

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě

Dobřany

Concept of tourism development in the town of

Dobřany

Ondřej Šlehofer

Plzeň 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobruška“

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího bakalářské práce
za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne 23.04.2022

v. r. Ondřej Šlehofer

Velké poděkování patří vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Petru Janečkovi Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi pomohly vypracovat tuto práci. Rád bych také chtěl moc poděkovat své rodině a přátelům za neuvěřitelnou podporu. Děkuji také paní Jaroslavě Umnerové z Městského kulturního a informačního střediska Dobřany za poskytnutí přínosných informací o městě a pomoc s propagací dotazníkového šetření. Na závěr bych chtěl poděkovat také respondentům, kteří se podíleli na mé práci a věnovali tak svůj drahocenný čas mým dotazníkům.

Obsah

Úvod	6
1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu	7
1.1 Předpoklady cestovního ruchu	8
1.1.1 Selektivní předpoklady	9
1.1.2 Lokalizační předpoklady.....	10
1.1.3 Realizační předpoklady.....	11
1.2 Účastníci cestovního ruchu	12
1.3 Formy cestovního ruchu.....	13
1.4 Městský turismus	14
2 Veřejná správa	16
2.1 Politika cestovního ruchu obecně.....	17
2.2 Cíle politiky cestovního ruchu	18
2.3 Nositelé politiky cestovního ruchu.....	18
2.4 Strategické dokumenty.....	18
2.5 Koncepce politiky cestovního ruchu.....	19
3 Město Dobřany	21
3.1 Základní údaje.....	21
3.2 Poloha.....	21
3.3 Historie města Dobřany.....	22
3.4 Městské symboly.....	23
4 Vlastní výzkum.....	24
4.1 Metodika práce.....	24
4.2 Analýza předpokladů rozvoje cestovního ruchu v Dobřanech	25
4.2.1 Lokalizační předpoklady.....	26

4.2.2	Realizační předpoklady.....	31
4.3	Výsledky dotazníkových šetření	34
5	Návrh koncepce.....	58
5.1	Priority strategie	60
5.2	Cíle priorit	60
5.3	Návrhy.....	61
5.4	Náklady na realizaci návrhů.....	65
	Závěr	67
	Seznam použitých zdrojů	69
	Seznam tabulek	71
	Seznam obrázků.....	72
	Seznam zkratk.....	74
	Seznam příloh.....	75
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Cestovní ruch má jednu vlastnost a tou je, že se neustále vyvíjí. Během pandemie COVID-19 začala většina lidí z České republiky upřednostňovat cestování po tuzemsku a objevovat její krásy. Jednou z možností je navštívení různých měst a vytvoření zážitků z místních atraktivit.

Bakalářská práce je zaměřena na téma „Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany“. Práci na toto téma si autor zvolil kvůli tomu, že ve městě Dobřany bydlí třináctým rokem. Díky této práci se mohl podílet na možném vytvoření návrhů ke zlepšení cestovního ruchu ve městě, jelikož město má potenciál a může toho turistům nabídnout hodně. Nachází se zde určité nedostatky. Díky této práci může po sběru dat z dotazníkových šetření autor napomoci městu tím, že vytvoří vlastní návrhy, které mohou vylepšit cestovní ruch ve městě.

Cílem této práce je analýza města podle předpokladů cestovního ruchu, následně ze sesbíraných dat z dotazníkového šetření vytvořit možné návrhy, které zvýší povědomí o městě. Dále vytvořit návrhy, které by mohly napomoci ke zlepšení dosavadního cestovního ruchu ve městě. Pak také vytvořit podklady pro koncepci rozvoje cestovního ruchu, který napomůže přilákat více turistů.

Práce se v prvních dvou kapitolách zabývá teorií o cestovním ruchu a veřejné správy. Následně ve třetí kapitole je představeno město Dobřany. Ve čtvrté kapitole je popsána metodika práce, kterou autor uvádí v samotné části bakalářské práce. Analýza předpokladů, výsledky z dotazníkových šetření a vytvoření návrhů koncepce jsou obsahem 5-7 kapitoly.

Cestovní ruch může být městu Dobřany velmi prospěšný, zvláště když se nachází v blízkosti krajského města Plzně. Město by tak mohlo fungovat jako rekreační zázemí pro Plzeň, kde by následně působila synergie se sportem.

