

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Marketingové aktivity obce Chanovice v oblasti  
turistických cílů**

**Marketing activities of the village of Chanovice in the  
area of tourist destinations**

Hana Soukupová

Plzeň 2019

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana SOUKUPOVÁ**  
Osobní číslo: **K16B0180P**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management obchodních činností**  
Název tématu: **Marketingové aktivity obce Chanovice v oblasti turistických cílů**  
Zadávající katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

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

1. Zpracujte úvod do teorie teritoriálního marketingu a marketingu služeb.
2. Představte obec Chanovice a uveďte její turistické cíle.
3. Charakterizujte činnosti a dosavadní marketingové aktivity obce Chanovice.
4. Provedte SWOT analýzu obce Chanovice a stanovte vhodnou strategii pro marketingové aktivity v oblasti turistických cílů.
5. Zhodnoťte turistické služby obce Chanovice a navrhněte vhodná opatření k jejich zlepšení.

Rozsah grafických prací: neuveden  
Rozsah kvalifikační práce: 40-60  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická


Seznam odborné literatury:

- **JAKUBÍKOVÁ, Dagmar.** *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci.* 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- **KESNER, Ladislav.** *Marketing a management muzeí a památek.* Praha: Grada, 2005. 304 s. Expert. ISBN 80-247-1104-4.
- **KOTLER, Philip a KELLER, Kevin Lane.** *Marketing management.* 14. vyd. Praha: Grada, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
- **PAULIČKOVÁ, Renáta.** *Teoretické otázky regionálního a městského marketingu.* Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2005. 124 s. ISBN 80-7043-365-5.
- **VAŠTÍKOVÁ, Miroslava.** *Marketing služeb: efektivně a moderně.* 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Kunešová, Ph.D.**  
Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **23. října 2018**

Termín odevzdání bakalářské práce: **23. dubna 2019**

  
Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.  
děkanka



  
Ing. Jan Tluchoň, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Plzni dne 23. října 2018

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Marketingové aktivity obce Chanovice v oblasti turistických cílů“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne .....

.....

podpis autora

## **Poděkování**

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé práce, paní Ing. Haně Kunešové, Ph.D. za ochotu, cenné rady a podnětné připomínky k práci. Dále bych ráda poděkovala panu Petru Kláskovi, starostovi obce Chanovice, za poskytnutí materiálů a informací potřebných k práci. Také bych ráda poděkovala panu Bc. Ondřeji Kláskovi za spolupráci při tvorbě letáku o historii zámku Chanovice a v neposlední řadě paní Kláře Šebkové za její pomoc při distribuci dotazníku.

## Obsah

Úvod.....	8
<b>1 Teritoriální marketing.....</b>	<b>9</b>
1.1 Marketing a teritoriální marketing .....	9
1.2 Příčiny vzniku teritoriálního marketingu .....	11
1.3 Typologie měst a obcí .....	11
<b>2 Marketingové prostředí a strategie obce .....</b>	<b>13</b>
2.1 Pojmy obec a situační analýza .....	13
2.2 Vnější prostředí .....	16
2.2.1 Makroprostředí obcí.....	17
2.2.2 Mezoprostředí obcí .....	18
2.3 Vnitřní prostředí .....	19
2.3.1 Mikroprostředí obcí .....	19
2.4 Obecní profil .....	20
2.5 Strategie obce .....	21
2.6 Možné překážky využití marketingové strategie městy a obcemi .....	21
<b>3 Služby a jejich charakteristiky .....</b>	<b>22</b>
3.1 Definice služeb.....	22
3.2 Vlastností služeb .....	23
3.3 Klasifikace služeb .....	24
3.4 Spirála služeb .....	24
3.5 Marketingový mix služeb.....	25
<b>4 Představení obce Chanovice .....</b>	<b>27</b>
4.1 Obec Chanovice a její občanská vybavenost .....	27
4.2 Turistické cíle v obci Chanovice.....	28
4.2.1 Zámecký areál.....	28
4.2.2 Rozhledna .....	31
4.2.3 Skanzen – Expozice lidové architektury.....	32
4.2.4 Naučné stezky .....	34
<b>5 Marketingové aktivity obce Chanovice.....</b>	<b>36</b>
5.1 Kulturní dění v obci .....	36
5.2 Webové stránky obce a její profily na sociálních sítích.....	37
5.3 Publikační činnost obce.....	38
5.4 Obecní informační středisko .....	38
5.5 Účast obce Chanovice na veletrzích a výstavách.....	40
<b>6 Hodnocení webových stránek obce .....</b>	<b>41</b>
6.1 Hodnocení záložky O obci .....	41
6.2 Hodnocení záložky Okolí Chanovic .....	43

6.3	Hodnocení záložky Informační centrum Chanovice.....	44
6.4	Hodnocení záložky Zámek a zámecký areál .....	45
6.5	Hodnocení záložky Rozhledna Chanovice.....	46
6.6	Hodnocení záložky Skanzen .....	46
7	<b>Marketingový výzkum</b> .....	48
7.1	Výsledky dotazníkového šetření .....	48
7.1.1	Návštěvníci z Plzeňského kraje .....	48
7.1.2	Návštěvníci z jiných krajů .....	50
7.1.3	Vybrané otázky .....	52
7.1.4	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření .....	57
8	<b>SWOT analýza obce Chanovice</b> .....	58
9	<b>Návrhy pro obec Chanovice</b> .....	60
	Závěr .....	63
	Seznam použité literatury .....	65
	Seznam obrázků.....	68
	Seznam tabulek .....	69
	Seznam příloh .....	70

## Úvod

Teritoriální marketing je poměrně novým konceptem marketingu. V současné době jsou však jeho projevy patrné čím dál více. Marketing je využíván nejen v rámci regionů či větších významných měst, ale také v případě menších měst a obcí.

Úkolem marketingu obecně je zaměření se na cílové skupiny. Pokud je tedy marketing aplikován do podmínek obcí, tvoří cílové skupiny jednak obyvatelé obce, místní podniky a podnikatelé, různé dobrovolné spolky v obci, ale také turisté, návštěvníci či potenciální obyvatelé obce. Obec by měla své činnosti zaměřovat na potřeby daných cílových skupin a tím tak zvyšovat svou atraktivitu a konkurenceschopnost.

Tématem bakalářské práce jsou marketingové aktivity obce Chanovice v oblasti turistických cílů. Obec Chanovice je malou obcí v Plzeňském kraji v okrese Klatovy, již jako celek tvoří 6 místních částí. Marketingu se obec začala věnovat poměrně nedávno. Vzhledem ke své velikosti (žije zde přibližně 730 obyvatel) nezaměstnává obec marketingové specialisty. Marketingu a správné propagaci se tedy neustále učí a rozvíjí tak své zkušenosti v této oblasti. Autorka předloženou práci zpracovala ve spolupráci s uvedenou obcí a využila přitom i vlastní zkušenosti a poznatky, jelikož v obci několik let působila jako průvodkyně a obsluha obecního informačního centra.

Cílem bakalářské práce je představit obec Chanovice s důrazem na její turistické cíle, charakterizovat činnosti a marketingové aktivity obce a na základě zjištěných poznatků formulovat pro obec Chanovice návrhy, jež by měly vést ke zlepšení poskytovaných turistických služeb a marketingových aktivit obce.

První část bakalářské práce je věnována teoretickým východiskům ke zkoumanému tématu. Vysvětleny jsou pojmy marketing, teritoriální marketing, situační analýza, služby a další. Druhá část práce představuje obec Chanovice, její turistické cíle a s nimi související marketingové aktivity. Součástí práce je také hodnocení webových stránek obce Chanovice a SWOT analýza, která navazuje na výsledky provedeného marketingového výzkumu. Závěrečná část práce obsahuje návrhy pro obec Chanovice, které vycházejí ze zjištěných poznatků.



# 1 Teritoriální marketing

## 1.1 Marketing a teritoriální marketing

**Marketing** je v tržní ekonomice velmi frekventovaným pojmem, který je však definován rozdílnými způsoby (viz níže). Definice různých autorů se shodují v tom, že marketing je komplexní proces, během kterého dochází k rozpoznávání, a především uspokojování přání a potřeb zákazníků s cílem dosáhnout zisku. Široká veřejnost vnímá často nesprávně marketing pouze jako reklamu s cílem prodat. Jedná se ale o soubor činností, jejichž cílem je poznat, co zákazník chce, o co bude mít zájem, a na základě toho uzpůsobit nástroje marketingového mixu tak, aby zákazník obdržel produkt či službu odpovídající jeho představám a přáním za správnou cenu, ve správný čas a na správném místě. Pro poznání přání a potřeb zákazníků se v rámci marketingu nejčastěji uplatňuje průzkum trhu, a především marketingový výzkum. (Světlík, 2005)

Mezi nejčastěji používané definice marketingu můžeme zařadit například definici Světlíka (2005, s. 10), který marketing definuje jako *„proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.“*

Kotler a Keller (2013, s. 35) nahlízejí na marketing jako na *„umění a vědu volby cílových trhů a získávání, udržení a rozvoj zákazníků pomocí vytváření, dodávání a komunikace vyšší zákaznické hodnoty.“*

Americká marketingová asociace zveřejnila v červenci roku 2013 novou definici marketingu: *„Marketing je aktivita, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikování a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a celou společnost.“* (AMA.org, 2019).

Dle Foreta (1997 in Pauličková, 2005, s. 7) je marketing *„systém teoreticky propracovaných principů a postupů, pomocí kterých organizace prakticky poznávají přání a potřeby svých zákazníků a reagují na ně, čímž se snaží zvýšit pravděpodobnost úspěchu na trhu.“*

Pro účely této práce je marketing brán jako soubor činností, které vedou ke zviditelnění a zatraktivnění turistických památek, konkrétně památek v obci. Na samotnou kulturní památku lze nahlížet jako na produkt. V místě se produkt ovšem pojí se službami – např. průvodcovské služby, stravovací služby, ubytování a další. Výsledkem správně cílených marketingových aktivit je v oblasti kulturních památek a dalších turistických atraktivit zvyšující se počet návštěvníků, což má příznivý vliv na ekonomiku v dané oblasti.

Pojem **teritoriální marketing** neboli marketing míst či regionální marketing, někdy uváděn také jako marketing měst a obcí, má své „kořeny“ v Nizozemsku. Mimo výše uvedené pojmy se lze dále setkat s označením city-marketing či city-management, urban management nebo také marketing městských částí. Podle Pauličkové (2005) jsou průkopníky tohoto oboru nizozemští odborníci Klaasen, Meer a Berg, kteří city marketing považují za nedílnou součást městské politiky. Městský marketing Pauličková (2005, s. 13) definuje jako „*uplatňování marketingové koncepce v podmínkách města, přičemž se město chápe jako celek.*“ Vašítková a Janečková (1999) berou za základní koncepci marketingu města, kterou lze následně rozdělit na marketing obcí, týkající se menších míst a regionální marketing, který zahrnuje větší územní celky. Autoři Lacina a Kala (2003, s. 55) považují za klíčový úkol regionálního marketingu „*poskytování vybraných informací o regionu a v něm lokalizovaných městech a ostatních obcích konečným zájemcům a příjemcům z České republiky a ze zahraničí.*“ V případě, že se menší obce spojí do jednoho celku a vytvoří společnou marketingovou strategii, mluvíme o marketingu místa. Souvislost mezi regionálním a městským marketingem a marketingem místa znázorňuje obrázek č. 1.

**Obrázek č. 1: Souvislosti v teritoriálním marketingu**



Zdroj: Pauličková, 2005, s. 13

## **1.2 Příčiny vzniku teritoriálního marketingu**

Využívání marketingu pro potřeby regionů, měst a obcí je relativně novou záležitostí. Teritoriální marketing se začal uplatňovat od druhé poloviny sedmdesátých let (Janečková, Vašítková, 1999, s. 15). Dnes je již marketing v této oblasti využíván naprosto běžně, a to i v případě malých obcí. Dle Pauličkové (2005) se marketing na úrovni regionů, měst a obcí začal prosazovat z důvodu rostoucí konkurence, demografických změn či zvyšujícího se podílu spolupráce veřejného a soukromého sektoru.

## **1.3 Typologie měst a obcí**

Vzhledem k různorodosti měst a obcí je pro účely teritoriálního marketingu třeba města a obce klasifikovat. Janečková a Vašítková (1999, s. 18) uvádějí typologii, již převzaly od amerického autora Lawa:

- hlavní města – bohatá na kulturní památky, ale dopravní zatížení, množství turistů, vede k osídlování předměstí, uplatňování demarketingu,
- průmyslová města – těžký průmysl – negativní vliv na životní prostředí, ovšem dobrá infrastruktura, pracovní příležitosti,

- velká atraktivní historická města – slavná historie, příležitost pro event marketing,
- města s příjemným okolím a vybavením pro zábavu – podnikatelské a pracovní příležitosti, obchodní a zábavní centra.

V případě České republiky je podle Janečkové a Vašítkové (1999, s. 19) možné obce a města členit na:

- historické obce,
- obce lázeňské, obce v rekreačních oblastech,
- příhraniční obce,
- satelitní obce.

Lze říci, že první dvě kategorie měst a obcí mají v rámci cestovního ruchu výhodu. V případě historických obcí jsou to historické kulturní památky, které se v nich nacházejí, v případě lázeňských a rekreačních oblastí jejich přírodní zdroje. Na druhou stranu vyžadují tyto kategorie měst a obcí vyšší nároky na vybudování infrastruktury, udržování čistého prostředí, vybavenost ubytovacími a restauračními zařízeními apod.

Dále lze dle Janečkové a Vašítkové (1999, s. 19) města a obce kategorizovat také podle spádové oblasti, ze které pocházejí turisté navštěvující dané místo:

- světová – celosvětově známá, atraktivní pro turisty z celého světa (New York, Paříž, Londýn, Praha),
- kontinentální – navštěvována především turisty z daného kontinentu (Evropa – Madrid, Řím, Amsterdam),
- národní – atraktivní pro obyvatele příslušného státu (ČR – Třeboň, Pardubice, Jindřichův Hradec),
- regionální – největší podíl tvoří návštěvníci z daného regionu (obce na Šumavě),
- lokální – navštěvována převážně místními obyvateli.

## 2 Marketingové prostředí a strategie obce

### 2.1 Pojmy obec a situační analýza

Dle zákona č. 128/2000 Sb. o obcích, který je v České republice pro obce základním právním předpisem, je **obec** definována jako: „základní územní samosprávné společenství občanů, tvořící územní celek, který je vymezen hranicí území obce.“ (§ 1) Každá obec má své orgány, prostřednictvím kterých realizuje svou samosprávu neboli samostatnou působnost. Samosprávu vykonává zastupitelstvo spolu s dalšími orgány obce, kterými jsou rada obce, starosta a obecní úřad. Obec tak vystupuje jako veřejnoprávní korporace hájící zájmy svých občanů a dalších organizací působících na daném území. Zabezpečuje veřejné statky a uspokojuje potřeby občanů týkající se např. bydlení, dopravy, vzdělání a dalších. Disponuje určitým majetkem, o který musí řádně pečovat. Obce mohou vstupovat do sdružení obcí či dobrovolných svazků obcí. (Peková, 2004, s. 84). Obec, resp. její orgány na základě zákona č. 128/2000 Sb., o obcích dále vykonávají tzv. přenesenou působnost. To znamená, že plní funkci státní správy. Dle rozsahu výkonu státní správy rozděluje zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (§ 61) obce do tří skupin: základní rozsah, pověřený obecní úřad a obecní úřad s rozšířenou působností.

Peková (2004, s. 79) uvádí tři základní znaky, kterými je obec vymezena dle právního hlediska:

- území,
- občané s trvalým pobytem, občané s čestným občanstvím obce, podnikatelé se sídlem na území dané obce, vlastníci nemovitostí, nacházejících se v dané obci a další,
- samospráva neboli působnost.

Obce i města jsou ve svém bližším či vzdálenějším okolí obklopena dalším územím. Toto území vytváří vnější prostředí, které do určité míry ovlivňuje vnitřní prostředí dané obce nebo města. Marketingová prostředí se analyzují pomocí situačních analýz. Odborná literatura se zpravidla zaměřuje na situační analýzu prostředí podniku, uváděné definice a postupy lze však použít i pro situační analýzy prostředí obcí.

**Situační analýzou** rozumí Jakubíková (2013, s. 94) „všeobecnou metodu zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a zkoumání vnitřního prostředí firmy (kvalita managementu a zaměstnanců, strategie firmy, finanční situace, vybavenost, historie, umístění, organizační kultura, image apod.), její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy.“

Při určité míře zobecnění výše uvedené definice je možné situační analýzu definovat jako všeobecnou metodu zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího a vnitřního prostředí určitého subjektu (např. podniku, obce).

Účelem situační analýzy je jednak zhodnocení vnějších faktorů působících na podnik, skrze které lze odhalit možné příležitosti nebo naopak hrozby plynoucí z vnějšího okolí, a dále hodnocení firmy z hlediska jejích schopností a zdrojů, čímž lze definovat silné či slabé stránky organizace. (Jakubíková, 2013). Typů situačních analýz nalezneme napříč příslušnou literaturou několik. Výčet nejčastěji uváděných analýz je uveden níže.

### **SWOT analýza**

Vzhledem ke své jednoduchosti a snadné aplikovatelnosti na mnohé obory je tato analýza v praxi nejrozšířenější. Její název vychází z počátečních písmen anglických názvů: S (Strengths) neboli silné stránky, W (Weaknesses) – slabé stránky, O (Opportunities) – příležitosti a T (Threats) – hrozby. Analýza zhodnocuje vnější prostředí (z něj plynoucí příležitosti a hrozby) a též prostředí vnitřní (silné a slabé stránky). Foret a kol. (2013) uvádí možné zúžené formy této analýzy, zaměřené pouze na zhodnocení mikroprostředí podniku – analýza je označena jako S-W analýza a analýzu zaměřenou pouze na zhodnocení příležitostí a hrozeb, tedy O-T analýzu. Následně je spojuje v celek, tvořící právě SWOT analýzu.

## **PEST analýza a její rozšířené varianty**

PEST či rozšířenou PESTEL analýzu uvádí např. Jakubíková (2013). Tato analýza slouží k rozboru makroprostředí (označováno též jako vnější prostředí). Název analýzy vyplývá z faktorů, které analýza obsahuje. Akronym se různě mění v závislosti na tom, jaké další faktory prostředí zahrnuje. Různí autoři totiž uvádí odlišné podoby tohoto akronymu. V případě základní PEST analýzy jde o faktory politicko-právní, ekonomické, sociokulturní a technologické. Rozšířená podoba (PESTEL analýza) obsahuje navíc faktory ekologické. Jakubíková (2013) zmiňuje, že analýza nezahrnuje další dva vnější faktory, které mají na podnik vliv, a to faktory demografické a přírodní. Foret s kol. (2013) sice uvádí i tyto faktory, ale nezahrnuje do analýzy faktory ekologické či sociální (uvádí jen faktory kulturní). Dále odkazuje na další možné podoby akronymu, jako je např. STEPE analýza (faktory sociální, technické, ekonomické, politické a ekologické) či rozšířená analýza PESTLEK (faktory politické, ekonomické, sociální, technické a technologické, legislativní, ekologické a kulturní).

## **Analýza 7C**

Jako další možnou situační analýzu uvádí Jakubíková (2013, s. 95) analýzu 7C. Zkratka je tvořena počátečními písmeny anglických názvů: county (národní specifika), climate/context (makroekonomické faktory), company (podnik, spolupracující firmy a osoby), customers (zákazníci), competitors (konkurenti), costs (náklady) a change (změna).

## **Porterův model pěti sil**

Porterův model zahrnuje (Jakubíková, 2013, s. 103): vyjednávací schopnost odběratelů, vyjednávací schopnost dodavatelů, hrozbu substitučních výrobků a služeb, hrozbu nových konkurentů a konkurenci v branži. Vzhledem k tomu, že v odborné literatuře neexistuje jednotné vymezení úrovně marketingového prostředí (viz podkapitola 2.2), liší se různé zdroje v tom, na jaké úrovni prostředí se uvedený model používá. Např. Jakubíková (2013) či Foret a kol. (2013) uvádějí použití modelu na úrovni mikroprostředí, zatímco při členění prostředí podle Fotra a kol. (2012) se tento model vztahuje k mezoprostředí.

## 2.2 Vnější prostředí

Členění marketingového prostředí není v ekonomické literatuře jednotné. Např. Jakubíková (2013) rozčleňuje vnější prostředí na úroveň makroprostředí a mikroprostředí. Faktory, které jsou součástí makroprostředí – podmínky politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní a další působí na složky z mikroprostředí – zákazníky, dodavatele, veřejnost apod. Odlišné členění uvádí např. Fotr a kol. (2012) – marketingové prostředí podniku dělí na externí a interní, přičemž do externího prostředí řadí makro a mezoprostředí. Interním prostředím pak rozumí mikroprostředí. Z autorů, jež se věnují teritoriálnímu marketingu lze zmínit např. Janečkovou a Vašítkovou (1999), které do vnějšího prostředí zahrnují pouze úroveň makroprostředí. Jako makroprostředí chápou úroveň státu. Dále rozlišují mezoprostředí, jež přirovnávají k úrovni regionu, ale nijak blíže toto prostředí nespécifikují. Mikroprostředí pak řadí do vnitřního prostředí a obec srovnávají s podnikem zajišťujícím správu. Obdobně na úrovně marketingového prostředí nahlížejí i Lacina a Kala (2003). V této práci je převzato členění dle Janečkové a Vašítkové (1999) a Laciny a Kaly (2003), tedy členění na makroprostředí, mezoprostředí a mikroprostředí, jelikož v případě měst a obcí zastává úroveň regionu (tj. mezoprostředí) významnou roli.

Situační analýzy využívané často v podnikatelském prostředí lze aplikovat i na města a obce. PEST analýzu sloužící k rozboru okolního prostředí organizace můžeme tak využít i v případě analyzování prostředí obce či města. PEST analýza aplikovaná v tomto kontextu je rozšířena o další dvě prostředí – demografické a přírodní. Akronym je tak v podmínkách měst a obcí<sup>1</sup> následující: PSTEPD. Jednotlivé složky akronymu jsou popsány v dalším textu. Marketingová prostředí obcí a jejich složky shrnuje obrázek č. 2 (s. 20).

---

<sup>1</sup>Dále je používán pouze termín „obec“.



### 2.2.1 Makroprostředí obcí

**Politicko-právní prostředí** – Česká republika je demokratickým státem. Jako člen Evropské unie (dále jen „EU“) musí určitá legislativní ustanovení uvést do souladu s legislativou EU. Pro obce je závazným právním dokumentem zákon č. 128/2000 Sb, o obcích a dále pak další zákony jako např. zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů či zákon č. 243/2000 Sb., o rozpočtovém určení daní.

**Sociálně-kulturní prostředí** – nabídka kulturního vyžití je v České republice poměrně rozmanitá. Kromě hmotných kulturních památek a turistických zajímavostí (hrady, zámky, skanzeny, rozhledny, naučné stezky apod.) mohou být pro zahraniční i tuzemské návštěvníky atraktivní například různé lidové slavnosti a tradice, které jsou v některých krajích uchovávány a předávány z generace na generaci, ty nejvýznamnější z nich jsou zařazené do seznamu nemotných památek UNESCO. K nejznámějším patří např. Jízda králů nebo masopustní průvody, Další kulturní a společenské zážitky nabízí divadla, muzea, galerie, kina, výstavy a festivaly. Jednotlivé obce vytvářejí svůj vlastní kulturní program, přičemž některé akce jsou naprosto jedinečné a spojené pouze s konkrétní obcí. Právě díky nim se mohou obce lépe dostat do povědomí široké veřejnosti a přilákat návštěvníky. Vytváří se zde prostor pro uplatňování tzv. event marketingu.

