



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná

Vypracovala: Tereza Nováková

Vedoucí práce: Ing. Petr Štumpf

České Budějovice 2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tereza NOVÁKOVÁ**
Osobní číslo: **E11325**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Na základě situační analýzy identifikovat potenciál pro rozvoj obce jako destinace cestovního ruchu. Návrh strategických cílů, priorit a opatření vedoucích k rozvoji cestovního ruchu ve městě Blatná.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Příprava a realizace vlastního výzkumu
3. Analýza současného stavu
4. Syntéza výsledků a poznatků
5. Návrh opatření na základě zjištěných poznatků

Rámcová osnova:

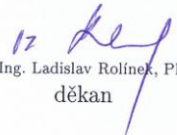
1. Úvod. Cíl práce. 2. Přehled řešené problematiky. 3. Metodika 4. Řešení a výsledky. Diskuse
5. Závěr. 6. Seznam použitých zdrojů. 7. Seznam příloh 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

HESKOVÁ, M. a KOL. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2., upr. vyd.* Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing.* Praha: Grada publishing, 2000. ISBN 80-247-0447-1.
HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času.* Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
KIRÁL'OVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu.* Praha: Ekopres, 2003. ISBN 80-86119-56-4.
PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací.* Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Štumpf**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2014**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studijní a 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 25. února 2013

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 28.4.2014

.....

Nováková Tereza

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala všem, kteří byli nadmíru ochotni a poskytli mi potřebné informace pro vypracování bakalářské práce. Především děkuji svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Petru Štumpfovi za cenné rady, věcné připomínky přispívající k lepší kvalitě práce a pomoc při zpracování této práce.

Zároveň děkuji starostovi města Blatná Mgr. Bohuslavovi Navrátilovi a místostarostovi Pavlu Ounickému za umožnění provedení kvalitativního výzkumu a poskytnutí významných informací. Dále patří poděkování manželům Faměrovým, majitelům a provozovatelům penzionu Slunce, za poskytnutí důležitých informací z pohledu podnikatelů. Poděkování také patří Veronice Janečkové, povoláním kastelánky na Vodním zámku Blatná, která svými poznatky z praxe a názory velmi přispěla.

Obsah

1	Úvod a cíl	8
1.1	Úvod.....	8
1.2	Cíl práce	9
1.3	Pracovní hypotézy	9
2	Literární rešerše	10
2.1	Úvod do cestovního ruchu	10
2.1.1	Systém cestovního ruchu	11
2.1.2	Účastník cestovního ruchu	15
2.1.3	Destinace cestovního ruchu jako součást systému cestovního ruchu.....	16
2.1.4	Typologie cestovního ruchu	17
2.2	Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.....	20
2.2.1	Selektivní předpoklady	20
2.2.2	Lokalizační předpoklady	22
2.2.3	Realizační předpoklady	25
2.3	Rozvoj cestovního ruchu v destinaci.....	28
2.3.1	Strategické plánování v destinaci	28
2.3.2	Vztah regionálního rozvoje a cestovního ruchu	29
2.3.3	Tvorba strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci	30
2.3.4	Destinační management a marketing.....	31
3	Metodika	33
4	Řešení a výsledky	35
4.1	Analýza současného stavu.....	35
4.1.1	Základní informace o městě Blatná	35
4.1.2	Geografické vymezení města	36
4.1.3	Demografická struktura města.....	37
4.1.4	Stručná historie města Blatná	39
4.1.5	Lokalizační předpoklady destinace	40
4.1.6	Realizační předpoklady	52
4.2	Dotazníkové šetření.....	57
4.2.1	Vyhodnocení.....	58
4.3	Realizace kvalitativního výzkumu	82

4.3.1 Vyhodnocení kvalitativního výzkumu	82
4.4 Syntéza výsledků, poznatků a vyhodnocení hypotéz.....	86
4.4.1 Syntéza výsledků, poznatků	86
4.4.2 Vyhodnocení hypotéz.....	88
4.5 Návrhy strategického rozvoje cestovního ruchu ve městě Blatná	90
4.5.1 Strategická vize a cíle	90
4.5.2 Prioritní oblasti rozvoje cestovního ruchu.....	91
5 Závěr	99
I. Summary + Keywords.....	101
II. Seznam použitých zdrojů.....	102
III. Seznam tabulek, obrázků a grafů.....	106
IV. Seznam příloh	108

1 Úvod a cíl

1.1 Úvod

Cestovní ruch je složitý mnohostranný a komplexní socioekonomický jev, který tvoří souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami s cílem uspokojit potřeby účastníků a následně činnost osob, které služby poskytují, včetně aktivit spojených s používáním, rozvojem a ochranou zdrojů cestovního ruchu. Cestovní ruch jako otevřený systém podléhá vlivům a tlakům makroprostředí a mikroprostředí.

Aby se cestovní ruch mohl v destinaci rozvíjet, musí být využit potenciál destinace, která musí disponovat atraktivní primární nabídkou, která je rozmístěna nerovnoměrně v prostoru a obsahuje přírodní a kulturní potenciál cílového místa. Prostřednictvím sekundární nabídky jsou naplněny motivy účasti na cestovním ruchu, jimiž jsou podniky a zařízení, které poskytují dočasné ubytování, stravování a nabízejí aktivity rekreačního zaměření.

Odvrácená stránka cestovního ruchu může mít za následek množství negativních dopadů, způsobených nadměrnou návštěvností, kterou není destinace schopna pojmout, a tudíž jsou ohroženy přírodní a historické atraktivity.

Cílem strategického rozvoje cestovního ruchu je zpracování strategie, která se liší od nabídky konkurentů a zároveň vychází s předem stanovené vize a strategických cílů. Určení priorit budoucího rozvoje cestovního ruchu vychází z analýzy současného stavu, kvalitativních a kvantitativních výzkumů s ohledem na finanční prostředky na realizaci. Jednotlivá opatření jsou operativní postupy k dosažení předem stanovených priorit.

Pro tuto práci bylo za zvolenou destinaci vybráno město Blatná, ležící v okrese Strakonice. Zároveň město tvoří jádro regionu Blatensko, které je nazýváno krajem rybníků a to díky husté rybniční síti v regionu, která spolu s krásnou přírodou vyjadřuje bohatý přírodní potenciál regionu. Samotné město je proslulé svou slávou růží, díky které se v minulosti proslavilo po celé Evropě.

Potenciál města z hlediska cestovního ruchu je velmi významný. Nalezneme zde Vodní zámek Blatná, který je unikátní, jelikož v Čechách lze nalézt pouze tři atraktivity tohoto charakteru. Blatná především zaujme svou pestrou multižánrovou kulturní nabídkou širokospektrálního charakteru. Díky kulturně-historickému

i přírodnímu potenciálu místa, který je však z velké části nevyužit, je vhodné se zabývat strategickým rozvojem cestovního ruchu v této destinaci.

1.2 Cíl práce

Cílem této práce je na základě situační analýzy identifikovat potenciál pro rozvoj obce jako destinace cestovního ruchu. Návrh strategických cílů, priorit a opatření vedoucích k rozvoji cestovního ruchu ve městě Blatná.

1.3 Pracovní hypotézy

Hypotéza je vědecky zdůvodněný předpoklad možného stavu skutečnosti. Hypotéza musí být podložena celou řadou faktů vymezujících další směr výzkumu a musí být slučitelná s co největším počtem faktů, jichž se týká. Hypotézu nelze nikdy dokázat, pouze vyvrátit či potvrdit.

Pro vypracování bakalářské práce byly stanoveny následující hypotézy:

- H₁ :** Nejvýznamnějším motivem pro návštěvu města Blatná je kultura a historie.
- H₂ :** Blatná nepřitahuje návštěvníky ze vzdálenějších krajů.
- H₃ :** Zámek Blatná je nejnavštěvovanější památka v Blatné.
- H₄ :** Návštěvníci přijíždějí do města nejčastěji na jednodenní výlet.

V závěru práce budou hypotézy následně potvrzeny nebo vyvráceny.

2 Literární rešerše

2.1 Úvod do cestovního ruchu

V odborné literatuře najdeme odlišné názory a pohledy na problematiku cestovního ruchu od různých autorů. Přestože se některá jejich zásadní tvrzení shodují, neexistuje jednotná definice cestovního ruchu.

Palatková, Zichová (2011, s. 11) a Malá a kol. (1999, s. 6) označují cestovní ruch za složitý socioekonomický jev, který je zároveň mnohostranný a komplexní. Palatková a Zichová (2011) vnímají cestovní ruch jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami s cílem uspokojit potřeby účastníků a následně činnost osob, které služby poskytují a zajišťují. V neposlední řadě aktivity spojené s používáním, rozvojem a ochranou zdrojů cestovního ruchu včetně politických a veřejně správních aktivit. Malá (1999, s. 9) na rozdíl od jiných autorů uvádí jako jeden ze základních rysů cestovního ruchu nevýdělečný charakter cesty a pobytu.

Vymezení cestovního ruchu prostřednictvím procesů uvádí Goeldner & Ritchie (2009, s. 6). Definují cestovní ruch jako souhrn procesů, činností a výsledků vyplývajících ze vztahů a vzájemného působení mezi turisty, dodavateli služeb cestovního ruchu, hostitelskou vládou, občany hostitelské země a okolního prostředí.

Jedním ze svých tvrzení přispěla k definování cestovního ruchu také Hladká (1997, s. 11), podle které hraje důležitou roli na uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu přímý i nepřímý podíl různorodých ekonomických a mimoekonomických činností. Tyto činnosti jsou navzájem spojeny a tvoří ucelený systém - cestovní ruch, který je významným subsystémem národního hospodářství.

Podle Oriešky (1999, s. 5) je cestovní ruch nazýván jako „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestou a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem zotavení, poznání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňského léčení a pracovních cest. Značnou část těchto potřeb lze uspokojit i mimo rámec cestovního ruchu, ale právě účast na cestovním ruchu představuje vyšší stupeň jejich uspokojení*“.

„Cestovní ruch lze definovat jako dočasnou změnu místa pobytu, tj. cestování a přebývání mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, a to za účelem rekreace, rozvoje poznání a spojení mezi lidmi.“ (Petrů, 1999, s. 26)

S úmyslem sjednotit názory na definování cestovního ruchu z hlediska statistiky se v roce 1991 v kanadské Ottawě konala mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, kterou organizovala Světová organizace cestovního ruchu UNWTO – World Tourism Organization. Výstupem konference bylo jednotné definování předmětu cestovního ruchu 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. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců.“ (Hesková, 2011, s. 8-9)

2.1.1 Systém cestovního ruchu

Systém je podle Heskové (2011, s. 10-11) chápán jako jednota odlišných prvků, které jsou provázány vztahy a mezi kterými je možné takovéto vztahy vytvořit. Cestovní ruch je dynamický systém, který je tvořen dvěma podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb mezi nimi. Dále také existují vazby mezi cestovním ruchem a vnějším prostředím, které obsahuje i jiné systémy. Vnější prostředí zahrnuje dílčí prostředí a je to zejména ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické. Horner a Swarbrooke (2003, s. 136) vymezují významné složky makroprostředí jako politické, společenské a technologické faktory.

„Cestovní ruch je otevřený systém, který podléhá mnoha vlivům a tlakům, které vznikají mimo samotný systém. Jedná se o globální prostředí neboli makroprostředí, které se skládá z celé řady jevů, které do značné míry ovlivňují všechny lidské činnosti a nejsou specifické pro cestovní ruch a cestování. Součástí systému cestovního ruchu je i mikroprostředí. Jedná se o činnosti subjektů v oblasti cestovního ruchu, které přímo ovlivňují cíle každého člena systému, ať už společnost nebo organizace.“ (Ritchie & Crouch, 2003 s. 62)

„Makroprostředí je konstantní stav změn a vývoje. Faktory makroprostředí jsou často roztrženy do šesti hlavních skupin souvisejících s hospodářstvím,

technologiemi, ekologií, politickým a právním vývojem, sociokulturními otázkami a změnou demografického prostředí.“ (Ritchie & Crouch, 2003 s. 64)

Mikroprostředí Horner a Swarbrooke (2003, s. 139) definují pět faktorů, které jsou v mikroprostředí obsaženy. Jsou jimi charakter a struktura organizace, dodavatelé, zprostředkovatelé, současní zákazníci a konkurenti. Tyto prvky mají významný vliv na mikroprostředí organizací cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. Makroprostředí a mikroprostředí jsou zcela propojené a tvoří jeden celek.

Ekonomické prostředí je podle Heskové (2011, s. 14-15) velmi významné. Zásadní vliv má ekonomický růst, nezaměstnanost, míra inflace, stabilita měny a úrokové míry. Ekonomický růst je rozhodující a projevuje se v růstu hrubého domácího produktu. Nezaměstnanost je spojena s poklesem příjmu obyvatelstva a to má za následek vynaložení nižšího množství výdajů na méně zbytné potřeby, což je podle autorky hlavně cestovní ruch. Inflace má za následek pokles kupní síly peněz.

Politické prostředí „tvoří např. mírové podmínky v jednotlivých státech a ve světě celkově. Na rozvoji cestovního ruchu má zásadní podíl společenské zřízení státu, jelikož stát je nositel politiky cestovního ruchu. V zemích, kde existuje ohrožení pro turisty, jak v podobě nepokojů, ohrožení jejich zdraví, majetku i bezpečnosti, se cestovnímu ruchu nedaří.“ (Hesková, 2011, s. 15-16)

Sociální prostředí je dáno společenským zřízením, uvádí Hesková (2011, s. 15-16) které má vliv na rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní i mimopracovní podmínky, ale také sociální politiku státu. Hlavním zaměřením sociální politiky je na sociální zabezpečení občanů, kteří mají nedostatečné nebo žádné příjmy na zabezpečení svých životně důležitých potřeb. V sociálním prostředí můžeme hovořit také o pracovních podmínkách, podpoře v nezaměstnanosti, důchodovém zabezpečení, příplatky na děti a nemocenské pojištění. Rozdělování hrubého domácího produktu má vliv na hmotnou spotřebu a spotřebu služeb obyvatelstva. Podle Hornera a Swarbrooka (2003, s. 129) jsou mezi společenské faktory řazeny odlišné subkultury v rámci společnosti, které sdílejí společné hodnoty jako zákazníci. Takzvaně tvoří jádro životního stylu.

Technické prostředí je jedno z nejdůležitějších podle Heskové (2011, s. 17-18), umožňující další rozvoj cestovního ruchu. V technickém prostředí hovoříme v první řadě o dopravní infrastruktuře. Existence sítě dálničních tahů, železniční dopravní sítě,

frekvence leteckých spojení a hustota letišť a možnost lodní dopravy jsou hlavními kritérii dopravní infrastruktury. Z opačné strany rozvoj dopravy má za následek negativní dopady na životní prostředí. V druhé řadě se jedná o významné nové technologie, které nám v současné době jsou schopné snížit počet pracovníků, šetřit energie apod. Velkým přínosem pro cestovní ruch jsou nové informační technologie.

Ekologické prostředí „je nejvýznamnější z pohledu cestovního ruchu, protože cestovní ruch je na ekologickém prostředí závislý. Co se týče znečištění životního prostředí, musí být nalezena rovnováha mezi blahobytem a využíváním volného času. Cestovní ruch se rozvíjí v místech, kde existují vhodné přírodní a kulturně historické zdroje.“ (Hesková, 2011, s. 17-18)

„Cestovní ruch vyžaduje ekologickou nezávadnost prostředí, ale současně sám prostředí neustále zatěžuje svými negativními produkty.“ (Kučerová, 1997, s. 122)

2.1.1.1 Subjekt cestovního ruchu

„Subjekt cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje své potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Zároveň je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu.“ (Hesková, 2011, s. 11)

Podle Francové (2003, s. 18) se za subjekt považují nejen účastníci cestovního ruchu, ale také pracovníci ve sféře cestovního ruchu a orgány a organizace v oblasti cestovního ruchu. Přesto ale dodává, že základní složkou jsou především lidé.

V odborné literatuře se Hesková a kol. (2011, s. 11-12) spolu s Malou a kol. (1999, s. 11-13) shodují s označením účastníků cestovního ruchu takto:

Stálý obyvatel (rezident)

- v domácím cestovním ruchu se jedná o rezidenta v případě, že dotyčná osoba žije minimálně šest po sobě následujících měsíců na daném místě
- v mezinárodním cestovním ruchu se za rezidenta považuje osoba, která žije v dané zemi alespoň 1 rok před příjezdem do jiné země

Návštěvník (visitor)

- v domácím cestovním ruchu je návštěvníkem ten, kdo cestuje v zemi svého trvalého pobytu na dobu kratší než šest měsíců

- v mezinárodním cestovním ruchu se jedná o návštěvníka tehdy, pokud cestuje do jiné země na dobu kratší jednoho roku

- v obou případech nesmí být hlavní záměr cesty výkon výdělečné činnosti

Návštěvníka můžeme chápat jako turistu nebo jako výletníka:

Turista (tourist)

- jedná se o osobu, která splňuje kritéria návštěvníka, ale zároveň je jeho účast spojena minimálně s jedním přenocováním, což platí pro turistu v domácím i mezinárodním cestovním ruchu

- turistu rozlišujeme z hlediska délky pobytu na turistu na dovolené, který pobývá na stejném místě více nocí a krátkodobě pobývajícího turistu, jehož pobyt zahrnuje alespoň jedno přenocování, ale nepřekročí určený počet nocí

Výletník (excursionist, same-day visitor)

- výletník cestuje na dobu kratší 24 hodin a bez přenocování v navštíveném místě

Podle tvrzení Francové (2003, s. 18) do evidence turistických statistik nejsou zahrnuti skupiny osob, které i přesto mají svůj významný podíl na rozvoji cestovního ruchu a spotřebě. Jsou jimi například obchodní cestující, studenti, diplomaté, přistěhovalci anebo kočovníci. Jsou označováni za účastníky cestovního ruchu, ale nelze je kategorizovat do výše vymezeného členění.

2.1.1.2 Objekt cestovního ruchu

Objekt cestovního ruchu definuje Hesková (2011, s. 13) jako cokoli, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Prioritně se jedná o přírodu, kulturu, hospodářství, ale mnoho jiných aspektů. Objekt cestovního ruchu je nositel nabídky a je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu.

Podle Malé a kol. (1999, s. 45) nabídka cestovního ruchu je souhrn všech komponentů nezbytných k provedení účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů.

„Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární. Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou utvářejícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace; struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti destinace pro aktivity cestovního ruchu.“ (Kirářová, 2003 s. 16)

Definici, která se převážně opírá o ekonomické rozdělení objektu, uvádí Malá (1999, s. 41). Objekty jsou hmotné a nehmotné statky, které jsou předmětem koupě a prodeje. Na trhu cestovního ruchu vystupují jako objekty zejména služby, zboží a volné statky.

2.1.2 Účastník cestovního ruchu

Francová (2003, s. 19) uvádí, že účastníkem cestovního ruchu se stává osoba, která pobývá přechodně mimo místo trvalého pobytu a to pouze za předpokladu, že se svou účastí podílí na některém druhu nebo formě cestovního ruchu. Buď se účastní cestovního ruchu pro zábavu, pro zlepšení zdravotního stavu nebo vyřízení různých rodinných záležitostí. Dalším podnětem účasti může být účast na akcích typu buď sportovního anebo náboženského charakteru, ale i konference. Také vyřizování soukromých i obchodních záležitostí lze zahrnout do důvodů pro účast na cestovním ruchu.

Jak už bylo výše zmiňováno, subjekt neboli účastník cestovního ruchu se podle převážné většiny autorů rozděluje na stálého obyvatele a návštěvníka, který má povahu turistu anebo výletníka. Toto klasické vymezení najdeme u mnoho autorů v odborné literatuře, ale sociologové Cohen a Smith vymezili další členění turistů. Cohen (1997) rozdělil turisty na čtyři následující typy, jež jsou doplněny Hornerem a Swarbrookem (2003, s. 66) :

Organizovaný masový turista, který si kupuje dovolenou jako balíček služeb, volí populární destinaci, většinou jede společně se skupinou přátel a většinu času tráví v hotelu nebo jeho bezprostředním okolí.

Individuální masový turista si kupuje volnější balíček služeb, který umožňuje větší svobodu pohybu. Převážně se drží vyjetých cest, ale občas zkusí i neznámé cesty.

Turista průzkumník, (objevitel) si plánuje svou cestu sám, pokouší se seznamovat s místními obyvateli a záměrně se vyhýbá ostatním turistům. Přesto chce ale pociťovat určitou míru bezpečí a komfortu.

Turista tulák má potřebu stát se dočasným členem místní komunity a předem nemá naplánovaný žádný itinerář.

Horner a Swarbrooke (2003, s. 66) uvádí Cohenovo další rozdělení na turisty podle typu zážitků, které hledají. Prvním typem je rekreační turista, který touží spíše po fyzické rekreaci než po společenském a kulturním vyžití. Druhým typem je diverziální turista, který vyhledává rozmanitost, u které zapomene na starosti běžného

života. Zážitekový turista, který je třetím typem, vyhledává autentické zážitky, oproti tomu čtvrtý typ hledá užší kontakt s místní kulturou a je pojmenován experimentálním turistou. A posledním typem je existenciální turista, který se chce plně ponořit do cizích kultur a životních stylů. Informace o nabízeném produktu musí být co nejvíce přiblížené a ztotožněné s jednotlivými odlišnými typy turistů.

Smith v roce 1995 identifikoval sedm typů turistů, jež zmiňují Horner a Swarbrooke (2003, s. 66) a to následujícím způsobem. Objevitelé, kteří mají potřebu objevovat nenalezená a neobjevená místa na Zemi. Elitní turisté jsou zkušení cestovatelé a rádi si vybírají drahé a „na míru šité“ cesty. Nekonvenční turisté mají potřebu uniknout od ostatních turistů. Neobvyklý turisté se chtějí v první řadě seznamovat s místní kulturou a to skrze individuální výlety, které podnikají, aby unikli organizovanému programu. Dalším typem jsou masoví turisté, kteří cestují do zavedených rekreačních center, kde turistika nedominuje. Vyhledávají převážně to, co je jim blízké, než místní kulturu. Také očekávají stejné standardy, jako mají doma. Charteroví turisté se o cíl cesty zajímají jen částečně málo nebo vůbec, za předpokladu, že si užijí dovolenou podle svých představ, ale musí mít služby, které poskytují stejnou úroveň a komfort, na který jsou zvyklí.

2.1.3 Destinace cestovního ruchu jako součást systému cestovního ruchu

Jak už bylo uvedeno, cílové místo tvoří objekt cestovního ruchu. Cílové místo neboli destinace cestovního ruchu musí podle Heskové a kol. (2011, s. 13) mít atraktivní primární nabídku, což zahrnuje přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch. Potenciál cestovního ruchu je rozmístěn nerovnoměrně v prostoru a s přihlédnutím na jedinečnost potenciálu, může mít rozdílný význam, a to buď místní, regionální, celostátní až mezinárodní. Naplňuje motivy účasti na cestovním ruchu prostřednictvím sekundární nabídky, která zahrnuje podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které poskytují účastníkům možnost se dočasně ubytovat, stravovat a vykonávat rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity.

Struktura zařízení se z hlediska funkcí rozděluje na městská střediska cestovního ruchu, lázeňská místa, rekreační střediska, rekreační obce, chatové oblasti, ale také region cestovního ruchu, který je označován za oblast, která tvoří přirozený celek. Tento celek má společné charakteristické vlastnosti, kterými se odlišuje od jiného území.

Palatková (2006, s. 16) definuje destinaci cestovního ruchu z jiného úhlu pohledu. Hlavní podstatu destinace představují atraktivita v daném místě. Na destinaci lze nahlížet jako na svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu.

„Podle Biegera i definice UNWTO je destinace chápána jako geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty. Destinace nabízí služby jako ubytování, stravování, sportovní aktivity a zábavu.“ (Palatková, 2006, s. 16)

„Bartl a Schmidt označují destinace cestovního ruchu za vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej služeb v destinaci a jež plní řadu funkcí. Za první je to funkce marketingová (marketing destinace), za druhé funkce nabídková, za třetí funkce zastoupení různých zájmových skupin a za čtvrté funkce plánovací.“ Palatková (2006, s. 16)

2.1.4 Typologie cestovního ruchu

V odborné literatuře se objevuje několik rozdělení a členění cestovního ruchu a to ať již na straně poptávky nebo na straně nabídky. Charakteristiky rozdělení jsou odlišné v označení buď na typy cestovního ruchu, které jiní autoři nazývají druhy. Rozdělení na typy cestovního ruchu nalezneme u Malé a kol. (1999, s. 16-17). Oproti tomu Hladká (1997, s. 16-17) nazývá typy cestovního ruchu jako formy. Jiným způsobem definuje druhy a formy cestovního ruchu Hesková a kol. (2011, s. 19.), která uvádí opačné tvrzení než Hladká. Vymezuje druhy a formy tak, že formy představují posouzení příčin k cestování, jejich ovlivňování a následně důsledky, které přináší. Stejný názor na vymezení druhů cestovního ruchu přináší i Foret, Foretová (2001, s. 17).

Druhy cestovního ruchu

Hlavním kritériem je motivace účastníků, jinak řečeno účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. Zároveň se však může řídit i podle jiných kritérií, a to například podle místa, podle času nebo podle způsobu organizace.

Malá a kol. (1999, s. 15) definuje druhy cestovního ruchu následovně. Druhy cestovního ruchu zohledňují převážně jevový průběh a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky. Druhy se ve skutečnosti nevyskytují samostatně, ale ve vzájemné kombinaci, přičemž jeden z nich bývá dominantní.

Rekreační cestovní ruch. Typickým znakem je pasivní i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem regenerace psychických i fyzických sil účastníka.

Sportovní cestovní ruch. Jde o aktivní vykonávání sportovních aktivit a pasivní diváctví na sportovních akcích.

Dobrodružný cestovní ruch. Je výsledkem touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít dobrodružství a jistou mírou kontrolovaného rizika. Účastník vnímá potřebu dobrodružství jako únik od každodenního způsobu života k alternativnímu.

Myslivecký a rybářský cestovní ruch. Účastníci mysliveckého cestovního ruchu jsou motivováni lovem zvěře a ptáků a jeho součástí je rybářský cestovní ruch, který je spojen s chytáním ryb nebo potápěním.

Náboženský (poutní) cestovní ruch. Je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě nebo návštěva poutních míst.

Lázeňský cestovní ruch. Vyjadřuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Podmínkou je existence přírodních léčivých zdrojů.

Zdravotní cestovní ruch. Účastníci mají snahu o preventivní ovlivňování svého zdraví před negativními důsledky a typickým příkladem je wellness.

Kongresový cestovní ruch. Je zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností při konání kongresů, konferencí, seminářů, výstav ale i veletrhů.

Obchodní cestovní ruch. Jedná se o souhrn aktivit cestujících souvisejících s jejich povoláním.

Stimulační cestovní ruch. Smyslem stimulačního cestovního ruchu je stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Zvyšuje sociální vazby mezi zaměstnanci, ale i loajálnost k podniku.

Formy cestovního ruchu

Vycházejí ze zaměření na uspokojení konkrétní potřeby účastníků. Jednotlivé formy cestovního ruchu obvykle kladou požadavky na rozsah a kvalitu služeb.

Podle Heskové (2011, s. 19-20) mluvíme o formách cestovního ruchu v případě, že základním prvkem při posuzování cestovního ruchu jsou brány v potaz rozličné příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. Formy umožňují detailněji stanovit podstatu cestovního ruchu z pohledu potřeb jeho účastníků. Formy jsou členěny následujícím způsobem:

Tabulka 1: Formy cestovního ruchu

<u>1. Z geografického hlediska</u> Domácí cestovní ruch x Zahraniční cestovní ruch Mezinárodní cestovní ruch x Vnitřní cestovní ruch Národní cestovní ruch x Regionální cestovní ruch	<u>2. Podle počtu účastníků</u> Individuální cestovní ruch Skupinový cestovní ruch Masový cestovní ruch Ekologický cestovní ruch
<u>3. Podle způsobu organizování</u> Individuální cesty Organizovaný zájezd/pobyt Klubový cestovní ruch	<u>4. Podle věku účastníků</u> Cestovní ruch dětí Mládežnický cestovní ruch Rodinný cestovní ruch Seniorský cestovní ruch
<u>5. Podle délky účasti</u> Výletní cestovní ruch Krátkodobý cestovní ruch Víkendový cestovní ruch Dlouhodobý cestovní ruch	<u>6. podle převažujícího místa pobytu</u> Městský cestovní ruch, příměstský cestovní ruch Agroturistika, venkovský cestovní ruch Horský, vysokohorský cestovní ruch Přímořský cestovní ruch
<u>7. Podle ročního období</u> Sezonní cestovní ruch Mimosezonní cestovní ruch Celoroční cestovní ruch	<u>8. Podle použitého dopravního prostředku</u> Motorizovaný cestovní ruch Železniční cestovní ruch Letecký cestovní ruch Lodní cestovní ruch
<u>9. Z hlediska dynamiky</u> Pobytový cestovní ruch Putovní cestovní ruch	<u>10. Ze sociologického hlediska</u> Návštěvy příbuzných a známých Sociální cestovní ruch Etnický cestovní ruch

Zdroj: Vlastní zpracování dle Hesková a kol. (2011, s. 19-20)

2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu

Rozvoj cestovního ruchu je podle Navrátila (2012, s. 19) vnímám odlišně a nejednotně. I přes to, že cestovní ruch má za následek množství negativních dopadů je stále schopen působit rozvojově a být řízen. Na rozvoj cestovního ruchu mají největší vliv činitelé, které se rozdělují na selektivní předpoklady, lokalizační předpoklady a realizační předpoklady, a to bez rozdílu, jak z ekonomického, tak geografického hlediska.

2.2.1 Selektivní předpoklady

Podle Mirvalda (1996, s. 14) se jedná o předpoklady, které vyjadřují způsobilost společnosti na účasti cestovního ruchu, které jsou dány ekonomickou a kulturní úrovní obyvatelstva a také politickou situací dané země.

„Tyto předpoklady mají primární postavení v rozvoji cestovního ruchu a projevují se geograficky.“ (Hrala, 2001, s. 12). Autor dále uvádí, že jedině jejich prostřednictvím mohou být využity podmínky pro cestovní ruch v konkrétních oblastech. Selektivní neboli stimulační faktory jsou dvojího členění, a to objektivní a subjektivní faktory.

Úroveň urbanizace

„Stupeň urbanizace se projevuje hlavně ve velkých městech s větší hustotou obyvatel a to z důvodu, že lidé touží více po přírodě, která je ve městech narušena. Každodenní obklopení umělým prostředím nutí obyvatele více cestovat a doprávat si přírodního prostředí bez hluku, nadměrných exhalací a bez městského zastavěného prostředí.“ (Mirvald a kol. , 1996, s. 14)

Demografická struktura

„Podíl na cestovním ruchu je rozdílný podle věku obyvatel. Velkou roli na účasti cestovního ruchu má rodinný stav a počet dětí. Ztíženou mobilitu mají početnější rodiny s malými dětmi a mohou mít také nedostatek finančních možností. Z toho vyplývá, že svobodní se podílí více na účasti cestovního ruchu a také lze předpokládat u vzdělanějších lidí větší potřebu cestovat a poznávat.“ (Mirvald a kol., 1996, s. 14)

Sociologické a ekologické předpoklady

„Zásadní položkou výdajů domácností ve vyspělých zemích je právě podíl účast na cestovním ruchu. Vyšší příjmy představují větší podíl účasti na cestování. Hlavní kritérium je volný čas obyvatel, jehož délka je přímo úměrná účasti obyvatel. Zásadní je také fakt, zda obyvatelé jsou vlastníci dopravního prostředku, rekreačního objektu popřípadě jiného hmotného majetku, který jejich účast na rekreaci zvyšuje.“
Mirvald a kol. (1996, s. 15)

Hrala (2001, s. 14-15) řadí sociologické předpoklady mezi subjektivní faktory, mezi které řadí především psychologické pohnutky, které ovlivňují účast na cestování. Důležitou roli hraje reklama a propagace, které vytvářejí dojem módnosti a mondénnosti oblastí a středisek. Pro většinu populace se stává účast na cestovním ruchu součástí životního stylu.

Dalším důvodem vycestovat mimo trvalé bydliště je zdevastované životní prostředí okolo bydliště. Z toho vyplývá dle Mirvalda a kol. (1996, s. 15), že v narušených krajinách obyvatelé opouštějí častěji a ve větší četnosti své obydlí oproti tomu obyvatelé v klidném prostředí mají menší nutkání vycestovat.

Politické předpoklady

Možnost cestování je ovlivněna podle Mirvalda a kol. (1996, s. 15) státní politikou, která může mít negativní ale i pozitivní přístup k rozvoji cestovního ruchu. Mezi hlavní bariéry státní politiky se řadí povolení vycestování, možnost navštívit daný stát nebo způsob získávání cestovního pasu a jiných cestovních dokladů. Pozitiva státní politiky ve vztahu k cestovnímu ruchu jsou směnitelnost vlastní měny, bezvízový styk nebo počet hraničních přechodů a rychlosti odbavování. Hrala (2001, s. 12) dodává, že mírové uspořádání světa bez válečných konfliktů je nejdůležitější pro rozvoj cestovního ruchu.

2.2.2 Lokalizační předpoklady

„Lokalizační podmínky zaujímají druhotný význam z pohledu rozvoje cestovního ruchu. Rozhodující postavení však zaujímají při konkrétní lokalizaci jeho realizace. Rozhodují o funkčním využití z hlediska přírodních možností a společenských podmínek či atraktivit. O jejich využitelnosti rozhodují selektivní faktory a realizační podmínky. Tvoří objektivní základnu pro uspokojení poptávky a schéma pro územní uspořádání realizace cestovního ruchu.“ (Hrala, 2001, s. 15)

Přírodní podmínky a atraktivita

„Mezi přírodní podmínky řadíme především klimatické poměry, hydrologické poměry, morfologické poměry a reliéf, faunu a floru. Jednotlivé složky přírodních podmínek jsou stacionární a jejich výskyt je částečně konstantní a své uplatnění nacházejí v plošně rozsáhlejších areálech. Konkrétní oblast se stane přitažlivější vzhledem k nabízeným atraktivitám, což jsou jednotlivé přírodní zvláštnosti, které jsou ojedinělé a výjimečné.“ (Hrala, 2001, s. 15)

Jak uvádí Gehinová (2008, s. 10) nejvýznamnějším směrem z pohledu geografie cestovního ruchu je hodnocení a analýza přírodních rekreačních zdrojů. V podstatě se jedná o objasnění zákonitostí vztahů mezi přírodními zdroji a podmínkami jejich rekreačního využití.

