



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

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Specializace: Cestovní ruch

Bakalářská práce

Strategický rozvoj cestovního ruchu v obci Opařany

Vypracoval: Petra Lhotková

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: **Petra LHOTKOVÁ**
Osobní číslo: **E12764**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Strategický rozvoj cestovního ruchu v obci Opařany**
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 v obci Opařany.

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:

FORET, M. a V. FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X.
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.
JANEČKOVÁ, L. a M. VAŠTÍKOVÁ. *Marketing měst a obcí*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-750-8.
PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
WOKOUN, R. *Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde, 2008. ISBN 978-80-7201-699-0.

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
Studentská 13 (25)
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 jejich 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.

Datum

.....

Petra Lhotková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala mému vedoucímu práce Ing. Petru Štumpfovi za jeho odborné rady, cenné názory a připomínky, které přispěly ke zkvalitnění mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala panu Josefu Dvořákovi, manželům Barešovým, Ing. Tatjaně Nagyové a zaměstnancům DPN Opařany, kteří mi napomohli při dotazníkovém šetření a panu Vladimíru Adamovi za jeho pomoc v otázkách rozvoje obce.

Obsah

1. Úvod.....	3
1.1 Cíl práce	3
1.2 Pracovní hypotézy.....	3
2. Přehled řešené problematiky.....	5
2.1 Cestovní ruch	5
2.1.1 Cestovní ruch jako systém	6
2.1.2 Typologie cestovního ruchu.....	8
2.1.3 Trh cestovního ruchu	12
2.1.4 Produkt cestovního ruchu	15
2.1.5 Specifika trhu cestovního ruchu	16
2.1.6 Přínosy cestovního ruchu.....	17
2.1.7 Návštěvnické atraktivity	17
2.2. Strategický rozvoj cestovního ruchu.....	18
2.2.1 Pojem strategie.....	18
2.2.2 Strategický řídicí proces	18
2.3 Rozvoj cestovního ruchu	19
2.3.1 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu.....	20
2.3.2 Trvale udržitelný rozvoj v rámci cestovního ruchu	21
2.3.3 Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu	22
2.4 Destinační management a marketing.....	23
2.4.1 Destinace cestovního ruchu	23
2.4.2 Management destinace.....	25
2.4.3 Využití marketingu v destinaci	26
2.4.4 Využití internetu ve sféře cestovního ruchu	28
2.4.5 Doprovodné programy	29
3. Metodika	30
4. Řešení a výsledky	32
4.1 Analýza současného stavu	32
4.1.1 Primární nabídka.....	32
4.1.2 Sekundární nabídka.....	40
4.2 Výsledky dotazníkového šetření	44

4.2.1 Vyhodnocení dotazníků určených návštěvníkům obce Opařany	44
4.2.2 Vyhodnocení dotazníků určených místním obyvatelům obce Opařany	59
4.3 Kvalitativní rozhovor – zástupce obce Opařany	68
4.4 Kvalitativní rozhovor – zástupce podnikatelské sféry	70
4.5 Syntéza výsledků	71
4.6 Vlastní návrhy	73
5. Závěr	81
I. Summary and keywords	83
II. Seznam použitých zdrojů	85
III. Seznam grafů, zkratek	
IV. Seznam příloh	
V. Přílohy	

1. Úvod

Dovolená je doba, ať krátká či dlouhá, kterou si každý z nás představuje a plánuje dle svého uvážení. Je spojena s odpočinkem, relaxací, zážitky, sportem, dobrodružstvím i poznáním. Výběr místa, resp. destinace je nelehkým úkolem, jelikož dnešní doba nabízí výběr z mnoha atraktivních míst, resp. destinací kde lze strávit příjemnou dovolenou dle našich očekávání. Mnozí lidé ale nechtějí podstupovat cestu hledání ideálního místa dovolené včetně ubytování, stravování a možností programů na trávení volného času. V takovém případě osloví některou z mnoha institucí, resp. cestovních kanceláří a agentur, které napomáhají jednak s výběrem vhodné destinace, ale zařídí také všechny služby spojené s dovolenou.

Na druhé straně existují lidé, kteří si plánování dovolené ponechávají ve vlastní režii. Sami si najdou vhodnou destinaci, ubytování a naplánují si pro sebe specifický program plný zážitků. Opařany jsou destinací přesně pro tento typ klientů. Nachází se v nádherném prostředí Jihočeského kraje, jsou obklopeny přírodou a charakteristické svým venkovským rázem. Nabízí možnost pronajmutí chat či chalup a strávit tak dovolenou v místě, kde návštěvníci nebudou rušeni, s možností pěších či cyklistických výletů po nedalekých obcích, které lze spojit s návštěvou sakrálních památek, které jsou rozmístěny na celém území Opařanska.

Jelikož je dnešní doba hektická a plná stresu, stále více lidí uvítá možnost strávit dovolenou klidně a nerušeně mimo turisticky zatížené destinace. Opařany jsou vhodnou destinací pro dovolenou, ve které se snoubí relaxace a odpočinek spolu s aktivně strávenou dovolenou uprostřed malebné přírody.

1.1 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 v obci Opařany.

1.2 Pracovní hypotézy

V rámci této bakalářské práce byly pro výzkum stanoveny následující hypotézy:

H1: Obec Opařany je vhodná především pro letní turistické aktivity.

H2: Nejvýznamnějším motivem pro návštěvu obce Opařany je odpočinek a relaxace.

2. Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Pod pojmem cestovní ruch si každý z nás představí něco jiného, někdo zahraniční cestu k moři, jiný lyžařský zájezd do Alp a další kupříkladu poznávací cestu po Africe. Různorodost představ vyplývá z mnoha možností využití volného času pro naše zážitky a prožitky, které můžeme realizovat jednak v zahraničí, ale i na území naší republiky. Pro jednotné vymezení cestovního ruchu existuje řada definic.

Na cestovní ruch lze nahlížet jako na významný společensko - ekonomický fenomén jednak z pohledu společnosti, tak i jednotlivce. Cestovní ruch představuje každoročně největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním, ale i naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. (Hesková a kol., 2011, p. 7)

Horner, Swarbrooke (2003, p. 53) definují cestovní ruch jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, která jsou odlišná od míst jejich trvalého pobytu, za účelem realizace pro ně příjemných činností.

Dle Orišky (2010, p. 7) dochází účastí na cestovním ruchu k uspokojování různorodých potřeb, které souvisí s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště, zpravidla ve volném čase, za účelem získání komplexního zážitku, který je podmíněn odpočinkem, poznáváním, společenským vyžitím, zdravím, rozptýlením či zábavou nebo kulturním či sportovním vyžitím.

Goeldner, Ritchie (2009, p. 6) definují cestovní ruch jako procesy, aktivity a výstupy vyvstávající, resp. vycházející ze vztahu a interakcí mezi turisty, poskytovateli služeb cestovního ruchu, vládami oněch zemí, resp. turistických destinací, komunitami oněch zemí a obklopujícím prostředím, kvůli kterému tam návštěvníci jezdí a ve kterém se zdržují.

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí dnešní společnosti. Vůdčím motivem pro účast na cestovním ruchu je záměrná změna prostředí, která člověku umožní uspokojit některou z jeho potřeb, ať jde o potřebu odpočinku, klidu, pohybu, poznání, vzdělání, pro jejichž uspokojení se v hektickém denním životě nenachází místo. (Malá, 1999, p. 5)

Volný čas

Jelikož svou účast na cestovním ruchu realizujeme zpravidla ve svém volném čase, je nutné si vymezit pojem volný čas.

Němčanský (1999, p. 13) chápe volný čas jako dobu, která není vyplněna pracovní činností, resp. prací.

Samozřejmě existují i tzv. pracovní cesty, kdy lidé cestují do zahraničí nebo po republice v rámci výkonu své práce, v takovém případě ovšem nelze hovořit o účasti na cestovním ruchu ve volném čase.

2.1.1 Cestovní ruch jako systém

Každý systém se vždy skládá z mnoha různých prvků, mezi kterými existují vzájemné vazby či vztahy. Cestovní ruch je systémem otevřeným a dynamickým a tvoří jej dva subsystémy, subjekt a objekt cestovního ruchu, včetně jejich vzájemných vazeb. Na cestovní ruch jako systém také působí vnější prostředí, které se skládá z prostředí ekonomického, politického, sociálního, technicko-technologického a ekologického. Je tedy zřejmé, že vzájemné vazby pozorujeme i mezi cestovním ruchem jako systémem a systémem jiným, čímž je v tomto případě vnější prostředí. (Hesková a kol., 2011, pp. 10-11)

Subjekt cestovního ruchu

Jako subjekt cestovního ruchu chápeme účastníka cestovního ruchu. Z hlediska ekonomického je účastníkem každý, kdo uspokojuje své potřeby prostřednictvím spotřeby statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo svého trvalého bydliště, a to zpravidla ve volném čase. (Hesková a kol., 2011, p. 11)

Subjekt cestovního ruchu uspokojí svou potřebu po cestovním ruchu tehdy, může-li využívat takové služby, které jsou v souladu s jeho motivací k cestovnímu ruchu. (Němčanský, 1999, p. 92)

Ve výše uvedené definici se vyskytuje slovo potřeba, co to ale potřeba přesně je? Každá potřeba vzniká z určitého pocitu nedostatku něčeho a tento nedostatek následně vyvolává přání či nutnost tento nedostatek odstranit. Každý z nás své nedostatky odstraňuje určitým chováním, resp. jednáním, které je podvědomé a podmíněno cíli.

Pro cestovní ruch jsou charakteristické především potřeby rekreace, léčení, cestování či potřeba družnosti, resp. společenského kontaktu. (Němčanský, 1999, p. 66)

Pro upřesnění a pochopení pojmů, je nutné si vysvětlit rozdíly mezi jednotlivými subjekty cestovního ruchu.

Middleton (2009, p. 5) rozlišuje pouze tři typy subjektů cestovního ruchu:

- **návštěvník** – tento pojem popisuje všechny cestující, kteří spadají do sjednané definice cestovního ruchu
- **turista** – označován též jako stálý návštěvník, popisuje všechny návštěvníky, kteří v dané destinaci zůstanou přes noc
- **jednodenní návštěvník** neboli **výletník** – popisuje všechny návštěvníky, kteří přijedou a odjedou z dané destinace v ten samý den; výletníky jsou většinou lidé, kteří opustí místo svého bydliště a vrátí se do něj v ten samý den, ale mohou to být také turisté, kteří v daný den navštíví jinou destinaci, vzdálenou od původní, kde zůstanou přes noc

Hesková a kol. (2011, pp. 11-12) ještě dále rozlišuje:

- **stálý obyvatel** neboli rezident, v rámci domácího cestovního ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců v jiném místě před jejím příjezdem do místa jiného a to na kratší dobu než šest měsíců; v zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden rok před příjezdem do země jiné a to na kratší dobu než je jeden rok
- turistu dále dělí dle délky pobytu a to na **turistu na dovolené**, jehož pobyt na daném místě je delší než určený počet dní a nocí, a na **krátkodobě pobývajícího turistu**, který nepřekročí určený počet dní či nocí, ale zároveň je jeho pobyt spojen s minimálně jedním přenocováním

Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu rozumíme vše, co se pro účastníka cestovního ruchu stane cílem změny pobytu. Konkrétněji jde o přírodní bohatství, kulturu, hospodářství atp. Objekt cestovního ruchu je zároveň nositelem nabídky a tvoří ho jednak cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2011, p. 13)

2.1.2 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch je velmi všeobecný a široký pojem, pro jeho konkrétní specifikaci lze rozdělit cestovní ruch na jednotlivé druhy a formy. Každý účastník cestovního ruchu má určitý motiv, resp. účel, pro který cestuje a pobývá v daném místě. Z hlediska motivů, resp. účelů dělíme cestovní ruch na jeho specifické druhy. Formy cestovního ruchu nám umožní blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů účastníků a zároveň připravit takový produkt, který bude na trhu nabízen cílové skupině účastníků cestovního ruchu. (Hesková a kol., 2011, p. 19)

Druhy cestovního ruchu

V závislosti na zvolených kritériích existuje celá řada druhů, resp. typů cestovního ruchu. (Foret, Foretová, 2001, p. 17) Každý z autorů chápe druhy cestovního ruchu odlišným způsobem. V této práci budou druhy cestovního ruchu chápány dle Heskové a kol. (2011, pp. 19-24):

- **rekreační** – který zahrnuje aktivní i pasivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí; jeho součástí je **tematický cestovní ruch**, který spočívá v uspokojování specifických potřeb
- **sportovní** – spočívá ve vykonávání různých druhů sportovních činností
- **dobrodružný** – je výsledkem objevování, touhy po neznámém, s cílem zažít neobvyklé dobrodružství
- **myslivecký a rybářský** – je spojen s lovem zvěře, chytáním ryb spolu s potápěním
- **náboženský, resp. poutní** – zahrnuje tradice světových náboženství včetně poutí na poutní místa
- **lázeňský** – v sobě zahrnuje zdravotně - preventivní a léčebné činnosti pod odborným dohledem; využívá přírodní léčivé zdroje
- **zdravotní** – je zaměřen na preventivní ovlivňování zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa
- **obchodní** – je souhrnem aktivit cestujících spojených s jejich profesí
- **kongresový** – který spočívá v organizaci kongresů, konferencí, sympozií, seminářů, výstav a veletrhů
- **stimulační** – představuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšším pracovním výkonům

Foret, Foretová (2001, pp. 17-18) rozlišují následující druhy cestovního ruchu: rekreační, kulturně-poznávací, náboženský, vzdělávací, společenský, zdravotní, sportovní, poznávání přírody, dobrodružný, profesní, politický, nákupní a specifický.

Němčanský (1999, pp. 42-43) člení druhy cestovního ruchu na základě motivace z pohledu klienta a to na rekreační, pod který spadá příměstská rekreace a lázeňský cestovní ruch, kulturní, pod který řadí vzdělávací, alternativní a náboženský cestovní ruch, dále společensky orientovaný, pod který spadají návštěvy příbuzných a klubový cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, ekonomicky orientovaný cestovní ruch, pod který zařazuje obchodní, služební, kongresový, výstavnický a veletržní a incentivní cestovní ruch. Posledním druhem je politicky orientovaný cestovní ruch, pod který spadá diplomatický a kongresový cestovní ruch a také cestovní ruch, který souvisí s politickými akcemi.

Formy cestovního ruchu

V rámci této práce budou formy cestovního ruchu chápány dle Heskové a kol. (2011, pp. 25-34), která rozlišuje formy cestovního ruchu následovně:

- **z geografického hlediska**
 - domácí
 - zahraniční
 - mezinárodní
 - vnitřní
 - národní
 - regionální
- **dle počtu účastníků**
 - individuální
 - skupinový
 - masový
 - ekologický
- **dle způsobu organizování**
 - individuální cesty
 - organizovaný zájezd/pobyt

- klubový cestovní ruch
- **dle věku účastníků**
 - cestovní ruch dětí
 - mládežnický cestovní ruch
 - rodinný cestovní ruch
 - seniorský cestovní ruch
- **dle délky účasti**
 - výletní
 - krátkodobý
 - víkendový
 - dlouhodobý
- **dle převažujícího místa pobytu**
 - městský cestovní ruch
 - příměstský cestovní ruch
 - venkovský cestovní ruch
 - agroturistika
 - horský cestovní ruch
 - přímořský cestovní ruch
- **dle ročního období**
 - sezonní (zimní/letní) cestovní ruch
 - mimosezonní cestovní ruch
 - celoroční cestovní ruch
- **dle použitého dopravního prostředku**
 - motorizovaný cestovní ruch
 - železniční cestovní ruch
 - letecký cestovní ruch
 - lodní cestovní ruch
- **z hlediska dynamiky**
 - pobytový (statický) cestovní ruch
 - putovní (dynamický) cestovní ruch
- **ze sociologického hlediska**
 - návštěvy příbuzných a známých
 - sociální cestovní ruch

- komerční cestovní ruch
- etnický cestovní ruch

Němčanský (1999, pp. 44-45) uvádí následující členění forem cestovního ruchu na základě vnějších faktorů a vlivů:

- **dle původu**
 - domácí cestovní ruch
 - zahraniční cestovní ruch
- **dle počtu účastníků**
 - individuální cestovní ruch
 - kolektivní cestovní ruch (skupinový, klubový, masový, rodinný)
- **dle věku účastníků**
 - mládežnický cestovní ruch
 - seniorský cestovní ruch
- **dle délky cestovního ruchu**
 - krátkodobý cestovní ruch
 - dlouhodobý cestovní ruch
- **dle ročního období**
 - letní cestovní ruch
 - zimní cestovní ruch
 - cestovní ruch o hlavní sezóně
 - mimosezónní cestovní ruch
- **dle způsobu ubytování**
 - hotelový cestovní ruch
 - parahotelový cestovní ruch
- **dle použitého dopravního prostředku**
 - železniční cestovní ruch
 - autoturistika
 - lodní cestovní ruch
 - letecký cestovní ruch
- **dle vlivu na platební bilanci**
 - aktivní cestovní ruch
 - pasivní cestovní ruch

- **dle způsobu financování**
 - sociální cestovní ruch
 - cestovní ruch prostřednictvím předfinancování nebo dodatečného financování
- **dle sociologického obsahu**
 - luxusní a exklusivní cestovní ruch
 - tradiční cestovní ruch
 - mládežnický cestovní ruch
 - seniorský cestovní ruch
 - sociální cestovní ruch
 - ekologicky úsporný cestovní ruch
- **dle způsobu cestování**
 - individuální cestovní ruch
 - organizované zájezdy
- **dle chování během cestování a pobytu**
 - inteligentní cestovní ruch
 - incentivní cestovní ruch

2.1.3 Trh cestovního ruchu

Trh je ekonomickou oblastí, ve které dochází ke směně zboží a služeb. Trh je vzájemným vztahem jeho základních složek a to nabídky, poptávky a ceny. (Malá, 1999, p. 40)

Trh cestovního ruchu se dynamicky mění, působí na něj celá řada faktorů ať politických či právních, působí na něj také společenské změny, technologický pokrok aj. Významný vliv na trh cestovního ruchu má oblast státní politiky, která vytváří základní rámec pro různé druhy podpor, např. ve formě grantů. Pro tento trh je charakteristický výrazný převis nabídky nad poptávkou. Z hlediska poptávky je trh cestovního ruchu značně diferencován. (Hesková a kol., 2011, pp. 60-61)

Trh cestovního ruchu je tvořen různě velkými podniky cestovního ruchu, od globálních společností po malé podnikatelské subjekty zpravidla místního významu a skládá se z celé řady společně působících organizací, jako jsou prodejci zájezdů (cestovní kanceláře a cestovní agentury), dopravní společnosti, komerční ubytovací

zařízení, stravovací zařízení, subjekty nabízející návštěvnické atraktivitu a zábavní parky. (Hesková a kol., 2011, p. 61)

Nabídka v cestovním ruchu

Nabídka se obecně definuje jako soubor zboží a služeb, které chtějí prodávající nabízet na trhu. Nabídku v cestovním ruchu tvoří souhrn všech komponentů, které jsou nutné k realizaci účasti na cestovním ruchu a k naplnění očekávaných efektů. Předmětem nabídky jsou objekty cestovního ruchu, které v konkrétní podobě představují souhrn atraktivit, služeb, hmotných statků a užitných efektů, které jsou k dispozici účastníkům cestovního ruchu v určitém místě a čase a slouží k uspokojení jejich rozličných potřeb. (Malá, 1999, p. 45)

Nabídka v cestovním ruchu se dělí na primární a sekundární. Primární nabídka je tvořena atraktivitami cílových míst. Tyto atraktivitu, dané přírodou či vytvořené člověkem, tvoří dominantní složku nabídky cestovního ruchu a vytváří tak prostředí pro realizaci cestovního ruchu. Mezi atraktivitu cílových míst řadíme:

- **přírodní atraktivitu**, resp. terén a jeho tvárnost, klimatické podmínky, vodní toky a plochy, vegetační kryt a flora, fauna, přírodní léčivé zdroje, přírodní zvláštnosti, kvalita životního prostředí aj.
- **kulturně historické atraktivitu**, resp. architektonické památky, kulturní zařízení, významná kulturní a historická místa, technické památky, lidové umění a další.
- **organizované atraktivitu**, např. filmové, hudební a divadelní festivaly, folklórní slavnosti, veletrhy a výstavy, kongresy a symposia, sportovní akce, přehlídky a soutěže a řada dalších
- **sociální atraktivitu**, kam řadíme například způsob života lidí, tradice, zvyklosti, gastronomie atp. (Malá, 1999, pp. 45-48)

Jako sekundární nabídku označujeme podniky, zařízení, instituce cestovního ruchu, které umožňují účastníkům možnost ubytovat se, stravovat, vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity, které jsou typické pro cestovní ruch. (Hesková a kol., 2011, p. 13)

Palatková, Zichová (2011, pp. 58-59) uvádí dvě podstatné součásti nabídky, a to atraktivitu jako primární nabídku a vybavenost cílových míst jako nabídku sekundární. Mezi atraktivitu řadí přírodní, kulturně-historické, organizované a společenské atraktivitu. Uvedené atraktivitu dále řadí do tří základních skupin, resp. na primární atraktivitu přírodní (klimatické, morfologické, hydrologické podmínky, fauna a flóra), primární atraktivitu vybudované člověkem, nikoliv ale primárně pro účely turismu a účelově vybudované atraktivitu. Mezi atraktivitu vybudované člověkem nikoliv primárně pro potřeby turismu patří architektonické a technické atraktivitu, vybudované přírodní atraktivitu (přírodní parky, botanické zahrady aj.), kulturní a sportovní atraktivitu a sociální atraktivitu, resp. způsob života lidí, tradice apod. Mezi účelově vybudované atraktivitu, které jsou koncipovány zejména pro účely turismu, spadají např. tematické parky, lázeňská střediska, sportovní areály, kongresové akce apod.

Vybavenost cílové destinace dělí Palatková, Zichová (2011, pp. 59-60) na suprastrukturu a infrastrukturu. Suprastrukturu tvoří sektor služeb ubytovacích, stravovacích, dále služeb sportovně-rekreačních, bankovních, směnářských, pojišťovacích, kadeřnických apod., které využívají vedle turistů také rezidenti. Infrastruktura v sobě zahrnuje infrastrukturu dopravní, kde silniční a železniční síť představuje hlavní komponenty, dále přilehlé parkovací plochy, odpočívadla a veřejnou infrastrukturu, jejíž součástí je např. kanalizace, osvětlení, odvozy odpadů, telekomunikace aj.

Poptávka v cestovním ruchu

Malá (1999, p. 64) definuje poptávku v cestovním ruchu jako projevy specifických potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou podloženy koupěschopností.

Němčanský (1999, p. 152) a Hesková a kol. (2011, p. 61) se shodují a popisují poptávku v cestovním ruchu jako ochotu účastníků cestovního ruchu směnit určité množství statků cestovního ruchu za určité množství peněžních jednotek, tzn. získat tyto statky za peníze.

Vyvolávajícím faktorem poptávky je snaha uspokojit některou z potřeb. Potřeba je tedy článkem motivačního procesu, který se snaží o dosažení určitého cíle. Z hlediska turismu se potřeby člení do dvou základních skupin a to na potřeby rozhodující, resp. motivační, resp. primární, jejichž uspokojení je samotným cílem účasti na turismu.

Do této kategorie spadají potřeby regenerace fyzických a psychických sil, potřeba poznání či potřeba sociálních kontaktů a vazeb. Druhou skupinu tvoří potřeby realizační, resp. sekundární, které v sobě primárně zahrnují potřebu stravování a ubytování. (Palatková, Zichová, 2011, pp. 39-41)

Nositelem poptávky je vždy účastník cestovního ruchu. Poptávka v cestovním ruchu v sobě zahrnuje především motiv účasti na cestovním ruchu, dále kladené požadavky na služby a zboží a také kladené požadavky na prostředí a místo. (Malá, 1999, pp. 64-65)

Malá (1999, p. 65) dělí poptávku v cestovním ruchu z hlediska uskutečnění následovně:

- **uspokojená poptávka** – která již byla uskutečněná účastí na cestovním ruchu
- **neuspokojená poptávka** – která nemohla být z různých důvodů uskutečněna
- **potencionální poptávka** – která existuje u těch skupin obyvatelstva, které splňují základní předpoklady pro účast na cestovním ruchu a která se při odpovídající nabídce a cenách může přeměnit v poptávku reálnou

2.1.4 Produkt cestovního ruchu

Orieška (2010, pp. 7-8) označuje za produkt cestovního ruchu vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má tu schopnost, uspokojit rozličné potřeby účastníků cestovního ruchu a současně tak vytvořit komplexní soubor zážitků.

Produkt cestovního ruchu se skládá z následujících složek: volné statky (většina přírodních statků), služby (podstatou služby je její užitná vlastnost), zboží (výrobek, resp. statek určený na trh), veřejné statky (statky určené pro kolektivní spotřebu), přičemž rozhodující úlohu mají služby. (Orieška, 2010, pp. 7-8)

Produktem z pohledu destinace je komplexní řetězec služeb, příp. výrobků jednotlivých poskytovatelů, které navazují na atraktivitu destinace a na její infrastrukturu a suprastrukturu. Z hlediska samotného návštěvníka je produktem komplexní zážitek od chvíle, kdy opustí své obvyklé prostředí až do doby svého návratu. Produkt turismu je tedy souhrnem jednotlivých prvků nabídky, které mohou nabývat podoby statků volných, vzácných, soukromých veřejných či smíšených. (Palatková, Zichová, 2011, p. 63)

2.1.5 Specifika trhu cestovního ruchu

Cestovní ruch je specifické odvětví, které se od jiných odlišuje svými charakteristickými rysy, resp. znaky.

Foret, Foretová (2001, pp. 19-20) a Királ'ová (2003, p. 14) se shodují na těchto specifikách trhu cestovního ruchu:

- cestovní ruch je výrazně závislý na geografickém prostředí, resp. území, ve kterém se realizuje a je vázán zejména na jeho kvalitu životního prostředí
- produkt cestovního ruchu nelze vyrábět na sklad
- výrazná sezonnost
- vysoký podíl lidské práce
- těsný vztah nabídky a poptávky (projevuje se především při změně cen nabídky a při změně objemu disponibilních prostředků potencionálních účastníků)
- poptávka je výrazně ovlivňována důchody obyvatelstva, fondem volného času, cenovou hladinou nabízených služeb, spotřebitelskými preferencemi, motivací, módou a prestiží, celkovým způsobem života
- nabídka je silně ovlivňována rozvojem a využíváním techniky a technologií (internet, informační, rezervační systémy)
- rozvoj cestovního ruchu je podmíněn politicko-správními podmínkami

Kiráľ'ová (2003, p. 14) zmiňuje ještě další specifika:

- v cestovním ruchu vystupují jako subjekty trhu mimo podniky také destinace cestovního ruchu (svěťadíl, stát, region, středisko – obec)
- podstatou cestovního ruchu je uspokojování specifických potřeb člověka
- potřeby se v cestovním ruchu uspokojují zbožím a službami různých odvětví
- poznání uvedených potřeb umožní co nejlépe přizpůsobit produkt zmíněným potřebám

Palatková, Zichová (2011, pp. 32-33) dále řadí mezi specifika trhu cestovního ruchu místní vázanost, opačné distribuční cesty, komplexnost zážitků, subjektivní vnímání, shodný čas a prostor v rámci realizace a spotřeby služeb, časově i místně oddělený prodej od spotřeby a mezinárodní charakter trhu cestovního ruchu.

2.1.6 Přínosy cestovního ruchu

Cestovní ruch je, co se ekonomické síly týče, velmi silným odvětvím. Svými multiplikačními efekty jednak zvyšuje zaměstnanost, vytváří nové pracovní příležitosti, ale také podporuje investiční aktivity a přispívá k vyrovnaní platební bilance ve svých zemích. Význam cestovního ruchu pro obec či region můžeme pozorovat nejen v ekonomických přínosech (přímé zdroje od zahraničních a domácích turistů, nepřímé zdroje ve formě nových pracovních příležitostí aj.), ale také v přínosech komunikačních. (Foret, Foretová, 2001, pp. 46-47)

Dle Foreta, Foretové (2001, p. 48) se můžeme přesvědčit o tom, že cestovní ruch má velký komunikační význam díky následujícím aspektům:

- druhotný produkt propagace cestovního ruchu je budování image města či obce jednak v očích návštěvníků, ale i místních obyvatel; image by měla být založena především na přírodních a historických atraktivitách a měla by vycházet z vědomostního, inovačního a myšlenkového potenciálu území
- cestovní ruch napomáhá oslovit potencionální investory, ale také potencionální zákazníky či spolupracovníky
- napomáhá realizaci a prosazení rozvojových aktivit, resp. projektů

2.1.7 Návštěvnické atraktivity

Atraktivity, které nejvíce podněcují k návštěvě dané destinace se dle Hornera, Swarbrooka (2003, p. 273) řadí do čtyř kategorií:

- přírodní prvky krajiny, resp. pláže, jeskyně, lesy, řeky aj.
- artefakty vytvořené člověkem, které původně nesloužily jako návštěvnické atraktivity, ale nyní jimi alespoň částečně jsou, resp. hrady, zámky, katedrály aj.
- člověkem vytvořené artefakty, které byly speciálně vytvořeny, aby sloužily jako návštěvnické atraktivity, resp. zábavní parky
- specifické události a festivaly, které nemají fyzický ani trvalý charakter, ale přitahují množství návštěvníků

2.2. Strategický rozvoj cestovního ruchu

V této části literární rešerše je řešena definice strategie, strategického řídicího procesu, především ale rozvoj cestovního ruchu včetně jeho negativních dopadů.

2.2.1 Pojem strategie

Původ pojmu strategie nalezneme v řečtině, kde se volně překládá jako umění velitele, resp. generála. V obecném slova smyslu strategie označuje určité schéma postupu, schéma, které poukazuje, za jakých podmínek lze dosáhnout předem vytyčených cílů. (Horáková, 2000, p. 11)

Kiráľová (2003, p. 79) rozumí pod tvorbou marketingové strategie komplexní a dlouhodobý proces, který je zaměřený na optimalizaci rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci, kdy strategická rozhodnutí ohledně budoucího vývoje musí vycházet z realizace analýz a být v souladu se stanovenou misí a vizí destinace.

2.2.2 Strategický řídicí proces

Strategický řídicí proces je soubor činností a rozhodnutí, který následně vede ke stanovení plánu včetně jeho realizace. Jeho klíčovým úkolem je usměrňovat činnosti v dlouhodobém měřítku tak, aby byly naplněny cíle a poslání. (Horáková, 2000, p. 18)

Dle Wokouna a kol. (2008, p. 444) je strategický plán rozvoje primárním nástrojem strategického řízení.

Wokoun a kol. (2008, pp. 429-430) definuje strategické řízení v několika pojetích:

- strategie jako přirozený výběr – kdy jsou subjekty nuceny reagovat na vnější změny
- strategie jako plán – který vzniká jako výsledek systematického plánování
- strategie jako posloupnost dílčích kroků – je adaptivním a důsledně řízeným přístupem
- strategie jako kultura – je přístupem, který je založený na přístupech, invenci a předpokladech reprezentantů daného subjektu
- strategie jako politika – vzniká především jako následek vnitřních střetů, kde aktéři vyjednávají o svých zájmech a přijímají kompromisy

- strategie jako vize – již dominuje jednotlivec či skupina, která disponuje určitou vizí, ke které by se měl subjekt ubírat

Zmíněná pojetí se ve většině vyskytují v různých kombinacích, což platí především pro strategické řízení regionů a obcí. (Wokoun a kol., 2008, p. 430)

Marketingový plán

Podstatou tvorby marketingového plánu je definování stavu, kterého má být dosaženo, včetně jednotlivých činností, resp. kroků, které povedou k jeho realizaci. Marketingový plán obsahuje dvě části, resp. úvodní a realizační. V úvodní části plánu je objasněno, jak a proč byl plán sestaven, dále se v této části uvádí výsledky jednotlivých analýz, definují se silné a slabé stránky destinace včetně příležitostí a ohrožení. Úvodní část zároveň popisuje přijatou strategii. Realizační část poté obsahuje specifikaci všech činností, konkretizuje časový horizont plnění, stanovuje odpovědnost a výši rozpočtu a také určuje způsob hodnocení plnění plánu. (Királ'ová, 2003, s. 83-84)

Dle Foreta (2008, pp. 31-33) se marketingový plán skládá z následujících částí. Prvotní částí marketingového plánu je úvod, který by měl být krátký a stručný. Následuje aktuální marketingová situace, dále rozbor příležitostí a očekávání v makroprostředí, údaje o trhu, profil zákazníků, postavení konkurence, situace v produktovém, cenovém, distribučním a komunikačním mixu, cíle, předpokládané náklady a výsledky, kontrola a součástí marketingového plánu mohou být také přílohy.

2.3 Rozvoj cestovního ruchu

Rozvoj daného území vždy souvisí se všemi globálními problémy. Významnou roli v otázkách územního rozvoje v zemích EU hrají rozhodnutí, přijatá na úrovni Společenství, jelikož záměrem Evropské unie je dosáhnout vyváženého a trvale udržitelného rozvoje, a to především prostřednictvím posilování hospodářské a sociální soudržnosti. Evropská integrace tak může významně napomáhat územnímu rozvoji. (Vaško, 2002, p. 3)

Dle Királ'ové (2003, p. 15) je rozvoj cestovního ruchu podmíněn existencí vhodného potenciálu, který se váže především na krajinný systém a má výrazný teritoriální aspekt.