**Technologické prostředí** – toto prostředí je vymezeno inovačními změnami a trendy ve výzkumu a vývoji (Synek a kol., 2002 in Jakubíková, 2013). Úroveň technologických inovací je v České republice vysoká, srovnatelná s ostatními vyspělými zeměmi EU. Výrobní podniky investují do modernizace svých technologií ve snaze o ekologicky šetrnější provoz. V podnicích cestovního ruchu jsou využívány moderní komunikační a informační technologie. Prakticky celé území státu je pokryto internetem, přičemž kolem 60 % obyvatel ČR využívá internet v mobilním telefonu (ČSÚ, 2018). Obce mohou využít internet především k efektivnější propagaci prostřednictvím vlastních webových stránek nebo účtů na sociálních sítích.

**Ekonomické prostředí** – Česká republika (dále jen „ČR“) patří mezi vyspělé, rozvinuté země. Míra nezaměstnanosti je v ČR v porovnání s ostatními zeměmi Evropské unie jedna

z nejnižších. Příjmy obyvatel v posledních letech rostou (ČSÚ, 2019). Zvyšuje se také fond volného času, což má pozitivní vliv především na rozvoj cestovního ruchu.

Janečková a Vašítková (1999, s. 21) uvádějí, že „*ekonomické prostředí obecně vytváří rámec pro podnikatelské aktivity a určuje kupní sílu, nákupní chování a sociální složení obyvatelstva*“

**Přírodní prostředí** – vzhledem k členitému reliéfu má ČR z hlediska přírodních podmínek velký potenciál. Jsou zde dobré podmínky převážně pro pěší, cyklo či horskou turistiku. Přírodní prostředí je v kontextu teritoriálního marketingu velmi důležité. Pokud se obec nachází na území, kde je zachovalá, čistá příroda, má tak výhodu oproti jiným obcím, jelikož se pro turisty stává lákavějším cílem. Vhodné přírodní prostředí může přilákat nejen návštěvníky, ale také investory či podnikatele v oblasti služeb cestovního ruchu. Janečková a Vašítková (1999) ovšem upozorňují na možné protichůdné zájmy podniků, obyvatel obce a návštěvníků.

**Demografické prostředí** – podle výsledků statistických šetření populace v ČR obecně stárne, její vzdělanost se zvyšuje. V poslední době je významným trendem suburbanizace, kdy se zejména mladí lidé stěhují do okrajových částí větších měst, přičemž vznikají nové příměstské zóny. Na vesnicích a v menších městech žijí převážně lidé starší. Z hlediska teritoriálního marketingu je třeba navíc brát v úvahu migraci obyvatel. Snahou obcí by mělo být vytvoření pracovních příležitostí, vhodných podmínek k bydlení a zajištění standardní občanské vybavenosti.

### **2.2.2 Mezoprostředí obcí**

Mezoprostředí je v podmínkách teritoriálního marketingu reprezentováno regionem, v němž se daná obec nachází. Peková (2004, s. 36) charakterizuje regionální úroveň jako „*důležitý spojovací článek mezi obcí a státem.*“ Mezoprostředí je do jisté míry ovlivněno makroprostředím – např. ekonomická situace v regionu se odvíjí od ekonomické situace ve státě apod. Potenciál využití území není v každém regionu na stejné úrovni, ale naopak vznikají prohlubující se rozdíly – v oblasti hospodářské, sociální. Na tyto rozdíly se snaží reagovat Evropská unie prostřednictvím regionální politiky. Mezi její cíle patří např.

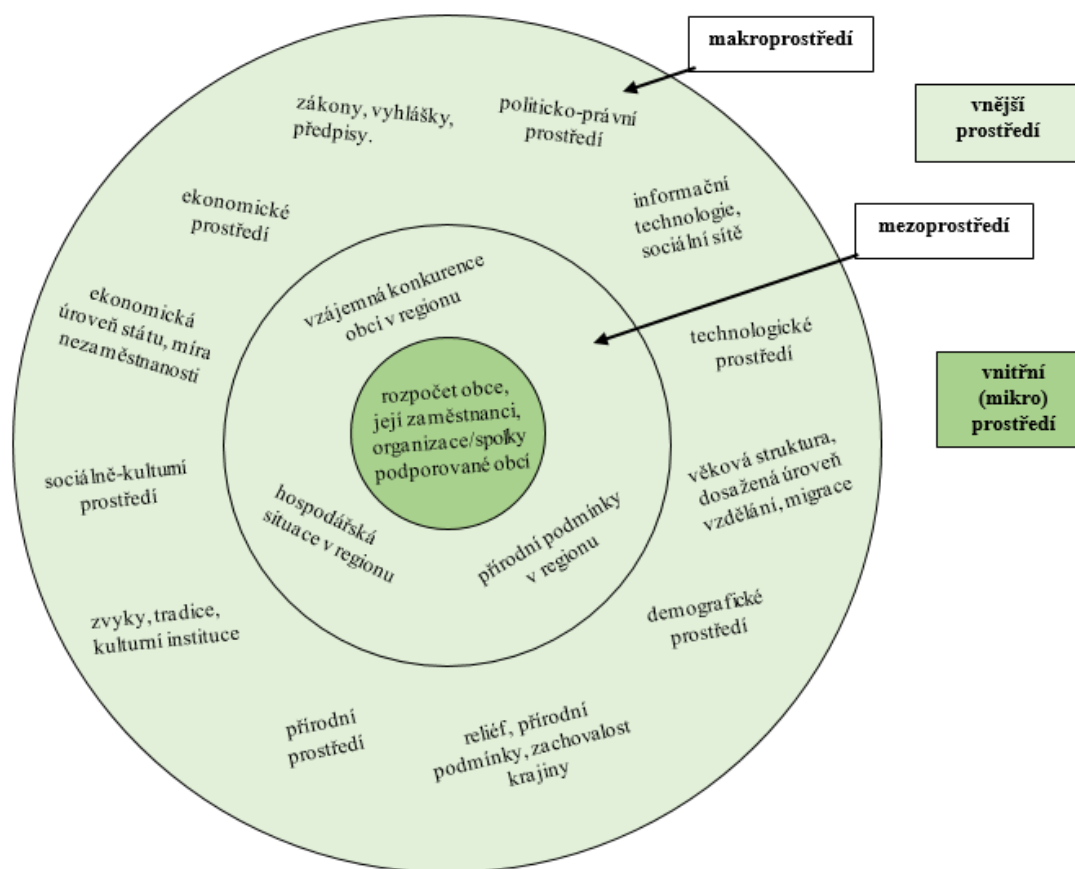
podpora zejména malých a středních podniků, zvyšování kvality života občanů, udržitelný rozvoj, růst zaměstnanosti a další (euroskop.cz, 2019). Na úrovni mezoprostředí vůči sobě obce vystupují jako konkurenti. Podobně jako podnik, tvoří i každá obec určitou nabídku – především služeb. Důležitou roli zde sehrává rovněž krajinný ráz v daném regionu. Členitější a rozmanitější krajina nabízí místním obyvatelům i návštěvníkům širší škálu různých volnočasových aktivit.

## **2.3 Vnitřní prostředí**

### **2.3.1 Mikroprostředí obcí**

Podobně jako vnější prostředí, lze i vnitřní prostředí obce charakterizovat obdobně jako vnitřní prostředí podniku. Na obecní úřad lze nahlížet podobně jako na podnik. Do mikroprostředí pak patří zaměstnanci obecního úřadu, zastupitelstvo obce, organizační složky zřizované obcí, rozpočet obce apod. Zákon č. 250/2000 Sb. o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů (§ 7; § 9) definuje možné příjmy a výdaje obcí. Příjmy plynou obci například z jejího vlastního majetku a majetkových práv, z výsledků vlastní činnosti, z místních poplatků a z podílů na daních (stanovených zákonem č. 243/2000 Sb. o rozpočtovém určení daní). Výši příjmů z místních poplatků (např. poplatek ze psů) mohou obce ovlivnit prostřednictvím obecních vyhlášek. Dále mohou obce získat dotace ze státního rozpočtu, státních účelových fondů nebo dotace z rozpočtu kraje. Výdaje obcí tvoří jednak výdaje, které jsou obcím ukládány zákonem, tzv. mandatorní (např. výdaje na sociální podporu), a dále pak například výdaje na činnost obce v rámci její samostatné působnosti. K těm se řadí závazky vyplývající z uzavřených smluvních vztahů či výdaje plynoucí z podpory subjektů vykonávajících v místě veřejně prospěšnou činnost a další. (Peková, 2004; rozpocetobce.cz, 2019)

**Obrázek č. 2: Marketingová prostředí obce**



Zdroj: vlastní zpracování podle Janečková, Vašítková, 1999; Jakubíková, 2013

## 2.4 Obecní profil

Vypracování profilu obce je důležitou, až téměř nezbytnou součástí její propagace. Profil by měl zahrnovat veškeré podstatné informace o obci, jako je například geografická poloha obce, demografická struktura obyvatel nebo ekonomická a sociální situace jak v obci, tak i v jejím okolí. Dále by měl profil obsahovat údaje o možnostech bydlení, technické infrastruktury či vývoji obce apod. Nelze samozřejmě opomenout ani stručný výčet historie, kultury v obci a další. Profil obce je užitečný jednak pro její představitele, ale především z hlediska prezentace a propagace obce. Jednotlivé obce si v různých oblastech navzájem konkurují, je proto vhodné zpracovaný profil obce porovnat s obcí obdobnou, která je možným konkurentem. Snadněji tak lze odhalit možné konkurenční výhody. (Janečková, Vašítková, 1999)

## 2.5 Strategie obce

Pro fungování obce (stejně jako pro fungování podniku) je důležité strategické plánování. Strategické plánování v případě obcí znamená určení cílů, které nesmí být v rozporu se stanovenou vizí obce, a vytyčení postupů, jež povedou k naplnění stanovených cílů. Výsledkem strategického plánování je tzv. strategický plán rozvoje obce. Obce plánují především na operativní úrovni, skrze niž však dochází k naplňování cílů strategických. Se strategickým plánem má úzkou souvislost územní plán obce, jehož cílem je smysluplné prostorové uspořádání a funkční využití daného území. Podle Janečkové a Vašítkové (1999) je územní plánování třeba chápat jako živý proces, pomocí něhož mohou být realizovány investice, mající dlouhodobý pozitivní vliv na rozvoj obce. Strategický plán rozvoje obce reprezentuje její předpokládaný budoucí vývoj. Zahrnuje tak několik oblastí – např. hospodaření s majetkem obce, její investiční záměry, rozvoj místních aktivit, vytváření pracovních příležitostí, začlenění obce do různých sdružení apod. V rámci strategie bývá dále zpracována SWOT analýza, pomocí níž může obec snadněji stanovit své cíle a určit tak klíčové oblasti budoucího rozvoje.<sup>2</sup>

## 2.6 Možné překážky využití marketingové strategie městy a obcemi

Města a obce se mohou při využití marketingové strategie potýkat s určitými překážkami. Na tyto problémy upozorňují Janečková a Vašítková (1999, s. 14). Jejich přehled je uveden v následujícím textu, přičemž na prvních dvou se s nimi shoduje i Pauličková (2005).

- dynamičnost měst a obcí – změny mohou být nepředvídatelné,
- města a obce nejsou homogenní – určitá rozhodnutí náleží vládě,
- poskytování veřejných služeb – odvíjejí se od potřeb,
- omezené finanční zdroje.

---

<sup>2</sup> Obsah strategických plánů rozvoje obcí je zde uveden podle několika konkrétních strategických plánů rozvoje obcí, které autorka prostudovala při přípravě bakalářské práce.

### 3 Služby a jejich charakteristiky

Služby jako takové spadají do terciálního sektoru ekonomiky. Jde o široký sektor, jenž má ve všech vyspělých zemích největší podíl na zaměstnanosti a významný podíl na tvorbě HDP. Zahraniční obchod se službami může významně ovlivnit platební bilanci státu. Ve službách operuje stát, který poskytuje největší množství služeb, zejména jde o služby nekomerční (veřejná správa, bezpečnost, obrana, zdravotní služby, sociální služby, vzdělávání a další). Nekomerční služby poskytují také různé neziskové organizace. Podnikatelský sektor se zaměřuje na poskytování komerčních služeb. Nejčastěji se jedná o služby spojené s cestovním ruchem – ubytování, stravování, doprava apod. Dalším příkladem služeb poskytovaných podnikatelským sektorem mohou být služby poradenské, právní či finanční. (Vašítková, 2008).

#### 3.1 Definice služeb

Za definici, jež nejlépe vystihuje podstatu služeb, označuje Vašítková definici Kotlera a Armstronga: *„Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem.“* (Kotler, Armstrong, in Vašítková, 2008, s.13)

Americká marketingová asociace definuje služby jako: *„samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.“* (AMA.org, 2019)

Obě definice se shodují v tom, že služba může, ale nemusí být doprovázena hmotným produktem.

Výše uvedené definice vysvětlují pojem „služba“ jako takový, lze ovšem najít řadu dalších definic, které se ale již zaměřují na konkrétní „typ“ služby – jako například informační

služba, IT služba či webová služba. Ve své podstatě ale vycházejí ze „základní“ definice služby. (ČSSI, 2008)

### 3.2 Vlastnosti služeb

Vašítková (2008, s. 20) uvádí pět nejobvyklejších vlastností služeb:

- nehmotnost,
- neoddělitelnost,
- heterogenita,
- zničitelnost,
- vlastnictví.

Foret a Foretová (2001, s. 20) se v pojetí vlastností služeb nepatrně liší, uvádí tzv. 4I. Zkratka vychází z počátečních písmen anglických názvů pro vlastnosti služeb

- intangibility – nehmotnost,
- inconsistency – nestálost,
- inseparability – neoddělitelnost,
- inventory – neskladovatelnost.

Nehmotnost služeb znamená, že službu nelze vnímat smysly, jako je chuť, hmat a další. Oproti klasickým produktům službu nelze předem vyzkoušet. Vašítková (2008) zdůrazňuje, že právě marketing služeb se rozšířením marketingového mixu o materiální prostředí neboli physical evidence, snaží snížit možnou nerozhodnost zákazníků v případě poskytnutí určité služby. Služba je vždy spjata s určitým místem, časem a jejím poskytovatelem, což zahrnuje neoddělitelnost. Neskladovatelnost (Vašítková, 2008 uvádí pojem zničitelnost) je vlastnost pro služby asi nejvíce charakteristická. Službu nelze vyrobit dopředu, jelikož je spotřebovávána v okamžiku jejího poskytnutí. Foret a Foretová (2001, s. 20) vystihují nemožnost služby skladovat takto: *„zákazník čeká na službu, nikoli služba na zákazníka.“* Nestálost neboli heterogenita, jak uvádí Vašítková (2008) souvisí s kvalitou provedení služby. Ta se odvíjí především od toho, kdo službu poskytuje. Vlastnictví, které

do charakteristik služeb zahrnuje Vašítková (2008), znamená jednoduše to, že službu nelze vlastnit, což je oproti klasickému zboží značný rozdíl.

### **3.3 Klasifikace služeb**

Existuje celá řada klasifikací služeb. V souvislosti s tématem této práce není třeba uvádět jejich kompletní výčet. Za nejzákladnější členění můžeme považovat rozdělení služeb na:

- tržní (komerční),
- netržní (nekomerční).

Pokud na služby nahlížíme z hlediska toho, komu jsou poskytnuty (určeny), lze definovat služby:

- pro spotřebitele,
- pro organizace.

Určité služby, například softwarové programy či servisní služby nelze přiřadit přímo k jedné z výše uvedených skupin, jelikož takové služby jsou využívány jak spotřebiteli, tak i organizacemi.

Poněkud podrobněji je sektor služeb klasifikován dle Evropské klasifikace ekonomických činností NACE. Služby jsou rozděleny do skupin dle písmen, od G až po U. Jako příklad lze uvést (nace.cz, 2018):

- I – ubytování, stravování a pohostinství,
- J – informační a komunikační činnost,
- O – veřejná správa a obrana, povinné sociální zabezpečení.

### **3.4 Spirála služeb**

Vašítková a Janečková (2000) charakterizují jako jeden z hlavních pojmů, jenž se pojí s marketingem služeb, tzv. spirálu služeb. Tato spirála souvisí s Maslowovou hierarchií potřeb. Fyziologické potřeby, jako jsou jídlo, spánek, bydlení apod. spolu s potřebou bezpečí, pomáhá uspokojit společnost jako taková. Dále však následují potřeby, které není



tak jednoduché uspokojit – potřeba někam patřit, potřeba uznání, seberealizace. Tyto potřeby souvisí i s rozvojem společnosti a zvyšující se životní úrovní. Ve spirále služeb se jedná o to, že v podstatě každá další potřeba, která následuje po uspokojení základních potřeb, vyvolává další a další službu. Sektor služeb se tak neustále rozvíjí a roste.

### **3.5 Marketingový mix služeb**

Marketingovým mixem se rozumí souhrn marketingových nástrojů, pomocí nichž jsou dosaženy předem stanovené cíle (Kotler, Keller, 2013). Základní marketingový mix je tvořen tzv. 4 P – product (produkt), price (cena), place (distribuce), promotion (marketingová komunikace). Kotler a Keller (2013) ale zdůrazňují, že marketing je souhrnným a rozsáhlým oborem, což potvrzuje i holistické pojetí marketingu. Základní 4 P proto již nepovažují za dostačující a uvádí další 4 – people (lidé), processes (procesy), programs (programy) a performance (výkon).

V případě marketingu služeb rozšiřuje Vašítková (2008) základní marketingový mix o další 3P. Jedná se o materiální prostředí (physical evidence), lidi (people) a procesy (processes).

V oblasti marketingu měst a obcí se základní marketingový mix rozšiřuje o další 4 prvky, přičemž první tři jsou totožné s rozšířeným marketingovým mixem služeb. Čtvrtým rozšiřujícím prvkem je partnerství (Janečková, Vašítková, 1999).

Vzhledem k tomu, že obce poskytují především služby, a mezi těmito „odvětvími“ marketingu je tak úzká souvislost, není překvapivé, že rozšířený marketingový mix je v obou případech téměř identický.

V následující tabulce je uveden přehled základních čtyř prvků marketingového mixu v oblasti marketingu měst a obcí a marketingu služeb.

**Tabulka č. 1: Základní prvky marketingového mixu ve zkoumaných oborech marketingu**

	<b>Marketing měst a obcí (Janečková, Vašítková)</b>	<b>Marketing služeb (Vašítková)</b>
<b>Produkt</b>	pronájem obecních/městských prostor/bytů, kulturní program, prostředí obce/města, služby občanům, návštěvníkům, podnikům	jakákoliv služba – např.: poskytování informací, poradenství, průvodcovská činnost, ubytování, stravování, doprava atd.
<b>Cena</b>	poplatek za svoz komunálního odpadu, poplatek za psa, parkovné ve městě, nájemné obecních bytů/nebytových prostor	velmi různorodá – záleží na kontextu; např.: vstupné, doprava, nájemné, poštovné, různé poplatky atd.
<b>Propagace</b>	propagační materiály, webové stránky, profily na sociálních sítích, WOM	propagační materiály, WOM, eWOM, webové stránky
<b>Distribuce</b>	obecní/ městský rozhlas, vývěsní tabule, úřední deska, obecní/městské noviny, schůze zastupitelstva, informační středisko	osobní kontakt se zákazníkem

Zdroj: vlastní zpracování podle Janečková, Vašítková 1999; Vašítková 2008

## 4 Představení obce Chanovice

### 4.1 Obec Chanovice a její občanská vybavenost

**Obec Chanovice** se nachází v jihovýchodní okrajové části Plzeňského kraje, v okrese Klatovy. Do roku 1950, než došlo ke změně územního uspořádání, patřily však Chanovice do okresu Strakonice. Obec Chanovice dodnes udržuje vazby se sousedním Jihočeským krajem a podporuje vzájemnou součinnost, v jejímž rámci je cíleno na obyvatele regionu Pošumaví. Důvodem rozvinuté spolupráce s obcemi sousedního kraje (především s Blatnou) je také to, že Chanovicko leží na pomezí jižních a západních Čech.

Chanovice jsou tzv. spádovou obcí, což znamená, že obec Chanovice tvoří jakožto celek šest vesnic. Jedná se o Černice, Defurovy Lažany, Holkovice, Dobrotice, Újezd u Chanovic a samotné Chanovice. Starší část obce Chanovice byla v roce 2005 Ministerstvem kultury ČR vyhlášena vesnickou památkovou zónou nazvanou: „*V úctě a k oslavě umu, vůle, pracovitosti a vytrvalosti našich předků*“. V celé obci žije přibližně 730 obyvatel, v samotných Chanovicích je to okolo 400 osob.

Dopravní obslužnost je zde zajištěna dvěma autobusovými linkami – linka 434060 (Chanovice-Slatina-Horažďovice) a linka 434020 (Horažďovice-Chanovice-Kotouň, železniční stanice) (csadplzen.cz, 2019). Druhá z linek (linka 434020) spojuje Chanovice s městem Horažďovice, které je pro Chanovice obcí s rozšířenou působností, a zároveň se všemi místními částmi obce Chanovice. V pracovní dny jezdí na této lince šest spojů. Počet autobusových spojů je mimo období letních prázdnin stejný v průběhu celého roku. O letních prázdninách je ubrán jeden ranní spoj, který je využíván především školáky. Vlaková zastávka či stanice v obci není. Nejbližší vlakové zastávky jsou od obce vzdáleny 6 km vzdušnou čarou – jižním směrem zastávka Jetenovice na trati Horažďovice předměstí – Plzeň, severním směrem pak Kasejovice na regionální trati Nepomuk – Blatná.

Na území Chanovicka se nachází poměrně četné množství vodních ploch, celkem je jich zaznamenáno 75, ovšem ne velkých rozměrů. Přímo v Chanovicích se nachází rybník Ohrada a dále několik menších vodních ploch. Z hlediska flóry zde převažují běžné druhy rostlin, z vzácnějších lze jmenovat např. liliovník tulipánokvětý. Faunu zde zastupují

převážně běžní živočichové smíšených lesů. Lze zde ovšem nalézt i některé druhy chráněných motýlů (modrásek černočárny) či obojživelníků (ropucha krátkonohá).

**Občanská vybavenost** je v obci na dobré úrovni. Je zde pošta, dva obchody s potravinami, menší obchod s papírenským a drogistickým zbožím a další. Jeden z obchodů s potravinami se nachází v horní části obce. Druhý je pod návsí a je viditelný z příjezdových komunikací. Tento obchod je otevřen všechny dny v týdnu, v pracovní dny od 6 do 17 hodin, o víkendech od 7 do 19 hodin. Pohostinské zařízení je v Chanovicích jedno. Otevřeno je o víkendech od 15 hodin a v pracovní dny ve středu a v pátek od 17 hodin. V obci se nachází také kulturní dům, aktuálně je však bez provozovatele.

Obec má velmi dobré sportovní zázemí. V zámeckém areálu se nachází tělocvična, která slouží jak žákům školy, tak i veřejnosti. Dále jsou zde k dispozici dvě fotbalová hřiště, z nich jedno je tréninkové a jedno „hlavní“, na němž se konají fotbalová utkání. Vedle fotbalových hřišť se nachází tenisové kurty a asfaltové hřiště. Ve sportovním areálu obce je také ubytovna. Svoji úroveň a vybavením je vhodná spíše pro větší kolektivy jako např. školy v přírodě, sportovní týmy apod.