Gehinová (2008, s. 10-11) rozděluje přírodní území do pěti kategorií podle funkcí. Jedná se o území v nepozměněném stavu, částečně pozměněné, území nabízející pobytovou funkci, území městského typu nebo nová výstavba.

a) Klimatické poměry

Podle Hraly (2001, s. 16) klimatické poměry ovlivňují cestovní ruch prostřednictvím pozitivních hodnot svých prvků, který mi jsou teplota, vlhkost, srážky, sluneční svit apod. Klimatické předpoklady ovlivňují časový průběh realizace cestovního ruchu, sezónnost s letním nebo zimním využitím. Největší význam pro cestovní ruch má mírné a subtropické podnebné pásmo tvrdí Gehinová (2008, s. 12-13).

b) Hydrologické poměry

Vodstvo lze rozdělit na povrchové a podzemní. Mirvald (1996, s. 19) uvádí, že jejich vliv je prostorově omezen na bodové, liniové a územní ohraničení. Mezi jednotlivé složky hydrologických předpokladů jsou řazeny moře, vodní toky, přírodní

i umělé vodní plochy, termální a minerální prameny. Hrala (2001, s. 17-19) dále definuje předpoklady pro bodovou koncentraci cestovního ruchu, kterými jsou podzemní vody, konkrétně minerální prameny s léčebnými účinky. Povrchové vody vytvářejí předpoklady pro plošné rozmístění cestovního ruchu.

c) *Reliéf a morfologické poměry*

Pro cestovní ruch je atraktivní hlavně území s různorodým reliéfem, členitostí terénu, expozicí a sklonem svahů. Reliéf má vliv na cestovní ruch ve svých mikroformách i makroformách. Horizontální morfologie podle Hraly (2001, s.19-21) má konkrétní vliv na charakter a kvalitu pobřeží povrchových vod a zároveň i na cestovní ruch. Vertikální členitost se uplatňuje prostřednictvím makroformy reliéfu. Funkční využití má relativní výšková členitost, a to na nížiny, vrchoviny a středohory a vysokohorské oblasti.

d) *Fauna a flóra*

„Vegetace ovlivňuje fyziognomii krajiny a estetické aspekty vzhledu krajiny.“
(Gehinová, 2008, s. 15-16)

„Příroda jako celek přitahuje svojí unikátností a exotičností. Biosféra má zásadní vliv na vjemy návštěvníků a má zdravotní účinky. Pozitivně působí dostatek lovné zvěře, dobré podmínky pro rybolov anebo možnost pozorovat v přírodě zajímavou faunu.“ (Mirvald a kol., 1996, s. 19)

Kulturněhistorické předpoklady

Gehinová (2008, s. 19) tvrdí, že kulturní cestovní ruch je založen na individuální a subjektivní motivaci. Kulturní cestovní ruch je druhem cestovního ruchu, kde motivací pro účastníci je především možnost poznávání kulturního dědictví a kultury dané země a jejich rezidentů. Jeden z mnoha cílů návštěvníků jsou kulturní atraktivity a to zejména historické stavby.

a) *Kulturněhistorické památky*

Hrala (2001, s. 22-23) uvádí, že kulturněhistorické památky a atraktivity mají největší význam mezi společenskými podmínkami. Mezi nejatraktivnější patří architektonická díla různých historických slohů a technické stavby jako objekty samostatné nebo objekty tvořící komplexy, například jádra měst. Mirvald a kol. (1996, s. 21) pod kulturněhistorické památky řadí národní kulturní památky, památkové rezervace, národněhistorické památky, urbanistické památky,

výtvarné památky, parky a zahrady umístěné v okolí zámků, památky lidové architektury a historické stavby, kterými jsou hrady, zámky a tvrze.

b) Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce

Dále Hrala (2001, s. 24-25) definuje kulturní zařízení, která se vyznačují bodovým - střediskovým charakterem rozmístění. Pro cestovní ruch má velký význam existence galerií a muzeí všech kategorií. Kulturní význam znásobuje nabídka divadelních a operních představení a koncertů, popřípadě hudební i jiné festivaly.

c) Sportovní a zábavní zařízení a akce

Gehinová (2008, s. 21) za akce považuje všechno, co má vysokou míru proměnlivosti v čase, která je dána nemateriální povahou složky. Jedná se o pravidelné i jednorázové sportovní akce, tradiční karnevaly nebo folklorní a historická představení.

2.2.2.1 Analýza primární nabídky cestovního ruchu

„Primární nabídka cestovního ruchu zahrnuje základní složky produktu-destinace cestovního ruchu, a to přírodní a kulturně-historický potenciál.“ (Királová, 2003, s. 40)

Gehinová (2008, s. 12) při hodnocení vlivu klimatických činitelů na rozvoj cestovního ruchu používá tyto charakteristiky: teplota vzduchu v °C, výšku sněhové pokrývky v cm, délku slunečního svitu v počtu hodin za rok, množství srážek v cm a to celkový roční úhrn, případně úhrn za letní a zimní pololetí a vlhkost vzduchu.

Při hodnocení vlivu hydrologických činitelů na cestovní ruch Kíral'ová (2003, s. 42) vymezila nejčastěji používané parametry. Při charakteristice léčivých termálních a minerálních vod např. vydatnost pramene, teplotu vody, chemického složení vody, léčivé účinky vody, formy vývěru vody, při charakteristice obyčejných povrchových vod pak teplotu vody, čistotu vody, členitost, výšku a charakter břehů a kvalita pobřežních pláží. Při hodnocení území z hlediska morfologických předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu můžeme reliéf charakterizovat podle různých hledisek: podle nadmořské výšky, výškové členitosti, horizontální členitosti, sklonu reliéfu, respektive podle kontrastní formy reliéfu. Fauna se rozděluje do skupin z hlediska vlivu na cestovní ruch, a to na faunu vhodnou na lov a rybolov, chráněné druhy fauny a druhy s negativním vlivem na rozvoj cestovního ruchu. Flóra je analyzována z hlediska hustoty lesního porostu, výskytu endemických

druhů, výskytu chráněných území přírody, výskytu parků, volně přístupných zahrad a botanických zahrad.

Kulturněhistorické památky hodnotíme z hlediska rozmístění, motivy účastníků k účasti a podle jejich hodnoty, zda se jedná o historické, umělecké, vědecké, technické či revoluční atraktivitu. V souvislosti s Kulturně-společenskými, sportovními a dalšími akcemi jiného typu jde především o analýzu veletrhů a výstav, kongresů a sympozií, hudebních, folklorních a filmových festivalů a sportovních, náboženských a obchodních akcí.

2.2.3 Realizační předpoklady

„Realizační předpoklady mají dominantní postavení pro konečnou fázi uskutečňování různých forem cestovního ruchu: umožňují oblastem cestovního ruchu dosáhnout pomocí dopravy a využít je prostřednictvím ubytovacích, stravovacích a jiných zařízení.“ (Hrala, 2001, s. 27)

Gehinová (2008, s. 23) tvrdí, že významný pokrok v dopravě a široká škála ubytovacích zařízení mají největší podíl na současné dynamice cestovního ruchu. Realizační předpoklady definuje jako vzájemně ovlivněné a provázané materiálně technické podmínky.

Dopravní předpoklady

Mirvald a kol. (1996, s. 22-23) uvádí, že doprava zprostředkovává spojení mezi výchozím a cílovým místem, respektive mezi trvalým bydlištěm účastníků cestovního ruchu a rekreační oblastí. Toto tvrzení doplňuje Hrala (2001, s. 27-30), který dodává, že doprava vystupuje jako základní služba a rozhoduje o využívání prostoru cestovního ruchu. Doprava umožňuje masovost cestovního ruchu ve stále větších prostorových dimenzích. Rostoucí náklady, čas a vzdálenost jsou nepřímo úměrné přitažlivosti místa. Doprava ve vztahu k cestovnímu ruchu působí negativně i pozitivně. Negativní dopad na životní prostředí má převážně automobilová doprava.

Doprava se realizuje několika formami podle Hrali (2001, s. 27-30). Železniční doprava je provozována v kontinentálním měřítku a hlavně v přepravě mezi vzdálenými místy. Automobilová doprava přispěla k masovému rozvoji cestovního ruchu a stala se dominantním odvětvím přepravy v počtu přepravených účastníků ve vnitrostátním i mezinárodním měřítku. Převážně se jedná o přepravu na kratší vzdálenosti. Hustá

silniční síť rozšiřuje prostorovou mobilitu automobilové dopravy. Vodní doprava na kratších úsecích slouží jako přeprava výletní, rekreační a okružní. Na delších trasách se uplatňuje v oblastech, kde podél nich jsou k podívané přírodní a kulturní atraktivity. Vertikální doprava umožnila rozvoj zimních sportů a letních rekreací díky zpřístupnění horských oblastí. Na velké vzdálenosti si své primární postavení vybudovala letecká doprava, hlavně v mezikontinentálním měřítku.

Ubytovací a stravovací zařízení

Jejich rozsah a úroveň limitují podle Hrali (2001, s. 30) využití přírodních možností a kulturně historických atraktivit daných středisek. Možnosti pro koncentraci a rozmístění cestovního ruchu vytváří kapacita zařízení. Gehinová (2008, s. 23) označuje jednotlivé druhy ubytovacích zařízení následovně: hotel, hotel garni, motel, hotel, penziony, kempy, chatové osady a turistické ubytovny. Dále uvádí, že největší roli v kvalitě ubytovacích služeb hrají ekonomické ukazatele i geografická poloha. Mirvald (1996, s. 23) se shoduje s jednotlivými druhy ubytovacích zařízení a přidává další dělení, a to na pevná hromadná ubytovací zařízení a pohyblivá ubytovací zařízení. Stravovací zařízení se můžou stát jedinými objekty, kam směřuje cestovní ruch. Například návštěva gastronomické akce, dny národní kuchyně a jiné. Podle Orišky (2010, s. 140-142) se stravovací zařízení restauračního typu člení na restaurace a bary. Kategorie restaurací představuje restaurace samotné, pohostinství, jídelní restaurační vozy a jiná zařízení pro přepravu osob, motorest, samoobslužná restaurace, bufet, bistro a kiosek. Kategorie bary zahrnuje denní bar, lobby bar, noční bar, noční klub, varieté, vinárny, kavárny, espresso, hostinec, pivnice a výčep piva.

2.2.3.1 Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu

Podle Kiraľové (2003, s. 42) představuje sekundární nabídka cestovního ruchu prostředky ke splnění tužeb a očekávání. Je tvořena turistickou supra a infrastrukturou a všeobecnou infrastrukturou.

Kiraľová (2003, s. 42) dále do turistické suprastruktury zahrnuje ubytovací a hostinská zařízení, které vytváří dlouhodobý pobyt návštěvníka v destinaci. Veřejným ubytovacím zařízením se rozumí objekty, prostory nebo plochy, kde je veřejnosti poskytnuto ubytování za úhradu na přechodnou dobu a s ním i spojené služby. Mezi hostinská zařízení autorka řadí restaurace, motoresty, denní bary, aperitiv bary, snack

bary, grill bary, pizzerie, jídelny se samoobsluhou, hostince, kavárny, vinárny a další. Velká pozornost by se měla věnovat kvalitě poskytovaných služeb.

Podle Orišky (2010, s. 120-130) se ubytovací zařízení rozdělují podle kategorií, a to hotel, penzion, motel, hotel, ubytovací hostince a případně další. Dále podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb se řadí do tříd, které jsou značeny počtem hvězdiček, které nám vypovídají o kvalitě daného ubytovacího zařízení.

Turistická infrastruktura zahrnuje podle Kirařové (2003, s. 43) touroperátory, cestovní kanceláře a cestovní agentury, následují místní, regionální a národní informační kanceláře cestovního ruchu, směnárny, sportovně-rekreační zařízení, kulturně-společenská zařízení, rekreační doprava a záchranná služba. Uvedená zařízení se analyzují podle počtu, kapacity, sortimentu poskytovaných služeb, provozní doby, počtu návštěvníků, poměr počtu návštěvníků k počtu místních obyvatel a průměrné výdaje na návštěvníka.

Kirařová (2003, s. 45) definuje všeobecnou infrastrukturu jako dopravu a dopravní dostupnost, půjčovny automobilů, obchodní síť a síť služeb, technické sítě, zásobování vodou, elektřinou, plynem a likvidací odpadů. Doprava zabezpečuje pohybovou složku cestovního ruchu. V rámci analýzy sekundární nabídky je potřeba věnovat pozornost dostupnosti destinace železniční, silniční, leteckou a lodní dopravou. Návštěvníka by měla přeprava co nejméně fyzicky i psychicky vyčerpat. Rekreační doprava zabezpečuje přemísťování návštěvníka v rámci destinace. Je třeba analyzovat hustotu, kapacitu a vhodnost tras městské dopravy z hlediska jednotlivých aktivit v destinaci.

2.3 Rozvoj cestovního ruchu v destinaci

2.3.1 Strategické plánování v destinaci

Hrabánková a Hájek (2002, s. 43) definují strategický plán jako ucelenou sadu standardních, prakticky ověřených procedur a nástrojů řízení změn i jako samotný proces realizace a řízení změn v destinaci. Strategické plánování v destinaci se od ostatních forem plánování odlišuje tím, že představuje výslednou spolupráci většího okruhu představitelů destinace, od cílů odvozuje optimální podobu jejího rozvoje a dokáže reagovat na budoucí vývoj vnějšího prostředí. Přínos strategického plánování spočívá v tom, že udává konkrétní směr, kterým by se měla destinace vyvíjet, tvoří základ pro rozhodování o prioritách. Poskytuje návod, jak maximálně využít příležitostí a jak minimalizovat hrozby.

Při strategickém plánování se podle Hrabánkové a Hájky (2002, s. 43) vždy používají jednotlivé následující kroky. Formulace mise, která vyjadřuje hlavní směr dlouhodobého rozvoje destinace. Pak se formuluje vize, která vyjadřuje společně sdílené představy o tom, jak má město v budoucnosti vypadat, aby byla naplněna mise. Následuje vnitřní analýza, jejímž prostřednictvím zhodnotíme vlastní předpoklady destinace pro naplnění mise a uskutečnění vize. Poté se provede vnější analýza, která zhodnotí vnější faktory, které mohou výrazně ovlivnit naplnění mise a uskutečnění vize. Důležitou část představuje SWOT analýza, která umožňuje porovnání silných a slabých stránek destinace s vnějšími příležitostmi a hrozbami pro naplnění mise a uskutečnění vize, posouzení reálnosti vize a identifikace hlavních problémů při jejím uskutečňování. Následuje definování strategických oblastí, což je vymezení oblastí, které mají klíčový význam pro uskutečnění vize, formulace hlavních záměrů v těchto oblastech, stanovení důležitosti jednotlivých oblastí a vymezení jejich vzájemných vztahů. Založení rozvojových programů představuje další krok, v jehož rámci se rozdělí strategické oblasti a záměry do programů a následuje založení strategických indikátorů. Poté je na řadě zpracování rozvojových programů, kde je jasně formulovaná mise a vize, vnitřní a vnější analýza, SWOT analýza a formulují se strategické záměry a akční plány. Nastává zpracování strategických indikátorů, což znamená vytvoření systému kritérií, nástrojů měření a způsobu vyhodnocování průběhu a výsledků realizace strategických záměrů a realizace akčních plánů. Důležitou částí je monitoring, který představuje průběžné sledování a vyhodnocování realizace jednotlivých rozvojových programů

i naplňování celkových strategických záměrů a uskutečňování celkové vize. Posledním krokem je adaptace.

Kiráľová (2003, s. 83-84) vymezuje marketingový plán jako stav, kterého má být dosaženo a jednotlivé konkrétní kroky, které vedou k jeho dosažení. Zahrnuje dvě části, a to úvodní a realizační. Úvodní část zahrnuje shrnutí výsledků použitých analýz a popisuje přijaté strategie a zdůvodňuje jejich výběr. Realizační plán sdružuje jasně a detailně specifikované všechny činnosti, konkrétní časový horizont, konkretizuje odpovědnost, dále stanovení rozpočtů, určení způsobu hodnocení plnění plánu a po vypracování plánu obeznámí s jeho zněním vedoucí pracovníky firem a institucí.

2.3.2 Vztah regionálního rozvoje a cestovního ruchu

Navrátil (2012, s. 27) uvádí, že na význam cestovního ruchu musíme pohlížet na detailnější úrovni, a to především na úrovni ekonomické, environmentální a sociokulturní. Ekonomické vlivy bývají podle Navrátila (2012, s. 27) zmiňovány na prvním místě, protože jsou nejpříměji spojeny s fyzickým rozvojem cestovního ruchu a s rozvojem cílové oblasti.

„Cestovní ruch především realizuje příjem generovaný v jiných regionech a plní redistribuční funkci kapitálu, dále zlepšuje obchodní bilanci, generuje pracovní místa přímo i nepřímo v navazujících odvětvích, přispívá ke zlepšování infrastruktury cílového místa, diverzifikuje ekonomiku cílového místa vytvářením nových ekonomických vazeb reprezentovaných toky materiálu, osob a financí.“ (Navrátil, 2012, s. 27)

„K environmentálním vlivům patří podle UNEPu (The united nations environment programme - program OSN pro životní prostředí) spotřebování přírodních zdrojů, jako je voda, lokální zdroje a krajina, dále znečišťování ovzduší, produkce odpadních vod a stavební činnost a posledním vlivem je degradace přírodního prostředí narušováním ekologické rovnováhy citlivých ekosystémů. Cestovní ruch přispívá ke snižování kulturní diverzity díky častým stykům hostů a hostitelské země.“ (Navrátil, 2012, s. 27)

Hrabánková a Hájek (2002, s. 57) za základní faktory rozvoje regionu považují přírodní, lidské, sociální, demografické a ekonomické faktory. Dále uvádějí vzdělanost a kvalifikaci občanů za významný faktor pro růst úrovně regionů. Kulturně historické faktory patří k rozvojovému potenciálu regionů, zejména tradice, dědictví, kulturnost obyvatel a hlavně estetické cítění s kulturně historickým vývojem.

Cestovní ruch je důležitý především z hlediska přísunu devizových prostředků do rozpočtu, příjmu státního i místních rozpočtů či zdrojů nových pracovních míst. Souvisí se zlepšením infrastruktury a možností využití kulturního i přírodního potenciálu regionů. Z těchto a dalších důvodů je podpora cestovního ruchu řešena na všech úrovních státní správy a místní samosprávy.¹

2.3.3 Tvorba strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci

Podle Hrabánkové a Hájka (2002, s. 43) je potřeba zpracovat strategii odlišné nabídky destinace od nabídky konkurentů, strategie by se měla odlišit produktem, službami, cenovou politikou, platebními nástroji a image. Volba strategie vychází ze stanovených cílů. Následuje zpracování strategického plánu, kde je důležité na produkt cestovního ruchu pohlížet očima klienta. Oproti tomu Királ'ová (2003, s. 79) uvádí tvorbu strategie, jako komplexní kontinuální a dlouhodobý proces, zaměřený na optimalizaci rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Strategické rozhodnutí ohledně budoucího rozvoje cestovního ruchu v destinaci musí být v souladu s definovanou misí a vizí destinace.

Vystoupil a kol. (2007, s. 13-20) uvádí obsah a strukturu strategických a programových dokumentů, který je dán účelem, pro který vznikají. Účel je ovlivněn mnoha faktory, jde především o kompetence. Obsah strategického dokumentu je rozčleněn na 5 hlavních částí, které obsahují další kategorie.

Nejdříve se podle Vystoupila a kol. (2007, s. 13-20) provede hodnocení ekonomického významu cestovního ruchu, které zahrnuje hlavně hodnocení příjmů, zaměstnanosti a meziregionální srovnání. Dalším krokem je analýza a hodnocení turistické nabídky, které obsahuje individuální hodnocení přírodních předpokladů, kulturně-historických předpokladů, základní a doplňkové turistické infrastruktury, sportovně-rekreační turistické infrastruktury, turistické dopravní infrastruktury, dále hodnocení návštěvnosti, hlavních atraktivit a cílů, hlavních druhů a forem cestovního ruchu, nabídku hlavních turistických produktů, v neposlední řadě i hodnocení struktury a kvality statistických informací a posledním bodem v této části je hodnocení organizace a řízení cestovního ruchu.

¹ Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online], cit. 8.11.2014

Část třetí podle Vystoupila a kol. (2007, s. 13-20) vymezuje analýzu a hodnocení turistické poptávky, což je hodnocení vnitřní a vnější konkurence, profilu domácí a zahraniční návštěvnosti a analýzu a hodnocení hlavních trhů. Na hodnocení turistické poptávky navazuje analýza SWOT, jako část čtvrtá, konkrétně její strukturu, členění a rozbor hlavních pozitivních a negativních faktorů.

Poslední část se zabývá návrhem, což definuje Vystoupil a kol. (2007, s. 13-20), Návrh navazuje na všechny předchozí části a je nejdůležitější z pohledu výstupu předešlých analýz, ve které je navrhována daná strategie, včetně rozvojových cílů, priorit a opatření. Jedná se o stanovení rozvojových vizí a strategií, hlavních a vedlejších cílů, rozvojových priorit a opatření včetně vah a nástrojů pro podporu rozvoje cestovního ruchu. Určí se kritéria podpory a hodnotí se finanční rámce a metody implementace. Nakonec celého procesu formulujeme časový horizont akčního plánu.

„Strategické dokumenty na národní úrovni hodnotí ekonomický význam cestovního ruchu, podíl HDP, příjmy z cestovního ruchu a podíl na zaměstnanost, dále analyzují poptávku a organizace cestovního ruchu, z čehož výstupem je SWOT analýza.“ (Vystoupil a kol., 2007, s. 13-20)

2.3.4 Destinační management a marketing

„Destinační management má za úkol koordinaci činností jednotlivých subjektů tak, aby byly naplněny cíle rozvoje cestovního ruchu v destinaci, vybudována a trvale rozvíjena pozitivní image destinace.“ (Hrabánková, Hájek, 2002, s. 49)

„Destinační management a marketing představuje soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce na úrovni regionů a mikroregionů, využívání podpůrných fondů. Výsledný destinační produkt není finálním dílem jednoho subjektu, ale zahrnuje celou řadu participujících subjektů.“ (Hesková a kol. 2004, s. 13)

Horner a Swarbrooke (2003, s. 290-291) uvádí, že v cestovním ruchu provádí marketing spíše veřejné sektory, a proto jsou cíle komplikovanější, než u jiných druhů marketingu. Orgány veřejného sektoru používají marketing jako prostředek k dosažení určitých cílů. Za tyto cíle můžeme považovat zlepšení pověsti oblasti a tím přilákat investory, dále rozšíření počtu a vybavení zařízení, které mohou být k dispozici místním občanům, například podpora místních obchodů, kulturních zařízení, restaurací a rozvoj infrastruktury. Ze sociálního hlediska může být jeden z cílů vzbudit v občanech hrdost

na svou oblast. Získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí a v neposlední řadě také vynaložit snahu o zlepšení politické přijatelnosti destinace pro lidi z vnějšku.

Managementem destinace rozumíme podle Kiraľové (2003, s. 22) soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti trhu. Součástí managementu destinace je návštěvnický management, model limitů přijatelné změny a spektrum rekreačních příležitostí.

Destinace představuje podle Middletona (2009, s. 338), mix produktů cestovního ruchu, které nabízí spotřebiteli ucelený zážitek. V tomto kontextu lze destinační marketing definovat následovně. Jedná se o každou organizaci, na libovolné úrovni, která je odpovědná za marketing dané destinace. V praxi marketingové rozpočty destinačního marketingu nejsou zaměřeny na všechny oblasti cestovního ruchu, ale pouze na konkrétní segmenty trhu.

3 Metodika

Hlavní činností v první fázi byl sběr sekundárních dat. Když hovoříme o sekundárních datech, jsou to data zprostředkovaná, která byla již někde prezentována nebo zveřejněna. Základním zdrojem informací byly odborné publikace (knihy, statistické materiály), internetové stránky, například CzechTourism nebo Ministerstvo pro místní rozvoj apod. Odborná literatura, týkající se témat cestovního ruchu, předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a strategického marketingu a managementu, byla použita v českém i cizojazyčném provedení. Jako další důležitý zdroj sekundárních dat sloužily propagační materiály poskytnuté v informačních centrech a materiály městské knihovny Blatná. Díky získaným poznatkům byla zpracována literární rešerše.

V následující části byl analyzován současný stav předpokladů města Blatná jako destinace cestovního ruchu. Jednotlivé předpoklady byly analyzovány na základě statistických dat podle Českého statistického úřadu, dále dle údajů obsažených v strategickém dokumentu města Blatná a územním plánu města na předem stanovený časový interval. Pojmy týkající se města byly vyňaty ze sborníků města, ale i další odborné literatury týkající se města Blatná a regionu Blatenska. Získaná data byla doplněna údaji z elektronických zdrojů jednotlivých atraktivit, webových stránek města a především informacemi a brožurami z turistického informačního centra.

V další části byly nejdříve sestaveny dotazníky, konkrétně jejich forma, struktura a obsah. Před zahájením dotazování byla provedena pilotáž na vzorku 7 potencionálních respondentů, kde byla prověřena zřetelnost a srozumitelnost dotazníku. Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na dva typy respondentů, a to návštěvníky destinace a rezidenty. U návštěvníků bylo provedeno dotazníkové šetření v měsících červenec až říjen roku 2013. U rezidentů bylo provedeno v měsících srpen až prosinec roku 2013 ve městě Blatná. Prostřednictvím dotazníků byla shromážděna primární data, která byla získána formou kvantitativního výzkumu. Oslovování respondentů probíhalo osobně v destinaci, v místě velké koncentrace návštěvníků, a to na zámku Blatná a v jeho okolí, v informačním centru a v okolí muzea a náměstí, zároveň i prostřednictvím internetu v elektronické podobě. Celkem bylo získáno 148 vyplněných dotazníků od návštěvníků a 141 od rezidentů. Dotazníky byly zpracovány pomocí programu Microsoft Office Excel 2007 a výsledky jsou interpretovány v podobě grafů a slovních komentářů. Dále prováděné strukturované

rozhovory se zástupcem města a dalšími odborníky ve městě Blatná byla zjištěna další primární data, která byla získána formou kvalitativního výzkumu. V rámci strukturovaných rozhovorů bylo vymezeno 10 témat, ke kterým se respondenti vyjádřili.

Na základě poznatků a výsledků vyplývajících z analýzy současného situace a realizovaných výzkumů byla provedena syntéza výsledků a poznatků a vyhodnoceny hypotézy.

Návrhová část definuje proces zpracování strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Blatná a vytvoření konceptu rozvoje cestovního ruchu, kde jsou vymezeny vize, cíle, priority a opatření pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná v předem stanoveném časovém intervalu.

4 Řešení a výsledky

4.1 Analýza současného stavu

4.1.1 Základní informace o městě Blatná

Blatná je město ležící v severozápadní části Jihočeského kraje, v okrese Strakonice. V Blatné vzniká z několika potoků řeka Lomnice. Historické jádro města je městskou památkovou zónou. Město je zasazeno do krajiny tvořené žulovými pahorky a hladinami překrásných rybníků. Jméno města Blatná vzniklo podle blat, mezi nimiž bylo založeno.²

Město Blatná je správním, ekonomickým, kulturním a sociálním centrem správního obvodu obce s rozšířenou působností Blatná. Z hlediska ekonomického rozvoje je zdrojem mnoha pracovních příležitostí pro celou oblast. Jsou zde vytvořeny podmínky pro vzdělání, sociální a zdravotní služby, kulturní, společenské a odpočinkové aktivity.³

Městskými symboly jsou znak a pečeť Blatné a od roku 1994 také městský prapor. Znak se skládá z kančí hlavy a krácejícího lva, je to nakoso dělený štít.⁴

Blatensko je nazýváno krajem rybníků, díky jejich velkému počtu a rozloze v regionu. Za nejvýznamnější osobu ve městě je považován Jan Böhm, který založil slávu Blatné jako „Města růží“. Böhm pěstoval mezi oběma světovými válkami na odlehlých plantážích proslulé růže. Jeho zásluhou se konalo v Blatné několik celostátních výstav růží a jeho výpěstky obdržely několik cen a proslavily Blatnou i na mezinárodní úrovni.⁵

² Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 9.3.2014

³ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 9.3.2014

⁴ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 9.3.2014

⁵ TOUFAR, P. (2006). *Od Blatné tajemnou českou krajinou k Otavě*. Vyd. 1. Jindřich Brožek.

Obrázek 1: Město Blatná v České republice



Zdroj: www.mesto-blatna.cz

Obrázek 2: Území města Blatná



Zdroj: www.google.cz/maps

4.1.2 Geografické vymezení města

Město Blatná se rozkládá na ploše 4360 ha, rozdělené do 8 katastrů a to je tvořeno místními částmi Blatná, Blatenka, Čekanice, Drahenický Málkov, Hněvkov u Mačkova, Jindřichovice u Blatanky, Milčice u Čekanic a Skaličany.⁶

Většina stávající zástavby v katastru Blatné je v kategorii plochy bydlení. Převážně se jedná o bydlení v rodinných domech a částečně v domech bytových.

⁶ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 9.3.2014

Domovní fond ve městě Blatná disponuje 1504 domy z toho je 89% domů rodinných. Některé části domů a ploch jsou využívány k provozování drobného podnikání, obchodu a služeb a dalších souvisejících funkcí. Další plochy ve městě Blatná jsou dle svého účelu zařazeny do kategorií: plochy rekreace ve spojení se zahrádkami, plochy nekomerčního nebo komerčního občanského vybavení, plochy veřejných prostranství a plochy smíšené výrobní.⁷

Co se týče administrativního členění města, byla Blatná povýšena na město v roce 1601 a od poloviny 19. stol až do roku 1960 byla přibližně 100 let městem okresním. Od tohoto roku až dodnes přetrvávají nespokojenosti místních občanů, že se výsady správního centra musela vzdát ve prospěch Strakonice. Město bylo také převedeno ze Západočeského kraje na Jihočeský.⁸ V současné době je Blatná město s rozšířenou působností. Správní obvod obce s rozšířenou působností Městského úřadu Blatná je vymezen územím 26 obcí.⁹

4.1.3 Demografická struktura města

Město Blatná mělo k 31.12.2012 celkem 6 709 obyvatel. Hustota obyvatelstva je 153,64/km². Po roce 1989 se snižuje sňatečnost, což je dáno převážně nezaměstnaností, menší sociální jistotou, ale kupříkladu i možností cestování. Z níže uvedené tabulky vyplývá, že pokles počtu obyvatelstva města Blatná nenabývá dramatických hodnot a lze jej považovat za přiměřený. S ohledem na obrat demografického vývoje v České republice a mírně kladného čísla přírůstku způsobeného migrací, je možné v blízké budoucnosti počítat s další stabilizací.¹⁰

⁷ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 9.3.2014

⁸ HOREJŠ, P., KOUBÍK, V., & a SVÍTKOVÁ, T. (1994). *Průvodce městem Blatná*. Vyd. 1. Amalthea.

⁹ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 10.3.2014

¹⁰ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 10.3.2014

Tabulka 2: Stav obyvatel

	2008	2009	2010	2011	2012
Stav k 1.1.	6 693	6 755	6 787	6 714	6 746
Narození	84	58	64	65	65
Zemřelí	72	52	72	57	82
Přistěhovalí	216	176	137	108	133
Vystěhovalí	166	150	229	84	153
Přírůstek přirozený	12	6	-8	8	-17
Přírůstek migrační	50	26	-92	24	-20
Přírůstek celkový	62	32	-100	32	-37
Stav 31.12.	6 755	6787	6 687	6 746	6 709

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Tabulka 3: Počet a věková struktura obyvatel v SO ORP Blatná

	Počet obyvatel k 31.12			V tomto věku								
	Podle pohlaví			0 až 14 let			15 až 64 let			65 a více let		
	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy	celkem	muži	ženy
Blatná	13833	6851	6982	1908	1031	877	9331	4704	4627	2594	1116	1478

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Tabulka 4: Průměrný věk obyvatel v SO ORP Blatná

Rok	Průměrný věk žen	Průměrný věk mužů	Průměrný věk žijících celkem	Celkový počet obyvatel k 31.12.	Počet žen k 31.12.	Počet mužů k 31.12.
2006	42	39,3	40,7	6696	3445	3251
2007	42,3	39,5	40,9	6693	3436	3257
2008	42,6	39,6	41,1	6755	3440	3315
2009	43	39,9	41,5	6787	3442	3345
2010	43,3	40	41,7	6687	3442	3245
2011	43,7	40,3	42	6746	3452	3294
2012	44	40,7	42,4	6709	3432	3277

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

4.1.4 Stručná historie města Blatná

Historie Blatenska začíná podle pramerů již někdy před sedmi až osmi stoletími a je spjata s mnohými reformami, osvobozujícími lid od roboty a poroby od vrchnosti. První písemné dochované zmínění o městě je vedeno k roku 1235. Paměť daného místa sahá kupodivu až do prehistorických časů. Hmotnými prameny lze doložit osídlení od 7 stol. př. n. l. ke zlatonosným potokům tekoucím z brdské oblasti a díky nimž do oblasti přicházeli kelští prospektoři, aby zde ve velkém rýžovali zlato.

Dějiny Blatenska jsou úzce spjaty s historií blatenského zámku a kostela. V průběhu 8. stol. n. l. slovanské obyvatelstvo natrvalo osídlilo blatenský region. Z roku 1235 je evidována první zmínka o blatenském hradě. V průběhu století se vystřídalo několik vlastníků blatenského hradu, v současné době zámku, tudíž zde působili různé šlechtické rody. Roku 1834 vypukl rozsáhlý požár ve městě.¹¹

Město Blatná v minulosti navštívili významní čeští buditelé, jako například Josef Kajetán Tyl, aby se zde setkal s Karlem Strakatým, s prvním pěvcem české hymny „Kde domov můj“, dále Josef Dobrovský a Jan Evangelista Purkyně.¹² Blatnou

¹¹ HOREJŠ, P., KOUBÍK, V., & a SVÍTKOVÁ, T. (1994). *Průvodce městem Blatná*. Vyd. 1. Amalthea.

¹² ČERMÁK, Z. (1962). *Blatná město růží a ryb*. Vyd. 1. Městská osvětová beseda v Blatné.

si oblíbil Mikoláš Aleš, ale také i Josef Mánes, který maloval zámek. V 19.stol si přijel s místními ochotníky zahrát divadelník Jindřich Mošna. Dalšími významnými rodáky byli Karel Blatenský, Jan Fischer a důležitou osobou města byl rodák Jan Pravoslav Koubek. Také Karel Fiala, místní rodák, architekt Pražského hradu, který výrazně ovlivnil vzhled Blatné.¹³

Z Blatné pocházela též Johana z Rožmitálu, spanilá paní, která byla druhou manželkou Jiřího z Poděbrad. Johanin jediný syn Hynek z Poděbrad, renesanční kavalírista, byl prvním českým překladatelem Boccaccia. Josef Martinovský byl učitel v Blatné, který stanul u zrodu ochotnického divadelního spolku a celkově pozvedl hudební život v Blatné. Mezi významné rody Blatenska patří Böhmiové a Hildprandtové. Hřímálý, tato početná hudební rodina má také původ v Blatné, kde se nejvíce proslavil Vojtěch Hřímálý junior, a to jako houslista, skladatel a dirigent.¹⁴

4.1.5 Lokalizační předpoklady destinace

4.1.5.1 Přírodní podmínky a atraktivita

Klimatické poměry

Blatensko náleží do oblasti mírně teplé a mírně vlhké podle Atlasu podnebí. Průměrná roční teplota se pohybuje kolem 7°C, teplotní maxima jsou od 29°C do 33 °C a teplotní minima se pohybují mezi -15°C až -25°C. Průměrný počet bouřek za rok je 30 a největší činnost je v červnu a červenci. Roční srážky dosahují hodnoty 600 mm, slunce svítí v roce průměrně 1497 hodin a souvislá sněhová přikrývka leží průměrně 65 dnů v roce.¹⁵

¹³ TOUFAR, P. (2006). *Od Blatné tajemnou českou krajinou k Otavě*. Vyd. 1. Jindřich Brožek.

¹⁴ HOREJŠ, P., KOUBÍK, V., & a SVÍTKOVÁ, T. (1994). *Průvodce městem Blatná*. Vyd. 1. Amalthea.

¹⁵ MĚSTSKÉ MUZEUM BLATNÁ. (1985). *Sborník vlastivědných prací vydaný k 750. Výročí první písemné zprávy o Blatné*. Městský národní výbor Blatná.

Hydrologické poměry

Celkově je Blatensko tvořeno rybníční oblastí. Největší zdejší rybník Labuť je v bělčické pahorkatině. Území Blatenska má nevýraznou vodní síť s řadou bezodtokových rybníků a je odvodňováno řekou Lomnicí, která teče v mělkém širokém údolí s malým spádem a je hlavní vodotečí se svými přítoky, která protéká Blatnou a její průměrný průtok je 3,28 m³/s. Pramení v Brdech pod vrchem Třemšínem a vlévá se po přítoku Skalice do Otavy. Protéká mnoha rybníky. Hladina podzemních vod je volná a leží v malé hloubce pod povrchem (2-4m) a k vývěru dochází na místech erozních rýh. Na Blatensku převažují vody nízko mineralizované (od 0,1-0,5 g/l) typu kalcium a to proto, že krystalické horniny v okolí Blatné se vyznačují výhradně puklinovou propustností.¹⁶

Blatensko je hustě protkáno sítí potoků, významnější z nich jsou mimo Závišovského potoka také Hradištský potok (10,5km), Mračovský potok (12km) a Skalice (52,2km). Největší rybník Labuť má rozlohu 109 ha. Dalšími rybníky jsou Pustý, Přední Topič, Zadní Topič, Velký Buzický a Závist.¹⁷

Morfologické poměry a reliéf

Území Blatenska patří orograficky k blatenské a benešovské pahorkatině a nepomucké vrchovině. Rozkládá se na ploše 1047 km², zeměpisná délka je 13°52'54.33" E a zeměpisná šířka je 49°25'29.59" N. Modelace terénu je určována petrografickým složením podkladu a puklinovou a zlomovou tektonikou. Terén je charakteristický členitým povrchem s pahorky, krátkými hřbety, skálami a skalkami, jednotlivými balvany a na svazích polohami splavených hlín. Jeden z příkladů balvanů je izolovaný balvan v Blatné, zvaný Čertův kámen.