1 Vymezení pojmů v cestovním ruchu

Cestovní ruch je široký pojem, neboť se jedná například o souhrn pobytů osob v určitých destinacích a s tím jsou spojeny služby, které náleží k pobytu turistů v dané destinaci. Proto není pochyb, že každý autor popisuje cestovní ruch odlišně. Anglické slovo *Tourism* je možno do češtiny přeložit jako cestovní ruch. Patří mezi součást národního hospodářství, které se od konce druhé světové války neustále rozvíjí. Díky svému rozvoji dochází k větším příjmům jednotlivých států, které primárně těží právě ze zisků z cestovního ruchu. Lidé od konce války mají neustále větší zájem o cestování. Ve statistikách se ukazuje, že je díky velkému cestovatelskému náporu třetím nejvíce výdělečným hospodářským odvětvím na světě. (Kotíková, 2013)

Cestovní ruch a cestování jsou dva odlišné pojmy, které můžeme charakterizovat. Lze určitě říci, že pod pojmem cestovní ruch spadá cestování. Je možné ho také chápat jako spojení cesty s přechodným pobytem na odlišném místě. Cestovní ruch může být vnímán jako masové cestování, s kterým se pojí určité služby jako například ubytování, doprava, stravování a volnočasové aktivity. Všechny tyto služby jsou nejvíce výdělečné během hlavní turistické sezóny. V tomto období cestuje největší počet turistů. Proto tedy lze označit hlavní sezónu pro část roku, kdy většina lidí cestuje do různých destinací světa, které jsou velmi navštěvované. Je to tedy hlavní období, kdy daná destinace nejvíce prosperuje. Opakem hlavní turistické sezóny je tzv. mimosezóna. Ta označuje období, kdy do vybrané destinace cestuje nejmenší počet turistů. Cílem a snahou každé destinace, ale i podniku, je udržovat si co nejdéle hlavní sezónu. Například lázně svoji sezónu prodlužují pomocí wellness. (Dluhošová, 2017)

Lidé cestují za určitými účely. Specifickými příklady cíle cestování jsou poznávání a pozorování památek. Dále lidé cestují se záměrem poznávání kultury v dané zemi. Poté například za účelem navštěvování svých bližních a přátel, za účelem strávení dovolené či užívání si svého volného času. (Goeldner & Richie, 2014) Výraz volný čas, z latinského slova „*licere*“, doslova znamená být dovoleno, být zákonný. Spojení volný čas definuje spousta autorů a to už od konce 19. století. Volný čas znamená odepření práce či uspokojit naše základní potřeby a spánek. Což tedy znamená, užívat si jej. Dalo by se tedy říci, že volný čas práci doplňuje. Volný čas by se dal dělit podle Dumazediera (1973) na tři hlavní funkce. Jsou jimi odpočinek, zábava (rekreace) a učení. (Lohmann & Panosso Netto, 2016)

Lze rovněž konstatovat, že lidé uskutečňují rekreaci ve svém volném čase. Ta může zahrnovat a dělit se na dva typy: každodenní volný čas a domácí rekreace, druhým typem je jednodenní výlet. Každodenní volný čas a domácí rekreace je myšleno ve smyslu socializace, návštěva divadel, restaurací, zahradničení, sledování televize a další. Jednodenními výlety je myšleno návštěva atrakcí, turistika a podobně. (Dluhošová, 2017)

