondenta bylo vše v naprostém pořádku
31	ryze tradiční pohostinství, kde by se podávaly tradiční staročeské recepty jako například zelné bramboráky apod.
32	nehodnoceno
33	nikoliv
34	nikoliv
35	ano – rozšíření provozní doby zdejšího obecního hostince
36	nikoliv
37	ano – častější frekvence dopravního spojení

Číslo respondenta	Údaje o tom, zdali by zde návštěvníci uvítali i něco, co jim zde chybělo, či naopak nikoliv
38	nikoliv
39	nikoliv – respondent byl plně spokojen
40	max. minipivovar v některé ze starých chalup, ale spíše ne kvůli obavám z narušení rázu obce
41	nikoliv
42	nikoliv – respondentovi zde nic nechybělo
43	nikoliv
44	ano – více zastávek veřejné dopravy vzhledem ke značné délce vsi
45	nehodnoceno – respondent zde byl cca 12 let zpět, proto se rozhodl odpověď na tuto otázku vynechat, rád by sem však v brzké době jel na výlet s rodinou a spojil jej s gastronomií a návštěvou kavárny
46	nikoliv – respondentovi se Kryštofovo Údolí líbí přesně tak, jak je nyní koncipováno
47	max. toalety
48	ano – interaktivní infocentrum

Zdroj: Vlastní šetření (2021)

V rámci shrnutí lze říci, že 40 % respondentů by v obci nic neměnilo, někteří rovněž apelovali na důležitost uchování místa v současné podobě. 13 % respondentů danou problematiku nehodnotilo. Další návštěvníci uvedli nápady na možné změny, které se týkají atraktivit či realizačních předpokladů cestovního ruchu (viz kapitoly 4.1.3 a 4.1.6). Některé nápady byly využity v rámci následující kapitoly (4.6) jako podklady pro návrh mimosezónní nabídky cestovního ruchu.

4.6 Návrh mimosezónní nabídky cestovního ruchu

Sezónnost (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) lze minimalizovat diverzifikací turistické nabídky, která podporuje návštěvnost v rámci celého roku. Cílem návrhu mimosezónní nabídky cestovního ruchu je tudíž možnost rovnoměrnějšího rozprostření celoroční návštěvnosti obce v rámci všech měsíců v roce a stírání rozdílů v návštěvnosti v rámci jednotlivých měsíců, ideálně pak nepatrný pokles návštěvnosti v rámci sezón (viz kapitola 2.2.4), který by byl vykompenzován mírným zvýšením návštěvnosti v rámci mimosezóny (viz kapitola 2.2.5). Tímto by mohla být snížena problematika nadměrného turismu (viz kapitola 2.1.2)

v rámci sezónních období, ačkoliv se na základě rozhovorů (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4, 4.5.1–4.5.7) zdá, že sezónnost obce (viz kapitoly 2.2 a 2.2.1–2.2.7) je zde determinována počasím, prázdninami a adventním geniem loci (s vazbou na betlémy). Návrh mimosezónní nabídky cestovního ruchu respektuje genia loci vybrané obce.

Cestovní ruch v obci by během mimosezóny mohlo podpořit obnovení Domu řemesel, jelikož vzbuzuje zájem a pozitivní ohlasy návštěvníků (viz kapitoly 4.5.4 a 4.5.7) a jelikož se jedná z větší části o interiérovou atraktivitu cestovního ruchu, kde lze předpokládat menší dopady nepříznivého počasí na její návštěvnost. Hodilo by se tuto atraktivitu zachovat. Ukázky tradičních řemesel jsou navíc kulturním dědictvím, které se uplatňuje na venkově v rámci cestovního ruchu (viz Šíp a kol. 2020 – kapitola 4.1.4) – lze tak hovořit o trendu venkovského cestovního ruchu. Každopádně, Dům řemesel po déletrvajících dopadech pandemických opatření ukončil svoji činnost, přičemž byl potvrzen i prodej příslušného objektu (viz kapitoly 4.1.6 a 4.4). Proto není obnova Domu řemesel pravděpodobná. Jak již ale bylo zmíněno, keramiku ze zmíněného ateliéru bude i nadále možné zakoupit v obchůdku pod zdejší orlojem, pakliže to pandemická situace umožní (viz kapitola 4.1.6). I v rámci kapitoly 4.5.7 byla návštěvníky zmiňována zdejší keramika či zájem o možnost vyzkoušet si tradiční řemesla a absolvovat související akce či workshopy. Je proto doporučeno zachovat zmíněný obchůdek s keramikou a v rámci mimosezóny vykompenzovat zánik Domu řemesel například řemeslnými jarmarky či workshopy s danou tematikou. V Kryštofově Údolí zažívá mj. boom chov ovcí, které se pasou venku na stráních jako kdysi, což pak zesiluje zdejší tradiční genius loci (viz kapitola 4.2) – cestovní ruch v mimosezóně by pak na základě poznatků z kapitoly 4.5.7 mohla podpořit návštěvníkům přístupná farma s domácími zvířaty, která by se volně pásala na lukách. V rámci exkurze by pak bylo možné zjistit o těchto zvířatech, jejich životě a péči o ně mnohé informace (díky průvodci či pomocí infopanelů), což by mohlo být zajímavé a naučné zejména pro rodiny s dětmi.

Myšlenku rovnoměrnějšího rozprostření návštěvnosti v rámci celého roku by uvítali například majitelé zdejší prvorepublikové kavárny (viz kapitola 4.3), kteří zmiňovali, že pokud lidé směřují do Kryštofova Údolí primárně za účelem návštěvy kavárny, tak příliš nehledí na počasí. Proto se možnost navýšení návštěvnosti kavárny v mimosezóně jeví jako reálná. Značný zájem o zdejší kavárnu je patrný (viz kapitoly 4.3, 4.4, 4.5.4, 4.5.5 a 4.5.7). Provozovatelé kavárny hovořili o rozdělení nápojové nabídky dle sezón na letní a zimní (přičemž v zimě je pak sezónou pouze prosinec). Lze usuzovat, že by pro návštěvníky mohla

být zajímavá také odlišnost nabídky v mimosezóně, která by byla v souladu s tradičním dobovým stylem (například podzimní nabídka založená na specifické specialitě pro dané období – například kynutý švestkový koláč s drobenkou). V rámci rozhovorů byl mezi návštěvníky vyjádřen zájem o co možná nejtradičnější pohostinství, kde by se podávaly tradiční staročeské recepty jako například zelné bramboráky (viz kapitola 4.5.7). Koncipování pohostinství v ryze staročeském stylu v souladu s *geniem loci* obce (viz kapitola 2.1.2) je zde tudíž vnímáno jako přidaná hodnota. Proto je pohostinstvím doporučeno držet se co nejvíce staročeské kuchyně. Lze plně souhlasit s realizací plánu ohledně zřízení veřejných toalet pro návštěvníky v zadní části zdejšího hostince (viz kapitola 4.2), neboť tuto problematiku vnímají někteří návštěvníci a rezidenti obce jako palčivý problém (viz kapitoly 4.4 a 4.5.7). Rovněž byl projeven zájem o rozšíření provozní doby zdejšího hostince (viz kapitola 4.5.7), avšak panují pochyby, zdali by tato změna byla rentabilní. Hodila by se vyšší frekvence dopravního spojení v obci (viz kapitoly 4.3 a 4.5.7).

Před mimosezónou (viz kapitola 2.2.5) a během ní by se hodilo propagovat celoročně přístupné/téměř celoročně přístupné atraktivity cestovního ruchu. Vnímání významu některých těchto vybraných atraktivit se liší v rámci jednotlivých skupin respondentů (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4 a 4.5.6). Toto srovnání znázorňuje tabulka 24. Všechny uvedené atraktivity však dosahují nemalého bodového hodnocení. Každopádně, největší skupina respondentů (skupina návštěvníků) udělila průměrně nejvyšší bodové hodnocení Novinskému viaduktu (a dalším technickým stavbám) – viz kapitola 4.5.6. Novinský viadukt je prý navíc častým cílem návštěvníků i během mimosezónního období (viz kapitola 4.4). Rovněž se nachází cca 2 km od vytíženého centra obce (viz kapitola 4.3), takže může odlehčit centru obce od nadměrného cestovního ruchu v sezóně. Z těchto uvedených důvodů je doporučováno výrazně propagovat především Novinský viadukt (viz kapitola 4.2.1). Návštěvnost v mimosezóně by mohly podpořit i novoty v Muzeu betlémů, neboť v kapitole 4.5.7 byl vyjádřen zájem o jakékoliv další obměny v rámci expozic, infopanely či program navíc. Případné změny by proto mohly zaujmout více návštěvníků – mohlo by být velmi zajímavé nasvítit expozice betlémů novým způsobem, zahrnout do expozice nové modely zajímavých objektů v obci (které ještě nejsou zahrnuty v expozici), provést návštěvníky expozicí pomocí infopanelů a vytvářet prospekty se zábavnými úlohami, které se vztahují k tématu a které by byly určeny pro školy, které sem jezdí na exkurzi.