2.3.1 Předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu je nezbytnou nutností splnit celou řadu podmínek. Na straně hosta, resp. turisty či návštěvníka jde především o fond volného času a výši jeho disponibilních finančních prostředků. Na straně druhé je nutné v daném území, kam má cestovní ruch směřovat, zabezpečit alespoň elementární zázemí, které spočívá v ubytovacích a stravovacích službách, dopravní dostupnosti, dále ve značení turistických tras a cest, či ve výstavbě rozhleden. V souvislosti s rozvojem cestovního ruchu je důležitou a nezbytnou součástí propagace navštěvovaného území. (Štemberk, 2009, p. 49)

Dle Štemberka (2009, pp. 49-59) jsou pro rozvoj cestovního ruchu primární tyto předpoklady:

- **fond volného času** – dostatek volného času spolu s volnými finančními prostředky tvoří důležité předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu a vytváří tak vhodné podmínky pro cestování
- **nástin cenové hladiny**
- **motivy cestování** – základem cestovního ruchu je vždy přirozená touha po změně, dále či poznávání; cestování vždy úzce souviselo s útekem z města, kdy dlouhodobý pobyt člověka v městských aglomeracích vytvářel touhu po návratu k přírodě, opustit uspěchaný městský život a strávit tak volný čas v klidu přírody a památek
- **místní podmínky** – resp. činitelé, které v daném území vytváří prostor pro rozvoj cestovního ruchu, jedná se o přírodní krásy, architektonické skvosty aj.

Dle Němčanského (1999, pp. 34-36) podmiňuje rozvoj cestovního ruchu mnoho činitelů, z nichž nejvýznamnějším jsou mírové podmínky života ve světě. Jako další činitele, které působí na rozvoj cestovního ruchu, uvádí následující:

- **ekonomické činitele** – do kterých řadíme především celkovou úroveň ekonomiky státu; jelikož spadá cestovní ruch do tzv. zbytných potřeb, je účast obyvatelstva na něm podmíněna výší individuálních důchodů
- **ekologické činitele** – tvoří především přírodní a celkové životní prostředí, resp. dostatek volného a atraktivního přírodně rekreačního prostoru, přírodní atraktivita, příznivé klima a čisté ovzduší

- **demografické činitele** – se bezprostředně týkají obyvatelstva, jeho stavu a složení
- **odborně profesní činitele** – v sobě zahrnují potřebný počet kvalifikovaných pracovníků, který je třeba zajistit nejen pro instituce cestovního ruchu
- **materiálně-technické činitele** – zahrnují především materiálně-technickou základnu cestovního ruchu, jedná se především o ubytovací a stravovací zařízení, dopravu a sportovně rekreační zařízení
- **administrativní činitele** – v sobě zahrnují administrativní formality, které úzce souvisí s cestovním ruchem

2.3.2 Trvale udržitelný rozvoj v rámci cestovního ruchu

V rámci cestovního ruchu se pod pojmem trvale udržitelný rozvoj rozumí *„cestovní ruch realizovaný na principu, že musí být respektovány, zachovány a obnovovány podmínky pro jeho další existenci a že jeho negativní působení na životní prostředí musí být omezováno na minimum.“* (Čech, 1998, p. 55)

Vaško (2002, p. 4) chápe trvale udržitelný rozvoj jako vzájemnou souvislost mezi prostředím a rozvojem území v rámci snahy o dosažení kvalitnějšího života pro každého. Udržitelnost klade na současnou generaci požadavek, aby zanechala životní prostředí ve stejně dobrých či lepších podmínkách, než ve kterých ho sama našla.

Udržitelný rozvoj z dlouhodobého hlediska sbližuje dílčí sociální, ekonomická a ekologická hodnocení. V dlouhodobém horizontu se ekonomicky projeví i ty efekty, které by v krátkodobém pozorování byly zřetelné pouze v sociálních či ekologických kategoriích. Z výše uvedeného tedy plyne, že v dlouhodobém časovém horizontu se uplatní sociální a ekologické důsledky ekonomického chování a rozhodování. Je tedy patrné, že skutečně ekonomické využití území má blíže k trvale udržitelnému rozvoji, dle kterého lze čerpat přírodní zdroje jen v takové míře, kterou jsou přírodní procesy spolu s pomocí člověka schopny kompenzovat. (Maier, Čtyroký, 2000, p. 13)

Němčanský (1999, p. 57) podotýká, že aktivity cestovního ruchu by se do budoucnosti měly zaměřovat na využívání těch zdrojů, které lze obnovovat.

Dle Vaška (2002, p. 7) patří mezi základní charakteristiky trvale udržitelného rozvoje následující aspekty:

- cestovní ruch zaměřený na kvalitu zážitků
- cestovní ruch, který je založen na aktivitách, které respektují charakter místního regionu
- cestovní ruch zohledňující a respektující potřeby místní komunity
- cestovní ruch, který se pohybuje v mezích možností využití místních zdrojů
- cestovní ruch, který neomezuje ostatní odvětví při uplatňování principů udržitelnosti

V rámci územního plánování je uplatňování principu trvale udržitelného rozvoje jeho neodmyslitelnou součástí. Územní plánování je činností státní správy, avšak v současné době obce získaly kompetence orgánu územního plánování a došlo tak k posílení jejich pravomocí v otázkách soustavného a komplexního řešení využití území. (Vaško, 2002, p. 9)

2.3.3 Negativní dopady rozvoje cestovního ruchu

Cestovní ruch má i své slabé stránky, které se projevují ve formě negativních dopadů a to především na životní prostředí. Cestovní ruch působí na životní prostředí negativně v případě, kdy počet návštěvníků destinace překročí únosnou míru a životní prostředí tak ztratí schopnost vypořádat se s jeho nadměrným využíváním. (Királ'ová, 2003, p. 24)

Dle Němčanského (1999, p. 58) jakýkoliv zásah cestovního ruchu do přírodního prostředí narušuje ekologickou rovnováhu, a proto by se mělo hledat optimum mezi zpřístupněním a ochranou zdrojů životního prostředí.

Kiráľ'ová (2003, pp. 24-25) uvádí následující příklady negativních dopadů cestovního ruchu na životní prostředí; jedná se o erozi půdy, zamořování ovzduší, půdy a vody, hluk, vznik lesních požárů, estetické znečištění přírodního prostředí, vytěžení přírodních zdrojů, zvýšenou spotřebu místních zdrojů, vymírání živočišných a rostlinných druhů a stavební aktivity.

2.4 Destinační management a marketing

Pojem destinační management a marketing poukazuje na soubor činností na vybraných úrovních řízení a koordinace, strategické plánování, různé formy spolupráce jak na úrovni regionů, tak i mikroregionů včetně využívání podpůrných fondů. (Hesková a kol., 2011, p. 151)

Marketingový management destinace vychází přímo z politiky turismu v dané destinaci, čímž se rozumí stanovení rámcových podmínek pro fungování turismu jako odvětví. Politika turismu by jednak měla průřezově propojovat odvětví turismu spolu s ostatními odvětvími a měla by také být v souladu s vizí dané destinace, která je zdrojovým aspektem pro konkrétní plány destinace. (Palatková, 2006, p. 46)

2.4.1 Destinace cestovního ruchu

Termínem destinace se rozumí soubor různých služeb, které jsou koncentrované v určitém místě či oblasti a jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Atraktivita destinace tudíž představují podstatu destinace a jsou hlavním motivačním stimulem návštěvnosti dané destinace. (Palatková, 2006, p. 16)

Dle Heskové a kol. (2011, p. 152) je destinace geografickým prostorem, který si host zvolí jako cíl své účasti na cestovním ruchu.

Hrabánková, Hájek (2002, p. 43) pod pojmem destinace rozumí cílové místo, které může označovat jednak turistickou lokalitu, region, stát, skupinu území nebo samotný kontinent.

Typologie destinací

Destinace se dělí na jednotlivé typy dle různých hledisek. Királ'ová (2003, p. 17) a Hesková a kol. (2011, pp. 163-164) se shodují a uvádí typologii destinací pro Českou republiku dle atraktivit a aktivit na následující typy:

- **lázeňský** – dominující je přítomnost léčivých zdrojů
- **přírodní** – zahrnuje ekologicky hodnotné oblasti
- **u vodní plochy** – nachází se u povodí řek, v okolí vodních ploch
- **venkovský** – obsahuje lidovou architekturu, tradice a venkovský životní styl

- **kulturně-poznávací** – obsahuje historické jádro, architektonické památky a kulturní život
- **historický** – obsahuje historické objekty v zajímavém krajinném rámci (hrady, zámky)
- **zimních sportů** – dominující je horská krajina s působivou scénérií
- **náboženský (poutní)** – zahrnuje sakrální stavby a s nimi spojené poutní akce
- **rekreační** – zde dominuje příměstská poloha s výskytem chatových a tramských oblastí
- **příhraniční** – nachází se v blízkosti hraničních přechodů
- **atrakční** - obsahuje komplex uměle vytvořených atraktivit

Typologie obcí

Jelikož se tato práce zabývá strategickým rozvojem cestovního ruchu ve vybrané obci, resp. v obci Opařany, je důležité uvést také typologii obcí jako destinací cestovního ruchu.

Janečková, Vašítková (1999, p. 19) dělí obce na základní kategorie následovně:

- **historické obce** – které využívají především svého historického zázemí
- **obce lázeňské, obce v rekreačních oblastech** – kde nejdůležitější výhodou pro tyto obce jsou jejich přírodní zdroje, které však tvoří pouze základ, na kterém je nutné dále pracovat
- **příhraniční obce** – zahrnují obce, které se nachází v příhraničních oblastech
- **satelitní obce** – které vytváří rezidenční zázemí poblíž velkých měst

Obce se člení i na základě jejich velikosti, kdy významnou roli při jejich určování hraje základní nabídka destinace, tzn. její atraktivita, dále pak nabídka odvozená, která zahrnuje služby. Neméně důležitou roli při vymezování destinace na základě velikosti hraje poptávka, zejména motiv cesty a vzdálenost mezi výchozím bodem a destinací. Na základě velikosti tedy členíme obce na rezorty, místa, regiony, země a kontinenty. (Palatková, 2006, pp. 16-17)

2.4.2 Management destinace

Každá turistická destinace potřebuje profesionální management, který by ji odpovídajícím způsobem řídil. Primárním úkolem destinačního managementu je koordinace činností jednotlivých subjektů tak, aby byly jednak naplněny stanovené cíle rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci a také vybudována pozitivní image dané destinace. (Hrabánková, Hájek, 2002, p. 49)

Kiráľová (2003, p. 22) rozumí pod pojmem management destinace soubor technik, nástrojů a opatření, které se využívají při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodování a k regulaci cestovního ruchu v destinaci, a to především za účelem dosažení udržitelného rozvoje destinace spolu se zachováním konkurenceschopnosti na trhu.

Palatková (2011, p. 20) označuje pojem destinační management synonymem marketingové řízení destinace, které se snaží o ovlivňování množství, složení a také ovlivnění časového a prostorového rozložení poptávky v destinaci.

Pro potřeby destinačního managementu bývají zakládány organizace destinačního managementu, jež jsou profesionálními společnostmi, jejichž hlavním úkolem je organizace a řízení v destinaci. (Fellegiová a Pavezová, 2008, p. 11)

Organizace destinačního managementu je primárně zaměřena na management dané destinace v oblasti vytváření produktu destinace a následného prosazení destinace spolu s jejími produkty na trhu. Úrovně produktu destinace jsou dvě, jednak jde o celkový produkt, který je kombinací všech služeb v destinaci a dále se jedná o specifický produkt, čímž se rozumí jednotlivé komponenty celkového produktu, resp. doprava, ubytování atp. (Hrabánková, Hájek, 2002, p. 49)

Fellegiová a Pavezová (2008, p. 9) jmenují jednotlivé přínosy, které destinaci přináší její management. Jedná se o:

- trvale udržitelný rozvoj
- hlubší porozumění cestovnímu ruchu
- posílení efektivní činnosti marketingu
- zapojení jednotlivých subjektů do aktivit cestovního ruchu
- podpora ze strany místních občanů

- zvýšení kvality produktu cestovního ruchu
- systematický, harmonický a komplexní rozvoj
- zlepšení komunikace
- optimální využívání zdrojů

2.4.3 Využití marketingu v destinaci

Podstata uplatňování marketingových principů v destinaci tkví v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojování potřeb a požadavků návštěvníků destinace, za účelem dosahování zisku. Úspěch destinace se poté odvíjí od schopnosti přesně identifikovat jednak vlastní nabídku, resp. produkt, dále potencionální návštěvníky, kteří disponují volným časem a finančními prostředky, cílový trh, příležitosti i ohrožení a zejména způsob, jak potencionální návštěvníky podnítit k návštěvě destinace. (Kirářová, 2003, pp. 28-29)

Marketing destinací se snaží dosahovat a plnit různé cíle. Dle Hornera, Swarbrooka (2003, pp. 290-291) patří mezi primární cíle, kterých se snaží destinace dosáhnout prostřednictvím marketingu následující:

- zlepšovat pověst oblasti a tím získat možnost přilákat potencionální investory
- rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat místní občané
- vzbudit v občanech hrdost na svou domovskou obec
- získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí
- snažit se zlepšit politickou přijatelnost destinace z vnějšku, resp. ukázat destinaci takovou, jaká skutečně je

Dle Palatkové (2011, p. 20) je marketingové řízení procesem analýzy, plánování, stanovení cílů destinace, dále procesem tvorby strategií včetně jejich následného prosazování, dále procesem marketingového mixu, realizace a kontroly, s cílem provázat, resp. propojit nabídku s poptávkou po destinaci tak, aby byly uspokojeny jednak potřeby návštěvníků dané destinace, ale i potřeby rezidentů.

Marketingové řízení v sobě zahrnuje proces plánování, stanovení koncepce, tvorbu cen, propagaci, distribuci myšlenek, zboží a služeb, to vše s cílem vytvářet směnné procesy, které uspokojí jednak potřeby, resp. cíle jednotlivce, ale i organizace. (Hrabánková, Hájek, 2002, p. 51)

Nutnost zpracování marketingové koncepce, která je základním atributem úspěšnosti destinace na trhu, zdůrazňuje také Királ'ová (2003, p. 29).

Marketingový proces v sobě zahrnuje zpracování strategického plánu, tvorbu vize, formulaci cílů a volbu strategie. (Hrabánková, Hájek, 2002, p. 51)

Definování vize, mise a poslání destinace

V souladu s vytvářením koncepce rozvoje dané destinace je nutné neustále analyzovat její možnosti, vnější okolí, příležitosti i ohrožení včetně dosažených výsledků. Na základě výše zmíněných informací se zformulují představy, tj. vize - myšlenky, představy o budoucím rozvoji cestovního ruchu v destinaci. (Királ'ová, 2003, p. 75)

Dle Palatkové (2011, p. 23) by vize destinace měla být založena na uspokojování potřeb cílových skupin návštěvníků dané destinace.

Mise, resp. jasná a sjednocující filozofie bývá často vyjádřena jednou větou a vyjadřuje smysl rozvoje cestovního ruchu v dané destinaci. (Királ'ová, 2003, p. 76)

Poslání destinace vypovídá o smyslu existence dané destinace a je založeno na zdrojích destinace, na jejich konkurenčních výhodách, historii, cílech politiky turismu, ale i na charakteru tržního prostředí. Zároveň by se poslání destinace nemělo orientovat pouze na tvorbu zisku. (Palatková, 2011, p. 22)

Specifikace cílů

Cílem se rozumí konkrétní stav, jehož dosažení předpokládáme v určitém časovém horizontu. (Horáková, 2000, p. 23)

V oblasti cestovního ruchu se stanovují cíle jednak krátkodobé, ale i dlouhodobé na základě již zformulované mise tak, aby byly reálné a motivující a aby bylo možné vyhodnocovat jejich splnění. Cíle stanovené tímto způsobem se stávají vodítkem pro určení cílů jednotlivých zařízení cestovního ruchu v dané destinaci. Při formulaci cílů sdružením cestovního ruchu se musí brát v úvahu jednak její očekávání, ale také očekávání akcionářů, zaměstnanců, návštěvníků, obyvatel a v neposlední řadě také věřitelů. (Királ'ová, 2003, p. 77)

Dlouhodobé cíle v oblasti cestovního ruchu se zaměřují např. na vytváření image. (Királková, 2003, p. 78)

Palatková (2011, p. 23) zdůrazňuje, že cíle by měly být hierarchicky uspořádané a neměly by být mezi sebou v rozporu. Cíle destinace mohou mít ekonomický charakter (např. nárůst tržního podílu), komunikační charakter (např. image) a další.

Marketingové prostředí obce

Prostředí, ve kterém obce působí, dělíme na vnější a vnitřní. Vnější prostřední se skládá, resp. jej tvoří prostředí demografické (velikost populace ve městě, resp. v obci, ekonomická aktivita aj.), ekonomické (které je tvořeno ekonomickým makroprostředím - hospodářská situace státu, dále mezzoprostředím tj. hospodářská situace regionu a mikroprostředím, které je tvořeno hospodářskou situací obce), politicko-právní (které spoluurčuje chování v obci), sociálně-kulturní prostředí (jež se promítá do celkového obrazu obce a tvoří jej kultura, tradice, zvyky, vzdělání apod.), přírodní prostředí (jež je základním potenciálem rozvoje) a technologické prostředí, které se využívá především pro řízení obce. (Janečková, Vašítková, 1999, p. 20-23)

Vnitřní prostředí obce lze definovat jako situaci organizace, která je pověřena správou obce. Jde především o obecní rozpočet, dotace ze státního rozpočtu atp. Důležitým prvkem mikroprostředí jsou zaměstnanci obce, kteří obec přímo řídí. (Janečková, Vašítková, 1999, p. 24)

2.4.4 Využití internetu ve sféře cestovního ruchu

Internet zaujímá v oblasti marketingové komunikace významné místo, zpravidla díky hojnému využívání jeho uživateli.

Při využívání internetu v rámci propagační činnosti je důležité si uvědomit, koho prostřednictvím tohoto média budeme oslovovat, resp. blíže specifikovat cílové skupiny. (Foret, Foretová, 2001, p. 118)

Využívání internetu je prospěšné jednak obcím, ale i jeho uživatelům. V dnešní době existují specificky orientované projekty Svazu měst a obcí, resp. projekt „Města a obce České republiky“, který lze nalézt na internetových stránkách www.obce.cz, který poskytuje uživatelům veřejně přístupné informace o městech, obcích, připojených

úřadech včetně aktivit ve vybrané lokalitě. Součástí projektu jsou také jednotlivé www stránky obcí a měst, které jednak charakterizují obec a její úřad, ale přináší mnoho zajímavých informací o historii, památkách, ubytování, událostech ve městě či obci apod. (Janečková, Vašítková, 1999, pp. 96-97)

2.4.5 Doprovodné programy

Menší obce, které mají spíše charakter venkovského prostředí, mohou jako součást produktu nabízet specifické doprovodné programy pro volný čas. Doprovodný program, který nemusí být zorganizován přímo podnikatelem, může se jednat pouze o zprostředkované aktivity, které jsou vázány na okolí, umožní podnikateli vytvořit jisté specifikum, které bude pro návštěvníka velkým přínosem. Tyto programy nepatří k placeným službám, jde spíše o prospěch obou stran, který v případě podnikatele může nabývat významu v podobě ústní reklamy. (Stříbrná, 2005, p. 29)

Dle Stříbrné (2005, pp. 29-30) patří mezi specifické aktivity, které souvisí s charakterem venkovského prostředí například:

- **stravování** – jedná se o přípravu specifických jídel, které se mohou vztahovat k typické venkovské kuchyni, tj. mléko s bramborem, kyselo, kulajda atp.; nebo o přípravu pokrmů ze surovin z ekologického zemědělství aj.
- **zemědělské činnosti** – které souvisí s pobytem např. na statku, může se jednat o úklid chlévů a stájí, krmení hospodářských zvířat atp.
- **projížďky na koních** – aktivity, které vyžadují vlastnictví stáda
- **lov zvěře, rybaření** – nabídka těchto služeb závisí na celkovém zázemí
- **houbaření, sběr lesních plodin** – jedná se o oblíbené aktivity v letních měsících
- **letní a zimní sporty** – jedná se celou řadu sportů, které lze ve vhodném zázemí provozovat, resp. o pěší turistiku, cykloturistiku, koupání, sáňkování aj.
- **řemesla** – v podobě ukázky tradičních lidových řemesel
- **škola v přírodě** – jedná se specifickou nabídku pro školy nebo pro pořádání letních táborů pro děti
- **specifická klientela** – resp. starší klientela, pro kterou lze nabízet různé kurzy, jako např. paličkování, výroba keramiky apod.

3. Metodika

Přehled řešené problematiky, resp. literární rešerše byla vypracována na základě prostudování odborných publikací, knih a článků.

Jako hlavní sekundární zdroje informací byly použity materiály obce Opařany, konkrétně dokument strategického rozvoje obce Opařany, dále Územní plán Opařan a kniha o obci Opařany. Z internetových zdrojů byly použity především informace z oficiálních stránek obce Opařany, z místopisného průvodce po České republice, dále internetové stránky DPN Opařany, včetně internetových stránek zástupců podnikatelské sféry, především provozovatelů ubytovacích a stravovacích zařízení.

Dotazníkové šetření u návštěvníků probíhalo na základě několika forem oslovení respondentů – prostřednictvím internetového a osobního dotazování; dotazníky v tištěné verzi byly rovněž umístěny do dvou frekventovaných ubytovacích zařízení – na Chalupu U Malíře, která se nachází přímo v obci Opařany a na statek Beránka, který se nachází poblíž obce Opařany, resp. v Nových Dvorech. Dotazník v online verzi byl umístěn na server www.vyplnto.cz, se souhlasem Ing. Marka Demčáka - provozovatele serveru [vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Osobní dotazování probíhalo v obci Opařany, výběr respondentů byl náhodný.

Dotazníkové šetření probíhalo ve dvou fázích. První fáze, která se týkala dotazování návštěvníků, probíhala v letních měsících, konkrétně od července do konce srpna, prostřednictvím osobního dotazování a na základě umístění dotazníků do výše zmíněných ubytovacích zařízení. Druhá fáze dotazování, která se týkala dotazování místních obyvatel, proběhla v období září až leden, prostřednictvím osobního dotazování a na základě umístění dotazníků do DPN Opařany.

Dotazník určený návštěvníkům, kteří navštívili obec Opařany, obsahoval celkem 24 otázek, které se skládaly z otázek otevřených, uzavřených i polo-uzavřených. Na dotazník odpovědělo celkem 52 respondentů. Třídění a následná analýza dat byla zpracována v programu google-documents. Grafy byly vytvořeny prostřednictvím programu Microsoft Office Excel. Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření mezi návštěvníky je součástí přílohy.

Dotazník určený místním obyvatelům obsahoval celkem 14 otázek, které se skládaly z otázek otevřených, uzavřených i polo-uzavřených. Na dotazník

odpovědělo celkem 76 respondentů. Třídění a následná analýza dat byla rovněž zpracována v programu google-documents. Grafy byly vytvořeny také prostřednictvím programu Microsoft Office Excel. Kompletní vyhodnocení dotazníkového šetření mezi místními obyvateli je součástí přílohy.

Na základě analýzy současného stavu obce a vyhodnocení dotazníkového šetření byly potvrzeny či vyvráceny stanovené hypotézy, navrženy strategické cíle, priority a opatření, které povedou ke strategickému rozvoji cestovního ruchu v obci Opařany.

4. Řešení a výsledky

4.1 Analýza současného stavu

Charakteristika obce Opařany

Obec Opařany se nachází v Jihočeském kraji, na hlavní spojující silnici mezi Pískem a Tábořem. Od Táboře je obec vzdálena 18 km, od Písku 28 km a od Bechyně 12 km. Obec Opařany má ve své správě blízka sídla, resp. Hodušín, Nové Dvory, Oltyň, Olší, Podboří a Skřýchov u Opařan. Dále spravuje dvě malé osady, a to Karlov a Sosniny. Výměra obce z katastrálního hlediska činí 3 144 hektary. (Čadilová, 2008, p. 6) Počet obyvatel je 1 432. (Obec Opařany – základní informace [online], cit. 2. 1. 2014)

4.1.1 Primární nabídka

Přírodní potenciál

Předpoklady dané atmosférou

Klimatické poměry v obci Opařany jsou typické pro jihočeskou oblast. Průměrná roční teplota se zde pohybuje okolo 6,8°C. Převládá zde normální, mírně suché léto, mírná bývají i ostatní roční období. Klima v obci Opařany je přechodného střeoevropského typu a patří do tzv. teplé a mírně vlhké oblasti. Průměrné roční srážky zde dosahují cca 580 mm. Měsíc červenec je zde nejteplejším s maximálními teplotami až 30°C. (Čadilová, 2008, p. 6)

Předpoklady dané hydrosférou

Celé území Opařan spadá do povodí řek Labe, resp. do úmoří Severního moře, kam Labe vtéká. Dílčím povodím v tomto území je řeka Vltava a hlavní řekou je Lužnice. Přibližně pět kilometrů směrem k vesnici Stádlec se nachází významná technická památka, a to stádlecký řetězový most, který je nejstarším dochovaným mostem tohoto typu v České republice. Další toky, které protékají územím obce, jsou říčka Smutná a Oltyňský potok. Oba tyto toky se vlévají do řeky Lužnice. V Opařanech

najdeme dva rybníky a to Kášovku a Jezedák. V okolí Opařan se nachází rybníky Tomešín, Jaroška u Karlova, Hospodář, Mlýnský rybník na Oltyňském potoce, dále vodní plochy u Stádlce se jmény Závist, Prašivka, Hluboký a Hostický. (Čadilová, 2008, pp. 6-7)

Předpoklady dané litosférou

Opařansko geograficky spadá pod Středočeskou pahorkatinu, resp. pod část pahorkatiny Tábořsko. Převažuje zde mírně zvlněná lesnatá krajina s nadmořskou výškou kolem 400 m. n. m. V krajině obce Opařany převládá pahorkatinový ráz a střídají se zde lesy, pole, louky a rybníky. V nejnižších oblastech můžeme nalézt staré doubravy, ale povětšinou se zdejší lesy skládají ze smrků, borovic, ve smíšených lesích převládá kombinace dubů a buků. Pro území obce je typická vápnomilná lesní i nelesní vegetace, kterou podpírá vápencové podloží. Charakteristická je zde hnědozemní půda s vyšším obsahem humidů. Typickou horninou v území Opařan je rula s ložisky turmalínové žuly, dále svor, čedič a opuka. Pozůstatkem v okolí Opařan je slepenec a pískovec červeného zbarvení. K naleznutí zde jsou také méně četná ložiska břidlice. V lokalitě obce se našly významné nerosty, jako například achát, chalcedon, voskový opál, bílý živec, masově zbarvený jaspis apod. (Čadilová, 2008, p. 7)

Předpoklady dané biosférou

V Opařanech se vyskytuje početné množství zástupců fauny i flóry. Zástupce fauny především v lesních oblastech tvoří zajáci, bažanti, srnčí zvěř a divoká prasata, dále veverky, kuny, jezevci, z plazů zde můžeme vidět užovku obojkovou, zmije, slepýše a ještěrky. U vodních toků a ploch jsou k vidění různé druhy skokanů, ropuch a dalších žab. Z ptactva se zde vyskytují sojky obecné, datli černohlaví, strakapoudi, vrabci domácí, špačci, různé druhy sýkor, z dravců jsou to především káně lesní a poštolka obecná. V polích se vyskytují zejména myši a hraboši. Flóru na území tvoří zejména sasanky lesní, ostřice, hvozdík kartouzek, violky lesní, svízel vonný, kaprad' samec, šřavel či žindava evropská. Velmi významný je zde komplex mokřád a vodní vegetace. V okolí vodních ploch nalezneme blatouch bahenní, upolín evropský, stulík malý, rákos obecný a ostřici plstnatou. V okolí luk a pastvin se vyskytují početné druhy pryskyřníků, mochen a jetelů. Dále pak zvonek luční, kontryhel, rozrazil, jitrocel,

pomněnka či kopretina, zástupce keřů tvoří bez černý, šípek obecný, hloh obecný a trnka. (Čadilová, 2008, p. 7)

Na území obce nalezneme také chráněné památné stromy, resp. „Opařanský dub“, který se nachází přímo ve středu obce, dále pak Hodušínskou lípu, resp. lípu malolistou, která se nachází v Nových Dvorech a Hrušeň v Olši, která je zástupkyní hrušně polničky a nachází se na území Olši. (Čadilová, 2008, pp. 43-44)

Kulturně – historický potenciál

Jazyk

V Opařanech je oficiálně užívaným jazykem čeština. Část přistěhovalců jako jsou Romové a Vietnamská komunita hovoří svými rodnými jazyky, a to romštinou a vietnamštinou. Žádné další významné a radikální jazykové odlišnosti se zde nevyskytují.

Náboženství a vzdělávání

Církevní život v obci zastřešuje Římskokatolická farnost Opařany. Do této farnosti spadají obce Opařany, Hanov, Kášovice, Podboří, Řepec a Srlín. Opařanská farnost vznikla roku 1785 a tímto okamžikem se stal kostel sv. Františka Xaverského kostelem farním. V kostele sv. Františka Xaverského se pravidelně konají bohoslužby, a v kapličky v Podboří se pravidelně slouží Májové mše. K dispozici je zde také Farní občasník, pořádají se Hovory o víře a základní škola v Opařanech nabízí výuku katolického náboženství. Letní období je příznivé pro pořádání Farního dne ve farské zahradě a konalo se také několik zájezdů po Čechách do míst, která jsou spojena s křesťanstvím. Zajímavostí Opařanské farnosti je jistě adopce polosirotky Marvese, která se uskutečnila v rámci projektu Adopce na dálku. (Čadilová, 2008, p. 65)

Historie

První písemné zmínky o Opařanech se datují k roku 1268, kdy tehdejší tvrz Opařany koupil spolu s pivovarem Přemysl Otakar II. Obec Opařany se v historii skládala ze dvou vsí, resp. z Opařan a z Opařanek. V době husitství náležely Opařany městu Tábor. Doba třicetileté války se na obci podepsala úbytkem osídlení. Začátkem

18. století koupila statek spolu se dvěma poplužními dvory a přilehlými pozemky Jezuitská kolej v Praze a připojila ho tak k panství dobronickému a bernartickému. Po následném zrušení řádu roku 1773 připadl majetek studijnímu fondu a byl následně koupen knížecím rodem Baarů, od něhož zámek a dvůr později získal Zemský výbor království českého. Jezuité zde v roce 1727 vystavěli svou rezidenci, později spolu s kostelem sv. Františka Xaverského, který je dílem Kiliána Ignáce Dientzenhofera. Po zrušení jezuitského řádu zde byla založena fara. V roce 1877 rozhodl Zemský výbor království českého o využití objektu zámku ke zřízení objektu, resp. ústavu pro choromyslné. V roce 1923 bylo zařízení přeměněno na Zemský ústav pro slabomyslné děti. (Místopisný průvodce po České republice – Opařany [online], cit. 2. 1. 2014)

Umění

Území Opařanska má mezi svými rodáky mnoho významných osobností, kteří zde buď nějaký čas žili, nebo se zde zastavili při své životní pouti. V této práci budou uvedeni jen někteří z nich. Josef Bezecný byl významným učitelem především nevidomých žáků, pro které vymyslel základní pomůcky a učebnice. V ústavu pro nevidomé kde učil, založil také orchestr a vedl v něm výuku ladění hudebních nástrojů. Sestry Josefa a Růžena Blažkovy byla významná siamská dvojčata, která vystupovala jako duo varietních umělkyně. Proslavily se nejen v Praze, ale především v Americe. Akademický architekt Karel Černý je držitelem Oscarové filmové sošky, kterou získal za tvůrčí práci v souvislosti s oceněním filmu Miloše Formana – Amadeus. Z dalších významných osobností lze jmenovat výtvarného umělce Františka Peterku či docenta Josefa Pichu, který působil v Ústavu fyzikální chemie Akademických věd a pro svou vědeckou činnost se stal přínosem v tomto oboru. (Čadilová, 2008, pp. 89-95)

Architektonické památky

Kostel sv. Františka Xaverského

Tento významný kostel, zasvěcený sv. Františku Xaverskému, se nachází na jižním okraji obce Opařany a pochází z 18. století. Jezuitská stavba je řešena jako podélná, ležící na půdorysu, který se skládá ze dvou napříč přes sebe položených oválů,

k nimž je připojena předsíň spolu s presbyteriem. Chrámová loď kostela je bohatě členěná sloupy a římsami a je dlouhá 30 m a 10 m široká. Věž, která je součástí kostela, byla postavena později než kostel a jsou na ni zavěšeny tři zvony, pod věží se nachází kobka. Severní strana kostela náleží sakristii. Vnitřek kostela je bohatě zdobený, nad hlavním oltářem se nachází obraz sv. Františka Xaverského adorujícího Madonu. V klenbách kostela najdeme mimo jiné také fresky. Bohatě vyřezaná kazatelna a zdobená zpovědnice tvoří nedílnou součást kostela. Nechybí zde ani zlatem zdobené varhany. Místní kostel byl zařazen do státního programu „Záchrana architektonického dědictví“ a tak v roce 1999 proběhla oprava kostelní věže, na níž se umístily věžní hodiny. (Čadilová, 2008, pp. 44-47)

Výklenková kaplička sv. Jana Nepomuckého

Kaplička sv. Jana Nepomuckého tvoří spolu s ostatními sakrálními památkami významnou součást Opařan. Mezi další významnou sakrální památku patří Boží muka u Opařan. (Místopisný průvodce po České republice – Opařany [online], cit. 2. 1. 2014)

Bývalý jezuitský klášter, dnes Dětská nemocnice Opařany

Bývalý jezuitský klášter byl přestavěn z kamenné tvrze roku 1727, v roce 2004 proběhla jeho rozsáhlá rekonstrukce. Uvnitř kláštera můžeme najít refektář s freskami a bohatě zdobený strop. Od roku 1887 je klášter používán jako psychiatrická léčebna, od roku 1924 je léčebna určena pouze pro dětskou klientelu. Bývalý jezuitský klášter spolu s refektářem dnes nalezneme v pavilonu DPN Opařany, konkrétně v budově „A“. (Ententyky.cz – Opařany, bývalý jezuitský klášter [online], cit. 2. 1. 2014)

Dětská nemocnice Opařany tvoří spolu s kostelem sv. Františka Xaverského dominantu Opařan. DPN Opařany je největší dětskou psychiatrickou nemocnicí v České republice. Jedná se o odborný léčebný ústav pro psychiatrickou léčbu dětí a adolescentů pro spádovou oblast v rámci celé České republiky. DPN Opařany je také klinickým pracovištěm Zdravotně sociální fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a má taktéž akreditaci u České lékařské komory pro školení v rámci systému celoživotního vzdělávání lékařů včetně poskytování stáží v pre a postgraduálním vzdělávání. V rámci DPN Opařany je pacientům zajišťována výuka při Základní škole DPN. Dětská psychiatrická nemocnice poskytuje svým pacientům prvotřídní léčbu,

včetně moderní psychofarmakoterapie, individuální a skupinové psychoterapie. V rámci léčby je zde realizováno mnoho rehabilitačních programů, jako např. arteterapie, ergoterapie, fototerapie, hipoterapie, pohybové programy a další. (Čadilová, 2008, pp. 62-63)

V areálu nemocnice se nachází malá zoologická zahrada s několika méně náročnými druhy zvířat, krytý bazén a nedaleko se nachází hřiště pro minigolf. (Čadilová, 2008, p. 64)

Kromě výše zmíněného se v areálu nemocnice nachází několik významných kulturních památek, které jsou k dispozici také návštěvníkům, jelikož se jedná o veřejně přístupný prostor.