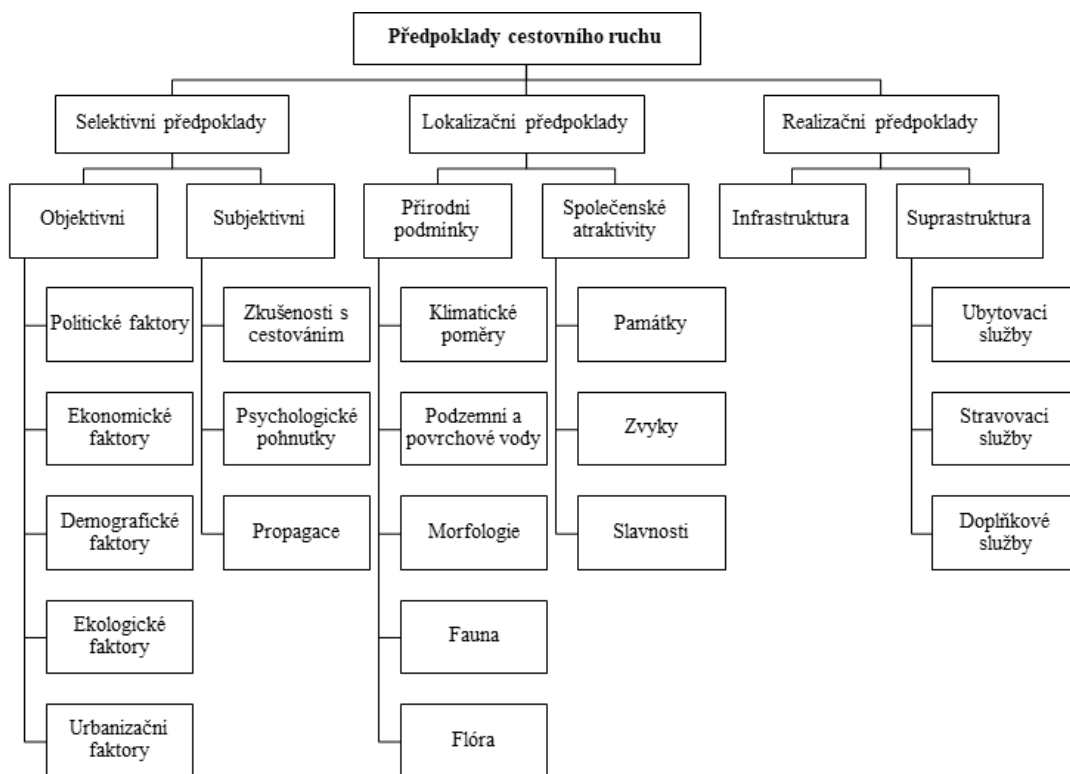
Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organization), která je agenturou OSN, je zodpovědná za podporu odpovědného a udržitelného cestovního ruchu. UNWTO definuje cestovní ruch jako „*aktivitu osob cestujících do míst či přebývajících v místech, která se nacházejí mimo jejich obvyklé prostředí, a to ne déle než jeden rok, za účelem dovolené, pracovních závazků či z jiných důvodů.*“ Z výše uvedené definice má pojem obvyklé prostředí, vyloučit cesty, které jsou pravidelného a opakovatelného charakteru. Takovými cestami jsou myšleny například cesty mezi domovem a prací nebo výlety v místě běžného pobytu. (Goeldner & Richie, 2014)

UNWTO má stanovené určité priority, které se snaží dodržovat. Prioritami jsou podpora rozvoje udržitelného cestovního ruchu, posílení příspěvků cestovního ruchu ke snižování chudoby a rozvoje, zlepšovat konkurenční schopnost cestovního ruchu, začlenit cestovní ruch do globální agendy, budovat partnerství a podporovat znalosti a vzdělání. (unwto.org, n.d.a)

1.1 Předpoklady cestovního ruchu

Předpoklady cestovního ruchu lze rozdělit do tří skupin: selektivní, lokalizační a realizační předpoklady. Všechny tyto skupiny předpokladů pomáhají ovlivňovat existenci a rozvoj cestovního ruchu. Jednotlivé předpoklady se následně vždy dělí. Pro lepší přehled je v obrázku 1 znázorněno podrobnější dělení předpokladů.

Obr. 1: Přehledné znázornění předpokladů cestovního ruchu



Zdroj: vlastní zpracování dle *Geografie turismu: mimoevropská teritoria* (2012)

1.1.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady jsou někdy označovány také jako stimulační. Tento předpoklad se podílí na stimulování vzniku turismu ve funkci poptávky. Selektivní předpoklady cestovního ruchu se dále člení na objektivní a subjektivní. (Hamarneh, 2012)