Turisté zde využívají především služeb informačního střediska obce. To se nachází v zámeckém areálu nad návsí obce, naproti obecnímu úřadu. U informačního střediska je dětské hřiště. Služby informačního střediska jsou blíže popsány v podkapitole 5.4.

V obci je také mateřská škola a úplná základní škola. Základní škola je rozmístěna do dvou samostatných budov.

## **4.2 Turistické cíle v obci Chanovice**

Ač se nejedná o velkou obec, najdeme v Chanovicích několik zajímavých turistických aktivit. Jednotlivé turistické cíle jsou blíže popsány v následujícím textu. Obrázky turistických cílů jsou součástí příloh práce (příloha A).

### **4.2.1 Zámecký areál**

Zámecký areál se nachází nad návsí obce. Tvoří ho zámek a k němu náležící tehdejší zemědělský dvůr s hospodářskými budovami a kostel. Samotnou budovu zámku získala

po 2. světové válce roku 1945 na základě Benešových dekretů obec. Od roku 1947 je v zámku provozována **základní škola**. Dnes je zde zázemí páté třídy prvního a celého druhého stupně základní školy (1. až 4. třída má své zázemí v jiné budově, nacházející se naproti areálu). Návštěvníci mohou do zámku nahlédnout v rámci prohlídky. V době prázdnin lze v prostorách zámku prohlédnout určitou výstavu (dle Kulturního programu obce, který je součástí příloh práce – příloha B). Dále se v prostorech zámku nachází školní jídelna, sloužící i veřejnosti (v provozu od července 2002), místní knihovna (v provozu od září 1998), Historická místnost (v provozu od července 2006) a ve sklepech zámku je zřízena stálá Expozice lidových řemesel Pošumaví (v provozu od srpna 2001).

**Historická místnost zámku Chanovice** je vybavena mobiliářem, jenž se na zámku dochoval do roku 1945. Svým uspořádáním připomíná kancelář správce panství, která v daných prostorech dříve bývala. Nachází se zde také dva dochované autoportréty barona Franze Ferdinanda Goldegga, který byl posledním šlechtickým majitelem chanovického zámku.

**Expozice lidových řemesel Pošumaví** se zaměřuje na zpracování tradičních surovin zdejšího kraje jako jsou dřevo a kámen. Je zde vystaveno velké množství různých nástrojů a náčiní, jež používali naši předci – truhláři, koláři, bednáři, kameníci či dřevorubci a další.

Dvůr, který k zámku přináleží, byl spolu s hospodářskými budovami využíván k zemědělství. Původně patřil majetkově k zámku. V 50. letech připadl do správy místního JZD. V 90. letech dvůr, ovšem ve velmi zpuštěném stavu, odkoupila obec a od roku 1995 začala s postupnými opravami. Nejrozsáhlejší rekonstrukcí prošla střední část bývalých hospodářských budov. Obnova těchto prostor probíhala za podpory Ministerstva kultury České republiky. Dnes je zde zřízena Galerie Nositelů tradice lidových řemesel a informační středisko. **Galerie Nositelů tradice lidových řemesel** (dále jen „Galerie“) je zde od roku 2005. Jedná se o ukázkou z řemeslných dílen těch, jimž byl ministrem kultury České republiky udělen titul „Nositel tradice lidového řemesla“. Získání titulu není jednoduchou záležitostí, jednou z podmínek, kterou musí tito řemeslníci splňovat je např. dodržení tradičního postupu výroby. Titulů může být každoročně uděleno maximálně pět. Galerie se tak neustále rozrůstá o nově vyhlášené Nositele. Nutno také dodat, že největší

a již dlouholetou tradiční akcí je Chanovicích „*Den řemesel*“. Jedná se o přehlídku přibližně 70 řemeslných oborů, mezi nimiž jsou i Nositelé tradice lidového řemesla. Tato akce se pravidelně koná vždy první červencovou sobotu. **Informační středisko** je v provozu od března roku 2003. Turisté zde mohou získat potřebné informace, zakoupit drobné upomínkové předměty či malé občerstvení. Obsluha informačního střediska zajišťuje také prohlídky v zámeckém areálu. Zájemci tak zde mohou koupit vstupenku na danou prohlídku. Jednotlivé prohlídkové okruhy jsou uvedeny v tabulce č. 2

**Tabulka č. 2: Prohlídkové okruhy v zámeckém areálu Chanovice**

Prohlídkový okruh	Náplň	Cena (Kč/osoba)
„ <b>Galerie Nositelů tradice lidových řemesel</b> “	prohlídka Galerie Nositelů tradice lidových řemesel (střední část bývalých hospodářských budov)	15
„ <b>Zámek Chanovice</b> “	konírna (aktuální výstava), prostory zámku a historická místnost	15
„ <b>Expozice lidových řemesel Pošumaví</b> “	prohlídka Expozice lidových řemesel Pošumaví (sklepní prostory zámku)	15
„ <b>Společná</b> “	kompletní prohlídka zámeckého areálu	40

Zdroj: vlastní zpracování

Ceny jednotlivých prohlídek nejsou vysoké, což může oslovit potencionální návštěvníky. Slevu ze vstupného např. pro děti či seniory obec nenabízí. V případě větších skupin návštěvníků, jako jsou např. školní výlety nebo jiné zájezdy, je obcí obvykle poskytována sleva.

**Otevírací doba** informačního střediska (možnost prohlídky zámeckého areálu) je od května o víkendech a svátcích, od června do srpna pak denně a v září opět o víkendech a svátcích. Provozní doba informačního střediska je od 10 do 16 hodin. Prohlídku zámeckého areálu lze objednat po celý rok (i mimo sezónu), avšak po předchozí dohodě alespoň den předem a pro skupinu čítající minimálně pět osob.

Největším objektem přilehlého dvora je bývalá panská stodola, dnes přestavěná na tělocvičnu sloužící jak žákům školy, tak i veřejnosti. Nejmladší budovou areálu je bývalá **konírna** s kovárnou. Prostory této budovy slouží obci ke kulturním účelům – konají se zde různé koncerty a výstavy (v rámci chanovického Kulturního léta) a dále pak např. školní besídky, vítání občánků a další společenské akce. Nejstarším objektem celého areálu je barokní kostel Povýšení svatého Kříže. Kostel spadá pod faru ve Velkém Boru a je tak přístupný pouze o nedělních mších. Součástí areálu je také budova s dvěma obecními byty.

Okolo celého zámeckého areálu se rozprostírá **zámecký park** v anglickém stylu. Je volně přístupný a slouží především k rekreaci místních občanů a návštěvníků a zároveň jako ochranné pásmo hlavních vodních zdrojů obce.

#### **4.2.2 Rozhledna**

Rozhledna je v Chanovicích poměrně novým turistickým cílem. Nachází se na vrchu Chlumu u Chanovic, v nadmořské výšce 608 m. n. m. Jejím mottem je: „Prácheňsko jako na dlani“. Symbolický základní kámen k její stavbě byl položen v červnu roku 2006. Výstavba pak započala v červenci 2008 a trvala dva roky, tedy do července 2010. Veřejnosti byla rozhledna poprvé zpřístupněna dne 6. srpna 2010.

Rozhledna má čtvercový půdorys, celkem zaujímá plochu 5x5 m. Postavena je z betonových cihel. Na jejím vrcholu je osmiboká dřevěná vyhlídka zastřešená jehlanem. Ve vyhlídce jsou instalovány panely s fotografiemi výhledů. Schodiště je kovové a plné (nemá „mřížky“), tvoří ho v součtu **136 schodů**. Celková výška rozhledny je **31 metrů**, vyhlídková plocha je výšce 26 metrů.

Na projektu se podílely především místní dobrovolný spolek Panoráma, dále pak Plzeňský kraj a Lesy ČR, s. p. správa Klatovy. Na výstavbu přispěly také stovky lidí místních i z okolí, buď formou dobrovolnické bezplatné práce, nebo formou finančního příspěvku. Celkové náklady na výstavbu rozhledny činily 3 500 000 Kč.

Rozhledna je návštěvníkům **otevřena** od května o víkendech a svátcích, od června do srpna pak denně a v září a říjnu opět o víkendech a svátcích. Provozní doba rozhledny je od 10 do 16 hodin. Mimo sezónu je možné rozhlednu navštívit po předchozí domluvě, přičemž se musí jednat o skupinu minimálně pěti osob.

**Vstupné** na rozhlednu je 20 Kč, přičemž děti do 6 let mají vstup zdarma. Obec zvolila velmi originální podobu vstupenky, kterou je pohlednice s fotografiemi rozhledny, na níž je otištěno razítko rozhledny a pořadové číslo vstupenky. Nutno také podotknout, že pohledy jsou různorodé a pokud tak přijde například čtyřčlenná rodina, každý člen obdrží pohled s jiným motivem. Výtěžek ze vstupného je použit na provoz a údržbu rozhledny.

Relativně novou kulturní akcí je v obci „Novoroční vyhlídka z chanovické rozhledny“. Jak už napovídá název akce, rozhledna se, dnes již tradičně, otevírá i na Nový rok. U této příležitosti je pro návštěvníky připraven teplý nápoj.

#### **4.2.3 Skanzen – Expozice lidové architektury**

Skanzen neboli Expozice lidové architektury je záchranným projektem pro ohrožené objekty lidového stavitelství ve volné krajně jihozápadních Čech. Zřizovatelem projektu je Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech p. o., které od obce Chanovice získalo díky vzájemné spolupráci vhodný pozemek pro realizaci skanzenu. Skanzen se začal budovat v roce 1994. Objekty jsou vždy na původním místě rozebrány, převezeny do skanzenu a tam opět sestaveny. Celkem bylo zatím takto zachráněno 19 objektů, 14 větších a 5 menších. Jedná se především o dřevěné roubenky z různých lokalit v okresech Klatovy, Plzeň-jih, Rokycany nebo Domažlice. Skanzen se postupně rozrůstá o další stavby. Velkým přínosem je dobrovolnická práce studentů a mladých lidí, především z Plzeňského kraje, pro něž jsou od roku 1990 v obci Chanovice organizovány tzv. pracovní naučné pobyty. **Skanzen lidové architektury představuje dobové formy bydlení, zemědělskou činnost, podomní výrobu a řemesla na vesnici v období od 2. poloviny 18. století až po 1. polovinu 20. století.**



Celková Expozice lidové architektury je rozdělena do pěti dílčích částí:

1. **Vstupní usedlost** – jedná se o novostavbu, poskytující zázemí účastníkům pracovních naučných pobytů a servis návštěvníkům. Doplnuje ji roubený špýchar se stodůlkou a otevřený depozitář pro zemědělské stroje
2. **Usedlost drobného sedláka** – jde o dvě menší roubené stavby a roubenou obytnou chalupu
3. **Usedlost středního sedláka** – tvoří ji roubený špýchar s předzahrádkou pro byliny, roubená kolna se stodůlkou, další roubená stodola a menší zděná stavba sloužící jako sušárna ovoce
4. **Chalupa správce polesí** – roubená chalupa a chlívek, navazující sezónní dřevorubecký srub
5. **Chalupa se stodolou**

Skanzen se dále pyšní i nejstarší dřevěnou stavbou v Čechách. Tou je roubená měčínská kolna. Dřevo, ze kterého jsou vyrobeny vchodové zárubně kolny, pochází z roku 1560 a použité trámy jsou ze stromů kácených již v letech 1613-1618.

V areálu skanzenu mohou návštěvníci najít i několik dalších drobných staveb, jako např. výklenkovou kapličku nebo kovaný kříž stojící na žulovém soklu z roku 1848.

Skanzen nespravuje obec Chanovice, ale Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech. **Otevírací doba** se proto liší od otevírací doby ostatních turistických cílů (Zámeckého areálu a rozhledny), jejichž provoz je v kompetenci obce. Skanzen lidové architektury se návštěvníkům otevírá v červnu o víkendech, přes hlavní turistickou sezónu (červenec až srpen) je mimo pondělí otevřeno denně, v září pak opět o víkendech. Provozní doba je od 10 do 17 hodin, je zde ovšem hodinová polední pauza. I v případě skanzenu je možno objednat prohlídku mimo hlavní sezónu, podmínkou je však skupina s minimálně patnácti členy a předchozí domluva s kompetentním pracovníkem. **Vstupné** v základní výši je 40 Kč/os., zlevněné vstupné je poloviční, tedy 20 Kč/os. Sleva je poskytována studentům a seniorům. V případě prohlídky mimo turistickou sezónu se vstupné zdvojnásobuje, v plné výši je tedy 80 Kč/os., zlevněné 40 Kč/os. Pokud se jedná o školní zájezdy, nabízí skanzen hromadné vstupné 15 Kč/os.

Vzájemná spolupráce obce a skanzenu vedla mimo jiné k vytvoření akce zvané „*Den místní potraviny*“. Hlavní náplní programu je představení regionální potraviny a možnost ochutnávky pokrmů z ní připravených. Součástí doprovodného programu je například malý trh místních a regionálních výrobců potravin, prezentace regionálního pivovaru a další. Doposud proběhl v Chanovicích např. Den brambor, Den luštěnin, Den mouky a jiné. Na jakou konkrétní potravinu je den zaměřen, je uvedeno s blížícím se termínem akce, která se pravidelně koná první říjnovou sobotu.

#### **4.2.4 Naučné stezky**

**Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“** (dále jen „Naučná stezka“) **spojuje všechny výše uvedené turistické cíle.** Celkem tak tvoří okruh o délce přibližně **2, 2 km**. Naučná stezka se zaměřuje na přírodní zajímavosti a na dlouhou cestu obnovy lesa od semínka až k využití dřeva. Na celém úseku Naučné stezky je devět zastavení, u nichž je vždy umístěn informační panel seznamující návštěvníky s významnými rostlinami, živočichy i geologickými poměry v okolí obce. Odpočívadla jsou na trase celkem tři. Jedním ze zastavení je na trase Naučné stezky Žižkův kámen, s nímž se pojí pověst o putování Žižkovy vojenské družiny prácheňským krajem. Jedná se o soustavu několika balvanů, z nichž na horním je patrný otisk tvaru hlavy, dle pověsti Žižkovy, který zde zůstal poté, co na místě odpočíval se svým vojskem. Součástí Naučné stezky je také zastavení u lesovny z roku 1874, která představuje počátek tradice zdejší dřevovýroby. Naučná stezka je oboustranně průchozí, **určena je pro pěší**. Naučnou stezkou je vzdán hold zdejší malebné, pestré krajině a tradičnímu i soudobému zpracování dřeva na Chanovicku.

Jednotlivá zastavení na trase Naučné stezky „Příroda a lesy Pošumaví“:

- Zámecký areál,
- Zámecký park,
- Obnova lesa,
- Žižkův kámen,
- U lesovny,
- Myslivecké sdružení Chanovice,
- Rozhledna,

- Expozice lidové architektury,
- Les pod skanzenem

Obec Chanovice podniká značné kroky pro rozvoj místního turismu, ale také turismu v regionu Pošumaví. Důkazem je například vytvoření nové naučné stezky nazvané **Naučná stezka územím Hradištského potoka**. Její trasa spojuje čtyři obce, jež jsou členy Sdružení obcí na povodí Hradištského potoka. Jedná se obce Hradiště, Chanovice, Nezdřev, Oselce a jejich vesnice. Území, kterým stezka vede, patřilo historicky do Prácheňského kraje. Tato naučná stezka je okružní a její základní trasa má 25 km. Z trasy je ovšem možno odbočit na dvě stávající naučné stezky – „Příroda a lesy Pošumaví“ v Chanovicích a „Okolím Viklanu“, která vede z Vrbna přes Kadov až do Slatiny.

## 5 Marketingové aktivity obce Chanovice

Marketing začaly obce, zvláště pak malé jako jsou Chanovice, uplatňovat teprve v nedávné době. Je tedy třeba podotknout, že se obec Chanovice marketingu a správné propagaci stále učí. Ve snaze obce je mimo jiné rozvoj regionální spolupráce. Své cíle buduje obec Chanovice např. ve spolupráci s Plzeňským, ale i sousedním Jihočeským krajem. Významná je součinnost obce s městem Blatná, v jejímž rámci je cíleno na obyvatele regionu Pošumaví. Do marketingových aktivit obce Chanovice lze zařadit následující aktivity.

### 5.1 Kulturní dění v obci

Obec Chanovice vytváří každoročně bohatý a velmi zajímavý kulturní program (viz příloha B). Různé kulturní akce se v obci konají v průběhu celého roku, větší frekvence akcí je pak především v hlavní turistické sezóně. Tradiční je v Chanovicích **Kulturní léto** probíhající od června do srpna. Program Kulturního léta vzniká ve spolupráci obce s místními spolky a organizacemi, jakou je např. spolek Panoráma. Je tak pořádána řada koncertů a výstav. Účinkujícími jsou mnohdy významní hudebníci jako např. Štěpán Rak a Jan Matěj Rak nebo Kubelíkovo trio a další. Největší kulturní událostí a zároveň akcí s mnohaletou tradicí je v Chanovicích **Den řemesel**, který se každoročně koná první sobotu v červenci. Jedná se o přehlídku dovedností téměř sedmdesáti řemeslníků. Nechybí zde také Nositelé tradice lidového řemesla – lidé, kteří dodržují tradiční řemeslné techniky, učí své následovníky a jimž je na základě toho udělen ministrem kultury České republiky titul „Nositel tradice lidového řemesla“. Celý program doplňují šermířská vystoupení a je zde také vyžití pro děti – lanové centrum, dětský tvořivý koutek, loutkové divadlo a další. Mimo již výše zmíněné, obec Chanovice postupně vytvořila řadu dalších společenských akcí, jež se konají tradičně – např. „Den místní potraviny“, „Pěší pochod“, „Novoroční vyhlídka z rozhledny“, „Obec a její lidé“ či „Na kole okolo Chanovic“ a mnoho dalších (viz kulturní program obce – příloha B). Každoročně je také na začátku května zahájena turistická sezóna. V kulturním programu obce lze dále najít různé tematické besedy a přednášky nebo rukodělné semináře, jež se konají tradičně dvakrát do roka.

K jednotlivým kulturním akcím vytváří obec vlastní plakáty, které jsou následně umístěny do informačního střediska v obci a na rozhledně, dále pak v obecních vývěsních tabulích a na obecním úřadě. Propagace probíhá též elektronicky. Obec rozesílá informace o blížících se kulturních akcích mailem, a to především obcím, jež jsou ve sdružení Prácheňsko. Spolu s plakátem ke konkrétní události je jim zaslán kompletní kulturní program obce a také bližší informace k dané akci. Dále je o nadcházející akci informováno na webových stránkách obce – na úvodní straně a také na Facebooku prostřednictvím vytvořené události. Akce je také ohlášena obecním rozhlasem, zpravidla dvakrát, nejprve tři dny před akcí a následně ještě den předem. Obvykle je akce propagována také v okresních a krajských denících. Intenzivnější je propagace „Dne řemesel“. Plakáty jsou v tomto případě distribuovány do obcí a měst v okruhu přibližně 30 km. Dále jsou tištěny cílené pozvánky do vybraných institucí a osobám z oblasti kultury se zájmem o danou tematiku. Propagace probíhá také přes média (televize, rádio) a různé tiskoviny. V rámci spolupráce s infocentry v okolí rozesílá obec Chanovice do infocenter cílené balíčky, které obsahují kulturní program obce, její informační letáčky a také plakáty k akcím. Tyto balíčky jsou rozesílány jak v tištěné, tak i v elektronické podobě.

## **5.2 Webové stránky obce a její profily na sociálních sítích**

Na webových stránkách obce Chanovice lze nalézt např. informace obecního úřadu, informace o obci a jejím okolí, o činnostech obce či turistických cílech v obci a také informace o nadcházejících kulturních akcích. Dále jsou zde uveřejněny různé fotografie či dokumenty ke stažení. Nutno však podotknout, že je na stránkách velké množství rozklikávacích odkazů a stránky celkově nepůsobí příliš přehledně. Webovým stránkám obce se proto autorka blíže věnuje v kapitole 6.

Ze sociálních sítí využívá obec jen Facebook, má sice založený účet i na Instagramu, ale doposud zde nic nezveřejnila. Na Facebooku obec pravidelně skrze vytváření událostí informuje o nadcházejících kulturních akcích a dalších událostech. Dále zde uveřejňuje různé reportáže a dokumenty vztahující se k aktuálnímu dění v obci. Informace na Facebooku jsou aktuální, doprovázené fotografiemi. Na události a další příspěvky reagují převážně obyvatelé obce a lidé z blízkého okolí.

### 5.3 Publikační činnost obce

Vzhledem k velikosti obce je její publikační činnost opravdu výjimečná. Pošumavský region, ve kterém se obec Chanovice nachází, je velmi zajímavý a nabízí mnoho přírodních i jiných krás. Obec se proto již dlouhodobě a soustavně věnuje badatelské a publikační činnosti. Spolu s různými odbornými autory se snaží o zmapování místní historie, přírody a života našich předků. V loňském roce vydala obec Chanovice již 16. publikaci. Vyšlé publikace se věnují například historii obce a zámku Chanovice, přírodě a vodstvu na Chanovicku, jednotlivým částem obce nebo pivovarům na Klatovsku. Všechny publikace vydané obcí jsou dostupné v informačním středisku obce nebo na obecním úřadě.

### 5.4 Obecní informační středisko

Služeb informačního střediska využívají především návštěvníci obce, kteří se zde dozvědí potřebné informace. K dispozici jim jsou jak **propagační materiály** samotné obce Chanovice – letáčky s informacemi o obci, letáky s popisem jednotlivých turistických cílů, kulturní program obce a další (viz příloha C), tak také letáčky o různých turistických zajímavostech v okolí. Návštěvníci zde mohou zakoupit různé turistické předměty, jako jsou turistické známky či turistické vizitky, magnetky, pamětní medaile, pohledy apod. V informačním středisku k prodeji rovněž různé užitkové předměty od kvalitních řemeslníků – Nositelů tradice lidových řemesel a dále také např. papírové slepovací modely zámku, kostela, rozhledny či roubenky ze skanzenu. Na následujícím obrázku jsou znázorněny vybrané suvenýry

Obrázek č. 3: Ukázka turistických známek a turistických vizitek



Zdroj: vlastní

Mimo jiné je zde možné zakoupit publikace a tiskoviny vydané obcí, a i další publikace o regionu či sousedních obcích. V nabídce nechybí ani drobné občerstvení a nápoje. Obsluha informačního střediska zajišťuje též prohlídky v zámeckém areálu. Zajímavou nabídku představují v informačním středisku knihy vyřazené z místní knihovny. Ty jsou nabízeny k odkupu za symbolickou cenu 10 Kč.

Budova informačního střediska obce je zachycena na obrázku č. 4.

**Obrázek č. 4: Informační středisko v zámeckém areálu v Chanovicích**



Zdroj: vlastní

Informační středisko obce Chanovice spolupracuje s dalšími informačními středisky v okolí, především z okresu Klatovy. Dále má vazbu také na informační střediska v dalších městech plzeňského regionu, např. v Plzni, Nepomuku nebo Blovicích. Z Jihočeského kraje spolupracují Chanovice např. s informačním střediskem města Blatná či informačním střediskem města Lnáře. Celkem obec Chanovice své propagační tiskové materiály distribuuje do 20 informačních středisek v okolí.

## **5.5 Účast obce Chanovice na veletrzích a výstavách**

Obec Chanovice se pravidelně účastní Veletrhu cestovního ruchu Plzeňského kraje – **ITEPu**. Jedná se o jeden z největších veletrhů cestovního ruchu v České republice, který se každoročně koná v září a je dvoudenní. (ITEP, 2019). Obec zde prezentuje své turistické cíle a informuje o svých činnostech zaměřených na oblast cestovního ruchu. Dále je obec Chanovice pravidelným účastníkem výstavy **Má vlast cestami proměn**. Jedná se o národní putovní výstavu. Její zahájení se koná vždy v květnu v Praze na Vyšehradě. Výstava je věnována příkladům pozitivních přeměn zanedbaných sídel na našem území. Na výstavních panelech jsou zachyceny fotografie daného objektu před a po rekonstrukci, které navíc doprovází stručný příběh vztahující se k danému místu. (cestamipromen.cz, 2019).