Park

Významnou část areálu nemocnice tvoří přilehlý park o ploše cca 4,5 ha a najdeme v něm okolo 500 stromů. Jedná se především o stromy parkové, najdeme zde také i méně obvyklé druhy. V rámci celého parku vede naučná stezka spolu s popisky vzácných letitých stromů. Areál parku je vhodným prostředím pro relaxaci, ale také pro sportovní programy a volnočasové aktivity. (Dětská psychiatrická nemocnice Opařany – Areál nemocnice [online], cit. 2. 1. 2014)

Brána Markéta

Barokní brána zvaná Markéta je součástí bývalého klášterního komplexu. Název je odvozen od fresky, která je vyobrazena ve štítu, jedná se o sv. Markétu, která hází srp do žita. (Tamtéž)

Vodárenská věž

Věžový vodojem, který je čtvercového půdorysu, byl postaven roku 1901 při rozšiřování lůžkové kapacity léčebny, dnešní nemocnice. Jeho výška je 26,3 m, má hladké omítky a v současnosti slouží jako zásobárna vody. Do věže v horní části vede 154 schodů. (Vodárenské věže – Opařany [online], cit. 2. 1. 2014)

Kostel sv. Václava v Hodušíně

V osadě Hodušín se nachází další významný kostel, tentokrát skromnějšího, ale neméně významného rázu. Jedná se o raně gotický kostel, zasvěcený národnímu světcí sv. Václavu. Stavba pochází z druhé poloviny 14. století. Jednoduchá stavba kostela má jedinou loď, pětistranný presbytář a sakristii, která se nachází na severní straně kostela a je zaklenutá valenou klenbou. Na jižní straně presbytáře se nachází cenné nástěnné malby, jedná se o čtyři výjevy Utrpení Kristova. Na jižní straně kostelní lodi byla později přistavena ne příliš vysoká věž čtyřbokého rázu. Blízko kostela se nachází hřbitov a budova hodušínské fary. (Čadilová, 2008, p. 49)

Zámeček v Oltyni

Novorenesanční zámek v obci Oltyně se nachází uprostřed malebného zámeckého parku. Zámek byl postaven v polovině 19. století a původně sloužil jako venkovské sídlo dřívějšího panstva. V interiéru zámku se nacházely sbírky bohaté na zbraně a brnění a také dvoutisícová kolekce zástupců ptactva z celého světa. Po druhé světové válce byl zámek zabaven a využíván k mnoha účelům. Roku 2000 se k zámečku přihlásili potomci původních majitelů rodiny Křížků a objekt jim byl navrácen. Začaly rozsáhlé úpravy budovy i parku, které směřovaly k původnímu vzhledu. O něco později zámek dostal nové majitele, kteří jej využívali spolu s parkem pro komerční účely, především pro rekreaci a relaxaci. V přilehlém parku najdeme několik druhů stromů jako např. smrk bílý, borovice vejmutovku, sloupovitý dub letní, břízu pýřitou a další. V současné době je objekt zámku na prodej. (Čadilová, 2008, pp. 49-50)

Kulturně – společenské akce

Obec Opařany pořádá několik tradičních společenských akcí, které jsou určeny především místním obyvatelům. Patří mezi ně kupříkladu stavění májky, mikulášské a vánoční besídky, dětské dny, pálení čarodějnic, pouť atp. Tyto akce vznikají za spolupráce místních spolků (Kulturní most – Český svaz žen Opařany, [online], cit. 3. 2. 2014). Myslivecky a taktéž střelecky založené akce pořádá Myslivecké sdružení Opařany, jedná se např. o závod Poslední terč, akce se střeleckou tematikou, myslivecký bál atp. (Myslivecké sdružení Opařany [online], cit. 3. 2. 2014)

Výstava plemenného skotu

Velmi významnou společenskou událostí v Opařanech je zajisté výstava plemenného skotu. Pořádá ji každoročně Zemědělské družstvo Opařany a to v měsíci květnu. Součástí výstavy je také prohlídka zemědělské techniky, kterou lze navštívit v průběhu celé akce. Výstavy se účastní nejen chovatelé z Jihočeského kraje, ale také řada odborníků z celé republiky. V letošním roce je výstava stanovena na 15. května. (Zemědělské družstvo Opařany [online], cit. 3. 2. 2014)

Festival řemesel

Vítanou změnou pro místní obyvatele bylo uspořádání akce s názvem „Festival řemesel“, který se konal v roce 2012. Pořádala ho obec Opařany spolu s MAS Krajinou srdce v rámci projektu „Za poklady venkova“. V rámci tohoto festivalu mohli hosté shlédnout ukázky tradičních lidových řemesel včetně řemeslných postupů. Součástí programu byla i specifická nabídka pro návštěvníky a to možnost vyzkoušet si některé z řemesel. Festival byl spojený se Spolkovým dnem, kterého se účastnily všechny místní spolky a sdružení. Nechyběl zde ani bohatý program, který byl zpestřením nejen pro děti. (Občanské sdružení MAS Krajina srdce – Festival řemesel Opařany [online], cit. 3. 2. 2014)

Motocyklová soutěž Enduro

Mezi významné události obce Opařany lze zahrnout také motocyklovou soutěž s názvem Enduro. Jedná se o motocyklovou soutěž, ve které se snoubí vytrvalost, přesnost a univerzálnost spolu s odhodláním. Opařanská trať nepatří mezi extrémní, s výjimkou několika úseků. Převážná většina trati vede napříč silnicemi a polními cestami. V roce 2005 zde proběhlo Mistrovství světa v enduru včetně závodu Cross-country. Této specifické soutěže se každoročně účastní i zahraniční jezdci. (Čadilová, 2008, p. 80)

Na základě zásahu přírodních živlů, resp. rozsáhlých povodní v minulých letech, se v roce 2013 soutěž v obci Opařany nekonala, v důsledku neprůjezdnosti okruhu. Zda se soutěž bude konat v letošním roce, není ještě pořadatelům známo. (Mistrovství České republiky Enduro a Cross country open [online], cit. 5. 2. 2014)

4.1.2 Sekundární nabídka

Suprastruktura

Suprastruktura cestovního ruchu je tvořena primárními komponenty a to sektorem ubytovacích a stravovacích služeb. Mezi další důležité součásti suprastruktury patří kulturně - společenské či sportovně - rekreační služby, dále služby bankovní, směnářenské, maloobchodní, zdravotnické, kadeřnické, pojišťovací a další. (Palatková, Zichová, 2011, p. 60)

Ubytovací zařízení

Přímo v obci Opařany se nachází Penzion 67. Jedná se o malý rodinný penzion s celkovou kapacitou 8 lůžek ve 4 pokojích, které jsou standardně vybaveny. Součástí penzionu je také zahrada, ve které se nachází dětský koutek se skluzavkou. (Penzion 67 [online], cit. 2. 2. 2014)

Dalším ubytovacím zařízením v obci Opařany je Chalupa U Malíře. Jedná se o komfortní chalupu k pronájmu, která je ideální pro rodiny s dětmi. Celková kapacita je 8 lůžek, včetně 2 přistýlek a 1 samostatná dětská postýlka. V exteriéru chaty nalezneme dvůr s krytým zahradním sezením, venkovní krb, houpáčku, udrnu a bazén. Samozřejmostí je zde vysokorychlostní internet, dále také infrasauna a možnost provozování sportovních aktivit, jako je stolní tenis, míčové hry apod. Extra možností při pronájmu chalupy, je také možnost pronajmout si koně na nedaleko vzdálených místech v dostupnosti 4-25 km. (Chalupa U Malíře [online], cit. 2. 2. 2014)

Možnost ubytování v Opařanech nabízí také Ubytovna DPN Opařany, které má k dispozici 21 apartmánů. Na každém patře se nachází společná kuchyňka. Ubytovací zařízení poskytuje ubytování nejen turistům, ale také návštěvám rodinných příslušníků pacientů či zaměstnancům DPN. Jídelna nemocnice nabízí turistům možnost stravování. (Dětská psychiatrická nemocnice Opařany – turistické ubytování [online], cit. 2. 2. 2014)

Blízké okolí Opařan také nabízí možnost ubytovat se. Pronájem ubytovacího zařízení v Nových Dvorech na statku Beránka je vhodný především pro rodiny s dětmi. Zde si lze pronajmout chalupu či jeden z nabízených objektů. Nově zrekonstruovaná

chalupa zajišťuje maximální soukromí a mnoho prostor pro volný čas, resp. venkovní posezení, venkovní vyhřívaný bazén, dětské hřiště, skluzavku, houpačky, hřiště pro provozování sportovních her, venkovní trampolínu aj. Interiér chalupy je plně vybaven a zajímavým doplňkem je zde pec. Další dva objekty k pronájmu se nachází za hlavní budovou statku, resp. chalupy. Oba objekty jsou vhodné pro rekreaci, příležitostné akce či sportovní soustředění. (Statek Beránka – ubytování [online], cit. 2. 2. 2014)

Stravovací zařízení

V obci Opařany se nachází dvě stravovací zařízení. První z nich, restaurace Na Tahu je klasickou českou restaurací, která má otevřeno sedm dní v týdnu a nabízí široký výběr nápojů i pokrmů. Na své si přijdou milovníci klasické české kuchyně. Nabídka restaurace zahrnuje také steaky, těstoviny na italský způsob a nají se zde i vegetariáni, pro které je v jídelním lístku několik druhů bezmasých jídel a salátů. Výhodou této restaurace je její rozdělení na kuřáckou a nekuřáckou zónu. (Restaurace Na Tahu [online], cit. 2. 2. 2014)

Druhým stravovacím zařízením v obci je hostinec U Šneka Na Staré Poště, který se zaměřuje na tradiční českou kuchyni.

Jelikož jsou Opařany obcí malou, nenachází se zde žádná cestovní kancelář ani turistické informační centrum, které by sloužilo především návštěvníkům obce. Turistická informační centra se zřizují ve větších obcích, kde je koncentrace návštěvníků poměrně vysoká. Stejně tak je tomu i u cestovních kanceláří. Návštěvníci, kteří zavítají do Opařan, mohou získat podrobnější informace o obci například na obecním úřadě či zakoupením knihy o obci Opařany nebo od poskytovatelů ubytovacích zařízení.

Obchodní síť v Opařanech je zajišťována různými druhy prodejen. Potravinářský sortiment v obci nabízí Coop Tuty, Jednota, před kterým se nachází příjemný park se zelení. Dále v obci najdeme lékárnu, prodejny nábytku, zámečnictví, prodejnu interiérů či bytového textilu. Jelikož jsou Opařany obcí menší, nenachází se zde žádné obchodní centrum ani supermarkety či hypermarkety. Nedaleké obce např. Tábor, Milevsko však zajišťují rozsáhlou nabídku obchodního sortimentu všeho druhu.

Součástí místní občanské vybavenosti je tedy Obecní úřad, knihovna, kulturní sál, základní a mateřské školy, zdravotní středisko, dále restaurace a ubytovací zařízení, čerpací stanice, parkoviště, hřbitov, požární zbrojnice. Současná vybavenost je odpovídající velikosti obce. (Územní plán obce Opařany, 2007)

Mezi **kulturně společenská zařízení** obce můžeme zařadit obecní sál, který disponuje přibližně 200 místy, obecní knihovnu, která nabízí přibližně 8 000 titulů, včetně možnosti internetového připojení a také možnost zúčastnit se některé z akcí, které v průběhu roku pořádá. (Čadilová, 2008, p. 52) Pro zájemce je zde možnost domluvit se s ředitelkou DPN Opařany a prohlédnout si tak unikátní menší muzeum, které se nachází přímo v nemocnici. Jedná se o nejstarší exponáty jako např. centrifuga (přístroj na zpracování krve), první chorobopis, původní noční stolky atp., které slouží k připomenutí historie v největší dětské psychiatrické nemocnici, dříve léčebně, v republice. (Táborský deník – Čas běhu léčebny má zachytit malé muzeum [online], cit. 3. 2. 2014) Další možnosti v oblasti kultury nabízí nedaleké obce jako Tábor, který disponuje katakombami, historickým, čokoládovým či lego muzeem, galeriemi a mnohým dalším. Lázeňské město Bechyně láká k návštěvě místního zámku, stejně tak jako zámek Orlík. Pro milovníky hradů je zde možnost návštěvy hradu Zvíkov či Píseckého hradu.

Území Opařanska a jeho nedaleké okolí nabízí několik možností pro **sportovně - rekreační aktivity**. Přes území Opařan vede několik cyklostezek, které spadají do kategorie lehkých tras a nabízí tak možnost cyklistických výletů po okolí. (Klub českých turistů – cyklotrasy, [online], cit. 3. 2. 2014) Na své si v Opařanech přijdou i příznivci pěší turistiky, jelikož je obec obklopena přírodou, lesy i rybníky. Zdejší lesy tak nabízí možnost houbaření a také možnost sběru lesních plodin. Přírodní koupaliště Kášovka zde nabízí možnost koupání a lze jej využít také pro některé druhy vodních sportů. Velmi atraktivní je místní venkovská střelnice, kam si i návštěvníci po dohodě smí přijít zastřílet. Zdejší střelnice se také proslavila tím, že se na ní v roce 2004 konalo Mistrovství Evropy v praktické střelbě, Mistrovství Evropy střelby policejních sborů či Mistrovství Evropy westernových střelb. Pravidelně se zde konají závody ve střelbách či různá mistrovství. Místní střelnice je rovněž pravidelným působištěm Vězeňské služby České republiky, která se zde cvičí ve střelbě. (Střelecký klub Opařany, [online], cit. 3. 2. 2014) V rámci areálu DPN je zde možnost vyzkoušet si lezení na horolezecké

stěně, zahrát si stolní tenis či člověče nezlob se a provozovat další aktivity, které areál DPN návštěvníkům nabízí. (Dětská psychiatrická nemocnice Opařany – Areál nemocnice, [online], cit. 2. 1. 2014)

V nedalekém Milevsku se nachází nové koupaliště, dále tenisové kurty a bowling. Přehrada Orlík, vzdálená necelých 30 km nabízí plavby parníkem. Pro milovníky rybaření je zde řeka Lužnice. Bechyně, vzdálená 12 km nabízí k letním aktivitám své golfové hřiště. Město Tábor nabízí vyhlídkové lety, možnost koupání ve venkovním aquaparku, či využití odpočinkového areálu Komora k provozování venkovních sportů. Pro milovníky adrenalinových zážitků nabízí 21 km vzdálený Monínec lanový park, dubbing či bike park. (Dovolená na chatách a chalupách, Jihočeský kraj [online], cit. 2. 2. 2014)

Nedaleko Opařan, resp. v obci Stádlec se nachází působiště letního dětského tábora Summer time, který nabízí dětem možnost strávení letních prázdnin v přírodě, spolu s atraktivním programem, do kterého jsou zahrnuty různé pohybové hry, koupání, plavba na pramicích či výuka angličtiny v místní klubovně. (Letní dětský tábor Summer time [online], cit. 2. 2. 2014)

Infrastruktura

Infrastruktura se obvykle člení na samostatnou dopravní infrastrukturu v dané destinaci, resp. silniční a železniční síť, parkovací plochy, odpočívadla. Dále pak na veřejnou infrastrukturu, do které spadá občanská vybavenost destinace, resp. vodovody, kanalizace, telekomunikace, odvozy odpadů a další. (Palatková, Zichová, 2011, p. 60)

V rámci této práce je důležitá zejména dopravní infrastruktura.

Dopravní infrastruktura obce je příznivá, jelikož napříč obcí vede silniční komunikace I. třídy/19 Milevsko – Tábor a I/29 Bernartice – Oltyně. Dále se zde nachází silnice II. a III. třídy. V obci se nachází autobusové zastávky, které spolu s linkovými či dálkovými autobusy zajišťují veřejnou dopravu. Železniční stanice se nachází v nedalekém Sepekově či Milevsku (Územní plán obce Opařany, 2007). Součástí dopravní infrastruktury jsou také chodníky a přechody určené chodcům, u kterých proběhla a na některých místech stále probíhá rekonstrukce, která měla za cíl

především zvýšení bezpečnosti chodců. (Strategický plán rozvoje mikroregionu Tábořsko – Opařany, 2011)

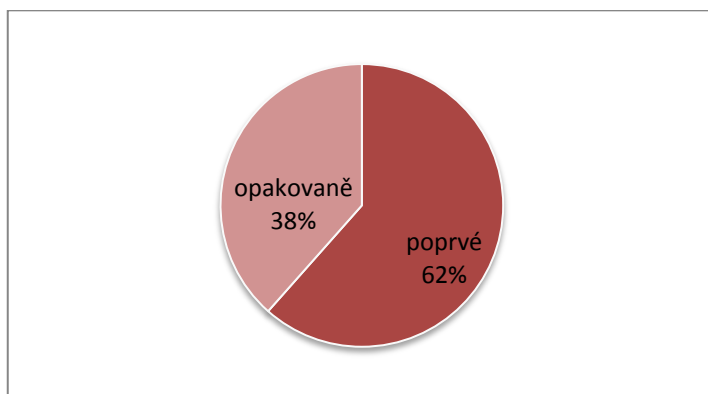
4.2 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření v rámci této práce obsahovalo dva druhy dotazníků, první byl určený návštěvníkům obce Opařany a druhý byl adresován místním obyvatelům. Následuje vyhodnocení každého typu dotazníku zvlášť. Celé výsledky dotazníkového šetření jsou uvedeny v přílohách práce.

4.2.1 Vyhodnocení dotazníků určených návštěvníkům obce Opařany

Otázka č. 1 - Navštívil/a jste již někdy obec Opařany nebo jste tu poprvé?

Graf 1: Opakovaná návštěva obce Opařany.



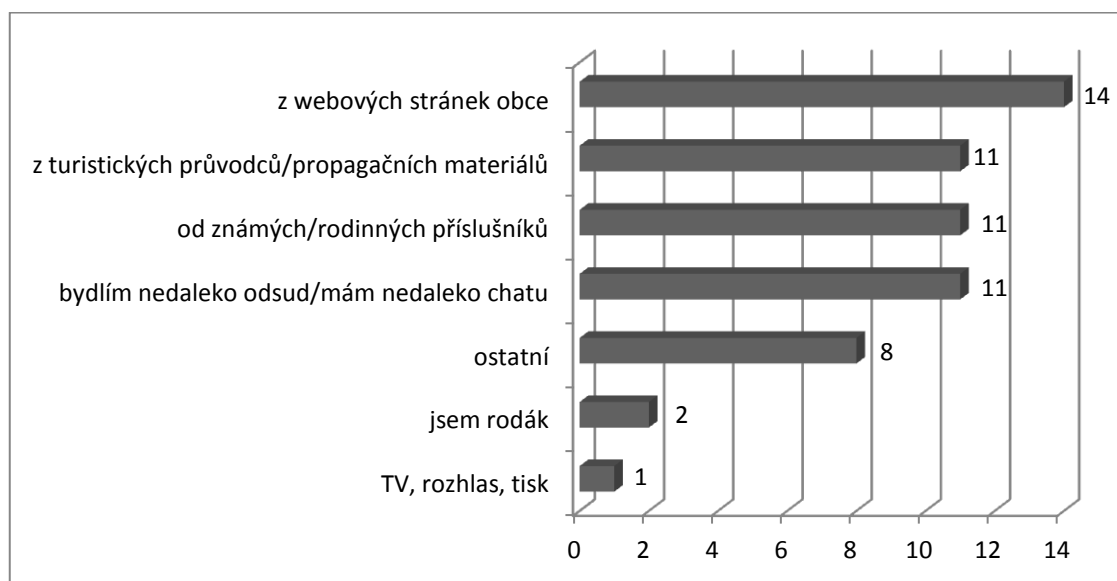
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Úvodní otázka rozčlenila 52 respondentů na dvě skupiny. První skupina respondentů navštívila obec Opařany poprvé. Druhá skupina respondentů již obec Opařany někdy navštívila. Z grafu č. 1 lze vyčíst, že respondentů, kteří spadají do první skupiny, tj. těch, kteří Opařany navštívili poprvé, je převážná většina resp. 62%. Druhou skupinu respondentů, tj. těch, kteří navštívili Opařany opakovaně, tvoří 38%.

Otázka č. 2 – Jak jste se o obci Opařany dozvěděl/a?

Graf 2: Zdroj informací o obci Opařany.



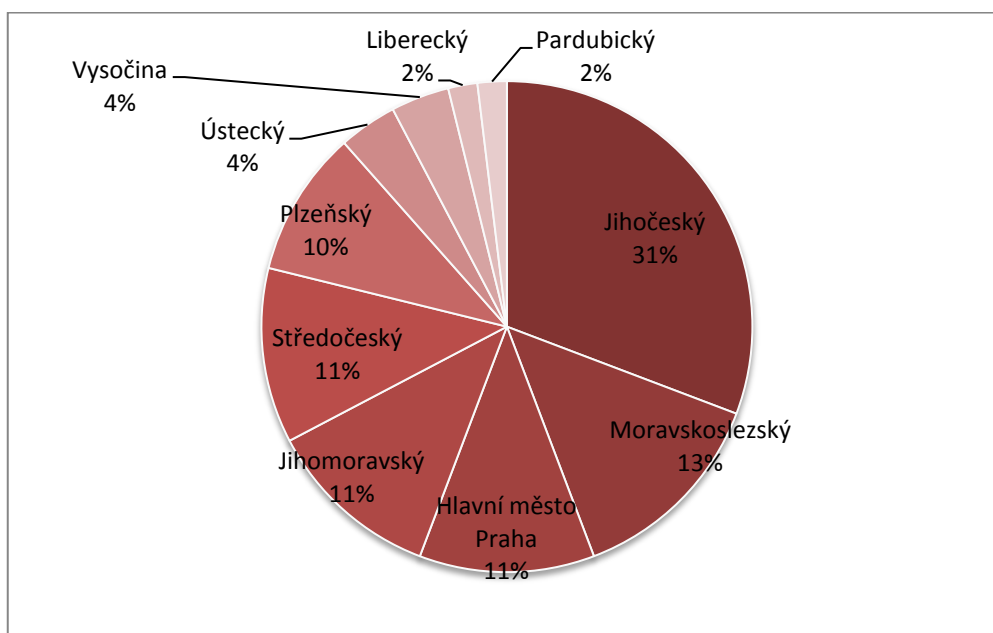
n= 58

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 2 mohli respondenti volit více možností z uvedených odpovědí. Z grafu č. 2 můžeme vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 14 se o obci dozvěděl z webových stránek. Jedenáct dotazovaných se o obci dozvědělo z turistických průvodců či propagačních materiálů. Stejný počet respondentů, tj. 11 se o obci dozvědělo od svých známých či rodinných příslušníků. Nedaleko od obce Opařany bydlí 11 dotazovaných. Osm dotazovaných uvedlo možnost ostatní, v níž se vyskytovaly odpovědi škola, mapa, internet a webový portál chaty, chalupy. Dva dotazovaní jsou místními rodáky a jeden respondent se o obci dozvěděl z TV, rozhlasu či tisku.

Otázka č. 3 – Z jakého kraje jste sem přicestoval/a?

Graf 3: Kraje respondentů.



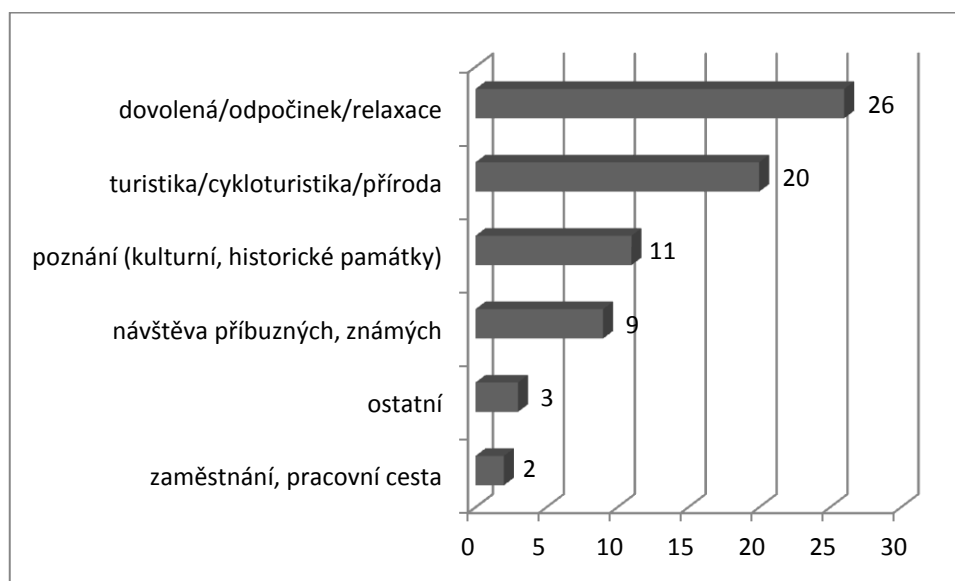
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 3 nám poukazuje na jednotlivé kraje, ze kterých návštěvníci přicestovali. Zde je patrné, že největší počet dotazovaných, tj. 31% návštěvníků přicestovalo z kraje Jihočeského. Z kraje Moravskoslezského přijelo do Opařan 13% dotazovaných. Z hlavního města Prahy přicestovalo 11% respondentů. Stejný počet dotazovaných přicestoval z kraje Jihomoravského. Návštěvníků z kraje Středočeského bylo 11%. Z Plzeňského kraje přicestovalo 10%, z kraje Ústeckého 4%, z Vysočiny taktéž 4%. Z Libereckého kraje byli 2% dotazovaných a z kraje Pardubického taktéž 2%.

Otázka č. 4 – Jaký je důvod Vaší návštěvy/pobytu?

Graf 4: Důvod návštěvy obce Opařany.

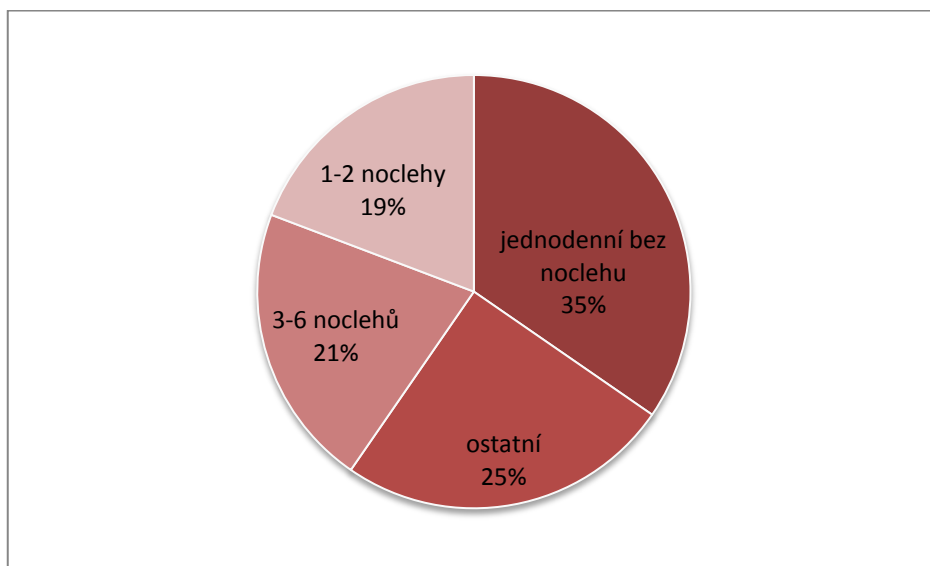


n=71

Na otázku č. 4 mohli respondenti zvolit více možností z nabízených odpovědí. Nejvíce respondentů, resp. 26 navštívilo obec za účelem dovolené, odpočinku a relaxace. Za turistiku, cykloturistikou a přírodou přicestovalo do Opařan 20 dotazovaných. Jedenáct respondentů navštívilo obec za účelem poznání. Devět respondentů přijelo do obce za svými příbuznými či známými. Tři respondenti zvolili možnost ostatní a jejich odpovědi byly následující: školní výlet, exkurze do léčebny a výstava chovatelských zvířat. Dva dotazovaní přijeli do Opařan v rámci svého zaměstnání.

Otázka č. 5 – Jak dlouhý je Váš plánovaný pobyt v obci Opařany?

Graf 5: Délka pobytu v obci Opařany.



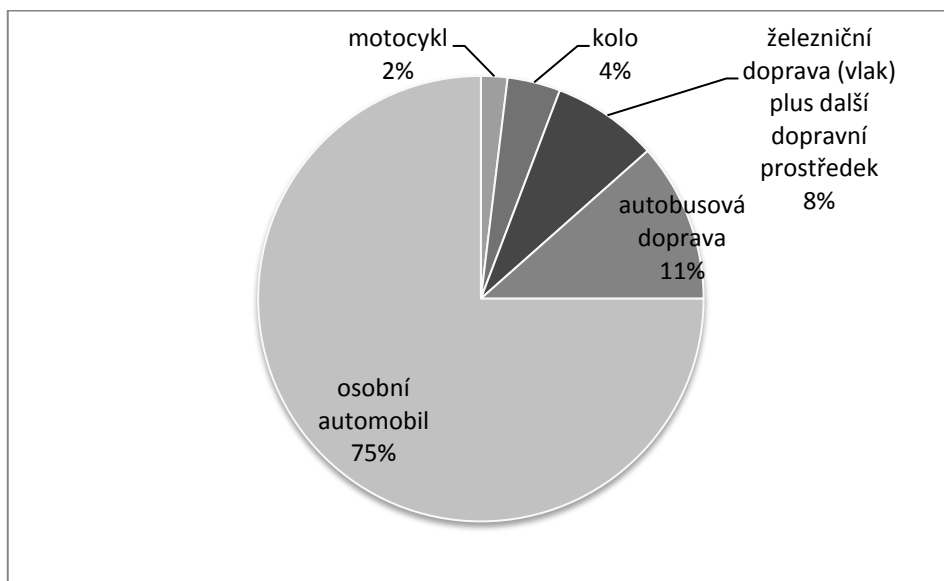
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 5 lze vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 35% zvolil odpověď jednodenního pobytu bez noclehu. Možnost ostatní, ve které se vyskytovala odpověď sedm dní, zvolilo 25% respondentů. Na tři až šest noclehů přicestovalo do Opařan 21% dotazovaných. Jeden až dva noclehy v obci strávilo 19% dotazovaných.

Otázka č. 6 – Jaký druh dopravního prostředku jste využil/a na cestu do Opařan?

Graf 6: Použité dopravní prostředky.



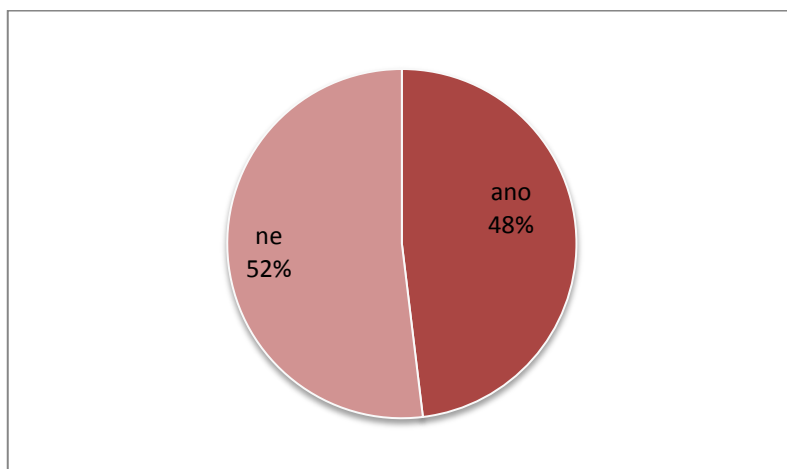
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 6 udává informace o použitém dopravním prostředku na cestu do Opařan. Většina dotazovaných, tj. 75% přicestovalo do obce osobním automobilem. Autobusovou dopravu na cestu do obce využilo 11% respondentů. Železniční dopravu spolu s dalším dopravním prostředkem využilo na cestu 8% dotazovaných. Na kole přicestovali do Opařan 4% dotazovaných. Motocykl na svou cestu využila 2% respondentů.

Otázka č. 7 – Jste zde s dětmi?

Graf 7: Respondenti, kteří přicestovali s dětmi či nikoliv.



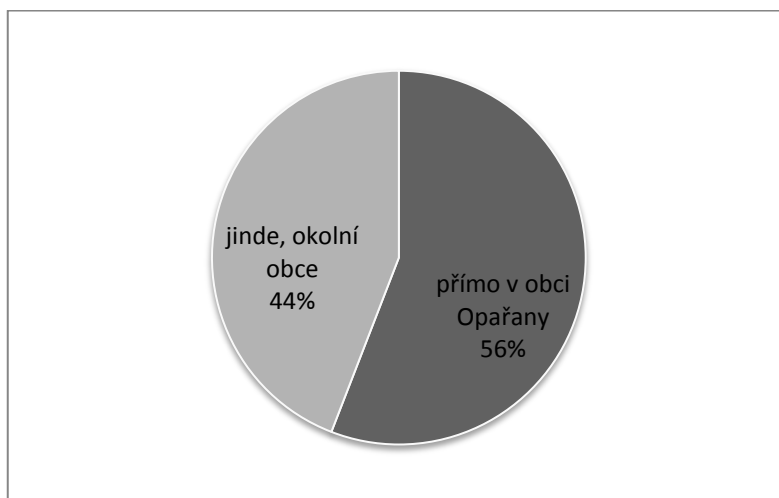
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 7 můžeme zjistit, že 52% dotazovaných navštívilo Opařany bez dětí. S dětmi přicestovalo do Opařan 48% respondentů.