Tabulka 24: Průměrné bodování vybraných zajímavostí za každou skupinu respondentů

	Starosta	Provozovatelé kavárny	Rezidenti neprofitující z turismu	Návštěvníci
Bodování orloje	4	5	5	4,34
Bodování Muzea betlémů a venkovního, Jírova, betlému	4	4	4	4,04
Bodování Novinského viaduktu a dalších technických staveb	3	5	5	4,39
Bodování kostela svatého Kryštofa ze 17. století	5	4	5	4,20
Bodování zachovalých chalup	5	5	4,5	4,25
Bodování místní a okolní přírody	3	3	3,5	4,38

Zdroj: Vlastní šetření (2021) – pozn.: 5 = velký význam, 1 = zanedbatelný význam

5 Závěr

Omezení v důsledku pandemie Covidu-19 příliš nepřejí cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, ale na druhou stranu omezeně umožňují realizovat spíše domácí cestovní ruch, což se potvrzuje právě i v rámci zkoumané lokality. Cestovní ruch má přitom veliký význam díky multiplikačnímu efektu a patří mezi největší exportní odvětví vůbec. Mezi nejméně prozkoumané a nejméně pochopené vlastnosti turismu pak patří sezónnost, ačkoliv je jednou z jeho nejpřednějších charakteristik. Proto byla v rámci prvního cíle diskutována právě problematika sezónnosti (včetně jejích negativ a pozitiv), která se navíc může podílet na vzniku overtourismu, tedy nadměrného cestovního ruchu. Proto byla tematika sezónnosti zkoumána v kontextu trvale udržitelného cestovního ruchu. Sezónnost lze minimalizovat diverzifikací turistické nabídky, která podporuje návštěvnost v rámci celého roku. Proto byla druhým cílem analýza návštěvnosti ve vybrané lokalitě a vytvoření návrhu mimosezónní nabídky, ale spíše tím způsobem, aby byla podpořena návštěvnost víceméně hlavně v mimosezónním období.

V rámci závěru je třeba odpovědět na výzkumné otázky:

V rámci rešerše (viz kapitola 2.1.2) je uvedeno, že současná situace ohledně pandemie příliš nepřeje cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, a že omezeně umožňuje realizovat spíše domácí cestovní ruch (ČSÚ 2020a, 2020b, 2020c). Je možné s tímto tvrzením na základě výsledků případové studie souhlasit či nikoliv? Jak ovlivnila pandemie Covidu-19 cestovní ruch v obci (především návštěvnost)?

S výše citovaným tvrzením lze souhlasit na základě zjištěných poznatků. Návštěvnost obce v roce 2020 byla během pandemie pravděpodobně vyšší než obvykle (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4) – vyjma prosince, kdy lze vysledovat zcela opačný jev v důsledku dočasného uzavření Muzea betlémů a zdejšího kostela kvůli pandemickým opatřením (viz kapitola 4.2). Ještě na podzim však byla návštěvnost spíše vyšší oproti standardu, dokonce byla srovnávána se sezónou (viz kapitola 4.4). Značný nárůst návštěvnosti v rámci některých měsíců byl dle respondentů způsoben jednak omezením a vynecháním cestování do zahraničí (viz kapitoly 4.2 a 4.4) a atraktivitou lokality (viz kapitoly 4.2 a 4.3), jednak tím, že mnoho lidí mělo kvůli pandemii volno, neboť nemohli chodit do práce (viz kapitola 4.3). Obec byla tou dobou přeplněna návštěvníky, zvláště během víkendů, důkazem čehož byla přeplněná parkoviště (viz kapitola 4.2). Během víkendů s příznivým počasím zažívala kavárna podstatně vyšší tržby než obvykle, pokud byla možnost mít otevřené výdejní okénko (viz kapitola 4.3).

Zvýšení návštěvnosti není až tak překvapivé, neboť omezení nepostihla převažující exteriérové atraktivitu (viz například kapitola 4.1.2). Zvýšenou návštěvnost v určitých obdobích tak nelze zpochybnit. Je však otázkou, do jaké míry byla návštěvnost v těchto obdobích zvýšena, neboť zdejší kavárna mohla zaznamenat větší množství návštěvníků než obvykle i díky tomu, že tou dobou zažíval problematickou situaci zdejší obecní hostinec (viz kapitola 4.4). Mezi značně negativní dopady pandemie na cestovní ruch v obci lze zařadit například ukončení působnosti a prodej Domu řemesel (viz kapitoly 4.1.6 a 4.4), zrušení vyhledávané tradiční pouti pro rok 2020 a 2021 (viz kapitoly 4.1.7, 4.2, 4.3 a 4.4), komplikace pro lidmi vyhledávané penziony v dané obci (viz kapitola 4.4) a dočasné uzavření Muzea betlémů a zdejšího kostela (viz výše).

Lze vysledovat i jiné příčiny sezónnosti, než ty, které jsou uvedeny v kapitole 2.2.2?

Ano, v rámci případové studie bylo zjištěno, že se může jednat o genia loci daného místa v určitém ročním období, v rámci dané obce je to vánoční/adventní genius loci čili duch místa s patrnou vazbou na betlémy (viz kapitoly 4.5.2, 4.5.4 a 4.6).

Lze na základě případové studie potvrdit informaci v rešerši, že sezónnost může být příčinou overtourismu (Goodwin 2019 – viz kapitola 2.2.1)? Lze sezónnost vnímat pozitivně či negativně?

Jednoznačně ano – viz kapitola 4.2 – zatímco mimosezóna je zde vnímána jako klidové období, během kterého si rezidenti odpočinou od cestovního ruchu, tak sezóna je prý charakteristická vysokou návštěvností, která je někdy až neúnosná. O vysoké sezónní návštěvnosti a souvisejících úskalích hovořili i další respondenti – rezidenti (viz kapitoly 4.3 a 4.4). Je tak patrné, že kdyby se celková návštěvnost obce více rozprostřela do jednotlivých měsíců v roce, že by cestovní ruch v momentálně nejvytíženějších měsících mohl být vnímán pozitivněji – takovéto rozprostření návštěvnosti by uvítali i provozovatelé zdejší kavárny (viz kapitola 4.3). Každopádně lze v sezónnosti najít určité pozitivum, jak zmínil starosta obce, a to klid a odpočinek obce od cestovního ruchu v mimosezóně (viz kapitola 4.2). Na druhou stranu je tento přínos „vykoupen“ nadměrným turismem (overtourismem) v sezónních obdobích. Pokud by návštěvnost v sezóně nesměřovala k overtourismu, tak by bylo zcela možné souhlasit s tvrzením, že mimosezónní období přispívá k udržitelnosti cestovního ruchu (Chung 2009) – viz kapitola 2.2.1. Sezónnost v dané destinaci je však kontraproduktivní a dvousečná na základě výše uvedených jevů, které se s ní pojí. Skýtá pozitiva i negativa.

Pro sezónu bývá typická sezónní jádrová inflace (Pásková 2014, cit. v Bezděk 2017 – viz kapitola 2.2.1), respektive turistická inflace (Fialová 2009 – viz kapitola 2.1.2; Pásková 2014, cit. v Bezděk 2017 – viz kapitola 2.2.1; Fialová, Vágner 2020 – viz kapitola 2.2.4). Lze na základě případové studie tvrdit, že každá sezóna nemusí vykazovat turistickou inflaci, nebo se turistická inflace v sezóně potvrzuje i v případě modelové obce?

Překvapivě se turistická inflace v rámci sezóny nemusí projevit všude, neboť v rámci případové studie byli na toto téma dotázáni majitelé zdejší kavárny, z jejichž slov vyplývá, že ceny v kavárně jsou konstantní v rámci celého roku, a tudíž je sezónnost neovlivňuje (viz kapitola 4.3).

Lze na základě případové studie potvrdit tvrzení z rešerše, že některé lokality mohou mít více než jednu sezónu (Beránek 2013 – viz kapitola 2.2.7)? Která období jsou pro modelovou obec sezónou a která naopak mimosezónou?

Jednoznačně lze potvrdit toto tvrzení (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4 a 4.5.1). Modelová obec má totiž dvě sezónní období (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4 a 4.5.1). První sezónou v roce je v obci léto (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4) s přesahem do počátku podzimu (viz kapitoly 4.2 a 4.3) – nezanedbatelná návštěvnost je zde v září (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4) a někdy i v říjnu (viz kapitoly 4.2 a 4.4), je-li v říjnu příznivé počasí (viz kapitola 4.4). V roce 2020 v období pandemie bylo možné považovat za sezónu i podzim (viz kapitoly 4.4 a 4.5.1). Letní sezóna je například pro majitele kavárny nejdůležitější sezónou, zejména pak červenec a srpen, kdy je návštěvnost nejvyšší v důsledku prázdnin (viz kapitola 4.3). Nezanedbatelnou návštěvnost lze samozřejmě zaznamenat již v červnu (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4), ačkoliv stoupá již v posledním jarním měsíci, květnu (viz kapitola 4.4). V létě nelze opominout hojně navštěvovanou pouť (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4), která byla v roce 2020 kvůli pandemii zrušena a jejíž konání není plánováno ani na léto 2021 (viz kapitola 4.1.6). Druhou sezónou v roce je zde pak prosinec (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4 a 4.5.1), především víkendy (viz kapitola 4.3), a to hlavně ve spojitosti s adventem a atraktivitou zdejších betlémů (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4, 4.5.1 a 4.5.2). Červenec, srpen a prosinec jsou pak měsíce se zcela nejvyšší návštěvností (viz kapitola 4.3). Návštěvnost obce je o víkendech několikanásobně vyšší než ve všedních dnech (viz kapitola 4.3), což však neplatí pro prázdniny s celotýdenní vysokou návštěvností (viz kapitola 4.4). Sezónnost obecně ovlivňuje počasí (viz kapitola 4.3). Mimosezónou v Kryštofově Údolí je pak listopad a období od ledna do března až dubna kromě masopustu, Velikonoc a jarních prázdnin (viz kapitola 4.4). Naprosto nejnižší

návštěvnost je typická pro leden a listopad – nelze se tak divit tomu, že zde bývá v lednu a v únoru uzavřeno Muzeum betlémů (Novák 2019 – viz kapitola 4.1.2). Cestovní ruch v obci nicméně funguje celoročně – například kavárna se užívá i v mimosezóně (viz kapitola 4.3).

Lze pro modelovou obec vypočítat kurtózu sezónnosti (viz kapitola 2.2.3), případně některé další ukazatele, například turisticko-rekreační funkci a turisticko-rekreační zatížení (viz kapitola 2.1.3)? Lze určit index iritace (viz kapitola 2.1.3) pro vztah mezi chalupáři a rezidenty a pro vztah mezi rezidenty a návštěvníky?