## 6 Hodnocení webových stránek obce

Tato kapitola se zabývá hodnocením webových stránek obce (www.chanovice.cz), respektive hodnocením těch záložek z kontextového menu, jež by dle názoru autorky potencionální návštěvník obce na stránkách otevřel. V následujícím textu je tedy upozorňováno na zjištěné nedostatky a zároveň jsou pro obec navržena doporučení.

Webové stránky obce by měly projít celkovou grafickou úpravou, a především by měly být pravidelně aktualizovány. Aktualizace a úprava webových stránek by měla vést jednak k lepší informovanosti turistů a také k většímu upoutání jejich pozornosti a zvýšení zájmu o návštěvu uvedených turistických cílů.

Kontextové menu je obsáhlé, informace určené pro turisty nejsou ale nijak výrazně odlišeny od informací, které jsou důležité pro místní obyvatele (viz příloha D1). Cesta návštěvníka k vyhledání dané informace je poměrně složitá a často vyžaduje zdlouhavé proklikávání se odkazy, z nichž některé jsou nefunkční. Jedná se zejména o odkazy na fotogalerie u jednotlivých turistických cílů. Ne všechny údaje odpovídají současné situaci. Stránky například obsahují již zastaralé informace o dostupném stravování v obci. Pokud si na jejich základě návštěvník naplánuje výlet a bude očekávat tuto službu, bude ve výsledku zklamán a negativně to ovlivní jeho celkový dojem z návštěvy obce.

**Doporučení:** Rozdělení jednotlivých záložek s informacemi do sekcí – sekce „Pro turisty a návštěvníky“ a sekce „Pro místní obyvatele“.

Vzhledem k tomu, že tvorbou stránek se nezabývá profesionální webdesigner, je určitá nedokonalost grafické úpravy pochopitelná. Daleko závažnější je ovšem neaktuálnost té části obsahu, která je cílena na turisty a návštěvníky obce.

### 6.1 Hodnocení záložky O obci

Záložka O obci je v kontextovém menu na prvním místě. Obsahuje další nabídku odkazů, přičemž z nich by mohly turisty a návštěvníky zajímat:

- **Historie** – v této záložce jsou na prvním místě informace k historii místního Kostela Povýšení sv. Kříže (viz příloha D2a), kde je použit jiný formát písma než např. v kontextovém menu, může se však jednat jen o menší písmo, jelikož uvedené informace jsou velmi obsáhlé. Odkaz na fotogalerii, který se nachází pod textem, je nefunkční, respektive po rozkliknutí přesměruje na úvodní stranu (viz příloha D2b). Na druhém místě je zde odkaz na informace týkající se historie obce Chanovice. I zde je opět použit jiný formát písma a text je poměrně dlouhý (viz příloha D2c).

**Doporučení:** U textu, který se týká historie kostela, by měla být zajištěna funkčnost odkazu do fotogalerie, případně by fotografie mohly být součástí textu. Ten by měl být zestručněn, pokud by jeho rozsah byl zachován, mohly by být některé údaje zvýrazněny tučně. Text týkající se historie obce by mohl být doplněn několika fotografiemi. Formát textu by měl být samozřejmě sjednocen.

- **Příroda** – text je zde zarovnán jinak než dosavadní texty. Fotografie zámku Chanovice a zámeckého parku jsou zastaralé, neodpovídají tak současné situaci (viz příloha D2d).

**Doporučení:** Některá slova, jako např. zámecký park, by mohla být v textu tučně zvýrazněna. Fotografie zámku a parku by měly být aktualizovány. Celý zámecký park je velmi dobře udržovaný a zaslouží si tak rozhodně lepší propagaci – právě uvedením aktuálních fotografií. Použité zarovnání textu by mělo být jednotné.

- **Ubytování** – zde je uvedena jedna možnost ubytování v Chanovicích, dvě v Horažďovicích (10 km od Chanovic) a jedna v Nepomuku (16 km od Chanovic). U jednoho z ubytování v Horažďovicích (Penzion Houba Horažďovice) není funkční hypertextový odkaz (viz příloha D2e).

**Doporučení:** Uvést případně i další možnosti ubytování v Horažďovicích. Zajistit funkčnost hypertextového odkazu, který je nefunkční.

- **Dopravní spojení** – uvedené autobusové spoje nejsou aktuální. Dále je uveden jeden kontakt na taxi službu v Horažďovicích (viz příloha D2f).

**Doporučení:** Aktualizovat autobusová spojení, případně jen uvést odkaz na jízdní řády. Přidat i další možnost taxi služby v Horažďovicích – Mišák taxi.

- **Stravování** – uvedené informace jsou neaktuální, např. údaj o KD Chanovice, který je nyní bez provozovatele, otevírací doba Hostince u Klečků (viz příloha D2g). Následují dvě restaurační zařízení v Nepomuku a až poté jsou uvedena restaurační zařízení v Horažďovicích, které jsou k Chanovicím blíže. Otevírací doby všech uvedených zařízení jsou neaktuální.

**Doporučení:** Zaktualizovat informace a přidat Velkoborskou hospodu, která je od Chanovic nejbližší. V Horažďovicích je více stravovacích zařízení. Případně by mohla být přidána některá stravovací zařízení v Blatné, ta je do Chanovic vzdálená stejně jako Nepomuk, který je záložce uveden. Vhodnější by dle autorky bylo uvést otevírací dobu jen u hostince, který je přímo v Chanovicích, u ostatních zařízení by stačil název a odkaz na webové stránky konkrétního zařízení. Měl by být uveden např. nadpis Horažďovice, kdy by mohla být v závorce uvedena vzdálenost od Chanovic, a pod nadpisem by byl uveden výčet možných restauračních zařízení. Jelikož v obci možnost občerstvení není, měla by se obzvláště této záložce obec věnovat a uvést zde aktuální informace.

## **6.2 Hodnocení záložky Okolí Chanovic**

Tato záložka neobsahuje další rozklikávací odkazy. Jsou zde uvedeny různé zajímavosti a turistické cíle nacházející se v okolí. Text je vcelku obsáhlý. Pod každým textem je uveden odkaz na webové stránky dané turistické zajímavosti. Informace by tedy mohly být zestručněny. Webový odkaz na Tvrz v Kadově je nefunkční. Není také sjednoceno uvedení odkazů (viz příloha D2h).

**Doporučení:** Zajištění funkčnosti hypertextového odkazu, případně jeho odstranění a dále také sjednocení uvedených odkazů (někde uvedeno viz a odkaz, někde více na stránkách a odkaz). Fotografie by mohly být umístěny přímo do textu.

### 6.3 Hodnocení záložky Informační centrum Chanovice

Tato záložka opět obsahuje další odkazy. Blíže jsou zhodnoceny následující:

- **Expozice lidových řemesel Pošumaví** – opět použito jiné písmo. Text působí nepřehledně (viz příloha D2i).

**Doporučení:** Autorka doporučuje přesunout tuto záložku do záložky Zámek a zámecký areál, jelikož v této záložce nejsou uvedeny další turistické cíle. Pokud by zde text zůstal, měl by být rozčleněn do odstavců a některé informace by měly být zvýrazněny tučně. Vhodné by také bylo doplnit text fotografiemi.

- **Pozvání do Chanovic** – jsou zde použity různé velikosti a fonty písma, celkově text působí nejednotně (viz příloha D2j).

**Doporučení:** úprava textu, sjednocení používaného fontu písma.

- **Výlet do Chanovic** – text působí jednoduše a na první pohled příliš nezaujme (viz příloha D2k).

**Doporučení:** Rozdělení textu do odstavců, zvýraznění informací v textu – turistické cíle, aby lépe upoutaly pozornost. Text by také mohl být doplněn fotografiemi. Případně tento text vymazat, jelikož jsou v nabídce záložky věnované jednotlivým turistickým cílům a jejich popisu.

- **Šumavská karta** – informace jsou neaktuální. Projekt Šumavská karta se neseťkal s úspěchem a byl proto pozastaven (autorčino zjištění). (viz příloha D2 l).

**Doporučení:** Odstranění toho textu.

- **Skanzen, Naučná stezka, Chanovice – základní informace** – zvláště strukturovaný text, nedává příliš smysl. Dokumenty, které jsou uvedeny ke stažení, se týkají jen některých turistických cílů a jsou zde i v němčině. Stránky jsou ovšem jen v českém jazyce, takže by na nich tyto dokumenty německy mluvící návštěvník těžko vyhledal (viz příloha D2m).

**Doporučení:** Lepší formulace uvedeného textu nebo jeho odstranění. Dát k dispozici dokumenty o všech turistických cílech v obci.

- **Cykloturistika a turistika v okolí obce Chanovice** – není zde doplněna nová naučná stezka Územím Hradišťského potoka.

**Doporučení:** Doplnit informace o nově vzniklé naučné stezce a některé informace, jako např. délka trasy, či zajímavosti, které jsou na daných trasách, v textu tučně zvýraznit.

#### **6.4 Hodnocení záložky Zámek a zámecký areál**

I tato záložka opět obsahuje další odkazy s uvedenými texty. Jednotlivé odkazy jsou zhodnoceny níže.

- **Muzeum lidových řemesel v Chanovicích** – informace o obsahu expozice nejsou aktuální a taktéž fotografie v příložené fotogalerii (viz příloha D2n). Nad textem je informace o tom, že expozice projde aktualizací. Tou ovšem již prošla a nyní tedy obsah a fotografie nedopovídají tomu, co může návštěvník v místě vidět.

**Doporučení:** Vzhledem k tomu, že expozice již byla aktualizována, bylo by vhodné aktualizovat i uvedené informace spolu s fotografiemi expozice, které by mohly být součástí textu.

- **Galerie Nositelů tradic lidových řemesel** – oproti informacím uvedeným v předchozím odkazu (Muzeum lidových řemesel) je zde uveden jen stručný odstavec informací. Dále je zde uveden odkaz na fotogalerii, v té ovšem nejsou žádné fotografie (viz příloha D2o).

**Doporučení:** Doplnění informací, např. co zde mohou návštěvníci vidět, za co je udělen titul Nositel tradice lidového řemesla. Fotogalerie by měla být buďto doplněna, nebo odstraněna, jelikož by se fotografie mohly nacházet přímo v textu.

- **Historická místnost zámku Chanovice** – zde je nedostatek obdobný jako v předchozím případě. Informace jsou zde uvedeny jen v jedné větě, uvedená fotogalerie je opět prázdná (viz příloha D2p).

**Doporučení:** Vzhledem k tomu, že se jedná o stejný nedostatek jako v případě předchozí Galerie Nositelů tradice lidových řemesel, je zde doporučení totožné s předchozím.

- **Zámecký areál-cíle** – v odrážkách jsou zde sepsány hlavní cíle využití zámeckého areálu, u odrážky se ovšem vždy nachází ještě hvězdička, která odkazuje na údaj počátku provozu. Ten je ale uveden v závorce přímo za textem. Nepůsobí to tak příliš dobrým dojmem (viz příloha D2q).

**Doporučení:** Odstranění hvězdiček u odrážek, protože se informace o započetí provozu nacházejí hned za textem v závorce. Některé informace by mohly být pro větší přehlednost v textu tučně zvýrazněny.

- **Zámecký areál a Záchraná expozice lidové architektury** – text obsahuje základní informace o zámku, zámeckém areálu a skanzenu (viz příloha D2r).

**Doporučení:** Zvýraznění důležitých informací, např. pojmy: Galerie Nositelů tradice lidových řemesel, skanzen a další. Fotografie uvedené ve fotogalerii by mohly být aktualizovány.

## 6.5 Hodnocení záložky Rozhledna Chanovice

Tato záložka obsahuje dva odkazy s informacemi. Uvedené informace jsou oproti předchozím přehledné, dělené do odstavců a působí tak na první dojem srozumitelně. Součástí textu je též fotografie rozhledny. Na co lze upozornit, jsou dva menší nedostatky – nad otevírací dobou je uveden zvýrazněný nadpis „a kontakty“, který měl být zřejmě součástí horního většího nadpisu stránky a v posledním odstavci je v části použit jiný font písma, což při čtení upoutá pozornost (viz příloha D2s).

**Doporučení:** úprava špatně odsazeného textu, sjednocení použitého fontu písma.

## 6.6 Hodnocení záložky Skanzen

Tato záložka opět obsahuje několik dalších odkazů na informace. Hodnocení vybraných odkazů je uvedeno v následujícím textu.

- **Skansen lidové architektury jihozápadních Čech** – zde jsou obsaženy poněkud podrobnější informace ke skanzenu. Jsou ovšem přehledně děleny do odstavců a text je doplněn fotografií jedné ze staveb (viz příloha D2t).

**Doporučení:** Vzhledem k tomu, že je text vcelku obsáhlý, bylo by vhodné některé informace v textu tučně zvýraznit.

- **Expozice lidové architektury v Chanovicích – základní informace** – v tomto odkazu jsou uvedeny stručné informace o skanzenu, vč. kontaktní adresy a otevírací doby. U návštěvní doby je však uveden rok 2015, ač se otevírací doba od té doby nezměnila, působí to takto neaktuálně. Dále je zde chybný, resp. neaktuální údaj o počtu osob v případě, že mají zájem o prohlídku mimo turistickou sezónu (viz příloha D2u).

**Doporučení:** Aktualizovat informace týkající se počtu osob v případě prohlídky mimo sezónu. Upravit nadpis „návštěvní doba“ – uvést aktuální rok, aby tato informace na návštěvníky webu nepůsobila jako neaktuální.

## **Shrnutí**

Z výše uvedeného hodnocení webových stránek obce, resp. jejich určitých částí vyplývá jako hlavní nedostatek neaktuálnost některých uvedených informací. Dále se v několika případech vyskytly nefunkční odkazy, buďto odkaz na fotogalerii, nebo odkaz na internetovou stránku. Na stránkách také není dodržen jednotný styl písma a zarovnání textu.

## 7 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum byl proveden prostřednictvím dotazníkového šetření. Dotazníky byly určeny návštěvníkům obce Chanovice. **Cílem výzkumu** bylo zjistit informace o návštěvnících – např. odkud do Chanovic přijíždějí, jak se o obci dozvěděli či který z turistických cílů chtěli v obci navštívit. Dále bylo cílem získat od návštěvníků zpětnou vazbu a případná doporučení týkající se zlepšení služeb pro turisty. Distribuce dotazníků probíhala ve vybraných termínech v letní turistické sezóně 2018 – konkrétně od druhé poloviny června do konce srpna a během víkendů v září 2018. Dotazníky byly návštěvníkům předávány osobně v papírové formě. Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 108 respondentů. Dotazník je uveden v příloze (příloha E).

### 7.1 Výsledky dotazníkového šetření

Při vyhodnocování výsledků dotazníkového šetření byli respondenti rozděleni na dvě části – na návštěvníky z Plzeňského kraje (jelikož obec Chanovice v tomto kraji leží) a návštěvníky z jiných krajů. U návštěvníků z Plzeňského kraje bylo při vyhodnocení odpovědí sledováno, zda se jednalo o místní obyvatele, návštěvníky z blízkého nebo širšího okolí Chanovic a návštěvníky z Plzně a jejího okolí. Návštěvníci z jiných krajů jsou rozděleni do skupin dle vzdálenosti od obce Chanovice.

#### 7.1.1 Návštěvníci z Plzeňského kraje

Z Plzeňského kraje přijelo do Chanovic 47 návštěvníků, což představuje 43,5 % ze všech respondentů. Z tohoto počtu byli 3 místní obvatelé, 7 respondentů bylo z blízkého okolí Chanovic (Pačejov, Pole, Velký Bor, Horažďovice). Ze širšího okolí Chanovic (Soběstice, Klatovy, Sušice, Kašperské Hory) bylo celkem 15 respondentů a 22 respondentů tvořili návštěvníci z Plzně a jejího blízkého okolí.

**Místní obvatelé**, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření, byli všichni ve věkové kategorii 21-40 let. Ani jeden z nich nepřišel s dětmi do deseti let. Cílem jejich návštěvy byla převážně rozhledna. Pro zlepšení služeb turistům by všichni místní doporučili možnost občerstvení. U **návštěvníků z blízkého okolí Chanovic** převažovala věková kategorie



21-40 let. Až na dva respondenty přijeli všichni s dětmi do deseti let. O Chanovicích se většina dozvěděla doporučením od známých. Pouze tři respondenti uvedli, že jsou z okolí, a tak Chanovice znají. Jako rozhodující cíl pro návštěvu volili téměř všichni tito návštěvníci rozhlednu. Jeden z nich zvolil jako cíl návštěvy skanzen – Expozici lidové architektury. Pro všechny návštěvníky z blízkého okolí byl daný turistický cíl v obci dobře dohledatelný. V doporučení pro zlepšení turistických služeb uváděli jednak možnost občerstvení a dále také lepší označení začátku naučné stezky a její lepší údržbu. **Turisté ze širšího okolí Chanovic** byli z poloviny ve věkové kategorii 21-40 let. Čtvrtinu tvořili lidé ve věkové kategorii 41-60 let. Ze zbylých návštěvníků byli dva ve věku do 20 let a dva nad 60 let. S dětmi do deseti let přijela jedna čtvrtina těchto návštěvníků. O Chanovicích se v šesti případech dozvěděli doporučením od známých. Pět těchto návštěvníků se o obci dozvědělo na internetu, z toho tři na webových stránkách obce Chanovice a zbylí dva na jiných internetových stránkách – Rozhledny.cz a Klatovsko. Ostatní uváděli odpovědi typu „mám zde příbuzné“; „znám místní firmu“ nebo „často projíždíme kolem“. Z hlediska turistických cílů uváděli respondenti nejčastěji rozhlednu. Zámecký areál byl cílem návštěvy u jedné čtvrtiny těchto respondentů. Pro druhou čtvrtinu byl vybraným turistickým cílem skanzen – Expozice lidové architektury. Naučnou stezku „Příroda a lesy Pošumaví“ volil pouze jeden respondent. Vybraný turistický cíl vyhledali v Chanovicích všichni tito respondenti snadno. Naprostá většina uváděla v doporučení pro zlepšení služeb pro turisty možnost občerstvení. Objevily se ale i odpovědi týkající se lépe označeného parkování a naučné stezky. Ti, kteří přijeli s dětmi, by před infocentrem ocenili posezení se stolem, kde by se děti mohly nasvačit. Věková kategorie 21-40 let převládala i u **návštěvníků z Plzně a jejího blízkého okolí**. Pouze tři tito respondenti přijeli s dětmi do deseti let. Téměř polovina těchto respondentů se o Chanovicích dozvěděla doporučením od známých. Dva respondenti uvedli odpověď typu: „jsem krajan“, „znám od mala“. Pět respondentů se o obci dozvědělo na jejích webových stránkách. Jeden z respondentů uvedl server Mapy.cz a jeden turistické vizitky (sběratelské nálepky s fotografií a popisem zajímavého místa). Ostatní návštěvníci z těchto lokalit objevili Chanovice náhodou – projížděli kolem autem/na kole. Rozhodujícím cílem návštěvy byla pro necelou polovinu těchto návštěvníků rozhledna. Zámecký areál byl jako turistický cíl volen 8 respondenty. Naučnou stezku „Příroda a lesy Pošumaví“ volili jako rozhodující cíl pouze dva z těchto

návštěvníků a stejný počet respondentů volil Skanzen – Expozici lidové architektury. Všichni dohledali vybraný turistický cíl v Chanovicích snadno. V doporučení pro zlepšení služeb pro turisty nejčastěji opět uváděli možnost občerstvení. Dále bylo uvedeno např. lepší turistické značení v okolí, prostornější parkoviště či posezení ve stínu u infocentra nebo nealkoholické pivo v nabídce občerstvení.

### **7.1.2 Návštěvníci z jiných krajů**

Těchto návštěvníků bylo celkem 61 a tvořili 56,5 % ze všech respondentů. Do této skupiny je zařazen i jeden návštěvník ze zahraničí – konkrétně z Nizozemska. Nejvíce se na této skupině návštěvníků podíleli turisté ze Středočeského kraje a to 37,7 %. Menší podíl (31,1 %) tvořili turisté z Jihočeského kraje. Návštěvníků, kteří do Chanovic přijeli z okruhu do cca 65 km (např. Blatná, Strakonice, Písek, Příbram, Vodňany, Dobříš), bylo celkem 23. Turistů, kteří přijeli ze vzdálenějších míst – z okruhu cca 140 km od Chanovic (např. České Budějovice, Praha, Kladno, Žatec, Mělník, Jindřichův Hradec, Pelhřimov), bylo celkem 18 a návštěvníků, kteří do Chanovic přijeli z okruhu nad cca 140 km (např. Brno, Frýdek Místek, Litoměřice, Mladá Boleslav, Mutěnice, Olomouc, Pardubice, Ústí nad Labem), bylo 20.