Otázka č. 8 – Kde jste ubytovaný/á?

Graf 8: Ubytování respondentů.



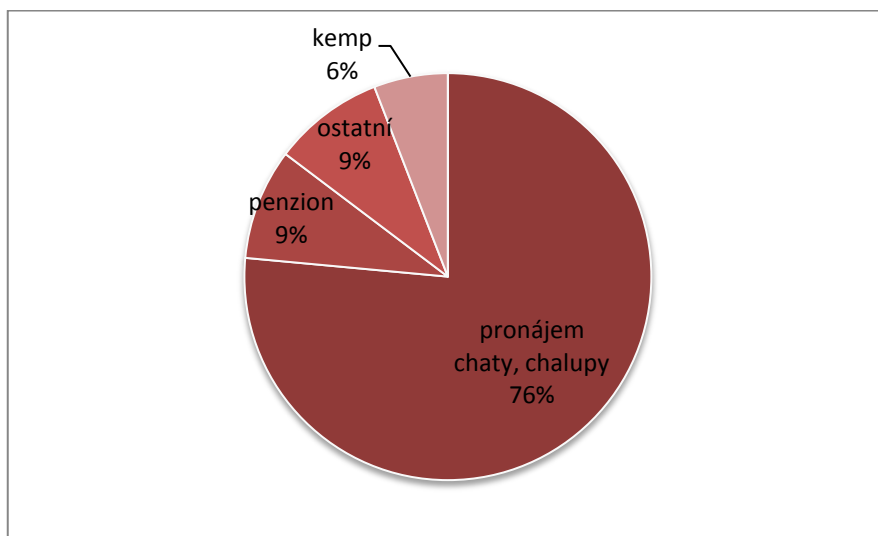
n= 34

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 8 nám poukazuje na fakt, že ubytování využilo celkem 34 dotazovaných, z toho 56% dotazovaných se ubytovalo přímo v obci Opařany. Možnost ubytování jinde zvolilo 44% respondentů.

Otázka č. 9 – Jaký druh ubytovacího zařízení jste zvolil/a?

Graf 9: Druhy ubytovacích zařízení respondentů.



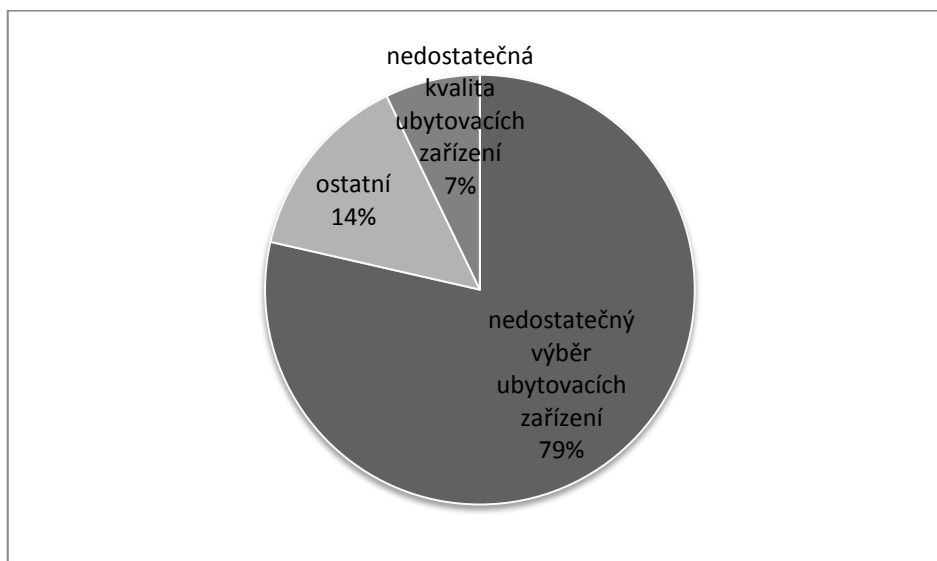
n= 34

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 9 poukazuje na výběr ubytovacího zařízení dotazovaných turistů. Je patrné, že největší počet respondentů, tj. 76% využilo pronájem chaty či chalupy. Devět procent dotazovaných turistů se ubytovalo v penzionu. Stejný počet dotazovaných turistů zvolil možnost ostatní. V možnostech ostatní se vyskytovala odpověď – ubytování u příbuzných či známých. Kemp zvolilo 6% respondentů.

Otázka č. 10 – Proč jste se nebytoval/a přímo v obci Opařany?

Graf 10: Důvody ubytování mimo obec Opařany.



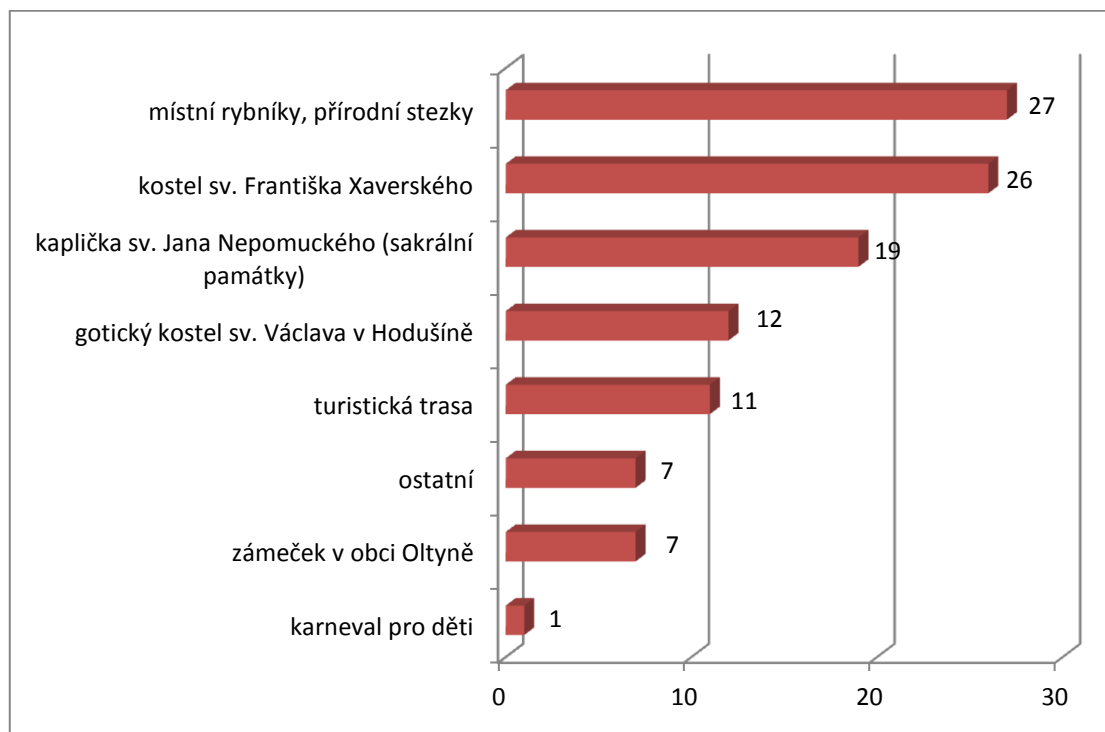
n= 14

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 10 udává informace o respondentech, kteří se ubytovali mimo obec Opařany a uvádí jejich důvody, proč si nevybrali některé z ubytovacích zařízení přímo v Opařanech. Většina dotazovaných, resp. 79%, uvedla možnost – nedostatečný výběr ubytovacích zařízení. Možnost ostatní zvolilo 14% respondentů. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: nic jsem nehledal, jel jsem rovnou na statek Beránka, dále - při zadání ubytování v Opařanech se jako první možnost ubytování zobrazí statek Beránka. Nedostatečnou kvalitu uvedlo jako důvod 7% dotazovaných. Jeden respondent neodpověděl na otázku vůbec.

Otázka č. 11 – Která místa, akce, památky jste v obci a blízkém okolí Opařan navštívil/a?

Graf 11: Atraktivity navštívené respondenty.



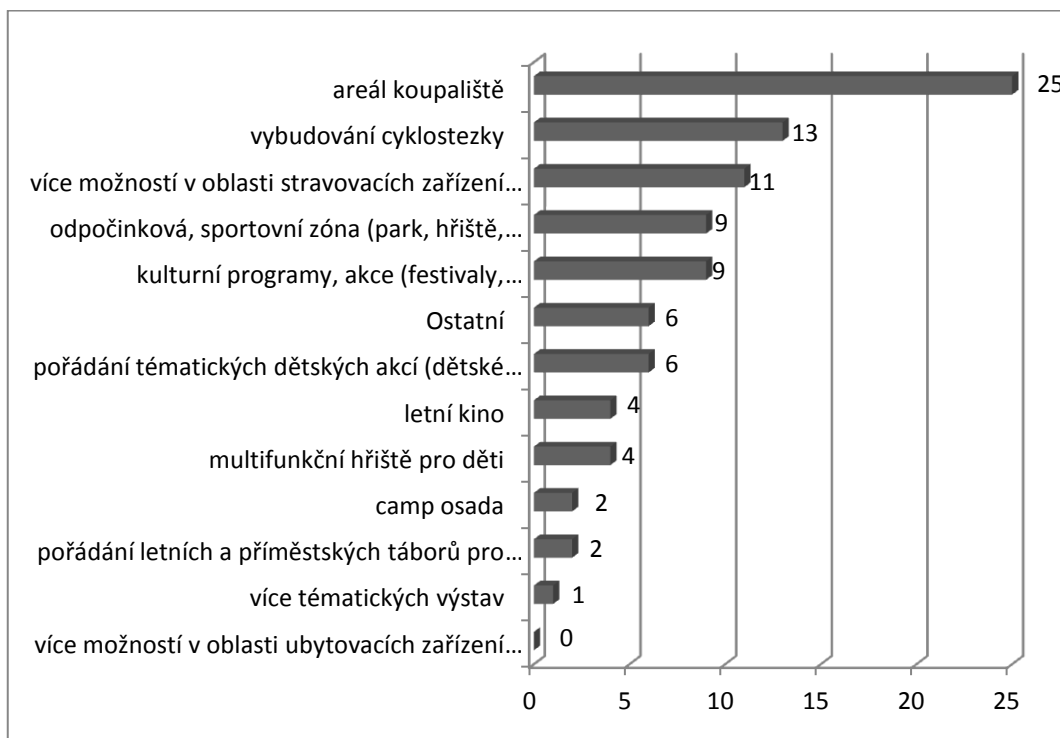
n=110

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 11 mohli dotazovaní uvést více možností svých odpovědí, dle toho, která místa, akce či památky navštívili. Z grafu č. 13 lze vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 27 navštívilo místní rybníky a přírodní stezky. Kostel sv. Františka Xaverského navštívilo 26 dotazovaných. Kaplička sv. Jana Nepomuckého a ostatní sakrální památky byly navštíveny 19 respondenty. Dvanáct dotazovaných navštívilo gotický kostel sv. Václava v Hodušíně. Turistickou trasu v obci navštívilo 11 dotazovaných. Sedm respondentů zvolilo možnost ostatní. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: areál léčebny s léčebnou samotnou, Tábor, výstava, stělnice a odpověď nic. Zámček v Oltyni navštívilo 7 dotazovaných a jeden respondent si nenechal ujít místní karneval.

Otázka č. 12 – Co Vám scházelo v obci Opařany, co byste zde uvítal/a?

Graf 12: Nedostatky v obci Opařany.



n= 92

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 12 mohli respondenti volit několik možností, případně uvést vlastní odpovědi. Graf č. 12 je souhrnem odpovědí respondentů na to, co dotazovaným v obci Opařany scházelo. Nejvíce dotazovaným, resp. 25 scházelo v obci koupaliště. Třináct respondentů by v obci uvítalo další cyklostezku. Více možností v oblasti stravovacích zařízení by v obci uvítalo 11 dotazovaných. Odpočinkovou sportovní zónu by uvítalo 9 respondentů. Stejný počet dotazovaných, tj. 9 by v obci uvítal kulturní programy a akce. Pořádání tematických dětských akcí by v obci uvítalo 6 dotazovaných. Možnost ostatní zvolilo šest dotazovaných. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: přístup do zámku v obci Oltně, nevím a méně hluku včetně menšího provozu aut. Čtyři respondenti by uvítali letní kino. Stejný počet respondentů by uvítal multifunkční hřiště pro děti. Camp osadu by v obci uvítali dva dotazovaní. Pořádání letních a příměstských táborů pro děti by uvítali taktéž dva dotazovaní. Jeden respondent by v obci uvítal více tematických výstav.

Otázka č. 13 – Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany?

Graf 13: Primární atraktivity v obci Opařany.



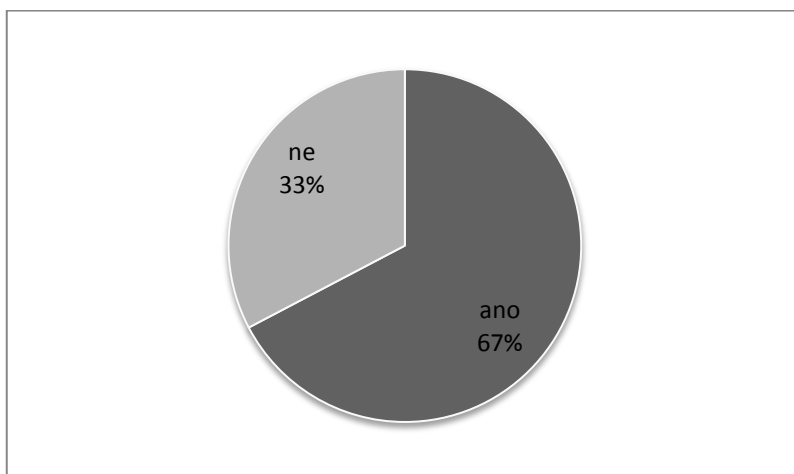
n=67

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 13 respondenti uváděli své vlastní odpovědi, kterých mohlo být více. Z výše uvedeného grafu č. 13 můžeme vyčíst, že nejvíce dotazovaných, tj. 20 uvedlo jako primární atraktivitu obce její klid a příjemné prostředí venkova. Okolní přírodu uvedlo jako primární atraktivitu 15 respondentů. Pro jedenáct dotazovaných se stala primární atraktivitou okolní příroda. Odpověď nevím, nic zvolilo pět respondentů. Pro čtyři respondenty se stal atraktivní fakt, že obec je dobrým výchozím bodem pro cykloturistiku. Dva dotazovaní uvedli jako primární atraktivitu místní pouť. Stejný počet respondentů, tj. dva uvedli stravovací a ubytovací zařízení v obci, název obce se stal atraktivní taktéž pro dva dotazované. Kostel a památky si jako svou odpověď vybrali dva respondenti. Pro dva dotazované se stala primární atraktivitou místní psychiatrická nemocnice spolu s areálem. Pro jednoho respondenta se stalo atraktivním pekařství a historii uvedl jako primární atraktivitu taktéž jeden dotazovaný.

Otázka č. 14 – Navštívil/a jste okolní obce u Opařan?

Graf 14: Návštěva okolních obcí.

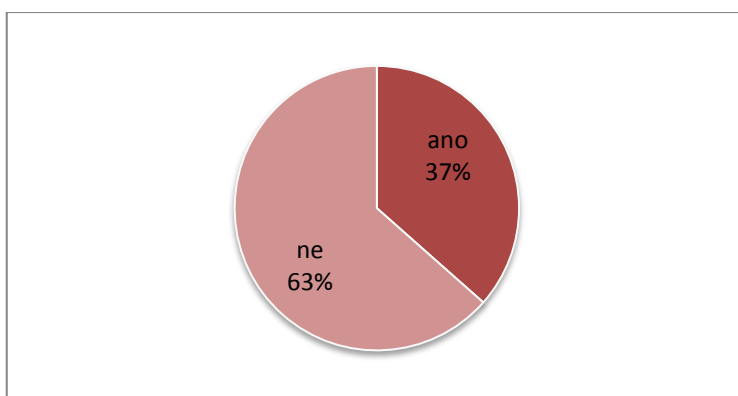


n=52

Z grafu č. 14 lze vyčíst, že většina dotazovaných, tj. 67% navštívila některé z okolních obcí a zbylých 33% respondentů nenavštívilo žádné okolní obce.

Otázka č. 15 – Plánujete opětovnou návštěvu obce Opařany?

Graf 15: Opětovná návštěva obce Opařany.



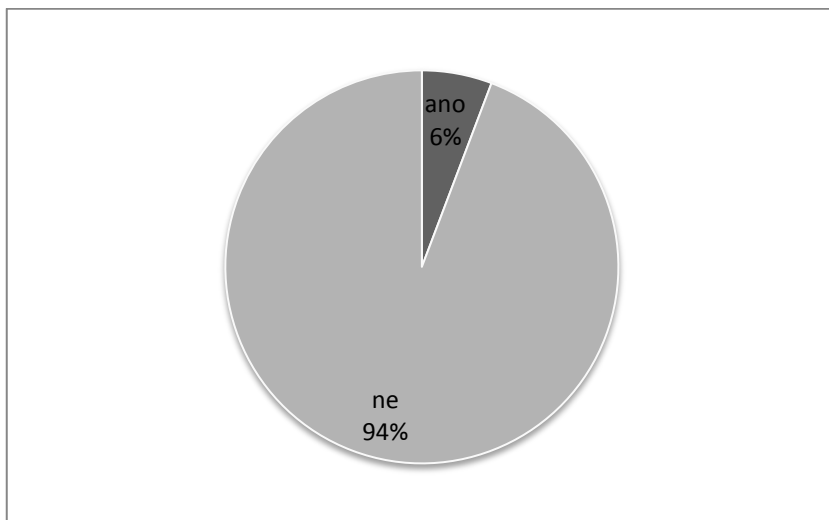
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na základě grafu č. 15 můžeme konstatovat, že 63% respondentů opětovnou návštěvu Opařan neplánuje. Naproti tomu 37% dotazovaných opětovnou návštěvu obce Opařany plánuje.

Otázka č. 16 – Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

Graf 16: Marketingová komunikace obce Opařany.



n= 52

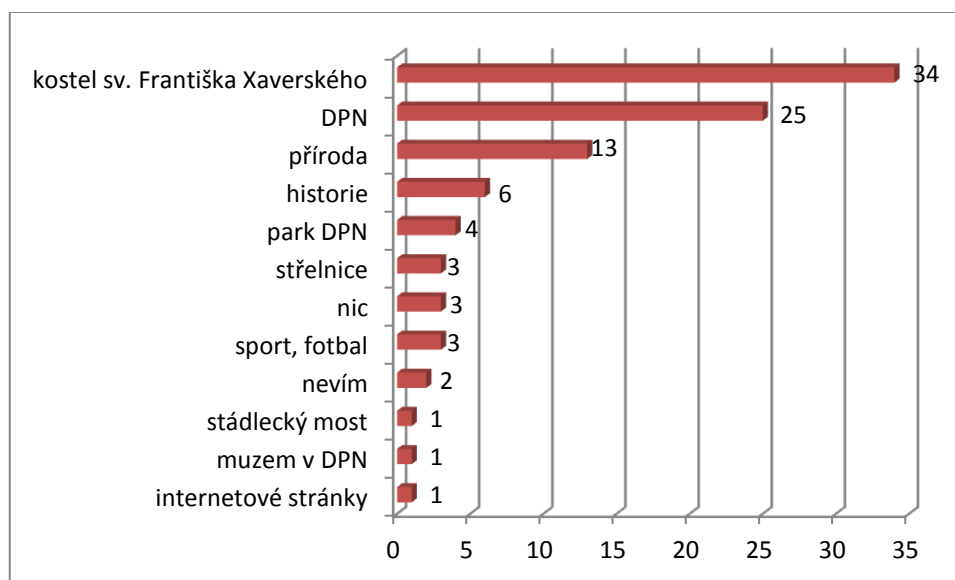
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na základě grafu č. 16 můžeme konstatovat, že většina dotazovaných, resp. 94%, se domnívá, že obec nemá dostatečnou marketingovou komunikaci. Naproti tomu 6% dotazovaných je přesvědčeno, že obec má dostatečnou marketingovou komunikaci.

4.2.2 Vyhodnocení dotazníků určených místním obyvatelům obce Opařany

Otázka č. 17 – Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany, která může přilákat turisty?

Graf 17: Primární atraktivity obce Opařany.



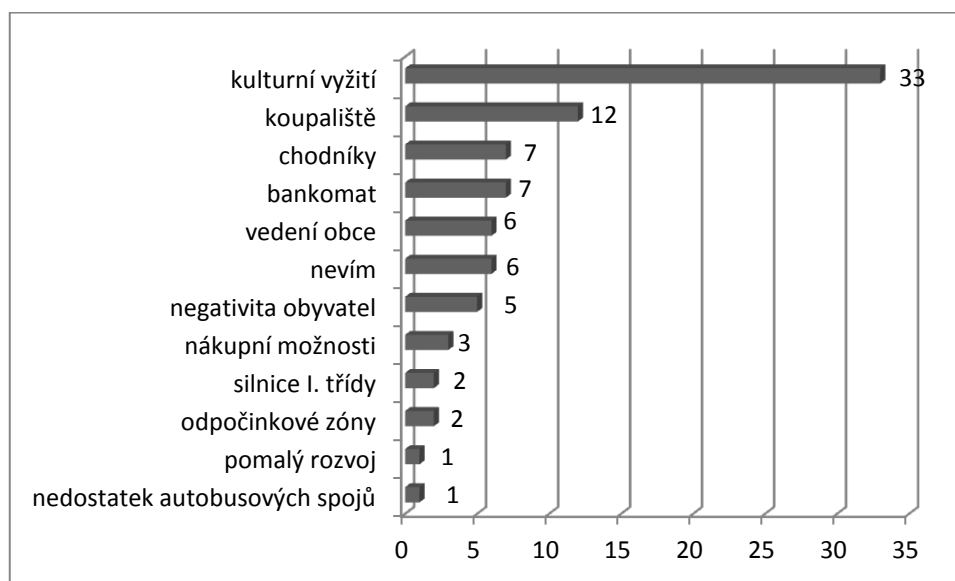
n= 96

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 17 respondenti uváděli primární atraktivity obce. Dotazovaní mohli uvádět více odpovědí. Nejvíce respondentů, tj. 34 uvedlo jako primární atraktivitu obce kostel sv. Františka Xaverského a DPN označilo za primární atraktivitu 25 dotazovaných. Třináct respondentů uvedlo jako primární atraktivitu obce její okolní přírodu. Historii obce považuje za primární atraktivitu 6 dotazovaných. Pro čtyři dotazované je primární atraktivitou obce park DPN. Tři dotazovaní uvedli jako primární atraktivitu obce střelnici, další tři respondenti uvedli jako svou odpověď nic a sport a fotbal je primární atraktivitou dle tří dotazovaných. Dva respondenti uvedli možnost nevím. Pro jednoho respondenta je primární atraktivitou stádlecký most, muzeum v DPN je atraktivitou obce taktéž dle jednoho respondenta. Internetové stránky jsou primární atraktivitou obce dle jednoho dotazovaného.

Otázka č. 18 – Co byste naopak uvedl/a jako zásadní nedostatek obce Opařany?

Graf 18: Nedostatky obce Opařany.



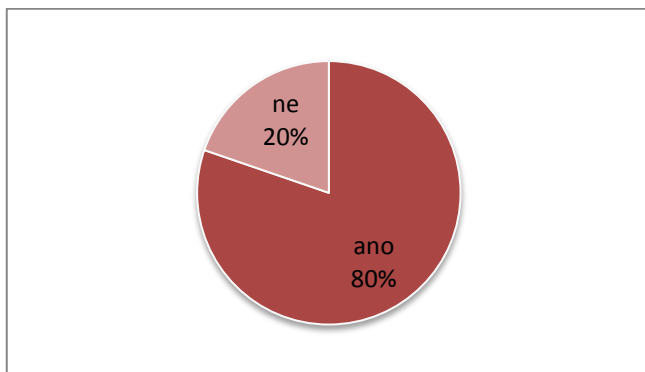
n= 85

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 18 respondenti uváděli nedostatky obce, mohli uvést několik odpovědí. Největší počet dotazovaných, tj. 33 uvedl jako zásadní nedostatek obce nedostatek kulturních akcí. Druhým nejvíce uváděným nedostatkem obce se stala absence koupaliště, na kterou poukázalo 12 respondentů. Sedm respondentů uvedlo jako zásadní nedostatek obce nedodělané chodníky a stejný počet dotazovaných uvedl jako nedostatek absenci bankomatu. Vedení obce uvedlo jako nedostatek šest dotazovaných. Odpověď nevím zvolilo 6 dotazovaných. Pět respondentů označilo jako nedostatek obce negativitu místních obyvatel. Pro tři dotazované jsou nedostatkem obce nákupní možnosti. Silnici I. třídy uvedli jako nedostatek obce dva respondenti. Absence odpočinkové zóny je nedostatkem taktéž dle dvou dotazovaných. Jeden respondent uvedl jako zásadní nedostatek pomalý rozvoj obce a nedostatek autobusových spojů uvedl jako svou odpověď jeden respondent.

Otázka č. 19 – Uvítal/a byste nějaké kulturní akce, které by byly určeny jak místním, ale mohly by přilákat i návštěvníky?

Graf 19: Kulturní akce v obci Opařany.



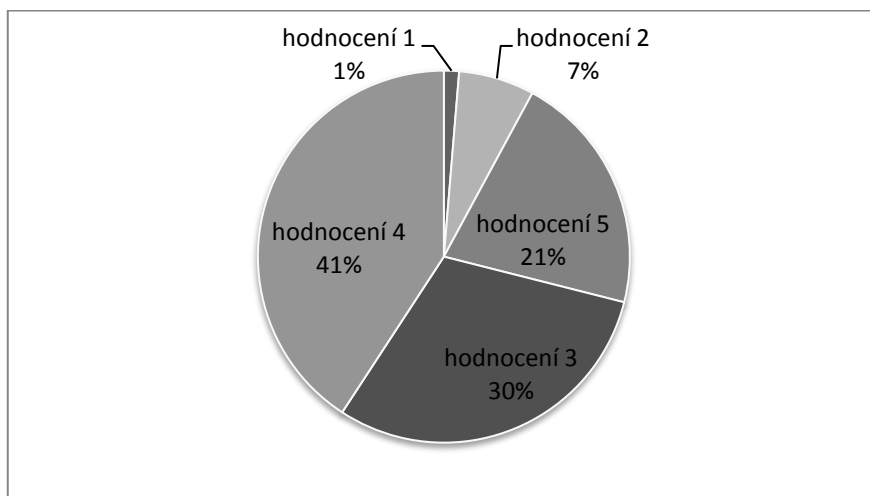
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 19 poukazuje na fakt, že velká většina dotazovaných, tj. 80% by v obci uvítala více kulturních akcí. Zbýlých 20% dotazovaných o kulturní akce v obci zájem nemá.

Otázka 20 – Jak byste ohodnotil/a kulturní, resp. společenské akce v obci?

Graf 20: Hodnocení kulturního života.



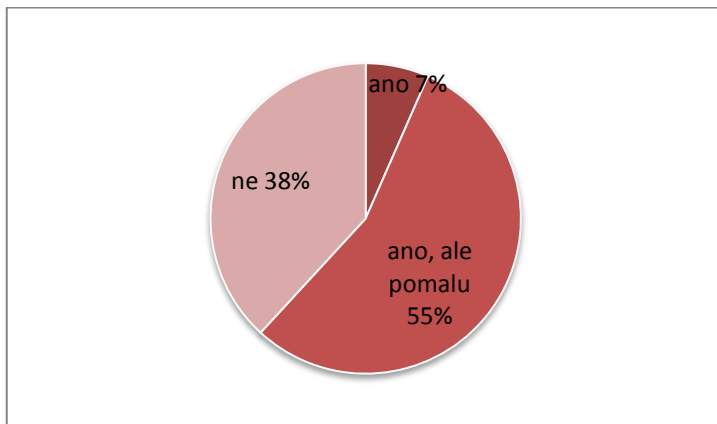
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z výše uvedeného grafu č. 20 lze vyčíst, že nejvíce respondentů, tj. 41% zhodnotilo kulturní život v obci známkou čtyři – dostatečně. Hodnocení známkou tři - dobře použilo 30% dotazovaných. Známkou pět - nedostatečně připojilo ke svému hodnocení 21% respondentů. Známkou dvě – velmi dobře ohodnotilo kulturní život v obci 7% dotazovaných. Známkou jedna - výborně připojilo ke svému hodnocení pouze 1% dotazovaných.

Otázka č. 21 – Myslíte si, že se Vaše obec rozvíjí?

Graf 21: Rozvoj obce Opařany.



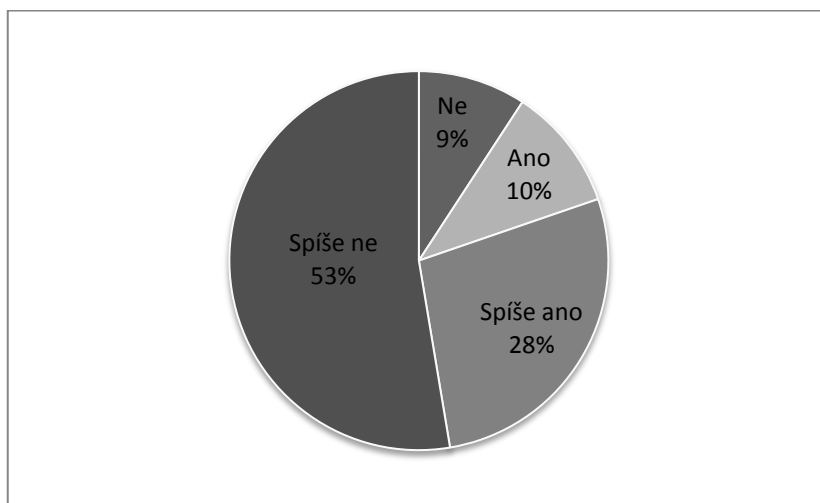
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 21 lze vyčíst, že 55% dotazovaných se domnívá, že se jejich obec rozvíjí, ale pomalu. Odpověď, že se obec nerozvíjí vůbec, zvolilo 38% respondentů. Sedm procent dotazovaných uvedlo, že dle jejich názoru se obec rozvíjí.

Otázka č. 22 – Myslíte si, že mají Opařany potenciál pro rozvoj cestovního ruchu?

Graf 22: Potenciál obce Opařany.



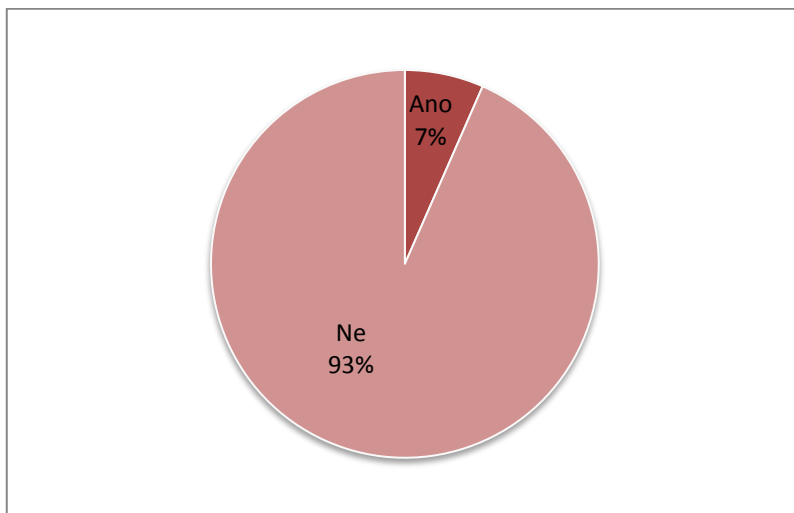
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

V případě grafu č. 22 uvedlo 53% respondentů, že Opařany spíše nemají potenciál pro rozvoj. Odpověď, že Opařany spíše mají potenciál pro rozvoj, zvolilo 28% dotazovaných. Odpověď ano, resp. odpověď, že Opařany mají potenciál pro rozvoj, uvedlo 10%, dotazovaných. Zápornou odpověď, resp. možnost že Opařany potenciál pro rozvoj nemají, uvedlo 9% respondentů.

Otázka č. 23 – Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

Graf 23: Marketingová komunikace obce Opařany.



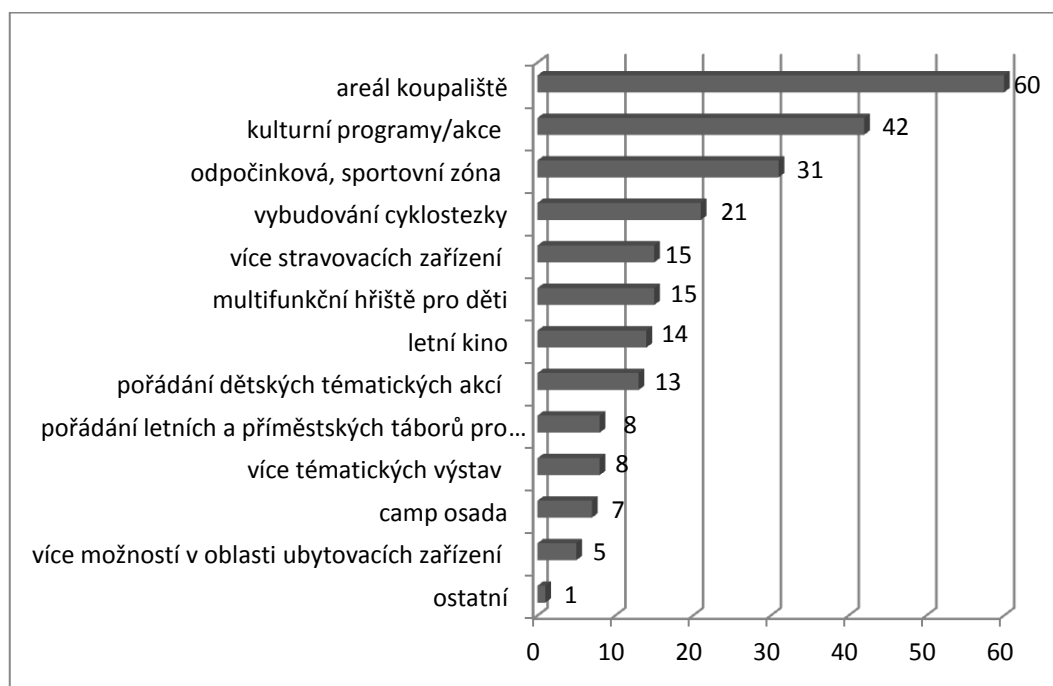
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 23 je patrné, že naprostá většina dotazovaných, resp. 93% je přesvědčena, že obec nemá dostatečnou marketingovou komunikaci. O opaku je přesvědčeno 7% dotazovaných.