Kurtózu sezónnosti pro celou obec nelze vypočítat, neboť není možné stanovit přesný počet návštěvníků v jednotlivých měsících, a to zvláště vzhledem k faktu, že se v obci nacházejí především exteriérové atraktivity, kde počet návštěvníků není nijak zaznamenáván. Návštěvnost jedné vybrané interiérové atraktivity v rámci roku navíc nemusí korelovat s návštěvností obce jako celku, ačkoliv již může mít určitou vypovídající hodnotu. Každopádně, návštěvnost kavárny (více zkoumané interiérové atraktivity) v jednotlivých měsících roku nebylo možné stanovit přesně. Někteří hosté totiž pobývají v kavárně hodinu, jiní naopak čtvrt hodiny, střídají se tedy s jinými návštěvníky po různě dlouhé době. Tyto údaje nelze dopočítat i na základě počtu účtenek, neboť některá účtenka byla zaplacená za 1 osobu, jiná naopak za 7 osob apod. (viz kapitola 4.3). Byla však vypočítána turisticko-rekreační funkce obce, která ve výsledku dosahuje hodnoty 210,7. Podle výpočtu se jedná o zcela dominantní hodnotu turisticko-rekreační funkce. Turisticko-rekreační zatížení Kryštofovo Údolí se pak pohybuje okolo hodnoty 46,5 (zaokrouhleno na jediné desetinné místo). To je velice významná hodnota turisticko-rekreačního zatížení, byť ještě není zcela dominantní. Obě tyto hodnoty je pak třeba brát v potaz pouze jako orientační, neboť reálně budou pravděpodobně nepatrně nižší než vypočítané hodnoty, což je dáno zavádějící statistikou (zdůvodnění – viz kapitola 4.1.1). Index iritace mezi chalupáři a rezidenty obce zahrnuje pozitivní vztah, tedy euforii, a rovněž apatii čili lhostejnost (viz kapitoly 4.2, 4.4 a 5.4.2). Bylo však zdůrazněno, že mezi rezidenty a chalupáři mohou existovat různorodé mezilidské vztahy, které se liší v závislosti na sympatiích a vztazích konkrétních osob. Co se týče indexu iritace mezi rezidenty a návštěvníky, tak podle respondenta B převažují vztahy jako euforie či apatie. Rozdělení obce dle názorů na cestovní ruch je prý totiž spíše otázkou politickou, nikoliv otázkou vztahu k lidem, který vnímá jako pozitivní. Respondent A si nicméně myslí, že turismus v nadměrné míře může některým lidem, kteří žijí přímo v centru obce, vadit, a že tento fakt může dané vztahy ovlivňovat i negativně (viz kapitola 4.4). Proto lze vysledovat různorodé vztahy.

Jaké je postavení obce v rámci životního cyklu destinace (viz kapitola 2.1.4)?

Ze zjištěných informací vyplývá, že se obec nachází přibližně na pomezí fáze zapojení a fáze rozvoje a že se dost pravděpodobně více blíží ke stádiu rozvoje, avšak znaky této fáze prý nejsou zcela naplněny, což starosta Kryštofova Údolí považuje za pozitivum pro obec (viz kapitola 4.2). Ve fázi zapojení v lokalitě stále přibývají návštěvníci, načež část obyvatel začne z turismu profitovat v rámci stravovacích a ubytovacích služeb. Pro fázi rozvoje je pak typické vyrovnaní počtu návštěvníků s počtem rezidentů a nárůst významu turistické funkce, která se stává jednou z hlavních funkcí území. Vznikají nová turistická zařízení, ale do popředí se dostávají i otázky environmentální problematiky. Značný vliv na rozvoj destinace mnohdy získávají i podnikatelé, kteří nepatří mezi rezidenty (Kowalczyk 2000, cit. v Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008 – viz kapitola 2.1.4).

Jaká jsou pozitiva a negativa cestovního ruchu (viz kapitoly 2.1.1, 2.1.2 a 2.1.3) v obci?

Jak se v obci uplatňuje multiplikační efekt cestovního ruchu (viz kapitola 2.1.1)?

Kromě rekreačního poplatku (placeného penziony) obec z turismu příliš neprofituje (viz kapitola 4.2), což však neplatí pro rezidenty podnikající v cestovním ruchu (restaurace, penziony, Muzeum betlému apod.), a tudíž cestovní ruch vnímají pozitivně (viz kapitoly 4.2, 4.3 a 4.4) – například provozovatelé kavárny jej vnímají pozitivně díky zisku a bydlišti mimo centrum obce (viz kapitola 4.3). Zde je tedy možné spatřovat multiplikační efekty. V turismu jsou zaměstnáni mj. převážně rezidenti, ačkoliv tato zaměstnanost není příliš rozsáhlá (jedná se spíše o přivýdělky). Zdejší penziony vlastní obvykle rezidenti – konkrétní rodina, která si případně najme pomocníka (obvykle nerezident). Drobnější služby provozují také spíše místní, například provozují stánek s medovinou. Dalším projevem multiplikačního efektu je fakt, že známost obce a nadužívání krajské komunikace v důsledku turismu může podpořit vyjednávání s krajskou správou ohledně opravy silnice (viz kapitola 4.2).

Rezidenti pocítují některá negativa turismu, která mnohdy převažují nad pozitivy (viz kapitoly 4.2 a 4.4). Nadměrný cestovní ruch v určitých obdobích může oslabovat genia loci (viz kapitola 4.2). Většina starousedlíků má dům u silnice, a proto jim v souvislosti s tím může vadit vysoká návštěvnost obce v určitých obdobích (viz kapitola 4.3) V oblasti, kde je v sezóně největší ruch a kde návštěvníci parkují, prochází mnoho lidí okolo zahrádek rezidentů, kteří mohou při pobytu na zahrádce vnímat pocit ztráty soukromí a klidu (viz kapitoly 4.3 a 4.4). Obec mnohdy zaznamenává značně zvýšený provoz (viz kapitoly 4.2 a 4.4). Vše se koncentruje okolo jedné hlavní silnice, návštěvníci se shlukují u orloje v centru,

případně u Novinského viaduktu (viz kapitola 4.4). Nejsou zde boční komunikace a chodníky (kvůli památkové zóně), max. se do budoucna počítá s krátkým chodníkem v centru. Infrastruktura obce tudíž není tak velkému provozu přizpůsobena (viz kapitola 4.2). Cestovní ruch zde přináší obtížně řešitelnou problematiku s parkováním (viz kapitoly 4.2, 4.4 a 4.5.7). Parkovací místa jsou omezená, proto se někdy parkuje na nevhodných místech (viz kapitoly 4.2 a 4.4). Nejsou zde placená parkoviště, neboť i přes snahy o jejich zavedení panuje přesvědčení, že by kvůli nim návštěvníci parkovali o to více mimo parkoviště na nevhodných místech, v důsledku čehož by došlo k umístění značek a řetízků na tato místa, což by znehodnocovalo obec. Existují také názory, že by bylo vhodné vybudovat dvě parkoviště mimo centrum místo centrálního parkoviště, ale starosta obce se domnívá, že by se tento nápad minul s účinkem (že by návštěvníci neparkovali více stranou od centra). Ponechal by proto k parkování dosavadní neoznačené plochy (viz kapitola 4.2). Řešitelná je však stávající problematika absence toalet pro návštěvníky, která se jeví jako palčivý problém pro návštěvníky i rezidenty. Starosta obce hovořil o plánech zřídit tyto toalety v zadní části zdejšího obecního hostince (viz kapitoly 4.2, 4.4 a 4.5.7). Jelikož obec z turismu příliš neprofituje, tak jejím rezidentům nemůže vykompenzovat neduhy turismu něčím výjimečným. Obec si ze svého rozpočtu platí lavičky a informační cedule, podporuje Svatojakubskou cestu, adventní koncerty apod. Jedná se však o produkty využívané více návštěvníky než rezidenty (viz kapitola 4.2). V oblasti Novinského viaduktu projíždějí skupiny koloběžkářů se zapůjčenými koloběžkami, ale ne všichni jsou opatrní, kvůli čemuž musí rezidenti dávat velký pozor při řízení auta. I mezi návštěvníky obce již byla vyslovena obava z nadměrného turismu v obci (viz kapitola 4.5.5).

Oslovila návštěvníky vybraná lokalita natolik, že se sem opakovaně vracejí/uvážují o další návštěvě/doporučují lokalitu dalším lidem? Jaké jsou největší atraktivita cestovního ruchu v obci?

Je zcela běžné, že se respondenti z řad návštěvníků do Kryštofova Údolí opakovaně vracejí (viz kapitola 4.5.1), uvážují o další návštěvě vsi (viz kapitola 4.5.4) a doporučují obec i dalším lidem (viz kapitola 4.5.5), neboť lokalita v drtivé většině případů splnila očekávání návštěvníků, občas je dokonce i předčila (viz kapitola 4.5.3). Co se týče atraktivit cestovního ruchu, tak mezi hlavní atraktivita obce lze zařadit například orloj, Novinský viadukt a další technické stavby, zdejší betlémy, celodřevěný kostel svatého Kryštofa ze 17. století, zachovalé chalupy v rámci památkové zóny (hrázděná a roubená stavení, podstávkové domy) či přírodní zajímavosti (viz kapitola 4.5.6). Všechny tyto zajímavosti získaly velmi

vysoké bodové ohodnocení – zcela nejvyššího hodnocení dosáhl Novinský viadukt (a další technické stavby). Tento viadukt (viz kapitola 4.1.2) může být na základě výše uvedených zjištění vnímán jako nádherná, fotogenická, ohromující a impozantní stavba či významný krajinný prvek. Hned po viaduktu dosáhla nejvyššího ohodnocení tamní příroda (viz kapitola 4.1.1) a orloj (viz kapitola 4.1.2). Mnoho návštěvníků vnímá orloj jako raritu, velikou zajímavost a vizuálně atraktivní stavbu. Charakter, krása a udržovanost zmíněné zdejší přírody měly rovněž značný vliv na dojmy návštěvníků (zmíněny byly i Karlovské bučiny). Zdejší zachovalé chalupy (viz kapitola 4.1.1) pak rovněž vzbudily pozitivní ohlas, kladně hodnocena byla například jejich vizuální atraktivita, udržovanost, zchovalost, využití, malebnost, tradiční ráz, jedinečná atmosféra či malebnost k nim patřících zahrad. Silný genius loci (viz kapitola 2.1.2) má pak zdejší kostel (viz kapitoly 4.1.2), jehož návštěvníci jej často vnímají jako velice atraktivní stavbu. Pozitivní ohlas vzbuzují také zdejší betlémy včetně nové expozice Muzea betlémů (viz kapitola 4.1.2). Jako významnou atraktivitu cestovního ruchu je třeba brát v potaz také zdejší pouť (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4, 4.5.2 a 4.5.4) či prvorepublikovou kavárnu (viz kapitoly 4.3, 4.4, 4.5.4, 4.5.5 a 4.5.7). Za velkou škodu lze považovat uzavření a prodej Domu řemesel, který se rovněž jeví jako významná atraktivita (viz kapitoly 4.1.6, 4.4, 4.5.4, 4.5.7 a 4.6). Nelze zde opominout význam cykloturistiky (viz kapitoly 4.1.1, 4.1.3, 4.2, 4.4, 4.5.2 a 4.5.4). Přínosem pro cestovní ruch v obci je jednoznačně blízkost města Liberce (viz kapitoly 4.2, 4.3, 4.4, 4.5.2, 4.5.3, 4.5.5), rovněž jej ovlivňuje blízkost státních hranic (viz kapitola 4.4).