Celkový ráz Blatenska je parovinný a v povodí Lomnice dosahuje průměrné výšky 500-550 m. n. m. , jinak má město průměrnou nadmořskou výšku 404 m. n. m. V okrajových částech převyšují jednotlivé vrchy a hřbety. Nejvyšším bodem je se 729 m *vrch Drkolná*. Centrální část blatenské pahorkatiny tvoří blatenská kotlina při Lomnici. Okolo blatenské kotliny jsou seskupeny tři pahorkatiny - Bělčická, sedlická a zábořská. Oblast má zemědělský charakter, kde poměr zalesněné

¹⁶ MĚSTSKÉ MUZEUM BLATNÁ. (1985). *Sborník vlastivědných prací vydaný k 750. Výročí první písemné zprávy o Blatné*. Městský národní výbor Blatná.

¹⁷ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 10.3.2014

a zemědělsky obdělávané půdy je asi 1:2. Z nerostných surovin se zde vyskytuje ruda, žulové porfyry, písky, štěrkopísky a v minulosti i zlato. Na území je výskyt nivních a glejových půd.¹⁸

Flóra

Mezi chráněné území Evropského významu Natura 2000 patří Zámecký park Blatná, jehož lokalita má ráz tvrdého luhu přeměněného do podoby krajinářského parku. Mezi zvláště chráněná území v katastrálním území a jeho blízkosti patří Dolejší rybník, Hořejší rybník, Kadovský viklan, Kocelovické pastviny, Kovašínské louky, Pastvina u Zahorčic, Sedlická obora, Smyslov a Velká kuš. Na území jsou k vidění i památné stromy, jimiž jsou Buk Velenovský, Čekanický dub a Rošický klen. Na Blatensku můžeme najít lípy, duby, buky, javory, křemeláky, kleny, smrky, borovice, modřiny, jírovce, jasany, topoly a vrby. Chráněné a vzácně se vyskytující rostliny jsou vodní květena (kosatec, leknín, stulík), pryskyřník, žebratka, růžkatec, vachta, rosnatka, kruštík, kozlík, jalovec, lilie a prvosenka.¹⁹

Zejména rybníky mají spolu s nivami v krajině výrazný ekologicko-stabilizační efekt. Lesní plochy zaujímají na území rozlohu 7 687 ha. Území má jednotlivé složení využití půdy následující: 55% zemědělská půda, 29% lesní půda, 6% vodní plochy, 8% ostatní plochy a 2% zastavěná plocha. Na Blatensku má rybářství silnou tradici a v současnosti patří region k významným rybářským oblastem v České republice, nejen díky chovu ryb, ale i z pohledu sportovního rybaření.²⁰

Fauna

Z dravců je na území souvislých lesních porostů plošně rozšířen jestřáb, káně, krahujec a včelojed. V posledních letech je pravděpodobné hnízdění orla mořského. Další ptačí druhy jsou strakapoud, žluna, čáp a lejsek. Ze vzácných motýlů se na území vyskytuje otakárek ovocný a fenyklový, z obojživelníků převážně blatnice skvrnitá, čolek a ropucha, také netopýři, z hmyzu například tesařík, mandelinka a roháči, plazy jako ještěrka nebo slepýš a savci na území jsou rejsci, ježci nebo jezevci.²¹

¹⁸ MĚSTSKÉ MUZEUM BLATNÁ. (1985). *Sborník vlastivědných prací vydaný k 750. Výročí první písemné zprávy o Blatné*. Městský národní výbor Blatná.

¹⁹ Zdroj: Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 11.3.2014

²⁰ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 11.3.2014

²¹ Zdroj: Město Blatná [online] , cit. 11.3.2014

4.1.5.2 Kulturně-historické předpoklady

Kulturně-historické a kulturní památky

V Blatné byla vyhlášena dne 12. 11. 1990 městská památková zóna, která je vymezena rozsahem historického města a přilehlého převážně parkového území na západní a jižní straně.

Vodní zámek Blatná

První zmínka o blatenském hradu je z roku 1235. Už dávno před tím však stávala na kamenném ostrůvku uprostřed bažin dřevěná tvrz, později na hrad přestavěná. Příchodem rodu Lvů z Rožmitálu v 15. století začalo pro hrad nejvýznamnější období, spojené s hospodářským i kulturním rozvojem osady nesoucí po hradu jméno Blatná. S Rožmitály jsou spojeny i počátky rybníkářství na Blatensku. Zámek začal přestavovat Zdeněk Lev, který povolal do Blatné významného architekta Benedikta Rejta. Jeho dílem je dodnes nejceněnější stavba blatenského zámku: goticko-renesanční palác s trojbokými arkýři. Stavební úpravy na konci 18. a počátku 19. století změnily původní hrad na zámek. Hildtbrandtům byla Blatná po odebrání vrácena v roce 1990. Když se zámek vrátil původním majitelům, konkrétně baronce Kornelii Hildprandtové, která ho s rodinou musela kdysi nedobrovolně opustit, se zde opět natrvalo usadila.²²

Tabulka 5: Návštěvní doba zámku Blatná

Návštěvní doba 2014		
5.dubna - 1.června	: Sobota - Neděle	10.00 hod - 16.00hod
3.června – 29.června	: Úterý - Neděle	10.00 hod - 16.00hod
1.července – 31.srpna	: Úterý - Neděle	10.00 hod - 17.00hod
2.září – 14.září	: Úterý - Neděle	10.00 hod - 16.00hod
20.září – 26.říjen	: Sobota - Neděle	10.00 hod - 16.00hod

Zdroj: Vlastní zpracování dle www.zamek-blatna.cz

²² Zdroj: Blatná [online] , cit. 11.3.2014

Tabulka 6: Prohlídky a vstupné zámku Blatná

Druh prohlídky	Cena vstupného	Informace
Základní prohlídka	Dospělí: 100,- Kč Studenti, ZTP, Důchodci: 75,- Kč Děti 6-15 let : 45,- Kč Děti do 6 let : Zdarma	
Prohlídka pro MŠ, I. stupeň ZŠ	Dospělí: 80,- Kč Děti : 50,- Kč	Zkrácená prohlídka zámku + prohlídka strašidel
Rozšířená prohlídka	Zelená světnice: příplatek 40,- Kč Kaple: příplatek 50,- Kč	Příplatek ke vstupence
Prohlídka pro náročné návštěvníky	Dospělí : 250,- Kč Důchodci, ZTP, studenti: 200,- Kč Děti do 15 let: 100,- Kč	Vzhledem k náročnosti prohlídky se nedoporučuje účast pro malé děti
Noční prohlídky	Dospělí: 200,- Kč Děti do 15 let: 100,- Kč	
Cizojazyčný výklad	Dospělí: 200,- Kč Děti 6-15let 100,- Kč	

Zdroj: Vlastní zpracování dle www.zamek-blatna.cz

Prohlídková trasa zahrnuje zámecké interiéry, které jsou zařízeny převážně rodovými sbírkami, mimo jiné i pracovnu Jana Evangelisty Purkyně, lovecký salon, empírový salon, rodinou galerii a soukromou sbírku z Etiopie.²³

Zděná zvonice

Blatenská zvonice je nejceněnější romantickou novogotickou zvonici v Čechách a stojí před kostelem zvaná též Blatenská věž. Dříve namísto ní stála dřevěná zvonice, která byla po požáru ve 30. letech 19. stol. přestavěna. Pozoruhodná je svou výškou 45,5m a její vzpěradlová zvonová stolice pro dvě dvojice zvonů nad sebou. Zvonice

²³ Zdroj: Vodní zámek Blatná [online] , cit. 11.3.2014

byla postavena podle plánů J. Spinettiho. V současné době je zvonice nepřístupná pro veřejnost.²⁴

Kostel Nanebevzetí Panny Marie

Římskokatolický kostel byl postaven Lvy z Rožmitálu v gotickém slohu na místě románského kostela založeného Bavory ze Strakonic. Z původního románsko-gotického kostela z druhé poloviny 13. století se zachovala část sloužící nyní jako sakristie. Interiér kostela je z poloviny 18. století a v areálu kostela je bývalá hřbitovní kaple sv. Michala vysvěcená roku 1515, dnes kaple Božího hrobu.²⁵

Mariánský sloup

Je v těžišti jižního blatenského náměstí, jež byl postaven roku 1726. Návrh spolu se sochařskou výzdobou pocházejí od Johanna Fraze Hoffmanna z Rokycan. Prošel celkově třemi rekonstrukcemi a na novodobé osmiboké podnoží stojí sokl na půdorysu kříže, z něhož vyrůstá sloup s plastikou. Sloup je barokního slohu se 4 postavami světců z 18 století.²⁶

Městská architektura

Součástí městské památkové zóny je též budova děkanství a bývalá kaplanka. Ve městě je několik volných plastik. Například pomník padlým od Josefa Bílka, socha sv. Floriana Na příkopě, která je umístěna před děkanstvím a pochází z roku 1766, dále sochu sv. Václava stojící na barokním soklu a v neposlední řadě kamenný pamětní kříž. Další atraktivitou je blatenský lihovar. V zámeckém lihovaru jsou již několik let vyráběny ovocné destiláty a ty zdejší jsou na jedničku. Součástí lihovaru je i prodejna. Mezi významné budovy města se řadí J. P. Koubka č.p. 7, 81, 99 a na Náměstí Míru č.p. 101, 102, 103, 104, 105, 107 nebo budova bývalého městského pivovaru z roku 1513.

²⁴ HESKOVÁ, M. a kol. (2006). *Unikátní technické atraktivity jižních Čech*. Vyd. 1. Profess Consulting.

²⁵ ŠTĚPÁN, P. a kol. (2000). *Průvodce Blatenskem nejen pro cyklisty*. Vyd. Městské muzeum v Blatné; Nadace Menhirostav.

²⁶ Zdroj: Hrady, cestujte s přehledem [online] , cit. 12.3.2014

Kaplanka v Blatné

Někdejší sídlo blatenských kaplanů postavila proti vstupu do zahrady děkanství po roce 1520 huť Benedikta Rejta (Rieda), pracující pro Zdeňka Lva z Rožmitálu na zdejším zámku. Přes pozdější úpravy si objekt zachoval goticko-renesanční vzhled, zvýrazněný portálem z vnějšího schodiště do I. patra. Dnes zde sídlí vinotéka.²⁷

Kulturní zařízení, kulturní a jiné akce

Kulturní život v Blatné je poměrně bohatý a z nabídky akcí vyplývá, že Blatná je městem kulturním. Akce se konají především v letních měsících a mají povahu místního významu, ale v posledních letech vznikají akce s nabídkou mezinárodního rozsahu, např. Blatenský fotofestival. Většina akcí se odehrává na zimním stadionu, v zámku nebo v muzeu. Mezi nejvýznamnější kulturní akce s mnohaletou tradicí v Blatné patří Česká panenka, což je výstava českých panenek a loutkařů. Také kontrabasová soutěž F. Simandla, která se koná na počest významného pedagoga F. Simandla, kde se setkávají studenti a profesori nejen z ČR. V ČR je to jediná soutěž tohoto druhu.²⁸

V současné době má kulturu města na starost Centrum kultury a vzdělávání v Blatné, jejichž sídlem je budova muzea a knihovny. Týdně se v Blatné koná několik akcí. Od ledna do prosince pravidelně probíhá v kinosále blatenské sokolovny kulturní program, vždy nejméně dvě představení v měsíci, určené pro dospělé a děti, divadelní představení, koncertní vystoupení, pohádky pro děti, školní akademie apod.. Během roku mohou diváci shlédnout měsíčně vždy ve středu, pátek a v neděli program kina. V pronajatých prostorách blatenského zámku ve starém paláci se již tradičně pořádají koncerty „Kruhu přátel hudby“. V městském muzeu probíhá ročně několik výstav, hlavně v době turistické sezony.²⁹

²⁷ Zdroj: Hrady, cestujte s přehledem [online] , cit. 12.3.2014

²⁸ Zdroj: Město Blatná, [online] , cit. 13.3.2014

²⁹ Zdroj: Město Blatná, [online] , cit. 13.3.2014

Tabulka 7: Tradiční kulturní akce v Blatné

Kulturní akce	Termín konání
Blatenské hudební slavnosti – spojené s oslavou osvobození	Květen
Koncerty populárních skupin	Květen – srpen
Blatenské tancování s výukou country tanců	Květen- červen
Akce se zaměřením na mezinárodní vztahy	Červen
Kontrabasová soutěž Fr. Simandla	Červen
Blatenský fest	Červen
Countryfest	Červenec
Blatník fest	Červenec
Tradiční blatenská pouť	Srpen
Havelské posvícení	Říjen
Živý betlém	Prosinec
Velikonoční jarmark	Duben
Rybářské slavnosti	Červenec
Slavnosti piva	Srpen

Zdroj: Vlastní zpracování dle CKVB a Města Blatná

Tabulka 8: Tradiční výstavy v Blatné

Výstavy	Termín konání
Blatenská růže – zámek Blatná	Červen- červenec
Zámek Blatná – výstavy obrazů, keramiky...	Srpen
Příroda Blatenska – městské muzeum	Srpen – září
Česká panenka – zámek Blatná	Září
Blatenský fotofestival	Září

Zdroj: Vlastní zpracování

Nemalou měrou se na kulturním dění podílí spolková činnost ve městě. Za jeden z nejdůležitějších spolků je považován - Spolek divadelních ochotníků, který každoročně sehraje několik představení a těší se velké návštěvnosti. Nutno podotknout, že v letech minulých pořádal větší počet představení, než v současné době, ale stále se těší velké oblibě.

Sokolovna

Funkci kulturního domu supluje blatenská sokolovna, v jejímž sále se pořádá celá řada plesů, které zde organizují blatenské podniky a spolky plesy. Prostor je využíván jako kino nebo divadlo.³⁰

Městské muzeum

Muzeum bylo založeno roku 1922 a jeho správu měl na starost muzejní spolek, jehož předsedou byl Josef Siblík, který zemřel roku 1931. Muzeum bylo umístěno v budově dnešní školy. V roce 1937 bylo přestěhováno do budovy zastupitelstva-nyní Městský úřad. Roku 1945 bylo přestěhováno do zámku, následně roku 1953 do Starého paláce zámku. Na počátku 60. let bylo muzeum zrušeno, ale posléze roku 1979 bylo znovu obnoveno jako regionální muzeum Blatenska se sídlem v zámku. Od roku 2004 v muzeu byla zpřístupněna galerii pro výstavy výtvarného umění v budově č. 212, kde jsou též otevírány jednotlivé expozice. V současné době je v budově umístěna i knihovna, která nabízí oddělení pro děti i dospělé.³¹

Filmové Blatensko

Zbývá ještě uvést filmy, které město proslavily. Jeden z prvotních natočených filmů na Blatensku je Bílá paní z roku 1965 či Šíleně smutná princezna natočená o dva roky později, které jsou nezapomenutelné. Blatnou si filmaři vybrali, aby zde natočili exteriéry pro film Čest a sláva. I Zdeňka Trošku zaujal blatenský zámecký park pro natočení několika scén Princezny ze mlejna 2. V roce 2007 zde natočila paní režisérka Jitka Němcová film Křišťálek meč.

³⁰ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 13.3.2014

³¹ Zdroj: Centrum kultury a vzdělávání, [online], cit. 12.3.2014

Tradice a řemesla v Blatné

Na Blatensku má svou historii řemeslo Kamenictví, což můžeme dodnes vidět díky několika lomům v okolí. Také pivovar a lihovar hrály důležitou roli v historii města, jak už bylo zmíněno také spolek divadelních ochotníků, pěstování růží nebo rybářství. Důležitou neznámou součástí tvořila blatenská kytara, které vyráběl podnik Resonet. Podnik doslova svými výrobky dobyl svět, na tyto kytary hráli např. Beatles, Rolling Stones nebo Led Zeppelin. Mezi tradiční řemesla se řadí ševcovské, krajkářství, vodní mlýny, mlékárna, pila, jatky a mezi novodobé tradice například traktoriády.

Sportovní zařízení a sportovní akce

Přestože je v Blatné k dispozici řada sportovních zařízení, je nutné konstatovat, že v materiálně-technické základně pro rozvoj tělovýchovy a sportu jsou zde ještě značné rezervy a je třeba tyto kapacity dále rozvíjet.

Problémem je absence víceúčelové sportovní haly. V Blatné, město disponuje pouze tělocvičnou základní školy. Sportovní zařízení jsou staršího data výstavby, kapacita všech zařízení je nedostačující, chybí letní bezprašná hřiště, sportoviště pro moderní sporty jako softbal nebo squash. Dále ve městě není skatepark a dráha pro in-line bruslení. Pro rekreační sport mezi slabiny patří nedostatek udržovaných a technicky vybavených veřejně přístupných víceúčelových sportovišť. Mezi sportovní zařízení na území města Blatná řadíme: tělocvična SOŠ a SOU Blatná, malý tělocvični sál v domě dětí a mládeže, spinning centrum, dopravní hřiště v MŠ, tělocvična ZŠ, fotbalový stadion, kuželna, sokolovna a nekrytý bývalý zimní stadion.³²

Velkým přínosem pro město je čerstvě postavený, rok starý, nekrytý plavecký bazén. Také rybníky a některé zatopené lomy nabízející letní koupání. Jezdecký klub v nedalekých Miroticích nabízí výcvik i vyjížděky na koních.³³

Cyklistika má ve sportovní nabídce Blatenska silnější postavení. Blatensko nabízí celkem 3 cyklotrasy 9 okruhů. Cyklotrasa 1 červená: 26km, východisko Blatná, Cyklotrasa 2 zelená: 7km, východisko: Blatná, Cyklotrasa 3 fialová: 23km, východisko: Blatná, cyklotrasa 4 modrá: 14km

³² Zdroj: Město Blatná, [online] , cit. 14.3.2014

³³ Zdroj: Blatná, [online] , cit. 14.3.2014

Tabulka 9: Cykloturistika - 9 okruhů

1.okruh	Kocelovice – Paračov – Dobšice – Skaličany	23, 6 km / východisko: Blatná, věž
2.okruh	Závišín-Hvožd'any-St.Smolivec-Metly	41,5km/východisko: Blatná, věž
3.okruh	Tchořovice- Kasejovice- Lnáře	32,2km/východisko: Blatná, věž
4. okruh	Řečice-Vrbno- kadov-Bezděkov-Pole	32,3 km/východisko: Blatná, věž
5.okruh	Červínovice-Labut'-Buzice-Paštiky	31,4km/východisko Blatná věž
6.okruh	Tchořovice- Hadí rybník- Jindřichovice-Mačkov	22,9km/východisko: Blatná, věž
7.okruh	Buzice-Škvořetice-Sedlice-Čekanice	30km/východisko: Blatná, věž
8.okruh	Čekanice-Bratronice-Záboří-Lnářský Málkov	31,1km/východisko: Blatná věž
9.okruh	Záhrobí-Třemšín-Hvožd'any-Kocelovice	49,9km/východisko: Blatná, věž

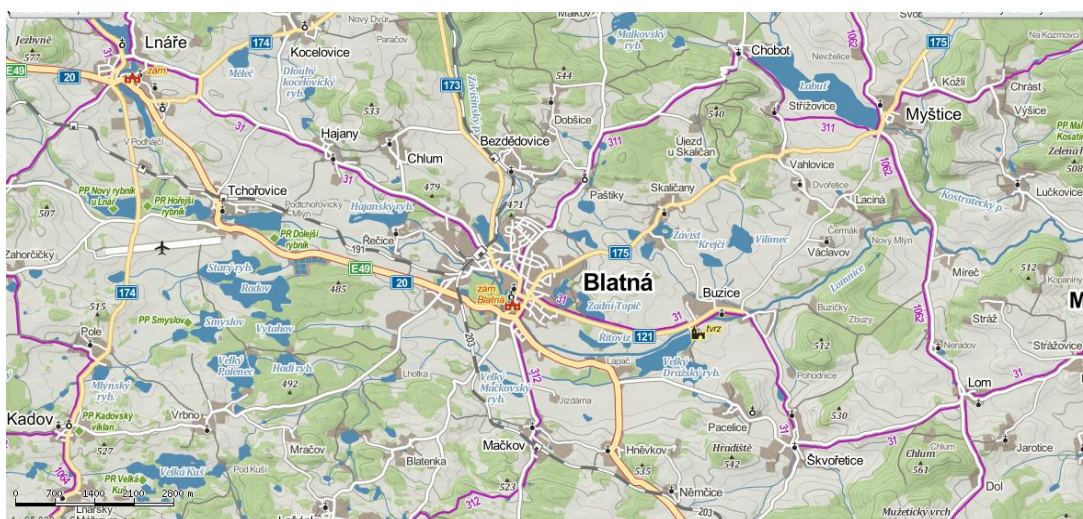
Zdroj: Vlastní zpracování dle www.blatensko.com

Cyklistické trasy na Blatensku znázorňuje následující mapa na obrázku číslo 3.

Pro sportovní příznivce je ve městě nabídka sportovních akcí, z nichž se již některé staly tradicí. Jsou jimi například: Hon na lišku, Trabant sraz, Nahošínský triatlon, Mačkovské bike-Eldorado, cyklistický Disneyland Blatná, Memoriál Jana Janovského, memorial Christiana Battaglii o pohár starosty města Blatná a okruhy Blatenskem. Městské spolky jsou například klub potápěčů, Aeromodel club nebo TJ SOKOL Blatná.³⁴

³⁴ Zdroj: Město Blatná, [online] , cit. 13.3.2014

Obrázek 3: Cyklotrasy na Blatensku



Zdroj: Mapy.cz, [online] , 27.3.2014

Pěší turistika

Turistické trasy v okolí Blatné jsou dobře a přehledně značeny. Zelená značka začíná na autobusové stanici Blatná a vede kolem zámku směrem na Blatnou, vzdálenou asi 4 km. Žlutá vede od autobusové stanice jedním směrem na Bezdědovice (asi 2,5 km), opačným na Buzice (asi 4 km) a končí v Myšticích (asi 11 km). Červená vede od autobusové stanice na Buzice a pokračuje přes Škvořetice (asi 7,5 km) do Sedlice (asi 11 km). Modrá značka vedoucí od Myštic křižuje na okraji Blatné žlutou a pokračuje kolem potoka Jesec.³⁵

Obrázek 4: Turistické trasy na Blatensku



Zdroj: Mapy.cz, [online] , cit. 27.3.2014

³⁵ Zdroj: Blatná, [online], cit. 14.3.2014

4.1.6 Realizační předpoklady

4.1.6.1 Dopravní předpoklady

Silniční infrastruktura

Město Blatná leží na silnici I. Třídy č. 20 Karlovy Vary-Plzeň-České Budějovice, která prochází přes zastavěné území Blatné. Intenzita dopravy na průjezdu Blatnou byla v roce 2010, kdy proběhlo sčítání dopravy, celkem 6500 vozidel/den, z toho 1700 těžkých vozidel. V některých úsecích chybí chodníky a křižovatky jsou nevyhovující z důvodu nedostatečných rozhledových poměrů a chybějí odbočovací pruhy. Pro město je strategicky důležitý hlavní tah na Rozvadov z Českých Budějovic a na Plzeň po stejné komunikaci.

Na silnici I/20 v Blatné navazují 3 silnice II. třídy: II/173 na Bělčice, II/1756 do Mirotic a II/121 do Buzic. Síť pozemních komunikací dále tvoří 10 silnic III. třídy a větší množství místních a účelových komunikací, které mají z části nedostatečnou šířku, v některých úsecích chybí chodníky a v některých křižovatkách není zajištěn rozhled.³⁶

Mezi dopravně důležité místní komunikace lze zařadit sběrné komunikace. Podmínky pro pěší dopravu ve městě jsou zabezpečeny zejména chodníky podél průtahů silnic, které jsou především v lokalitách Komenského náměstí, Husových sadů a na sídlištích. V roce 2006 byla vybudována naučná stezka u Závišínského potoka.³⁷

Železniční infrastruktura

Blatná je křižovatkou dvou železničních tratí: č. 203 Březnice — Strakonice a č. 191 Nepomuk-Blatná. Na území města se nachází jedna železniční zastávka a to železniční stanice Blatná. Provoz na trati č. 203 a 191 je řízen podle předpisu D3, výpravčí je zde současně dirigující dispečer a traťová rychlost je 50km/hod. Obě zmíněné tratě mají regionální charakter a to jak z hlediska osobní, tak nákladní dopravy. Nákladní dopravu zabezpečují manipulační vlaky. Průměrné náklady

³⁶ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 14.3.2014

³⁷ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 15.3.2014

a vykládky se v železniční stanici Blatná pohybují okolo 20 naložených a 20 vyložených vozů.³⁸

Osobní vlaková doprava je provozována osobními vlaky v rozsahu směr Nepomuk odjezd 9 spojů a příjezd 8 spojů, směr Strakonice 11 spojů odjezd a 11 spojů příjezd a směr Březnice odjezd 9 spojů a příjezd 9 spojů.

Hromadná autobusová doprava

Územím Blatná je vedeno celkem 18 příměstských i dálkových linek pravidelné autobusové dopravy, které provozuje celkem 6 dopravců. Na území města Blatná včetně osad se nachází 21 autobusových zastávek linek pravidelné autobusové dopravy. Nejdůležitějšími autobusovými stanovišti jsou Blatná, Boženy Němcové a Blatná-Palackého. Autobusová stanice Blatná má v současné době charakter autobusového nádraží.³⁹

Městská hromadná doprava

MHD není v Blatné provozována. Do jisté míry ji nahrazují spoje linkové autobusové dopravy do zastávky Blatná, autobusová stanice (u nádraží ČD) a do zastávky Blatná - Vrbenská (v blízkosti průmyslové zóny), které jsou zde provozovány z důvodu značné vzdálenosti od centra města.

4.1.6.2 Ubytovací možnosti

Níže uvedené tabulky zachycují ubytovací možnosti na území města Blatná. Jedná se o zařízení s celoročním provozem. Kromě níže uvedených ubytování ještě existuje možnost ubytování v malých penzionech s kapacitou několika míst, ty se však všechny nachází mimo katastr města, nejbližší v obcích Lnáře, Pole, Buzice, Hajany a Kožlí. Ubytovací kapacita ve městě neodpovídá skutečným potřebám návštěvníků. V Blatné je pouze několik ubytovacích zařízení a penzionů.⁴⁰

³⁸ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 15.3.2014

³⁹ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 15.3.2014

⁴⁰ Zdroj: Město Blatná, [online], cit. 16.3.2014

Tabulka 10: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ve městě Blatná

Hromadná ubytovací zařízení Celkem	Z toho					
	Hotel, motel, botel ****	Hotel garni ****, *** **,*	Penzion	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde
14	1	1	4	4	1	3

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Tabulka 11: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ve městě Blatná

Počet příjezdů hostů	Počet příjezdů hostů z ČR	Počet příjezdů hostů mimo ČR	Počet přenocování	Počet přenocování hostů z ČR	Počet přenocování hostů mimo ČR
1125	1048	77	5748	5633	115

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ

Tabulka 12: Ubytovací zařízení na území města Blatná

Název	Počet míst	Typ zařízení
Penzion Hanzlík Blatná	15	Penzion
Penzion u rybníka Pustý	14	Penzion
Penzion Kuřáková	10	Penzion
Penzion SOŠ Blatná	210	Penzion, sezónní ubytování
Ubytovna Tesla	19	Rekr. Středisko
Domov mládeže SOU Blatná	50	Rekr. Středisko, sezónní ubytování
Hotel Beránek	36	Hotel

Zdroj: Vlastní zpracování dle průzkumu zpracovavatele města Blatná

Tabulka 13: Ubytovací zařízení v blízkém okolí města Blatná

Název	Počet míst	Typ zařízení
Hotel-restaurace- Zámecká 41-53restaurace	41-53	Hotel
Hotel Na Panské lnáře	16	Hotel
Hotel-restaurace. Na velké hospodě	25	Hotel
Penzion Jana Boudová	7-9	Penzion
Penzion Mlýn Kostřata	21	Penzion
Penzin Hostinec „U Kohoutka“	15	Penzion
Penzion Hospoda na statku	34	Penzion
Hotel Pila	32	Rekr. Středisko
Pilský mlýn	97	Penzion
Pilský mlýn	108	Chatky
Rekreační zařízení Radost	194	Penzion
Rekreační zařízení Radost	80	Chatky
Rekreační zařízení Lučkovice	80	Bungalovy
Rekreační zařízení Lučkovice	50	Chatky
Rekreační zařízení- Guesthouse	10	Penzion
Rekreační středisko Míreč	110	Penzion, chatky, bungalovy
Rekreační středisko „Na hadí“ u Blatné	35	Chatky
Kemp LUHY-Milavy	60	Chatky
Turistická ubytovna Radomyšl	15	Turistická ubytovna

Zdroj : Vlastní zpracování

4.1.6.3 Stravovací možnosti

Stravovací zařízení jsou na poměrně dobré úrovni a jejich kapacita je v mimosezonním období dostatečná. Pro případné rozšíření kapacity se nabízí ve městě několik vhodných objektů.

Tabulka 14: Stravovací zařízení na území města Blatná

Název	Počet míst	Typ zařízení
Blatenská restaurace	80	Restaurace, salonek, zahrádka
Restaurace V Sokolovně	120	Restaurace, salonek
Restaurace Na Rychtě	62	Restaurace
Restaurace U Bílého lva	nezjištěno	restaurace
Pizzeria Casa verde	105	Restaurace, zahrádka
Hospoda U Datla	110	Restaurace
Hospůdka Na Růžku	68	Jen studené občerstvení
Hospůdka u Bryndů	25	Restaurace, zahrádka
Hostinec Jubileum	nezjištěno	Jen studené občerstvení
Hostinec Na obůrce	87	Jen studené občerstvení
Hostinec u Hájků	50	Jen studené občerstvení
BOWLING centrum Blatná	nezjištěno	Restaurace
Motorest „Jezárka“	50	Restaurace, zahrádka
Cukrárna, kavárna City	100	Cukrárna, zahrádka
Cukrárna,kavárna ALFRÉDO	80	Cukrárna, zahrádka
Kavárna Viola	125	Cukrárna
Kavárna U Johanky	nezjištěno	Restaurace, kavárna, otevřeno v sezóně
Zámecké Bistro	35	Bistro, zahrádka
Billiard bar	80	Restaurace, salonek, zahrádka
Bufet	60	Bufet
Herna bar	45	Bar
Tip sport	nezjištěno	Bar, sázková kancelář

Zdroj: Vlastní zpracování dle internetových stránek města Blatná

4.2 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda má zvolená destinace dostatečný potenciál pro využití cestovního ruchu a zároveň jakým způsobem by se měl realizovat její další rozvoj. Marketingový výzkum byl proveden metodou dotazování.

Metoda osobního dotazování byla použita z důvodu vysoké návratnosti odpovědí. Dotazování probíhalo dvojím způsobem, využitím přímé a nepřímé komunikace. Jedna část dotazování byla provedena na základě přímé komunikace s respondentem, kde hlavním důvodem byla výhoda v podobě zpětné vazby mezi tazatelem a respondentem. Druhá polovina byla založena na nepřímé komunikaci s respondentem přes elektronický dotazník vytvořený v google documents a umístěný na webových stránkách a sociálních sítích.

Byla realizována pilotáž na vzorku 7 potencionálních respondentů pro ověření správného sestavení dotazníků. Po provedení předvýzkumu dotazníky nadále prošly následnou korekcí.

U návštěvníků bylo realizováno dotazníkové šetření v měsících červenec až říjen roku 2013, oproti tomu u rezidentů v měsících srpen až prosinec roku 2013 ve zvolené destinaci - ve městě Blatná. Prostřednictvím dotazníků byla shromážděna primární data, která byla získána formou kvantitativního výzkumu. Dotazování konkrétně proběhlo v prostorách zámku a jeho okolí, dále na náměstí, v okolí muzea a v místech velké koncentrace návštěvníků a obyvatel.

Byly vytvořeny dva druhy dotazníků. První typ byl určen pro návštěvníky města, který byl sestaven po 24 otázkách a druhý typ pro rezidenty města, který zahrnoval 15 otázek. Typy otázek obou dotazníků byly převážně s uzavřeným koncem vyjma 4 otázek u návštěvníků a 3 otázek u rezidentů, které byly otevřené. Uzavřené otázky byly následující: otázky sémantického diferenciálu, kde respondenti uváděli míru svého souhlasu a nesouhlasu v podobě odpovědí určitě ano/ spíše ano/ spíše ne a určitě ne. Přes 50% otázek bylo formulováno prostřednictvím známkovací stupnice, kde respondenti přiřazovali k jednotlivým otázkám čísla, jako ve škole od jedné do pěti. Typ otevřených otázek se v dotazníku vyskytl s menší četností, ale oproti tomu, právě tyto odpovědi nejvíce vypovídaly o postojích respondentů. Otevřené otázky byly použity volné a asociační, kde respondenti uváděli, co je první napadne, když se řekne město Blatná.

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjištění postojů, názorů a potřeb respondentů rezidentů a návštěvníků v oblasti služeb a celkové nabídky města Blatná. Zjištění postojů a názorů pomohlo konkretizovat, jak respondenti vnímají město Blatná, a to nejenom z pohledu cestovního ruchu, ale z celostní stránky. Získání informací, jak je pro respondenty město atraktivní, a to jednotlivé konkrétní složky, popřípadě pokud není, tak jaký je jejich důvod.

Ke zpracování vyplněných dotazníků bylo použito programu Microsoft Excel 2007.

4.2.1 Vyhodnocení

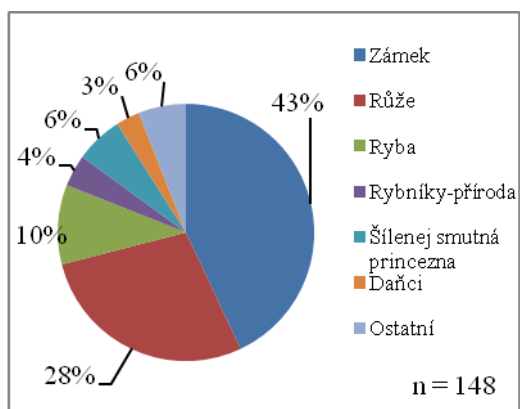
Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 289 respondentů. Z toho 148 respondentů návštěvníků a 141 respondentů byli rezidenti. Vyhodnocení je systematicky rozděleno stejně jako v dotaznících.

Asociace s městem Blatná

Respondenti se vyjádřili prostřednictvím této otázky, co považují za symbol města Blatná. (návštěvníci vs. rezidenti)

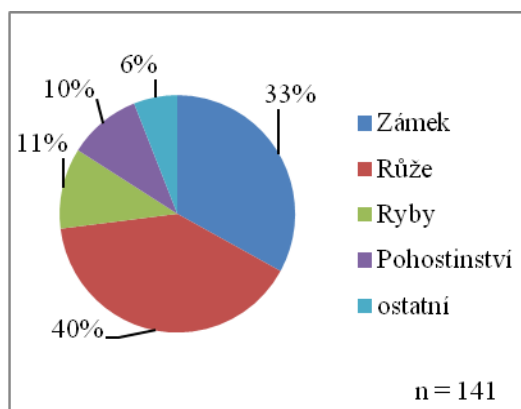
Otázka č. 1 – Co Vás první napadne jako symbol města Blatná?

Graf 1: Symbol Blatné – návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 2: Symbol Blatné - rezidenti



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

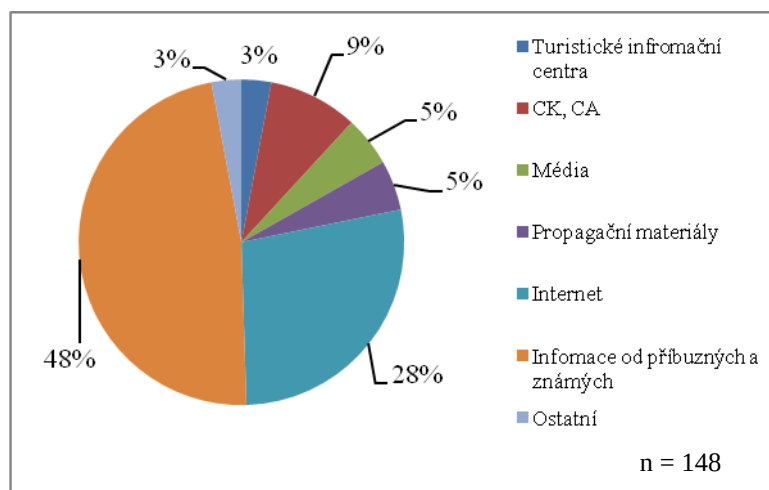
Z výše uvedeného grafu č. 1 je patrné, že z celkového počtu 148 návštěvníků destinace si 43% pod slovem „Blatná“ představí Zámek a 28% růže, především přikládají symbol růží Blatné proto, jelikož Blatná je nazývána „Městem růží“. S menší četností jsou odpovědi ze strany návštěvníků následující: 10% ryba, 6% natáčení pohádky - Šíleně smutná princezna a možnost „Ostatní“, kde respondenti pod tuto odpověď uvedli konkrétní restaurace a hostince. Dále rybníky spojené s přírodou odpovědělo 4% z nich a daňci vyskytující se v zámeckém parku uvedly 3% respondentů. V grafu č. 2 můžeme vyčíst, že z celkového počtu 141 rezidentů považuje za symbol Blatné 40% z nich růže a 33% Zámek. Růže mají své prvenství u rezidentů oprávněné, neboť růže psaly městu historii a proslavily jej nejen v České republice, ale i v zahraničí. 11% rezidentů odpovědělo ryby, 10% pohostinství a 6% ostatní, kde rezidenti uváděli například natáčení pohádky, rybníky, Jihočeský kraj a především letní festivaly.