Otázka č. 24 – Co byste uvítal/a v obci Opařany?

Graf 24: Vítané změny respondentů v obci Opařany.



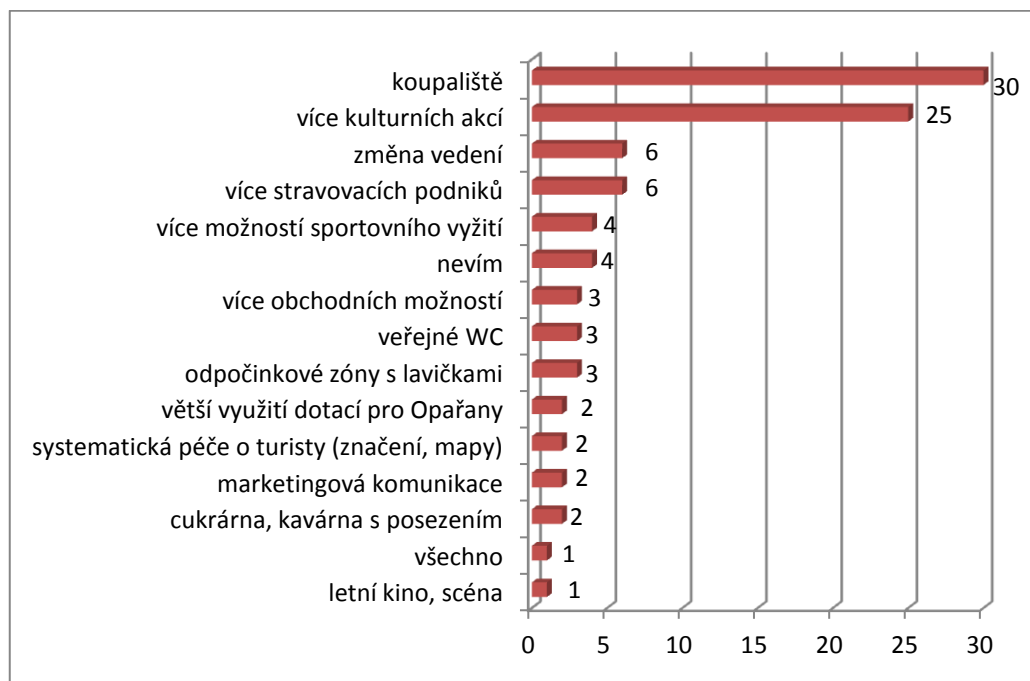
n= 240

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 24 mohli respondenti uvést několik z nabízených odpovědí. Největší počet respondentů, tj. 60 by v obci uvítal areál koupaliště. Kulturní programy a akce by byly vítanou změnou pro 42 dotazovaných. Odpočinkovou sportovní zónu by v obci uvítalo 31 respondentů. Cyklostezku v obci by uvítalo 21 dotazovaných. Patnáct respondentů by v obci uvítalo více stravovacích zařízení. Stejný počet dotazovaných, tj. 15 by v obci vítalo multifunkční hřiště pro děti. Letní kino se stalo vítanou změnou pro 14 respondentů. Třináct dotazovaných by v obci uvítalo pořádání dětských tematických akcí. Osm respondentů by v obci vítalo pořádání letních a příměstských táborů pro děti. Více tematických výstav by v obci uvítalo 8 dotazovaných. Camp osada by se stala vítanou změnou pro 7 respondentů. Pět dotazovaných uvedlo jako vítanou změnu v obci více možností v oblasti ubytovacích zařízení. Možnost ostatní uvedl jeden respondent, a jako svou odpověď uvedl sportovní areál.

Otázka č. 25 - Co se Vám v obci nelíbí, s čím jste nespokojen/a a co byste změnil/a, pokud by se Vaše obec měla více zaměřit na cestovní ruch?

Graf 25: Vítané změny v obci týkající se cestovního ruchu.



n= 94

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 25 mohli dotazovaní uvádět více odpovědí. Z grafu č. 23 je patrné, že nejvíce dotazovaných, tj. 30 by v obci uvítalo koupaliště. Další nejvíce vítanou změnou by bylo více kulturních akcí v obci, tuto možnost zvolilo 25 dotazovaných. Změnu vedení označilo jako svou odpověď 6 dotazovaných. Stejný počet respondentů, tj. 6 uvedl možnost více stravovacích zařízení. Čtyři dotazovaní uvedli jako svou odpověď více možností sportovního vyžití. Odpověď nevím uvedli taktéž 4 respondenti. Více obchodních možností uvedli jako svou odpověď tři respondenti. Výstavbu veřejného WC uvedli taktéž tři dotazovaní. Odpočinkové zóny s lavičkami zvolili za svou odpověď tři respondenti. Dva dotazovaní uvedli jako svou možnost více využívat dotací. Dva dotazovaní uvedli jako svou odpověď systematickou péči o návštěvníky. Marketingová komunikace obce byla odpovědí dvou dotazovaných. Cukrárna a kavárna s posezením se stala odpovědí taktéž pro dva dotazované. Odpověď všechno či letní kino se scénou uvedl jako svou odpověď jeden respondent.

4.3 Kvalitativní rozhovor – zástupce obce Opařany

V rámci kvalitativní části výzkumu - strukturovaného rozhovoru se zástupcem obce Opařany, byl osloven tajemník Obecního úřadu obce Opařany Vladimír Adam, kterému bylo položeno 12 otázek týkajících se obce. V následujících řádcích budou interpretovány nejdůležitější odpovědi a celý rozhovor je součástí příloh.

Na úvodní otázku, resp. co je primární atraktivitou obce Opařany, která láká turisty, dotazovaný uvedl kostel sv. Františka Xaverského. Jedná se o kulturní dědictví, které se obec snaží zachovat i pro budoucí generace, proto jsou v Územním plánu pro příští období zahrnuty také jeho úpravy. Jako další atraktivitu obce uvedl tajemník místní mysliveckou a sportovní střelnici, na které se konalo již mnoho soutěží a mistrovství. Například v roce 2004 byla pro Mistrovství Evropy v praktické střelbě vybrána Česká republika, a to konkrétně Opařany. Tato událost byla velmi významná a přilákala mnoho návštěvníků. Konala se zde i další mistrovství, resp. Mistrovství Evropy ve westernových střelbách či Mistrovství Evropy policejních sborů. Od této významné události se na zdejší střelnici pořádají různé soutěže a mistrovství. Proto je zdejší střelnice významným lákadlem i pro návštěvníky, kteří si zde po dohodě smí také zastřílet.

V otázce rozvoje obce tajemník uvedl, že se obec rozvíjí úměrně své velikosti. Změny v obci probíhají na základě Územního plánu, dle kterého jsou plánovány změny také do budoucna. V rámci rozvoje cestovního ruchu v obci se plánuje například výstavba nové cyklostezky, jelikož místní prostředí je pro cykloturistiku vhodné.

Na otázku, která se týkala pořádání akcí, programů či výstav, které by byly určeny primárně pro návštěvníky, byla odpověď následující. V obci se každoročně koná místní pouť a to v měsíci květnu, jedná se o tradiční pouť, na kterou se těší místní občané. Jelikož je pořádána poměrně brzy, pro návštěvníky tudíž určena není. V rámci letních měsíců, kdy jsou v obci přítomni také návštěvníci, se koná na místním fotbalovém hřišti „Spolkový den“, jedná se o zábavné odpoledne za účasti místních spolků a sdružení, včetně ukázky jejich činností. Program je doplněn o dětské hry a nechybí ani taneční zábava pod širým nebem. Doposud se v Opařanech konalo také Mistrovství republiky Enduro, do budoucna se doufá, že i nadále bude.

K otázce, zda obec využívá ke svému rozvoji dotací, byla odpověď kladná. Obec Opařany čerpá různé dotace či podpory především z Jihočeského kraje, dále z ROP a z MAS Krajina srdce, v rámci něhož také pořádala „Festival řemesel“.

Na otázku, zda obec spolupracuje s místními podnikateli, tajemník odpověděl kladně, jedná se oboustrannou spoluprací, která je ku prospěchu vždy oběma stranám. Nejvíce se spolupráce dotýká Zemědělského družstva Opařany, dále společnosti KAFKA Transport, a.s. či místních stavebních firem. Pro příklad tajemník uvedl, že se jedná např. o zapůjčení techniky, o provádění různých druhů prací pro obec atp.

Infrastruktura v obci je dle tajemníka vyhovující charakteru obce. Na otázku, zda obec plánuje provést nějaké změny, konkrétně v infrastruktuře, byla odpověď kladná. Plánuje se kupříkladu projektová dokumentace na výstavbu multifunkčního hřiště pro děti, dále se průběžně provádí rekonstrukce a výstavba místních komunikací a chodníků, která má za cíl především zvýšení bezpečnosti.

Obec Opařany má zpracovaný strategický dokument, resp. se jedná o „Místní program obnovy venkova obce Opařany“ na období 2009 – 2014, ve kterém je zahrnuta taktéž oprava sakrálních památek, především pro zachování kulturního dědictví a to jak v Opařanech, tak např. v Hodušíně.

Komunikace obce s občany je poměrně na dobré úrovni. Jelikož se místní spolky a sdružení starají o přípravu kulturních akcí v obci, jsou tak místní obyvatelé o všem informováni. Dle potřeby je také do místních rodin zasílán leták s plánovanými akcemi či změnami, které se týkají rozvoje obce a setkání s občany se pořádají v rámci veřejných jednání Zastupitelstva obce.

Obec Opařany spolupracuje s přilehlými okolními obcemi, dále je členem Mikroregionu Tábořsko, v jehož rámci má také zpracovaný dokument strategického rozvoje obce, dále je členem Svazu měst a obcí okresu Tábor a Svazu vlastníků obecních lesů.

Na otázku, co mohou návštěvníci obci přinést, tajemník uvedl následující. Jelikož se zde konala významná mistrovství a soutěže, jsou tak Opařany spolu s okolními obcemi (Tábor, Milevsko či Bechyně) pro návštěvníky dobře známé a také více navštěvované. Mnozí z návštěvníků se sem rádi vrací, pronajímají si zde opakovaně chaty či chalupy a tráví tak v obci své dovolené. Vyšší návštěvnost je obci

ku prospěchu, proto se obec snaží návštěvníkům v rámci své velikosti nabízet co nejvíce. Obec se díky návštěvníkům dostane do povědomí, a spokojení návštěvníci budou obec doporučovat k návštěvě dále, resp. svým známým či příbuzným.

4.4 Kvalitativní rozhovor – zástupce podnikatelské sféry

V rámci kvalitativní části výzkumu - strukturovaného rozhovoru se zástupcem podnikatelské sféry, byl osloven Josef Dvořák, pronajímatel ubytovacího zařízení v obci Opařany, resp. pronajímatel Chalupy U Malíře. V rámci tohoto rozhovoru bylo položeno 8 otázek týkajících se podnikání v obci Opařany. V následujících řádcích budou interpretovány klíčové odpovědi, celý rozhovor je součástí příloh.

Na základě položených otázek bylo zjištěno, že turisté navštěvují obec, resp. pronajímají si chalupu převážně v letních měsících. V zimě je chalupa pronajímána pouze pro silvestrovský pobyt.

Mezi primární faktory obce, které lákají návštěvníky, dotazovaný zařadil DPN Opařany, přírodu, cyklostezky, řeku Lužnici, vyhovující autobusové spojení, vyhovující infrastrukturu, blízkost větších měst, resp. Tábora, Bechyně, Milevska. Mezi primární faktory obce dotazovaný též zařadil dvě místní restaurace a umístění obce v Jihočeském kraji. Naopak za nedostatek obce byla uvedena silnice I. třídy, která vede napříč obcí a způsobuje tak v obci hluk.

Na otázku, co dotazovaný plánuje změnit či zavést, aby přilákal více turistů, byla odpověď jednoznačná a to zlepšení marketingové komunikace, konkrétně internetové prezentace ubytovacího zařízení, která je jediným a zároveň primárním nástrojem marketingové komunikace daného ubytovacího zařízení, dále zkvalitnit poskytované služby, zejména ty, které se týkají vybavenosti pro rodiny s dětmi.

V otázce doprovodných programů respondent odpověděl, že žádné programy turistům neposkytuje, o jejich zavedení ale bude přemýšlet. V souvislosti s doprovodnými programy J. Dvořák uvedl, že v rámci pronájmu chalupy je možné si pronajmout koně, které se nachází v nedaleko vzdálených obcích, o této skutečnosti informuje na svých internetových stránkách.

Při otázce spolupráce s vedením obce, byla odpověď negativní, pronajímatel ubytovacího zařízení Chalupa U Malíře s vedením obce nijak nespolupracuje. V otázce

společné marketingové komunikace spolu s obcí dotazovaný odpověděl, že by pro něj společná marketingová komunikace výhodná nebyla, jelikož nepronajímá operativně, ale pouze příležitostně, a pobyty se zde zamlouvají i s půlročním předstihem.

V otázce rozvoje obce se dotazovaný přiklání k názoru, že se obec rozvíjí, ale velmi pomalu. Co se týče úprav či oprav v rámci obce, předloňský rok byla dokončena rekonstrukce chodníků, která na některých místech stále pokračuje, od té doby se v obci žádné zásadní změny nekonaly.

4.5 Syntéza výsledků

Následující část se týká sumarizace, resp. syntézy výsledků v této bakalářské práci.

Na základě dotazníkového šetření u návštěvníků obce bylo zjištěno, že většina jich do Opařan zavítala za účelem odpočinku, relaxace a dovolené. S tím souvisí zjištění, které se prokázalo na základě kvalitativního rozhovoru se zástupcem podnikatelské sféry, že návštěvníci jezdí do obce především v letních měsících, které využívají pro své dovolené.

Návštěvníci považují za primární atraktivitu obce zdejší klid, příjemné prostředí venkova a okolní přírodu. Dle místních obyvatel je v obci primární atraktivitou kostel sv. Františka Xaverského spolu s Dětskou psychiatrickou nemocnicí. Stejného názoru je také tajemník obce, který pokládá kostel sv. Františka Xaverského spolu s DPN Opařany za dominantu obce. Tajemník obce Opařany dále uvedl jako atraktivitu obce také fakt, že se v místní střelnici konalo významné Mistrovství Evropy ve střelbě a od té doby se zde koná množství soutěží a střeleckých závodů, které jsou oblíbené a navštěvované a obohacují tak kulturně – společenský život v obci.

Naopak nedostatkem obce je dle místních obyvatel kulturně – společenský život v obci. V souvislosti s tímto faktem bylo na základě dotazníkového šetření jak u návštěvníků, tak u místních obyvatel potvrzeno, že obě skupiny dotazovaných by v obci uvítaly specifické kulturně – společenské akce.

V rámci dotazníkového šetření u návštěvníků obce bylo dále zjištěno, že nejvíce navštěvované jsou v obci místní rybníky, spolu s okolní přírodou a také významný kostel sv. Františka Xaverského.

Z dotazníkového šetření u návštěvníků dále vyplynulo, že ti, kteří se v obci ubytují, nejvíce využívají možnosti pronájmu chaty či chalupy. Jelikož se ale přímo v Opařanech nachází pouze jedna chalupa k pronájmu, resp. Chalupa U Malíře, není zde žádná možnost výběru. Proto někteří z dotazovaných využili možnosti pronájmu chaty či chalupy v okolních obcích.

Vítanou změnou jednak pro návštěvníky, ale také pro místní obyvatele by v obci byl areál koupaliště, tento fakt vyplynul taktéž z dotazníkového šetření u obou skupin respondentů.

Většina dotazovaných návštěvníků neplánuje opětovnou návštěvu obce, jelikož jim obec již nemá co nového nabídnout.

Místní obyvatelé by obci doporučili vybudovat koupaliště a zavést více kulturních akcí, které by byly určeny jednak jim, ale především návštěvníkům, díky těmto změnám by se dle místních občanů mohl zvýšit příliv návštěvníků do obce. Z dotazníkového šetření mezi místními občany vyplynulo, že většina je ráda, že je obec navštěvována, dle nich jsou návštěvníci pro obec velkým přínosem.

Dotazníkové šetření u místních obyvatel ukázalo, že většina občanů se domnívá, že obec spíše nemá potenciál pro rozvoj cestovního ruchu a to zejména v důsledku pomalého rozvoje obce. Tajemník obce uvedl, že obec se rozvíjí úměrně své velikosti. Obec má navíc zpracovaný strategický dokument, resp. Strategický plán rozvoje mikroregionu Tábořsko a Místní program obnovy venkova obce Opařany na období 2009 – 2014, ve kterých jsou popsány změny, kterých chce obec dosáhnout, např. vybudovat další cyklostezky, zaměřit se na úpravu, resp. opravu sakrálních památek či vystavět v obci víceúčelové hřiště pro děti (Strategický plán rozvoje mikroregionu Tábořsko - Opařany, 2011).

Na samotném počátku této práce byly stanoveny hypotézy, které se na základě analýzy současného stavu a výsledků dotazníkového šetření podařilo potvrdit. První hypotéza byla stanovena následovně:

H1: Obec Opařany je vhodná především pro letní turistické aktivity. Z dotazníkového šetření, které se uskutečnilo v letních měsících, vyplynulo, že návštěvníci směřují do obce převážně v letních měsících, které využívají pro své dovolené. Na základě kvalitativního rozhovoru se zástupcem podnikatelské sféry, resp.

pronajímatelem ubytovacího objektu v Opařanech Josefem Dvořákem, byla hypotéza taktéž potvrzena, jelikož odpověď na otázku, zda si ubytovací zařízení pronajímají návštěvníci spíše v letních či zimních měsících, byla jednoznačná. V zimním období se ubytovací zařízení pronajímá pouze pro silvestrovské pobyty.

Druhá hypotéza, která se týkala primárního motivu návštěvy obce, byla konstruována následovně:

H2: Nejvýznamnějším motivem pro návštěvu obce Opařany je odpočinek a relaxace. Potvrzení této hypotézy ukázalo dotazníkové šetření, ze kterého vyplynulo, že největší počet respondentů navštěvuje obec za účelem dovolené, odpočinku a relaxace.

4.6 Vlastní návrhy

Na základě situační analýzy obce a dotazníkového šetření jednak u návštěvníků, jednak u místních obyvatel jsem dospěla k několika vlastním návrhům, které by obci mohly prospět zejména z hlediska větší návštěvnosti obce.

Jelikož cílem této bakalářské práce bylo navržení strategických cílů, priorit a opatření, které by mohly vést k rozvoji cestovního ruchu v obci Opařany, v rámci této kapitoly budu postupovat dle stanoveného cíle práce, resp. vymezím jednotlivé základní cíle a specifikuji k nim priority a následná opatření.

Strategická vize

Opařany jsou pozitivně vnímanou obcí s charakterem venkovského rázu, která díky svým kulturně – historickým památkám, okolnímu prostředí a umístění v Jihočeském kraji nedaleko významných měst poskytuje vhodné zázemí a příležitosti jednak pro fungující podnikání, pro rozvoj cestovního ruchu, kvalitní život občanů včetně zázemí a příležitostí pro příjemně strávenou dovolenou.

Uvedené strategické vize jsou navrženy pro konkrétní období resp. do roku 2020.

Stanovené cíle a specifikace priorit

Cíl 1: Systematicky rozvíjet spolupráci a marketing destinace

Priorita 1: Spolupráce s dalšími obcemi

Priorita 2: Pravidelný marketingový výzkum

Priorita 3: Produkty cestovního ruchu

Cíl 2: Zaměřit se na rozvoj infrastruktury cestovního ruchu

Priorita 1: Ubytovací kapacity

Priorita 2: Relaxační a odpočinkové zóny

Cíl 3: Zvýšení počtu ubytovaných turistů v obci

Priorita: Zavedení specificky laděných aktivit v rámci ubytování

Cíl 1 – Systematicky rozvíjet spolupráci a marketing destinace

Priorita 1 Spolupráce s dalšími obcemi

Obec Opařany je obcí malou, proto je zde na místě spolupráce s nedalekými obcemi. Jelikož se Opařany nachází v blízkosti významných jihočeských měst jako je Tábor, Písek, Bechyně či Milevsko, měla by se spolupráce mezi zmíněnými obcemi systematicky rozvíjet. V současné době je obec Opařany členem mikroregionu Tábořsko a členem svazu měst a obcí okresu Tábor. Spolupráce se může týkat například společných projektů či pořádání společných akcí. Neméně důležitou formou spolupráce je také odvětví marketingové komunikace, zejména pak spolupráce v rámci internetových stránek jednotlivých obcí. Zmíněná města mohou na své stránky umístit například doporučení týkající se specifické možnosti ubytování, a to pronájmu venkovské chalupy v Opařanech. Rovněž se na internetových stránkách nedalekých měst mohou objevit informace o kulturně – historických památkách v obci Opařany,

resp. o významném kostelu sv. Františka Xaverského, o gotickém kostelu sv. Václava v Hodušíně či o možnosti cyklistických výletů v okolí Opařanska.

Priorita 2 Pravidelný marketingový výzkum

Pro rozvoj obce v rámci cestovního ruchu je důležité vědět a znát, co potencionální návštěvníci chtějí, resp. co by v obci uvítali. Pro zjištění požadavků a potřeb návštěvníků se využívá marketingový výzkum, který napomůže odhalit a specifikovat potřeby a přání návštěvníků. Marketingový výzkum může mít mnoho specifikací, záleží na tom, co konkrétně chce zadavatel výzkumu zjistit. Co se týče obce Opařany, může se jednat například o výzkum zaměřený na spokojenost návštěvníků v obci s ubytovacími či stravovacími zařízeními. Případně co by v obci uvítali, aby jejich návštěva nebyla poslední či co by návštěvníky přimělo k prodloužení pobytu v obci. Na základě výsledků z výzkumu se obec může zaměřit na zjištěné nedostatky a do budoucna tak vyhovět potřebám a požadavkům potencionálních návštěvníků, resp. nabídnout jim přesně to, co chtějí. Marketingový výzkum je vhodné provádět pravidelně např. jednou za dva roky.

Priorita 3 Produkty cestovního ruchu

Aby se stala obec atraktivní z hlediska cestovního ruchu, musí nabízet specifické produkty, které obci zajistí jedinečnost a přilákají návštěvníky do obce. Obec Opařany má návštěvníkům co nabídnout, a proto by se měla zaměřit na vytvoření co nejatraktivnějších produktů, které budou vyvstávat z předpokladů, které obec má.

Specifické kulturně – společenské akce

Na základě situační analýzy obce a v rámci dotazníkového šetření u obou dotazovaných skupin vyplynul na povrch fakt, že návštěvníci by uvítali v obci nějaké kulturní akce stejně tak jako místní obyvatelé. Na místě je tedy otázka zavedení specifických kulturních akcí, které by byly situovány zejména do letních měsíců, kdy jsou v obci návštěvníci.

Tradiční řemesla na Opařansku

Specifická akce pod výše uvedeným názvem by mohla být obdobou „Festivalu řemesel“, který se v obci již pořádá, byl ovšem určený především místním obyvatelům. Venkovsky laděná kulturně – společenská akce by byla pro návštěvníky jistě atraktivní

svým venkovským charakterem a bohatým programem, který by nabízel možnost vyzkoušet si tradiční řemesla a činnosti, kterými se spolky a sdružení v obci zabývají. Nejen děti, ale většina věkových skupin návštěvníků by si tak z návštěvy v Opařanech odvezla nezapomenutelný zážitek. Pořádání kulturních akcí by mohlo obci zajistit i opakovanou návštěvu některými turisty.

Opařanské farmářské trhy

Oblíbeným trendem dnešní doby, který by dotvořil venkovský charakter obce, jsou farmářské trhy. Možnost zakoupení ekologicky pěstovaných potravin a domácích produktů všeho druhu by uvítali především návštěvníci z větších měst, kteří by si tímto způsobem mohli z obce odvézt jako suvenýr např. opařanský med zdejšího včelařského spolku či jiné místní produkty.

Místní restaurace zaměřené především na klasickou českou kuchyni by mohly pořádat specifické akce restauračního rázu.

Nabídka místních a regionálních specialit

Umístění obce Opařany v Jihočeském kraji nabízí možnost připravovat tradiční regionální a místní speciality, jako např. kulajdu, cmundu, bramborové placky, bosáky či zelňáky. Specificky laděná nabídka by jistě návštěvníkům obohatila jejich výlet či pobyt a návštěvníci by si tak z Opařan mohli odvézt nevšední gurmánský zážitek v podobě ochutnání klasické jihočeské speciality.

Myslivecké hody v Opařanech

Pro milovníky zvěřiny by zdejší restaurace mohly pořádat např. myslivecké hody, které by nabízely možnost ochutnat různé druhy zvěřiny. V tomto případě by restaurace mohly využít spolupráce s místním mysliveckým spolkem.

Sportovně – rekreační aktivity

Cykloturistika na Opařansku aneb projed'te na kole významná jihočeská města a obce

Jak již bylo uvedeno, Opařany se nachází v Jihočeském kraji nedaleko větších a turisticky významných měst. Jelikož zdejší krajina a terén jsou příznivé pro cykloturistiku, nabízí se zde možnost cyklistických výletů na kratší nebo i delší vzdálenosti. V rámci cykloturistiky na Opařansku mohou návštěvníci projet na kole

významná města jako je nedaleký Tábor, Bechyně či Písek a navštívit zde kulturně – historické památky, které jsou v rámci jihočeské oblasti velmi významné. V Táboře tedy lze navštívit např. hrad Kotnov, historické centrum města, ZOO Větrovy, granátovou skálu či botanickou zahradu. V Bechyni lze navštívit komplex zámku či děkanský kostel sv. Matěje. V Milevsku jistě stojí za návštěvu místní dominantní klášter. Písek láká návštěvníky svým hradem, nejstarším českým mostem či kostelem Narození Panny Marie. Cykloturistiku tedy lze spojit s poznáváním kulturně – historických památek, kterých se na území Opařanska a v jeho okolí nachází nemalý počet. Přes území Opařan vedou cyklostezky s označením lehkých tras. V rámci jedné z cyklotras lze uspořádat rodinný výlet přes Sepekov do Milevska či zvolit trasu s návštěvou stádleckého řetězového mostu. (Klub českých turistů – cyklotrasy, cit. 3. 2. 2014)

Do budoucna se v obci Opařany v rámci rozvoje cestovního ruchu plánuje výstavba nové cyklostezky, jelikož zdejší prostředí je pro tento druh turistiky vhodné.

Marketingová komunikace obce Opařany

Pokud má obec co nabídnout, resp. pokud má obec produkty, které může nabízet na trhu cestovního ruchu, je vhodné je účinnou formou komunikovat navenek. Důležitou součástí marketingové komunikace obce jsou její internetové stránky, které navštěvuje nejvíce potencionálních návštěvníků. Internetové stránky by měly být přehledné, měly by obsahovat všechny důležité informace jak pro místní obyvatele, tak pro návštěvníky i pro místní podnikatele. Opomíjen by neměl zůstat ani vizuální ráz stránek. Obec Opařany by se v rámci rozvoje cestovního ruchu měla zaměřit především na poskytování turistických informací prostřednictvím svých internetových stránek. Stávající internetové stránky jsou svým obsahem určeny především místním obyvatelům.

Internetové stránky obce by mohly být rozčleněny na několik podskupin a to na obyvatele, návštěvníky a např. podnikatele. Návštěvníci obce by se tak po zvolení skupiny návštěvníků měli možnost dozvědět základní turistické informace, které jsou pro ně klíčové. Součástí turistických informací by byly samozřejmě nabízené produkty obce, které by byly členěny dle kategorie, do které spadají, resp. kulturně – společenské akce, sportovně – rekreační aktivity atp. Specifickým rysem stránek by mohl být vizuální ráz, který by měl venkovský charakter a byl by doplněný o autentické

fotografie spolu se seznamem nadcházejících akcí. Součástí informací pro návštěvníky by byly samozřejmě tipy na výlety do nedalekých obcí spolu s uvedením atraktivit, které dané město nabízí.

Cíl 2 – Zaměřit se na rozvoj infrastruktury cestovního ruchu

Priorita 1 Ubytovací kapacity

V obci Opařany je možné ubytovat se buďto v místním penzionu nebo si pronajmout chalupu. Z dotazníkového šetření u návštěvníků obce vyplynulo, že žádanou možností ubytování je právě pronájem chaty či chalupy. Jelikož se v obci nachází pouze jedna chalupa k pronájmu, resp. Chalupa U Malíře, není zde žádná možnost výběru. Někteří turisté proto volí pronájem chaty či chalupy v nedalekých obcích jako např. pronájem na statku Beránka v Nových Dvorech.

Možnost pronájmu chaty či chalupy ve venkovském prostředí je velmi oblíbeným způsobem ubytování především pro rodiny s dětmi z větších měst. Svědčí o tom i fakt, který vyplynul z kvalitativního rozhovoru s Josefem Dvořákem, který pronajímá Chalupu U Malíře a má rezervace i s půl ročním předstihem. Pro operativní pronajmutí nemá tudíž moc volných kapacit a proto někteří turisté musí vyhledat jinou možnost ubytování se. Mezi svými klienty má i takové, kteří si jeho chalupu pronajímají opakovaně.

Je samozřejmostí, že v rámci rozvoje cestovního ruchu, který souvisí se zvyšujícím se počtem návštěvníků dané destinace, v tomto případě obce Opařany, je zapotřebí nabídnout návštěvníkům dostatečnou kapacitu, jednak co se týče ubytovacích, ale také stravovacích zařízení.

Na území Opařan se nachází několik nevyužitých objektů, jedná se především o stodoly. Zde se nabízí možnost kompletní rekonstrukce stodol, ze kterých by mohly vzejít další objekty k pronajmutí. (Územní plán obce Opařany, 2007)

Součástí konceptu rozvoje cestovního ruchu by se tak pro obec Opařany mohla stát právě nabídka ubytování se v pronajaté chatě či chalupě, kterých by se v obci nacházelo několik a byla by zde tudíž pro turisty možnost výběru resp. dostatek volné kapacity k ubytování.

Priorita 2 Relaxační a odpočinkové zóny

Na základě dotazníkového šetření u návštěvníků obce se ukázalo, že primárním motivem návštěvy obce je odpočinek a relaxace. Pro obec tato informace znamená fakt, že by se měla v otázce rozvoje zaměřit na odpočinkové a relaxační zóny. Jedná se například o úpravu veřejných prostranství na odpočinkové parky včetně laviček, cyklistických odpočívadel, osvětlení a chodníků. S tím samozřejmě souvisí i revitalizace zeleně, sadba stromů, které budou chránit úsek před přímým sluncem. Součástí odpočinkových zón může být např. pískoviště, či menší hřiště, které bude určené zejména pro děti k účelu provozování nenáročných sportovních aktivit.

Součástí odpočinkových zón by se mohlo stát i místní koupaliště, které se na základě obou dotazníků stalo primární vítanou změnou.

Z návštěvnických dotazníků také vyplynulo, že největší atraktivitou se v obci stala okolní příroda, venkovský ráz obce, klid a místní rybníky. Proto by se obec měla zaměřit na účinné značení přírodních tras včetně cykloturistických, značení místních a nedalekých kulturně – historických památek, a dále např. na zavedení venkovní mapy, která by poukazovala na možnosti pěších i cyklistických výletů do okolí.

Velkým přínosem pro obec by bylo znovuotevření provozu zámku v nedaleké obci Oltně. Novorenesanční zámek je umístěn uprostřed malebného parku a v rámci jeho provozu by byly možné jednak prohlídky zámku včetně samotného ubytování se v zámeckém prostředí. Prohlídky zámku patří mezi oblíbené aktivity návštěvníků. Jelikož je v současné době zámek na prodej, tato možnost zůstává prozatím v budoucnosti.

Cíl 3 – Zvýšení počtu ubytovaných turistů v obci

Priorita 1 Zavedení specificky laděných aktivit v rámci ubytování

Další možností, jak přilákat do obce více návštěvníků, kteří se v obci ubytují a zároveň zatraktivnit jejich pobyt v pronajaté usedlosti, je možnost zavedení doprovodných programů především venkovského charakteru. Jedná se o specifické činnosti, které jsou typické pro venkov jako např. pěstování ekologických potravin a jejich následná úprava a příprava, chov a péče o méně náročná domácí zvířata, rybaření v místních rybnících či v řece, sběr lesních plodin spolu s houbařením včetně

přípravy typické jihočeské kulajdy a dalších regionálních pokrmů. Tento typ aktivit je vyhledávaný zejména těmi, kteří pochází z větších měst a touží vyzkoušet si, jaké je to „žít“ na vesnici. Doprovodné programy tak mohou zpestřit ubytování a prodloužit tak pobyt návštěvníků v obci.

Ve spojitosti s doprovodnými programy lze hovořit také o zdravém životním stylu, který se v posledních letech stává prioritou mnoha rodin. Především rodiny z městských aglomerací preferují strávit příjemnou dovolenou ve venkovském prostředí, na čerstvém vzduchu s možností fyzicky nenáročných aktivit, které lze provozovat v přilehlém okolí. Obec Opařany je destinací, která může výše zmíněné nabídnout.

5. Závěr

Opařany jsou obcí, která je díky svému umístění v Jihočeském kraji, kulturně-historickým památkám a především díky okolní přírodě a venkovskému rázu atraktivní destinací, která má potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. I přes svou relativně malou rozlohu má návštěvníkům co nabídnout, od poznávání kulturně-historických památek, přes výlety do okolí, cyklistické výlety až po příjemně strávenou dovolenou plnou aktivního odpočinku. Opařany nabízí specifickou možnost ubytování se a to pronajmout si chatu či chalupu a ponechat tak dovolenou zcela ve vlastní režii.