Jaký by byl ideální návrh mimosezónní nabídky pro větší rozproštění návštěvnosti v modelové obci v rámci celého roku?

Na základě kvalitativního šetření, ukotvení lokality v obecné rovině a vlastních postojů byl sestaven návrh mimosezónní nabídky (viz kapitola 4.6). Koncipován byl tak, aby respektoval genius loci obce. Bylo doporučeno podpořit obnovení Domu řemesel. Jelikož je však tato obnova nepravděpodobná vzhledem k ukončení jeho působnosti a prodeji objektu, tak by se hodilo zachovat alespoň obchůdek s keramikou pod orlojem a vykompenzovat zánik Domu řemesel řemeslnými jarmarky v období mimosezóny. V souvislosti s boomem chovu ovcí, které se zde pasou volně na stráních jako kdysi, bylo doporučeno zpřístupnit návštěvníkům farmu s domácími zvířaty, která by se volně pásala na lukách. V rámci exkurze by pak bylo možné zjistit o těchto zvířatech, jejich životě a péči o ně mnohé informace (díky průvodci či pomocí infopanelů), což by mohlo být zajímavé a naučné zejména pro rodiny s dětmi. Jako přidaná hodnota je v obci vnímáno koncipování pohostinství v ryze

staročeském stylu v souladu s *geniem loci*. Proto bylo pohostinstvím doporučeno držet se co nejvíce staročeské kuchyně. Návštěvnost kavárny v mimosezóně by mohla podpořit odlišnost nabídky v mimosezóně, například podzimní nabídka založená na specifické tradiční specialitě (například kynutý švestkový koláč s drobenkou). Bylo doporučeno zvážit rozšíření provozní doby obecního hostince a navýšení frekvence dopravního spojení. Dále bylo doporučeno dokončit realizaci zřízení veřejných toalet pro návštěvníky v zadní části zdejšího hostince. Před mimosezónou a během ní by bylo vhodné propagovat Novinský viadukt, a to hned z několika důvodů. Největší skupina respondentů (skupina návštěvníků) udělila průměrně nejvyšší bodové hodnocení právě Novinskému viaduktu, jenž je dokonce častým cílem návštěvníků i během mimosezóny. Navíc se nachází cca 2 km od vytíženého centra, takže může odlehčit centru obce od nadměrného cestovního ruchu v sezóně. Dále by mohly cestovní ruch v obci podpořit novoty v Muzeu betlémů – nasvícení expozice betlémů novým způsobem, vytvoření nových modelů zajímavých objektů v obci (které nejsou zahrnuty v expozici), provést návštěvníky expozicí pomocí infopanelů a vytvářet prospekty se zábavnými úlohami, které se vztahují k tématu a které by byly určeny pro školy, které sem jezdí na exkurze.

Hlavní zjištění práce jsou následující fakta:

- lze potvrdit, že situace ohledně pandemie Covidu-19 příliš nepřeje cestovnímu ruchu, zvláště pak mezinárodnímu, a že omezeně umožňuje realizovat spíše domácí cestovní ruch
- lze vysledovat novou příčinu sezónnosti cestovního ruchu kromě příčin uvedených v rešerši – v rámci případové studie bylo zjištěno, že touto příčinou může být také *genius loci* daného místa v určitém ročním období (v rámci dané obce je to vánoční/adventní *genius loci* čili duch místa s patrnou vazbou na betlémy)
- lze tvrdit, že sezóna překvapivě nemusí být vždy spojena s turistickou inflací
- lze potvrdit, že se sezónnost může určitě pojit s *overtourismem*, tedy s nadměrným cestovním ruchem, přičemž v sezónnosti lze najít určité pozitivum i negativum – mimosezóna může představovat klid a odpočinek od cestovního ruchu, mohlo by se tak zdát, že přispívá k udržitelnosti cestovního ruchu, ale to neplatí, pokud sezónnost vede k *overtourismu* – v tomto případě je totiž sezónnost spíše dvousečná – klid v mimosezóně je totiž „vykoupen“ *overtourismem* v sezóně, který může být až neúnosný

Cíl diplomové práce byl naplněn, ale je třeba poznamenat, že vlivem pandemie došlo ke změně prvotního metodického plánu, jehož záměrem bylo kontaktovat všechny respondenty v modelové lokalitě osobně, přičemž rozhovory byly nakonec realizovány převážně telefonicky (viz kapitoly 3.2 a 3.3). Na zvolené téma diplomové práce je možné navázat a nadále jej rozvíjet – pro modelovou lokalitu lze například vytvořit návrh naučné stezky pro děti.

Seznam literatury a dalších zdrojů

1. Seznam literatury

BALL, R. M. (1989): Some aspects of tourism, seasonality and local labour markets. *Area*, 21, 1, 35–45.

BECKOVÁ, H. (1999): Úloha cestovního ruchu jako faktoru rozvoje regionů. *Scientific papers of the University of Pardubice, Series B, Jan Perner Faculty of Transport*, 5, 245–252.

BENEŠ, L., KALMAN, M., OSVALDOVÁ, M. a kol. (2008): *Formy spolupráce veřejného a soukromého sektoru při vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v marginálních oblastech*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha.

BERÁNEK, J. (2013): *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vydání. MAG CONSULTING, s.r.o., Praha.

BEZDĚK, M. (2017): *Životní cyklus destinace – Lipno nad Vltavou*. Bakalářská práce. Vysoká škola regionálního rozvoje, Praha.

BÍNA, J. (2010): *Potenciál cestovního ruchu v České republice*. Aktualizace 2010, <https://www.uur.cz/default.asp?ID=3690> (cit. 2. 1. 2021).

BORZYSZKOWSKI, J., MARCZAK, M., ZARĘBSKI, P. (2016): Spatial diversity of tourist function development: the municipalities of Poland's West Pomerania province. *Acta geographica Slovenica* 56, 2, 267–276.

BOTLÍKOVÁ, M. (2019): Intenzita cestovního ruchu v České republice. In: kolektiv autorů (2019): 8. mezinárodní vědecká konference „Aktuální trendy lázeňství, hotelnictví a turismu: Cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje“. Recenzovaný sborník konference. Slezská univerzita v Opavě, Opava, 10–16.

BOURLON, F., MICHEL, F. (2017): L'Utopie ou le Tourisme ! *Études Caribéennes*, 37-38, Août-Décembre 2017, <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/11312> (cit. 22. 3. 2020).

BROSY, C., ZANINOVIC, K., MATZARAKIS, A. (2013): Quantification of climate tourism potential of Croatia based of measured data and regional modeling. *International Journal of Biometeorology* (2014), 58, 6, 1369–1381.

- BUTLER, R. W. (1980): The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 24, 1, 5–12.
- BUTLER, R. W. (1999): Sustainable Tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1, 1, 7–25.
- CANNAS, R. (2012): An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. *AlmaTourism, Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 3, 5, 40–58.
- CARRAHER, S., PARNELL, J. A. (2012): Customer Service during Peak (in Season) and Non-Peak (off Season) Times: A Multi-Country (Austria, Switzerland, UK & USA) Examination of Entrepreneurial Tourist Focused Core Personnel. *International Journal of Entrepreneurship*, 12, 39–56.
- DE CANTIS, S., FERRANTE, M. (2017): Seasonality and Tourism. *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*, 1074–1077.
- FIALOVÁ, D. (2009): Hledisko času při výzkumu rekreačního prostoru. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 53, 105–112.
- FIALOVÁ, D. (2013): Vnímání destinace cestovního ruchu vybranými aktéry – metodické přístupy. In: kol. autorů (2013): *Konference „Aktuální problémy cestovního ruchu: Cestovní ruch - destinace - regionální rozvoj.“ Sborník příspěvků. Vysoká škola polytechnická Jihlava, Jihlava*, 37–42.
- FIALOVÁ, D. (2014a): Technické zasněžování – spása nebo zkáza? *Geografické rozhledy*, 23, 3, 24–25.
- FIALOVÁ, D. (2014b): Tradiční a nové formy druhého bydlení jako významná součást vnitrostátního cestovního ruchu. In: Holešinská, A. a kol. (2014): *5. mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu. Sborník příspěvků. Masarykova univerzita, Brno*, 16–29.
- FIALOVÁ, D., NEKOLNÝ, L. (2015): Rub a líc turistické přitažlivosti. *Geografické rozhledy*, 24, 4, 8–9.
- FIALOVÁ, D., NEKOLNÝ, L. (2017): Řečí čísel cestovního ruchu. *Geografické rozhledy*, 26, 3, 22–23.