Objektivní předpoklady se rozdělují na politické, ekonomické, demografické, ekologické a urbanizační faktory. Z pohledu politického faktoru se jedná o vnitropodnikovou stabilitu a o zachování světového míru, aby nedocházelo k žádným válečným konfliktům a mohl se tak cestovní ruch rozvíjet. Z hlediska ekonomického faktoru se jedná například o výši mezd, platební bilanci či o životní úroveň obyvatelstva, s kterou se pojí fond volného času. Demografický faktor pojednává o vzdělanosti obyvatelstva, věkové hranici obyvatelstva, zaměstnání obyvatelstva, zvyky, porodnost či úmrtnost. Ekologické faktory v cestovním ruchu pojednávají o příznivém přírodním prostředí a o trvale udržitelném rozvoji. Na životní prostředí má však cestovní ruch negativní, ale i pozitivní dopady. Mezi negativní dopady patří fyzická změna krajiny, kdy dochází k odlesňování či vybudování ubytovacích kapacit. Nebo masový turismus, který způsobuje znečištění, poškození

přírodních a kulturních atraktivit. Naopak mezi pozitivní dopady lze například zařadit, že je fauna a flóra chráněna systémem národních parků a rezervací. (Hamarneh, 2012)

Oproti objektivním se do subjektivních předpokladů řadí zkušenosti s cestováním, psychologickými pohnutky, propagací (reklama a publicita). Ta má vliv na tvorbě módnosti destinací. (Hamarneh, 2012)

1.1.2 Lokalizační předpoklady

Tento druh předpokladů rozhoduje o funkčním využití konkrétní oblasti cestovního ruchu a to dvojitým způsobem. Mezi první řadíme přírodní podmínky a mezi druhé společenské atraktivitu. Lokalizační předpoklady mají potenciál určit, co bude turistická oblast prezentovat a definovat vzhledem ke konkurenci. Dalo by se říci, že z pohledu turisty lokalizační předpoklady znamenají něco, co musí vidět a navštívit. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

Mezi přírodní předpoklady se řadí klimatické poměry, podzemní a povrchové vody, morfologie, fauna a flóra. Tyto předpoklady jsou označovány jako ty s neměnným či konstantním charakterem, tím vytvářejí předpoklad pro realizaci cestovního ruchu. Klimatické poměry mají velký vliv na realizaci a rozmístění turismu. Faktory, které ovlivňují klima, jsou například nadmořská výška, teplota, množství srážek a jiné. Klimatické předpoklady dané oblasti mají určitou polohu, kterou nelze ovlivnit. Vodstvo je dalším faktorem, které ovlivňuje přírodní předpoklady. Podílí se na využití krajiny z hlediska cestovního ruchu a lze jej rozlišovat na podzemní a povrchové. Jejich rozvoj ovlivňuje atraktivnost a mohutnost, která se dá nadále využít pro rekreaci či cestovní ruch. Voda působí jako kladný prvek a oživuje tím krajinu. Povrchové vody se rozkládají na plošně rozsáhlejší území. Mezi povrchové vody řadíme například jezera, rybníky či řeky, které turisté využívají ke krátkodobým formám cestovního ruchu. Podzemní vody se dostávají na povrch v podobě minerálních či termálních pramenů a díky tomu se podílejí na výstavbě lázní. Ty patří historicky k nejnavštěvovanějším atraktivitám. Další důležitou součástí přírodního předpokladu je flóra a fauna. Faunu představuje v cestovním ruchu velmi oblíbená zoologická zahrada. Flóru mohou turisté spatřit například v botanické zahradě. (Hamarneh, 2012)

O existenci společenských atraktivit se podíleli sami lidé. Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) dělí společenské atraktivitu dále na památky, zvyky, slavnosti apod. Podobné rozdělení uvádí i Hamarneh (2012), ačkoli ta jej dále rozděluje pod jinými názvy a to

na kulturní zařízení a akce, kulturně-historické památky a na sportovní a zábavní akce. Nejpodstatnější část společenských atraktivit tvoří památky. Ty jsou řazeny podle „potravinového řetězce“, kde na nejvyšší stupnici jsou památky, zapsané do Světového seznamu kulturního dědictví UNESCO, dále národní kulturní památky a na konci jsou řazeny drobné místní památky. Další část společenských předpokladů tvoří akce, které mohou být pořádány za účelem zábavy nebo sportovních výkonů. Pro možnost uskutečnění těchto akcí jsou vystavěna zařízení, která dosahují obrovských a ohromujících rozměrů. Jedná se například o sportovní stadiony a haly. Zde se mohou uskutečňovat významné sportovní akce, například národního charakteru (mistroství). (Hamarneh, 2012)