Cílem této bakalářské práce bylo identifikovat potenciál obce pro rozvoj obce jako destinace a následně navrhnout strategické cíle, priority a opatření, která by přispěla k vyšší návštěvnosti obce. První část práce, resp. literární rešerše obsahuje teoretický základ oblasti cestovního ruchu, strategického rozvoje a marketingového managementu destinací. Následuje část praktická, která obsahuje metodiku práce, analýzu současného stavu obce, výsledky dotazníkového šetření, řízené rozhovory, syntézu výsledků a závěrečnou část představují vlastní návrhy.

Na začátku práce byly stanoveny hypotézy, které se na základě dotazníkového šetření a kvalitativních rozhovorů podařilo potvrdit. Hypotézy byly konstruovány následovně:

H1: Obec Opařany je vhodná především pro letní turistické aktivity.

H2: Nejvýznamnějším motivem pro návštěvu obce Opařany je odpočinek a relaxace.

V rámci vlastních návrhů bylo specifikováno několik opatření resp. cílů, které by obci napomohly ke zvýšení návštěvnosti, resp. k rozvoji cestovního ruchu v obci. Jedná se především o systematický rozvoj spolupráce a marketingu destinace, v rámci tohoto cíle by se obec měla zaměřit na systematickou spolupráci s okolními obcemi, provádění pravidelných marketingových výzkumů a především by měla sestavit produkty, které bude nabízet na trhu cestovního ruchu. Produktem obce mohou být kulturně – společenské akce typu - Tradiční řemesla na Opařansku, Opařanské farmářské trhy či sportovně rekreační aktivity, zejména cykloturistika. Dalším cílem, resp. opatřením byl rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, v rámci kterého by se obec měla zaměřit na ubytovací kapacity obce a také na relaxační a odpočinkové zóny. S uvedeným cílem

souvisí cíl následující a to zvýšit počet ubytovaných turistů v obci, jehož lze dosáhnout např. prostřednictvím zavedení doprovodných programů v rámci ubytování.

I. Summary and keywords

Opařany is municipality, which is due to its location in the South Bohemian Region, the cultural-historical monuments and especially the surrounding countryside and the rural character attractive destination which has the potential for tourism development. Despite of relatively small area has much to offer, from cultural-historical monuments, through trips, cycling trips to a pleasant holiday full of active rest. Opařany offers specific option of accommodation which is to rent a cottage and leave their holiday on their own initiative.

The aim of this work was to identify the potential for the development of the village community as a destination and then propose strategic goals, priorities and measures that would contribute to higher attendance of village. The first part resp. literary research includes theoretical basis of tourism, strategic development and marketing destination management. The following is a practical part, which contains methodology of work, analysis of the current state of the village, the results of the questionnaire survey, structured interviews, synthesis of results and final part presents my own proposals.

At the beginning of work have been established hypotheses on the basis of survey and qualitative interviews was verified. Hypotheses were constructed as follows:

H1: Village Opařany is especially suitable for the summer tourist activities.

H2: The most important motive for visiting the village Opařany is rest and relaxation.

Within their suggestions was specified number of arrangement respectively goals that would have helped the village to increase attendance respectively the development of tourism in the village. It is essentially a systematic development cooperation and destination marketing in the context of this objective, the municipality should focus on systematic cooperation with neighboring municipalities, conducting regular market research and mainly should assemble products that will offer at the tourism market.

The product municipalities may be culturally specific - event type - Traditional crafts at Opařansko, Farmer markets at Opařansko or sports and recreational activities, especially cycling. Another object respectively arrangement was the development of tourism infrastructure, within under it, the community should focus on the

accommodation capacity in municipality and also to relax and rest zones. Following objective is to increase the number of tourists staying in the village (municipality), which can be achieved for example through the introduction of accompanying programs within the accommodation. Which is related to previous objective.

Keywords

Tourism

Strategic development

Destination

Marketing

Management

Municipality

II. Seznam použitých zdrojů

- [1] Čadilová, O. (Ed.). (2008). *Opařany: Hodušín, Nové Dvory, Olší, Oltyně, Podboří, Skřýchov u Opařan*. Praha: Maroli.
- [2] Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha: Idea Servis.
- [3] Fellegiová, E., & Pavezová, I. (2008). *Destinační management: příležitost i pro váš region*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- [4] Fišer, J. (2011). *Strategický plán rozvoje mikroregionu Tábořsko*. Tábor.
- [5] Foret, M. (2008). *Marketing pro začátečníky*. Brno: Computer Press.
- [6] Foret, M., & Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.
- [7] Goeldner Ch., & Ritchie J. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [8] Hesková, M. et al. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- [9] Horáková, H. (2001). *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing.
- [10] Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]*. Praha: Grada Publishing.
- [11] Hrabánková, M., & Hájek, T. (2002). *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- [12] Janečková, L., & Vašítková, M. (1999). *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing.
- [13] Kiráľová, A. (2003). *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.
- [14] Maier, K., & Čtyrský, J. (2000). *Ekonomika územního rozvoje*. Praha: Grada Publishing.

- [15] Malá, V. (1999). *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.
- [16] Middleton, V., Fyall, A., & Morgan, M. (2009). *Marketing in travel and tourism*. London: Butterworth-Heinemann.
- [17] Němčanský, M. (1999). *Odvětví cestovního ruchu: vybrané kapitoly*. Karviná: Slezská univerzita.
- [18] Oriška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- [19] Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- [20] Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing.
- [21] Palatková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada Publishing.
- [22] Stříbrná, M. (2005). *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press.
- [23] Štemberk, J. (2009). *Fenomén cestovního ruchu: možnosti a limity cestovního ruchu v meziválečném Československu*. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov.
- [24] Ing.arch. Buzu, D. et al. (2007). *Územní plán Opařany*. České Budějovice: UA PROJEKCE.
- [25] Vaško, M. (2002). *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Oeconomica.
- [26] Wokoun, R. et al. (2008). *Regionální rozvoj: (východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování)*. Praha: Linde.

Internetové zdroje

- [27] Dětská psychiatrická nemocnice Opařany – Areál nemocnice. [online]. cit. 2. 1. 2014. Dostupné z: <http://www.dpnoparany.cz/areal-kulturni-pamatky/>
- [28] Dětská psychiatrická nemocnice Opařany – turistické ubytování. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.dpnoparany.cz/inzerce-ubytovani/>
- [29] Dovolená na chatách a chalupách, Jihočeský kraj. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.chaty-chalupy-dovolena-ubytovani.cz/jihocesky-kraj/jizni-cechy/tabor/chalupa-oparany-2011006/>
- [30] Ententyky.cz – Opařany, bývalý jezuitský klášter. [online]. cit. 2. 1. 2014. Dostupné z: <http://www.ententyky.cz/klaster/oparany-byvaly-jezuitsky-klaster>
- [31] Chalupa U Malíře. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://superchalupa.cz/>
- [32] Klub českých turistů – cyklotrasy. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.kctmilevsko.pisecko.info/cl26.htm>
- [33] Kulturní most – Český svaz žen Opařany. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.kulturni-most.cz/kulturni-database/cesky-svaz-zen-oparany/>
- [34] Letní dětský tábor Summer time. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.detskytabor.cz/>
- [35] Místopisný průvodce po České republice – Opařany. [online]. cit. 2. 1. 2014. Dostupné z: http://www.mistopisy.cz/oparany_7020.html
- [36] Mistrovství České republiky Enduro a Cross country open. [online]. cit. 5. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.motocams.cz/enduro/aktuality/826>
- [37] Myslivecké sdružení Opařany. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.myslivi.com/>
- [38] Občanské sdružení MAS Krajina srdce – Festival řemesel Opařany. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.maskrajinasrdce.cz/2012/07/festival-remesel-oparany>
- [39] Obec Opařany – základní informace. [online]. cit. 2. 1. 2014. Dostupné z: <http://www.oparany.cz/obec/zakladni-informace/>

- [40] Penzion 67. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://penzion-oparany.cz/>
- [41] Restaurace Na Tahu. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.na-tahu.cz/>
- [42] Statek Beránka – ubytování. [online]. cit. 2. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.statekberanka.cz/>
- [43] Střelecký klub Opařany. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.skoparany.cz/>
- [44] Tábořský deník – Čas běhu léčebny má zachytit malé muzeum. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: http://taborsky.denik.cz/zpravy_region/cas-behu-lecebny-ma-zachytit-male-muzeum-20121124.html
- [45] Vodárenské věže – Opařany. [online]. cit. 2. 1. 2014. Dostupné z: <http://www.vodarenskeveze.cz/Oparany/Oparany.html>
- [46] Zemědělské družstvo Opařany. [online]. cit. 3. 2. 2014. Dostupné z: <http://www.zdoparany.cz/archives/category/vystavy>

III. Seznam grafů, zkratk

Graf 1: Opakovaná návštěva obce Opařany.	44
Graf 2: Zdroj informací o obci Opařany.	45
Graf 3: Kraje respondentů.	46
Graf 4: Důvod návštěvy obce Opařany.	47
Graf 5: Délka pobytu v obci Opařany.	48
Graf 6: Použité dopravní prostředky.	49
Graf 7: Respondenti, kteří přicestovali s dětmi či nikoliv.	50
Graf 8: Ubytování respondentů.	51
Graf 9: Druhy ubytovacích zařízení respondentů.	52
Graf 10: Důvody ubytování mimo obec Opařany.	53
Graf 11: Atraktivity navštívené respondenty.	54
Graf 12: Nedostatky v obci Opařany.	55
Graf 13: Primární atraktivity v obci Opařany.	56
Graf 14: Návštěva okolních obcí.	57
Graf 15: Opětovná návštěva obce Opařany.	57
Graf 16: Marketingová komunikace obce Opařany.	58
Graf 17: Primární atraktivity obce Opařany.	59
Graf 18: Nedostatky obce Opařany.	60
Graf 19: Kulturní akce v obci Opařany.	61
Graf 20: Hodnocení kulturního života.	62
Graf 21: Rozvoj obce Opařany.	63
Graf 22: Potenciál obce Opařany.	64
Graf 23: Marketingová komunikace obce Opařany.	65
Graf 24: Vítané změny respondentů v obci Opařany.	66
Graf 25: Vítané změny v obci týkající se cestovního ruchu.	67

Seznam zkratk

DPN – Dětská psychiatrická nemocnice Opařany

EU – Evropská Unie

IV. Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník určený návštěvníkům obce Opařany

Příloha č. 2 Dotazník určený místním obyvatelům

Příloha č. 3 Vyhodnocení dotazníkového šetření – návštěvníci obce

Příloha č. 4 Vyhodnocení dotazníkového šetření – místní obyvatelé

Příloha č. 5 Kvalitativní rozhovor – zástupce obce Opařany

Příloha č. 6 Kvalitativní rozhovor – zástupce podnikatelské sféry

V. Přílohy

Příloha č. 1

DOTAZNÍK – POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OBCI OPAŘANY

Jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a v rámci své bakalářské práce se snažím identifikovat potenciál obce Opařany pro rozvoj obce jako destinace cestovního ruchu. Realizuji dotazníkový výzkum mezi návštěvníky, kteří do Opařan zavítali. Prosím o vyplnění dotazníku, který nezabere více jak 10 minut Vašeho času. Tento dotazník je anonymní a slouží výhradně pro účely této práce.

Děkuji

Petra Lhotková

Pozn. své odpovědi zakroužkujte.

1. Navštívil/a jste již někdy obec Opařany nebo jste tu poprvé?

- a) poprvé
- b) opakovaně

2. Jak jste se o obci Opařany dozvěděl/a ? (možno zaškrtnout více odpovědí)

- a) jsem rodák
- b) bydlím nedaleko odsud / mám nedaleko chatu
- c) od známých / rodinných příslušníků
- d) z turistických průvodců / propagačních materiálů
- e) z webových stránek obce
- f) TV, rozhlas, tisk
- g) jiné (uveďte:)

3. Z jakého kraje jste sem přicestoval/a?

uveďte:

4. Jaký je důvod Vaší návštěvy/pobytu?

- a) návštěva příbuzných/známých

- b) dovolená/ odpočinek/ relaxace
- c) poznání (kulturní, historické památky)
- d) turistika/ cykloturistika/ příroda
- e) zaměstnání/ pracovní cesta
- f) jiné (uveďte:)

5. Jak dlouhý je Váš plánovaný pobyt v obci Opařany?

- a) jednodenní bez noclehu (neodpovídá na ot.č.8)
- b) 1 až 2 noclehy
- c) 3 až 6 noclehů
- d) delší pobyt (uveďte počet noclehů:)

6. Jaký druh dopravního prostředku jste využil/a na cestu do Opařan?

- a) osobní automobil
- b) železniční doprava (vlak) + další dopravní prostředek
- c) autobusová doprava
- d) motocykl
- e) kolo
- f) jiné (pěší turistika atp., uveďte:)

7. Jste zde s dětmi?

- a) ano
- b) ne

8. Kde jste ubytovaný/á?

- a) přímo v obci Opařany
- b) jinde, okolní obce

9. Jaký druh ubytovacího zařízení jste zvolil/a?

- a) penzion
- b) pronájem chaty, chalupy
- c) hotel
- d) kemp
- e) jiné (uveďte:)

10. Jak byste ohodnotil/a úroveň Vámi vybraného ubytovacího zařízení? (na škále 1-5)

- a) 1 vynikající, nic mi zde nechybí
- b) 2 velmi dobré
- c) 3 průměr
- d) 4 dostatečné
- e) 5 nedostatečné, už bych se zde nebytoval/a

11. Proč jste se nebytoval/a přímo v obci Opařany? (odpovídá respondent, který se ubytoval v jiné obci)

- a) nedostatečný výběr ubytovacích zařízení
- b) nedostatečná kvalita ubytovacího zařízení
- c) nespokojenost z minulé zkušenosti (uveďte:)
- d) jiné (uveďte:)

12. Navštívil/a jste některé ze stravovacích zařízení v obci Opařany? Pokud ano, uveďte prosím které; byl/a jste spokojen/a? (ohodnoťte na školní stupnici 1-5)

- a) ano (uveďte které a ohodnoťte: 1 2 3 4 5)
- b) ne

13. Která místa, akce, památky jste v obci a blízkém okolí Opařan navštívil/a?

- a) kostel sv.Františka Xaverského
- b) kaplička sv.Jana Nepomuckého (ostatní sakrální památky)

- c) zámek v obci Oltně
- d) gotický kostel sv. Václava v Hodušíně
- e) turistická trasa
- f) místní rybníky, přírodní stezky
- g) karneval pro děti
- h) jiné (uveďte:)

14. Co Vám scházelo v obci Opařany, co byste zde uvítal/a? (zaškrtnout min 1 odpověď)

- a) kulturní programy/akce (festivaly, koncerty, tematické trhy)
- b) areál koupaliště
- c) multifunkční hřiště pro děti
- d) více možností v oblasti ubytovacích zařízení (penziony, chatky..)
- e) více stravovacích zařízení (specializované restaurace, letní grilování)
- f) vybudování cyklostezky
- g) více tematických výstav (výstavy chovatelských zvířat apod.)
- h) pořádání letních a příměstských táborů pro děti
- ch) camp osada
- i) odpočinková, sportovní zóna (park, hřiště, restaurace, sport. vyžití, relax zóna)
- j) pořádání tematických dětských akcí (dětské léto v Opařanech atp.)
- k) letní kino
- l) jiné (uveďte:)

15. Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany?

- uveďte:

16. Navštívil/a jste okolní obce u Opařan?

- a) ano (uveďte jaké:)
- b) ne

17. Doporučil/a byste navštívit obec Opařany svým známým?

- a) ano
- b) spíše ne

18. Plánujete opětovnou návštěvu obce Opařany?

- a) ano
- b) ne (obec mi již nemá co nabídnout)

19. Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

- a) ano
- b) ne

20. Jaký je Váš celkový dojem z pobytu v obci Opařany? (zhodnoťte na škále 1-5 školní stupnice, kdy 1-výborný; 2-velmi dobrý; 3-dobrá; 4-dostatečný; 5-nedostatečný)

uveďte: 1 2 3 4 5

21. Do jaké věkové kategorie patříte?

- a) do 18 let
- b) 18-25 let
- c) 26-35 let
- d) 36-45 let
- e) 46-55 let
- f) 56- 65
- g) 66 a více

22. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) středoškolské s maturitou
- c) vyučení bez maturity
- d) vyučení s maturitou
- e) vyšší odborné
- f) vysokoškolské

23. Jaký je Váš statut?

- a) student/ka
- b) zaměstnaný/á
- c) důchodce/kyně
- d) nezaměstnaný/á
- e) mateřská dovolená
- f) OSVČ

24. Jste muž/žena?

- a) muž
- b) žena

DOTAZNÍK – POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V OBCI OPAŘANY

PRO MÍSTNÍ OBYVATELE

Jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a v rámci své bakalářské práce se snažím identifikovat potenciál obce Opařany pro rozvoj obce jako destinace cestovního ruchu. Realizuji dotazníkový výzkum jednak mezi turisty, kteří do Opařan zavítali, ale také mezi místními obyvateli. Prosím o vyplnění dotazníku, který nezabere více jak 10 minut Vašeho času. Tento dotazník je anonymní a slouží výhradně pro účely této práce.

Děkuji

Petra Lhotková

Pozn. své odpovědi zakroužkujte; případně vyplňte

1. Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany, která může přilákat turisty?

- uved'te:

2. Co byste naopak uvedl/a jako zásadní nedostatek obce Opařany?

- uved'te:

3. Uvítal/a byste nějaké kulturní akce, které by byly určeny jak místním, ale mohly by přilákat i turisty?

a) ano

b) ne

4. Jak byste charakterizoval/a infrastrukturu ve Vaší obci? (uved'te u každé možnosti hodnocení na školní stupnici 1-5)

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| a) dopravní infrastruktura (parkování, silnice) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) hromadná doprava (časové intervaly, zastávky) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) stravovací služby v obci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) ubytovací služby v obci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) nákupní možnosti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| f) kulturní, společenské akce v obci | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

g) sportovní vyžití

1 2 3 4 5

5. Myslíte si, že se Vaše obec rozvíjí?

a) ano

b) ano, ale pomalu

c) ne

6. Myslíte si, že mají Opařany potenciál pro rozvoj cestovního ruchu?

a) ano

b) spíše ano

c) spíše ne

d) ne

7. Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

a) ano

b) ne

8. Co byste uvítal/a v obci Opařany? (zaškrtnout min 1 odpověď)

a) kulturní programy/akce (festivaly, koncerty, tematické trhy)

b) areál koupaliště

c) multifunkční hřiště pro děti

d) více možností v oblasti ubytovacích zařízení (penziony, chatky..)

e) více stravovacích zařízení (specializované restaurace, letní grilování)

f) vybudování cyklostezky

g) více tematických výstav (výstavy chovatelských zvířat apod.)

h) pořádání letních a příměstských táborů pro děti

ch) pořádání tematických dětských akcí (dětské léto v Opařanech atp.)

i) odpočinková, sportovní zóna (park, hřiště, restaurace, sportovní vyžití, relaxační zóna)

j) camp osada

k) letní kino

l) jiné (uved'te:)

9. Co se Vám v obci nelíbí, s čím jste nespokojen/a a co byste změnil/a, pokud by se Vaše obec měla více zaměřit na cestovní ruch?

uved'te:

10. Jaký je Váš vztah k návštěvníkům Vaší obce?

- a) jsem rád, že turisté navštěvují město, je to velký přínos
- b) jsem spíše rád, ale může to způsobovat určité problémy
- c) je mi to jedno
- d) ve většině případů mi turisté vadí
- e) jsem velmi rozladěný, když jsou ve městě turisté

11. Do jaké věkové kategorie patříte?

- a) do 18 let
- b) 18-25 let
- c) 26-35 let
- d) 36-45 let
- e) 46-55 let
- f) 56- 65
- g) 66 a více

12. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) středoškolské s maturitou
- c) vyučení bez maturity
- d) vyučení s maturitou
- e) vyšší odborné

f) vysokoškolské

13. Jaký je Váš statut?

a) student/ka

b) zaměstnaný/á

c) důchodce/kyně

d) nezaměstnaný/á

e) mateřská dovolená

f) OSVČ

14. Jste muž/žena?

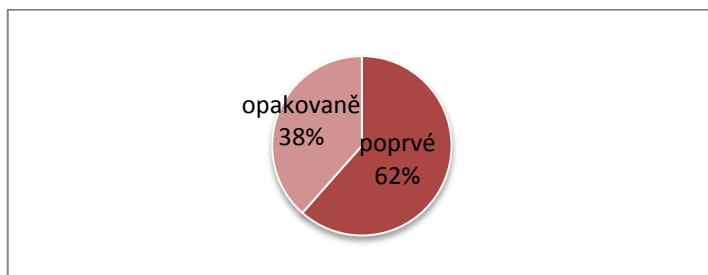
a) muž

b) žena

Potenciál cestovního ruchu v obci Opařany – dotazník určený návštěvníkům

Otázka č. 1 - Navštívil/a jste již někdy obec Opařany nebo jste tu poprvé?

Graf č. 1: Opakovaná návštěva obce Opařany.



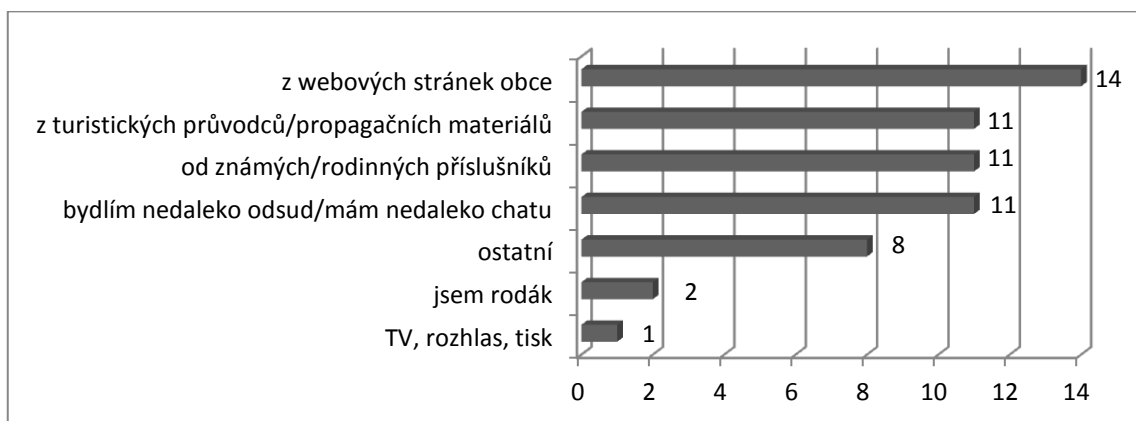
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 1 je patrné, že většina respondentů, tj. 62% navštívila obec poprvé.

Otázka č. 2 – Jak jste se o obci Opařany dozvěděl/a?

Graf č. 2: Zdroj informací o obci Opařany.



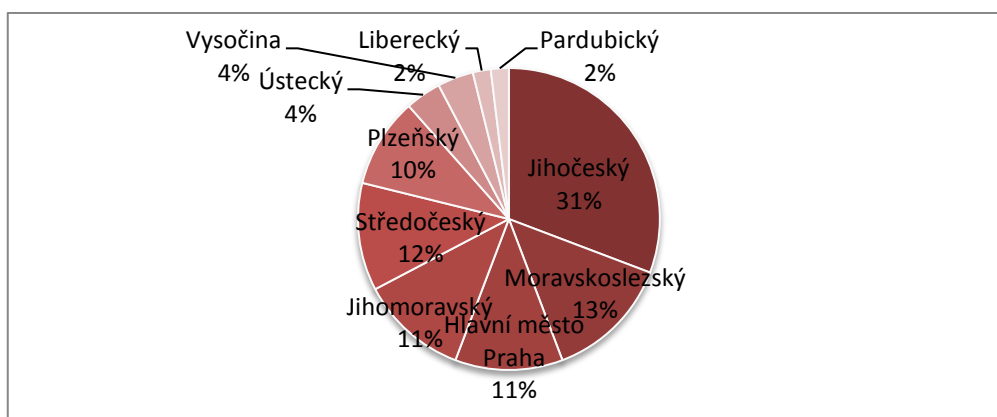
n= 58

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 2 mohli respondenti volit více možností z uvedených odpovědí. Z grafu č. 2 můžeme vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 14 se o obci dozvěděl z webových stránek.

Otázka č. 3 – Z jakého kraje jste sem přicestoval/a?

Graf č. 3: Kraje respondentů.



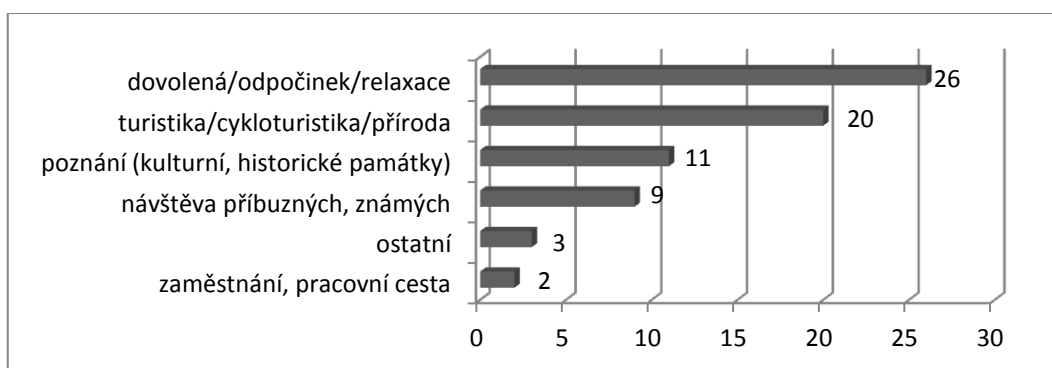
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 3 nám poukazuje na jednotlivé kraje, ze kterých návštěvníci přicestovali. Zde je patrné, že největší počet dotazovaných, tj. 31% návštěvníků přicestovalo z kraje Jihočeského.

Otázka č. 4 – Jaký je důvod Vaší návštěvy/pobytu?

Graf č. 4: Důvod návštěvy obce Opařany.



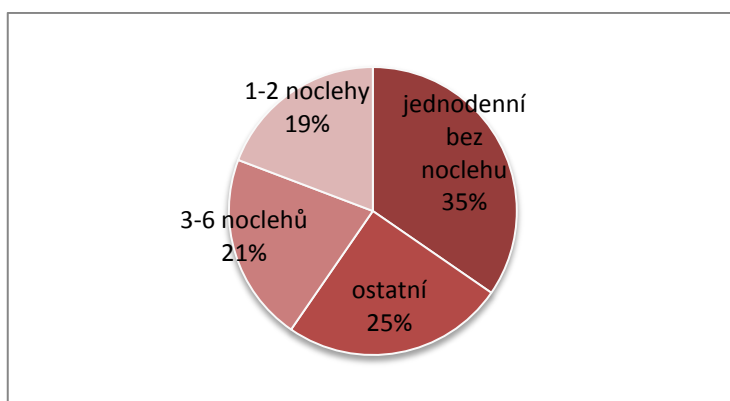
n=71

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 4 mohli respondenti zvolit více možností z nabízených odpovědí. Nejvíce respondentů, resp. 26 navštívilo obec za účelem dovolené, odpočinku a relaxace.

Otázka č. 5 – Jak dlouhý je Váš plánovaný pobyt v obci Opařany?

Graf č. 5: Délka pobytu v obci Opařany.



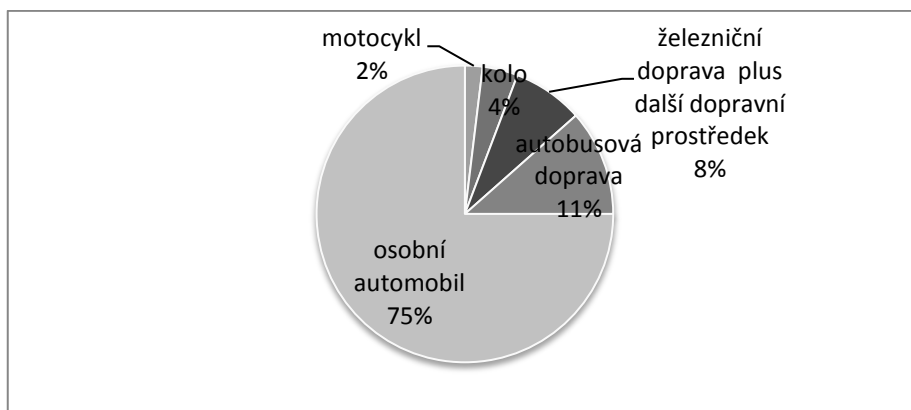
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 5 lze vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 35% zvolil odpověď jednodenního pobytu bez noclehu.

Otázka č. 6 – Jaký druh dopravního prostředku jste využil/a na cestu do Opařan?

Graf č. 6: Použité dopravní prostředky.



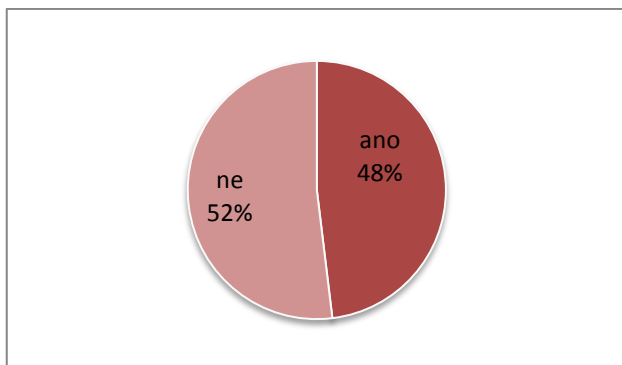
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 6 udává informace o použitém dopravním prostředku na cestu do Opařan. Většina dotazovaných, tj. 75% přicestovalo do obce osobním automobilem.

Otázka č. 7 – Jste zde s dětmi?

Graf č. 7: Respondenti, kteří přicestovali s dětmi či nikoliv.



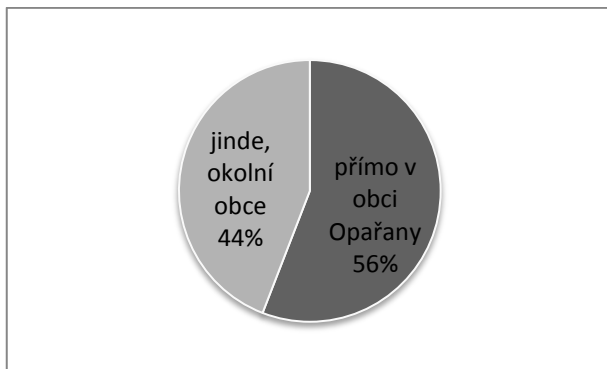
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 7 můžeme zjistit, že 52% dotazovaných navštívilo Opařany s dětmi. Bez dětí do Opařan přijelo 48% respondentů.

Otázka č. 8 – Kde jste ubytovaný/á?

Graf č. 8: Ubytování respondentů.



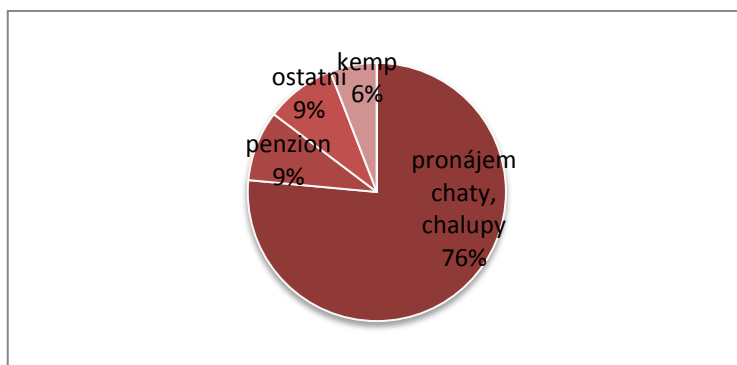
n= 34

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 8 nám ukazuje, že ubytování využilo celkem 34 dotazovaných, z toho 56% dotazovaných se ubytovalo přímo v obci Opařany. Možnost ubytování jinde zvolilo 44% respondentů.

Otázka č. 9 – Jaký druh ubytovacího zařízení jste zvolil/a?

Graf č. 9: Druhy ubytovacích zařízení respondentů.



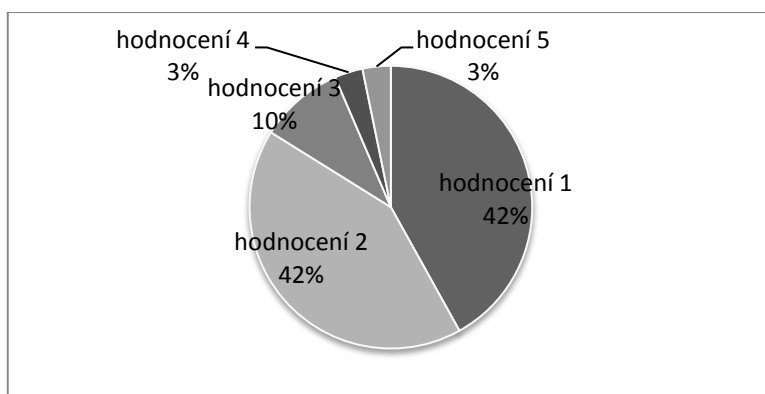
n= 34

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 9 poukazuje na výběr ubytovacího zařízení dotazovaných turistů. Je patrné, že největší počet respondentů, tj. 76% využilo pronájem chaty či chalupy.

Otázka č. 10 – Jak byste ohodnotil/a úroveň Vámi vybraného ubytovacího zařízení? (škála 1-5 školní stupnice)

Graf č. 10: Hodnocení ubytovacích zařízení.