FIALOVÁ, D., VÁGNER, J. (2005): Druhé bydlení v periferních oblastech. In: kol. autorů (2005): Problémy periferních oblastí. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha, 74–80.

FIALOVÁ, D., VÁGNER, J. (2011a): Regionální identita obyvatel a rekreatantů v periferních oblastech Česka. Význam rekreační funkce sídel a obcí v procesu formování regionální identity a identity regionů v ČR, grantový projekt GA ČR č. 403/09/1491.

FIALOVÁ, D., VÁGNER, J. (2011b): Druhé bydlení – nejen české specifikum. Geografické rozhledy, 21, 1, 8–9.

FIALOVÁ, D., VÁGNER, J. (2020): Hledisko času při hodnocení dopadů cestovního ruchu v destinacích nadměrného nevyváženého turismu. Konference „Aktuální problémy cestovního ruchu: Overtourism – riziko pro destinace.“ VŠPJ Jihlava, 4.–5. 3. 2020.

GALVASOVÁ, I., BINEK, J., HOLEČEK, J. a kol. (2008): Průmysl cestovního ruchu. 1. vydání. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha.

GOODWIN, H. (2019): Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment. Institute of Place Management, Manchester Metropolitan University, Manchester.

GÖSSLING, S., SCOTT, D., HALL, C. M. (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable tourism, před tiskem, 1–20, <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708> (cit. 10. 10. 2020).

HALL, C. M. (2005): Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility. Pearson Education Limited, Harlow, England.

HAMARNEH, I. (2012): Geografie turismu – mimoevropská teritoria. 1. vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

HESKOVÁ, M. (2006): Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy. Nakladatelství Fortuna, Praha.

HIGGINS-DESBIOLLES, F., CARNICELLI, S., KROLIKOWSKI, C. a kol. (2019): Degrowing tourism: rethinking tourism. Journal of Sustainable Tourism, 27, 12, 1926–1944.

HOLEŠINSKÁ, A. (2005): Návrh tvorby webových stránek destinace. Studijní text. Katedra regionální ekonomie a správy, Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita v Brně, Brno.

HORNER, S., SWARBROOKE, J. (2003): Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Aplikovaný marketing služeb. 1. vydání. Grada, Praha.

CHUNG, J. Y. (2009): Seasonality in tourism: a review. E-Review of Tourism Research (eRTR), 7, 5, 82–96.

IPCC (2013): Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge and New York.

JAKUBÍKOVÁ, D. (2009): Marketing v cestovním ruchu. 1. vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

JAKUBÍKOVÁ, D. (2012): Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

JOLLIFFE, L., FARNSWORTH, R. (2003): Seasonality in tourism employment: human resource challenges. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15, 6, 312–316.

KOMOROWSKI, J., HOLDERNA-MIELCAREK, B. (2019): Mass tourism and overtourism in Polish agglomerations. Poznan and Wroclaw case studies. Research papers of Wroclaw University of Economics and Business, 63, 9, 68–78.

KOTÍKOVÁ, H. (2013): Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

KRAJÍČKOVÁ, A. (2019): Mediálně-prostorová analýza opatření v destinacích trpících overtourismem. In: Klímová, V., Žitek, V. a kol. (2019): XXII. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků. Masarykova univerzita, Brno, 577–582.

KŘÍŽ, T. (2017): Dopady cestovního ruchu na historické centrum Kutné Hory. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha.

KUKAL, Z., DUDÍKOVÁ SCHULMANNOVÁ, B., VALEČKA, J. a kol. (2010): Hrady Čech a Moravy. Z čeho jsou a na čem stojí. 1. vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

KUNC, J., ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J. (2006): Analýza cestovního ruchu v kraji Vysočina. Katedra regionální ekonomie a správy, Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita, Brno.

KVÍTKOVÁ, Z. (2017): Marketingové řízení a rozhodování v cestovním ruchu. 1. vydání. University Books – Vysoká škola ekonomická v Praze, Praha.

LINDEROVÁ, I. (2015): Cestovní Ruch – základy a právní úprava. 1. vydání. Idea Servis, Praha.

LUNDTORP, S. (2001): Measuring Tourism Seasonality. In: Baum, Lundtorp (2011): Seasonality in Tourism. 1. vydání. Routledge, New York.

MARŠÁLEK, M., STRAŠIL, P. (2015): Tesařství a truhlářství v podstávkovém domě. Součást projektu Kvalitní řemeslnická práce při obnově podstávkových domů. Frýdlantsko, z. s., a MAS FRÝDLANTSKO, z. s., Frýdlant.

MATLOVIČOVÁ, K., KOLESÁROVÁ, J., MATLOVIČ, R. (2016): Vybrané teoretické aspekty destinačního marketingu založeného na participácii marginalizovaných komunit. In: kol. autorů (2016): Hotelnictví, turizmus a vzdělávání. Sborník mezinárodní vědecké konference, 8. ročník. Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s.r.o., Praha, 128–143.

MĚRTLOVÁ, L., SMITH, V. (2014): Vývoj cestovního ruchu v České republice. In: Klímová, V., Žítek, V. a kol. (2014): XVII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků. Masarykova univerzita, Brno, 811–816.

MICKLITZA, A. (2020): Tschechien. Unterwegs in Böhmen und Mähren. 6., aktualizované vydání. Trescher Verlag, Berlin.

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ (2012): Plán péče o Národní přírodní rezervaci Karlovské bučiny na období 2012–2022. Plány péče, <https://jizerskehory.ochranaprirody.cz/ke-stazeni/plany-pece/> (cit. 13. 4. 2021).

MLČOCHOVÁ, A. (2016): Veřejná prostranství: Případová studie Staroměstského náměstí v Praze. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha.

MONTANARI, A., MAGNARAPA, C. (1998): The geography of marine tourism and recreation. In: Buzzetti, L., Vallega, A., Zunica, M. a kol. (1998), Italy's sea. Problems and perspectives. Società geografica italiana, Řím, 167–187.

MRÁZKOVÁ, M. (2011): Genius loci a jeho role v cestovním ruchu. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova v Praze.

NEKOLA, P. (2018): Proměny turistické nabídky v krajích Česka v letech 2009–2018 na základě podkladů profesního časopisu COT. Bakalářská práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha.

NEVRLÝ, M. (2005): Kryštofovo Údolí. Putování časem a krajinou. Vestri, Liberec.

NOVOTNÁ, M., KUNC, J. (2019): Více je lépe? Intenzita cestovního ruchu a její vliv na udržitelnost destinace. In: Klímová, V., Žitek, V. a kol. (2019): XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků. Masarykova univerzita, Brno, 568–576.

OBŮRKOVÁ, E. (2017): Zimní výlety s dětmi. 1. vydání. CPress, Brno.

PALATKOVÁ, M. (2006): Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu. 1. vydání. Grada, Praha.

PÁSKOVÁ, M. (2003a): Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle kriticko-realistické metodologie. Disertační práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova v Praze, Praha.

PÁSKOVÁ, M. (2003b): Kapacita území turistického regionu Český ráj pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu. COT Business, 6, https://www.researchgate.net/publication/303116465_KAPACITA_UZEMI_TURISTICK_EHO_REGIONU_CESKY_RAJ_PRO_UDRZITELNY_ROZVOJ_CESTOVNIHO_RUC_HU#fullTextFileContent (cit. 12. 12. 2020).

PATOČKOVÁ, L. (2010): Trvalá udržitelnost cestovního ruchu v okrese Semily. Diplomová práce. Geografický ústav, Přírodovědecká fakulta, Masarykova Univerzita, Brno.

PERLÍN, R., KUČEROVÁ, S., KUČERA, Z. (2010): Typologie venkovského prostoru Česka. Geografie, 115, 2, 161–187.

PETR, O. (2012): Venkovský cestovní ruch v kontextu rozvoje českého venkova. Czech Journal of Tourism, 1, 2, 135–155.

POLEMIO, M., CASANARO, D. (2004): Rainfall and drought in southern Italy (1821–2001). In: Rodda, J. C., Ubertini, L. (2004): *The Basis of Civilization – Water Science*. IAHS Publication, Wallingford, 217–227.

POSPÍŠILOVÁ, L. (2012): *Prostorové aspekty každodenního života*. Dizertační práce. Katedra sociální geografie a sociálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha.

RUBÁŠ, D. (2017): *Přírodní klenoty Podještědí. Obrazový průvodce krajinou*. 1. vydání. Vlastní náklad.

RYGLOVÁ, K. (2009): *Cestovní ruch – soubor studijních materiálů*. 3., rozšířené vydání. KEY Publishing s.r.o., Ostrava.

RYGLOVÁ, K., BURIAN, M., VAJČNEROVÁ, I. (2011): *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vydání. Grada Publishing, a.s., Praha.

RÝZNAROVÁ, M. (2019): *Vzpomínky z cest*. 1. vydání. E-knihy jedou, Praha.

SÆPÓRSDÓTTIR, A. D., HALL, C. M., STEFÁNSSON, Þ (2019): Senses by Seasons: Tourists' Perceptions Depending on Seasonality in Popular Nature Destinations in Iceland. *Sustainability, MDPI, Open Access Journal*, 11, 11, 1–18.

SAPUTRA, I. G. G., PAR, S., PAR, M. a kol. (2017): Tourism sustainability on young generation perspective. *Proceeding of the ASEAN Tourism Research Conference 2017*, 1, 108–116.

SHARPLEY, R. (2000): Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8, 1, 1–19.

ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A. a kol. (2015): *Cestovní ruch*. Učební text. Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova Univerzita, Brno.

ŠÍP, J. a kol. (2020): *Venkovský cestovní ruch. Aktuální témata cestovního ruchu*. 1. vydání. Společnost vědeckých expertů cestovního ruchu (SVECR), z.s., Brno.

ŠTORKOVÁ, K. (2018): *Učitelovo osobní pojetí výuky jako zásadní faktor výuky zeměpisu*. Bakalářská práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova, Praha.

TADIĆ, S., VELJOVIĆ, M. (2020): Logistics of Rural Tourism. *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, 10, 3, 323–350.