Destinace Blatná z pohledu návštěvníka

V následujících otázkách je město Blatná zhodnoceno z pohledu návštěvníků města.

Otázka č. 2 – Jak jste se dozvěděli o města Blatná?

Graf 3: Jak jste se dozvěděli o Blatné - návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce návštěvníků města a to 48%, což je necelá polovina dotázaných ze 148, se dozvědělo o Blatné od příbuzných a známých a dalším významným komunikačním kanálem, z kterého se o městě dozvěděli, je internet, který uvedlo 28% dotázaných. 9% získala odpověď informace od cestovních kanceláří a agentur, kde se jedná v první řadě o zahraniční turisty. Pouze 5% z medií a propagačních materiálů a jenom 3% návštěvníků bylo poskytnuto informací v turistickém informačním centru a z ostatních zdrojů.

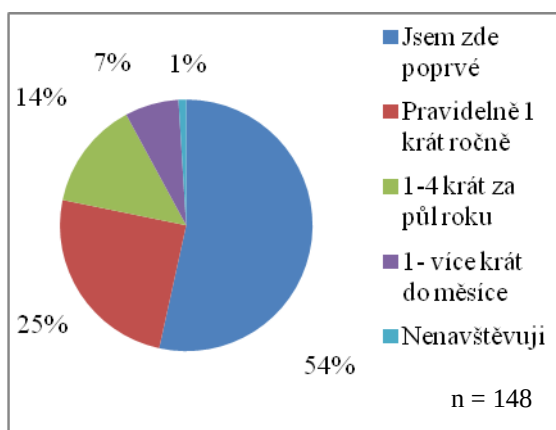
Otázka č. 3

Jak často navštěvujete město Blatná?

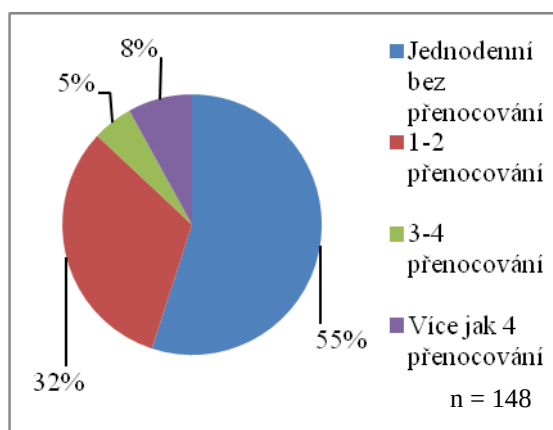
Otázka č. 4

Jak dlouhý je váš pobyt?

Graf 4: Jak často navštěvujete Blatnou?



Graf 5: Jak dlouhý je Váš pobyt?



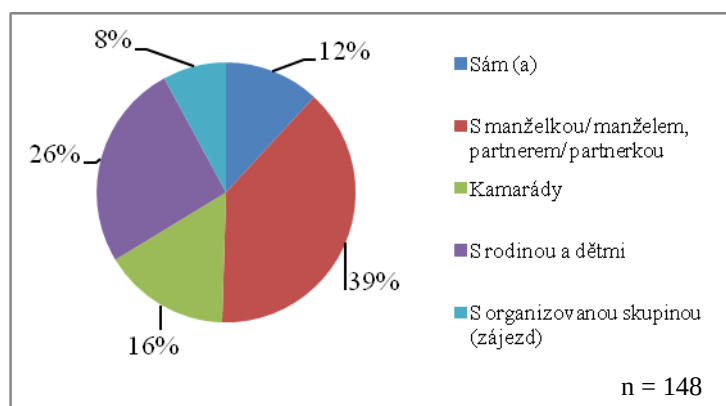
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z otázky číslo 3 bylo zjištěno, že 54% návštěvníků navštívilo město Blatná poprvé. Pravidelně jednou ročně navštěvuje město 25% dotázaných návštěvníků, jednu až čtyři návštěvy za půl roku do města absolvuje 14% návštěvníků a pouze 7% uvedlo, že své cesty do města podnikne více než jedenkrát do měsíce. Počet přenocování u respondentů návštěvníků byla s 55% odpověď bez přenocování z důvodu jednodenní návštěvy města, nebo krátkého výletu. Jedno až dvě přenocování odpovědělo 32% návštěvníků, 8% uvedlo, že ve městě přenocovali více jak čtyři krát a nejmenší počet odpovědí na otázku ohledně přenocování a to tři až čtyři přenocování, uvedlo pouhých 5% dotázaných.

Otázka č. 5 – S kým do města přijíždíte?

Graf 6: S kým do města přijíždíte?

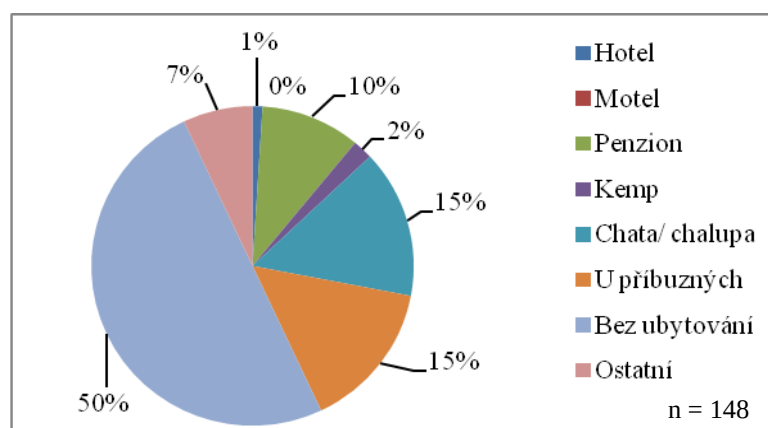


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce návštěvníků 39% do města přijíždí s manželkou/manželem, partnerkou nebo partnerem, 26% do města přijelo s rodinou a dětmi, 16% v doprovodu kamarádů, 12% návštěvníků přijelo do města samostatně a 8% s organizovanou skupinou.

Otázka č. 6 – Kde jste byl(a) ubytován(a) ?

Graf 7: Kde jste byl(a) ubytován(a)?



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

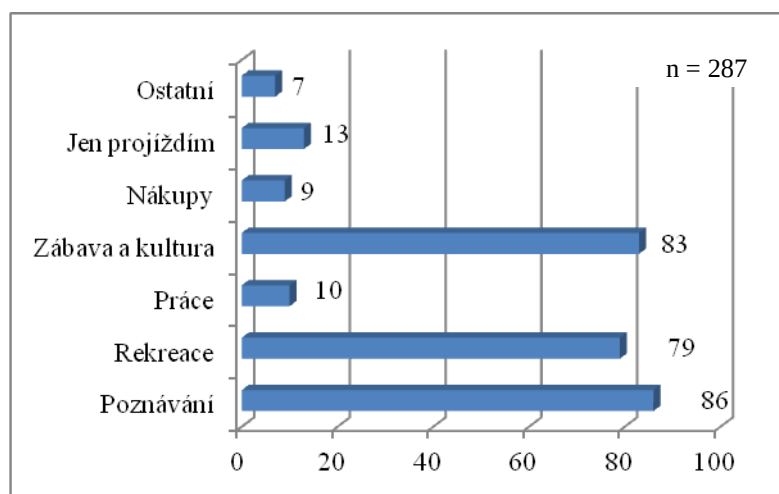
Přesně polovina dotázaných návštěvníků a to 50% nebyla ubytována. Jde o ty respondenty, kteří přijeli do města na jednodenní výlet nebo městem pouze projížděli. Ubytováno u příbuzných bylo 15% návštěvníků a pobyt na chatě nebo

chalupě zvolilo také 15% respondentů. Ze 148 dotázaných zvolilo 10% penzion, 7% využilo jiných možností ubytování, 2% dotázaných upřednostnila ubytování v kempu a pouze 1% si zvolilo hotel, jako ubytovací zařízení pro svůj pobyt.

Otázka č. 7 – Jaký je účel Vaší cesty?

Respondenti měli možnost výběru 2 odpovědí

Graf 8: Jaký je účel Vaší cesty?



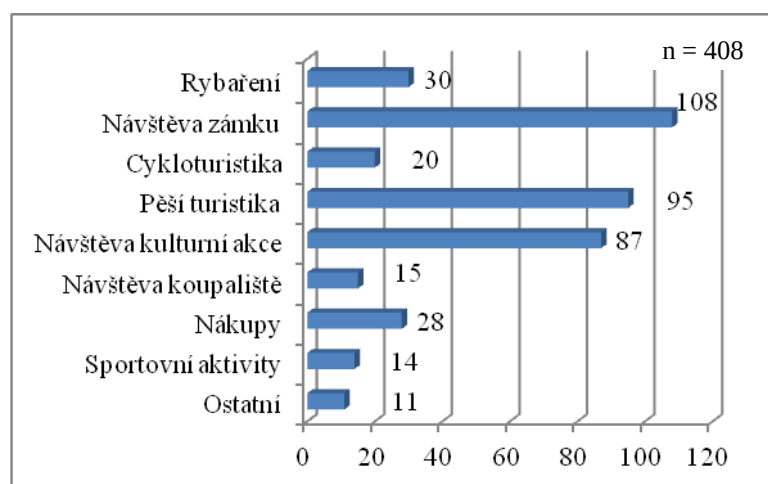
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Pomocí této otázky bylo zjištěno, že Blatná přitahuje nejvíce návštěvníky, jejichž počet je 86, převážně vyhledávající poznávání, a to nejen památek, ale celkovou nabídku atraktivit města. Poté s téměř stejnou oblibou následuje kultura a zábava. Přesně 79 návštěvníků zvolilo město Blatná za destinaci, do které se přijeli primárně rekreovat a odpočívat. Nákupy přilákaly 9 respondentů a 10 jich přijelo do města za prací. Svou zastávku v Blatné si udělalo 13 respondentů, kteří městem pouze projížděli, ale strávili zde určitý čas. Sedm respondentů navštívilo město za jiným účelem, než jsou výše uvedené. Jedná se především o dobrodružství v přírodě či návštěva koupaliště.

Otázka č. 8 – Jaké aktivity v destinaci provozujete?

Respondenti měli možnost výběru 3 odpovědí.

Graf 9: Jaké aktivity v destinaci provozujete?



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Ze zpracovaných údajů uvedených v grafu č. 9 je zřejmé, že 108 stávajících návštěvníků destinace primárně navštívilo zámek. 95 návštěvníků uvádí, že hlavním důvodem návštěvy Blatné je pěší turistika a především účast na kulturních akcích, což uvedlo 87 dotázaných návštěvníků. Rybařit do destinace přijíždí 30 dotázaných návštěvníků a 28 dotázaných uvedlo nakupování. Cykloturistiku v destinaci provozovalo podle odpovědí 20 respondentů, návštěvu koupaliště uvedlo 15 dotázaných a pouze 14 dotázaných se věnovalo sportovním aktivitám. Ti, kteří zvolili možnost „Ostatní“ uvádí, že se v destinaci věnovali práci nebo navštívili restauraci, kino, kavárnu a představení ochotnického divadla.

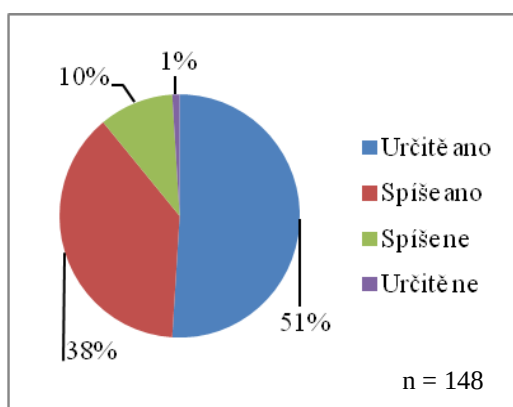
Hodnocení atraktivnosti města Blatná

V následující otázce respondenti hodnotili podle vlastního názoru, zda je podle nich destinace atraktivní. (návštěvníci vs. rezidenti)

Otázka č. 9 – Myslíte si, že je atraktivní město Blatná jako destinace cestovního ruchu?

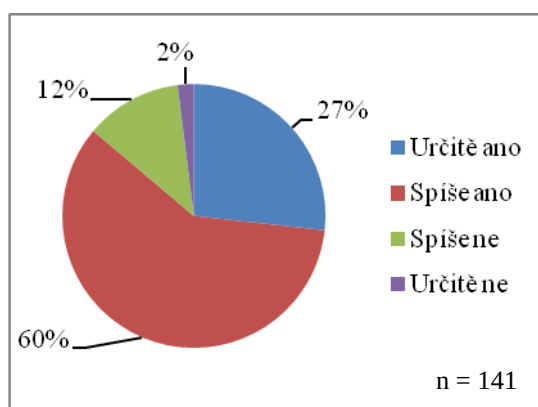
Graf 10: Atraktivnost města Blatná

- návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 11: Atraktivnost města Blatná - rezidenti



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Více jak polovina dotazovaných návštěvníků, konkrétně 51%, si myslí, že je město Blatná atraktivní, což je velice pozitivní. Vyhovující určitě je 38% odpovědí dotázaných, kteří uvedli odpověď spíše ano. Uspokojující může být i počet návštěvníků spíše nespokojených, kterých je pouhých 10% a zcela nespokojených návštěvníků je pouhé procento, což je téměř zanedbatelné.

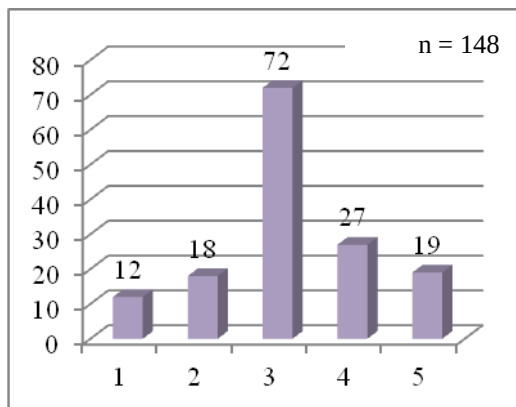
Celkem 27% rezidentů považuje město za atraktivní a 60% se přiklonilo k odpovědi spíše ano, tudíž rezidenti mají kladné postoje k městu ve kterém žijí, což je také velice optimistický výsledek. Z dotázaných považuje 12% rezidentů za spíše neatraktivní a 2% je zcela nespokojeno. Tyto záporné hodnoty mají výrazně nižší četnost než kladné. Celkově lze zhodnotit, že jak rezidentům, tak návštěvníkům se ve městě líbilo a byli spokojeni.

Hodnocení sportovní a kulturní nabídky

V několika následujících otázkách hodnotili respondenti sportovní možnosti, kulturní možnosti a kulturní zařízení či akce. (návštěvníci vs. rezidenti)

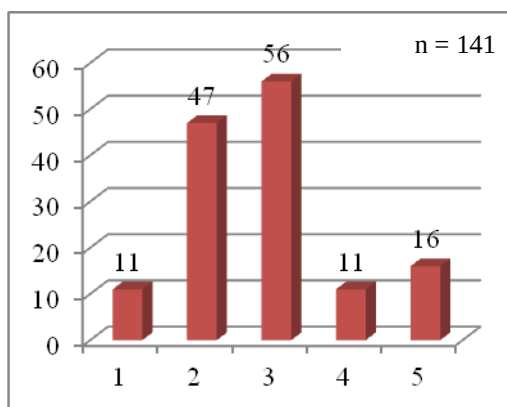
Otázka č. 10 – Jste spokojeni se sportovním vyžitím?

Graf 12: Sportovní vyžití – návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 13: Sportovní vyžití - rezidenti



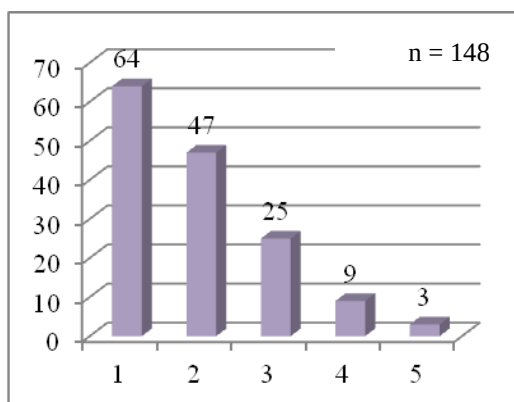
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z pohledu návštěvníků je sportovní vyžití a celková sportovní nabídka města průměrná až podprůměrná, jelikož nejčastější známku uváděli trojku, ke které se přiklání 72 dotázaných návštěvníků. Hodnota váženého aritmetického průměru u grafu číslo 12 je 3,15.

Z pohledu rezidentů je přístup ke sportu o trochu více pozitivnější, což je vidět nejčastěji uváděnou známkou dva a tři, kde známku tři přiřadilo 56 dotázaných rezidentů a známku dva přiřadilo 47 dotázaných rezidentů. Hodnota váženého aritmetického průměru u grafu číslo 13 je 2,82.

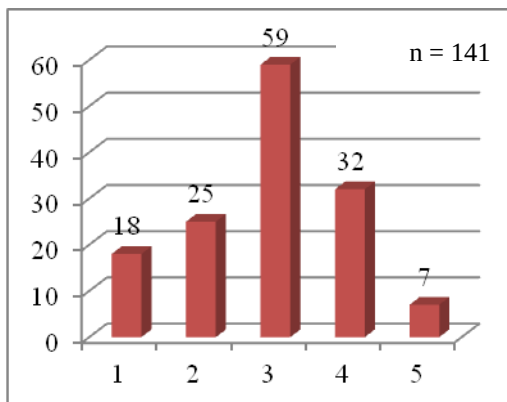
Otázka č. 11 – Jste spokojeni s kulturním vyžitím?

Graf 14: Kulturní vyžití - návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 15: Kulturní vyžití - rezidenti



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

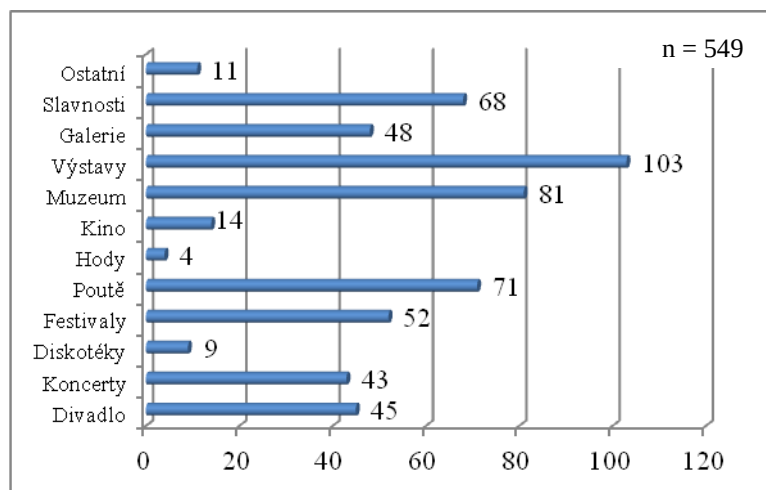
Návštěvníci mají velice kladný postoj ke kulturnímu vyžití a souhrnné kulturní nabídce ve městě. Z celkového počtu 148 dotázaných návštěvníků je zcela spokojeno 64 a udělili známku jedna. Spíše spokojeno a tudíž označení známky dva přiřadilo kultuře 47 dotázaných návštěvníků. Další označení známkou tři udělilo 25 dotázaných, čtyři označilo 9 dotázaných a pouze tři návštěvníci zhodnotili kulturu velmi negativně a přiřadili známku 5. Vážený aritmetický průměr těchto hodnot je 1,91.

Oproti návštěvníkům jsou rezidenti méně spokojeni s kulturním vyžitím. Hodnocení je uvedeno v grafu číslo 15, z kterého vyplývá, že nejvíce dotázaných rezidentů 59 vyjádřilo svůj neutrální postoj přiřazením kultuře hodnotu tři. Zcela spokojeno je 18 dotázaných rezidentů, spíše spokojeno je 25 dotázaných, kteří se přiklání k známce dva a negativní postoj zaujalo 32 dotázaných rezidentů, kterých je 32 a 7 zcela nespokojených rezidentů.

Otázka č. 12 – Které akce nebo kulturní zařízení jste navštívili nebo hodláte navštívit?

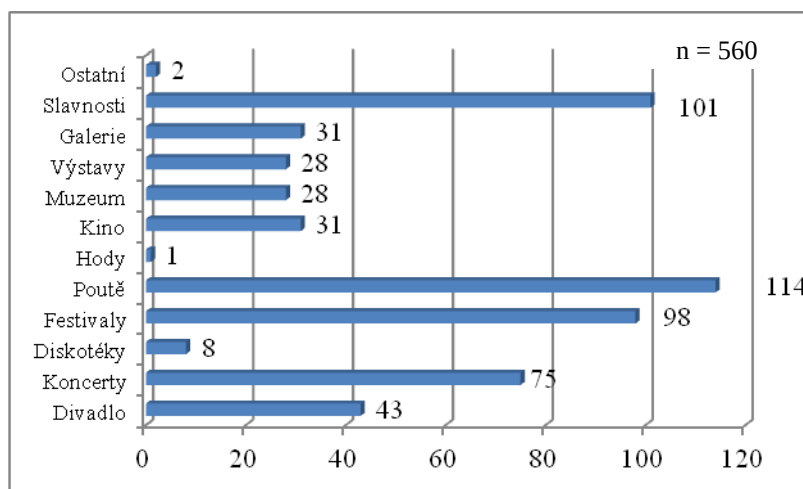
Respondenti měli možnost výběru až 4 odpovědí.

Graf 16: Kulturní zařízení - návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 17: Kulturní zařízení - návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Na otázku jaké kulturní akce nebo kulturní zařízení respondenti návštěvníci navštívili nebo plánovali navštívit odpovědělo 103 návštěvníků výstavy, muzeum uvedlo 81 návštěvníků, poutě 71 návštěvníků, slavnosti 68 návštěvníků a festivaly 52 dotázaných návštěvníků. Nízké obluby se dostává diskotéce a kinu, které uvedl velmi nízký počet dotazovaných.

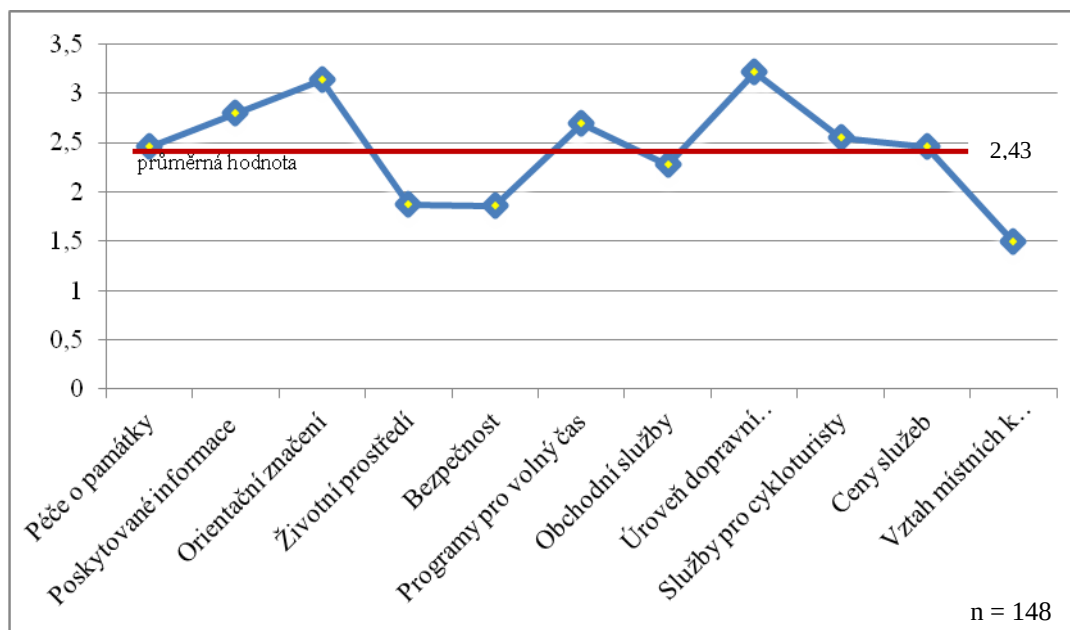
Z grafu č. 17 vyplývá, že dotazovaní rezidenti navštěvují jiné kulturní akce a zařízení než návštěvníci. Z celkového souhnu odpovědí, kterých je 560, uvedlo celkově 114 rezidentů návštěvu pouťe. Doporučení slavností a zároveň i osobní účast na nich uvedlo 101 dotázaných respondentů. Pouze o tři odpovědi méně jsou doporučeny festivaly, které uvedlo 98 dotázaných. Vyrovnaný počet odpovědí co se týče slavností a festivalů je odpovídající, jelikož tyto dvě kulturní akce mají ve městě Blatná velice podobný charakter. Dále uvedlo 75 rezidentů koncerty a zajímavým výsledkem je ochotnické divadlo, které odpovědělo 43 rezidentů. Nejmenší počet odpovědí zaznamenaly diskotéky, výstavy, muzeum, galerie a kino.

Hodnocení úrovně služeb a rozvoje v jednotlivých sférách

Respondenti přiřadili k jednotlivým sférám příslušné známky.
(návštěvníci vs. rezidenti)

Otázka č. 13 – Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu ve městě v jednotlivých sférách?

Graf 18: Rozvoj cestovního ruchu - návštěvníci

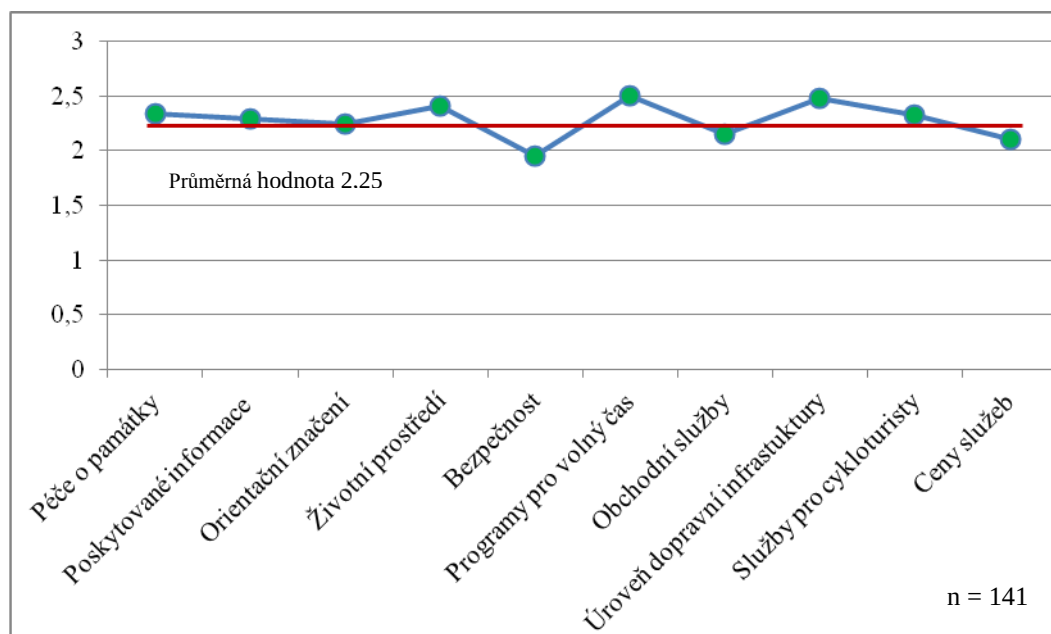


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Následujícím zkoumaným okruhem je rozvoj cestovního ruchu ve městě v jednotlivých oblastech. Každou oblast hodnotili respondenti (návštěvníci)

v jednotlivých grafech škálou známek od 0 do 5, kde 0 vyjadřovala nemožnost odpovědi z důvodu neznalosti dané oblasti a 1 výborně, oproti tomu 5 špatně. Z pohledu návštěvníků města lze podle určené průměrné hranice identifikovat oblasti cestovního ruchu. Velice nadprůměrný je vztah místních obyvatel k návštěvníkům města z pohledu návštěvníků. Také zcela optimistické jsou i hodnoty pro oblast životního prostředí a bezpečnosti. Je velmi uspokojující, že se návštěvníci cítili ve městě bezpečně a zároveň na ně udělal dobrý dojem přístup místních obyvatel. Péči o památky, obchodní služby a ceny daných služeb jsou hodnoceny průměrně. Mírně pod hranicí průměru vyšly služby pro cykloturisty, jejichž nabídka ve městě je převážně nedostačující. Negativní je oblast poskytování informací o městě a programy pro volný čas. Z grafu vychází velmi podprůměrné negativní hodnoty pro oblast orientačního značení a úroveň dopravní infrastruktury.

Graf 19: Rozvoj cestovního ruchu - rezidenti



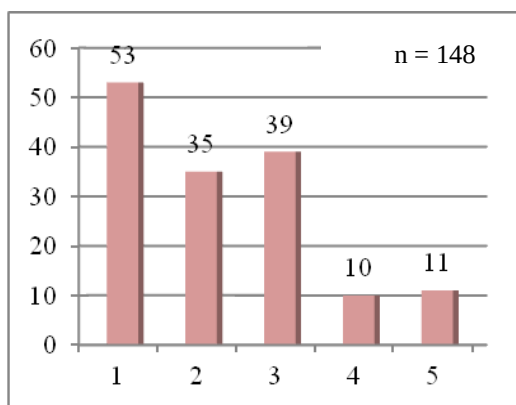
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Odpovědi dotazovaných rezidentů týkající se rozvoje cestovního ruchu ve městě jsou odlišné od odpovědí dotazovaných návštěvníků. Průměrná hranice v grafu číslo 20 je umístěna téměř stejně jako v grafu číslo 21. Výrazně nadprůměrně je hodnocena bezpečnost podle dotazovaných rezidentů. Několik oblastí se pohybuje na průměrné hranici, jsou to sice částečně nevyhovující výsledky, ale rozhodně nedělají

z jednotlivých oblastí kritické. Průměrná je podle rezidentů péče o památky, poskytované informace o městě, orientační značení, obchodní služby, služby pro cykloturisty a ceny služeb. Mírně podprůměrné jsou oblasti vztahující se k životnímu prostředí, dopravní infrastruktura a programy pro volný čas

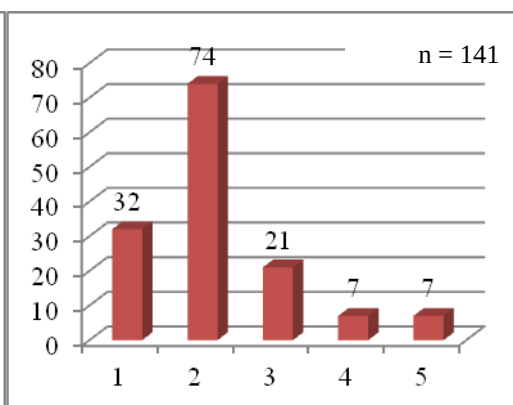
Otázka č. 14 – Jak hodnotíte stravovací zařízení?

Graf 20: Stravovací zařízení
– návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 21: Stravovací zařízení - rezidenti

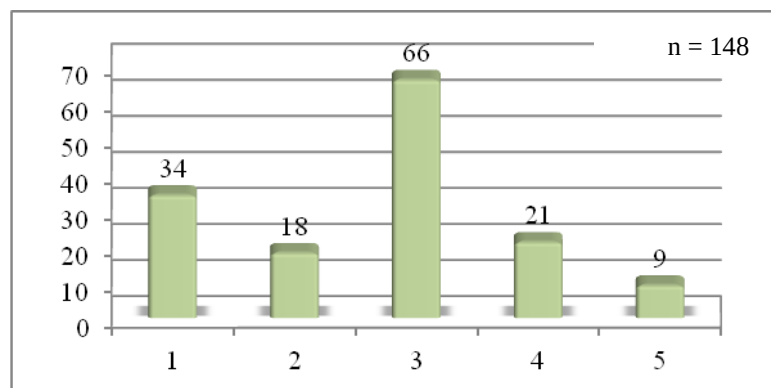


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Ze zpracovaných údajů uvedených v grafu číslo 22 vyplývá, že návštěvníci hodnotí stravovací zařízení převážně pozitivně. Oproti tomu dotázaní rezidenti, jejichž odpovědi jsou uvedeny v grafu číslo 23, označili nejčastěji známku dva, která vyjadřuje postoj velmi dobře. U rezidentů je průměrné hodnocení nižší než u návštěvníků města.

Otázka č. 15 - Jak hodnotíte ubytovací zařízení?

Graf 22: Ubytovací zařízení - návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

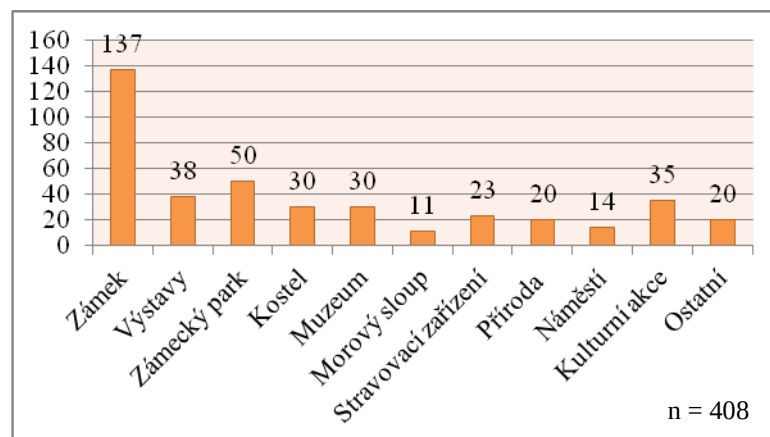
Z grafu číslo 24 je patrné, že návštěvníci hodnotí ubytovací zařízení průměrně a někteří nadprůměrně. Vážený aritmetický průměr odpovědí je 2,68.

Doporučení atraktivit či akcí k návštěvnosti

V následující otevřené otázce měli respondenti uvést tři místa, která považují za nejatraktivnější. (návštěvníci vs. rezidenti)

Otázka č. 16 - Jaká konkrétní 3 místa ve městě Blatná, které hodláte navštívit nebo jste navštívili, považujete za nejvíce atraktivní?

Graf 23: Atraktivity - návštěvníci

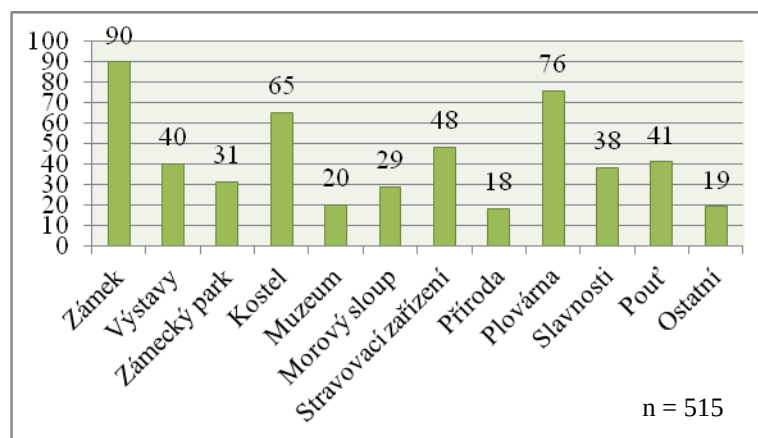


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Následující otázka zjišťuje, jaké tři konkrétní místa ve městě Blatná navštívili, nebo plánovali navštívit dotazovaní návštěvníci města. Otázka je otevřená, a proto umožňuje využít iniciativu dotazovaných, kteří volně odpovídají dle svého názoru. Celkem bylo uvedeno 408 odpovědí. Z grafu číslo 25 vyplývá, že největší návštěvnost zaznamenal zámek v Blatné, který uvedlo 137 dotázaných návštěvníků a vypovídá to o prvenství zámku mezi turistickými atraktivitami. Celkem 50 dotazových navštívilo zámecký park, který se rozprostírá kolem blatenského zámku. Vzápětí se umístily výstavy, které vypsalo 38 dotázaných a kulturní akce, což uvedlo 35 dotázaných. Kostel i muzeum byl zaznamenán v grafu po 30 odpovědích. Menší návštěvnost byla zjištěna u stravovacích zařízení, morového sloupu, náměstí a návštěva blatenské přírody. 20 respondentů odpovědělo tak, že se jejich odpovědi neztotožňovali s atraktivitami s větší četností. Jednalo se například o galerii, lomy v okolí Blatné, plovárna nebo knihovna.