**Turisté z míst do okruhu cca 65 km od Chanovic** byli z většiny ve věkové kategorii 41-60 let. Věková kategorie 21-40 let byla zastoupena ve čtyřech případech a stejně tak tomu bylo i u věkové kategorie do 20 let. Nad 60 let byli pouze dva z těchto respondentů. S dětmi do deseti let přijeli jen 3 návštěvníci. Devět těchto respondentů se o obci Chanovice dozvědělo díky doporučení od známých. Osm se jich o Chanovicích dozvědělo na webových stránkách obce. Čtyři lidé uvedli odpovědi typu: „náhodou – projížděli jsme kolem“; „výlet po okolí“. Pouze dva uvedli informační letáček. Jako cíl návštěvy byla volena převážně rozhledna. Skanzen – Expozici lidové architektury uvedlo jako rozhodující cíl 5 respondentů. Zámecký areál měl jen o jednoho zájemce méně. Naučnou stezku zvolil jako rozhodující cíl pouze jeden z respondentů. Vybraný cíl našli v obci všichni bez problému. V doporučení pro zlepšení služeb byla opět nejčtenější odpovědí možnost občerstvení. Dále by turisté uvítali lepší značení v okolí, prostornější parkoviště a rozšíření informačních letáčků do infocenter v okolí. Téměř polovinu **návštěvníků z míst**

**do okruhu cca 140 km od Chanovic** tvořili lidé ve věkové kategorii 21-40 let. Pět respondentů bylo ve věkové kategorii 41-60 let a stejný počet lidí byl ve věku nad 60 let. Pouze jeden z těchto respondentů byl ve věku do 20 let. Převažovali ti, kteří do Chanovic přijeli bez dětí do deseti let. Necelá polovina se o obci Chanovice dozvěděla doporučením od známých. Na internetu se o Chanovicích dozvěděli 2 tito respondenti – jeden na webových stránkách obce Chanovice a jeden na serveru Mapy.cz. Třem návštěvníkům byly Chanovice doporučeny v jiných informačních centrech – konkrétně jednomu v infocentru v Sušici a dvěma v infocentru ve Lnářích. V pěti případech byly uvedeny jiné odpovědi typu: „byli jsme tu už dříve“; „informační ukazatel po cestě“; „náhodou – projížděli jsme kolem“. Jeden z těchto 5 respondentů uvedl publikaci o muzeích v přírodě. Díky informačnímu letáčku objevil Chanovice jen jeden ze všech těchto respondentů. Z turistických cílů byla favoritem opět rozhledna – jako cíl návštěvy ji volila více než polovina. Zámecký areál byl stejně jako skanzen – Expozice lidové architektury zastoupen čtyřmi respondenty. Naučnou stezku „Příroda a lesy Pošumaví“ nevolil jako rozhodující cíl pro návštěvu Chanovic ani jeden z nich. Dva tito respondenti nenašli vybraný turistický cíl v obci snadno. Jako důvod uvedl jeden z nich špatné značení. Druhý z těchto respondentů byl konkrétnější a uvedl, že chybí ukazatel k rozhledně směrem od skanzenu. Ostatní dohledali daný turistický cíl bez problému. Přesně polovina by pro zlepšení turistických služeb doporučila možnost občerstvení. Dále by uvítali lepší turistické značení, turistickou mapu obce a brožurku o historii zámku. U **návštěvníků z míst nad cca 140 km od Chanovic** byly zastoupeny především dvě věkové kategorie a to 41-60 let a nad 60 let. Do 20 let byli dva respondenti a čtyři byli ve věkové kategorii 21-40 let. Téměř všichni přijeli bez dětí do deseti let. V tomto případě se pouze tři respondenti dozvěděli o Chanovicích doporučením od známých. Téměř polovina se o obci dozvěděla na internetu – z toho jeden respondent využil server Mapy.cz, ostatní přímo webové stránky obce Chanovice. Čtvrtina získala informace o Chanovicích prostřednictvím informačního letáčku. Pouze jednomu z těchto respondentů byly Chanovice doporučeny v jiném informačním centru – v Blatné. Ostatní se o obci dozvěděli náhodně z mapy. Jako rozhodující cíl návštěvy volili tito respondenti nejčastěji skanzen – Expozici lidové architektury. Téměř stejně jako skanzen – Expozice lidové architektury byl zastoupen i Zámecký areál. Rozhlednu vybrala jako cíl návštěvy čtvrtina. A ani zde nebyla zastoupena

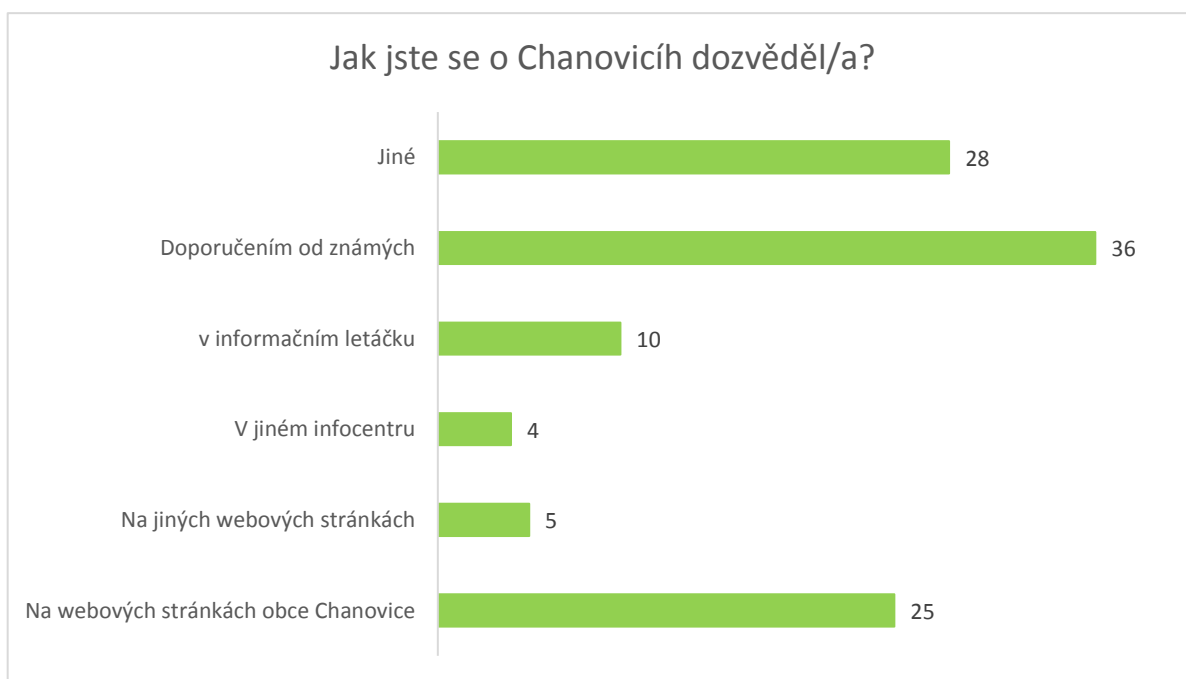
Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“. Dva respondenti uvedli, že je od skanzenu špatně viditelné značení k rozhledně. Zbytek návštěvníků našel vybraný turistický cíl v Chanovicích snadno. Tato skupina turistů by kromě možnosti občerstvení doporučovala především lepší značení a více turistických ukazatelů v okolí.

### 7.1.3 Vybrané otázky

Autorka práce vybrala z dotazníku tři otázky, které považuje za stěžejní v rámci získání zpětné vazby od návštěvníků obce Chanovice. Odpovědi respondentů na tyto otázky byly analyzovány bez rozdělení návštěvníků do krajů (jak je tomu výše v práci).

Jednotlivé odpovědi respondentů na otázku: „Jak jste se o obci Chanovice dozvěděl/a?“ reprezentuje obrázek č. 5.

**Obrázek č. 5: Informační zdroje návštěvníků obce Chanovice**



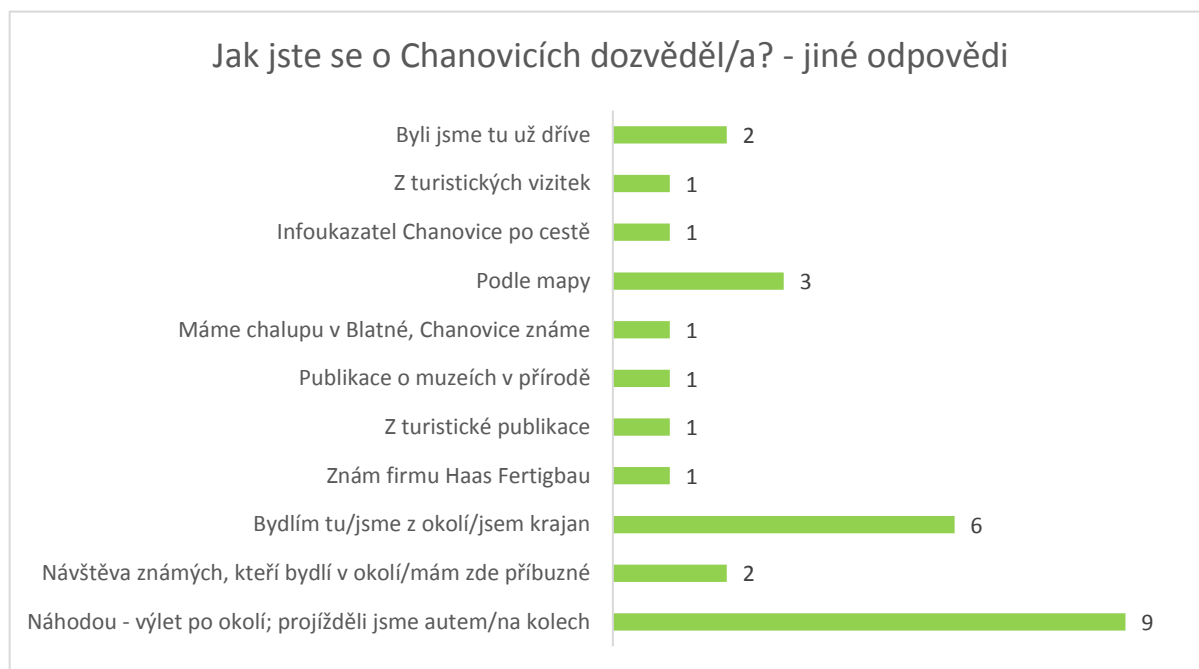
Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí respondentů vyplývá, že se o Chanovicích dozvěděli především od svých známých, kteří jim návštěvu obce doporučili. Tento výsledek je pro obec příznivý, neboť je patrné, že návštěvníkům Chanovic se obec líbí a rádi její návštěvu doporučují svým

známým a lidem v okolí. U této otázky mohli respondenti vybrat i více odpovědí, což využilo jen několik respondentů. Většina z nich uváděla kombinaci odpovědí „doporučením od známých“ a „na webových stránkách obce Chanovice“ či „V informačním letáčku“. Z toho se lze domnívat, že poté, co byly Chanovice návštěvníkům doporučeny jejich známými, vyhledávali lidé informace na webových stránkách obce nebo v informačním letáčku. Jako druhá v pořadí respondenty nejvíce uváděná odpověď byla „jiné“. Konkrétní odpovědi jsou vzhledem k jejich rozmanitosti uvedeny v obrázku č. 6. Téměř čtvrtina respondentů se o Chanovicích dozvěděla na webových stránkách obce. Obec by tedy měla dbát na to, aby turisté mohli na stránkách snadno dohledat veškeré potřebné informace, aby je obsah stránek zaujal a lákal k návštěvě. Na jiných webových stránkách (mimo webové stránky obce) se o Chanovicích dozvědělo jen několik málo respondentů – téměř všichni z nich využili server Mapy.cz. Pouze čtyři respondenti se o Chanovicích dozvěděli v infocentrech v okolí – ve Lnářích, v Blatné a v Sušici. Tento stav není pro obec příliš příznivý. Do budoucna by tak obec Chanovice měla rozvinout intenzivnější spolupráci s infocentry v okolí. Sociální sítě nevedl ani jeden z respondentů.

Odpovědi respondentů, kteří v otázce „Jak jste se o Chanovicích dozvěděl/a?“ uváděli možnost „jiné“, jsou podrobněji rozebrány v následujícím obrázku.

**Obrázek č. 6: Jiné informační zdroje návštěvníků obce Chanovice**

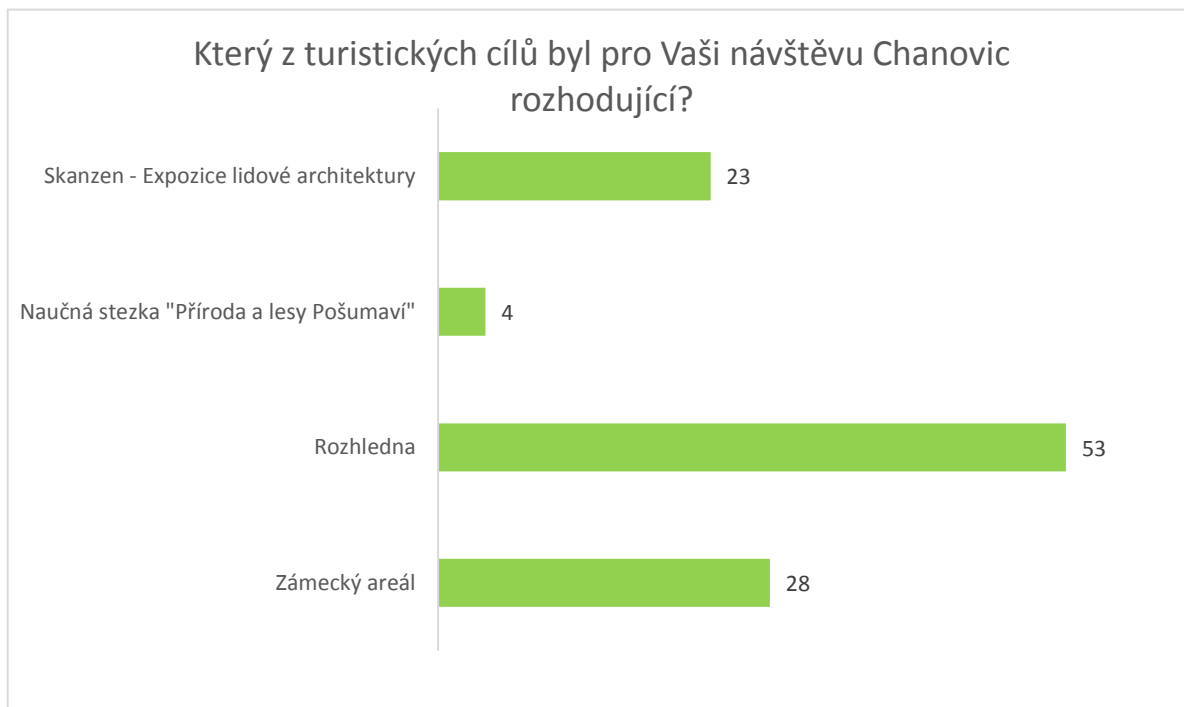


Zdroj: vlastní zpracování

Pokud se turisté o obci Chanovice dozvěděli jinak než např. na internetu, doporučením od známých apod., tak to v nejvíce případech bylo náhodou, když projížděli kolem – na kolech či autem. Jako druhá v pořadí byla nejčastěji uváděna odpověď typu „jsem krajan“; „bydlím tu“. Tři respondenti našli Chanovice podle mapy. Dva z respondentů navštívili Chanovice už dříve. Dva znají Chanovice díky rodinným vztahům. Další odpovědi byly zastoupeny vždy jen jedním respondentem.

Turistické cíle, které respondenti volili jako rozhodující pro návštěvu Chanovic, jsou uvedeny v obrázku č. 7.

**Obrázek č. 7: Turistické cíle návštěvníků obce Chanovice**

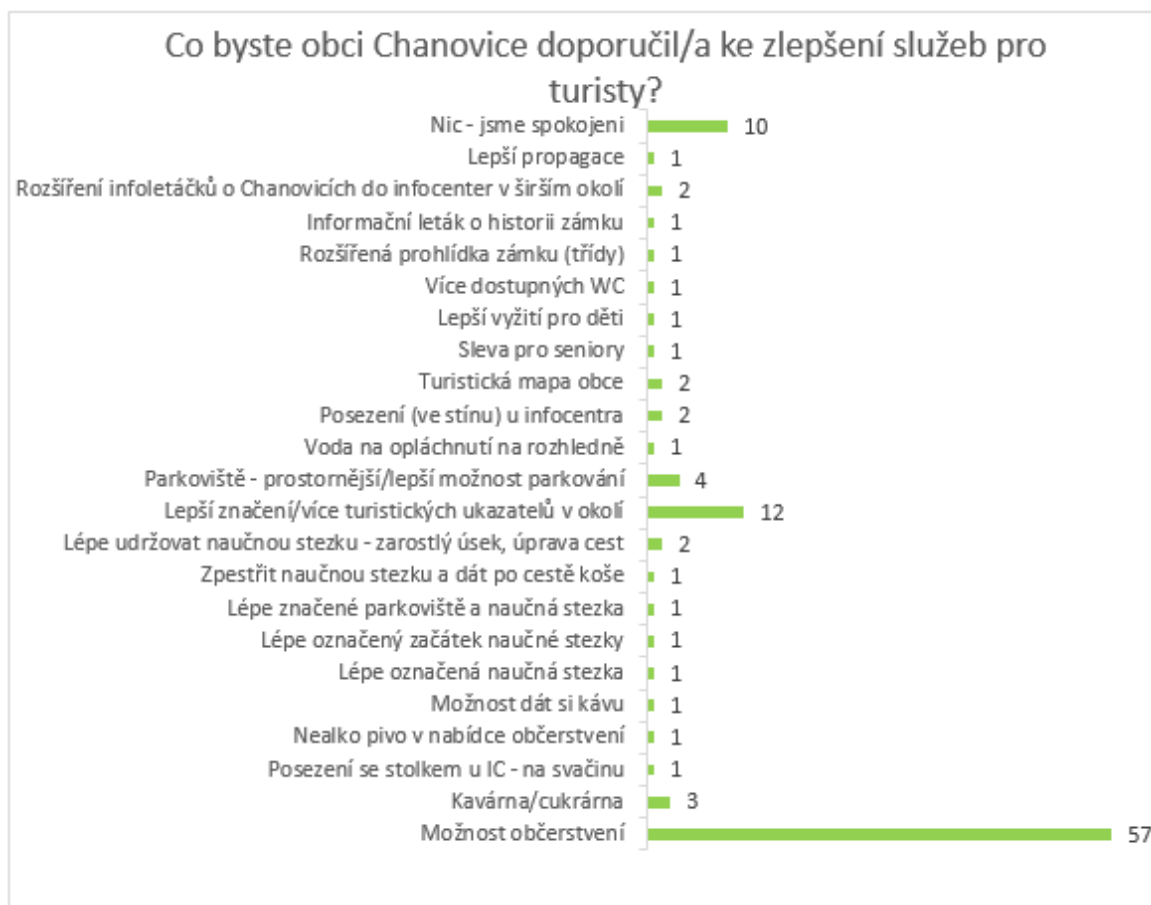


Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastějším cílem návštěvníků Chanovic byla rozhledna. Pro téměř stejný počet respondentů byl rozhodujícím cílem návštěvy Zámecký areál a Skanzen – Expozice lidové architektury. Oproti tomu Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“ byla cílenou atraktivitou pouze pro 4 respondenty.

Odpovědi respondentů na otázku: „Co byste obci Chanovice doporučili pro zlepšení služeb pro turisty?“ jsou znázorněny v obrázku č. 8.

**Obrázek č. 8: Doporučení od návštěvníků obce Chanovice**



Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedeného obrázku je patrné, že respondenti nejčastěji uváděli možnost občerstvení. V obci Chanovice v současné době není žádné zařízení, kde by se turisté mohli občerstvit a dalo se tak předpokládat, že návštěvníci budou často uvádět odpovědi typu restaurace, hospoda, občerstvení, možnost jídla apod., jelikož očekávají, že v daném místě taková možnost bude. Turisté by dále ocenili jednak více turistických ukazatelů jak v blízkém, tak i širším okolí a také lepší turistické značení v samotné obci. Další odpovědi nebyly sice hojně zastoupeny, ale je dobré brát všechny získané podněty v potaz. Návštěvníci totiž mohou odhalit případné nedostatky či přijít s novým zajímavým nápadem, který napomůže ke zlepšení poskytovaných turistických služeb a následně rovněž podpoří marketingové aktivity obce. Jeden z respondentů uvedl rozšířenou prohlídku zámku o třídy – v zámku je zázemí základní školy. Turistická sezóna začíná v Chanovicích v květnu, otevřeno je



o víkendech. Při prohlídce zámku tak mohou návštěvníci vidět třídy s jejich vybavením. Na období prázdnin, tedy hlavní turistickou sezónu, jsou ovšem třídy uzavřeny. Dvě největší jsou využity k výstavě (dle kulturního programu obce). I na základě autorčiny zkušenosti se ale lidé často dotazují na to, zda by mohli některou ze tříd vidět – jak vypadá a jak je vybavena. Nedokáží si představit, že je v zámku zajištěn běžný provoz základní školy.

#### **7.1.4 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření**

Na celkovém počtu návštěvníků obce Chanovice se podíleli zejména turisté z Plzeňského, Jihočeského a Středočeského kraje. Nejvíce byly zastoupeny věkové kategorie 21-40 let a 41-60 let. Převážně navštěvují Chanovice lidé bez dětí do deseti let. Nejčastěji se turisté o Chanovicích dozvěděli díky doporučení od známých. Oblíbeným turistickým cílem návštěvníků je jednoznačně rozhledna. Naopak téměř nikdo si jako cíl návštěvy nevybral Naučnou stezku „Příroda a lesy Pošumaví“. Až na pár výjimek dohledají turisté vybraný cíl cesty v obci bez problému. Návštěvníci by pro zlepšení služeb turistům obci Chanovice doporučili především možnost občerstvení a dále také upozorňovali na nedostatečné turistické značení v okolí.

## 8 SWOT analýza obce Chanovice

Cílem SWOT analýzy aplikované na obec Chanovice je zhodnocení prostředí a podmínek pro poskytování služeb turistům a potažmo tedy rozvoje cestovního ruchu v obci.

Výhodou obce Chanovice je její bohatý kulturní program, který může oslovit potenciální návštěvníky. Turistické cíle jsou z většiny zaměřeny na život našich předků a tradiční řemesla, jež se začínají pomalu vytrácet. Chanovice jsou tak v tomto ohledu velmi atraktivním cílem. Tímto však není cíleno na rodiny s dětmi, na což by se obec mohla v budoucnu zaměřit. Naopak nevýhodou obce je skutečnost, že v obci není možnost občerstvení pro návštěvníky. Webové stránky obce obsahují neaktuální informace, což vede ke špatné informovanosti turistů a návštěvníků obce. S marketingem nemá obec příliš zkušeností, příležitost lze tedy spatřovat například v proškolení zaměstnance, který má marketing obce na starost. Uvedený text shrnuje SWOT analýza obce uvedená v tabulce č. 3.

**Tabulka č. 3: SWOT analýza obce Chanovice**

<b>Silné stránky</b>	<b>Slabé stránky</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• klidné prostředí, upravenost obce</li><li>• dobrá občanská vybavenost (dvě prodejny s potravinami, pošta, tenisové kurty, dětské hřiště)</li><li>• bohatý kulturní program</li><li>• zajímavé turistické cíle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• kulturní dům nemá provozovatele</li><li>• chybí možnost občerstvení pro návštěvníky obce</li><li>• nižší úroveň webových stránek obce (nefunkční odkazy, neaktuální informace)</li></ul>
<b>Příležitosti</b>	<b>Hrozby</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• marketing obce Chanovice (proškolení kompetentního pracovníka, rozšíření propagace do širšího okolí)</li><li>• orientace na rodiny s dětmi (výstava s dětskou tematikou)</li><li>• rozšíření nabídky drobného občerstvení v infocentru (např. nealkoholické pivo, káva)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• špatná informovanost turistů a návštěvníků</li><li>• nezájem turistů o danou lokalitu (preference turisticky významných měst; preference zahraniční dovolené)</li><li>• omezení finančních prostředků využívaných k rozvoji turismu</li></ul>

Zdroj: vlastní zpracování

Marketingová strategie obce Chanovice by měla cílit na zvýšení návštěvnosti turistických atraktivit v obci a jejím blízkém okolí a podpořit tak rozvoj místního cestovního ruchu. Ke splnění tohoto cíle by měly vést dva dílčí cíle:

1. **Zlepšení propagace turistických cílů** (aktualizace a úprava webových stránek, vydání nového informačního letáku, intenzivnější spolupráce s infocentry v okolí, aktivity na sociálních sítích, proškolení kompetentního zaměstnance v oblasti marketingu)
2. **Zkvalitnění služeb poskytovaných návštěvníkům** (instalace nového orientačního ukazatele, rozšíření nabídky občerstvení v infocentru, realizace posezení před infocentrem, zaměření se na rodiny s dětmi)

Konkrétní návrhy jsou blíže představeny v následující kapitole.

## 9 Návrhy pro obec Chanovice

Na základě hodnocení webových stránek obce, výsledků dotazníkového šetření a provedené SWOT analýzy vyvozuje autorka pro obec Chanovice několik návrhů v oblasti turistických služeb a marketingových aktivit obce. S vedením obce byly konzultovány jak samotné výsledky provedeného výzkumu, tak i možná opatření, která by mohla vést ke zlepšení služeb poskytovaných návštěvníkům a také k podpoře marketingu obce.

Tři respondenti (viz obrázek č. 8) uvedli v doporučení pro zlepšení služeb pro turisty posezení před informačním střediskem. Konkrétněji byla dvakrát uvedena odpověď „posezení (ve stínu) u infocentra“ a jednou odpověď „posezení se stolkem u infocentra na svačinu“. Tento návrh byl obcí již realizován (viz obrázek č. 4). Jedná se o tzv. **infopoint**, ve kterém jsou návštěvníkům k dispozici QR kódy s informacemi o zajímavostech v okolí. Na jeho střeše jsou umístěny solární panely, díky kterým si na tomto místě lze dobít např. mobilní telefon. Infopoint v Chanovicích vznikl díky spolupráci s Místní akční skupinou Pošumaví v rámci projektu „Venkov 21. století“.