TSIOTAS, D., KRABOKOUKIS, T., POLYZOS, S. (2020): Examining the relationship between tourism seasonality and saturation for the Greek prefectures: A combined operational and TALC-theoretic approach. In: 7th International Conference on „Culture and Tourism in a Smart, Globalized and Sustainable World.“ Hydra island, Greece, 2.–4. 9. 2020.

VACKOVÁ, T. (2006): Možnosti rozvoje venkovského cestovního ruchu v Česku s využitím zkušeností Francie. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta, Univerzita Karlova v Praze, Praha.

VAŘEKA, J., SCHEYBAL, J. (1976): Hrázděný dům v Čechách a jeho vztah k oblastem patrové lidové architektury (Etnografická studie věnovaná památce dr. Em. Baláše). *Český lid*, 63, 1, 4–22.

VYSTOUPIL, J. a kol. (2007): Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. 1. vydání. Masarykova univerzita, Brno.

WILLIAMS, S. (1998): *Tourism Geography*. 1. vydání. Routledge Contemporary Human Geography, London & New York.

ZÁBRANSKÝ, M., RODA, J. a kol. (2014): Putování za betlémy české republiky. Grada Publishing, a.s., Praha.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. 2., kompletně přepracované a doplněné vydání. Linde Praha, Praha.

ZYZAK, W. (2015): Sustainable Tourism – Sensible Tourism. *Chemistry-Didactics-Ecology-Metrology*, 20, 1–2, 105–112.

2. Seznam dalších zdrojů

BOOKING.COM (2021): Pension Rokytka, <https://www.booking.com/hotel/cz/pension-rokytka.cs.html> (cit. 29. 4. 2021).

CESKEHORY.CZ (2020): Kryštofovo Údolí, <https://krystofovo-udoli.ceskehory.cz/> (cit. 20. 10. 2020).

CZECHTOURISM (2021a): Transbordér pod hradem Hamrštejnem, <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/transborder-pod-hradem-hamrstejnem> (cit. 18. 2. 2021).

CZECHTOURISM (2021b): Údolská pouť 2019 v Kryštofově Údolí, <https://www.kudyznudy.cz/akce/udolska-pout-2014-v-krystofove-udoli> (cit. 4. 3. 2021).

ČESKEMSNÁMI.CZ (2020): Penzion Údolanka v Kryštofově Údolí, <https://www.ceskemsnami.cz/penziony/luzickehory/krystofovo-udoli-okres-liberec/penzion-udolanka-v-krystofove-udoli.html> (cit. 21. 10. 2020).

ČSÚ (2020a): Cestovní ruch - 1. čtvrtletí 2020, <https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-1-ctvrtleti-2020> (cit. 10. 11. 2020).

ČSÚ (2020b): Cestovní ruch - 2. čtvrtletí 2020, <https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-2-ctvrtleti-2020> (cit. 10. 11. 2020).

ČSÚ (2020c): Cestovní ruch - 3. čtvrtletí 2020, <https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-3-ctvrtleti-2020> (cit. 10. 11. 2020).

ČSÚ (2020d): Počet obyvatel v obcích k 1. 1. 2020, <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112019> (cit. 11. 10. 2020).

ČÚZK (2020a): k.ú.: 675474 - Kryštofovo Údolí - podrobné informace, https://www.cuzk.cz/Dokument.aspx?AKCE=META:SESTAVA:MDR002_XSLT:WEBC_UZK_ID:675474 (cit. 11. 10. 2020).

ČÚZK (2020b): k.ú.: 675482 - Novina u Liberce - podrobné informace, https://www.cuzk.cz/Dokument.aspx?AKCE=META:SESTAVA:MDR002_XSLT:WEBC_UZK_ID:675482 (cit. 11. 10. 2020).

DOPENZIONU.CZ (2020): Penzion a restaurace U Uhlířů, <https://www.dopenzionu.cz/liberec/penzion-a-restaurace-u-uhliru-23673> (cit. 21. 10. 2020).

HAVLÁK, K. (2021): Ranč v Údolí. Úvodní stránka, <https://www.rancvudoli.eu/> (cit. 7. 1. 2021).

HOLUB, P. (2020): Historie obce. Dějiny Kryštofova Údolí, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/zajimavosti/historie-obce/> (cit. 22. 5. 2020).

IDOS.CZ (2021a): IDOS • Liberec → Kryštofovo Údolí • Vlaky + Autobusy + MHD (všechna) • Vyhledání spojení, <https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=07.01.2021&time=00:0>

[0&f=Liberec&fc=1&t=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&tc=1&direct=true](https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=11.01.2021&time=00:00&f=Liberec&fc=1&t=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&tc=1&direct=true)
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021b): IDOS • Liberec → Kryštofovo Údolí • Vlaky + Autobusy + MHD
(všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=11.01.2021&time=00:00&f=Liberec&fc=1&t=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&tc=1&direct=true>
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021c): IDOS • Kryštofovo Údolí → Liberec • Vlaky + Autobusy + MHD
(všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=07.01.2021&time=00:00&f=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&fc=1&t=Liberec&tc=1&direct=true>
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021d): IDOS • Kryštofovo Údolí → Liberec • Vlaky + Autobusy + MHD
(všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=11.01.2021&time=00:00&f=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&fc=1&t=Liberec&tc=1&direct=true>
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021e): IDOS.CZ (2021b): IDOS • Liberec → Kryštofovo Údolí • Vlaky +
Autobusy + MHD (všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=09.01.2021&time=00:00&f=Liberec&fc=1&t=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&tc=1&direct=true>
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021f): IDOS.CZ (2021b): IDOS • Liberec → Kryštofovo Údolí • Vlaky +
Autobusy + MHD (všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=10.01.2021&time=00:00&f=Liberec&fc=1&t=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&tc=1&direct=true>
(cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021g): IDOS • Kryštofovo Údolí → Liberec • Vlaky + Autobusy + MHD
(všechna) • Vyhledání spojení,
<https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=09.01.2021&time=00:00>

[0&f=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&fc=1&t=Liberec&tc=1&direct=true](https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=10.01.2021&time=00:00&f=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&fc=1&t=Liberec&tc=1&direct=true) (cit. 6. 1. 2021).

IDOS.CZ (2021h): IDOS • Kryštofovo Údolí → Liberec • Vlaky + Autobusy + MHD (všechna) • Vyhledání spojení, <https://idos.idnes.cz/vlakyautobusymhdvse/spojeni/vysledky/?date=10.01.2021&time=00:00&f=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD&fc=1&t=Liberec&tc=1&direct=true> (cit. 6. 1. 2021).

KAVÁRNA U JEŽKA (2020): Úvod, <http://www.kavarnaujezka.freepage.cz/uvod/> (cit. 2. 4. 2020).

KOLOBEZKYJESTED.CZ (2020): Ceník, <http://www.kolobezkyjested.cz/cenik-2/> (cit. 7. 1. 2020).

KRAJSKÝ ÚŘAD LIBERECKÉHO KRAJE (2020a): Penzion Rokytky, <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/12331-penzion-rokytka.html> (cit. 21. 10. 2020).

KRAJSKÝ ÚŘAD LIBERECKÉHO KRAJE (2020b): Penzion Eva, Kryštofovo Údolí, <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/1990-penzion-eva-krystofovo-udoli.html> (cit. 21. 10. 2020).

KRAJSKÝ ÚŘAD LIBERECKÉHO KRAJE (2020c): Penzion Neuland, <https://www.liberecky-kraj.cz/dr-cs/4864-penzion-neuland.html> (cit. 21. 10. 2020).

LIŠKOVÁ, L. (2015): Novinský viadukt. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

LIŠKOVÁ, L. (2017a): Kulturní chráněná památka – dům č.p. 21. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

LIŠKOVÁ, L. (2017b): Dřevěná zvonice u kostela. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

LIŠKOVÁ, L. (2017c): Barokní mostek se sochou svatého Jana Nepomuckého. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

LIŠKOVÁ, L. (2018): Novostavba. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

LIŠKOVÁ, L. (2019): Novinský viadukt v zimě. Archiv Lucie Liškové. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

MAPY.CZ (2020a): Poloha Kryštofova Údolí v rámci celého Česka, <https://mapy.cz/zakladni?x=15.6314866&y=49.8078267&z=7&source=muni&id=1842> (cit. 19. 10. 2020).

MAPY.CZ (2020b): Mapa vybraných atraktivit ve středu obce, <https://mapy.cz/zakladni?x=14.9328645&y=50.7731352&z=18&source=muni&id=1842> (cit. 19. 10. 2020).

MAPY.CZ (2021a): Podrobnější situační mapa Kryštofova Údolí, <https://mapy.cz/zakladni?x=14.9442623&y=50.7706265&z=11&source=muni&id=1842> (cit. 2. 1. 2021).

MAPY.CZ (2021b): Cyklotrasa 3069, <https://mapy.cz/turisticka?vlastni-body&x=14.9473268&y=50.8044551&z=12&ut=Nov%C3%BD%20bod&uc=95X1.x1tEj&ud=Kry%C5%A1tofovo%20%C3%9Adol%C3%AD%2C%20Liberec> (cit. 11. 3. 2021).

MAPY.CZ (2021c): Cyklotrasa 21, <https://mapy.cz/turisticka?vlastni-body&x=14.6832539&y=50.8333739&z=11&l=0&ut=Nov%C3%BD%20bod&uc=95-nQx1t-F&ud=50%C2%B046%2738.629%22N%2C%2014%C2%B056%2724.213%22E> (cit. 11. 3. 2021).

MAPY.CZ (2021d): Plánování (Kavárna U Ježka – Novinský železniční viadukt), <https://mapy.cz/zakladni?planovani-trasy&x=14.9441551&y=50.7698626&z=14&rc=95ZQBx1s2ahZ8bXL&rs=firm&rs=base&ri=12982774&ri=2064533&mrp=%7B%22c%22%3A121%7D&xc=%5B%5D&rwp=1%3B95ZQOx1rbBWafKrhLA3TZ> (cit. 16. 3. 2021).