Do zábavných akcí se řadí například různé karnevaly, folklórní, historická představení a další. Následně se zde řadí i zábavné a tematické parky. To lze definovat jako: „*místo, kde se koncentrují rekreační a zábavní atrakce a aktivity pro děti i dospělé, s určitým sjednocujícím zábavním, historickým nebo jiným tématem a poskytující další služby (ubytovací, stravovací, průvodcovské, nákupní a jiné).*“ (Hamarneh, 2012, s. 17)

1.1.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady jsou děleny do dvou skupin. Jsou jimi infrastruktura neboli dopravní předpoklady a suprastruktura neboli materiálně-technické předpoklady. V cestovním ruchu tyto skupiny tvoří velmi podstatnou část, jelikož doprava nám slouží k manipulaci cestujících do dané turistické oblasti. Do suprastruktury spadají ubytovací, stravovací a další zařízení či služby, které jsou rovněž nedílnou a nezbytnou součástí cestovního ruchu. Služby musí dostatečně odpovídat kapacitě, kvalitě a odpovídajícím službám určité kvality. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

Doprava musí splňovat a zajišťovat čtyři základní pravidla: jednoduchost, rychlost, pohodlnost a v neposlední řadě bezpečnost. Tato pravidla je nutné dodržovat, protože turisté jsou si všech těchto aspektů vědomi. Lidé často využívají k cestování motorová vozidla a to hlavně, jedná-li se o domácí turismus či víkendové rekreace. Pro dopravu v národním cestovním ruchu dávají turisté přednost využití železniční dopravy, kdy turisté mohou využít v rámci cestovního ruchu například vyhlídkové vagony. Dále letecká přeprava, ta se využívá k přepravě na dlouhé vzdálenosti. Další formou je pěší doprava. Velkou roli v cestovním ruchu hraje cykloturistika, která je označována jako

volnočasová aktivita. Turisté jej hojně využívají k přepravě, protože při této činnosti objevují i krásy oblasti. (Hamarneh, 2012)

Autoři Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) tvrdí, že k hodnocení úrovně realizačních předpokladů se používá mnoho ukazatelů: počet ubytovacích zařízení, počet lůžek, počet míst u stolu, ukazatele kvality ubytovacích a stravovacích zařízení, velikost přepravních kapacit a jejich kvality pro orientační rámeček rekreační návštěvnosti apod.

1.2 Účastníci cestovního ruchu

Nedílnou součástí, bez které by cestovní ruch nemohl sám o sobě existovat, tvoří účastník, který se podílí na existenci cestovního ruchu. Není tedy pochyb, že je zapotřebí ho rozdělovat a patřičně jej definovat. UNWTO ho rozděluje na 4 základní typy: rezident, turista, výletník a návštěvník.

- **Rezident**

Rezident, nebo také stálý obyvatel. Tento termín se liší v definování v mezinárodním a domácím cestovním ruchu. V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije v dané zemi alespoň jeden rok. Naopak v domácím cestovním ruchu jde o osobu, která žije alespoň 6 měsíců na daném místě. (Ryglová, 2009) UNWTO je odborně charakterizuje jako *„jednotlivce, jejichž centrum převládajícího ekonomického zájmu se nachází na jejím ekonomickém území.“* (unwto.org, n.d.b)

- **Návštěvník – (visitor).**

Návštěvníka lze rozdílně charakterizovat v domácím cestovním ruchu a v mezinárodním cestovním ruchu. V domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která vycestuje do jiného místa v zemi, než kde má své trvalé bydliště a to na dobu kratší než 6 měsíců. V mezinárodním cestovním ruchu, jej definujeme jako osobu, která cestuje do jiné země, ve které nemá své trvalé bydliště a to na dobu, která nepřekračuje 12 měsíců. Ovšem hlavní důvod cesty návštěvníka do jiné navštívené zemi není za výdělečnou činností. (Ryglová, 2009) UNWTO definuje návštěvníka jako *„cestujícího, který cestuje do hlavního cíle mimo své obvyklé prostředí na dobu kratší než jeden rok, za jakýmkoli hlavním účelem*

(obchodní, rekreační nebo jiný osobní účel), než je zaměstnávání rezidentním subjektem v zemi nebo navštívené místo.“ (unwto.org, n.d.b)

- **Turista** – (tourist nebo také overnight visitor)