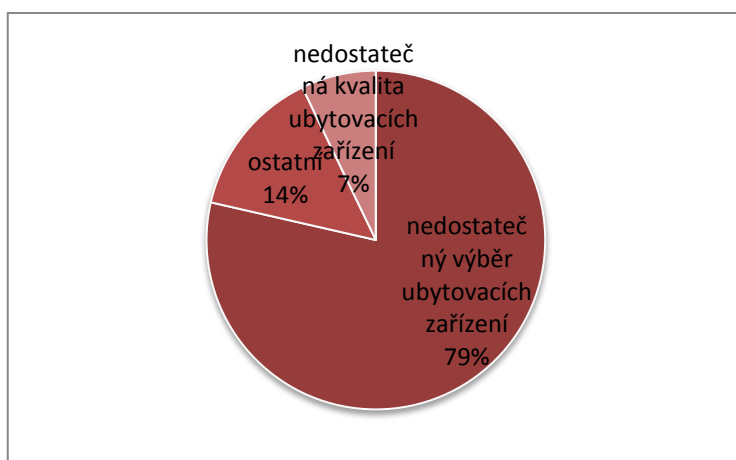
n= 31

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 10 je patrné, že 42% respondentů ohodnotilo jimi vybrané ubytovací zařízení známkou jedna – výborně. Známkou dvě – velmi dobře připojilo ke svému hodnocení taktéž 42% dotazovaných.

Otázka č. 11 – Proč jste se neubytoval/a přímo v obci Opařany?

Graf č. 11: Důvody ubytování mimo obec Opařany.



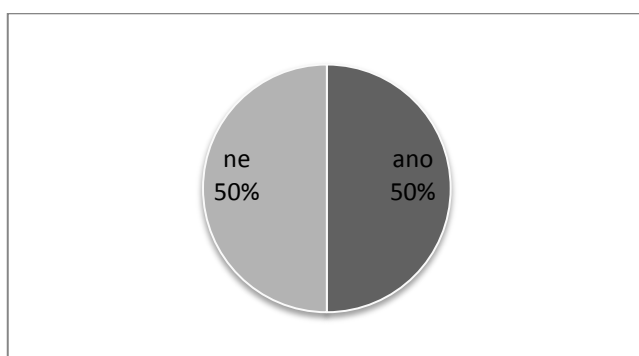
n= 14

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 11 udává informace o respondentech, kteří se ubytovali mimo obec Opařany a uvádí jejich důvody, proč si nevybrali některé z ubytovacích zařízení přímo v Opařanech. Většina dotazovaných, resp. 79%, uvedlo možnost – nedostatečný výběr ubytovacích zařízení.

Otázka č. 12 – Navštívil/a jste některé ze stravovacích zařízení v obci Opařany?

Graf č. 12: Návštěva stravovacích zařízení.



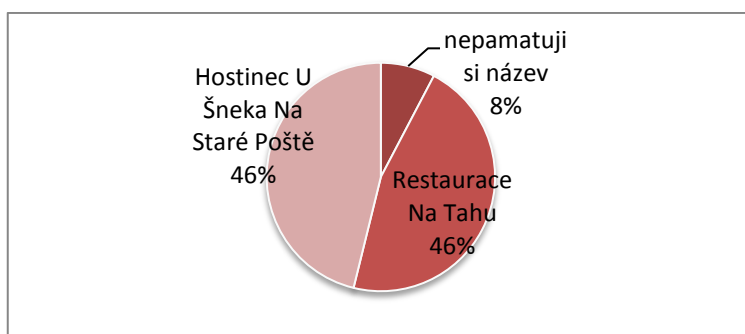
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 12 lze vyčíst, že 50% respondentů navštívilo stravovací zařízení v obci a zbylých 50% dotazovaných v obci žádné stravovací zařízení nenavštívilo.

Otázka 12. 1. – Pokud ano, uveďte prosím jaké.

Graf č. 12.1 : Názvy navštívených stravovacích zařízení.



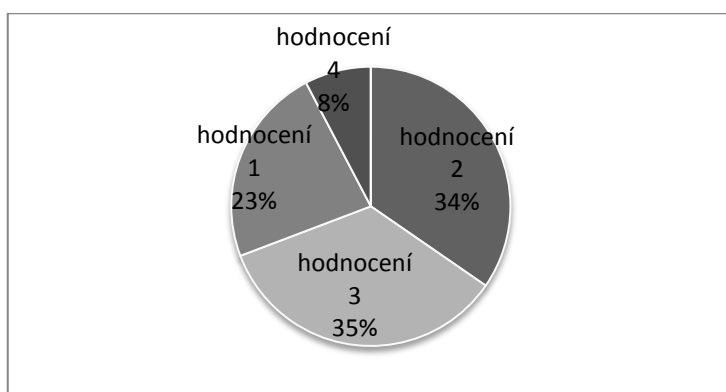
n=26

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 12.1 můžeme vyčíst, že z 26 dotazovaných, kteří využili některé ze stravovacích zařízení, 46% dotazovaných zvolilo Restauraci Na Tahu. Hostinec U Šneka Na Staré Poště si vybralo taktéž 46% respondentů.

Otázka 12.2 – Ohodnoťte prosím úroveň spokojenosti s Vámi vybraným stravovacím zařízením. (na školní stupnici 1-5)

Graf 12.2.: Hodnocení stravovacích zařízení.



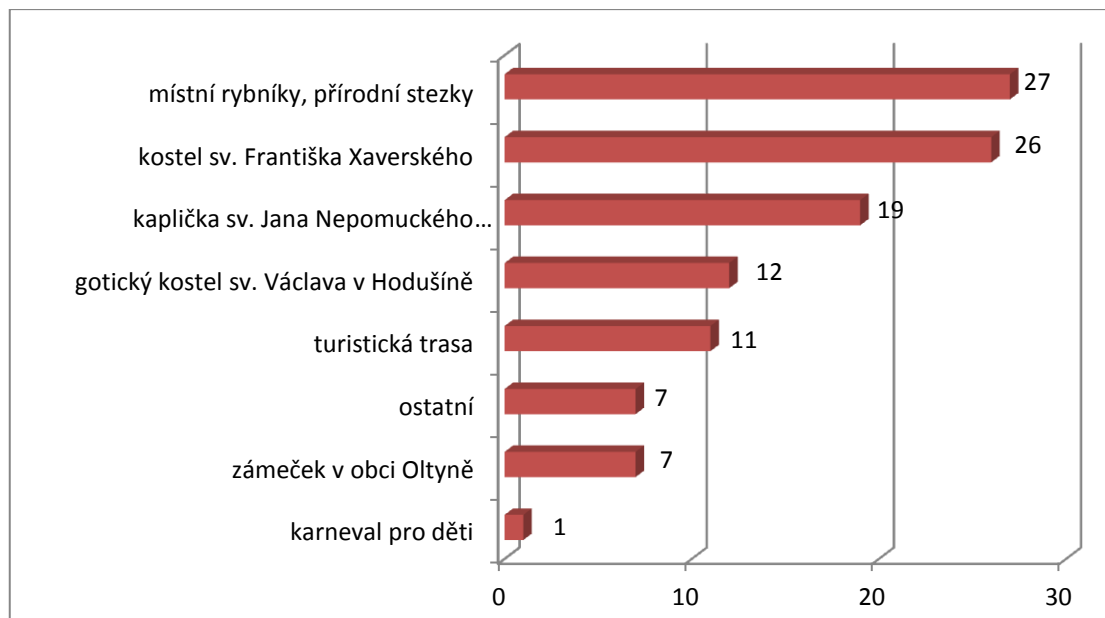
n=26

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku související s hodnocením vybraného stravovacího zařízení poukazuje graf č. 12.2, ze kterého můžeme zjistit, že nejvíce respondentů, tj. 35% zvolilo pro své hodnocení známku tři – dobře.

Otázka č. 13 – Která místa, akce, památky jste v obci a blízkém okolí Opařan navštívil/a?

Graf č. 13: Atraktivita navštívené respondenty.



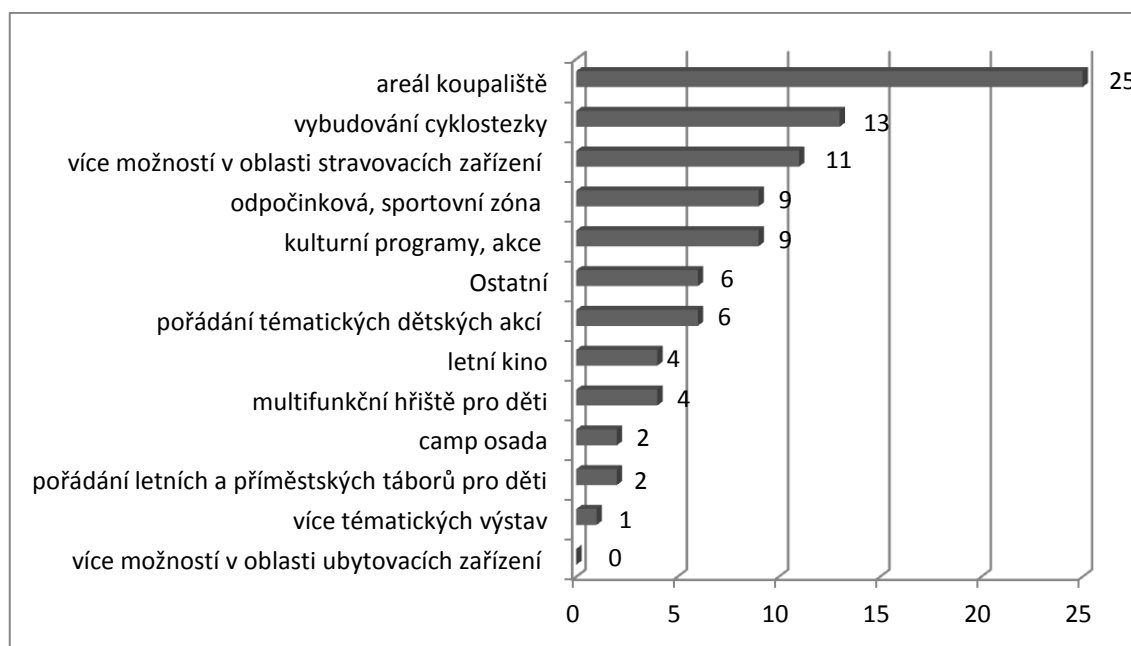
n=110

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 13 mohli dotazovaní uvést více možností svých odpovědí, dle toho, která místa, akce či památky navštívili. Z grafu č. 13 lze vyčíst, že největší počet respondentů, tj. 27 navštívilo místní rybníky a přírodní stezky. Kostel sv. Františka Xaverského navštívilo 26 dotazovaných. Kaplička sv. Jana Nepomuckého a ostatní sakrální památky byly navštíveny 19 respondenty. Dvanáct dotazovaných navštívilo gotický kostel sv. Václava v Hodušíně. Turistickou trasu v obci navštívilo 11 dotazovaných. Sedm respondentů zvolilo možnost ostatní. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: areál léčebny s léčebnou samotnou, Tábor, výstava, stělnice a odpověď nic. Zámek v Oltyni navštívilo 7 dotazovaných a jeden respondent si nenechal ujít místní karneval.

Otázka č. 14 – Co Vám scházelo v obci Opařany, co byste zde uvítal/a?

Graf č. 14: Nedostatky v obci Opařany.



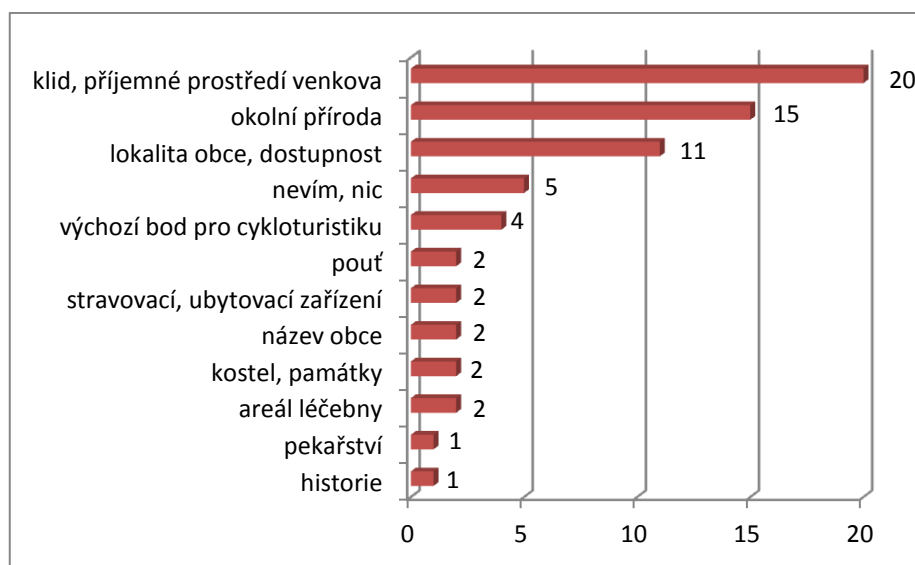
n= 92

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 14 mohli respondenti volit několik možností, případně uvést vlastní odpověď. Graf č. 14 je souhrnem odpovědí respondentů na to, co dotazovaným v obci Opařany scházelo. Nejvíce dotazovaným, resp. 25 scházelo v obci koupaliště. Třináct respondentů by v obci uvítalo další cyklostezku. Více možností v oblasti stravovacích zařízení by v obci uvítalo 11 dotazovaných. Odpočinkovou sportovní zónu by uvítalo 9 respondentů. Stejný počet dotazovaných, tj. 9 by v obci uvítal kulturní programy a akce. Pořádání tematických dětských akcí by v obci uvítalo 6 dotazovaných. Možnost ostatní zvolilo šest dotazovaných. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: přístup do zámku v obci Oltně, nevím a méně hluku včetně menšího provozu aut. Čtyři respondenti by uvítali letní kino. Stejný počet respondentů by uvítal multifunkční hřiště pro děti. Camp osadu by v obci uvítali dva dotazovaní. Pořádání letních a příměstských táborů pro děti by uvítali také dva dotazovaní. Jeden respondent by v obci uvítal více tematických výstav. V možnostech ostatní se vyskytovaly odpovědi: přístup do zámku v obci Oltně, nevím a méně hluku včetně menšího provozu aut.

Otázka č. 15 – Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany?

Graf č. 15: Primární atraktivity v obci Opařany.



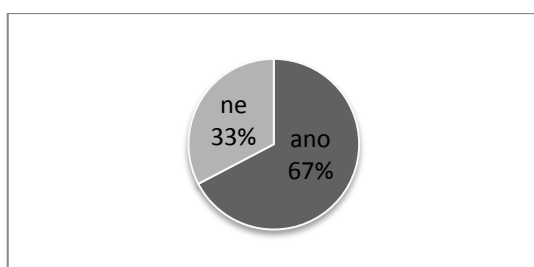
n=67

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 15 respondenti uváděli své vlastní odpovědi, kterých mohlo být více. Z výše uvedeného grafu č. 15 můžeme vyčíst, že nejvíce dotazovaných, tj. 20 uvedlo jako primární atraktivitu obce její klid a příjemné prostředí venkova.

Otázka č. 16 – Navštívil/a jste okolní obce u Opařan?

Graf č. 16: Okolní obce navštívené respondenty.



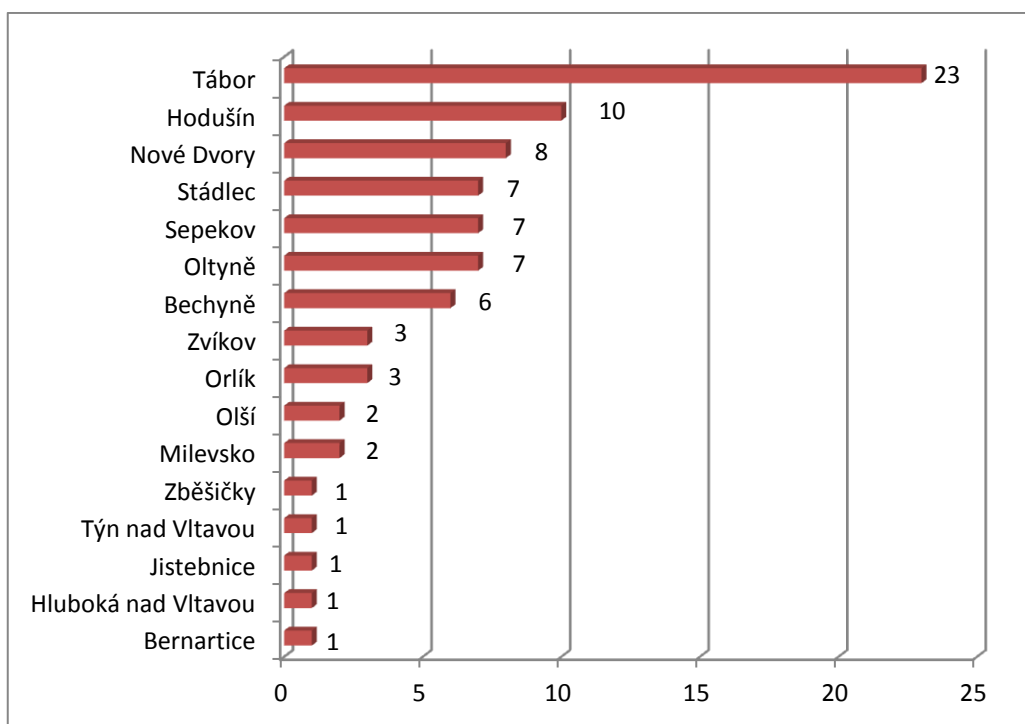
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 16 lze vyčíst, že většina dotazovaných, tj. 67% navštívilo některé z okolních obcí a zbylých 33% respondentů nenavštívilo žádné okolní obce.

Otázka č. 16. 1. – Pokud ano, uveďte prosím jaké:

Graf č. 16.1.: Názvy navštívených obcí.



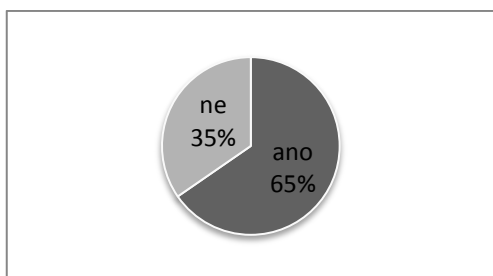
n=83

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 16.1 respondenti uváděli obce, do kterých zavítali. Respondenti mohli uvádět více odpovědí. Je patrné, že nejvíce dotazovaných, tj. 23 navštívilo město Tábor.

Otázka č. 17 – Doporučil/a byste navštívit obec Opařany svým známým?

Graf č. 17: Doporučení návštěvy obce Opařany.



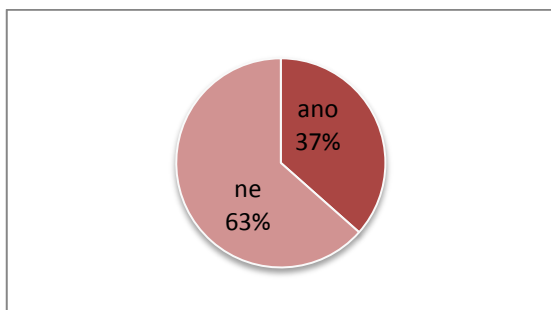
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 17 poukazuje na fakt, že většina respondentů, tj. 65% by návštěvu obce doporučila.

Otázka č. 18 – Plánujete opětovnou návštěvu obce Opařany?

Graf č. 18: Opětovná návštěva obce Opařany.



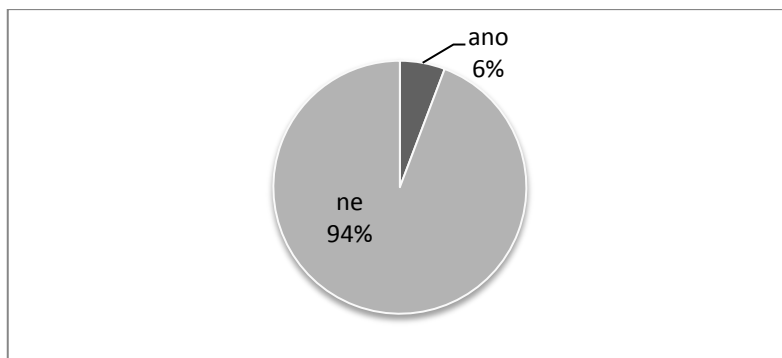
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na základě grafu č. 18 můžeme konstatovat, že 63% respondentů opětovnou návštěvu Opařan neplánuje. Naproti tomu 37% dotazovaných opětovnou návštěvu obce Opařany plánuje.

Otázka č. 19 – Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

Graf č. 19: Marketingová komunikace obce Opařany.



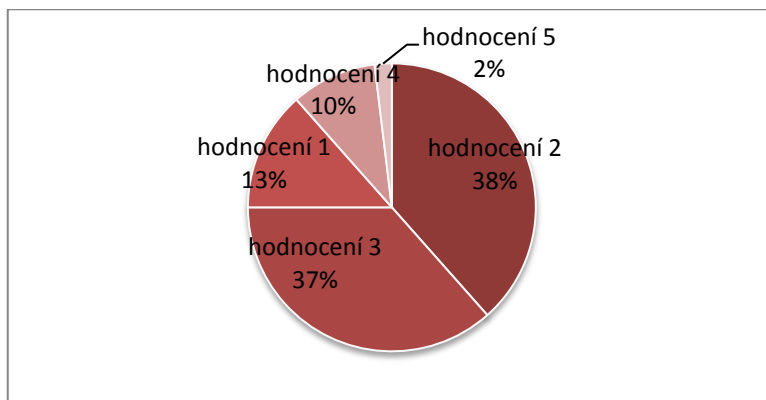
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na základě grafu č. 19 můžeme konstatovat, že většina dotazovaných, resp. 94%, se domnívá, že obec nemá dostatečnou marketingovou komunikaci.

Otázka č. 20: Jaký je Váš celkový dojem z pobytu/návštěvy v obci Opařany? (ohodnoťte na školní stupnici 1-5)

Graf č. 20: Hodnocení celkového dojmu.



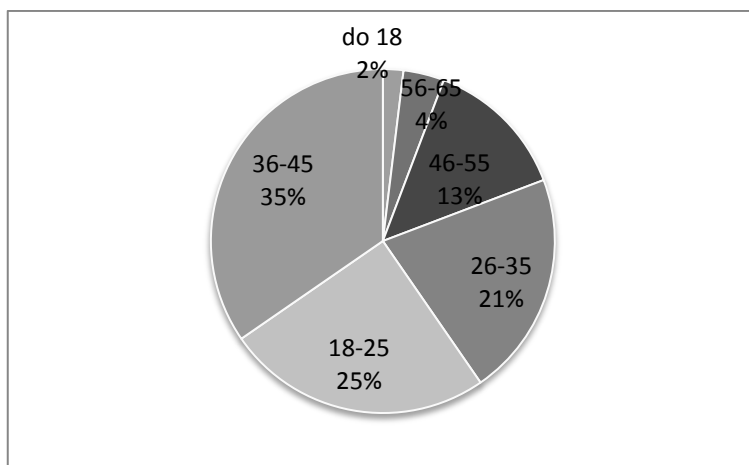
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z výše uvedeného grafu č. 20 můžeme vyčíst, že největší počet dotazovaných, tj. 38%, zhodnotilo svůj pobyt/návštěvu známkou dvě – velmi dobře.

Otázka č. 21 – Do jaké věkové kategorie patříte?

Graf č. 21: Věkové kategorie respondentů.

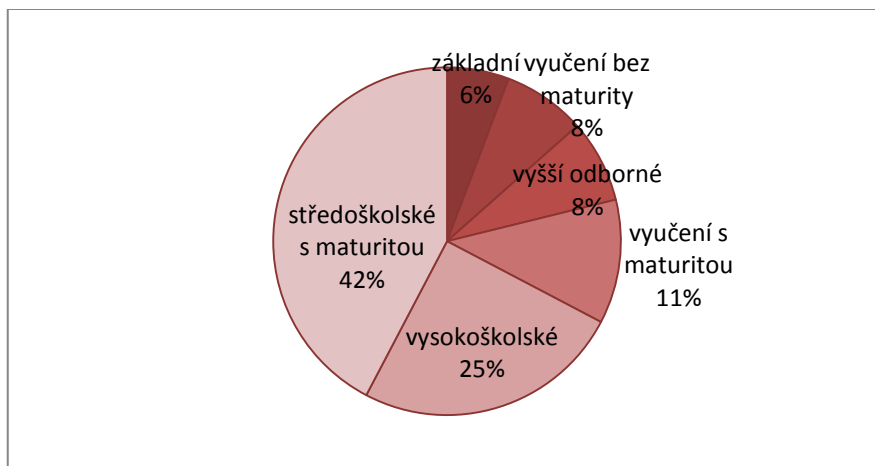


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 21 je patrné, že největší počet dotazovaných, tj. 35% spadá do věkové kategorie 36 – 45 let.

Otázka č. 22 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf č. 22: Vzdělání respondentů.



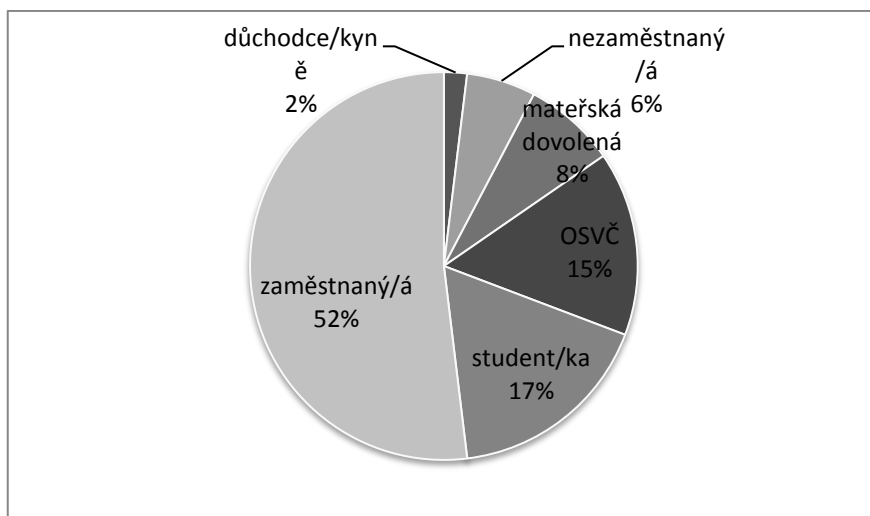
n=52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 22 lze vyčíst, že největší počet, tj. 42% dotazovaných má středoškolské vzdělání s maturitou.

Otázka č. 23 – Jaký je Váš statut?

Graf č. 23: Statut respondentů.



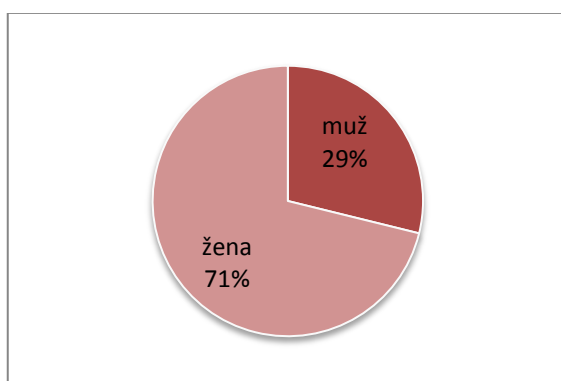
n= 52

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Dle grafu č. 23 můžeme zjistit, že nejpočetnější skupinu, tj. 52% respondentů spojuje statut zaměstnance.

Otázka č. 24 – Jste muž/žena?

Graf č. 24: Rozdělení respondentů dle pohlaví.



n=52

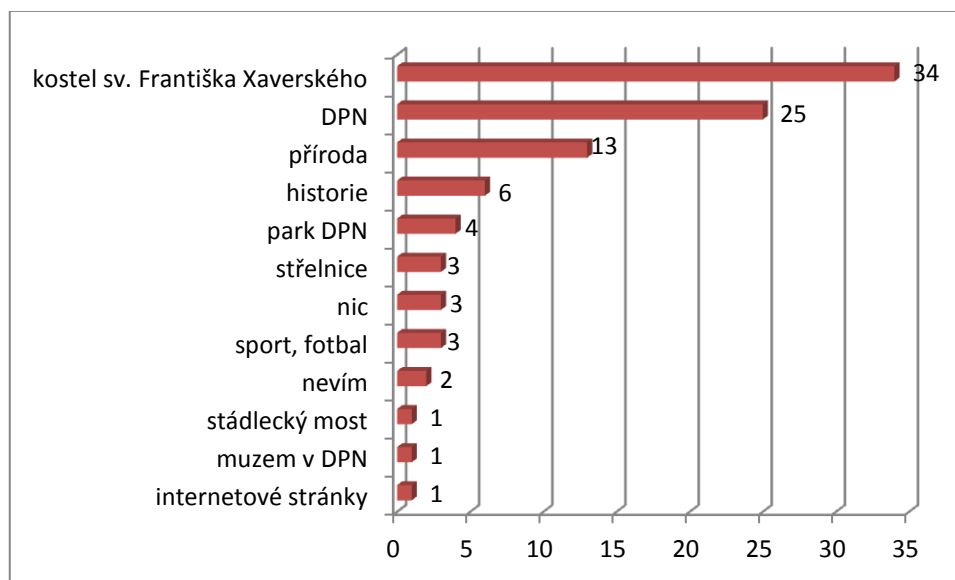
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 24 lze vyčíst, že 71% dotazovaných byly ženy a zbylých 29% respondentů tvořili muži.

Potenciál cestovního ruchu v obci Opařany – dotazník určený místním obyvatelům

Otázka č. 1 – Co byste uvedl/a jako primární atraktivitu v obci Opařany, která může přilákat turisty?

Graf č. 1: Primární atraktivity obce Opařany.



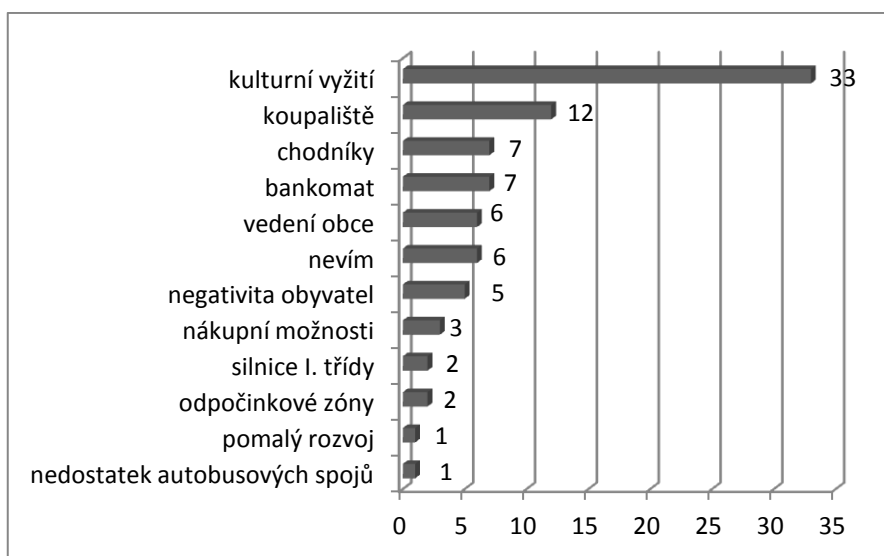
n= 96

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 17 respondenti uváděli primární atraktivity obce. Dotazovaní mohli uvádět více odpovědí. Nejvíce respondentů, tj. 34 uvedlo jako primární atraktivitu obce kostel sv. Františka Xaverského a DPN označilo za primární atraktivitu 25 dotazovaných.

Otázka č. 2 – Co byste naopak uvedl/a jako zásadní nedostatek obce Opařany?

Graf č. 2: Nedostatky obce Opařany.



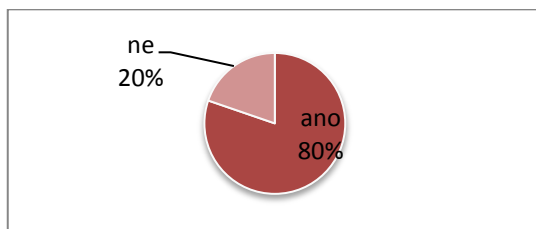
n= 85

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 18 respondenti uváděli nedostatky obce, mohli uvést několik odpovědí. Největší počet dotazovaných, tj. 33 uvedl jako zásadní nedostatek obce nedostatek kulturních akcí.

Otázka č. 3 – Uvítal/a byste nějaké kulturní akce, které by byly určeny jak místním, ale mohly by přilákat i turisty?

Graf č. 3: Kulturní akce v obci Opařany.



n= 76

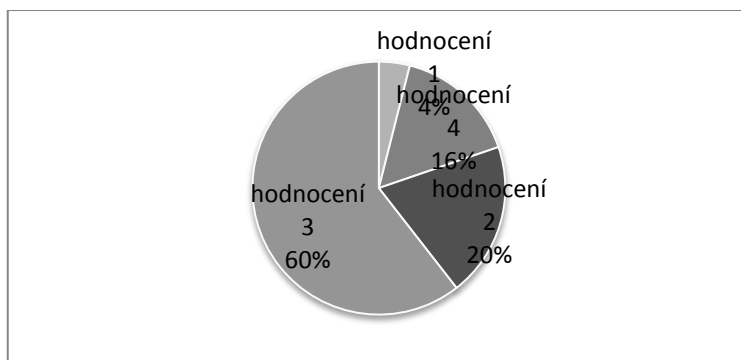
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 19 poukazuje na fakt, že velká většina dotazovaných, tj. 80% by v obci uvítala více kulturních akcí.

Otázka č. 4 – Jak byste charakterizoval/a infrastrukturu ve Vaší obci? (ohodnoťte na školní stupnici 1-5)

Otázka č. 4.1 – Jak byste ohodnotil/a dopravní infrastrukturu ve Vaší obci?

Graf č. 4.1.: Hodnocení dopravní infrastruktury.



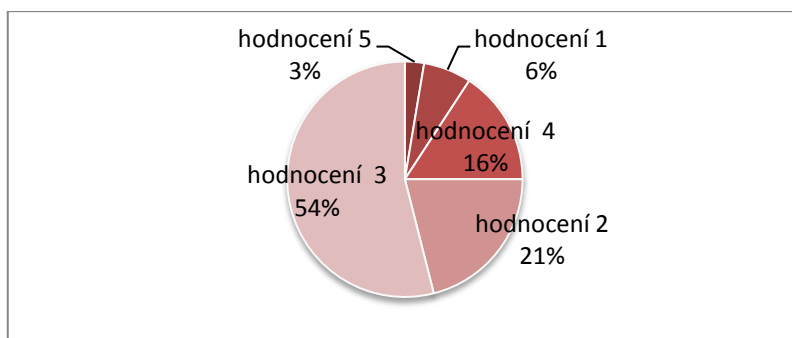
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 4. 1. poukazuje na fakt, že většina respondentů, tj. 60% ohodnotila dopravní infrastrukturu v obci známkou tři – dobře.