Otázka č. 17 - Co byste doporučili turistům, aby nevynechali při své návštěvě v Blatné?

Graf 24: Doporučené atraktivity - rezidenti



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Stejně jako otázka číslo 18 i otázka číslo 19 je otevřená a umožňuje využít iniciativu dotazovaných, kteří mohli volně odpovídat dle svého názoru a své zkušenosti. Otázka zjišťuje, jaké tři konkrétní místa ve městě Blatná by doporučili dotazovaní

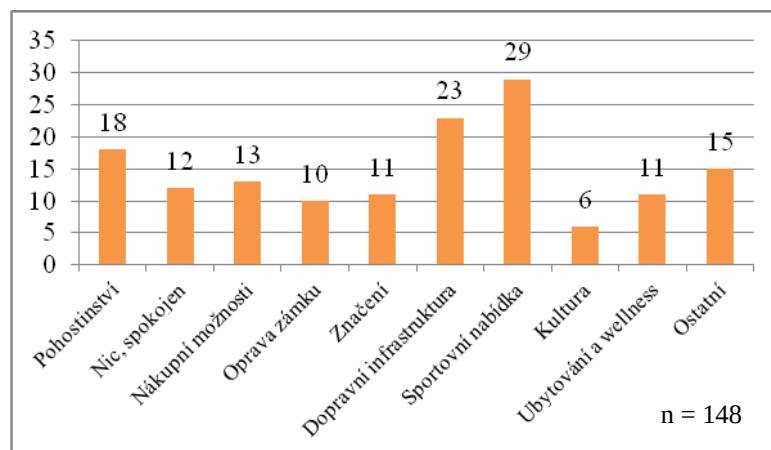
rezidenti návštěvníkům města, aby určitě nevynechali při návštěvě města. Celkem bylo uvedeno 515 odpovědí. Z grafu číslo 26 vyplývá, že 90 rezidentů by turistům jednoznačně doporučilo návštěvu zámku, 76 rezidentů uvedlo plovárnu, což je odpovídající, jelikož většina respondentů připsalo, že je nově otevřena, tudíž se těší velké oblibě ve městě. 65 rezidentů by doporučilo návštěvu kostela a 48 rezidentů uvádí jednotlivé stravovací zařízení. Pouť doporučuje 41 rezidentů a výstavy 40 dotázaných rezidentů. Slavnosti uvedlo 38 rezidentů, zámecký park 31 a morový sloup 29. Muzeum a přírodu by doporučilo návštěvníkům velmi málo rezidentů. A mezi ostatními vypsanými odpověďmi bylo uvedeno například ochotnické divadlo, koncerty, obchody nebo rybníky a lomy v okolí Blatné.

Vyjádření nespokojenosti

V následující otázce, která je také otevřená, měli respondenti možnost vyjádřit svůj postoj vůči negativům ve městě či naopak co by změnili. (Návštěvníci vs. rezidenti)

Otázka č. 18 – Co se Vám naopak na Blatné nelíbí, s čím jste nebyl(a) spokojen(a) , popř. co byste změnil(a) ?

Graf 25: Nespokojenost návštěvníků

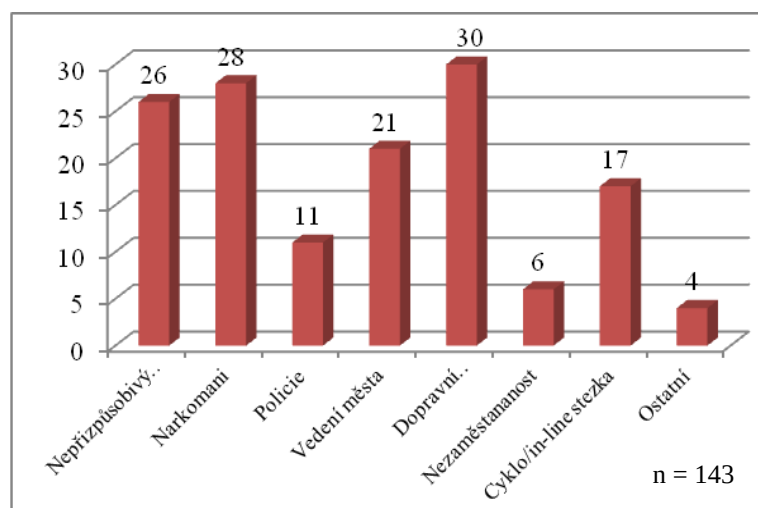


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce respondentů návštěvníků nebyla spokojena se sportovní nabídkou ve městě a to celkově uvedlo 29 z nich. Tato odpověď se dala očekávat, jelikož

sportovní vyžití vyhodnotili návštěvníci negativně už ve výše uvedeném grafu, kde se zjišťoval jejich postoj ke sportovní nabídce města. S dopravní infrastrukturou nebylo spokojeno 23 dotázaných, 18 dotázaných uvedlo pohostinství, kde konkretizovali především nedostatečnou nabídku vegetariánské kuchyně a malou nabídku pokrmů. Nákupní možnosti uvedlo 13 respondentů, značení ve městě uvedlo 11 respondentů a s ubytováním a nabídkou wellness není spokojeno také 11 respondentů. Oprava zámku pohoršila 10 respondentů a pro 6 respondentů není dostačující kulturní nabídka města. Zcela spokojeno bylo 15 respondentů. 15 návštěvníků vyjádřilo svou nespokojenost, co se tý $n = 143$ dětských hřišť, neexistence in-line stezky, nedostatek parkovacích míst nebo turistické informační centrum, jelikož tyto odpovědi měly nízkou četnost byly zařazeny do sektoru „Ostatní“.

Graf 26: Nespokojenost rezidentů



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Odpovědi respondentů rezidentů jsou protipólem odpovědí návštěvníků. Celkový počet otevřených odpovědí činí 143. Nejvíce jsou rezidenti nespokojeni s dopravní infrastrukturou, kterou uvedlo 30 dotázaných. Narkomany uvedlo 28 rezidentů a 26 rezidentů uvedlo svou značnou nespokojenost ohledně neprizpůsobivých občanů města, kterými jsou myšleni především romové a vietnamští spoluobčané. S vedením města není spokojeno 21 rezidentů, kteří uvedli, že do určité míry je to dáno neschopností města řešit dlouhotrvající problémy, co se týče právě neprizpůsobivých občanů a celkové bezpečnosti. 17 rezidentů by si přálo ve městě nebo jeho okolí in-line stezku a zlepšení úrovně stávajících cyklostezek. Svůj nesouhlas vůči městské policii vyjádřilo 11 dotázaných a 6 dotázaných tíží nezaměstnanost ve městě.

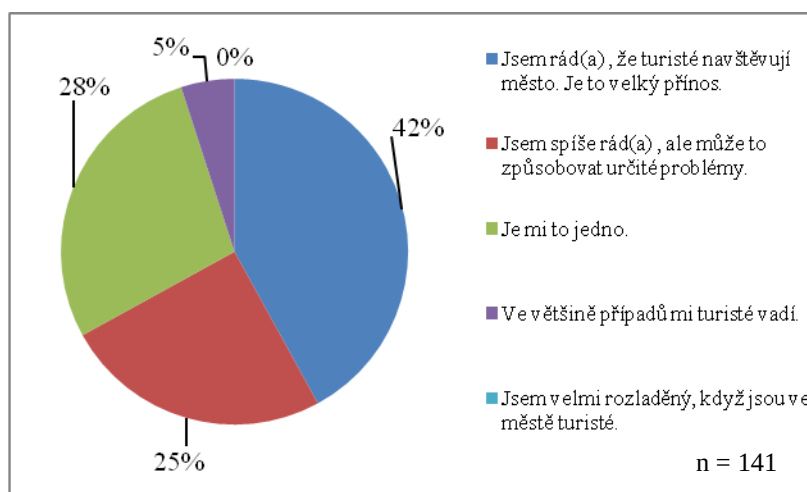
Mezi odpovědi, které jsou zařazeny v sekci „Ostatní“, uváděli dotazovaní například nedostatek parkovacích míst nebo nedostatek škol ve městě.

Vyjádření postoje rezidentů

V následujících otázkách měli rezidenti možnost vyjádřit svůj postoj vůči turistům a také, jaká oblast je nejvhodnější pro rozvoj cetosního ruchu.

Otázka č. 19 – Jaký je Váš vztah k návštěvníkům města?

Graf 27: Vztah rezidentů k návštěvníkům

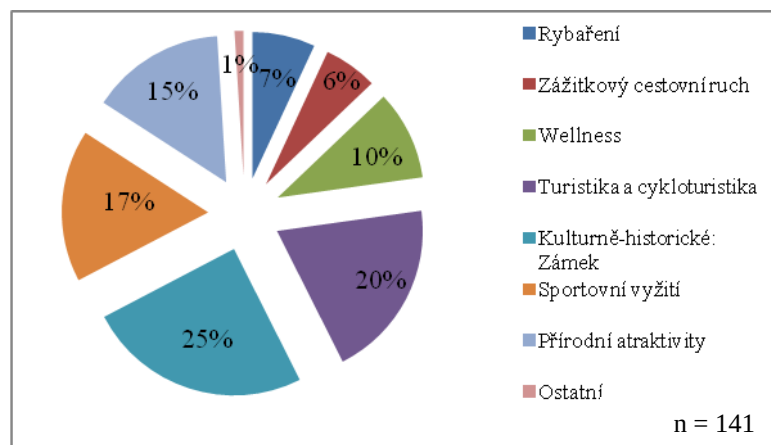


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Vztah dotazovaných rezidentů k návštěvníkům města je velice pozitivní a to jednoznačně zachycuje graf číslo 19 umístěný výše. Návštěvy turistů považuje 42% dotázaných rezidentů za velký přínos pro město a jsou za ně rádi. 28% dotázaných rezidentů je jedno, zda jsou turisté ve městě nebo ne. Téměř 25% dotázaných rezidentů uvedlo, že jsou spíše rádi za návštěvy turistů, ale soudí, že turisté mohou v některých případech způsobovat určité problémy. Pouhých 5% dotázaných uvedlo, že jim turisté ve většině případů vadí, tato hodnota je jediná negativní, ale svou nízkou četností je zanedbatelná.

Otázka č. 20 – Jaká témata si myslíte, že by byla nejvhodnější pro rozvoj cestovního ruchu ve městě?

Graf 28: Téma pro rozvoj cestovního ruchu - rezidenti

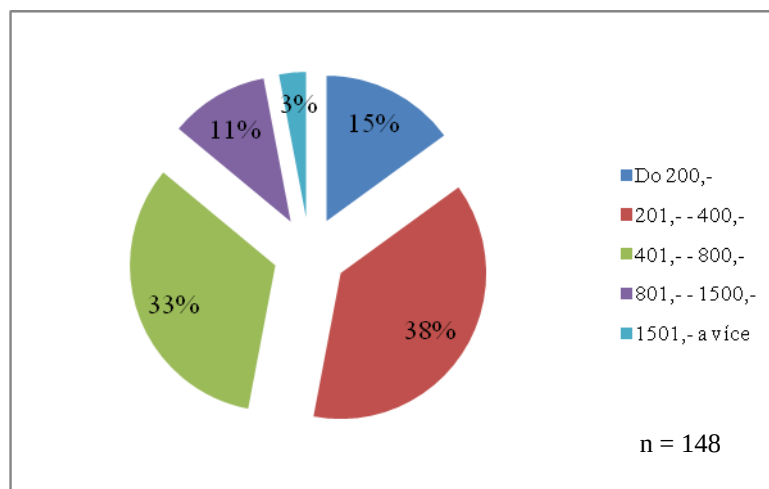


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z uvedeného grafu číslo 29 je možné vyčíst, že 25% dotazovaných rezidentů volí kulturně-historické zaměření a to konkrétně zámek jako hlavní téma rozvoje cestovního ruchu ve městě, vzápětí se umístila s 20% turistika a cykloturistika, na které by se mělo město zaměřit, jak už bylo zjištěno, tato oblast ve městě je silně nedostatečná. Pomyslné třetí místo se 17% zaujalo sportovní vyžití, které úzce souvisí s cykloturistikou a pěší turistikou. Následně 15% dotázaných rezidentů uvedlo, jako téma rozvoje, zaměření na přírodní atraktivitu. Wellness považuje za budoucí rozvoj cestovního ruchu ve městě 10% dotázaných a rybaření uvedlo 7% dotázaných rezidentů. O zážitkový cestovní ruch by mělo zájem 6% dotázaných.

Otázka č. 21 – Jaká je Vaše průměrná útrata v destinaci za osobu na den (v Kč) ?

Graf 29: Průměrná útrata v destinaci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

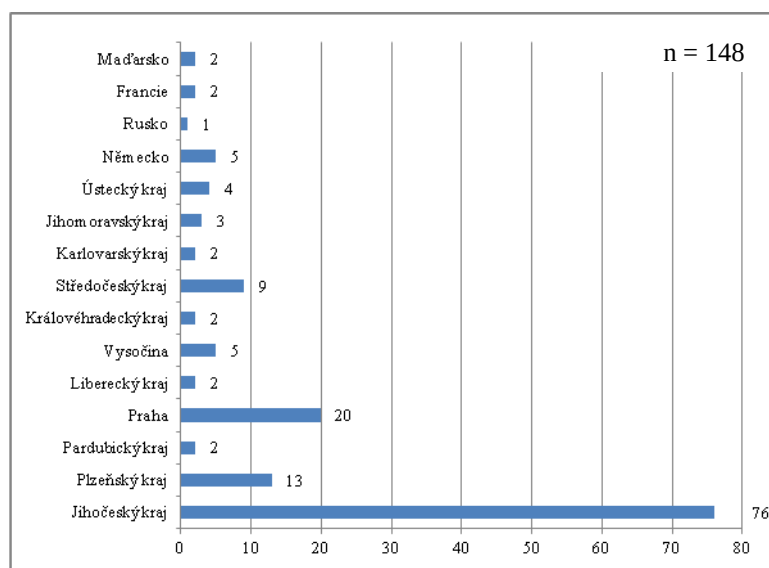
Téměř 38% dotázaných návštěvníků uvedlo, že v destinaci utratí na osobu a den 201,- až 400,- Kč. Následně 33% dotázaných utratí v destinaci 401,- až 800,- Kč na osobu a den. 15% návštěvníků utratí v destinaci do 200,- Kč, 11% uvedlo částku 801,- až 1500,- Kč a 3% dotázaných uvedlo, že v destinaci na osobu a den utratí 1501,- Kč a více.

Identifikační otázky

V následujících otázkách byly zjištěny informace o návštěvních.
(Návštěvníci vs. rezidenti)

Otázka č. 22 – Uved'te kraj, ze kterého přijíždíte (popř. stát) :

Graf 30: Kraj (stát) - návštěvníci

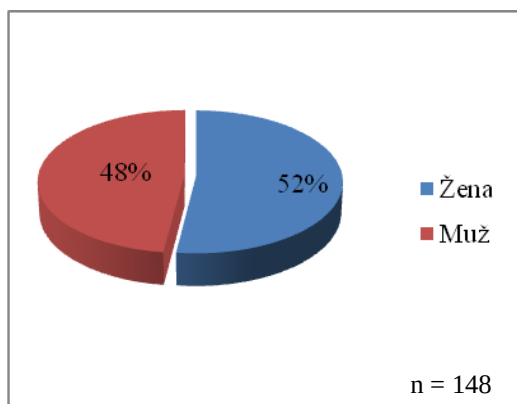


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření se účastnilo 76 respondentů návštěvníků, kteří pochází z Jihočeského kraje, dále 20 respondentů z Prahy, 13 respondentů z Plzeňského kraje, ze Středočeského kraje pochází 9 respondentů, po 5 účastnících jsou zde zastoupeny respondenti z Vysočiny a Nizozemska, 4 účastníci žijí v Ústeckém kraji, z Jihomoravského kraje přijeli 3 respondenti, po 2 návštěvnících jsou zastoupeny respondenti z Pardubického, Libereckého, Karlovarského a Královéhradeckého kraje. Po 2 účastnících je zastoupení i zahraničních respondentů, konkrétně z Maďarska a Francie. Dotazování se zúčastnil i jeden respondent z Ruska.

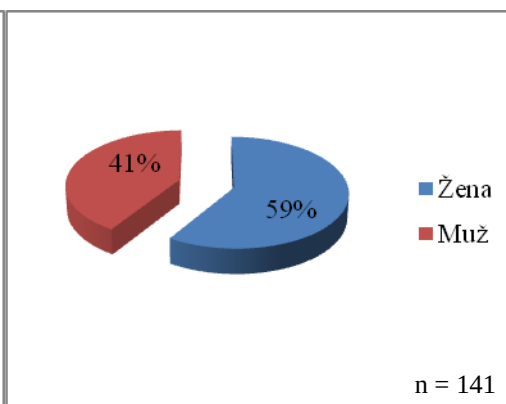
Otázka č. 23 – Jste:

Graf 31: Pohlaví návštěvníků



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 32: Pohlaví rezidentů

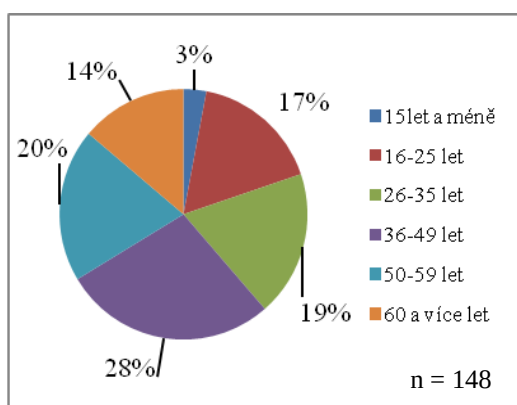


Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z uvedených výsledků vyplývá, že dotazníkového šetření se účastnilo 52% žen, které navštívily město a 48% mužů, kteří navštívili město. Z grafu č. 33 je patrné, že při dotazování rezidentů se účastnilo 59% žen a 41% mužů.

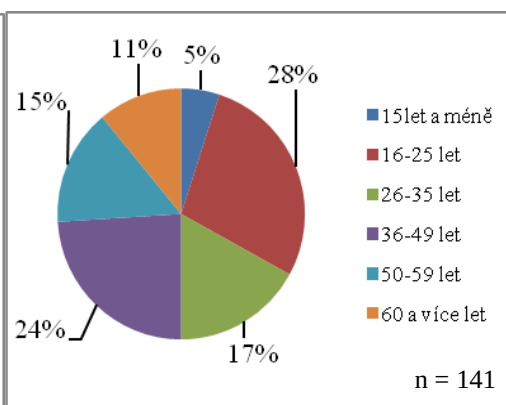
Otázka č. 24 – Jaký je Váš věk?

Graf 33: Věk návštěvníků



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 34: Věk rezidentů



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

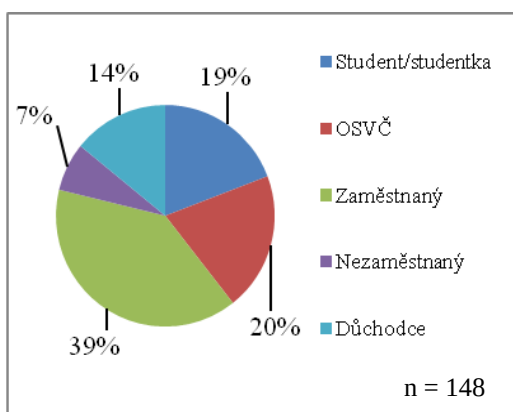
Z celkového počtu 148 návštěvníků města patřilo 28% účastníkům dotazníkového šetření ve věkové kategorii 36-49 let, 20% náleželo respondentům věkové kategorie 50-59 let, 19% bylo tvořeno respondenty ve věku 26-35 let,

17% náleželo zástupcům kategorie 16-25 let, 14% bylo tvořeno respondenty ve věku 60 a více let a 3% 15 let a méně.

Ze 141 zúčastněných rezidentů tvořilo 28% ve věku 16-25 let, 24% rezidentů patří do věkové kategorie 36-49 let, ve věku 26-35 let se podílelo na dotazování 17%, 15% tvořila věková kategorie 50-59 let, 11% zastoupení měli rezidenti ve věku 60 a více let a 5% patřilo rezidentům ve věku 15 let a méně.

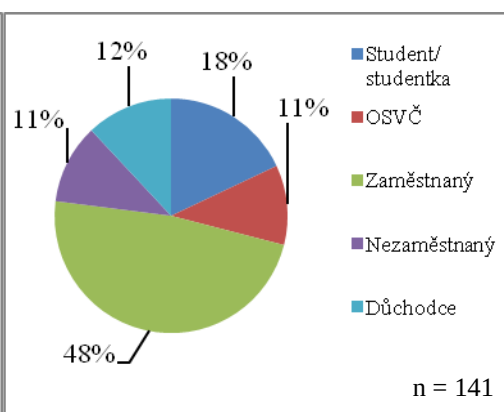
Otázka č. 25 – Jaký je Váš statut?

Graf 35: Status – návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 36: Status - rezidenti



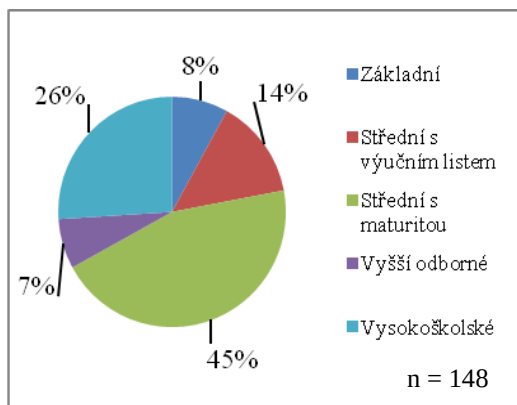
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Dotazníkového šetření zaměřeného na návštěvníky města se účastnilo 39% zaměstnaných, 20% OSVČ, 19% studentů, 14% důchodců a 7% nezaměstnaných.

Dotazníkového šetření zaměřeného na rezidenty města se účastnilo 48% zaměstnaných, 18% studentů, 11% OSVČ, 11% nezaměstnaných a 12% důchodců.

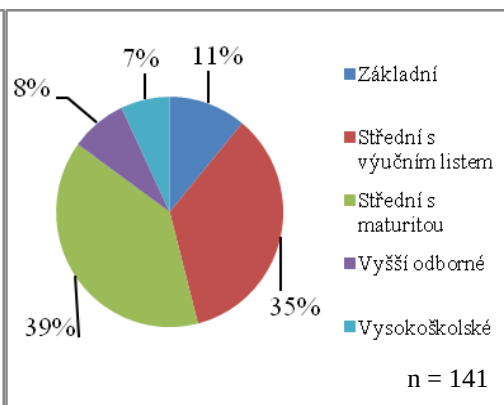
Otázka č. 26 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf 37: Vzdělání návštěvníci



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Graf 38: Vzdělání rezidenti



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 38 lze vyčíst, že dotazníkového šetření zaměřeného na návštěvníky města se účastnilo 45% respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou, 26% respondentů dosáhlo vysokoškolského vzdělání, 14% středoškolského vzdělání s výučním listem, 8% respondentů se základním vzděláním a 7% má vystudovanou vyšší odbornou školu.

Z grafu č. 39 vyplývá, že dotazníkového šetření zaměřeného na rezidenty se účastnilo 39% respondentů se středoškolským vzděláním s maturitou, 35% respondentů středoškolského vzdělání s výučním listem, 11% se základním vzděláním, 8 % respondentů, kteří ukončili úspěšně studium na vyšší odborné škole a 7% dosáhlo vysokoškolského vzdělání.

4.3 Realizace kvalitativního výzkumu

Kvalitativní výzkum byl realizován formou rozhovorů, kde byly otázky formulované jako otevřené. Komunikace se zástupci města probíhala prostřednictvím strukturovaných rozhovorů a pro kvalitativní výzkum byly rozhovory uskutečněny s třemi vybranými odborníky ve zvolené destinaci – v Blatné. Z hlediska řízení města byl proveden rozhovor se starostou města Mgr. Bohuslavem Navrátillem za účasti místostarosty města Pavla Ounického. Z řad podnikatelů byli osloveni manželé Faměrovi, kteří jsou majitelé a provozovatelé penzionu Slunce a díky nimž byly poskytnuty informace z podnikatelské sféry města. A posledním dotazovaným při řízeném rozhovoru byla slečna Veronika Janečková, která má funkci kastelánky a zároveň průvodkyně na blatenském Vodním zámku. Získání dalších informací a souvislostí bylo cílem této části výzkumu, které nadále pomohou lépe analyzovat nabídku cestovního ruchu ve městě Blatná a doplní tak data z terénního šetření.

4.3.1 Vyhodnocení kvalitativního výzkumu

Vyhodnocení kvalitativního výzkumu bylo provedeno na základě porovnání sesbíraných dat od všech respondentů, které byly následně rozčleněny na jednotlivé otázky a témata. Posléze byly porovnávány shody či rozdílnosti v odpovědích.

Rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná hodnotí starosta města přiměřeně daným možností, které jsou omezené, ale určitým způsobem zastupitelstvo pracuje na vylepšení. Uvádí, že návštěvnost města je optimální, ale celkově s ní není spokojen a chtěl by realizovat několik návrhů, ale vše musí odsouhlasit minimálně 8 členů zastupitelstva z 15, kde jsou problémem rozdílné pohledy členů. Kastelánka je názoru, že cestovní ruch není dostačující, ale nic by neměnila a majitelé penzionu hodnotí cestovní ruch jako omezený, kde návštěvníci primárně navštěvují město s cílem exkurze vodního zámku nebo v druhé řadě v rámci cykloturistiky.

Postavení města Blatná z pohledu konkurenceschopnosti na trhu cestovního ruchu hodnotí kastelánka jako limitující z pohledu velikosti města, kde Blatná nemůže konkurovat jiným větším destinacím Jihočeského kraje. Manželé Faměrovi se k dané otázce nevyjádřili. Starosta se přiklání k hodnocení konkurenceschopnosti z hlediska

teritoriálního rozdělení ke Strakonicku, než celkově Jihočeského kraje. Dále dodává, že město spolupracuje v rámci kraje přes jihočeskou centrálu cestovního ruchu, která je zřizována Jihočeským krajem. V rámci okresu Strakonice uvádí jako výhodu existenci turistického informačního centra v Blatné, které provozuje stejný subjekt, jako provozuje turistické informační centrum ve Strakonících, kde právě tento zřizovatel propaguje město Blatná na veletrzích, např. v Praze a Brně.

Silné stránky města na trhu cestovního ruchu jsou podle kastelánky bohatá historie města, ze které by se dalo velmi těžít. Z pohledu podnikatelů se jedná o kulturní vyžití ve městě a starosta považuje za silnou stránku rozhodně zámek, ale dodává, že právě zámek není ve vlastnictví města, ale v soukromých rukou, proto zastupitelstvo města nemůže plánovat jakýkoli rozvoj.

Slabé stránky města na trhu cestovního ruchu jsou dle podnikatelů počet parkovacích ploch a na druhou stranu podle kastelánky jde hlavně o prezentaci města v zahraničí jako destinace cestovního ruchu. Starosta uvedl, že kritickou oblastí města je ubytování. Stav ubytovacích zařízení a celková nabídka ubytovacích možností je velmi špatná a ovlivňuje návštěvnost. Dodává, že teprve v posledním roce byl obnoven hotel Beránek jedním ze soukromníků, ale hotel nabízí pouze 36 lůžek.

Ideální představa/vize o městě v období za 5-8 let je dle kastelánky oprava zámku a třídy J.P.Koubka, také navrácení zpět krásného náměstí místo velkého parkoviště, jak momentálně náměstí působí. Faměrovi usilují o širší klientelu a tudíž zlepšení celkové infrastruktury a podmínek pro podnikatele. Starosta na první místo řadí získání dotací a celkových prostředků na dosažení většiny rozvojových plánů.

Čeho by chtěli dotazovaní dosáhnout v oblasti cestovního ruchu - uvedla kastelánka větší příliv cizinců, podnikatelé Faměrovi usilují o větší počet spokojených vracejících se návštěvníků a představitelé města mezi priority řadí stavbu rekreačního areálu, kde hlavním úmyslem je přestavění staré budovy na ubytovací zařízení, které by nabídlo velký počet ubytovacích kapacit. V areálu se nachází pouze rok starý plavecký bazén, který se už loni těšil návštěvnosti cca 31 000 návštěvníků.

Návštěvnost města hodnotí dotazovaní stejně a to nedostatečně. Starosta konkretizuje a zmiňuje, že velký problém jsou parkovací plochy a ubytovací kapacita, které snižují návštěvnost.

Jednotlivé kroky pro udržení a zvýšení počtu návštěvníků podnikají manželé Faměrovi prostřednictvím prezentace na internetu a vylepšením komfortního ubytování. Kastelánka uvádí, že ze své pozice může nabídnout kvalitní a zajímavé prohlídky

vodního zámku Blatná. Město se snaží i jiným způsobem, dodává starosta a to hlavně rozvojem cyklotras, péče o historické jádro města, propagace města, péče o přírodu okolo Blatné a především na ubytovací zařízení se plánuje město zaměřit. Dále město zřídilo obřadní síň na zámku, což se ukázalo jako velký přínos pro město.

Prezentace města je dle názoru kastelánky a manželů Faměrových uspokojivá. Starosta uvádí, že město se prezentuje místně prostřednictvím informačních materiálů, které jsou k dispozici na městském úřadu, v turistickém informačním centru, muzeu a z celorepublikového hlediska se jedná o účast na veletrzích, které má na starost agentura CIA - subjekt ze Strakonice. S webovými stránkami města jsou zastupitelé spokojeni, ale je slýchána kritika na nepřehlednost webu, což konstatoval starosta jako nezbytnou vůči množství informací, které obsahují, ale jakýkoli návrh uvítají.

Ubytování shledávají kastelánka a starosta za nedostačující, kde oproti nim se majitelé penzionu nevyjádřili, aby se nejednalo o střet zájmů. Starosta ještě dodává, že nejvíce se využívá ubytování u soukromníků, které je na dobré úrovni, ale počet je omezený. Tuto formu ubytování využívají obyvatelé partnerských měst v Evropě, kteří pravidelně přijíždějí do města.

Stravování je pro všechny dotázané na velmi dobré úrovni, kde je spokojenost oboustranná. Starosta upozorňuje na velký počet stravovacích zařízení, kterých je kolem třiceti. Ceny jsou přiměřené, nabídka kvalitních pokrmů a nápojů a možnost navštívit i jednu nekuřáckou restauraci ve městě. Dále dodává, že velké ohlasy přijímají místní cukrárny a obyvatelé i podnikatelé si chválí možnost posezení na venkovních zahrádkách, které jsou dle vyhlášky města v provozu do půlnoci v letní sezóně.

Sportovní vyžití je dostatečné dle podnikatelů a kastelánky. Dále starosta uvádí, že velkým nedostatkem je chybějící sportovní hala, ale na druhé straně sportovní nabídku velmi vylepšila existence nekrytého bazénu, fotbalového hřiště, hokejbalového hřiště a tenisových kurtů.

Kulturní nabídka se zdá podle kastelánky větší, než byla dříve, ale přesto není vždy kvalitní. Podnikatelé se ke kulturní nabídce nevyjádřili. Podle starosty by nabídka mohla být větší v turistické sezóně. Místostarosta dodává, že v roce 2012 vzniklo Centrum kultury a vzdělávání pod vedením města, jehož pozitivní stránkou je zvyšování počtu a rozmanitosti akcí za jejich působnosti, ale negativem je omezování některých žánrů, které za původní kultury byly realizovány, například Travesti show nebo divadlo, které měly velkou oblibu u místních obyvatel, ale momentálně nejen to má omezenou nabídku, což má za následek nespokojenost místních obyvatel. V současné době

je nabízen balet, tancování, říjen je měsícem seniorů, studentský den v květnu, Jazz day i rybářské slavnosti či Šibřinky.

Relaxační možnosti jsou podle všech dotázaných přiměřené nabídce města. Starosta uvádí neexistenci wellness zařízení. Město nabízí pouze malé fitness, masážní služby od OSVČ a podotýká kuriózní formu oblíbené relaxace ve městě - posezení u piva. Město je hrdé na své umístění ve statistikách, kde je po Praze na druhém místě v konzumaci piva na jednoho obyvatele. Což mělo za následek výrobu vlastního městského piva s názvem Blateňák, které nechali zastupitelé vyrábět ve spolupráci se strakonickým pivovarem. Pivo bylo testováno na rybářských slavnostech místními obyvateli. Pár místních hostinců si ho přidalo do své nabídky a založilo tak na pivu vlastní strategii.

Informační služby jsou ohodnoceny pouze starostou, což je uvedeno výše, ale dodává, že město využívá nejen městského rozhlasu, ale i novin, kterými jsou Blatenské listy a Blatensko sobě.

Jak vnímají cestovní ruch místní obyvatelé podle názoru dotázaných. Podle kastelánky, místní obyvatelé cestovní ruch moc nevnímají. Faměrovi uvádí, že ho vnímají určitě dobře, jelikož jde o důležitou pozitivní součást města a dodávají, že k turistům mají kladný vztah a rádi poskytnou informace. Podle starosty jsou místní spíše spokojeni, pokud turisté nedělají problém, jsou místními obyvateli vítáni.

4.4 Syntéza výsledků, poznatků a vyhodnocení hypotéz

4.4.1 Syntéza výsledků, poznatků

Z kvalitativního a kvantitativního výzkumu byla získána data, z nichž vyplývají následující závěry a tvrzení, které budou tvořit základ pro tvorbu návrhu budoucího rozvoje cestovního ruchu ve městě Blatná.

Většina návštěvníků si jako první asociaci města vybaví zámek. Tomu odpovídá i počet odpovědí ohledně motivace k návštěvě města Blatná. Návštěva zámku byla vyhodnocena v kvantitativním výzkumu jako hlavní motivace, následovala kulturní nabídka. Co se týče zámku, nejčastěji vadila dotázaným respondentům sáhodlouhá rekonstrukce, která obtěžovala návštěvníky města při jejich exkurzi zámku v letních měsících. Návštěvníci mají oproti rezidentům odlišný názor ohledně kulturní nabídky, kterou považují ve městě za prioritní, jež řadí před sportovní vyžití.

Nejčastějším informačním zdrojem je v první řadě doporučení přátel, rodiny a známých. Pokud budou nabízené služby na dobré úrovni, která se bude permanentně zvyšovat, lze očekávat, že i doporučení budou kladná. Co se týče ubytování, návštěvníci nejčastěji zvolili jednodenní návštěvu bez přenocování a nejvíce přijížděli do města s partnerem či partnerkou. V případě hlavního důvodu návštěvy města zaujalo návštěvníky především poznávání a kultura se zábavou. Rekreace byla třetí nejčastější odpovědí při zjišťování účelu cesty návštěvníků. Několik respondentů návštěvníků uvedlo, že postrádá ve městě wellness služby, které vyjma masážních služeb jsou v destinaci opravdu nedostačující. Z hlediska geografické a demografické segmentace podle věku jsou nejdůležitější skupinou lidé ve věku 36-49 let, kteří mají trvalé bydliště v Jihočeském kraji. Převažuje tedy výletní cestovní ruch z blízkého okolí spojen především s prohlídkou zámku.

Hodnocení kvality nabízených služeb podle návštěvníků byly s nejhorším výsledkem hodnoceny v kvantitativním výzkumu ubytovací služby a wellness, nabízené služby pro cykloturisty spolu s celkovou sportovní nabídkou města, dopravní infrastruktura, oblast zaměřená na životní prostředí a někteří uvedli i obchodní služby.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti rezidenti mají zájem o stezku pro in-line bruslení, to v první řadě a zároveň každý druhý z nich souhlasí s tvrzením, že služby pro cykloturisty jsou v nedostatečné míře. Nabídka sportovního vyžití je

v současné době hodnocena jako průměrná, ale oproti rokům minulým se neustále zvedá, o čemž vypovídá i nedávno postavený plavecký nekrytý bazén nebo fitness. Jediným zásadním nedostatkem je chybějící sportovní hala, ale místní obyvatelé si v sociologickém výzkumu mohli sami zvolit, zda chtějí ve městě prioritně plavecký bazén nebo sportovní halu a bazén získal v referendu více hlasů a na sportovní halu nemá město prozatím finanční prostředky. Jako symbol Blatné uvedla většina rezidentů růže, které byly několikrát zmíněny a podrobné vysvětlení pojmu „Město růží“ je uvedeno v analýze současného stavu. Místní obyvatelé vnímají kulturní nabídku jako průměrnou a někdy nekvalitní. Rezidenti by nejvíce ocenili zachování původních kulturních akcí vedle stávajících či nově vzniklých, s kterými jsou také spokojeni.