Dále uvedlo několik respondentů (viz obrázek č. 8) lepší turistické značení, a to jak v samotné obci, tak i jejím okolí. Z odpovědi jednoho z respondentů, ale i z autorčiny vlastní zkušenosti s návštěvníky Chanovic je patrné, že je v obci špatně viditelný ukazatel k rozhledně směrem od skanzenu – Expozice lidové architektury (dále jen „skanzen“) – návštěvníci tak neodbočí na správném místě, ale jdou kolem skanzenu podél vystavěných objektů a k rozhledně následně přijdou lesem, kde není upravená a označená cesta.

Vhodné by tak bylo **vytvoření nového orientačního ukazatele ve tvaru šipky**. Ten by na základě konzultace s vedením obce mohl být umístěn na informačním panelu, který se nachází u rozcestí. Zde by byl v nižší úrovni, než je dosavadní ukazatel, takže by měl být snáze viditelný a měl by tak upoutat pozornost návštěvníků. Značnou výhodou tohoto návrhu je jeho snadná realizace. Vyžaduje vytvoření šipky z menšího kusu dřeva, na níž bude barvou uveden nápis: „Rozhledna“ či „K rozhledně“ a její následnou instalaci. Tento návrh nebude z hlediska času pro zaměstnance obce nijak náročný a též nezatíží obec finančně. Na základě domluvy s vedením obce bude tento návrh realizován. Realizace

proběhne v dohledné době, tak aby nová orientační šipka byla umístěna před začátkem letní turistické sezóny.

**Zlepšení značení v okolí obce** je už složitější záležitostí, především z hlediska časové a finanční náročnosti. V tomto případě je mimo jiné zapotřebí jednat se všemi dotčenými orgány veřejné správy, jako jsou například Správa a údržba silnic Plzeňského kraje, Odbor dopravy na Městském úřadě v Horažďovicích či Dopravní inspektorát města Klatovy. Obec Chanovice je registrována v seznamu kulturně turistických památek, který spravuje agentura CzechTourism. Do budoucna tak bude moci používat hnědo-bílé tabule, na kterých je vyznačen obrys dané památky a název. Lze tedy říci, že výhledově bude rozšířeno i značení v okolí obce.

Dalším návrhem je **vytvoření letáku s informacemi o historii zámku Chanovice**. Toto „přání“ sice uvedl v doporučení pro lepší turistické služby pouze jeden respondent (viz obrázek č. 8), ovšem i z autorčiny zkušenosti se návštěvníci Chanovic v informačním středisku na informace k historii zámku často dotazují. Nový propagační leták podpoří rovněž marketingové aktivity obce. Návrh letáku, respektive jeho obsahu byl zpracován v rámci této bakalářské práce a je součástí příloh (příloha F). Obsah letáku byl konzultován s vedením obce, která následně pověřila kompetentního pracovníka zpracováním grafické podoby letáku. S realizací tohoto návrhu vzniknou obci náklady na tisk letáku a mzdové náklady.

Téměř jedna čtvrtina všech respondentů se o Chanovicích dozvěděla na webových stránkách obce Chanovice (viz obrázek č. 5). V dnešní době je vyhledávání na internetu nejčastějším zdrojem informací. I lidé, kteří chtějí navštívit Chanovice, tak pravděpodobně vyhledají webové stránky obce. Je proto důležité, aby byly přehledné a obsahovaly veškeré potřebné, a především aktuální informace.

Autorka při zpracování práce navštívila webové stránky obce a pokusila se je posoudit z pohledu potencionálního návštěvníka. Z tohoto zkoumání vyplynulo, že webové stránky obce potřebují výraznější změny. Aktualizací by měly projít především informace, které jsou cíleny na turisty a návštěvníky obce (konkrétní doporučení jsou uvedena v kapitole 6). Aktualizace a grafická úprava webových stránek by měla vést k eliminaci hrozby v podobě

špatné informovanosti návštěvníků obce. Webové stránky prezentují obec jako takovou a jsou součástí jejích marketingových aktivit. Jejich úprava by rovněž měla vést k lepší propagaci obce. V souvislosti s návrhem úpravy webových stránek lze dále navrhnout také **proškolení pracovníka**, který je tvorbou webu pověřen.

## **Závěr**

Cílem bakalářské práce bylo představit obec Chanovice s důrazem na její turistické cíle, charakterizovat činnosti a marketingové aktivity obce a na základě zjištěných poznatků formulovat pro obec Chanovice návrhy, jež by měly vést ke zlepšení poskytovaných turistických služeb a marketingových aktivit obce.

Z hlediska rozvoje turismu má obec Chanovice poměrně dobré předpoklady. Nachází se zde zajímavé turistické cíle zaměřující se především na život našich předků, lidová řemesla a umění, jež se dnes začínají pomalu vytrácet. Kulturní program obce je obsáhlý a různorodý, několik akcí má v obci již několikaletou tradici a může tak oslovit potencionální návštěvníky. Co ovšem obci chybí, je možnost občerstvení a potažmo ubytování v místě, což jsou z hlediska rozvoje turismu podstatné faktory, především pak možnost občerstvení.

Obec Chanovice se marketingu věnuje poměrně krátkou dobu a je tedy zapotřebí brát v potaz, že svých zkušeností s marketingem a propagací postupně nabývá. Obec nezaměstnává marketingového odborníka, což ale u obce její velikosti není překvapující. Odpovídá tomu ovšem například nižší úroveň webových stránek obce.

Součástí bakalářské práce jsou návrhy pro obec Chanovice ke zlepšení služeb poskytovaných návštěvníkům obce a aktivit v oblasti marketingu. Výhodiskem pro návrhy bylo provedené hodnocení webových stránek obce, vyhodnocení marketingového výzkumu a SWOT analýza obce. Návrhy zahrnují realizaci posezení před informačním střediskem, vytvoření nového orientačního ukazatele, zpracování informačního letáku o historii zámku Chanovice, úpravu webových stránek obce a s ní spojené proškolení kompetentního zaměstnance. Součástí práce byla také příprava obsahu informačního letáku s informacemi o historii zámku Chanovice, který je uveden v příloze (příloha F).

Předložené návrhy byly konzultovány s vedením obce a byla také diskutována jejich možná realizace. Realizován byl již návrh týkající se posezení před infocentrem. Před zahájením letní turistické sezóny bude vytvořen a umístěn nový orientační ukazatel. Obsah informačního letáku bude ještě konzultován s historikem, který se zaměřuje na místní

dějiny. Upravena bude také jeho grafická podoba a následně obec leták použije. Během hlavní turistické sezóny tak bude informační leták o historii zámku Chanovice návštěvníkům k dispozici.

Z výše uvedeného vyplývá, že je bakalářská práce využitelná v praxi. Navržená doporučení jsou realizovatelná. Práce může rovněž přispět ke zvýšení povědomí o obci Chanovice a podpořit tak její návštěvnost.



## Seznam použité literatury

### Tištěné zdroje

FORET, Miroslav a kol. *Marketing v regionálním rozvoji*. Mendelova univerzita, 2013. 148 s. ISBN 978-80-7375-770-0.

FORET, Miroslav, FORETOVÁ Věra. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. 178 s. Manažer. ISBN 80-247-0207-X.

FOTR, Jiří a kol. *Tvorba strategie a strategické plánování – teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 384 s. ISBN 978-80-247-3985-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing – strategie a trendy*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. 368 s. Expert. ISBN 978-80-247-4670-8.

JANEČKOVÁ, Lidmila, VAŠTÍKOVÁ Miroslava. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada, 200. 179 s. Manažer. ISBN 80-7169-995-0.

JANEČKOVÁ, Lidmila, VAŠTÍKOVÁ Miroslava. *Marketing měst a obcí*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

LACINA, Karel a Tomáš KALA. *Regionální a mezinárodní marketing*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2003. 163 s. ISBN 80-7041-929-6.

PAULIČKOVÁ, Renáta. *Teoretické otázky regionálního a mestského marketingu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 2005. 124 s. ISBN 80-7043-365-5.

PEKOVÁ, Jitka. *Hospodaření a finance územní samosprávy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2004. 375 s. ISBN 80-7261-086-4.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing-cesta k trhu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. 268 s. ISBN 978-80-247-5037-8.

### **Zákony**

Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích v platném znění

Zákon č. 243/2000 Sb., o rozpočtovém určení daní v platném znění

Zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů v platném znění

### **Internetové zdroje**

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. The definition of marketing. *AMA* [online]. Chicago: American Marketing Association, © 2019 [cit. 25.2.2019]. Dostupné z: <https://www.ama.org/search/?s=definition+of+marketing>

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. The definition of services. *AMA* [online]. Chicago: American Marketing Association, © 2019 [cit. 5.3.2019]. Dostupné z: <https://www.ama.org/search/?s=definition+of+services>

ANDREJ KESELY. *CZ-NACE*. [online]. ©2018 [cit. 6.3.2019]. Dostupné z: <http://www.nace.cz/>

ANTEE s. r. o. Plán rozvoje obce. *Obec Blatec* [online]. Praha: ANTEE s. r. o., © 2019 [cit. 11.3.2019]. Dostupné z: <https://www.blatec.cz/plan-rozvoje-obce>

ASOCIACE SOUZNĚNÍ, z. s. O výstavě. *Má vlast cestami proměn. Příběhy domova* [online]. Praha: Asociace Souznění, z. s., © 2019 [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://www.cestamipromen.cz/vystava>

Český statistický úřad. [online] Praha: Český statistický úřad, 2017. Aktualizace 26. 3. 2019 [cit. 13.3.2019]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

Český statistický úřad. [online] Praha: Český statistický úřad, 2018. Aktualizace 8. 4. 2019 [cit. 13.3.2019]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

GALILEO. Strategie rozvoje obce. *Vřesina u Hlučína. Oficiální stránky obce* [online]. Praha: Galileo corporation, © 2019 [cit. 11.3.2019]. Dostupné z: <https://www.obec-vresina.cz/obec-594/strategie-rozvoje-obce/>

ITEP. O ITEPu. *ITEP* [online]. Plzeň: ITEP, © 2019 [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://www.itep-plzen.cz/oitepu>

LUKÁŠ BURKONĚ. Unifikovaná definice služby. *Česká společnost pro systémovou integraci* [online]. Praha: Česká společnost pro systémovou integraci, © 2008 [cit.6.3.2019]. Dostupné z: <http://www.cssi.cz/cssi/unifikovana-definice-sluzby>

ROZPOČET VEŘEJNĚ, o. s. Jak číst rozpočet obce. *Rozpočet obce* [online]. Kamenné Žehrovice: Rozpočet Veřejně o. s., © 2019 [cit. 10.3.2019]. Dostupné z: <http://www.rozpocetobce.cz/jak-cist-rozpocet-obce>

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. Regionální politika. *Euroskop. Věcně o Evropě* [online]. Praha: Vláda České republiky, © 2005-2019 [cit. 7.3.2019]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8948/sekce/regionalni-politika/>

WEBHOUSE. Strategické dokumenty. *Dolní Město. Oficiální web obce* [online]. Jihlava: Webhouse, © 2010-2019 [cit. 11.3.2019]. Dostupné z: <http://www.dolnimesto.cz/strategie-rozvoje-obce/ds-3854/p1=3423>

ZBYNĚK HUPÁK. Jízdní řády. *ČSAD autobusy Plzeň a. s. Váš dopravce* [online] Plzeň: Zbyněk Hupák. © 2019 [cit 2.3.2019]. Dostupné z: <http://www.csadplzen.cz/mainindex/43402001.htm>

ZBYNĚK HUPÁK. Jízdní řády. *ČSAD autobusy Plzeň a. s. Váš dopravce* [online] Plzeň: Zbyněk Hupák. © 2019 [cit 2.3.2019]. Dostupné z: <http://www.csadplzen.cz/mainindex/43406001.htm>

## **Seznam obrázků**

Obrázek č. 1: Souvislosti v teritoriálním marketingu .....	11
Obrázek č. 2: Marketingová prostředí obce.....	20
Obrázek č. 3: Ukázka turistických známek a turistických vizitek.....	39
Obrázek č. 4: Informační středisko v zámeckém areálu v Chanovicích.....	40
Obrázek č. 5: Informační zdroje návštěvníků obce Chanovice .....	52
Obrázek č. 6: Jiné informační zdroje návštěvníků obce Chanovice .....	54
Obrázek č. 7: Turistické cíle návštěvníků obce Chanovice .....	55
Obrázek č. 8: Doporučení od návštěvníků obce Chanovice .....	56

## **Seznam tabulek**

Tabulka č. 1: Základní prvky marketingového mixu ve zkoumaných oborech marketingu	26
Tabulka č. 2: Prohlídkové okruhy v zámeckém areálu Chanovice.....	30
Tabulka č. 3: SWOT analýza obce Chanovice .....	58

## Seznam příloh

Příloha A: Turistické cíle v obci Chanovice

Příloha B: Kulturní program obce Chanovice 2019

Příloha C: Ukázka propagačních tiskových materiálů obce Chanovice

Příloha D: Ukázka webových stránek obce Chanovice

- Příloha D1: Kontextové menu
- Příloha D2a: Záložka O Obci – historie
- Příloha D2b: Záložka O obci – historie – Kostel Povýšení sv. Kříže
- Příloha D2c: Záložka O obci – historie – Obec Chanovice
- Příloha D2d: Záložka O obci – příroda
- Příloha D2e: Záložka O obci – ubytování
- Příloha D2f: Záložka O obci – dopravní spojení
- Příloha D2g: Záložka O obci – stravování
- Příloha D2h: Záložka Okolí Chanovic
- Příloha D2i: Záložka Informační centrum Chanovice – Expozice lidových řemesel Pošumaví
- Příloha D2j: Záložka Informační centrum Chanovice – pozvání do Chanovic
- Příloha D2k: Záložka Informační centrum Chanovice – výlet do Chanovic
- Příloha D2l: Záložka Informační centrum Chanovice – šumavská karta
- Příloha D2m: Záložka Informační centrum Chanovice – Skanzen, Naučná stezka, Chanovice – základní informace
- Příloha D2n: Záložka Zámek a zámecký areál – muzeum lidových řemesel v Chanovicích
- Příloha D2o: Záložka Zámek a zámecký areál – Galerie Nositelů tradic lidových řemesel
- Příloha D2p: Záložka Zámek a zámecký areál – Historická místnost zámku Chanovice

- Příloha D2q: Záložka Zámek a zámecký areál – Zámecký areál – cíle
- Příloha D2r: Záložka Zámek a zámecký areál – Zámecký areál a Záchranná expozice lidové architektury v Chanovicích
- Příloha D2s: Záložka Rozhledna Chanovice
- Příloha D2t: Záložka Skanzen – Skanzen lidové architektury jihozápadních Čech
- Příloha D2u: Záložka Skanzen – Expozice lidové architektury v Chanovicích- základní informace

Příloha E: Dotazník pro návštěvníky obce Chanovice

Příloha F: Informační leták o historii zámku Chanovice

## Přílohy

### Příloha A: Turistické cíle v obci Chanovice



Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní





Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní





Zdroj: vlastní



Zdroj: vlastní





Rozhledna Chanovice na vrchu Chlumu, 2019, pohled z cesty k rozhledně

Zdroj: vlastní





Rozhledna Chanovice na vrchu Chlumu, 2019

Zdroj: vlastní





Skanzen – Expozice lidové architektury, 2019, zadní část skanzenu

Zdroj: vlastní



Skanzen – Expozice lidové architektury, 2019

Zdroj: vlastní





Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“, 2019, zastavení u hájovny

Zdroj: vlastní



Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“, 2019, zastavení Žižkův Kámen

Zdroj: vlastní

## Příloha B: Kulturní program obce Chanovice 2019



### Kulturní a společenské akce v roce 2019 v Obci Chanovice

Obec Chanovice: části Černice, Defurovy Lažany, Dobrotice, Holkovice, Chanovice, Újezd u Chanovic



- 1. ledna – úterý, „Novoroční vyhlídka z chanovické rozhledny“, rozhledna na Chlumu (Obec Chanovice)
- 1. ledna – úterý, „Chanovický betlém“, sváteční setkání ve skanzenu (Vl. muzeum Dr. Hostaše v Klatovech)
- 5. ledna – sobota, „Pěší pochod k uctění a zachování přírody a života v Pošumaví“, (Obec Chanovice)
- 6. ledna – neděle, „Tříkrátová sbírka“, charitativní obchůzka koledníků (Charita Horažďovice)
- 24. ledna – čtvrtek, „Rybníky na Blatensku 3.“, beseda s Ing. J. Kurzem a prof. J. Sekerou (Obec Chanovice)
- 2. února – sobota, „Tesařský ples“, od 20.00 hodin, tradiční ples, KD Chanovice (Pfeifer Chanovice)
- 7. února – čtvrtek, „Virtuální univerzita třetího věku – klenoty barokního sochařství“, zahájení letního semestru, vzdělávací program pro seniory (účastníci VU3V, ČZU Praha, ZŠ a MŠ Chanovice, Obec Chanovice)
- 7. února – čtvrtek, „20. let Rodinky Dětského domova v Chanovicích“, (DD Kašperské Hory a Chanovice)
- 8. února – pátek, „Křest publikace Pivovary a pivovárky okresu Klatovy“, (Obec Chanovice a spol.)
- 9. února – sobota, „Turnaj v pinčesu“, pro neregistrované hráče, KD Chanovice (Sportovní spolek Čiperka)
- 16. února – sobota, „Sportovní ples“, ples fotbalového klubu, KD Chanovice (TJ Pfeifer Chanovice)
- 23. února – sobota, „Uloupená hranice a Mnichov 1938“, beseda (Obec Chanovice)
- 2. března – sobota, „Masopustní průvod“, tradiční masopustní průvod (Obec Chanovice)
- 14. března – čtvrtek, „Velikonoční rukodělný seminář s Mgr. Ivanou Sieberovou – Vyrábění ze šustí“, zámek (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, Panoráma, VS REGIO, ZŠ a MŠ Chanovice)
- 21. března – čtvrtek, „Tajemství ptačího života“, beseda s přírodovědcem Ing. J. Vlčkem (Obec Chanovice)
- 22. až 24. března – pá. až ne., „Jarní tvořivý víkend s Mgr. Ivanou Sieberovou“, seminář, (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, VS REGIO, Panoráma, ZŠ a MŠ Chanovice)
- 23. března – sobota, „Dětská maškarní veselice“, akce pro školní děti, KD Chanovice (Panoráma Chanovice)
- 23. března – sobota, „Retro párty 80. a 90. léta“, taneční akce s retro hudbou, KD Chanovice
- 6. dubna – sobota, „Andělská veselice“, od 20.00 hodin, veselice s hudbou, KD Chanovice (Andělky)
- 11. dubna – čtvrtek, „Prof. arch. J. Škabrada - památky a historické zajímavosti v okolí Chanovic z méh známých stránek“, od 18.30 hodin, setkání s prof. Jiřím Škabradou, KD Chanovice (Obec Chanovice)
- 21. dubna – neděle, „Turnaj ve volném mariáši o Mistra Chanovic“, společenské soutěžení místních borců, KD Chanovice (místní mariášníci)
- 27. dubna – sobota, „Pout' ke svatému Vojtěchu“, odpolední slavnost u kaple sv. Vojtěcha, společenské setkání v Újezdě u Chanovic (občané Újezdu u Chanovic)
- 27. dubna – sobota, „Den proti úložišti“, start a cíl v Kvášňovicích, společná akce obcí regionu proti záměru vybudovat zde úložiště radioaktivních odpadů (obce tzv. lokality Březový potok)
- 30. dubna – úterý, „Stavění máje a pálení čarodějnic“, tradiční akce (občané šesti vesnic obce)
- 3. května – pátek, „Zahájení turistické a výstavní sezóny“, od 16.00 hodin, vernisáž výstavy výtvarných prací ZŠ a MŠ Chanovice, zámecký areál (Obec Chanovice, ZŠ a MŠ Chanovice)
- 18. května – sobota, „Na kole okolo Chanovic“, od 13.00 hodin, turistická vyjížďka, poznávání okolí, start a cíl u KD Chanovice, ukončení s hudbou a rybími specialitami (cyklisté Dobrotice)
- 25. května – sobota, „Výročí 130 let založení SDH Chanovice“, od 13.00 hodin, okrsková soutěž, hudba, hřiště Chanovice (SDH Chanovice)
- 30. května – čtvrtek, „Zmizelá Šumava ve vyprávění Šumaváka Emila Kintzla“, od 19.00 hodin, beseda spojená s promítáním, KD Chanovice (Obec Chanovice)
- 8. června – sobota, „Dětský den v Holkovcích“, od 14.00 hodin, odpoledne her a zábavy především pro děti, ale i pro dospělé (občané Holkovic a SDH Holkovice)
- 15. června – sobota, „Letní koncert Volného sdružení horažďovických zpěváků a muzikantů“, od 19.00 hodin, zámecký areál (Panoráma, Obec Chanovice)
- 16. června – neděle, „Pout' v Defurových Lažanech“, tradiční sváteční víkend
- 22. června – sobota, „Memoriál Pepy Kubaně v nohejbale“, od 9.00 hodin, tradiční nohejbalový turnaj neregistrovaných hráčů v Dobroticích (Dobrotice)
- 25. ročník Kulturního léta v Chanovicích, - výstavy, koncerty a další akce
- 30. června – neděle, „Když jsem šel z hub ...“, od 17.00 hodin, zahájení bude spojené s přednáškou, výstava o houbách našeho kraje, zámek, výstava bude do 4. 8. 2019 (ZŠ a MŠ Chanovice, Panoráma)
- 6. července – sobota, „Den řemesel – přehlídka řemeslných dovedností Plzeňského kraje“, od 9.45 hodin, zámecký areál a skanzen, tradiční řemesla, cca sedmdesát oborů, doplněno hudebníky, šermíři, loutkoherci, tradiční kuchyně (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, Obec Chanovice, ZŠ Chanovice a spolky v obci)
- 6. července – sobota, „Obrazy, Valentin Horba a Josef Duspiva“, od 10.00 hodin, vernisáž, zámecký areál, výstava bude do 15. 8. 2019 (Obec Chanovice)
- 13. července – sobota, „Kubelíkovo trio“, od 18.00 hodin, koncert významného hudebního tělesa, klasická hudba v podání světových hudebníků, zámecký areál (Panoráma, Obec Chanovice)