NA CESTÁCH ONLINE (2021): Kryštofovo Údolí, <http://www.nacestach.online/2017/01/krystofovo-udoli-pokud-se-ocitnete.html> (cit. 7. 1. 2021).

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV (2020a): Návštěvnost zámku Sychrov v roce 2019, <https://www.zamek-sychrov.cz/cs/zpravy/68223-navstevnost-objektu-ve-sprave-npu-na-liberecku-kralovehradecku-a-pardubicku> (cit. 16. 12. 2020).

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV (2020b): Dům, <https://www.pamatkovykatalog.cz/dum-14924604> (cit. 4. 1. 2020).

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV (2020c): Dům, <https://www.pamatkovykatalog.cz/dum-15085863> (cit. 5. 1. 2020).

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV (2021a): Dům, <https://pamatkovykatalog.cz/dum-15263051> (cit. 14. 4. 2021).

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV (2021b): Kostel sv. Kryštofa, <https://pamatkovykatalog.cz/kostel-sv-krystofa-16187129> (cit. 30. 4. 2021).

NEULINGER, A. (2018): Kryštofovo Údolí, <https://www.ceskehory.cz/foto/68437.html?gallery=coor-50.7744N-14.9334E-7&config=place> (cit. 20. 10. 2020).

NOVÁK, F. (2019): Provozní doba, <http://www.orloj-betlemy-chaloupka.cz/provoz.aspx> (cit. 26. 5. 2020).

OBECNÍ ÚŘAD KRYŠTOFOVA ÚDOLÍ (2020): Plánek rozložení turistických atraktivit Kryštofova Údolí. Obdrženo společně s publikací: „*Nevrlý, M. (2005): Kryštofovo Údolí. Putování časem a krajinou. Vestri, Liberec.*“

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2020a): Orloj, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/zajimavosti/orloj/> (cit. 2. 4. 2020).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2020b): Muzeum betlémů, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/zajimavosti/muzeum-betlemu/muzeum-betlemu-28cs.html> (cit. 27. 5. 2020).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2020c): Doprava, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/informace-sluzby/doprava/> (cit. 3. 6. 2020).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021a): Restaurace a ubytování, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/informace-sluzby/restaurace-a-ubytovani/> (cit. 6. 1. 2021).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021b): Dům řemesel, <https://www.krystofovoudoli.eu/turisticke-informace/informace-sluzby/dum-remesel/> (cit. 7. 1. 2021).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021c): Zpravodaj obce Kryštofovo Údolí 56(6/2020). Neprodejný pravidelník pro občany a přátele obce Kryštofovo Údolí, <https://www.krystofovoudoli.eu/obec/zpravodaj-obce-1/> (cit. 4. 3. 2021).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021d): Údolská pouť 2021 se nekoná, <https://www.krystofovoudoli.eu/obec/aktuality/udolska-pout-2021-se-nekona-122cs.html> (cit. 4. 3. 2021).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021e): Veřejná sbírka na sochu svatého Kryštofa, <https://www.krystofovoudoli.eu/obec/verejna-sbirka-na-sochu-sv-krystofa/> (cit. 16. 3. 2021).

OFICIÁLNÍ STRÁNKA OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2021f): Fotogalerie, <https://www.krystofovoudoli.eu/obec/fotogalerie/> (cit. 14. 4. 2021).

PASPORT CYKLOTRAS LIBERECKÉHO KRAJE (2021): Detail cyklotrasy č. 3069, https://dopravnimapy.kraj-lbc.cz/mapserv/pasport_cyklo/trasa_detail.php?id=3069 (cit. 11. 3. 2021).

PENZION EVA (2020): Penzion Eva Liberec, <http://www.penzioneva-liberec.cz/> (cit. 21. 10. 2020).

PENZION ROKYTKA (2020a): O nás, <https://www.pen-rok.cz/o-nas> (cit. 21. 10. 2020).

PENZION ROKYTKA (2020b): Kontakt, <https://www.pen-rok.cz/kontakt> (cit. 5. 1. 2020).

POKORNÝ, M. (2021): Pěnovcový pramen (6813), <https://www.estudanky.eu/6813> (cit. 12. 4. 2021).

RAICH, K. (2008): Cyklotrasa č. 21 Hřensko – Chrastava, <http://cyklotrasy.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=136391> (cit. 11. 3. 2021).

ROZSYPALOVÁ, M. (2020): Dům řemesel v Kryštofově Údolí zavřel své brány. V sobotu byl otevřený naposledy, <https://liberecky.denik.cz/z-regionu/dum-remesel-v-krystofove-udoli-zavrel-sve-brany-v-sobotu-byl-otevreny-naposledy.html> (cit. 30. 3. 2021).

STUDNIČKA, M. (2019): Návštěvnost Botanické zahrady Liberec v roce 2018. Archiv RNDr. Miloslava Studničky, CSc. Poskytnuto na vyžádání pro účely diplomové práce.

ZAJIMAVAMISTA.CZ (2016): Dům řemesel Kryštofovo Údolí <https://www.zajimavamista.cz/misto-4337-dum-remesel-krystofovo-udoli> (cit. 7. 1. 2021).

ZASTUPITELSTVO OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2018a): Územní plán Kryštofovo Údolí, <https://www.liberec.cz/krystofovo-udoli/novy-UP/> (cit. 4. 1. 2020).

ZASTUPITELSTVO OBCE KRYŠTOFOVO ÚDOLÍ (2018b): OOP KÚ odůvodnění, <https://www.krystofovoudoli.eu/obec/uzemni-plan-obce/>, [file:///C:/Users/ka/Downloads/02-24-18-11-22-49oop_ku-oduvodneni%20\(8\).pdf](file:///C:/Users/ka/Downloads/02-24-18-11-22-49oop_ku-oduvodneni%20(8).pdf) (cit. 7. 1. 2020).

Seznam příloh

Příloha 1: Řízený rozhovor s panem starostou – otázky

Jak dlouho a za koho působíte v zastupitelstvu? Jste či nejste uvolněn?

Která období roku jsou pro Kryštofovo Údolí hlavní sezónou z hlediska cestovního ruchu a čím je to ovlivněno? Lze předpokládat nejen letní, ale i zimní sezónu díky zdejšími betlémům?

Myslíte, že střídání sezóny, kdy jsou počty návštěvníků vysoké, a mimosezóny, kdy jsou počty návštěvníků nízké, představuje pro obec spíše přínos, nebo naopak problém, případně proč?

Podle stránek obce byla kvůli současné situaci ohledně Covidu-19 zrušena letos zdejší pout'. Kolik lidí může odhadem navštívit tuto událost během jediného dne? Poznamenala situace ohledně Covidu-19 zdejší cestovní ruch celkově? Je tato pout' něčím jedinečná oproti poutím, které můžeme navštívit jinde?

Navštěvuje danou obec mnoho cizinců? Lze odhadem určit, kolik procent návštěvníků tvoří cizinci? Ze kterých zemí sem případně přijíždějí?

Ke dni 31. 12. 2019 žilo v Kryštofově Údolí dle ČSU 382 obyvatel. Platí to i nyní, nebo se počet obyvatel od té doby změnil?

Podle dat ČÚZK z května 2020 je v obci více objektů individuální rekreace než rodinných a bytových domů dohromady. Je tedy možné, že celkový počet zdejších chalupářů může převažovat nad stálými obyvateli Údolí, jak naznačil pan Miloslav Nevrlý ve své knize z roku 2005, nebo se od té doby něco výrazněji změnilo? Předpokládám, že počet chalupářů nelze určit zcela přesně, neboť jakoukoliv chalupu napsanou na jednu či dvě osoby může za účelem chalupaření navštěvovat různé množství lidí, které se může v čase měnit (předpokladem však je, že na 1 objekt individuální rekreace připadají přibližně 4 osoby).

Přidělte každé níže uvedené zajímavosti Kryštofova Údolí číslo od 1 do 5 podle významu, jaký má podle Vás pro cestovní ruch v obci (5 = největší možný význam, 1 = minimální význam):

- Orloj
- Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém

- Novinský viadukt a další technické stavby
- Kostel svatého Kryštofa ze 17. století
- Zachovalé chalupy
- Místní a okolní příroda

Myslíte, že je pro zdejší cestovní ruch přínosem blízkost města Liberce?

Jak se staví stálí obyvatelé k cestovnímu ruchu v obci? Je to tak, že někteří mají z cestovního ruchu zisk a podporují jej, zatímco jiným cestovní ruch v obci vadí, případně proč? Která skupina podle Vás převažuje?

Má zdejší cestovní ruch alespoň částečně pozitivní dopad i na ty obyvatele, kteří jsou spíš proti cestovnímu ruchu v obci (např. větší zisky pro obec, díky kterým je možné zaplatit něco, co následně využívají všichni její obyvatelé, např. infrastrukturu; dále také navýšení počtu těch pracovních míst v obci, kde se mohou uplatnit právě zdejší obyvatelé, a s tím související pozitivní vliv na zaměstnanost v obci)?

Jaká jsou podle Vás pozitiva a negativa cestovního ruchu v Kryštofově Údolí? Jak jej vnímáte přímo Vy?

V čem podle Vás spočívá tzv. genius loci (neboli „duch místa“) Kryštofova Údolí?

Jak by podle Vás bylo možné navýšit počet návštěvníků obce v mimosezónním období? Myslíte, že by to pro cestovní ruch obce i pro její obyvatele bylo přínosné, nebo naopak nikoliv? Jsou takovéto změny podle Vás žádoucí, pokud by nijak nenarušovaly původní charakter obce a již zmíněného genia loci daného místa?

Ve které fázi životního cyklu destinace se podle Vás Kryštofovo Údolí nachází (když nebereme v úvahu dopady Covidu-19)?