Rezidenti považují rybaření jako jednu z hlavních priorit budoucího rozvoje. Rezidenti jsou nejvíce spokojeni s nově postavenou plovárnou. Při zjišťování, jak respondenti hodnotí kvalitu nabízených služeb, s nejhorším výsledkem dopadly v kvantitativním výzkumu cykloturistika a nabízené služby právě pro cykloturisty spolu s celkovou sportovní nabídkou města, dále dopravní infrastruktura, bezpečnostní služby týkající se převážně nedostatečného plnění povinností Městské policie, nepříznivě občané a v neposlední řadě oblast zaměřená na životní prostředí.

Hlavní atraktivita vodní zámek Blatná je dominantou města a hlavní atraktivitou pro návštěvníky, což potvrzuje zástupce města, který zámek vyzdvihuje jako unikát (jeden ze tří vodních zámků v Čechách). V otázce kulturní nabídky, zastupitelstvo města vyjádřilo svůj postoj vůči nově vzniklému Centru kultury a vzdělávání v Blatné, kde vyplynul jak pozitivní rozvoj kultury z hlediska kvality i kvantity, ale z opačného pohledu Centrum kultury podle starosty zúžilo nabízené kulturní akce, které ve městě fungovaly ještě před vznikem Centra.

Starosta spatřuje za nejhorší součást cestovního ruchu v první řadě ubytovací služby. Předpoklad pro vytvoření více ubytovacích kapacit vyplývá z rozvojového plánu do budoucích let, v jehož rámci by měla být provedena rekonstrukce rekreačního areálu, a tím zvýšit možnosti ubytování ve městě. Podle kastelánky, je nejmenší spokojenost s prezentací města v zahraničí a soukromý podnikatelé provozující penzion ve městě, za hlavní problém považují nedostatek parkovacích kapacit a možnosti podpory místních podnikatelů. Podle zástupců města je sportovní vyžití na dobré úrovni, ale zdůrazňují absenci sportovní haly.

Počet návštěvníků má rostoucí trend plynoucí z oficiálních statistik podle ČSÚ, což je žádoucí z pohledu trhu cestovního ruchu, ale obsahuje i svou stinnou stránku.

V určitých případech způsobuje negativní dopad na historické atraktivity v klidném prostředí a přírodu celkového regionu Blatenska, která je charakteristická svou hustou a početnou rybniční sítí a nízkou hustotou osídlení. Předpoklad pro rybaření je samozřejmostí, což bylo zjištěno v analýze současného stavu.

Z výsledků jednotlivých výzkumů a analýz je zřejmé, že především nabídka kulturního a sportovního vyžití, ubytovacích možností, ale také dopravní infrastruktury, zámku či rybaření vykazuje určité nedostatky.

Dopravní infrastruktura je na základě výsledků analýz hodnocena jako jedna z překážek pro rozvoj města. Úroveň místní dopravní infrastruktury je kritická a nepřispívá k tomu ani vytížená silnice I. třídy, která vede přes město a kolem zámku.

4.4.2 Vyhodnocení hypotéz

H₁: Nejvýznamnějším motivem pro návštěvu města Blatná je kultura a historie.

Tato hypotéza byla potvrzena. V analýze současného stavu byla zmíněna bohatá historie města s významnými historickými osobnostmi. Historie města je založena na vzniku Vodního zámku Blatná. Z kvantitativního výzkumu vyplynulo, že 86 respondentů (36%) uvedlo účel své návštěvy právě poznávání. Kultura a zábava se stala motivem příjezdu do města Blatná pro 83 dotázaných návštěvníků (35%), načež s tímto počtem je po historii na druhém místě, co se týče motivů návštěvnosti. Hypotézu lze potvrdit i podle první asociace návštěvníků města, kde byl zámek jako symbol města uveden nejčastěji.

H₂: Blatná nepřitahuje návštěvníky ze vzdálenějších oblastí

Blízkými oblastmi byla předpokládána území Jihočeského kraje, Plzeňského kraje a Středočeského kraje včetně Prahy. Tato hypotéza byla částečně potvrzena. Z kvantitativního výzkumu vyplývá, že 76 dotázaných přijelo z Jihočeského kraje, což je 51%, z Plzeňského kraje 9% a ze Středočeského kraje včetně Prahy 20%. Z toho je zřejmé, že drtivá většina turistů přijíždí z okolních krajů, ale je možnost počítat i s návštěvníky ze vzdálenějších krajů, jejichž celkový úhrn tvoří 13% a také se zahraničními návštěvníky, jichž přijelo v porovnání s celkovým počtem dotázaných 7%.

Zahraniční klientela byla zmíněna též v kvalitativním výzkumu, konkrétně spolupráce se zahraničními městy, což má za následek navyšující zahraniční návštěvnost.

H3: Zámek Blatná je nejnavštěvovanější památkou ve městě Blatná.

Hypotéza týkající se Vodního zámku v Blatné byla potvrzena. V kvantitativním výzkumu odpovědělo na otázku, týkající se provozovaných aktivit ve městě, 108 respondentů návštěvníků právě návštěvu zámku z celkových 408 odpovědí. Dominantní postavení zámku potvrzují i zástupci města a podnikatelů.

H4: Návštěvníci přijíždějí do města nejčastěji na jednodenní výlet.

Tato hypotéza byla potvrzena. Z kvantitativního výzkumu vyplývá, že dotázaní přijeli z 55% na jednodenní výlet bez přenocování. Tvrzení o příjezdech především na jednodenní návštěvu, dává za vinu starosta města nedostatečným ubytovacím možnostem z hlediska kapacity i kvality, což bylo zjištěno v kvalitativním výzkumu. Další příčinou je nedostatečná nabídka produktů cestovního ruchu. Je potřeba vytvořit produkty cestovního ruchu, které budou nabídnuty na trhu cestovního ruchu. Dále je potřeba v rámci inovace produktů zvýšit návštěvnost obyvatel ze vzdálenějších krajů a prodloužit délku jejich pobytu.

4.5 Návrhy strategického rozvoje cestovního ruchu ve městě Blatná

Na základě provedených analýz a výzkumů nabídky a poptávky cestovního ruchu v destinaci lze identifikovat potenciál rozvoje cestovního ruchu oblasti, ale také rámcově navrhnout doporučení pro podnikatelskou praxi cestovního ruchu ve vybrané oblasti. Návštěvníci přijíždějí do města Blatná z důvodu zážitků, které mohou mít různé podoby, například návštěva atraktivit, spotřeba služeb cestovního ruchu v destinaci, působící atmosféra v destinaci, vzájemná interakce návštěvníků s rezidenty a provozování aktivit. To tvoří základ pro určení dalšího rozvoje cestovního ruchu v destinaci.

4.5.1 Strategická vize a cíle

Strategická vize

Vize byla navržena na základě sladění názorů jednotlivých zájmových skupin. Strategická vize města Blatná byla definována do roku 2020 následovně:

Město Blatná jako destinace cestovního ruchu má významné postavení na trhu v oblasti kulturního cestovního ruchu v Jihočeském kraji s neustále se zvyšujícím trendem návštěvnosti. Město nabízí dostatek ubytovacích kapacit a obyvatelé i návštěvníci mohou využít pestré kulturní a sportovní nabídky.

Strategické cíle

Ke stanovení strategických cílů bylo použito SMART pravidlo a dále se vycházelo ze zjištěných preferencí jednotlivých zájmových skupin.

1. Zvýšení ubytovací kapacity o 15%
2. Zvýšení návštěvnosti města o 8%
3. Marketingová komunikace destinace Blatné na celorepublikové úrovni
4. Zvýšení podílu přenocování návštěvníků

4.5.2 Prioritní oblasti rozvoje cestovního ruchu

PRIORITA 1 Rozvoj turistiky a sportovní nabídky

Největší výhodou města je právě jeho umístění, které tvoří jádro regionu Blatenska, které disponuje jedinečnou přírodou lákající mnoho návštěvníků, ale bohužel podmínky pro pěší turistiku a cykloturistiku nejsou optimální. Na území také není nabídka hipoturistiky a agroturistiky.

OPATŘENÍ 1.1 Vybudování stezek pro pěší turistiku a naučné stezky

Bylo navrženo vybudování stezek pro pěší turistiku, kde se musí brát v potaz pozemky, které vlastní město, jež bude potřeba vykoupit. Stezky pro pěší by měly vést v okolí města s informačními tabulemi u jednotlivých atraktivit, kterých je v okolí města bezpočet, ale není na ně upozorněno, jelikož je k nim náročný přístup. Naučné stezky především zaujmou rodiny s dětmi, nebo seniory, kterým nejen poskytnou určitou formu relaxace v přírodě, ale zároveň nabídnou návštěvníkům a místním obyvatelům zajímavé informace z oblasti přírody a historie v regionu.

OPATŘENÍ 1.2 Vybudování stezek pro cykloturisty a podpora cykloturistiky

Jelikož existuje 9 okruhů cyklostezek, kde je Blatná výchozím bodem, je doporučeno vybudování cyklostezek, které nezavedou návštěvníky do vzdálenějších míst, ale navedou je skrz Blatenskem, kde cílovým bodem bude opět Blatná. Stávající cyklostezky končí vždy ve vzdálenějším cílovém bodu, což pro některé cyklisty může být nepříjemné, jelikož musí brát v potaz, jakým způsobem se dopraví zpátky do města. Cyklostezky by sloužily kromě turistického využití, také k odpočinku místních obyvatel, proto je vhodné jejich umístění v těsné blízkosti města. Vhodná lokalita pro vybudování stezky je Kátrperk, Sádlov, Bílá Hus, Nové Háje a osady, jejíž délka je 15 km. Co se týče zahrnutí osad, délka stezky je 30 km. Při jízdě do vzdálenějších lokalit by navazovaly na stávající nebo nové cyklotrasy, které by je navedli zpět do Blatné. Dále bylo navrženo vybudování a zkvalitnění doprovodné infrastruktury prostřednictvím odpočívadel a tematických stezek. Aby byla cykloturistika doplněna o atraktivitu týkající se regionu, byla navržena Stezka růží, jejíž trasa povede přes

lokality v regionu, kde byly pěstovány růže s atraktivitami po cestě, které jsou památkou po pěstiteli Böhmovi.

OPATŘENÍ 1.3 Rozvoj hipoturistiky a agroturistiky v blízkém okolí města

Cílem je podpora vybudování a činnosti soukromých center s chovem koní, výukou jízdy na koních a pořádáním projížďky na koních, jelikož jsou v regionu velmi příznivé předpoklady pro tento typ turistiky. Zde je navázáno opět na krásnou přírodu Blatenska, kde by projížďka na koni přírodou zvedla celkovou sportovní nabídku cestovního ruchu ve městě. Bylo navrženo vytvoření vhodné marketingové strategie a následně marketingové komunikace s cílem upoutat potencionální poptávku. Následně získání finanční podpory pro hipoturistiku, jež je v současné době velice oblíbená a v okolí Blatné vlastní pouze málo soukromníků koně, které mají pro osobní účely. Tato nabídka v okolí města prozatím není. Zároveň by centra s chovem koní poskytla pracovní místa pro místní obyvatele. Blatensko má také příznivý předpoklad pro budování a provozování agroturistiky, díky velkému počtu příjíždějících návštěvníků z Prahy a větších měst, kteří by tuto formu odpočinku na venkově uvítali. Také tomu přispívá místní příroda, která má zachovalý ráz a vesnice mají typickou jihočeskou atmosféru, kde místní obyvatelé tíhnou k tradicím, které se nesou už po mnoho generací.

OPATŘENÍ 1.4 Vybudování in-line stezky

Z kvalitativního i kvantitativního výzkumu je zřejmé, že návštěvníkům a místním obyvatelům nejvíce chybí stezka pro in-line bruslení. Je doporučeno vybudovat stezku pro bruslení v okolí města, jejíž délka by závisela na možnostech města s ohledem na vlastnictví pozemků městem a získaných dotací. Terén Blatné k tomu přímo vybízí, jež disponuje převážně rovinami v okolí. In-line bruslení se v současné době stává dynamicky rostoucím trendem. Pro zájemce o tento sport, čeká buď cesta do vzdálenějších míst až několik desítek kilometrů, nebo miniaturní úseky, které jsou městskou komunikací, což je nebezpečné a zároveň svou vzdáleností i hluboce nedostačující pro sportovce.

PRIORITA 2 Ubytovací možnosti a wellness

OPATŘENÍ 2.1 Navýšení ubytovacích kapacit rekonstrukcí objektu rekreačního areálu

Nedostatek kapacit ubytovacích zařízení výrazně brzdí rozvoj cestovního ruchu ve městě. V Blatné je pouze rok starý přestavěný hotel, který ale nabízí pouze 36 lůžek, dále několik málo penzionů. V letní sezóně nabízí ubytování i Střední odborná škola, která poskytuje ubytování ve studentské ubytovně, která slouží studentům přes školní rok. Proto mnoho návštěvníků města volí ubytování u soukromníků, nebo pronájmem chaty či chalupy. Byla navržena realizace, jak už bylo zmíněno starostou města, rekonstrukci rekreačního areálu, který se nachází na okraji města a je v dezolátním stavu. V areálu se nachází i plavecký bazén, který by v kombinaci s ubytovacím zařízením v areálu maximálně zvýšil návštěvnost ve městě. Rekreační areál by nabídl až 100 ubytovacích míst, což by zásadně zvedlo nabídku ubytování ve městě.

OPATŘENÍ 2.2 Podpora investic

Byla navržena pobídka investic ze strany města. Město bude nabízet pozemky či nemovitosti pro podnikatele, díky nimž přiláká investory, kteří budou mít zájem investovat do infrastruktury cestovního ruchu. Díky vybudování ubytovacích kapacit soukromými podnikateli se zvýší kapacita a kvalitativní úroveň ubytovacích zařízení.

Součástí vybudovaného ubytovacího zařízení bude poskytování wellness služeb, které nejsou skoro žádné v současné nabídce města. Při dotazování uváděla většina respondentů, že nejvíce postrádají ve městě právě nabídku wellness. Pro rozvoj města by velmi prospělo vybudování wellness zařízení, které by nabízelo jak relaxační tak estetické služby. Zařízení by bylo v provozu celoročně, tudíž by nesloužilo pouze návštěvníkům města, ale především místním obyvatelům. Pokud se bude investovat do vybudování zařízení cestovního ruchu s možností wellness, výrazně se zvedne celková nabídka cestovního ruchu ve městě.

OPATŘENÍ 2.3 Podpora rodinných penzionů a ubytování v soukromí

Dále budou vytvořeny vhodné podmínky a podpora vzniku rodinných penzionů a ubytování v soukromí na území. V neposlední řadě by se mělo dbát o vytvoření či udržení kvalitní nabídky poskytování ubytovacích služeb tak, aby vyhovovala

domácí i zahraniční klientele. Podpora ze strany města bude prostřednictvím marketingové komunikace, snížení místních poplatků a nabídky podnikatelům účast na městských zasedáních, kde se budou moci k jednotlivým opatřením vyjádřit svůj postoj a pravidelná interakce veřejnosti, podnikatelské oblasti a zastupitelstva města bude klást důraz na budování spolupráce. Město v současné době doporučuje ubytování v soukromí svým zahraničním klientům z partnerských měst.

PRIORITA 3 Zkvalitnění dopravní infrastruktury pro cestovní ruch

Dopravní dostupnost je nezbytnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Destinace musí být součástí republikového dopravního systému a měla by nabízet dostatek parkovacích ploch. Z terénního šetření vyplývá, že respondenti shledávají celkovou dopravní infrastrukturu města za jednu z největších překážek rozvoje cestovního ruchu.

OPATŘENÍ 3.1 Vybudování nových parkovacích míst

Jak už bylo zmíněno, tak o víkendech a v letní sezóně je situace ohledně parkování ve městě kritická. Z náměstí se stává jedno velké parkoviště, jelikož parkoviště u dvou supermarketů jsou také permanentně plná a návštěvníci nemají, kam by svůj automobil zaparkovali. To může většinu z nich odradit k další návštěvě. Bylo navrženo vybudování parkovacích ploch na okrajích města, kde jsou nevyužívané louky a přírodní prostory. Výsledkem by bylo navrácení vzhledného náměstí, možnost pojmout více návštěvníků přijíždějících vlastním automobilem a usnadnění návštěvy turistům. Je zapotřebí zavést jednotlivé značení významných turistických cílů, navigaci na parkoviště, odsud napojení na místní informační systém, rovněž zohlednit vzdálenost do ubytovacích zařízení a atraktivit cestovního ruchu.

OPATŘENÍ 3.2 Obchvat okolo města

Dalším velmi významným problémem je hlavní silniční tah první třídy, který je hlavní spojnici mezi Českými Budějovicemi a Rozvadovem s Plzní. Frekvence projetých nákladních a osobních automobilů je velmi vysoká a zatěžuje tak okolí zámku a životního prostředí v Blatné. Proto je navrženo vybudování obchvatu, který tento problém vyřeší.

PRIORITA 4 Marketing destinace a organizační zajištění

Město Blatná komunikuje s potencionálním zákazníkem na dobré úrovni, o městě je vydáno mnoho propagačních materiálů, prostřednictvím webových stránek, tisku nebo komunikace na veletrzích cestovního ruchu. Presentace města se zaměřuje v první řadě na zámek a zámecký park spolu s kulturní nabídkou města. Ve městě se koná poměrně mnoho kulturních akcí, ale pouze několik z nich je prezentováno na širším území.

OPATŘENÍ 4.1 Pravidelné výzkumy zaměřené na spokojenost

V pravidelných intervalech se budou provádět marketingové výzkumy, které pomohou zjistit spokojenost návštěvníků i místních obyvatel. Prostřednictvím výzkumů budou zjišťovat požadavky respondentů, které budou sloužit jako základ pro vytvoření atraktivní nabídky destinace.

OPATŘENÍ 4.2 Produkty cestovního ruchu

Na základě zjištěných požadavků respondentů a finančních prostředků budou vytvořeny produkty cestovního ruchu, kterými budou uspokojeny potřeby návštěvníků i rezidentů a budou nabízeny na trhu cestovního ruchu a zároveň jako prezentace města na trhu.

Produkty zaměřené na rozvoj kulturních aktivit a historie města

V souladu s budoucí marketingovou strategií bude prosazena orientace na historické památky města. Nutno uvést, že samotné město Blatná nabízí po celý rok pestrý program různých společenských akcí pro všechny věkové kategorie. Avšak především rodinám s dětmi schází větší nabídka akcí, které by byly šité na míru právě pro ně. Město má bohatou historii, z které by se dalo velmi těžít a zároveň založit na ní vlastní jedinečnou strategii.

PRODUKT 1: Pohádková Blatná: zorganizování akce pro rodiny s dětmi ve městě Blatná

Město je proslulé svou filmovou, konkrétně pohádkovou minulostí. Okolí města, zámku nebo přímo na zámku bylo natočeno bezpočet známých pohádek, jako například nejznámější Šíleně smutná princezna, Princezna ze mlejna, Bílá paní, Křišťálek meč a další. Je navrženo zaměření na známé pohádky a vytvořit tak pohádkový den,

nebo víkend, kde bude kulturní program pro rodiny s dětmi na zámku a v zámeckém parku. Zde bude inscenace právě těchto pohádek se zapojením mnoha dalších aktivit pro děti.

PRODUKT 2: Navrácení městu jeho oprávněného názvu: „Město růží“

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že i v současné době má téměř polovina dotázaných respondentů povědomí o městě, jako „městě růží“. Díky Böhmovým růžím získalo město v minulosti slávu v celé republice, ale i v zahraničí. Blatenské růže vyhrály několik evropských soutěží a místní obyvatelé jsou na tento název velmi pyšní. Je navrženo obnovení tradice formou pořádání Slavností růží, kde bude realizována výstava růží, obnoví se pořádání plesu růží a odrůdy, které jsou zachovalé a pěstují se v menší míře nadále, začít pěstovat ve větším počtu v místních zahradnictvích. Tato atraktivita by byla součástí exkurzí turistů – Böhmovy růže. Dále vymezit určitý prostor buď v muzeu, nebo na zámku, který bude věnován památce Böhma a zlatým časům „Města růží“. Když návštěvníci přijíždějí do města, měl by je přivítat právě motiv růží.

PRODUKT 3: Podpora regionálního produktu „Blatenský kapr“

Rybářství a ryby jsou dalším ze symbolů celého Blatenska, jelikož je zde hustá rybniční síť, která oplývá velkou četností právě vodních ploch v České republice a region je proslulý sportovním rybolovem. Je navrženo při letních konaných rybářských slavnostech připojení soutěže v rybolovu, což může být vyžití i pro celou rodinu. Zároveň na rybářských slavnostech nabídnout návštěvníkům rybářský gastrofest, kde budou moci návštěvníci ochutnat rybářské speciality a také sami asistovat při vaření. Gastronomický festival se zaměřením na rybí speciality bude doplněn o přednášky odborníků i místních rybářů.

PRODUKT 4: Zažijte setkání se šlechtickými rody Blatenska na vlastní kůži

Vodní zámek Blatná je nejnavštěvovanější památkou ve městě. Se zámkem se pojí velmi bohatá historie města a život celé řady šlechtických rodů a známých historických osobností. Byl navržen historický kulturní program na zámku, který by se konal několikrát za letní sezónu v předem stanovených termínech. Program by zahrnoval inscenaci historických událostí, které se staly na zámku a které by šly vzestupně od postavení hradu až po současnost. Do hrané inscenace je potřeba zapojení mnoha herců, a proto by bylo žádoucí spolupracovat s proslulým ochotnickým divadlem ve městě a příležitostnými divadelníky z okolí. Organizaci by mělo na starost Centrum kultury a vzdělávání ve městě Blatná. Tento program by zvýšil mnohonásobně návštěvnost zámku a dopřál by návštěvníkům nevšední kulturní a zároveň naučný

historický zážitek. Navozená atmosféra vrácením o několik století zpět by měla pohltit i návštěvníky například jejich zapojením do programu, či možností vyzkoušet si tradiční řemesla, která byla pro Blatnou typická.

PRODUKT 5: Slavnosti pro opravdové pivní fajnšmekry

Jak už bylo uvedeno, město je proslulé konzumací piva místními obyvateli a širokou nabídkou stravovacích zařízení. Tuto formu odpočinku podtrhla výroba vlastní značky piva s názvem Blateňák. Pivo bylo testováno a vybráno místními obyvateli. Při konání Blatenské pouti se pořádají pivní slavnosti už několik let. Návrhem je pivní slavnosti osamostatnit a pořádat je samostatně s nabídkou piva od více pivovarů a zároveň město využije slavnost pro komunikaci vlastní značky piva. V předchozích letech byl nabízen malý počet piv od známých pivovarů. Doporučením je navázat spolupráci s dalšími regionálními pivovary a jejich piva nabídnout na pivních slavnostech.

OPATŘENÍ 4.3 Komunikace produktů

V rámci marketingové komunikace budou využity následující nástroje: internet prostřednictvím webových stránek, mediální regionální reklama, osobní prodej propagačních prostředků, podpora prodeje a public relation. Destinace cestovního ruchu bude spolupracovat s cestovními kancelářemi, také s agenturou Czech Tourism prostřednictvím projektu Kudy z nudy. Dále bude Blatná umístěna jako destinace cestovního ruchu na webových stránkách Atlas Česka, Tipy na výlety, jižní Čechy, Turistika, Výletník a případně na dalších portálech o cestování.

OPATŘENÍ 4.4 Podpora a budování spolupráce

V první řadě bylo navrženo posílení spolupráce mezi jednotlivými subjekty v obci, mezi veřejnou správou, obyvateli a soukromíky. Spolupráce bude probíhat prostřednictvím pravidelných setkání zástupců jednotlivých skupin, kde cílem je uspokojení potřeb jednotlivých sektorů a nalezení vzájemného kompromisu. Na pravidelných setkáních budou projednány konkrétní problémy a námítky, kde se bude moci každý vyjádřit dle svého názoru. Organizaci a koordinaci pravidelných setkání by realizovalo Centrum kultury a vzdělávání v Blatné. Pro podporu komunikace je důležitá spolupráce města s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, Krajským úřadem a médií. Město jako destinace cestovního ruchu

by mělo dbát i na prezentaci v zahraničí jako součást nabídky jižních Čech. Město má velký potenciál přilákat zahraniční turisty díky mezinárodní spolupráci.

Spolupráce a partnerství je v současnosti na mezinárodní úrovni navázáno s těmito zahraničními partnery- Vacha (Německo), Sarge (Francie), Rogwill (Švýcarsko), Važec (Slovensko) a Cardedale (Velká Británie). V rámci partnerství probíhají např. společné letní tábory mládeže, konají se oslavy především výročí podpisů partnerských smluv mezi partnerskými městy. Při významných událostech dochází k vzájemným návštěvám delegací z jednotlivých partnerských měst. Tato spolupráce bude v dalším období nadále rozvíjena za podpory prostředků městského rozpočtu. Byla doporučena větší interakce a více společných projektů s partnerskými městy, díky kterým město Blatná může oslovit potenciální turisty k návštěvě Blatné.

5 Závěr

Cílem bakalářské práce na téma Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná bylo zhodnotit primární a sekundární potenciál destinace pro další rozvoj cestovního ruchu ve městě. Na základě provedené analýzy současného stavu, kvalitativního a kvantitativního výzkumu se výstupem stalo navržení možností strategického rozvoje cestovního ruchu s vymezením priorit a opatření s ohledem na stanovenou strategickou vizi a cíle jednotlivých prioritních oblastí. Realizace těchto opatření povede ke zvýšení konkurenceschopnosti destinace na trhu cestovního ruchu.

Na literární rešerši, která sloužila jako teoretický základ bakalářské práce, navazuje analýza současného stavu, kde byly identifikovány lokalizační a realizační předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Pomocí kvalitativního a kvantitativního výzkumu byla získána data, která sloužila jako základ pro analyzování potřeb a požadavků ze strany poptávky. Mezi významné předpoklady pro cestovní ruch v Blatné se řadí právě kulturně-historické předpoklady a předpoklady dané biosférou. Kulturně-historickým předpokladem je v první řadě Vodní zámek. Nejvíce návštěvníků přijíždí do města kvůli návštěvě zámku, kulturních akcí nebo využití možnosti rybaření v okolí.

Na základě výsledků byla navržena opatření, díky nimž by cestovní ruch ve městě mohl získat silné postavení především v segmentu kulturního cestovního ruchu. Lze konstatovat, že jednotlivá ubytovací zařízení jsou rozmístěna rovnoměrně, ale v nedostatečném počtu s nízkými ubytovacími kapacitami. Strategickou vizí bylo vyjádřeno, jaké pozice by mělo město Blatná jako destinace cestovního ruchu dosáhnout v roce 2020. Bylo stanoveno, že město bude mít významné postavení na trhu v oblasti kulturního cestovního ruchu v Jihočeském kraji s neustále se zvyšujícím trendem návštěvnosti a dále bude nabízet dostatek ubytovacích kapacit a obyvatelé a návštěvníci budou moci využít pestré kulturní a sportovní nabídky. Ze stanovené strategické vize byly navrženy strategické cíle, kterými jsou zvýšení ubytovacích kapacit, s tím související zvýšení podílu přenocování u návštěvníků, navýšení celkové návštěvnosti města a v rámci marketingu destinace komunikace města na celorepublikové úrovni.

Prioritními oblastmi pro rozvoj cestovního ruchu jsou rozvoj turistiky a sportovní nabídky, zaměření na ubytovací možnosti a wellness služby, zkvalitnění infrastruktury dopravy pro cestovní ruch a zaměření na marketing destinace

a organizační zajištění. Pod jednu z prioritních oblastí je zařazeno zaměření na posílení spolupráce mezi jednotlivými subjekty v obci, mezi veřejnou správou, obyvateli a soukromníky prostřednictvím pravidelných setkání, ale také na mezinárodní úrovni. Pro podporu komunikace je důležitá spolupráce města s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, Krajským úřadem a médii. Byla doporučena větší interakce a množství společných projektů s partnerskými městy, díky kterým město Blatná může oslovit potenciální turisty k návštěvě Blatné.

I. Summary + Keywords

The goal of my bachelor thesis “Strategic development of tourism in the Town of Blatná” is to evaluate primary and secondary potential of the destination for the next tourism development in the town. The output, based on performed current state analysis and qualitative and quantitative research, is a proposition of possible strategical development in the field of tourism with specification of priorities and actions based on determined strategical vision and goals of each of preferred areas. Putting these actions into the practice will lead to rise of destination competitiveness on the tourism market.

The literary research, which purpose is to serve as theoretical foundation for supply and demand analysis, is followed by current state analysis in which there were discovered localizational and implementational assumptions for the next development of tourism. Thanks to this research data, that served as a foundation for supply and demand analysis, was obtained. Culturally-historical and biosphere related are the two assumptions tightly connected with Blatná – most visitors came to Blatná because of the castle tour, visiting of cultural event or fishing nearby the city. Based on the results the actions were taken, so the tourism in the city could gain strong position in the future.

Accommodation facilities are evenly distributed through the city, but they lack in total number and bed capacity. Thus a big contribution would be a reconstruction of holiday resort connected with building of new wellness facility. There is also missing an in-line track, hippotourism center and even center for agrotourism development, which has great conditions in that area. From cultural point of view there are wide variety of activities to choose from. In the other hand when looking to the future wise thing would be to operate more on traditional ground. It is appropriate to increase public relation of the city with the audience and to support it with the city symbol of roses, traditional karp from Blatná and newly brewed local beer. Fairytale Blatná should be the new name of the destination for families with children. There is a necessity to improve the quality of services, tourism infrastructure and to engage intensively in destination marketing in the future.

Keywords: Tourism, Tourism market, Tourism destination, Development, Primary tourism offer, Secondary tourism offer, Strategy of development,

II. Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

- [1] ČERMÁK, Z. (1962). *Blatná město růží a ryb*. Vyd. 1. Městská osvětová beseda v Blatné.
- [2] FORET, M., & FORETOVÁ, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Vyd. 1. Grada Publishing.
- [3] FRANCOVÁ, E. (2003). *Cestovní ruch*. Vyd. 1. Univerzita Palackého v Olomouci, filosofická fakulta.
- [4] GEHINOVÁ, B. (2008). *Geografie cestovního ruchu: vymezení teritoriálních forem cestovního ruchu a hodnocení jejich funkcí v území*. Vyd.1. JČU, Ekonomická fakulta.
- [5] GOELDNER, C. R. & RITCHIE, J. (2008). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Vyd. 11. John Wiley & Sons
- [6] HESKOVÁ, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Vyd. 2. Praha: Fortuna.
- [7] HESKOVÁ, M. a kol. (2001). *Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech České republiky a Rakouska*. Vyd. 1. Kartprint.
- [8] HESKOVÁ, M. a kol. (2006). *Unikátní technické atraktivity jižních Čech*. Vyd. 1. Profess Consulting.
- [9] HLADKÁ, J. (1997). *Technika cestovního ruchu*. Vyd. 1. Grada Publishing.
- [10] HOREJŠ, P., KOUBÍK, V., & a SVÍTKOVÁ, T. (1994). *Průvodce městem Blatná*. Vyd. 1. Amalthea.
- [11] HORNER, S. & SWARBROOKE, J. (2003) *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Vyd. 1. Grada Publishing.
- [12] HRABÁNKOVÁ, M., & HÁJEK, T. (2002). *Management cestovního ruchu*. Vyd. 1. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- [13] HRALA, V. (2001). *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 4. Idea servis.
- [14] KIRÁLOVÁ, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress.
- [15] MALÁ, V. (1999). *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: VŠE.
- [16] MALÁ, V. a kol. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: VŠE.
- [17] MĚSTSKÉ MUZEUM BLATNÁ. (1985). *Sborník vlastivědných prací vydany k 750. Výročí první písemné zprávy o Blatné*. Městský národní výbor Blatná.

- [18] MIDDLETON, V., T.C. , FYALL A. & MORGEN, M. (2009). *Marketing in travel and tourism*. Vyd. 4. Butterworth-Heinemann.
- [19] MIRVALD, S. a kol. (1996). *Geografie cestovního ruchu*. Vyd. 1. Plzeň: ZČU, fakulta pedagogická.
- [20] NAVRÁTIL, J. (2012). *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa: aplikovaná geografie cestovního ruchu na příkladu vody v turistických regionech jižní Čechy a Šumava*. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství.
- [21] ORIEŠKA, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Vyd. 1. Idea Servis.
- [22] ORIEŠKA, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Vyd. 1. Idea Servis.
- [23] PALATKOVÁ, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Vyd. 1. Grada Publishing.
- [24] PALATKOVÁ, M., & ZICHOVÁ, J. (2011). *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Vyd. 1. Grada Publishing.
- [25] PETRŮ, Z. (1999). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Vyd. 1. Idea servis.
- [26] RITCHIE, J. R. B., & CROUCH, G. I. (2003) *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon. – CABI Publishing.
- [27] ŠTĚPÁN, P. a kol. (2000). *Průvodce Blatenskem nejen pro cyklisty*. Vyd. Městské muzeum v Blatné; Nadace Menhirostav.
- [28] TOUFAR, P. (2006). *Od Blatné tajemnou českou krajinou k Otavě*. Vyd. 1. Jindřich Brožek.

Internetové stránky

- [1] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Destinační management: Vytváření produktů v cestovním ruchu* [online]. 2006 [cit. 2013-10-16]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/cc80193b-e4e8-4694-8a65-728df70a5fd8/GetFile14_2.pdf >.
- [2] MĚSTO BLATNÁ. *Informační centrum: Historie a současnost města* [online]. [cit. 2014-03-07]. Dostupné z: <http://www.mesto-blatna.cz/volny-cas/informacni-centrum/historie-a-soucasnost-mesta/o-meste/>.
- [3] MĚSTO BLATNÁ. *Informační centrum: Historie a současnost města* [online]. [cit. 2014-03-08]. Dostupné z: <http://www.mesto-blatna.cz/volny-cas/informacni-centrum/historie-a-soucasnost-mesta/mestske-symboly/>.

- [4] MĚSTO BLATNÁ. *Úřad: správní obvod městského úřadu Blatná* [online]. [cit. 2014-03-08]. Dostupné z : <http://www.mesto-blatna.cz/urad/zakladni-informace/spravni-obvod-mestskeho-uradu-blatna/>.
- [5] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Databáze demografických údajů za obce ČR* [online]. [cit. 2014-03-08]. Dostupné z: http://www.czso.cz/cz/obce_d/.
- [6] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Počet a věková struktura obyvatel v SO ORP vybraného kraje* [online]. [cit. 2014-03-09]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=KRORP+C01.1&vo=null>
- [7] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Stav obyvatelstva a průměrný věk v obcích SO ORP Blatná* [online]. [cit. 2014-03-08]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=AGOBY6031PU_OB2.7&vo=null.
- [8] BLATNÁ. *Blatná: Kam na výlet* [online]. [cit. 2014-03-09]. Dostupné z: <http://www.blatna.info/pesky.php>.
- [9] HRADY. *Kaplanka v Blatné* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/?OID=9560>.
- [10] HRADY. *Mariánský sloup v Blatné* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.hrady.cz/index.php?OID=9049>.
- [11] CENTRUM KULTRURY AV VZDĚLÁVÁNÍ BLATNÁ. *Muzeum* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.ckvb.cz/muzeum/uvod-muzeum/>.
- [12] BLATNÁ. *Cyklistika* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.blatensko.com/pro-turisty-2/cyklistika/9-okruh/>.
- [13] BLATNÁ. *Turistické informace* [online]. [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: <http://www.blatna.info/turisticke-informace.php>.
- [14] BLATNÁ. *Historie* [online]. [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: <http://www.blatna.info/historie.php>.
- [15] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Sčítání lidu, bytů a domů* [online]. [cit. 2014-03-11]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=CRU6170PU_OR&vo=tabulka.
- [16] BLATNÁ. *Ubytování a stravování* [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.mesto-blatna.cz/volny-cas/informacni-centrum/ubytovani-a-stravovani/>.