- 20. července – sobota, „*Memoriál Františka Pavlovského a Josefa Smitky*“, od 13.00 hodin, fotbalový turnaj a setkání, sportovní areál Chanovice (TJ Přebor Chanovice)
- 27. července – sobota, „*Memoriál L. Duchoně*“, od 13.00 hodin, cvičiště v Defurových Lažanech, hasičská soutěž, následně veselice s hudbou (SDH Defurovy Lažany)
- 27. července – sobota, „*Koncert souboru Harmonia*“, od 18.00 hodin, hudební vystoupení na unikátní renesanční flétny, zámecký areál (Panoráma, Obec Chanovice)
- 9. srpna – pátek, „*Švejk – band*“, od 18.00 hodin, písničky z hospůdek a kabaretů počátku XX. století, „haslerky“, kuplety, staropražské i lidové písně, ba i songy z počátků českého trampingu (Panoráma)
- 17. srpna – sobota, „*25 let budování chanovického skanzenu*“, souhrn o čtvrtstoletí skanzenu, zámecký areál, výstava bude do 8. 9. 2019 (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, Obec Chanovice)
- 24. srpna – sobota, „*Bratři Vilímčové*“, od 18.00 hodin, housle a klavír, koncert z díla českých skladatelů, zámek (Panoráma, Obec Chanovice)
- 30. srpna – pátek, „*Koncert Musical Friendship*“, od 18.00 hodin, moderní skladby v úpravě pro housle, kytaru a klavír v podání mladých hudebníků, zámecký areál (Panoráma, Obec Chanovice)
- 14. září – sobota, „*100 let tesařství v Chanovicích*“, od 13.00 hodin zahájení a setkání, dobové fotografie a dokumenty o lidech a jejich práci ve zdejší tesárně, zámecký areál, výstava do 29. 9. 2019 (Obec Chanovice)
- 15. září – neděle, „*Chanovická pout*“, tradiční církevní a společenská akce, taneční zábava, sportovní utkání, výstavy a další (Obec Chanovice, místní instituce a spolky)
- 3. října – čtvrtek, „*Virtuální univerzita třetího věku*“, zahájení zimního semestru, dlouhodobý vzdělávací program pro seniory (přihlášení účastníci VU3V, ČZU Praha, ZŠ a MŠ Chanovice, Obec Chanovice)
- 5. října – sobota, „*Den místní potraviny*“, od 10.00 hodin, 13. ročník potravinářského dne ve skanzenu (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, Obec Chanovice)
- 5. října – sobota, „*Chanovický plenér*“, od 13.00 hodin, vernisáž spojená s módní přehlídkou, výstava výtvarných prací studentů ISŠŽ v Plzni, zámecký areál, výstava do 30. 12. 2019 (ISŠŽ v Plzni, Obec Chanovice)
- 5. a 6. října – víkend, „*Všestranné zkoušky ohařů a malých plemen*“, oba dny průběžně od lovecké chaty Chanovice a do okolí (Myslivecký spolek Chanovice)
- 11. až 13. října – pá. až ne., „*Podzimní tvořivý víkend s Mgr. Ivanou Sieberovou*“, přihlášky u Mgr. B. Legátové tel. 371 120 715 (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, VS REGIO, Panoráma, ZŠ a MŠ Chanovice)
- 7. listopadu, „*Podzimní rukodělný seminář s Mgr. Ivanou Sieberovou – vánoční ozdoby z korku*“, zámek, (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech, Panoráma, VS REGIO, ZŠ a MŠ Chanovice)
- listopad – sobota, „*Obec a její lidé*“, od 15.00 hodin vernisáž, 21. ročník fotografické soutěže z území mezi městy Blatná, Horažďovice a Nepomuk, zámek (Panoráma, ZŠ a MŠ Chanovice)
- 16. listopadu – sobota, „*Hasičská veselice*“, akce místních hasičů v KD Chanovice (SDH Chanovice)
- 1. prosince – neděle, „*Rozsvícení vánočního stromku v Chanovicích*“, před kostelem Povýšení Sv. Kříže
- 5. prosince – čtvrtek, „*Mikuláš, anděle a čerti*“, tradiční mikulášské nadělování
- 25. a 26. prosince – středa a čtvrtek, „*Chanovický betlém*“, ve skanzenu (Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše)
- 31. prosince – úterý, „*Myslivecký Silvestr*“, od 20.00 hodin, KD Chanovice (Myslivecké sdružení Chanovice)

*Během roku budou i další akce – sledujte plakáty, internetové stránky a obračejte se na uvedené kontakty.*

**Informace:** Obecní úřad, tel. 376 514 353, e-mail: [obec.chanovice@email.cz](mailto:obec.chanovice@email.cz) Internet: [www.chanovice.cz](http://www.chanovice.cz)  
 IC Chanovice, tel. 376 514 164, e-mail: [ic.chanovice@email.cz](mailto:ic.chanovice@email.cz)

Stálé výstavy v zámeckém areálu: „Galerie Nositelů tradice lidových řemesel“, „Expozice lidových řemesel Pošumaví“, „Historická místnost zámku Chanovice“.

**Otevírací doba v zámeckém areálu Chanovice a na rozhledně na vrchu Chlumu nad Chanovicemi:**

- leden až duben: dle předchozí dohody na obecním úřadě
- květen: sobota a neděle, svátek 10.00 – 16.00 hodin
- červen až srpen: každý den 10.00 – 16.00 hodin
- září: sobota a neděle, svátek 10.00 – 16.00 hodin (rozhledna bude otevřena ještě v říjnu)
- říjen až prosinec: dle předchozí dohody na obecním úřadě

*Skupinové prohlídky, min. 5 osob, mimo uvedenou otevírací dobu lze domluvit s předstihem minimálně jednoho dne.*

**Nad zámeckým areálem je vytvářen skanzen „Expozice lidové architektury jihozápadních Čech“**

Informace a kontakty: [info@muzeumklatovy.cz](mailto:info@muzeumklatovy.cz) tel. 376 323 525, 721 721 908 nebo 737 061 235

*Chanovická tvrz byla založena v kopcovité krajině s úžasnými výhledy na Šumavu přes údolí zlatonosné Otavy. Vrcholy kopců mají výšku 600 m n. m. a spolu se stovkami kamenitých pahorků jsou zalesněny smíšenými lesy. Zámecký areál je položen v parku anglického typu. Nad vsí se rozrůstá skanzen lidové architektury jihozápadních Čech. Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“ spojuje zámek se skanzem. Součástí stezky je rozhledna na vrchu Chlumu, která byla vystavěna s mottem „Prácheňsko jako na dlani“. Zástavba starší části vesnice je prohlášena za vesnickou památkovou zónu a svědčí o umu, estetickém citění, vztahu k místu a řemeslné poctivosti našich předků.*

*Na všechny akce jste srdečně zváni. Na shledanou v Obci Chanovice.*

Zdroj: obec Chanovice, 2019



## Příloha C: Ukázka propagačních tiskových materiálů obce Chanovice



### Dovolujeme si Vás pozvat do Chanovic.

Obec Chanovice se nachází na jihovýchodním okraji Plzeňského kraje a je uprostřed trojúhelníku tvořeného městy Nepomuk, Blatná a Horažďovice. První dochovaná písemná zpráva o Chanovicích pochází z roku 1352. Obec tvoří šest vesnic: Čemice, Defurovy Lažany, Dobrotice, Holkovice, Chanovice a Ujezd u Chanovic.



#### Zámecký areál Chanovice

Prohlídka zahrnuje Galerii Nositelů tradice lidových řemesel, bývalou konírnu, historickou zámeckou místnost, Expozici lidových řemesel Pošumaví a samozřejmě i zámek.

V areálu se nachází informační centrum, kde se na Vás bude těšit průvodce, který Vás celým objektem provede.

- květen: So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.
- červen až srpen: každý den 10.00 – 16.00 hod.
- září: So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.

#### Rozhledna na vrchu Chlumu „Prácheňsko jako na dlani“

Vrch je vysoký 608 m n. m.

- květen: So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.
- červen až srpen: každý den 10.00 – 16.00 hod.
- září, říjen: So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.

Rozhledna je otevřena od srpna 2010 a je součástí naučné stezky „Příroda a lesy Pošumaví“. Celková výška rozhledny je 31 metrů, k dosažení vyhlídky je třeba zdolat 136 schodů. Stezka je dlouhá cca 2,2 km, s výhledy na Šumavu.



#### Skansen Chanovice

Expozice lidové architektury jihozápadních Čech. Provozuje Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech p.o.

Záchraný projekt pro ohrožené objekty lidového stavitelství z Pošumaví a jihozápadních Čech.

- červen a září So, Ne 10.00 – 12.00 hodin a 13.00 – 17.00 hodin
- červenec a srpen denně 10.00 – 12.00 hodin a 13.00 – 17.00 hodin (mimo pondělí)

Možnost objednat prohlídku skanzenu je po celý rok, pro skupinu s minimálně

deseti členy a to na telefonních číslech 376 323 525 nebo 721 721 908.

E-mail: [Info@muzeumklatovy.cz](mailto:Info@muzeumklatovy.cz); URL: [www.muzeum.klatovynet.cz](http://www.muzeum.klatovynet.cz)



*Na shledanou v Obci Chanovice!*

**Kontakty Obec Chanovice**  
Chanovice 36  
341 01 Horažďovice  
Tel: OÚ 376 514 353, IC 376 514 164  
E-mail: [obec.chanovice@email.cz](mailto:obec.chanovice@email.cz)  
[IC.chanovice@email.cz](mailto:IC.chanovice@email.cz)  
web: [www.chanovice.cz](http://www.chanovice.cz)



**PLZEŇSKÝ KRAJ**  
[www.turisturaj.cz](http://www.turisturaj.cz)

## Příloha D: Ukázka webových stránek obce Chanovice

- Příloha D1: Kontextové menu

The screenshot shows the website 'Obec Chanovice' with a context menu open over the 'O obci' link in the left sidebar. The menu items are:

- Historie
- Příroda
- Kde nás najdete
- Místní části
- Statistická data
- Ubytování
- Dopravní spojení
- ROP Jihozápad
- Knihovna
- Stravování

The main content area displays several news items:

- 4.4.2019 **VV - Opatření obecné povahy - kůrovec** VEREJNÁ VYHLÁŠKA - viz příložený dokument ...
- 3.4.2019 **Sportovní bál - ANDEĹKY** 6.4.2019 v sobotu ...
- 2.4.2019 **Památky a historické zajímavosti v okolí Chanovic - přednáška** 11. dubna 2019, čtvrtek ...
- 29.3.2019 **Palivové dřevo - prodej** Nabídka na prodej palivového dřeva, ...
- 4.1.2019 **POJÍZDNÁ PRODEJNA NÁKUP NA OBJEDNÁVKU** Jízdní řád aktualizován pro rok 2019. Ke stažení pod textem Více informací po otevření článku. ...
- 4.1.2019 **Kulturní a společenské akce na počátku roku 2019 v Obci Chanovice** ...

The right sidebar contains sections for 'ePodatelna', 'Úřední deska', 'Kalendář akcí', 'Dokumenty ke stažení' (with links to 'Informace o počtu 24', 'VV - kůrovec 4.4..pdf', 'pojizdná prodejna.png', 'Tisková zpráva Pl.pdf', '2018 - Výroční zp.pdf'), 'Praktické odkazy' (with link to 'Plzeňský kraj'), and 'Dopravní informace' (with link to 'Jednotný systém dopravních informací pro ČR').

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- Příloha D2a: Záložka O obci – historie

The screenshot shows the website 'Obec Chanovice' with the 'Historie' page selected. The page content includes:

- Historie
- Příroda
- Kde nás najdete
- Místní části
- Statistická data
- Ubytování
- Dopravní spojení
- ROP Jihozápad
- Knihovna
- Stravování

The right sidebar contains sections for 'ePodatelna', 'Úřední deska', 'Kalendář akcí', 'Dokumenty ke stažení' (with links to 'Informace o počtu 24', 'VV - kůrovec 4.4..pdf', 'pojizdná prodejna.png', 'Tisková zpráva Pl.pdf', '2018 - Výroční zp.pdf'), 'Praktické odkazy' (with link to 'Plzeňský kraj'), and 'Dopravní informace' (with link to 'Jednotný systém dopravních informací pro ČR').

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2b: Záložka O obci – historie – Kostel Povýšení sv. Kříže**

### Kostel Povýšení Svatého Kříže

Jednou z dominant Chanovic je Kostel Povýšení Svatého Kříže. Původní kostel je datován jako pozdně románský z 1. poloviny 13. století.

V konfirmačních knihách je zaznamenán přehled farářů až do husitských válek, kdy byl kostel pravděpodobně opuštěn. Záznam o koupi zvonu koncem 15. století nasvědčuje tomu, že činnost kostela byla znovu obnovena. Zásahu na tom zřejmě měli noví majitelé panství, slavný rod Chanovských z Dlouhé Vsi, kteří se rozhodli kostel přestavět. Jan Ignác Dlouhoveský, pražský biskup, nechal kostel vysvětit 14. září 1688. Přestože byl kostel přestavěn a vysvěcen, zůstal kostelem filiálním (pobočný kostel při kostele farním).

V roce 1717 koupil chanovické panství zbožný Ferdinand Jáchym Rumerskirch, který dal zubožený kostel opět do pořádku a zavedl pravidelné nedělní bohoslužby. Roku 1751 získal dekret na zřízení chanovické fary a stal se patronem kostela. Kuriozitou je, že narodil od okolních farností nemuseli naturální desátky odvádět chanovičtí poddaní, ale hradil je sám F.J. Rumerskirch. Při účasti na bohoslužbách sedávala vrchnost podle starobylých zvyklostí na pravé straně presbyteria (kněžiště) na zvlášť pro ni určené lavici (sedile). Protože nebylo malé chanovické presbyterium pro patrona kostela dost důstojné, nechal Rumerskirch přistavět nové oratorium (čestné místo pro patrona kostela, dnes je zde Boží hrob). Na tomto oratoriu sedávali ještě roku 1945 poslední šlechtičtí držitelé panství, Goldeggové. V kostele přibyla také nová sakristie, kazatelna, byly

Na konci 70. let 20. století prošel kostel rekonstrukcí. Malíř Josef Fencel provedl odbornou restauraci mobiliáře, který pochází převážně z 18. století a obsahuje např. obraz Panny Marie Zbraslavské, obraz Piety a sochu Panny Marie Lurdské. Nová dlažba bohužel překryla dva nečitelné náhrobní kameny patřící zřejmě prvním z rodu Chanovských.

Kostel je otevřen pravidelně pouze během nedělní bohoslužby (od 8 hod.), ale konají se zde také vánoční a velikonoční koncerty. Kostel patří nyní pod Farní úřad ve Velkém Boru.

(Podrobnější informace viz. publikace Zámek Chanovice – Historie a možné perspektivy, Obec Chanovice, 2001)

 Kostel (10)

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2c: Záložka O obci – historie – Obec Chanovice**

### Historie obce Chanovice

#### Nejstarší písemná zmínka o Chanovicích a první vladykové:

Nejstarší písemná zmínka o Chanovicích pochází z roku 1352. V registrech papežských desátek z této doby je uveden chanovický kostel jako farní. Tehdejšími patrony kostela byli bratři Batik a Vintř z Chanovic. Tito první známí chanovští vladykové měli ve svém erbu dva trojzubé klíče, podobně jako majitelé okolních tvrzí ve Lnářích, Kotouň, Poli, Hořticích a Čekanicích. Další majitelé Chanovic měli ve znaku tři ryby nad helmou.

#### Chanovští z Dlouhé Vsi (1468 - 1717)

Chanovští byli jednou z odnoží českého vladického rodu Dlouhoveských z Dlouhé Vsi, který pobýval na Prácheňsku již ve 13. století. V jejich erbu je starý rytířský štít zvaný kotouč. Chanovští z Dlouhé Vsi byli potomky Jana Lhoty mladšího z Dlouhé Vsi.

Zdroj: chanovice.cz, 2019



- **Příloha D2d: Záložka O obci – příroda**

### Příroda

Pojem kultura nebývá zvykem v první chvíli spojovat s hlinou, zemí, krajinou. I když možná tady na Chanovicku nás to při vzájemném setkání napadne. Nemohou nás neoslovit všechny ty křížky na kamenných podstavcích uprostřed pole, při starých cestách i současných silnicích. Kostel, který je zdaleka vidět, malá kaplička u pramene zázračné vody na lesní cestě od Újezda, Velké kameny balancující na špičce a pokoušející zákony fyziky. Sady uprostřed pastvin daleko od lidských sídel, rybníky s okolními porosty stromů a keřů a rozlehlými plochami pastvin a mokřých luk. Tady je možné se setkat s množstvím chráněných rostlin - jako upolínem evropským, různými vstavači, vachtou ...

Kvalitu zachovaných přírodních útvarů dokládá množství vyhlášených a registrace tzv. významných krajinných prvků. V bezprostředním okolí Chanovic je to "Remíz V Březinách" při cestě



Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2e: Záložka O obci – ubytování**

### Ubytování v Chanovicích a okolí

#### Ubytovna TJ Chanovice

Ubytovna je situovaná přímo na hřišti v Chanovicích. Z horní strany od lesa se nachází tréninkové hřiště, ze spodní strany je hřiště zápasové.

TJ Haas Chanovice

Chanovice 113

Chanovice

34101

Tel.: +420602262802

Více informací zde: <http://www.fotbal-chanovice.cz/nabidka-ubytovani/informace-o-ubytovne/>

#### Hotel Zlatý Jelen Horažďovice

Nově zrekonstruovaný hotel na historickém náměstí, ideální místo pro výlety na Šumavu a do Pootaví, Sušicka, Strakonicka a Klatovska.

Restaurace nabízí speciality světových kuchyní.

www: <http://zlatyjelen.sumava.net/>

#### Penzion Houba \*\* Horažďovice

-2,3,4 lůžkové pokoje s možností přistýlky + bezbariérový pokoj

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2f: Záložka O obci – dopravní spojení**

#### Dopravní spojení

(*Příjezdové trasy, autobusy, taxi služby*)

#### Příjezdové komunikace do Chanovic:

Horažďovice, Velký Bor, Lažany Defurovy, Újezd u Chanovic  
- Chanovice 14 km

Nepomuk, Kotouň, Oselce, Lažany Defurovy, Újezd u  
Chanovic 16 km

Lnáře, Kasejovice, Kotouň, Oselce, Lažany Defurovy, Újezd u  
Chanovic 20 km

Lnáře, Hradiště, Bezděkov 11 km

Blatná, Tchořovice, Zahorčičky, Bezděkov 17 km

#### Autobusové spojení: (*ve všední dny*)

Horažďovice,žel.st.      Chanovice,rest.

3:50                      4:13

5:15                      5:32

7:05                      7:25

12:20                     12:39

14:55                     15:20

16:45                     17:04

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2g: Záložka O obci – stravování**

#### Občerstvení Chanovicko

##### KD Chanovice

*otevírací doba:* Po - Pá 14.00 – 23.00

So - Ne 14.00 – 24.00

(během letních prázdnin So - Ne 12.00 - 24.00)

Středa ZAVŘENO

**telefon:** 777 704 697 - provozní Lucie Korytářová

Na jídelním lístku naleznete např. Tvarohové ovocné knedlíky,  
vepřový řízek, smažený sýr, a pod.

Předem se dá domluvit jakýkoliv počet jídel a samozřejmě  
druh jídla.

Stravování pro skupiny, zájezdy, či soustředění

##### Hostinec u Klečků

Chanovice 7

*otevírací doba:* Po – Pá 14.00 - 22.00

So – Ne 14.00 - 23.00

**telefon:** 723 555 491, 376 514 019

##### Švejk restaurant Zelený strom

Náměstí A.Němceje 69, Nepomuk 33501

*otevírací doba:* Po-Ne 10.00 - 22.00

**telefon:** 602 182 664, 371 580 371

**e-mail:** nepomuk@svejk.cz.

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2h: Záložka Okolí Chanovic**

#### CHANOVICKO

##### BLATNÁ - ZÁMEK

Území dnešní Blatná na říčce Lomnici bylo osídleno již v 6. století n.l. První historická zpráva pochází z roku 1235, kdy je zde připomínán vladyka Výšemír. Povýšena na město byla Blatná roku 1601.

Dnešní zámek, nebo dalo by se říci vodní hrad, je poměrně složité seskupení budov vyrůstajících postupně v rozdílných dobách a v různém stylu. V čele na východní straně se nachází hranolová vstupní věž, ukrývající komnaty s pozoruhodnými nástěnnými malbami z konce 15. století. Věž a most jsou jedinými vstupy do hradu, přičemž na místě dnešního kamenného mostu býval dřevěný zdvihací. Po levé straně věže se nalézá budova s gotickou kaplí Panny Marie, k ní se připojuje palác Zdeňka Lva z Rožmitálu. Napravo od věže spatříme renesanční palác Rozdražovských a trakt s bývalou kuchyní a vinopalnou, které stojí v těsném sousedství gotického paláce při bývalé románské kapli, z níž se zachovaly pouze základy. Tato kaple patřila k původnímu hradu Bavorů ze Strakonice, kteří jej drželi od 13. století.

K nejvýznamnějším a nejrozsáhlejším přestavbám došlo za panů z Rožmitálu. V letech 1523-30 nechal Zdeněk Lev z Rožmitálu vybudovat architektem Rejtem západní křídlo, jenž je vůbec nejvýznamnější zámeckou architekturou své doby. Palác s trojúhelnými arkýři prosvětlují široká okna v goticko-renesančním stylu, vstupní portál do paláce připomíná portály Pražského hradu - Ludvíkova křídla.

Určité znehodnocení historických částí přinesla adaptace posledních majitelů rodu Hildprandtů, kdy byl prakticky celý areál během 19. století novogoticky upraven. Dnes však i díky těmto stavebním zásahům vynívá zámek velice působivě a nepochybně patří k nejatraktivnějším památkám kraje.

viz <http://www.zamek-blatna.cz/>

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2i: Záložka Informační centrum Chanovice – Expozice lidových řemesel Pošumaví**

#### Expozice lidových řemesel Pošumaví.

*Muzeum lidových řemesel z regionu se nachází přímo v zámku, ve zrekonstruovaných prostorách původní tvrze. Na začátku sezony 2014 proběhla rozsáhlá aktualizace výstavy.*

Pro obec expozici realizovalo klatovské muzeum v roce 2001 a vychází z výzkumu muzea zaměřeného na minulost i současnost tradičních řemesel. Výstava je pravidelně aktualizována a poslední obměna proběhla v roce 2014. Poslední aktualizace se zaměřila na těžbu a zpracování dvou velmi využívaných přírodních surovin na Šumavě a v Pošumaví, a to dřeva a kamene. Též typických pro Chanovice a blízké okolí.