Otázka 4.2 – Jak byste ohodnotil/a hromadnou dopravu (časové intervaly, zastávky) v obci?

Graf č. 4.2: Hodnocení hromadné dopravy.



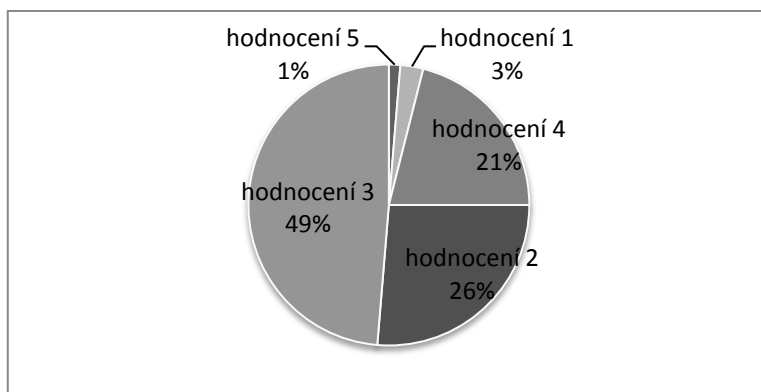
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Výše uvedený graf č. 4. 2. vypovídá o zhodnocení hromadné dopravy v obci, kterou většina dotazovaných, tj. 54%, zhodnotila známkou tři – dobře.

Otázka 4.3 – Jak byste ohodnotil/a stravovací služby v obci?

Graf č. 4.3.: Hodnocení stravovacích služeb.



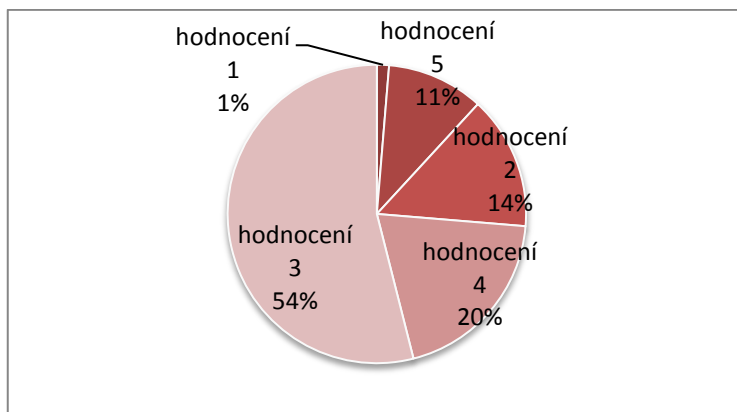
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 4. 3. poukazuje na zhodnocení stravovacích služeb v obci, které nejvíce respondentů, tj. 49% zhodnotilo známkou tři – dobře.

Otázka 4.4 – Jak byste ohodnotil/a ubytovací služby v obci?

Graf č. 4.4 : Hodnocení ubytovacích služeb.



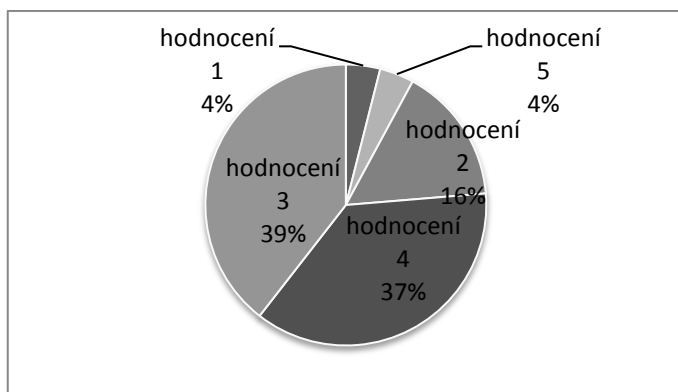
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z výše uvedeného grafu č. 4. 4. lze konstatovat, že většina respondentů, tj. 54%, zhodnotila ubytovací služby známkou tři – dobře.

Otázka 4.5 – Jak byste ohodnotil/a nákupní možnosti v obci?

Graf č. 4.5.: Hodnocení nákupních možností.



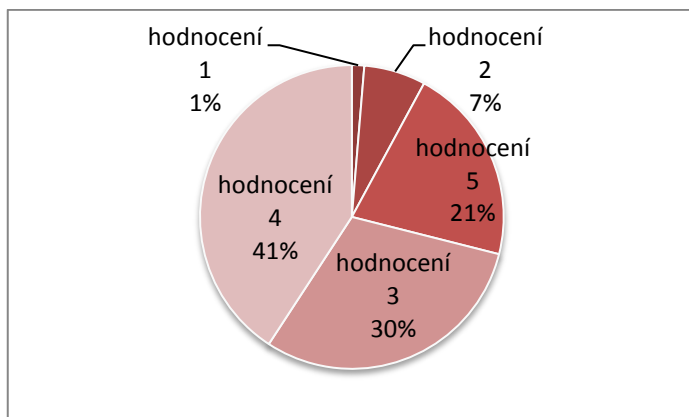
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Hodnocení nákupních možností v obci dle grafu č. 4. 5. vypovídá o tom, že nejvíce respondentů, tj. 39% zhodnotilo nákupní možnosti známkou tři – dobře.

Otázka 4.6 – Jak byste ohodnotil/a kulturní resp. společenské akce v obci?

Graf č. 4.6.: Hodnocení kulturního života.



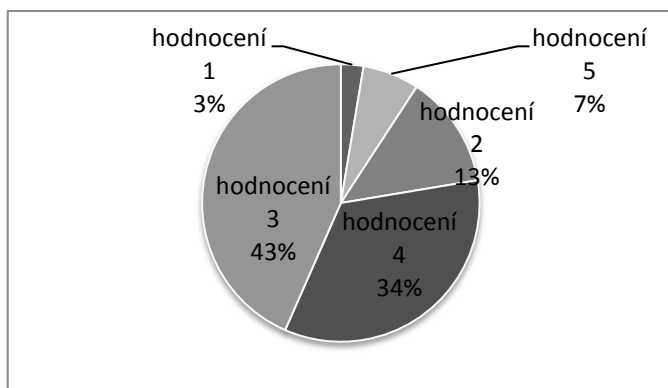
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z výše uvedeného grafu č. 4. 6. lze vyčíst, že nejvíce respondentů, tj. 41%, zhodnotilo kulturní život v obci známkou čtyři – dostatečně.

Otázka 4.7 – Jak byste ohodnotil/a sportovní vyžití v obci?

Graf č. 4.7.: Hodnocení sportovního vyžití.



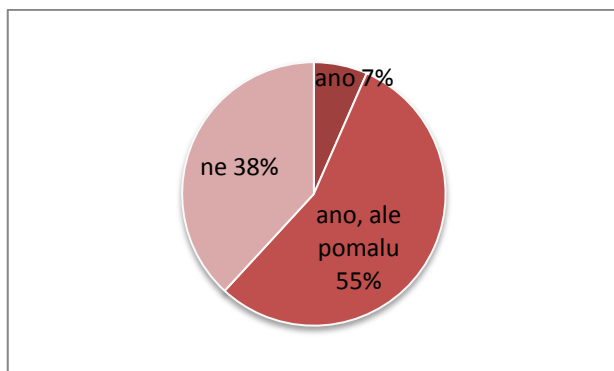
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Dle grafu č. 4. 7. lze konstatovat, že sportovní vyžití v obci je většinou respondentů, resp. 43% hodnocené jako průměrné tzn. známkou tři.

Otázka č. 5 – Myslíte si, že se Vaše obec rozvíjí?

Graf č. 5: Rozvoj obce Opařany.



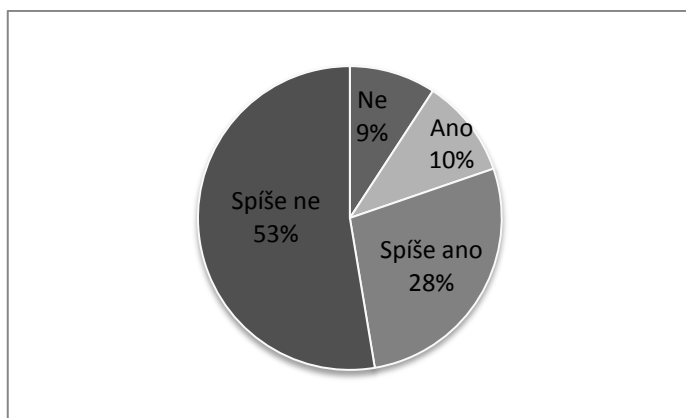
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 5 lze vyčíst, že 55% dotazovaných se domnívá, že se jejich obec rozvíjí, ale pomalu. Odpověď, že se obec nerozvíjí vůbec, zvolilo 38% respondentů.

Otázka č. 6 – Myslíte si, že mají Opařany potenciál pro rozvoj cestovního ruchu?

Graf č. 6: Potenciál obce Opařany.



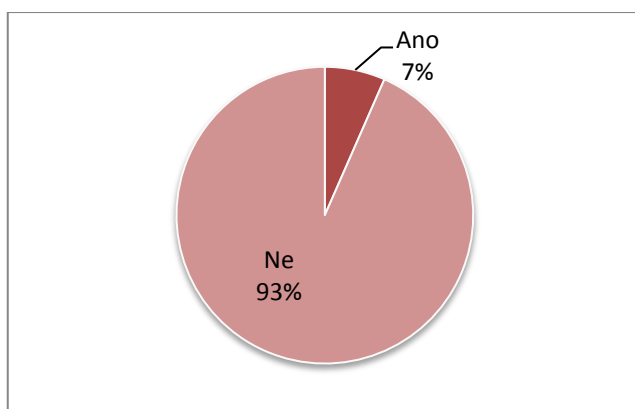
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

V případě grafu č. 6 uvedlo 53% respondentů, že Opařany spíše nemají potenciál pro rozvoj.

Otázka č. 7 – Myslíte, že je obec Opařany dostatečně propagována jako destinace cestovního ruchu?

Graf č. 7: Marketingová komunikace obce Opařany.



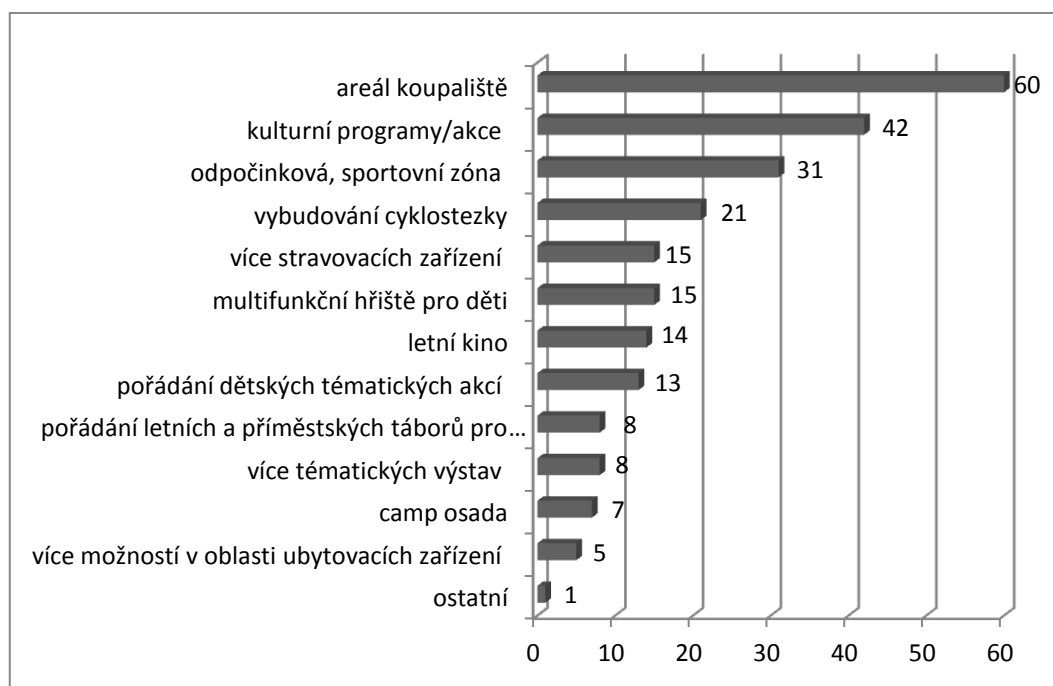
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 7 je patrné, že naprostá většina dotazovaných, resp. 93% je přesvědčena, že obec nemá dostatečnou marketingovou komunikaci.

Otázka č. 8 – Co byste uvítal/a v obci Opařany?

Graf č. 8: Vítané změny respondentů v obci Opařany.



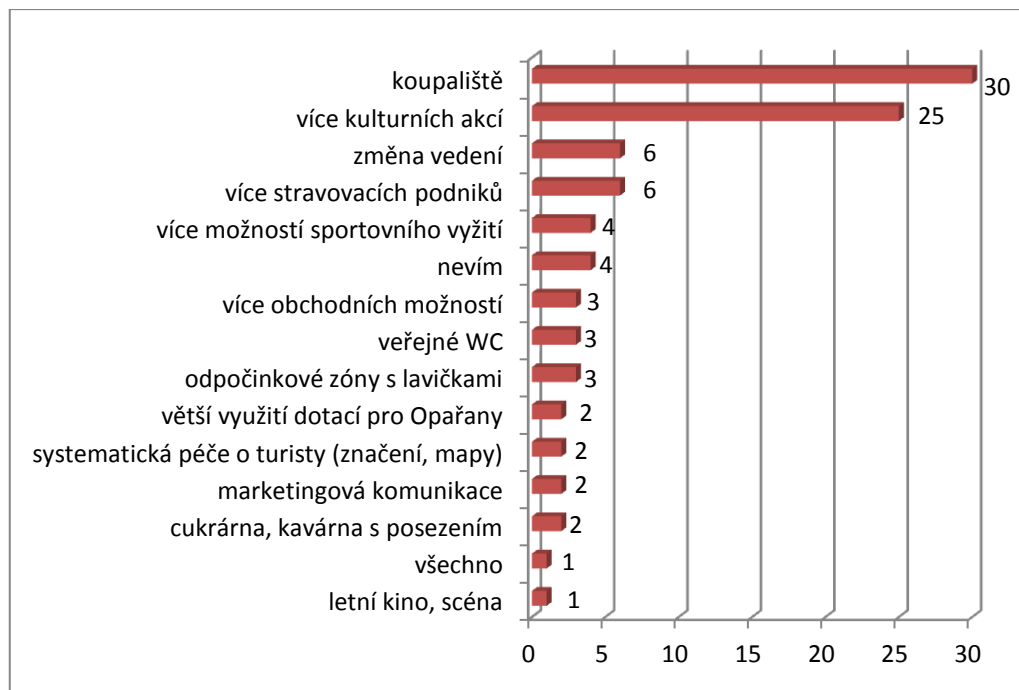
n= 240

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 8 mohli respondenti uvést několik z nabízených odpovědí. Největší počet respondentů, tj. 60 by v obci uvítal areál koupaliště. Kulturní programy a akce by byly vítanou změnou pro 42 dotazovaných. Odpočinkovou sportovní zónu by v obci uvítalo 31 respondentů. Cyklostezku v obci by uvítalo 21 dotazovaných. Patnáct respondentů by v obci uvítalo více stravovacích zařízení. Stejný počet dotazovaných, tj. 15 by v obci vítalo multifunkční hřiště pro děti. Letní kino se stalo vítanou změnou pro 14 respondentů. Třináct dotazovaných by v obci uvítalo pořádání dětských tematických akcí. Osm respondentů by v obci vítalo pořádání letních a příměstských táborů pro děti. Více tematických výstav by v obci uvítalo 8 dotazovaných. Camp osada by se stala vítanou změnou pro 7 respondentů. Pět dotazovaných uvedlo jako vítanou změnu v obci více možností v oblasti ubytovacích zařízení. Možnost ostatní uvedl jeden respondent a jako svou odpověď uvedl sportovní areál.

Otázka č. 9 – Co se Vám v obci nelíbí, s čím jste nespokojen/a a co byste změnil/a, pokud by se Vaše obec měla více zaměřit na cestovní ruch?

Graf č. 9: Nedostatky obce Opařany.



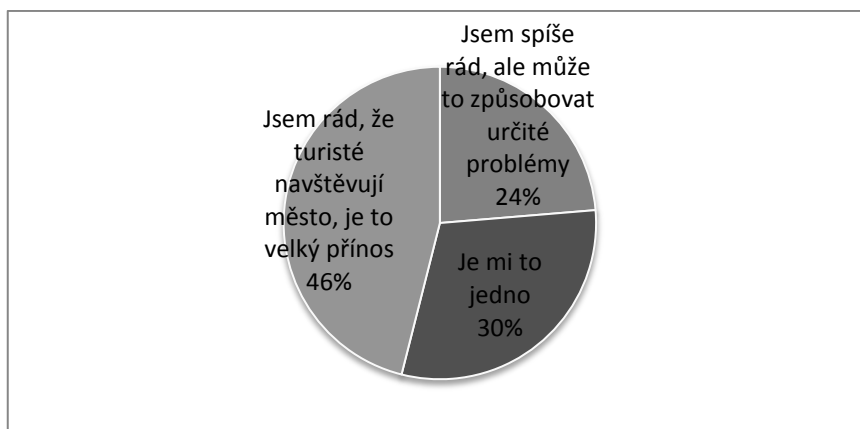
n= 94

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Na otázku č. 9 uvádí respondenti odpovědi na to, co se jim v obci nelíbí, co by změnili, pokud by se obec měla více zaměřovat na cestovní ruch. Dotazovaní mohli uvádět více odpovědí. Z grafu č. 23 je patrné, že nejvíce dotazovaných, tj. 30 by v obci uvítalo koupaliště. Další nejvíce vítanou změnou by bylo více kulturních akcí v obci, tuto možnost zvolilo 25 dotazovaných.

Otázka č. 10 – Jaký je Váš vztah k návštěvníkům Vaší obce?

Graf č. 10: Vztah respondentů k návštěvníkům.



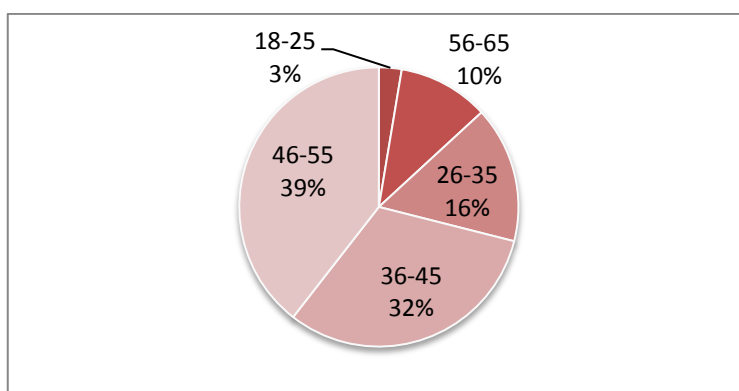
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 10 poukazuje na fakt, že většina místních obyvatel, tj. 46% je ráda, že návštěvníci jezdí do obce, vnímají jejich návštěvu jako velký přínos.

Otázka č. 11 – Do jaké věkové kategorie patříte?

Graf č. 11: Věkové kategorie respondentů.



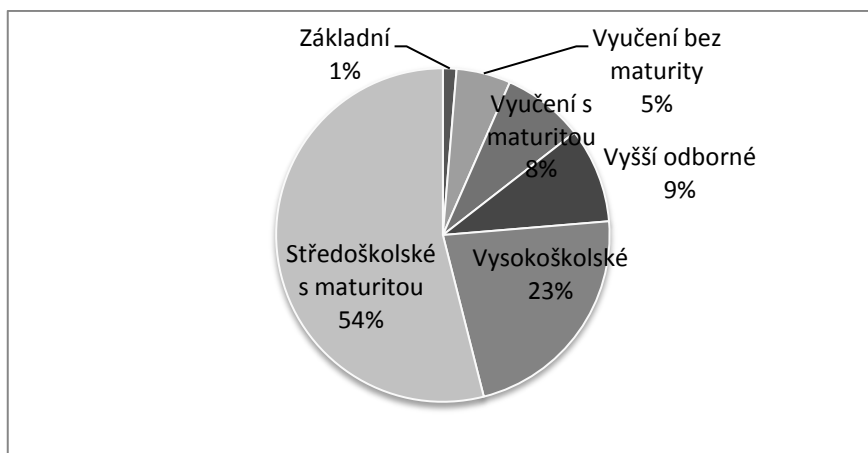
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z výše uvedeného grafu lze vyčíst, že nejpočetnější skupina dotazovaných, tj. 39% spadá do věkové kategorie 46-55 let.

Otázka č. 12 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Graf č. 12: Vzdělání respondentů.



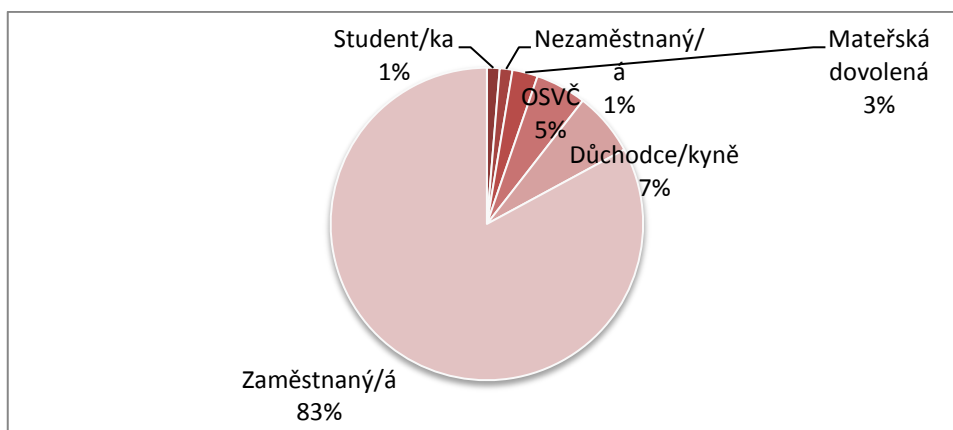
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Graf č. 12 vypovídá o faktu, že nejvíce z dotazovaných, tj. 54%, má středoškolské vzdělání s maturitou.

Otázka č. 13 – Jaký je Váš statut?

Graf č. 13: Statut respondentů.



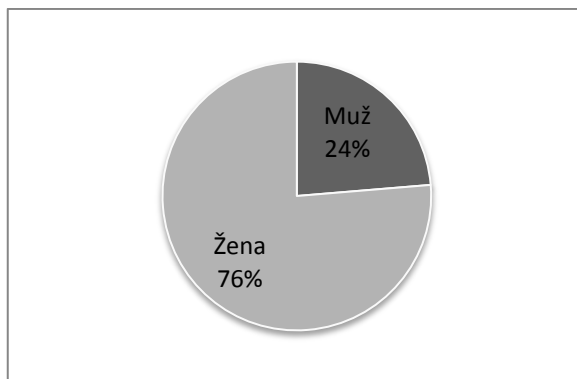
n= 76

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Z grafu č. 13 lze vyčíst, že nejpočetnější skupinu dotazovaných, tj. 83%, tvoří zaměstnaní.

Otázka č. 14 – Jste muž/žena?

Graf č. 14: Pohlaví respondentů.



n= 76

Dle výše uvedeného grafu č. 14 můžeme konstatovat, že dotazník vyplnilo 58 žen, tj. 76% a 18 mužů, což odpovídá 24%.

KVALITATIVNÍ ROZHOVOR – zástupce obce Opařany

Zástupce obce Opařany – tajemník Obecního úřadu v Opařanech - Vladimír Adam

1) Co myslíte, že je primární atraktivitou návštěvy Vaší obce, na čem byste mohli stavět rozvoj cestovního ruchu?

Odpověď: Primární atraktivitou obce v rámci cestovního ruchu je jistě kostel sv. Františka Xaverského, který postavil Kilián Ignác Dientzenhofer jako kopii ke kostelu v pražském Klementinu. Jako další atraktivitu uvedu místní mysliveckou a sportovní střelnici, na které se v roce 2004 konalo Mistrovství Evropy v praktické střelbě, dále se zde konalo Mistrovství Evropy policejních sborů či Mistrovství Evropy ve westernových střelbách. Od té doby se zde pravidelně konají různá mezinárodní mistrovství a závody ve střelbách. Na střelby sem také pravidelně jezdí Vězeňská služba České Republiky či ochranka prezidenta České republiky.

Západně od Opařan vede cyklostezka č. 1153, obcí dále prochází lokální turistická trasa. V rámci zimního období lze zde využít lyžařské středisko Hůrka, které je 1200 m dlouhé a také technicky zasněžované včetně osvětlení pro večerní lyžování.

2) Myslíte si, že se Vaše obec rozvíjí a jak?

Odpověď: Ano, rozvíjí, což dokládá i Územní plán obce, který řeší rozvoj i v následujících letech. Předloni začala rekonstrukce chodníků a místních komunikací, která bude pokračovat na celém území Opařanska. Do budoucna se plánuje výstavba nové cyklostezky či výstavba multifunkčního hřiště pro děti.

3) Pořádá Vaše obec nějaké akce, programy, výstavy apod., které jsou určené především pro turisty – vyjmenujte. Pokud ne, plánujete je ve Vaší obci zavést?

Odpověď: Každoročně se zde koná místní pout', konkrétně třetí neděli v květnu. V letošním roce pout' vychází na 18. květen. Tato akce je významná především pro místní obyvatele, pro turisty se může stát zajímavou, jelikož se jedná o tradiční obecní pout'. V letních měsících, kdy jsou v obci taktéž turisté, se koná na fotbalovém hřišti „Spolkový den“, kdy se jedná o zábavné odpoledne za účasti místních spolků a sdružení s ukázkou jejich činnosti, včetně dětských her a taneční zábavy pod širým nebem. Obec každoročně pořádá také „Vánoční

vytrubování“ v parku před Jednotou. Další významnou akcí, která se v Opařanech konala a snad ještě konat bude, je Mistrovství republiky Enduro (motocyklové závody).

4) Jak plánujete rozvíjet Vaši obec z hlediska cestovního ruchu? Plánujete nějaké investice do tohoto odvětví?

Odpověď: Dle Územního plánu se v budoucnu plánuje výstavba cyklostezky, která je z hlediska cestovního ruchu pro obec významná.

5) Využívá Vaše obec nějaké dotace, podpory, granty určené pro sféru cestovního ruchu?

Odpověď: Ano využívá. Především dotace z Jihočeského kraje, dále z ROP a taktéž z MAS Krajina srdce.

6) Komunikuje, resp. spolupracuje Vaše obec s místními podnikateli, jak?

Odpověď: Spolupráce s místními podnikateli je si myslím na více než dobré úrovni. Jedná se o oboustrannou spolupráci k jejich spokojenosti i ke spokojenosti místních občanů. Jako příklad mohu uvést spolupráci především se Zemědělským družstvem Opařany, dále se společností KAFKA Transport, a.s, dále např. se stavebními firmami. Spolupráce spočívá kupříkladu v zapůjčení strojní techniky, v provádění různých prací pro obec apod.

7) Jak byste charakterizoval infrastrukturu ve Vaší obci? Plánujete provést nějaké změny v infrastruktuře?

Odpověď: Vlastní Obec Opařany se skládá ze 7 místních částí – Hodušín, Nové Dvory, Oltyně, Olší, Opařany, Podboří a Skřýchov u Opařan.

Současná obec má vybudován vodovod, kanalizaci a plynofikaci. Občané mohou využívat poštu, zdravotní zařízení, mateřskou a základní školu, dvě obecní knihovny, tři kulturní zařízení, několik obchodů, pohostinství a sběrný dvůr. V Opařanech je Dětská psychiatrická nemocnice pro děti a dorost se specializovanou péčí v oboru dětská a dorostová psychiatrie. Na zámku v Oltyni jsou pořádány kulturní a společenské akce, svatební hostiny a je zde galerie. Zámek je v současné době na prodej.

V místní části obce Opařany se nachází kanalizace a ČOV, vodovod, plyn, ZŠ a MŠ, zdravotní středisko, pošta. V Oltyni se nachází kanalizace a ČOV, v ostatních částech se nachází kanalizace a ve Skřýchově u Opařan z části i vodovod.

Plánuje se příprava projektové dokumentace pro výstavbu vodovodního řádu v místních částech Podboří, Skrýchov u Opařan, Nové Dvory, Olší a Oltyně.

V současné době se zpracovává projektová dokumentace na víceúčelové hřiště v Opařanech.

Průběžně se provádí rekonstrukce a výstavba místních komunikací a chodníků.

8) Má Vaše obec zpracovaný strategický dokument, týkající se rozvoje obce? Je v něm případně zahrnut cestovní ruch?

Odpověď: Obec Opařany má zpracovaný dokument – „Místní program obnovy venkova obce Opařany“ na období 2009 – 2014, ve kterém je zahrnuta i oprava sakrálních památek v Hodušíně a v Opařanech, s cílem zachování kulturního dědictví následujícím generacím.

9) Spolupracuje, resp. komunikuje vaše obec s místními obyvateli – jakou formou? (v otázkách cestovního ruchu, např. co by v obci uvítali – kulturní akce apod.)

Odpověď: Obec spolupracuje s místními obyvateli v rámci pořádání kulturních akcí, ty mají na starost místní spolky a sdružení. Zmíním například dětský den, vánoční besídku, různé zájezdy atp.

10) Pořádá Vaše obec pravidelná setkání s místními občany k otázkám týkajících se rozvoje obce? Pokud ne, informuje nějak obec své občany o rozvoji?

Odpověď: Dle potřeby je do místních rodin rozeslán leták s plánovanými akcemi či rozvojem obce. Setkání s občany se zpravidla odehrávají na veřejných jednáních Zastupitelstva obce.

11) Spolupracuje Vaše obec s jinou obcí/obcemi? S jakými, v rámci jejich svazků?

Odpověď: Obec Opařany jsou členem mikroregionu Tábořsko, členem Svazu měst a obcí okresu Tábor, dále členem Svazu vlastníků obecních lesů a spolupracujeme i s přilehlými okolními obcemi.

12) Co dle Vašeho názoru mohou turisté přinést Vaší obci?

Odpověď: Díky uspořádání ME 2004 v praktické střelbě a následných ME či mezinárodních závodů, je obec Opařany a její širé okolí (od Táboře po Milevsko či Bechyni) turistické veřejnosti dost známé a turisté se sem už teď často a rádi vracejí. Pronajímají si zde i opakovaně chalupy jak v obci, tak v okolí. Pobyt ve venkovském prostředí jim vyhovuje, zejména pak rodinám s dětmi.

Pro mladé jsou zde turistické trasy včetně cyklotras, mohou zde tedy trávit také aktivní dovolenou. Vyšší návštěvnost je obci ku prospěchu, obec se snaží turistům nabízet co nejvíce v rámci své velikosti. Obec se díky turistům dostane do povědomí, a spokojení turisté budou obec doporučovat k návštěvě dále resp. známým či příbuzným.

KVALITATIVNÍ ROZHOVOR – zástupce podnikatelské sféry

Pronajímatel ubytovacího zařízení - Chalupa U Malíře - Josef Dvořák

1) Navštěvují Vás podnik turisté spíše v letním nebo zimním období?

Odpověď: Turisté si pronajímají chalupu především v letním období, v zimním období je chalupa pronajímána pouze pro silvestrovské pobyty.

2) Co si myslíte, že je primárním faktorem obce, jež láká turisty k návštěvě?

A co je dle Vás naopak nedostatkem obce, který by mohl bránit turistům v jejich návštěvě?

Odpověď: Mezi primární faktory bych zařadil dobrou infrastrukturu (dvě místní restaurace, obchody), okolní lesy, cyklostezky, řeku Lužnici, DPN Opařany, vyhovující autobusové spojení a blízkost větších obcí především Bechyně, Tábora, Milevska. Prioritou obce je také umístění v jižních Čechách.

Mezi nedostatky obce bych zařadil silnici I. třídy, která protíná obec, navzdory tomu zde projíždí mnoho kamionů a způsobují tak v obci veliký hluk.

3) Co plánujete změnit resp. zavést, abyste přilákal více turistů?

Odpověď: Plánuji zlepšit především internetovou prezentaci ubytovacího zařízení, jelikož tento způsob propagace je pro mne klíčový. Dále zlepšit, zkvalitnit služby, zejména týkající se hřiště pro malé děti.

4) Spolupracujete s vedením obce? Např. v otázce rozvoje cestovního ruchu (využívání fondů, grantů apod.)

Odpověď: Zde byla odpověď jednoznačná, podnikatel s obcí v žádném ohledu nespolupracuje.

5) Jak svůj podnik propagujete? Myslíte, že má Váš podnik dostatečnou propagaci? Pokud ne, plánujete Váš podnik více propagovat?

Odpověď: Propaguji prostřednictvím internetu a prozatím to stačí, tudíž nemám v plánu zavádět nějaké další možnosti. Internetová propagace je primární, proto budu pracovat na jejím zlepšení.

- 6) Uvítal byste například možnost spolupráce s obcí v otázce propagace? Případně, jak byste si takovou spolupráci představoval?**

Odpověď: Pro mne by spolupráce s obcí moc výhodná nebyla, jelikož pronajímám chalupu příležitostně a rezervace mám i s půlročním předstihem, tudíž operativně nepronajímám.

- 7) Myslíte si, že se obec Opařany rozvíjí?**

Odpověď: Myslím si, že se moc nerozvíjí, resp. hodně pomalu. Předloni dodělali v obci chodníky. Žádné jiné větší akce se v obci neuskutečnily.

- 8) Poskytujete svým zákazníkům možnost doprovodných programů v rámci pobytu? (jedná se např. o možnost zkusit si tradiční řemesla, pěstovat ekologické potraviny, vařit z ekologických potravin apod.)?**

Odpověď: Ne, nic takového v rámci pronájmu nenabízím. Akorát v rámci pronájmu chalupy je možnost pronajmout si koně, v nedaleko vzdálených obcích. Informuji o tom na internetových stránkách.