- [17] VODNÍ ZÁMEK BLATNÁ. *Prohlídky: akce* [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.zamek-blatna.cz/zamek-blatna-akce.php>.
- [18] JIŽNÍ ČECHY. *Regiony* [online]. [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/jizni-cechy/o-kraji/regiony.html#strakonicko>.

Elektronické publikace

- [19] MĚSTO BLATNÁ. *Strategický plán rozvoje města Blatná* [online]. 2008 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: http://www.mesto-blatna.cz/e_download.php?file=data/editor/627cs_2.pdf&original=sp.pdf.
- [20] MĚSTO BLATNÁ. *Územní plán Blatná* [online]. 2014 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: http://www.mestoblatna.cz/e_download.php?file=data/editor/397cs_2.pdf&original=UP_BLATNA_ANALYZY_TXT_140218.pdf.

III. Seznam tabulek, obrázků a grafů

Seznam tabulek

Tabulka 1: Formy cestovního ruchu	19
Tabulka 2: Stav obyvatel	38
Tabulka 3: Počet a věková struktura obyvatel v SO ORP Blatná.....	38
Tabulka 4: Průměrný věk obyvatel v SO ORP Blatná.....	39
Tabulka 5: Návštěvní doba zámku Blatná	43
Tabulka 6: Prohlídky a vstupné zámku Blatná	44
Tabulka 7: Tradiční kulturní akce v Blatné	47
Tabulka 8: Tradiční výstavy v Blatné	47
Tabulka 9: Cykloturistika - 9 okruhů.....	50
Tabulka 10: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ve městě Blatná	54
Tabulka 11: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie ve městě Blatná	54
Tabulka 12: Ubytovací zařízení na území města Blatná.....	54
Tabulka 13: Ubytovací zařízení v blízkém okolí města Blatná	55
Tabulka 14: Stravovací zařízení na území města Blatná	56

Seznam obrázků

Obrázek 1: Město Blatná v České republice.....	36
Obrázek 2: Území města Blatná	36
Obrázek 4: Turistické trasy na Blatensku	51
Obrázek 3: Cyklotrasy na Blatensku	51

Seznam grafů

Graf 1: Symbol Blatné–návštěvníci.....	57
Graf 2: Symbol Blatné - rezidenti.....	58
Graf 3: Jak jste se dozvěděli o Blatné - návštěvníci	59
Graf 4: Jak často navštěvujete Blatnou?.....	58
Graf 5: Jak dlouhý je Váš pobyt?.....	60
Graf 6: S kým do města přijíždíte?	61
Graf 7: Kde jste byl(a) ubytován(a)?	61
Graf 8: Jaký je účel Vaší cesty?	62
Graf 9: Jaké aktivity v destinaci provozujete?.....	63
Graf 10: Atraktivnost města Blatná–návštěvníci.....	62
Graf 11: Atraktivnost města Blatná–rezidenti.....	64

Graf 12: Sportovní vyžití – návštěvníci.....	63
Graf 13: Sportovní vyžití – rezidenti.....	65
Graf 14: Kulturní vyžití - návštěvníci.....	64
Graf 15: Kulturní vyžití – rezidenti.....	66
Graf 16: Kulturní zařízení - návštěvníci	67
Graf 17: Kulturní zařízení - návštěvníci	67
Graf 18: Rozvoj cestovního ruchu - návštěvníci	68
Graf 19: Rozvoj cestovního ruchu - rezidenti.....	69
Graf 20: Stravovací zařízení - návštěvníci.....	68
Graf 21: Stravovací zařízení – rezidenti.....	70
Graf 22: Ubytovací zařízení - návštěvníci	71
Graf 23: Atraktivita - návštěvníci.....	71
Graf 24: Doporučené atraktivita - rezidenti.....	72
Graf 25: Nespokojenost návštěvníků.....	73
Graf 26: Nespokojenost rezidentů	74
Graf 27: Vztah rezidentů k návštěvníkům	75
Graf 28: Téma pro rozvoj cestovního ruchu - rezidenti.....	76
Graf 29: Průměrná útrata v destinaci	77
Graf 30: Kraj (stát) - návštěvníci	78
Graf 31: Pohlaví návštěvníků.....	77
Graf 32: Pohlaví rezidentů.....	79
Graf 33: Věk návštěvníků.....	77
Graf 34: Věk rezidentů.....	79
Graf 35: Status – návštěvníci.....	78
Graf 36: Status – rezidenti.....	80
Graf 37: Vzdělání návštěvníci.....	79
Graf 38: Vzdělání rezidenti.....	81

IV. Seznam příloh

PŘÍLOHA Č. 1 – Vzor dotazníkové šetření: rezidenti v českém jazyce

PŘÍLOHA Č. 2 – Vzor dotazníkové šetření: návštěvníci v českém jazyce

PŘÍLOHA Č. 3 – Vzor dotazníkové šetření: návštěvníci v anglickém jazyce

PŘÍLOHA Č. 4 – Vzor dotazníkové šetření: návštěvníci v německém jazyce

PŘÍLOHA Č. 5 - Otázky na řízený rozhovor

PŘÍLOHA Č. 6 – Znak a vlajka města

PŘÍLOHA Č. 7 – Grafické vyjádření terénního šetření

Příloha č. 1

Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná: rezidenti

Dobrý den,

jmenuji se Tereza Nováková a studuji na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích, Ekonomické fakultě, obor Obchodní podnikání. Mé studium je zaměřené na cestovní ruch a tomu odpovídá i téma mé bakalářské práce: Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná.

Ráda bych Vás poprosila o vyplnění dotazníku, jehož výsledky budou použity pro zpracování bakalářské práce. Veškeré informace jsou anonymní a osobní údaje budou chráněny proti zneužití.

Předem děkuji za vyplnění dotazníku, který Vám zabere cca 10 minut.

1. Co Vás první napadne jako symbol města Blatná?

.....

2. Myslíte si, že je atraktívny mesto Blatná ako destinácie cestovného ruchu?

výběr pouze jedné odpovědi

- ☐ Určitě ano
- ☐ Spíše ano
- ☐ Spíše ne
- ☐ Určitě ne

3. Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu ve městě? hodnotící stupnice jako ve škole 0-5

[illegible]

	0- neumím/nemohu posoudit	1- výborně	2- velmi dobře	3- dobře	4- špatně	5- velmi špatně
Péče o životní prostředí	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bezpečnost místních obyvatel	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Programy pro volný čas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Obchodní služby (občerstvení,...)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Úroveň dopravní infrastruktury	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Služby pro cykloturisty	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ceny služeb	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Jaký je Váš vztah k návštěvníkům města/ turistům?

výběr pouze jedné odpovědi

- ☐ Jsem rád(a) , že turisté navštěvují město. Je to velký přínos.
- ☐ Jsem spíše rád(a) , ale může to způsobovat určité problémy.
- ☐ Je mi to jedno.
- ☐ Ve většině případů mi turisté vadí.
- ☐ Jsem velmi rozladěný, když jsou ve městě turisté.

5. Jste spokojeni se sportovním vyžitím?

hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

6. Jste spokojeni s kulturním vyžitím?

hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

7. Které akce nebo kulturní zařízení jste navštívili nebo hodláte navštívit?

možnost výběru 4 odpovědí

☐ Divadlo	☐ Koncerty	☐ Diskotéky
☐ Festivaly	☐ Poutě	☐ Hody
☐ Kino	☐ Muzeum	☐ Výstavy
☐ Galerie	☐ Slavnosti	☐ Jiné:

8. Jak hodnotíte stravovací zařízení?

hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

9. Co byste doporučili turistům, aby nevynechali při své návštěvě v Blatné? *

vypiště 3 konkrétní místa

.....

10. Co se Vám naopak na Blatné nelíbí, s čím jste nebyl(a) spokojen(a), popř. co byste změnil(a) : *

Vypište

.....

11. Jaká témata si myslíte, že by byla nejvhodnější pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná? *

vyberte 2 nejdůležitější

☐ Rybaření	☐ Zážitek cestovní ruch
-----------------------------------	--

- | | |
|---|---|
| ☐ Wellness | ☐ Turistika a cykloturistika |
| ☐ Kulturně-historické: Zámek | ☐ Sportovní vyžití |
| ☐ Přírodní atraktivita | ☐ Jiné: <input type="text"/> |

12. Jste:

- ☐ Žena ☐ Muž

13. Jaký je Váš věk?

- ☐ 15let a méně
- ☐ 16-25 let
- ☐ 26-35 let
- ☐ 36-49 let
- ☐ 50-59 let
- ☐ 60 a více let

14. Statut:

- ☐ Student/ studentka
- ☐ OSVČ
- ☐ Zaměstnaný
- ☐ Nezaměstnaný
- ☐ Důchodce

15. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- ☐ Základní
- ☐ Střední s výučním listem
- ☐ Střední s maturitou
- ☐ Vyšší odborné
- ☐ Vysokoškolské

Příloha č. 2

Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná: návštěvníci

Dobrý den,

jmenuji se Tereza Nováková a studuji na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích, Ekonomické fakultě, obor Obchodní podnikání. Mé studium je zaměřené na cestovní ruch a tomu odpovídá i téma mé bakalářské práce: Strategický rozvoj cestovního ruchu ve městě Blatná.

Ráda bych Vás poprosila o vyplnění dotazníku, jehož výsledky budou použity pro zpracování bakalářské práce. Veškeré informace jsou anonymní a osobní údaje budou chráněny proti zneužití.

Předem děkuji za vyplnění dotazníku, který Vám zabere cca 10 minut.

1. Co Vás první napadne, když se řekne Blatná?

.....

2. Jak jste se dozvěděli o městě Blatná? výběr pouze jedné odpovědi

- ☐ turistická informační centra
- ☐ cestovní kanceláře, cestovní agentury
- ☐ média
- ☐ propagační materiály
- ☐ internet
- ☐ informace od příbuzných a známých
- ☐ Jiné:

3. Jak často navštěvujete město Blatná? výběr pouze jedné odpovědi

- ☐ Jsem zde poprvé
- ☐ Pravidelně 1 krát ročně
- ☐ 1-4 krát za pů roku
- ☐ 1- více krát do měsíce
- ☐ Nenavštěvuji

4. Jak dlouhý je Váš pobyt? výběr pouze jedné odpovědi

- ☐ Jednodenní bez přenocování
- ☐ 1-2 přenocování
- ☐ 3-4 přenocování

☐ Více jak 4 přenocování

5. S kým do města přijíždíte? výběr pouze jedné odpovědi

☐ Sám (a)

☐ S manželkou/ manželem, partnerem/ partnerkou

☐ Kamarády

☐ S rodinou a dětmi

☐ S organizovanou skupinou (zájezd)

6. Kde jste byl (a) ubytován (a) ? výběr pouze jedné odpovědi

☐ Hotel

☐ Motel

☐ Penzion

☐ Kemp

☐ Chata/ chalupa

☐ U příbuzných

☐ Bez ubytování

☐ Jiné:

7. Jaký je účel Vaší cesty? výběr maximálně 2 možností

☐ Poznávání

☐ Rekreace

☐ Práce

☐ Zábava a kultura

☐ Nákupy

☐ Jen projíždím

☐ Jiné:

8. Jaké aktivity v destinaci provozujete? možnost výběru 3 odpovědí

☐ Rybaření

☐ Návštěva zámku

☐ Cykloturistika

☐ Pěší turistika

☐ Návštěva kulturní akce

☐ Návštěva koupaliště

☐ Nákupy

☐ Provozování sportovních aktivit

☐ Jiné:

9. Doporučil (a) byste tuto destinaci svým známým?

☐ Určitě ano

☐ Pouze určité místo/a

☐ Spíše ne

☐ Určitě ne

10. Myslíte si, že je atraktivní město Blatná pro turisty?

☐ Určitě ano ☐ Spíše ano

☐ Spíše ne ☐ Určitě ne

11. Jste spokojeni se sportovním vyžitím? hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

12. Jste spokojeni s kulturním využitím? hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší						Nejhorší
----------	---	---	---	---	---	----------

13. Které akce nebo kulturní zařízení jste navštívili nebo hodláte navštívit?

možnost výběru 4 odpovědí

☐ Divadlo	☐ Koncerty	☐ Diskotéky
☐ Festivaly	☐ Poutě	☐ Hody
☐ Kino	☐ Muzeum	☐ Výstavy
☐ Galerie	☐ Slavnosti	☐ Jiné:

14. Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu ve městě? Ohodnoťte stupnicí 0-5 jako ve škole

0- neumím/
nemohu
posoudit

1- výborně

2- velmi
dobře

3- dobře

4- špatně

5- velmi
špatně

Péče o památky	☐	☒	☐	☐	☐	☐
Poskytované informace o městě	☐	☒	☐	☐	☐	☐

15. Jaká konkrétní 3 místa ve městě Blatná, které hodláte navštívit nebo jste navštívili, považujete za nejvíce atraktivní? vypiště

.....

16. Co se Vám naopak na Blatné nelíbí, s čím jste nebyl(a) spokojen(a) , popř. co byste změnil(a) :
Vypiště

.....

17. Jak hodnotíte stravovací zařízení? hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

18. Jak hodnotíte ubytovací zařízení? hodnotící stupnice jako ve škole

1 2 3 4 5

Nejlepší	☐	☐	☐	☐	☐	Nejhorší
----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------

19. Jaká je Vaše průměrná útrata v destinaci za osobu na den (v Kč) ?

☐

Do 200,-

☐

201,- - 400,-

☐

401,- - 800,-

☐

801,- - 1500,-

☐

1501,- a více

20. Jste:

☐

Žena

☐

Muž

21. Uveďte kraj, ze kterého přijíždíte (popř. stát) :

.....

22. Jaký je Váš věk?

- ☐ 15let a méně
- ☐ 16-25 let
- ☐ 26-35 let
- ☐ 36-49 let
- ☐ 50-59 let
- ☐ 60 a více let

23. Statut:

- ☐ Student/studentka
- ☐ OSVČ
- ☐ Zaměstnaný
- ☐ Nezaměstnaný
- ☐ Důchodce

24. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- ☐ Základní
- ☐ Střední s výučním listem
- ☐ Střední s maturitou
- ☐ Vyšší odborné
- ☐ Vysokoškolské

Příloha č. 3

Strategic development of tourism in the Town of Blatná: visitors

Dear respondents,

My name is Tereza Nováková and I study Commercial Business at the University of South Bohemia in České Budějovice, the Faculty of Economics. In my studies I mainly focus on tourism thus I've chosen "Strategic development of tourism in the Town of Blatná" as a topic for my bachelor thesis.

I would like you to fill in the questionnaire. The results will be used only for purpose of my bachelor thesis. All information is anonymous and personal data will be protected from any abuse.

Thank you very much for filling in the questionnaire, it will take only few minutes.

1. **What is your first thought when you hear 'Blatná'?**

.....

2. **How did you learn about the town Blatná? (choose one option)**

- ☐ Touristic information centres
- ☐ Travel agencies/Touroperators
- ☐ Media
- ☐ Promotional leaflets
- ☐ Internet
- ☐ From a friend or relative
- ☐ Other:

3. **How often do you visit Blatná? (choose one option)**

- ☐ I'm here for the first time
- ☐ Regularly once a year
- ☐ Once to four times a year
- ☐ Once and more times a month
- ☐ I don't visit

4. **How long is your stay? (choose one option)**

- ☐ One day without an overnight stay
- ☐ One to two overnight stays
- ☐ Three to four overnight stays
- ☐ More than four overnight stays

5. **With whom do you come?**

- ☐ On my own
- ☐ With my wife/husband, girlfriend/boyfriend
- ☐ With my friends
- ☐ With my family and children
- ☐ With an organized group (a trip)

6. **Where have you been accommodated?**

- ☐ Hotel
- ☐ Motel
- ☐ Inn
- ☐ Camp
- ☐ Cottage
- ☐ In my relatives' house
- ☐ Without an accommodation
- ☐ Other:

7. **What is a purpose of your stay?**

(choose 2 options at maximum)

- ☐ Knowledge
- ☐ Recreation
- ☐ Work
- ☐ Entertainment and culture
- ☐ Shopping
- ☐ Just passing through
- ☐ Other:

8. **What activities are you doing here?**

(choose 3 options at maximum)

- ☐ Fishing
- ☐ Castle tour
- ☐ Cycling
- ☐ Walking
- ☐ Cultural event
- ☐ Visiting the swimming pool
- ☐ Shopping

14. How do you evaluate an expansion of tourism in the town?
(grade it, like in school)
N – I don't know, I can't tell A – excellent B – very good C – good D – quite bad
F – bad

a) Preservation of monuments
b) Available information about the town
c) Signposting
d) Environmental care
e) Safety of visitors
f) Free time programs
g) Commercial service (food, souvenirs, ...)
h) Relationship between local inhabitants and visitors
i) Cycling service
j) Prices of services
k) Level of the transport infrastructure

15. What 3 places in Blatná, which are you going to visit or you have already visited, do you consider to be the most attractive? (write down)
.....
.....

16. On the contrary, what don't you like in Blatná, what haven't you been satisfied with or what would you change? (write down)
.....
.....

17. How would you evaluate the catering facilities?
(grade it, like in school)
The best A B C D F The worst

18. How would you evaluate the accommodation facilities?
(grade it, like in school)
The best A B C D F The worst

9. Would you recommend this destination to your friends?

☐ Definitely
☐ Just certain places
☐ Probably not
☐ Not at all

10. Do you think Blatná is an attractive town for tourists?

☐ Definitely
☐ Probably yes
☐ Probably not
☐ Not at all

11. Are you satisfied with the sport activities? (grade it, like in school)
The best A B C D F The worst

12. Are you satisfied with the cultural events? (grade it, like in school)
The best A B C D F The worst

13. What cultural events and places have you already visited or are you going to visit?
(choose 4 options at maximum)

☐ Theatre
☐ Concerts
☐ Discos
☐ Festivals (music)
☐ Fairgrounds
☐ Feast
☐ Cinema
☐ Museum
☐ Galleries
☐ Festivals (culture)
☐ Other:

19. **How much do you spend a day per person in Blatná?**

- ☐ Up to 200 CZK
- ☐ 201 to 400 CZK
- ☐ 401 to 800 CZK
- ☐ 801 to 1500 CZK
- ☐ 1501 and more CZK

20. **Gender:**

- ☐ Male
- ☐ Female

21. **What region or state are you from?**

.....

22. **How old are you?**

- ☐ 15 and less years old
- ☐ 16 to 25 years old
- ☐ 26 to 35 years old
- ☐ 36 to 49 years old
- ☐ 50 to 59 years old
- ☐ 60 and more years old

23. **Status:**

- ☐ Student
- ☐ Self-employed person
- ☐ Employee
- ☐ Unemployed
- ☐ Pensioner

24. **What is the highest level of education you have reached?**

- ☐ Primary education
- ☐ Secondary education with an apprenticeship certificate
- ☐ Secondary education with a Maturita certificate
- ☐ Tertiary technical education
- ☐ Higher education

Příloha č. 4

Strategische Entwicklung des Tourismus in der Stadt Blatná:

die Besucher

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich heiße Tereza Nováková und ich studiere an der Südböhmische Universität in České Budějovice. Ich studiere Handelsunternehmung an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften. Mein Studium ist auf den Tourismus ausgerichtet. Thema meiner Bachelorarbeit entspricht meinem Fach: Strategische Entwicklung des Tourismus in der Stadt Blatná. Ich möchte Sie bitten um einen Fragebogen auszufüllen. Die Ergebnisse werden für die Bachelorarbeit verwendet. Alle Informationen sind anonym und persönlichen Daten sind geschützt vor dem Missbrauch. Ausfüllen des meinen Fragebogens dauert circa 10 Minuten.

Vielen Dank im Voraus für das Ausfüllen.

- 1) Was stellen Sie sich erst vor, wenn Sie Blatná hören?
.....
- 2) Wie haben Sie von der Stadt Blatná erfahren?
wählen Sie nur eine Antwort
 - ☐ Informationszentrum für Touristen
 - ☐ Reisebüro
 - ☐ Medium
 - ☐ Werbematerialien
 - ☐ Internet
 - ☐ Informationen von den Verwandten und Freunden
 - ☐ Andere.....
- 3) Wie oft besuchen Sie die Stadt Blatná? wählen Sie nur eine Antwort
 - ☐ Ich bin hier zum ersten Mal.
 - ☐ Regelmäßig einmal pro Jahr.
 - ☐ 1- 4 mal pro Halbjahr
 - ☐ 1 - mehrmals im Monat
 - ☐ Ich besuche die Stadt nicht.
- 4) Wie lange ist Ihr Aufenthalt? wählen Sie nur eine Antwort
 - ☐ Ein Tag ohne Übernachtung
 - ☐ 1-2 Nächte
 - ☐ 3-4 Nächte
 - ☐ mehr als 4 Nächte

- 5) Mit wem kommen Sie in die Stadt an? wählen Sie nur eine Antwort
 - ☐ Allein
 - ☐ Mit der Ehefrau / mit dem Ehemann oder mit dem Partner / mit der Partnerin
 - ☐ Mit den Freunden
 - ☐ Mit der Familie und mit den Kinder
 - ☐ Mit der organisierten Gruppe (die Gruppenreise)
- 6) Wo haben Sie gewohnt? wählen Sie nur eine Antwort
 - ☐ im Hotel
 - ☐ Im Motel
 - ☐ In der Pension
 - ☐ Im Camp
 - ☐ In der Hütte
 - ☐ Bei den Verwandten
 - ☐ ohne Unterkunft
 - ☐ Adere.....
- 7) Was ist der Zweck Ihrer Reise? wählen Sie bis zu 2 Möglichkeiten
 - ☐ Erkenntnis
 - ☐ Rekreation
 - ☐ Arbeit
 - ☐ Unterhaltung
 - ☐ Einkaufen
 - ☐ Ich bin auf der Durchreise
 - ☐ Andere.....
- 8) Welche Aktivitäten in der Destination treiben? wählen Sie bis zu 3 Möglichkeiten
 - ☐ Fischen
 - ☐ Besuch eines Schloss
 - ☐ Rad fahren
 - ☐ Wandern
 - ☐ Besuch eine Kulturation
 - ☐ Besuch im Schwimmbad
 - a. Einkaufen
 - b. Sportaktivität
 - c. Andere.....
- 9) Würden Sie diese Destinationen Ihren Bekannten empfehlen?
 - ☐ ja
 - ☐ nur einen bestimmte Ort
 - ☐ wahrscheinlich nein
 - ☐ nein

10) Glauben Sie, dass die Stadt Blatná für Touristen attraktiv ist?

☐ ja
☐ nur einen bestimmten Ort
☐ wahrscheinlich nein
☐ nein

11) Sind Sie mit den Sportaktivitäten zufrieden? Bewertungsskala wie in der Schule
1=beste – 5=schlechteste
1 2 3 4 5

12) Sind Sie mit der Kultur zufrieden? Bewertungsskala wie in der Schule
1=beste – 5=schlechteste
1 2 3 4 5

13) Welche Aktion oder Veranstaltungen haben Sie besucht? Oder welche planen Sie zu besuchen?
Wählen Sie bis zu 4 Möglichkeiten

☐ Theater
☐ Konzert
☐ Disco
☐ Festival
☐ Fest
☐ Festessen
☐ Kino
☐ Museum
☐ Ausstellung
☐ Galerie
☐ Feter Andere.....

14) Welche drei bestimmte Stelle nin Blatná, die Sie besuchen oder besucht haben, finden Sie die attraktivsten?
Schreiben Sie bitte heraus.
1
2
3

15) Was mögen Sie nicht in die Stadt Blatná, womit sind Sie nicht zufrieden oder was würden Sie ändern?
Schreiben Sie bitte heraus.
.....

16) Wie bewerten Sie die Gastronomie? Bewertungsskala wie in der Schule 1=beste – =schlechteste
1 2 3 4 5

17) Wie bewerten Sie die Entwicklung des Tourismus in der Stadt? Bewertungsskala 0 – 5 wie in der Schule						
	0 Ich kann nicht beurteilen	1 ausgezeichnet	2 sehr gut	3 gut	4 schlecht	5 sehr schlecht
Denkmalpflege						
zugängliche Informationen über die Stadt						
Orientierungsmarkierung						
Pflege über die Umwelt						
Sicherheit der Besucher						
Freizeitprogramme						
Handelsdienstleistungen (Imbiss, Souvenir...)						
Beziehung der Bewohner um Besucher						
Dienstleistungen für Radfahrer						
Preise für Dienstleistungen						
Stufe der Verkehrsinfrastruktur						

18) Wie bewerten Sie die Unterkunft?
Bewertungsskala wie in der Schule
1=beste – 2=schlechteste
1 2 3 4 5

19) Wie hoch ist Ihre durchschnittliche Zeche in der Destination pro Person pro Tag (CZK)?
☐ Bis 200,-
☐ 201,- - 400,-
☐ 401,- - 800,-
☐ 801,- - 1500,-
☐ 1501,- und mehr

20) Sind Sie:
☐ Frau
☐ Mann

21) Schreiben Sie die Region aus der Sie kommen (oder Staat):
.....

22) Wie alt sind Sie?
☐ 15 Jahre und weniger
☐ 16 – 25 Jahre
☐ 26 – 35 Jahre
☐ 36 – 49 Jahre
☐ 50 – 59 Jahre
☐ 60 – und mehr

23) Statut:
☐ Student / Studentin
☐ Selbständige
☐ Angestellte
☐ Arbeitslose
☐ Rentner

24) Was ist Ihre höchste Ausbildung?
☐ Grundschulbildung
☐ Mittelschulbildung mit einem Berufsabschluss
☐ Mittelschulbildung mit einem Abitur
☐ höhere Berufsausbildung
☐ Hochschulbildung

Příloha č.5

Otázky na řízené rozhovory

1. Jak hodnotíte cestovní ruch ve městě Blatná? S čím jste spokojen/ nespokojen? Popřípadě co byste změnil?
2. Jaké je postavení města Blatná z pohledu konkurenceschopnosti na trhu cestovního ruchu?
3. Jaké jsou silné a slabé stránky města na trhu cestovního ruchu?
4. Jaká je podle Vás ideální představa/vize o městě v období za 5-8 let?
5. Čeho byste chtěli dosáhnout v oblasti cestovního ruchu?
6. Myslíte si, že je dostatečná návštěvnost města?
7. Jaké podnikáte jednotlivé kroky, nebo jaké kroky máte v plánu provádět pro udržení a zvýšení počtu návštěvníků?
8. Jak se město prezentuje? Jste s tím spokojeni? Popřípadě co byste změnili? V rámci okresu/kraje/celé republiky)
9. Myslíte si, že poskytované služby jsou dostatečně kvalitní?
 - Vyjádřete se k jednotlivým službám:
 - Ubytování
 - Stravování
 - Sportovní vyžití
 - Kulturní vyžití/nabídka
 - Relaxační možnosti
 - Informační služby
10. Podle Vašeho názoru, jakým způsobem vnímají cestovní ruch místní obyvatelé? Jak poohlíží na turisty?

Příloha č. 6

Vlajka města Blatná



Znak města Blatná



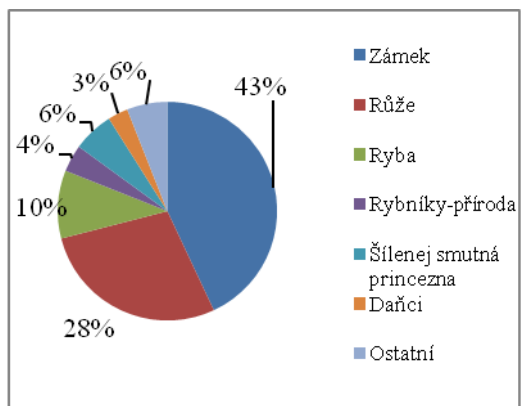
Příloha č. 7

Grafické vyjádření terénního šetření

Otázka č. 1 – Co Vás první napadne jako symbol města Blatná?

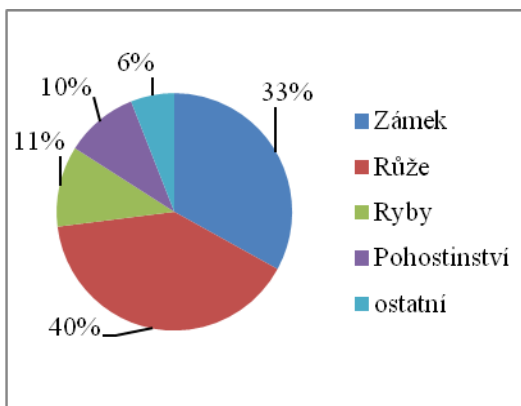
Graf č. 1

Respondenti návštěvníci (v%)



Graf č. 2

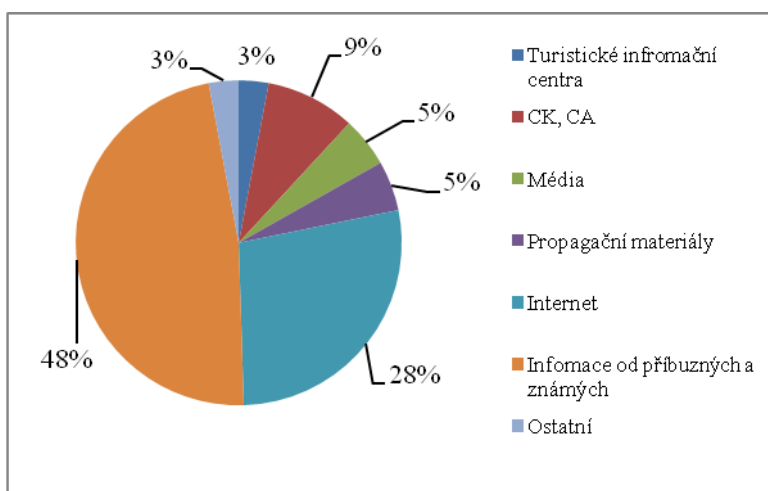
Respondenti rezidenti (v %)



Otázka č. 2 – Jak jste se dozvěděli o města Blatná?

Graf č.3

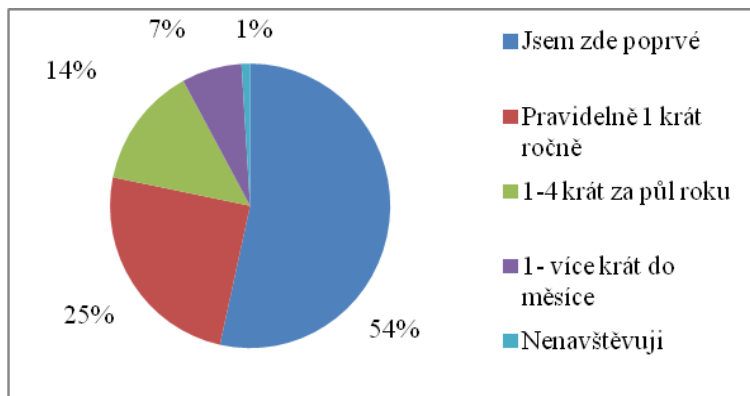
Respondenti návštěvníci (v %)



Otázka č. 3 – Jak často navštěvujete město Blatná?

Graf č. 4

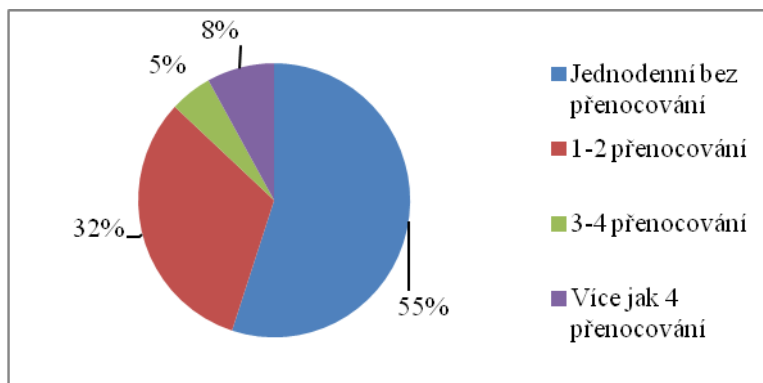
Respondenti návštěvníci (v %)



Otázka č. 4 – Jak dlouhý je váš pobyt?

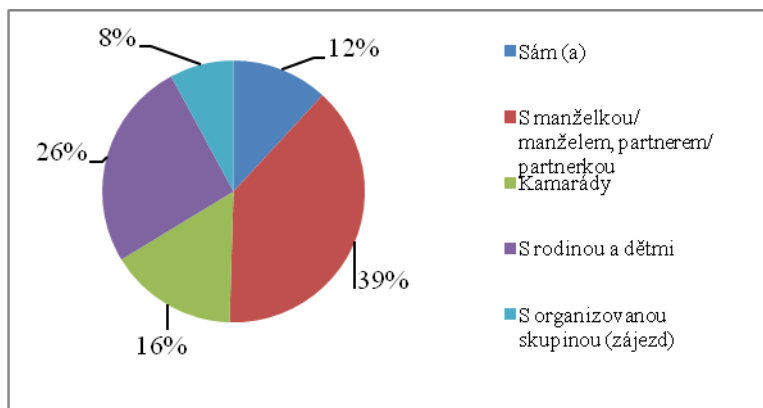
Graf č. 5

Respondenti návštěvníci (v %)



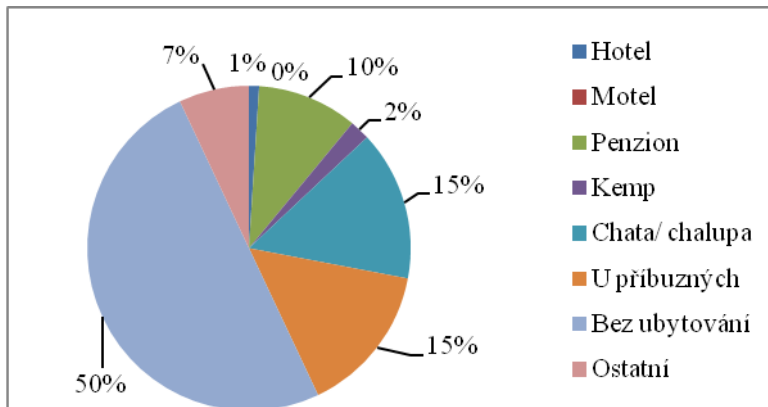
Otázka č. 5 – S kým do města přijíždíte?

Graf č. 6 Respondenti návštěvníci (v %)



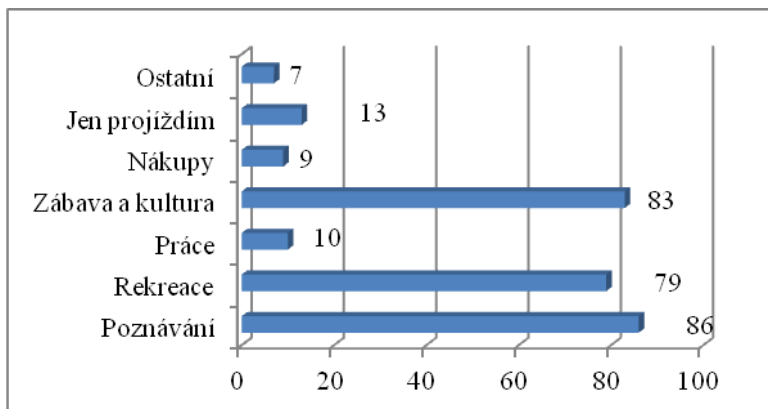
Otázka č. 6 – Kde jste byl(a) ubytován(a) ?

Graf č. 7 Respondenti návštěvníci (v %)



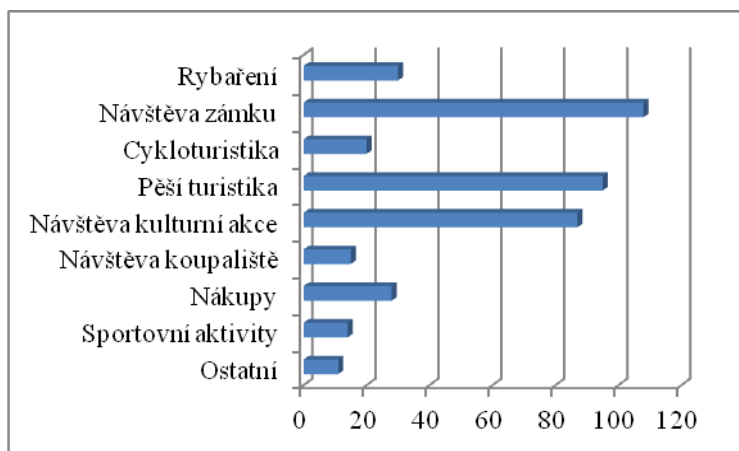
Otázka č. 7 – Jaký je účel Vaší cesty?