Expoziční záměr připomíná, že veškeré práce se dělaly ručně, za pomoci tradičního náčiní. Při práci se dřevem například ručních pil, seker, dlát, hoblíků, vrtáků. Trámy, fošny, prkna a i latě byly tesány ručně za pomoci seker hlavatky a širočiny. Tesaři používali i další náčiní - sekery porážecí, omítací, štípací, vrubovací, jednoruční sekery pro práci na stavbách zvané pobíječky a mnohé další. Na určité práce se již někteří specializovali a měli k určitým opakovaným činnostem uzpůsobené náčiní, sekery na dlaby a čepy zvané dlátovky či křížovky či sekery teslice na osekávání. Vyráběli ještě dřevěná koryta, nádoby do hospodářství či okapní žlaby. Vrtali dřevěná vodovodní potrubí či připravovali celé studniční pumpy. Kmeny si řemeslníci mnohdy sami káceli v lese a upravovali za pomoci štípacích dřevěných klínů. Klasický pořez kulatiny byl málo dostupný a nákladný. Štípací kulatiny bylo rychlejší a bylo používáno při prvotní přípravě trámů a při přípravných pomocných činnostech. Řemeslníci měli k dispozici řadu dalších jednoduchých nástrojů –

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2j: Záložka Informační centrum Chanovice – pozvání do Chanovic**

#### Pozvání do Chanovic, otevírací doba IC

ke stažení dokument ve formátu PDF (pod textem)

### Informační centrum v zámeckém areálu v Chanovicích

**Přesný název:** Informační centrum  
Chanovice (zřizuje Obec Chanovice,  
IČO 00 255 556)

**Identifikační číslo provozovny:**  
1003302017

**Adresa:** Chanovice 36, 341 01 Horažďovice (zámecký areál  
Chanovice)

**Kontaktní osoba:** průvodkyně – dle pracovní doby

**Telefon:** IC - 376 514 164, Obecní úřad Chanovice : 376 514 353

**Mobil:** 606 745 795 (starosta obce - jen naléhavé případy)

**E-mail:** obec.chanovice@email.cz nebo ic.chanovice@email.cz

**Internetové stránky obce:** www.chanovice.cz



#### Poskytované služby:

##### - prohlídka:

Expozice Nositelů tradice lidových řemesel 15,-Kč

Expozice Lidových řemesel Pošumaví 15,-Kč

Zámek a výstavy v zámeckém areálu 15,-Kč

Všechny expozice uvedené výše dohromady 40,-Kč

##### - prodej: Publikace a suvenýry obce, spřátelených obcí a institucí

Výrobky Nositelů tradice lidových řemesel

Drobné občerstvení

##### - poskytování informací

(další programy, podrobnosti a akce viz. kalendář akcí)

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2k: Záložka Informační centrum Chanovice – výlet do Chanovic**

#### Výlet do Chanovic

*Začínají nám krásné slunečné dny a Vy nevíte kam se vydat na výlet?  
Přijďte se podívat do malebné vesničky jihozápadních Čech, do  
Chanovic.*

Navštívit můžete rozhlednu, která během svého poměrně krátkého provozu (otevřena byla v srpnu 2010) přivítala již více jak 18 000 návštěvníků. Po té, co zdoláte 136 schodů, otevře se Vám celé Prácheňsko jako na dlani. Neméně zajímavá já návštěva skanzenu lidové architektury, který je ve vlastnictví Vlastivědného muzea Dr. Hostaše v Klatovech. V loňském roce zde přibyl nový objekt a to obytná chalupa Těšetiny čp. 12. Za zmínku stojí i zámecký areál, který skrývá mnoho zajímavého – Expozici lidových řemesel Pošumaví, Galerie Nositelů tradice lidových řemesel a nakouknout můžete i do samotného zámku. Galerie Nositelů tradice lidových řemesel je každoročně doplňována o nově vyhlášené Nositele z celé ČR. Novým přírůstkem Galerie je práce pana Josefa Hružy, tradičního bednáře z Plzeňských pivovarů, který byl oceněn titulem v roce 2012. Stal se tak třetím oceněným zástupcem Plzeňského kraje. Dalšími oceněnými v tomto roce byli Josef Nosek – výroba ohýbaných sání, David Stejskal – tradiční tesařské technologie a Miroslav Stecher – výroba českých dud a fanfrotů. Milovníci přírody a pěší turistiky mohou vyrazit na procházku po Naučné stezce s názvem Příroda a lesy Pošumaví, o délce 2,2 km s devíti zastaveními. Zámeckým areálem se můžete nechat provést a dozvědět se tak mnoho zajímavostí, nejen o historii celého areálu, ale také o současných aktivitách obce. V informačním centru se na Vás těšíme během léta každý víkend (viz otevírací doba!) od 10:00 do 16:00 hodin. Přijďte a poznejte krásy Chanovicka, Pošumaví a českého venkova!

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- Příloha D2l: Záložka Informační centrum Chanovice – šumavská karta

### Šumavská karta

obec Chanovice se připojila do tohoto projektu začátkem sezóny roku 2013. Pro více informací navštivte přímo stránky věnované právě této iniciativě, která má za cíl zvýšit návštěvnost a otevřít krásy Šumavy.

viz <http://www.sumavskakarta.cz/>



Zdroj: chanovice.cz, 2019

- Příloha D2m: Záložka Informační centrum Chanovice – skanzen, Naučná stezka, Chanovice – základní informace

### Skanzen, Naučná stezka, Chanovice - základní informace

na:

Prohlídku zámeckého areálu

Rozhlednu na vrchu Chlumu

Skanzen Chanovice

Naučnou stezku

**Bližší informace v příložených informačních materiálech nebo přímo v odkazech věnovaných jednotlivým lokalitám.**

### Dokumenty ke stažení

Lehrpfad Chanovice.pdf	16.8.2013 15:08:34 (1.64Mb)
Muzeum der Volksarchitektur Chanovice.pdf	16.8.2013 15:08:33 (2.08Mb)
Gemeinde Chanovice.pdf	16.8.2013 15:08:33 (2.15Mb)
Chanovice.pdf	9.3.2012 16:03:18 (2.15Mb)
Skanzen_Chanovice.pdf	9.3.2012 16:03:16 (2.08Mb)
Naučna_stezka_Chanovice.pdf	9.3.2012 16:03:13 (1.63Mb)

Zdroj: chanovice.cz, 2019



- **Příloha D2n: Záložka Zámek a zámecký areál – muzeum lidových řemesel v Chanovicích**

#### Muzeum Lidových řemesel v Chanovicích

*Muzeum řemesel v Chanovicích se nachází přímo v budově zámku, na zámeckém nádvoří jsou vstupní dveře do muzea označené nápisem. Po schodech sejdete do sklepení, kde jsou ve dvou místnostech umístěny exponáty.*

*od roku 2014 bude expozice aktualizována a zaměřena více na dřevo a jeho užití a zpracování*

#### **Jak muzeum vzniklo :**

Muzeum řemesel v Chanovicích realizovalo Vlastivědné muzeum Dr. Hostaše v Klatovech v roce 2001: námět a scénář – Mgr. Luboš Smolík, výtvarně prostorové řešení – Libor Kodýdek, Bc. Ivana Sieberová, Mgr. Eva Smolíková a Mgr. Luboš Smolík. Financování - Obecní úřad v Chanovicích. Expozice dostala název „Řemeslo má zlaté dno?“ a vychází z výzkumu klatovského muzea zaměřeného na minulost i současnost tradičních řemesel. Chanovická expozice se věnuje historii řemeslné výroby v našem kraji – Klatovsku a Plzni-Jihu.

#### **Co můžete v muzeu vidět zajímavého :**

Nejprve vás možná upoutá řada dřevěných předmětů, které byly dříve součástí běžného života jako jsou pro nás nyní všelijaké technické vymoženosti – místo kuchyňských robotů byla velká struhadla na zeli zvaná cetlík, těsto se místo v míse zadělávalo ve velkých neckách. Určitě nepřehlédnete několik typů máselnic – nechybí zde ani máselnice kolíbková – a krásně zdobené formičky na máslo. Na pastičkách na chytání myši se můžete přesvědčit, že i v těchto záležitostech byli naši předkové opravdu vynalézaví. Práci tesařů vám přiblíží hoblíky údivujících rozměrů a pila se speciálně tvarovanými zuby. Truhlářská dílna je vybavena oblouníky, dražebníky, hladíky, římsovníky atd., a samozřejmě i dřevěným soustruhem. Co vše se dalo vyrobit z loubků, proutí a

Zdroj: chanovice.cz, 2019



Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2o: Záložka Zámek a zámecký areál – Galerie Nositelů tradic lidových řemesel**

#### Galerie Nositelů tradic lidových řemesel

*Nachází se v budově, která bývala dříve využívána jako maštale, po příchodu do zámeckého areálu je výrazná především mnoha vikýři. V této budově se zároveň nachází Informační centrum.*

 Galerie Nositelů tradic lidových řemesel (0)


Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2p: Záložka Zámek a zámecký areál – Historická místnost zámku Chanovice**

#### Historická místnost zámku Chanovice

*v budově chanovického zámku - součást prohlídky chanovického zámku a Expozice lidových řemesel Pošumaví*

Inventář sestaven z původního vybavení zámku - toho, co se povedlo zachránit.

 Historická místnost zámku Chanovice (0)

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2q: Záložka Zámek a zámecký areál – Zámecký areál – cíle**

#### Hlavní náplní pro zámeckou budovu je:

- \*Zajištění základní školy (\*v provozu od roku 1947)
- \*Zajištění stravování pro školu i veřejnost v nově upravených prostorách, vestavba
- nová školní kuchyně a jídelny (\*v provozu od července 2002)
- \*Provoz místní lidové knihovny (\*v provozu od září 1998)
- \*Provoz stálé Expozice lidových řemesel Pošumaví (\*v provozu od srpna 2001)
- \*Pořádání kulturních a naučných akcí (\*pravidelně celoročně probíhá)

#### Hlavní náplní pro hospodářské budovy je:

- \*Expozice Nositelů tradice lidových řemesel (\*v provozu od července 2005)
- \*Provoz Informačního střediska (\*v provozu od března 2003)

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2r: Záložka Zámek a zámecký areál – Zámecký areál a Záchranná expozice lidové architektury v Chanovicích**

### **Zámecký areál a Záchranná expozice lidové architektury v Chanovicích**

Zámecký areál je na místě původní tvrze z konce 13. století. Tvrz byla přestavěna v 18. století na barokní zámek s využitím a zachováním starších konstrukcí a prostor. Ve zrestaurovaných sklepeních je stálá expozice pošumavských lidových řemesel. Další prostory jsou využívány pro společenské a výstavní akce.



Areál je dotvářen rozsáhlým hospodářským dvorem, který probíhá rekonstrukcí. Opravené prostory jsou využívány jako Informační centrum a Galerie Nositelů tradice lidových řemesel. Další využití je pro stálé potřeby v obci – tělocvična, učebna, byty. Prostory uzavírá kostel s románským původem. Vše je obklopeno parkem anglického typu, na jehož hranici stojí barokní špýchar.

Nad zámeckým areálem vzniká v rámci dobrovolných pracovních naučných pobytů záchranný skanzen lidové architektury

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2s: Záložka Rozhledna Chanovice**

### **Rozhledna na vrchu Chlumu „Prácheňsko jako na dlani“ - otevírací doba**

#### **a kontakty**

Rozhledna se nachází ve výšce 608 m.n.m.

#### **Květen:**

So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.

#### **Červen až srpen:**

každý den 10.00 – 16.00 hod.

#### **Září, říjen:**

So, Ne a svátek 10.00 – 16.00 hod.



Rozhledna je otevřena od 6. srpna 2010 a je součástí naučné stezky „Příroda a lesy Pošumaví“. Výška rozhledny je 31 metrů a k dosažení vyhlídky je třeba zdolat 136 schodů. Pohlednicová vstupenka za 20,- Kč.

#### **Kontakty:**

IC Chanovice – 376 514 164, Obecní úřad Chanovice – 376 514 353

Email – obec.chanovice@email.cz, ic.chanovice@email.cz

Další informace o nás můžete čerpat na [www.chanovice.cz](http://www.chanovice.cz).

Objednat si prohlídku zámeckého areálu či návštěvu rozhledny v Chanovicích lze po celý rok, avšak po předchozí dohodě alespoň jeden den předem a pro skupinu čítající minimálně pět osob.

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2t: Záložka Skanzen – Skanzen lidové architektury jihozápadních Čech**

#### **Skanzen lidové architektury jihozápadních Čech.**

##### *Od historie až po současnost.*

Chanovice se staly v roce 1994 místem budování regionálního skanzenu lidové architektury. Ale spíše než o muzeu v přírodě s plnohodnotným návštěvnickým provozem a servisem je nyní lépe hovořit o záchraném projektu pro ohrožené objekty lidového stavitelství v terénu jihozápadních Čech.



Myšlenka budování skanzenu na Klatovsku je stará více než sto let. Místní muzejníci se v roce 1895 nechali inspirovat expozicí Národopisné výstavy Československé a po celé 20. století hledali s různou intenzitou vhodnou lokalitu, zkoumali možnosti výstavby, ale především sledovali a dokumentovali stav a úbytek památek lidové architektury v regionu.

V roce 1988 získalo klatovské muzeum pro svoje potřeby objekt barokního panského špýcharu v Chanovicích a v roce 1993 díky spolupráci s obcí i vhodný pozemek pro realizaci skanzenu. Hned v následujícím roce sem byly přeneseny dvě roubené stavby: špýchar z usedlosti čp. 6 v Petrovicích a objekt kolny se stodůlkou ze statku čp. 9 v Měčině.

Zdroj: chanovice.cz, 2019

- **Příloha D2u: Záložka Skanzen – Expozice lidové architektury v Chanovicích- základní informace**

#### **Expozice lidové architektury v Chanovicích - základní informace**

##### *Záchraný projekt pro ohrožené objekty lidového stavitelství v terénu jihozápadních Čech.*

Prezentace dobových forem bydlení, zemědělských činností, podomácké výroby a řemesel na vesnici v období druhé poloviny 18. století až první poloviny 20. století.



##### **Adresa:**

Expozice lidové architektury  
Chanovice čp. 133  
341 01 Horažďovice  
**Telefon:** 376 323 525  
**Mobil:** 721 721 908  
**E-mail:** Info@muzeumklatovy.cz  
**URL:** www.muzeumklatovynet.cz

##### **Návštěvní doba v roce 2015:**

**červen - září:** sobota – neděle 10.00 - 12.00 a 13.00 - 17.00hod.  
**červenec – srpen:** denně, kromě pondělí  
10.00 – 12.00 13.00 – 17.00 hodin

Mimo otevírací dobu je návštěva možná na základě předchozí domluvy (od 10 osob za mimořádné vstupné).

Zdroj: chanovice.cz, 2019

## Příloha E: Dotazník pro návštěvníky obce Chanovice

Dobrý den,

jmenuji se Hana Soukupová a jsem studentkou Fakulty ekonomické ZČU v Plzni. Ráda bych Vás poprosila o pár minut Vašeho času k vyplnění stručného anonymního dotazníku pro návštěvníky Chanovic. Vaše odpovědi poslouží jako podklad pro zpracování bakalářské práce.

1. Odkud jste do Chanovic přijel/a?  
Uveďte město/obec

2. Do jaké věkové skupiny patříte?

- a) do 20 -ti let
- b) 21 - 40 let
- c) 41 - 60 let
- d) nad 60 let

3. Přijel/a jste s dětmi do 10-ti let?

- a) ano
- b) ne

5. Který z turistických cílů byl pro Vaši návštěvu Chanovic rozhodující?

Vyberte prosím jednu možnost

- a) Zámecký areál
- b) Rozhledna
- c) Naučná stezka „Příroda a lesy Pošumaví“
- d) Skanzen – Expozice lidové architektury

6. Byl dle Vašeho názoru Vámi vybraný turistický cíl v Chanovicích snadno dohledatelný?

- a) ano
- b) ne – uveďte prosím důvod

.....

7. Co byste obci Chanovice doporučil/a ke zlepšení služeb pro turisty?

4. Jak jste se o Chanovicích dozvěděl/a?

Lze označit více odpovědi

- a) na internetu
  - na webových stránkách obce Chanovice
  - na jiných webových stránkách – uveďte prosím jakých .....
- b) v informačním letáčku
- c) v jiném informačním centru – uveďte prosím kde .....
- d) na sociálních sítích – uveďte prosím jakých .....
- e) doporučením od známých
- f) jiné: .....

Děkuji za Vaš čas, který jste tomuto dotazníku věnoval/a

Zdroj: vlastní zpracování, 2019



## Příloha F: Informační leták o historii zámku Chanovice

### Historická místnost zámku Chanovice

Historická místnost byla veřejnosti zpřístupněna v roce 2006. Je vybavena mobiliářem, který se v zámku dochoval do roku 1945. Svým uspořádáním napodobuje bývalou kancelář správce panství, tak jak asi mohla vypadat před 100 lety. Obdivovat můžete mimo jiné dochovaný autportrét posledního šlechtického majitele zámku barona Frantze Goldegg, který na zámku sídlil do roku 1945.



### Expozice lidových řemesel Pošumaví

Expozice se nachází v zámeckém sklepení. Prostory sklepů jsou pozůstatkem původní tvrze a prvotně tedy sloužily k obraně. Dodnes je zde dochována jedna z původních střílen. V 16. století byly sklepy zázemím pivovarnické sladovny. Její pozůstatky dokazují nejen začouzené zdi, ale také otvor pro komin. Existenci sladovny doložili výzkumem archeologové. V roce 2001 byly tyto prostory zrekonstruovány a využity k instalaci „Expozice lidových řemesel Pošumaví“, která se zaměřuje na zpracování zdejších tradičních surovin, jako jsou dřevo a kámen. Můžete zde obdivovat velké množství různých nástrojů a náčiní, jež používali naši předci – truhláři, kováři, tesaři, bednáři, kameníci, dřevorubci a další.



### Základní škola

Základní škola byla v prostorách chanovického zámku zřízena v roce 1947. Dnes je zde zázemí vedení školy a celého druhého stupně ZŠ. Zátkám a veřejnosti je k dispozici také školní jídelna, nacházející se ve zrekonstruovaných prostorech původních stájí pro koně.



Nejen v průběhu letních prázdnin probíhají v zámku výstavy výtvarných děl či fotografií. Jsou zde pořádány vzdělávací a rukodělné semináře.

### Místní knihovna

V prostorách zámku má své zázemí také místní knihovna, která zde funguje od roku 1995. V nabídce knihovny najdete tisíce zajímavých knih i časopisů. Můžete zde využít čítárnu nebo se připojit k internetu.

### Otevírací doba v zámeckém areálu a na rozhledně na vrchu Chlumu u Chanovic:

- leden až duben: dle předchozí dohody na obecním úřadě
- květen: sobota a neděle, svátek 10.00 – 16.00 hodin
- červen až srpen: každý den 10.00 – 16.00 hodin
- září: sobota a neděle, svátek 10.00 – 16.00 hodin (rozhledna bude otevřena ještě v říjnu)
- říjen až prosinec: dle předchozí dohody na obecním úřadě

### Kontakt

Où.: tel. 376 514 353, obec.chanovice@email.cz  
IC: tel. 376 514 164, Internet: www.chanovice.cz



### Zámek Chanovice „Od historie po současnost“



Zámek v roce 1928



Zámek v roce 2015



znak obce

## Něco z historie sídla

První dochovaná zmínka o Chanovicích pochází z roku 1352. Tohoto roku byl v registrech papežských desátek uveden záznam o chanovickém kostele. Zápis z roku 1357 pak uvádí jména bratrů **Batika a Vyntífe**, jež byli údajně **patrony** zdejšího románského kostelíka a taktéž **majiteli** drobného panského sídla.

Roku 1467 se chanovické panství stává na dobu 250 let majetkem **vladyků z Dlouhé vsi**, toho roku Jana Lhoty Mladšího z Dlouhé vsi. Rod Dlouhovských se postupně rozdělil do několika větví a jednou z nich byli Chanovští. S největší pravděpodobností byl prvním držitelem jména Chanovský, **Wolfgang Chanovský z Dlouhé vsi** a na Chanovicích. Panství kolem roku 1505 převzal po svém otci, **Wolfgang přestavěl** malou gotickou tvrz a pravděpodobně i hospodářské budovy přilehlého poplužního dvora. Důvodem rekonstrukce mohl být i předchozí požár, jehož následky doložil archeologický výzkum. **Chanovické držel nejdéle Adam Chanovský**, jeden ze čtyř **Wolfgangových** synů. Jeho významným počinem byla v roce 1570 koupě hrady Rabi.

V roce 1717 přechází chanovický zámek do vlastnictví **pánů z Rumerskirchu**. Ti zde v letech 1740-1764 vybudovali barokní špýchar, který se nachází v sousedství záměckého areálu. V roce 1781 zasáhl záměcký areál rozsáhlý požár a následovalo tak období přestavěb a obnov.



Od Rumerskirchů odkupuje Chanovice v roce 1811 **Franz Becher**. V kupní smlouvě byla tehdy zmínka o údajném chanovickém pokladu, polovina by měla patřit Chanovským a polovina novému majiteli. **Franz Becher** nechal zámek projít významnou stavební úpravou, zámek snížil o jedno patro.

V letech 1871 – 1889 byl zámek ve vlastnictví rodiny **Daubků**. Ti vybavili zámek kvalitním mobiliárem a podpořili také uměleckou výzdobu kostela.

Následným majitelem chanovického panství se stává **Isodor Schmiedl** a potažmo jeho dcera **Anna**, provdaná **Goldeggová**, která panství zdědila se svým manželem **Paulem** po otcově smrti.

Zajímavou, ale ne příliš známou informaci o **Paulu Goldeggovi** je to, že byl v Rakousku-Uhersku jedním z prvních chovatelů francouzských buldočků.



*Paul Goldegg se svými buldočky*

**Paul** s **Annou** měli čtyři potomky, jednu dceru a tři syny. Od roku 1938 přebírá správu chanovického panství první ze synů **Franz Ferdinand Goldegg**. Jako zajímavost lze uvést, že **Franzův** bratr, **Georg Hugo**

**Goldegg** se se svou vyvolanou **René Kitcherovou** oženil v chanovickém farním kostele **Povýšení Svatého Kříže**. **Franz Ferdinand** zůstal svobodný, potomky neměl. Mimo jiné byl velmi nadaným malířem.

Za druhé světové války se rodina **Goldeggových** přihlásila k německé národnosti. Tato skutečnost bohužel přispěla k tragickému osudu **Franze Goldegga**. Dne 6. května 1945 přijeli do Chanovic dva samozvaní "mstitelé". **Goldegga** spolu se šlechticem **Karlem Heinrichem Bailou**, který na zámku pobýval s rodinou, vyvedli ze zámku a následně do nich byla puštěna dávka ze samopalu. **Bailou** zemřel na místě, **Goldegg** zraněním podlehl druhý den ve Strakonické nemocnici. Byli pochováni na zdejšíh hřbitově.

Na základě Benešových dekretů se v roce 1945 budova zámku stává majetkem obce. Hospodářský dvůr a pozemky byly rozparcelovány mezi drobné vlastníky. Po roce 1995 postupně budovy a pozemky vykoupila Obec Chanovice, která je nyní jediným vlastníkem.



*Autoportrét Franze Ferdinanda Goldegga*



*Vstup do zámku v roce 1908*

Zdroj: vlastní zpracování ve spolupráci s obcí Chanovice, 2019

## **Abstrakt**

SOUKUPOVÁ, Hana. *Marketingové aktivity obce Chanovice v oblasti turistických cílů*. Plzeň, 2019. 71 s. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

**Klíčová slova:** marketing, turistický cíl, obec, situační analýza, služby, obec Chanovice

Cílem bakalářské práce je představit obec Chanovice s důrazem na její turistické cíle, charakterizovat činnosti a marketingové aktivity obce a na základě zjištěných poznatků formulovat pro obec Chanovice návrhy, jež by měly vést ke zlepšení poskytovaných turistických služeb a marketingových aktivit obce.

V první části práce jsou uvedena teoretická východiska, definovány jsou pojmy marketing, teritoriální marketing, dále pak situační analýza, služby a další.

V empirické části práce je představena obec Chanovice a turistické cíle, které se nacházejí na jejím území. Významnou částí práce jsou kapitoly o marketingových aktivitách obce, vyhodnocení provedeného marketingového výzkumu a SWOT analýza obce Chanovice zaměřená na zhodnocení podmínek pro poskytování turistických služeb a s nimi související rozvoj cestovního ruchu v obci. V závěrečné části práce jsou uvedeny návrhy na zlepšení marketingových aktivit obce a služeb pro její návštěvníky.



## **Abstract**

SOUKUPOVÁ, Hana. *Marketing activities of the village of Chanovice in the area of tourist destinations*. Pilsen, 2019. 71 p. Bachelor thesis. University of West Bohemia. Faculty of Economic.

**Key words:** marketing, tourist destination, village, situational analysis, services, village of Chanovice

The objective of this bachelor thesis is to introduce the village of Chanovice with an emphasis on its tourist destinations, to describe activities and marketing activities of the municipality and on the basis of discovered findings to formulate proposals to the municipality of Chanovice which should lead to the improvement of provided tourist services and marketing activities of the village.

There are theoretical bases in the first part of the thesis. Terms like marketing, territorial marketing, situation analysis, services and others are defined.

The village of Chanovice and its tourist destinations which are situated in this area are introduced in the empirical part. Chapters including marketing activities of the municipality, the evaluation of performed marketing research and the SWOT analysis of the village of Chanovice which is focused on the evaluation of conditions for providing tourist services and its related development of tourism in the village are important parts of this thesis. Suggestions for improving marketing activities of the village and services for its visitors are given in the final part.