- a) fáze explorace
- b) fáze zapojení
- c) fáze rozvoje
- d) fáze konsolidace
- e) fáze stagnace

f) fáze poklesu

Kowalczyk (2000, cit. v Galvasová, Binek, Holeček a kol. 2008, s. 26–27) definuje tyto fáze takto:

„- fáze explorace – na určitém místě se objevuje malá skupinka individuálních turistů, jež přitahují přírodní a kulturní atraktivity; cestovní ruch ve velmi omezeném stupni ovlivňuje život obyvatel i lokální ekonomiku;

- fáze zapojení – dané místo, daná oblast jsou stále více navštěvovány turisty, část místních obyvatel využívá příjmů z ubytovacích a stravovacích služeb;

- fáze rozvoje – turistická funkce se stává jednou z hlavních funkcí území; v této etapě se počet turistů vyrovnává s počtem místních obyvatel, vznikají mnohá nová zařízení cestovního ruchu, dochází k prvním environmentálním střetům (roste zatížení místní a okolní přírody vlivem dynamiky rozvoje); v této fázi kontrolu nad rozvojem destinace (regionu cestovního ruchu) často přebírají podnikatelé mimo dané území;

- fáze konsolidace – dochází k maximálnímu rozvinutí turistické funkce území, postupně klesá tempo růstu počtu turistů, cestovní ruch již převládá v odvětvové struktuře lokální ekonomiky, v urbanistické struktuře měst se začínají objevovat funkčně specializované místní části (čtvrtě hotelů, restaurací, cestovních kanceláří aj.), začínají ale také vznikat první sociální konflikty mezi turisty a místním obyvatelstvem;

- fáze stagnace – po dosažení maximálního počtu návštěvníků začíná fáze jejich poklesu, což vede ke špatným ekonomickým výsledkům ubytovací, stravovací aj. rekreační infrastruktury, kromě toho narůstají sociální problémy (v důsledku kulturních rozdílů, zvyšuje se kriminalita, narůstají ekologické problémy);

- fáze poklesu – dříve vybudovaná turistická funkce destinace výrazně klesá vlivem odlivu návštěvníků, uzavíráním hotelů, restaurací a dalších zařízení cestovního ruchu, objevují se nové funkce – např. část hotelové kapacity se mění na sociální, případně zdravotní služby nebo bydlení; místy turistická funkce vymizí úplně, nebo mění formu, tzn. přes fázi obrození začíná nový životní cyklus destinace (turistického regionu). Příkladem z minulosti mohou být transformace některých lázeňských středisek v Alpách, Pyrenejích nebo Karpatech na střediska zimních sportů."

Zvažujete zřízení více parkovacích míst či veřejných toalet pro návštěvníky?

Příloha 2: Řízený rozhovor s provozovateli zdejší kavárny – otázky

Která období roku jsou pro Vaši kavárnu hlavní sezónou a čím je to ovlivněno? Lze předpokládat nejen letní, ale i zimní sezónu díky zdejším betlémům, které jsou pro Kryštofovo Údolí typické?

Zdejší Orloj funguje denně od 8 až do 22 hodin a chod pohybových figur bývá zahájen vždy v celou hodinu. Ovlivňuje tento fakt čas příchodu návštěvníků Údolí k Vám do kavárny?

Předpokládám, že počty zákazníků bývají převážně vyšší o víkendech než ve všedních dnech, je tomu tak?

Lze odhadem říci, kolik lidí přibližně navštíví Vaši kavárnu během jednoho víkendového dne v období adventu, během jednoho víkendového letního dne a během všedního dne v mimosezónním období?

Kolik lidí přibližně navštíví Vaši kavárnu během jednoho roku?

Letos byla v Kryštofově Údolí zrušena pouť kvůli současné situaci ohledně pandemie Covidu-19. Kolik zákazníků jinak přibližně navštíví Vaši kavárnu během jednoho takového poutěového dne? Ovlivnila současná situace ohledně Covidu-19 návštěvnost kavárny celkově?

Kolik procent Vašich zákazníků tvoří přibližně cizinci? Ze kterých zemí sem případně nejčastěji přijíždějí?

Které skupiny obyvatel nejčastěji navštěvují Vaši kavárnu (například senioři, lidé ve středním věku, rodiny s dětmi, mladí lidé)?

Vracejí se k Vám lidé opakovaně?

Co je podle Vás největší specialitou kavárny ze všech nabízených specialit? Liší se nabídka v závislosti na ročním období?

Myslíte, že je pro zdejší cestovní ruch přínosem blízkost města Liberce?

Přidělte každé níže uvedené zajímavosti Kryštofova Údolí číslo od 1 do 5 podle významu, jaký má podle Vás pro cestovní ruch v obci (5 = největší možný význam, 1 = minimální význam):

- Orloj

- Muzeum betlémů a venkovní, Jirův, betlém
- Novinský viadukt a další technické stavby
- Kostel svatého Kryštofa ze 17. století
- Zachovalé chalupy
- Místní a okolní příroda

Co by podle Vás mohlo podpořit zdejší cestovní ruch v mimosezónním období?

Ovlivňuje ve Vaší kavárně ceny sezónnost cestovního ruchu či nikoliv?

Příloha 3: Řízený rozhovor s návštěvníky Kryštofova Údolí – otázky

Kdy naposledy jste navštívil/a Kryštofovo Údolí za účelem cestovního ruchu (uveďte alespoň rok a roční období)?

Co Vás k tomu přimělo?

Proběhla tato návštěva za účelem cestovního ruchu jednou, nebo vícekrát?

Splnila návštěva Kryštofova Údolí Vaše očekávání?

Chtěl/a byste se do Kryštofova Údolí ještě někdy vrátit, případně proč?

Doporučil/a byste návštěvu Kryštofova Údolí dalším lidem?

Přidělte každé níže uvedené zajímavosti Kryštofova Údolí číslo od 1 do 5 podle významu, jaký pro Vás má jakožto pro návštěvníka (5 = největší možný význam, 1 = minimální význam):

- Orloj
- Muzeum betlémů a venkovní, Jírův, betlém
- Novinský viadukt a další technické stavby
- Kostel svatého Kryštofa ze 17. století
- Zachovalé chalupy
- Místní a okolní příroda

Uvítal/a byste jako návštěvník Kryštofova Údolí něco, co Vám zde chybí?

Pocházíte z Libereckého kraje?

Zařad'te se do věkové kategorie:

- méně než 18
- 18–29
- 30–39
- 40–49
- 50–59

- 60–69
- 70–79
- 80–89
- 90 a více

Příloha 4: Řízený rozhovor s obyvateli Kryštofova Údolí – otázky

Jak dlouho již žijete v Kryštofově Údolí? Pocházíte odsud?

Jak Vy osobně vnímáte cestovní ruch v obci? V čem spatřujete jeho pozitiva a negativa? Převažují zde podle Vás pozitivní či naopak negativní důsledky cestovního ruchu v obci?

Během kterých období je podle Vás v Údolí nejvíce návštěvníků? Za čím podle Vás nejvíce směřují v mimosezónním období? Zaznamenal/a jste nějaké rozdíly v návštěvnosti před pandemií Covidu-19 a nyní během této pandemie?

Podnikal/a jste někdy v Kryštofově Údolí v odvětví cestovního ruchu? Pokud ano, uveďte, prosím, jak dlouho, v čem konkrétně a zdali jste někdy zaznamenal/a střídání sezón s velkým počtem návštěvníků a mimosezón s malým počtem návštěvníků.

Přidělte každé níže uvedené zajímavosti Kryštofova Údolí i jeho okolí číslo od 1 do 5 podle významu, jaký má podle Vás pro cestovní ruch přímo v obci (5 = největší možný význam, 1 = minimální význam). Pokuste se své bodování zdůvodnit (pokud danou zajímavost neznáte, není nutné ji bodovat).

- Orloj
- Muzeum betlémů včetně jeho nově otevřené expozice, věnované vánočním artefaktům, historii obce, dobovým hračkám a ukázce místních jeskyní
- Venkovní, Jírův, betlém
- Novinský viadukt a další technické stavby
- Kostel svatého Kryštofa s masivní dřevěnou zvonící
- Zachovalé chalupy, především pak hrázděná stavení, díky kterým je větší část obce vesnickou památkovou zónou
- Zdejší pout'
- Místní a okolní příroda
- Dům řemesel
- Ranč v Údolí
- Kavárna U Ježka (prvorepubliková kavárna)

- Zdejší penziony
- Zdejší sochy (např. socha sv. Jana Nepomuckého na barokním mostku, socha sv. Václava, socha Bolestné Matky Boží neboli Pieta datovaná až do roku 1692)
- Obrazy malované na dřevě s názvem Tanec smrti (Totentanz)
- Dvě cyklotrasy procházející Údolím
- Zdejší malé koupaliště a tenisový kurt
- Vyznačené turistické trasy, díky kterým lze dojít např. až na Ještěd
- Lyžařský areál Ještěd
- Blízkost města Liberce
- Blízkost česko-německých hranic
- Historie obce
- Národní přírodní rezervace Karlovské bučiny
- Zříceniny hradů Hamrštejn a Roimund
- Transbordér u hradu Hamrštejn
- Běžkařské stopy v okolí Kryštofova Údolí

Jaké typy interakcí podle Vás převládají mezi zdejšími rezidenty a stálými chalupáři? Vyberte 1 či více z následujících možností a zdůvodněte ji/je:

- Euforie (tj. dobrá a radostná nálada ze vzájemné interakce)
- Antagonismus (tj. negativní, až nepřátelský postoj)
- Apatie (tj. lhostejnost, netečnost)

Jaké typy interakcí podle Vás převládají mezi zdejšími rezidenty a výletníky/turisty. Vyberte 1 či více z následujících možností a zdůvodněte ji/je:

- Euforie (tj. dobrá a radostná nálada ze vzájemné interakce)
- Antagonismus (tj. negativní, až nepřátelský postoj)
- Apatie (tj. lhostejnost, netečnost)

Zařad'te se do věkové kategorie:

- méně než 18
- 18 – 29
- 30 – 39
- 40 – 49
- 50 – 59
- 60 – 69
- 70 – 79
- 80 – 89
- 90 a více