Graf č. 8 Respondenti návštěvníci (ks, možnost výběru 2 odpovědí)



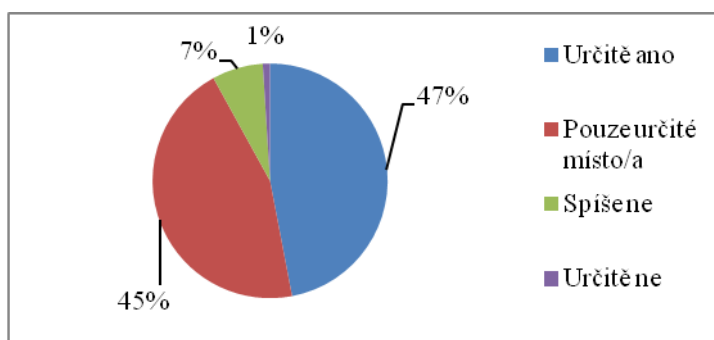
Otázka č. 8 – Jaké aktivity v destinaci provozujete?

Graf č. 9 Respondenti návštěvníci (ks, možnost výběru 3 odpovědí)



Otázka č. 9 – Doporučil(a) byste tuto destinaci svým známým?

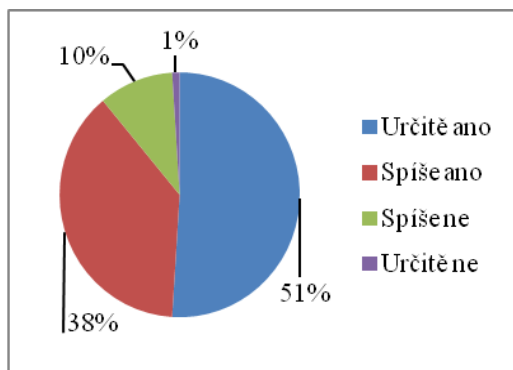
Graf č. 10 Respondenti návštěvníci (v %)



Otázka č. 10 – Myslíte si, že je atraktivní město Blatná jako destinace cestovního ruchu?

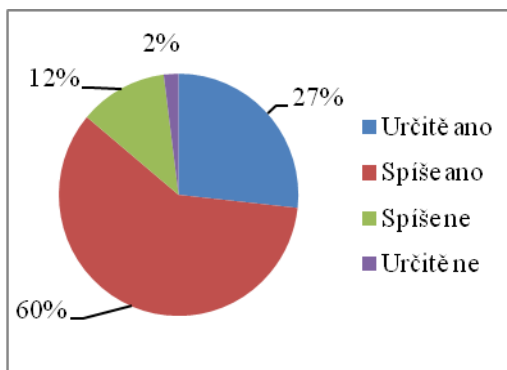
Graf č. 11

Respondenti návštěvníci (v%)



Graf č. 12

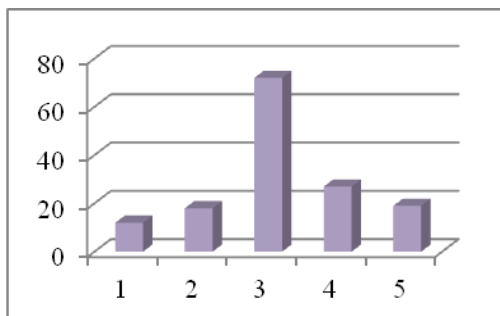
Respondenti rezidenti (v %)



Otázka č. 11 – Jste spokojeni se sportovním vyžitím?

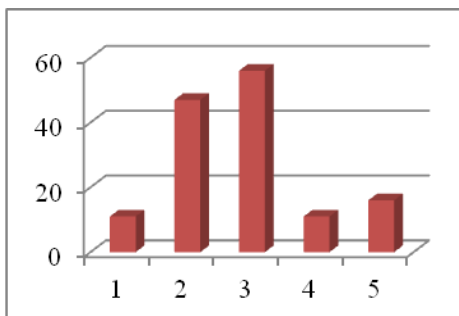
Graf č. 13

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 14

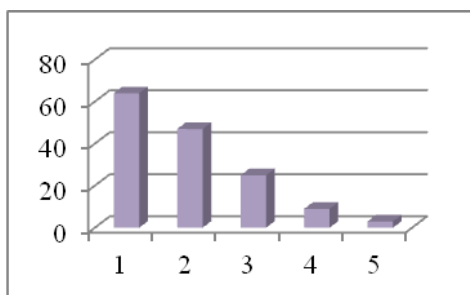
Respondenti rezidenti (ks)



Otázka č. 12 – Jste spokojeni s kulturním vyžitím?

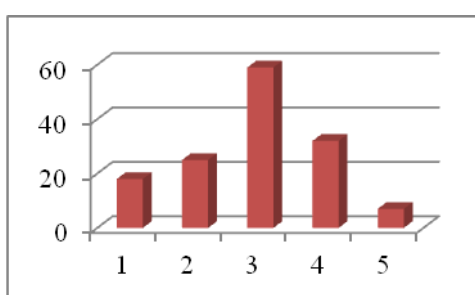
Graf č. 15

Respondenti návštěvníci (ks)



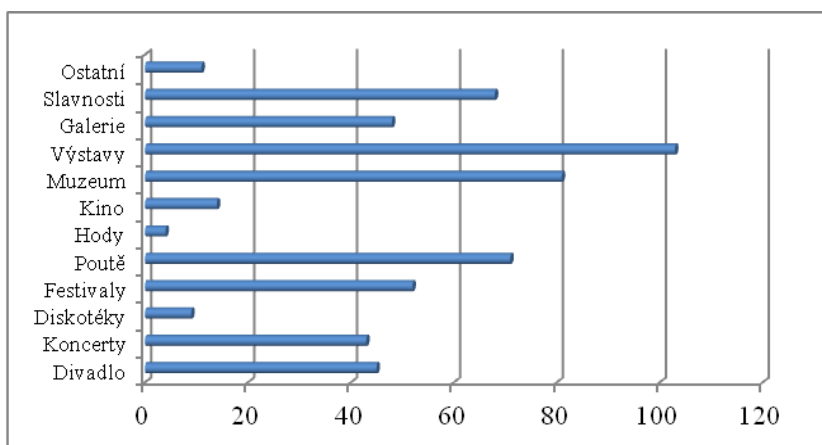
Graf č. 16

Respondenti rezidenti (ks)

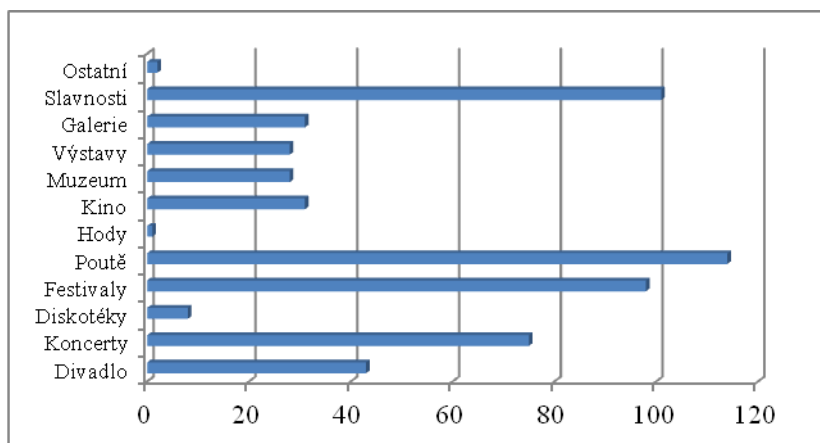


Otázka č. 13 – Které akce nebo kulturní zařízení jste navštívili nebo hodláte navštívit?

Graf č. 17 Respondenti návštěvníci (ks, možnost až 4 odpovědi)

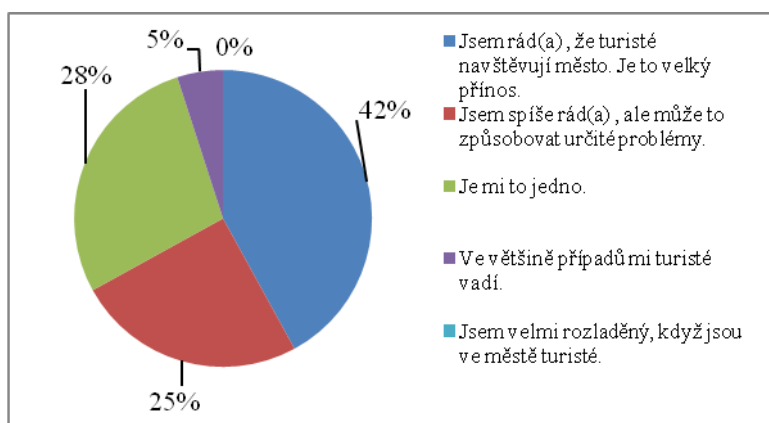


Graf č. 18 Respondenti rezidenti (ks, možnost až 4 odpovědi)



Otázka č. 14 – Jaký je Váš vztah k návštěvníkům města?

Graf č. 19 Respondenti rezidenti (v %)

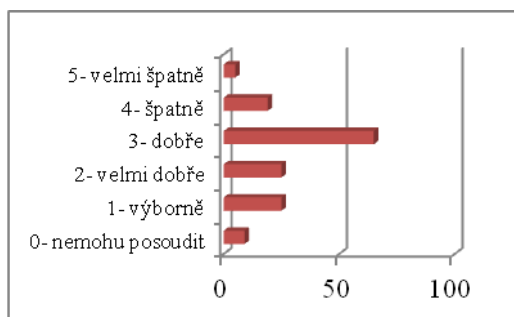


Otázka č. 15 – Jak hodnotíte rozvoj cestovního ruchu ve městě?

15. 1 Péče o památky:

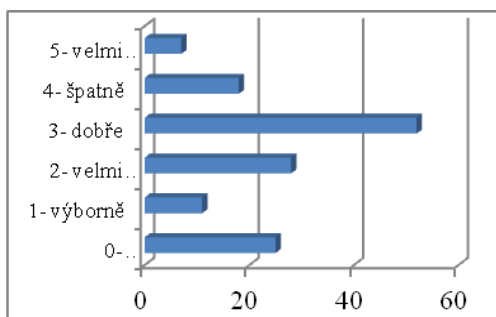
Graf č. 20

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 21

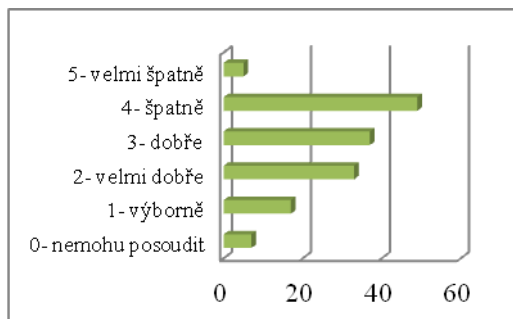
Respondenti rezidenti (ks)



15.2 Poskytované informace o městě/regionu:

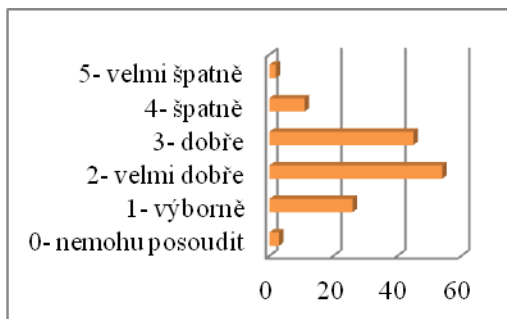
Graf č. 22

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 23

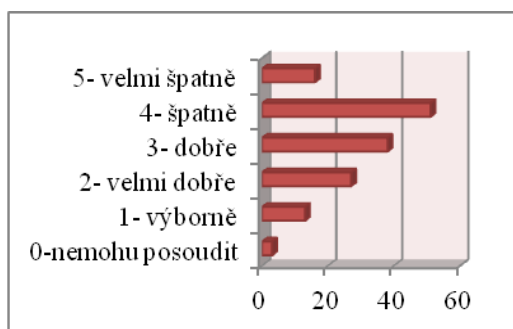
Respondenti rezidenti (ks)



15.3 Orientační značení

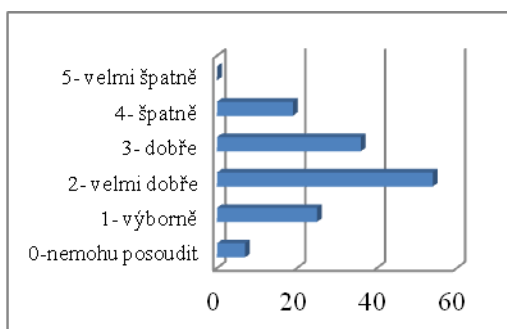
Graf č. 24

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 25

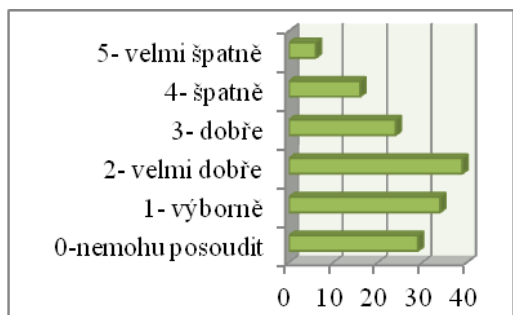
Respondenti rezidenti (ks)



15.4 Životní prostředí

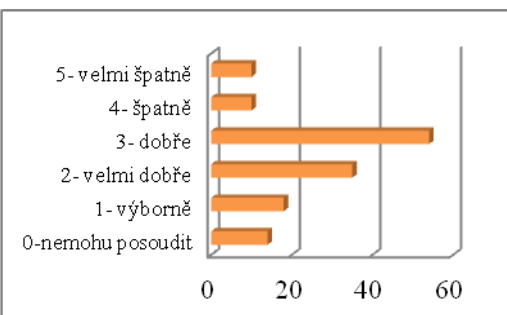
Graf č. 26

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 27

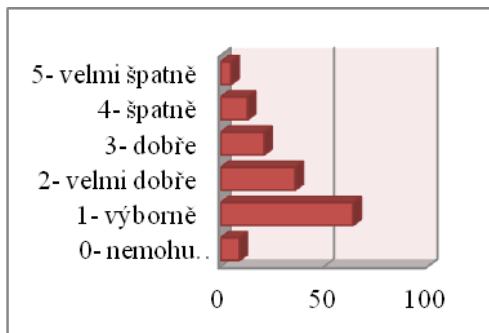
Respondenti rezidenti (ks)



15.5 Bezpečnost

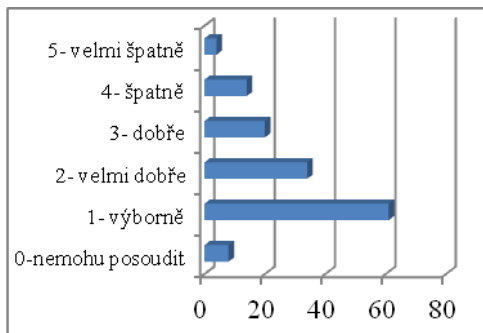
Bezpečnost návštěvníků

Graf č. 28



Bezpečnost místních obyvatel

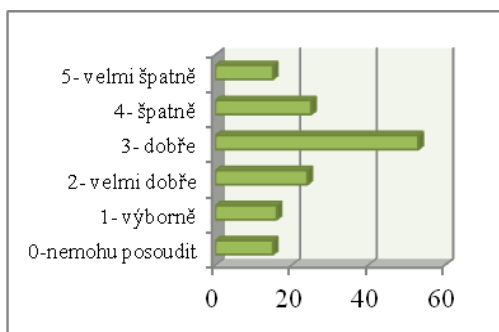
Graf č. 29



15.6 Programy pro volný čas

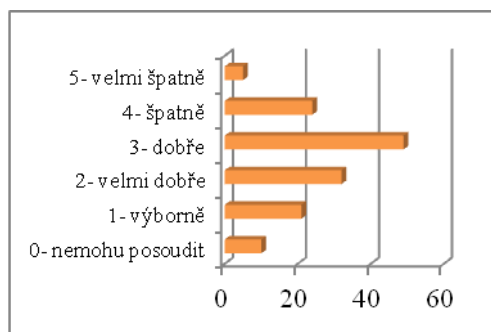
Graf č. 30

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 31

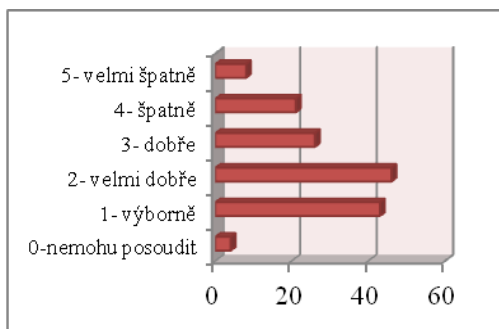
Respondenti rezidenti (ks)



15.7 Obchodní služby

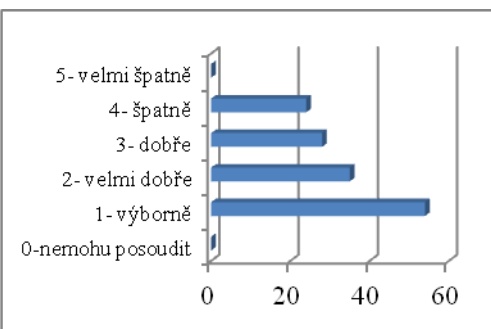
Graf č. 32

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 33

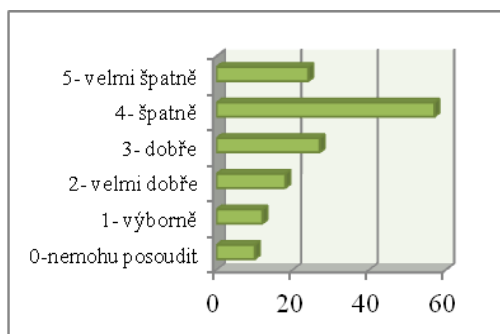
Respondenti rezidenti (ks)



15.8 Úroveň dopravní infrastruktury

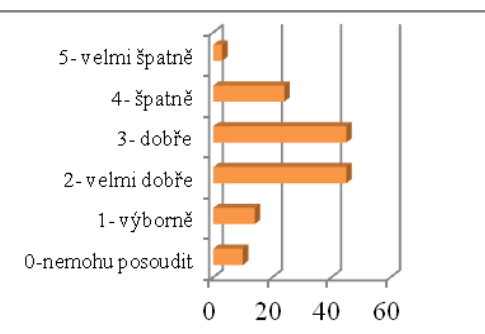
Graf č. 34

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 35

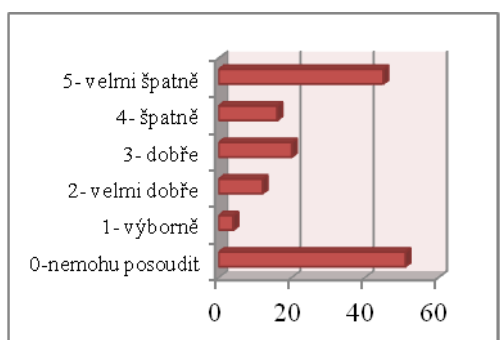
Respondenti rezidenti (ks)



15.9 Služby pro cykloturisty

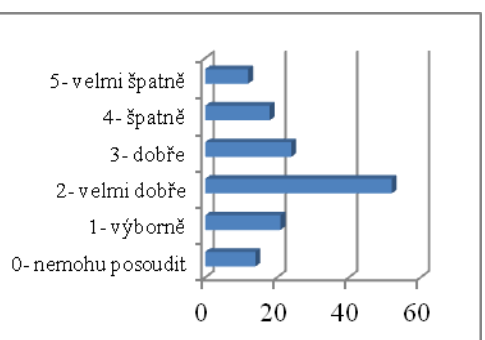
Graf č. 36

Respondenti návštěvníci (ks)



Graf č. 37

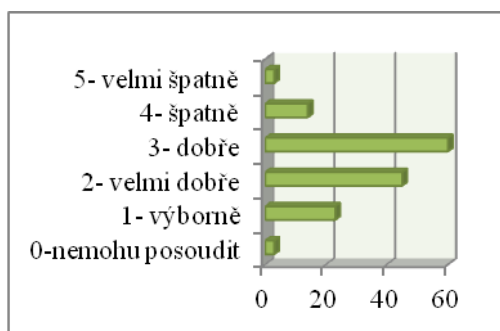
Respondenti rezidenti (ks)



15.10 Ceny služeb

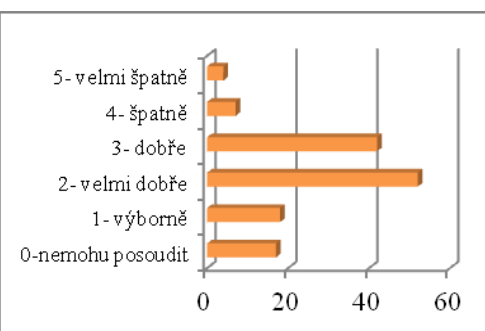
Graf č. 38

Respondenti návštěvníci (ks)



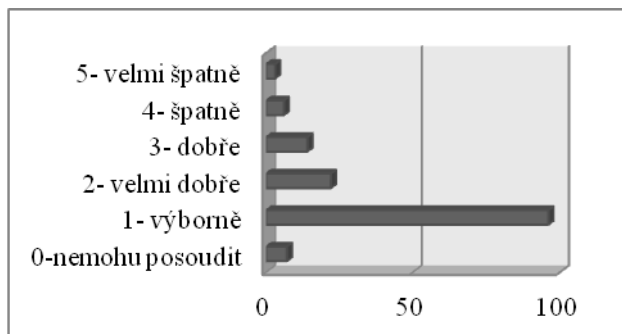
Graf č. 39

Respondenti rezidenti (ks)



15.11 Vztah místních obyvatel k návštěvníkům

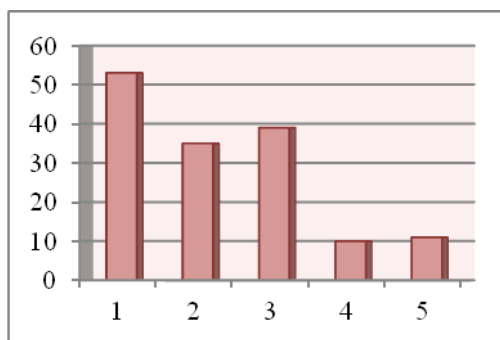
Graf č. 40 Respondenti návštěvníci (ks)



Otázka č. 16 – Jak hodnotíte stravovací zařízení?

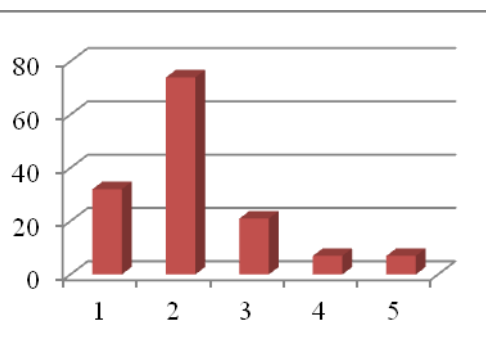
Graf č. 41

Respondenti návštěvníci



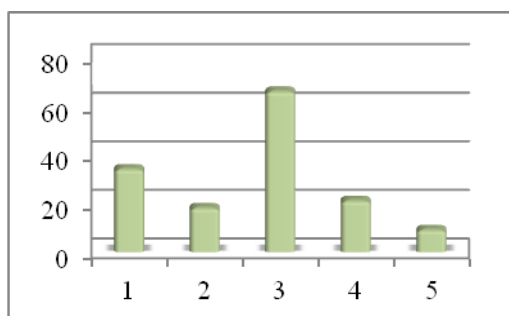
Graf č. 42

Respondenti rezidenti



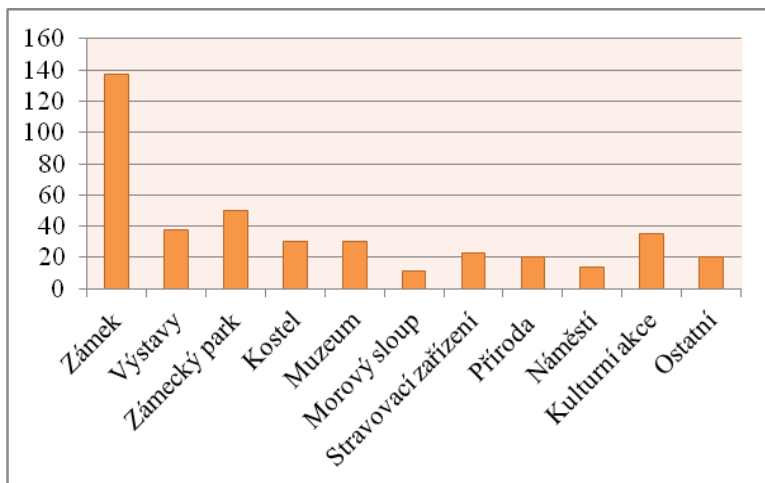
Otázka č. 17 - Jak hodnotíte ubytovací zařízení?

Graf č. 43 Respondenti návštěvníci (ks)



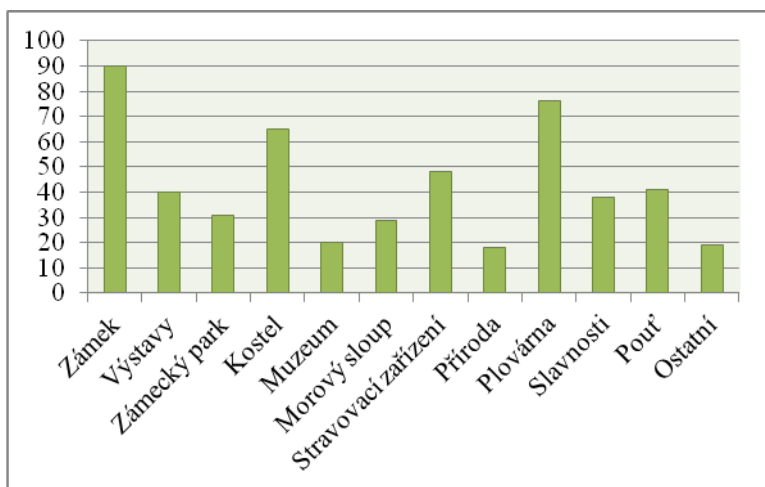
Otázka č. 18 - Jaká konkrétní 3 místa ve městě Blatná, které hodláte navštívit nebo jste navštívili, považujete za nejvíce atraktivní?

Graf č. 44 Respondenti návštěvníci (ks)



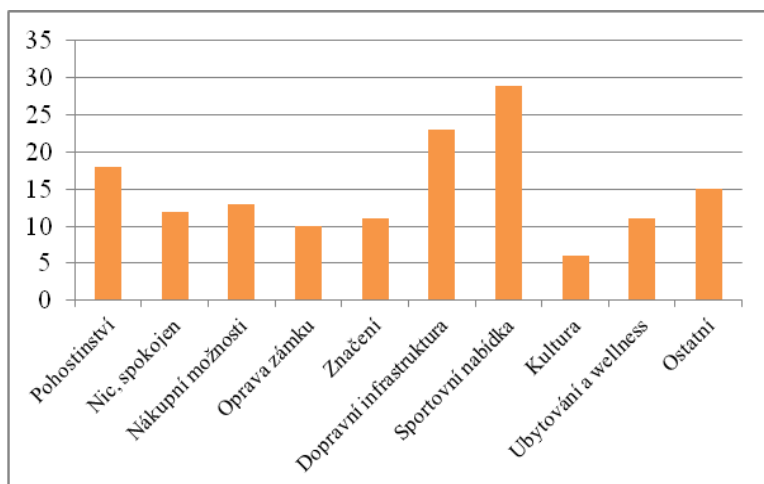
Otázka č. 19 - Co byste doporučili turistům, aby nevynechali při své návštěvě v Blatné?

Graf č. 55 Respondenti rezidenti (ks)

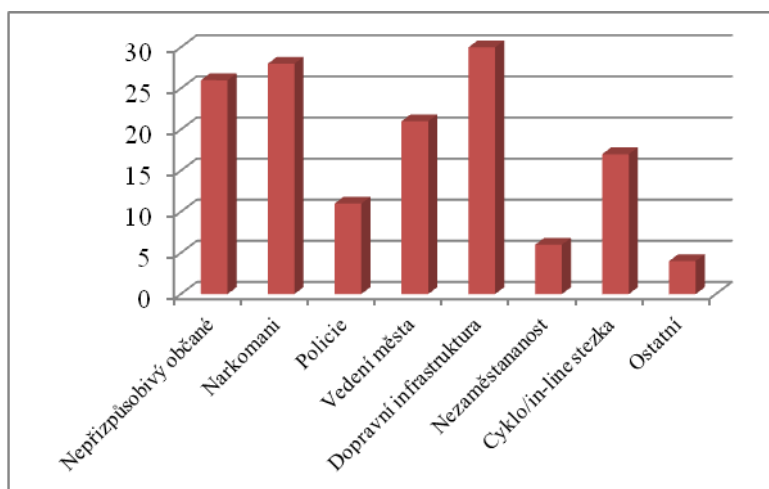


Otázka č. 20 – Co se Vám naopak na Blatné nelíbí, s čím jste nebyl(a) spokojen(a) , popř. co byste změnil(a) ?

Graf č. 56 Respondenti návštěvníci (ks)

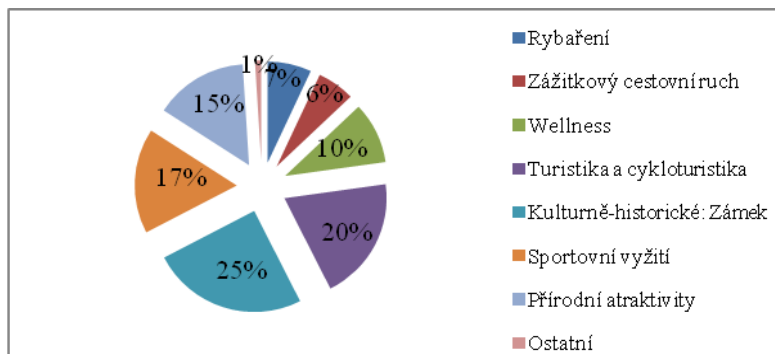


Graf č. 57 Respondenti rezidenti (ks)



Otázka č. 21 – Jaká témata si myslíte, že by byla nejvhodnější pro rozvoj cestovního ruchu ve městě?

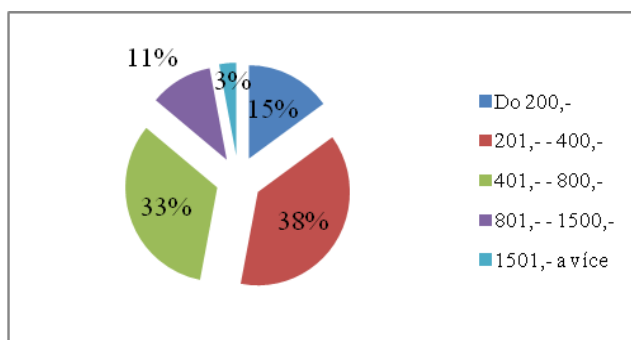
Graf č. 58 Respondenti rezidenti (%)



Otázka č. 22 – Jaká je Vaše průměrná útrata v destinaci za osobu na den (v Kč) ?

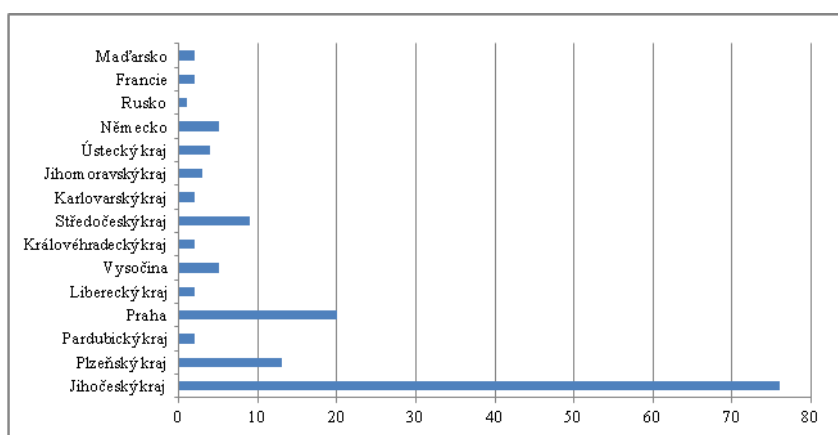
Graf č. 59

Respondenti návštěvníci (v %)



Otázka č. 23 – Uved'te kraj, ze kterého přijíždíte (popř. stát) :

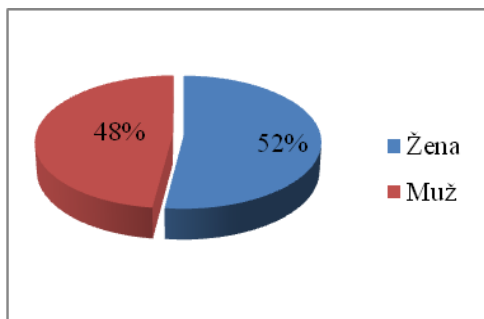
Graf č. 60 Respondenti návštěvníci (ks)



Otázka č. 24 – Jste:

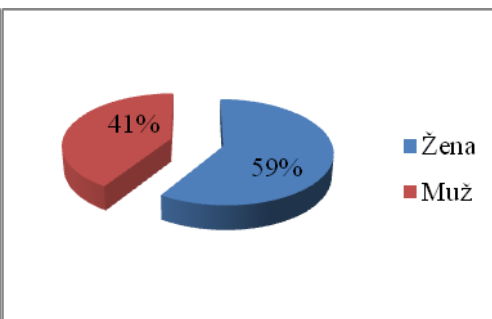
Graf č. 61

Respondenti návštěvníci



Graf č. 62

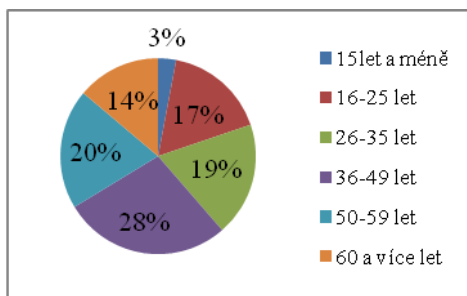
Respondenti rezidenti (v%)



Otázka č. 25 – Jaký je Váš věk?

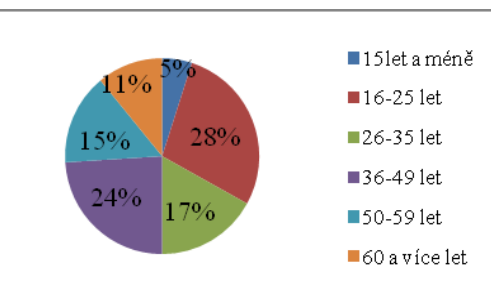
Graf č. 63

Respondenti návštěvníci (v %)



Graf č. 64

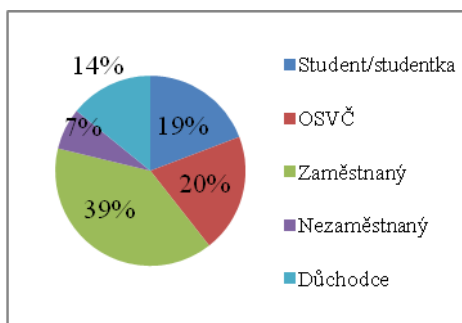
Respondenti rezidenti (v %)



Otázka č. 26 – Jaký je Váš statut?

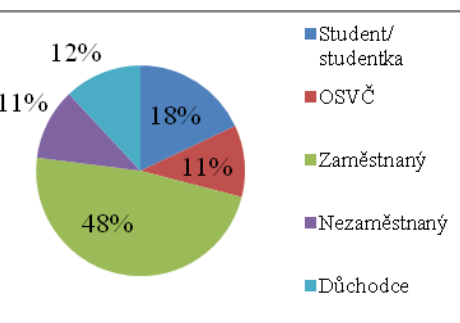
Graf č.65

Respondenti návštěvníci (v %)



Graf č. 66

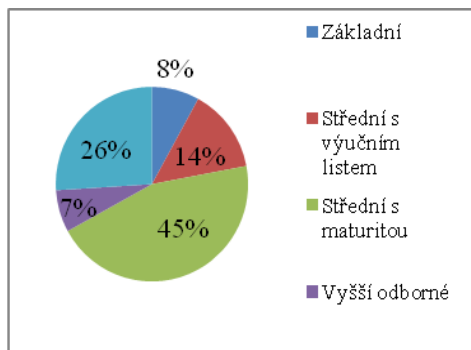
Respondenti rezidenti (v %)



Otázka č. 27 – Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf č. 67

Respondenti návštěvníci (v %)



Graf č. 68

Respondenti rezidenti (v %)