Turistou je osoba, která se v navštívené zemi zdrží alespoň 24 hodin, tj. jedno přenocování. Zároveň lze říci, že turistou je i osoba, která přenocuje mimo své obvyklé prostředí. (Ryglová, 2009) UNWTO definuje turistu jako výletníka, tudíž definice zní *„Návštěvník (domácí, příchozí nebo odchozí) je klasifikován jako turista (nebo nocující), pokud jeho/její cesta zahrnuje přenocování, nebo jako jednodenní návštěvník (nebo výletník).“ (unwto.org, n.d.b)*

- **Výletník** – (same-day visitor nebo také excursionist)

Podle anglického překladu se jedná o jednodenního návštěvníka. Ryglová (2009) charakterizuje výletníka jako osobu, která se drží v navštěvované zemi nebo místě bez toho, aniž by zde přenocoval. (Ryglová, 2009) Ačkoli UNWTO jej klasifikuje jako turistu. Definice je tedy obdobná jako výše čili *„Návštěvník (domácí, příchozí nebo odchozí) je klasifikován jako turista (nebo návštěvník přes noc), pokud jeho/její cesta zahrnuje přenocování, nebo jako jednodenní návštěvník (nebo výletník jinak).“ (unwto.org, n.d.b)*

1.3 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu slouží k určení motivu účasti lidí na cestovním ruchu. Dále je použito rozdělení forem podle Ryglové (2009). Ta jej rozděluje do dvou hlavních kategorií a to na základní cestovní ruch a specifický cestovní ruch. Základní cestovní ruch dále člení na 4 formy:

- **Rekreační** – tento typ cestovního ruchu se uskutečňuje v rekreačním prostředí, kterým mohou být lesy, vody anebo hory. Předně se jedná o fyzickou a psychickou regeneraci neboli odpočinek. V České republice lidé k regeneraci využívají návštěvu svých chat a chalup, kde si odpočinou a zregenerují. Jedná se tedy o vícedenní pobyt na venkově, kde se člověk dostává do harmonie s přírodou a může tak v klidu odpočívat. (Ryglová, 2009)

- **Kulturně poznávací** – tento typ cestovního ruchu je zaměřen na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků, či způsob života v jiných kulturách. (Ryglová, 2009)
- **Sportovně turistický** – cestovní ruch se snaží lidi vést k aktivnímu odpočinku. Sportovní cestovní ruch lze dělit na pasivní a aktivní. Při aktivním cestovním ruchu se účastník zapojuje do sportovní akce. Naopak pasivní znamená, že se například podílíme na organizaci sportovní akce. (Ryglová, 2009)
- **Léčebný a lázeňský** – pro realizaci léčebného a lázeňského cestovního ruchu je zapotřebí nějaký přírodní léčivý zdroj, který se zde využívá. Přírodní léčivý zdroj se v tomto typu cestovního ruchu využívá k léčbě, relaxaci, prevenci, či pro celkovou obnovu fyzických a duševních sil člověka. V České republice je velké množství přírodních léčivých zdrojů, které se využívají například v lázeňství, kde se Česká republika řadí v tomto odvětví mezi velmoci. Jsou jimi například lázně v Karlových Varech, Mariánských Lázních a Františkovy Lázně. (Ryglová, 2009)

Specifické formy jsou označovány z důvodu uspokojení zvláštních potřeb nejrůznějších specializovaných spotřebitelských nebo cestovatelských segmentů. Ovšem trendy se v cestovním ruchu neustále mění, a proto není pochyb, že se tedy i nabídka bude rozšiřovat. Specifický cestovní ruch se dělí do spousty podskupin cestovního ruchu a jsou jimi: mládežnický cestovní ruch, cestovní ruch seniorů, městský a venkovský cestovní ruch, rodinný cestovní ruch, zábavní a atrakční cestovní ruch, gastronomický cestovní ruch, náboženský cestovní ruch, cestovní ruch zdravotně postižených, již výše zmíněný chatařský a chalupářský cestovní ruch a další. (Ryglová, Burian & Vajčnerová, 2011)

1.4 Městský turismus

Jedná se o formu cestovního ruchu, která se vyznačuje tím, že turisté stráví svůj pobyt ve městě či ve městském centru. Jedná se především o kratší pobyty. (Palatková & Zichová, 2011) UNWTO charakterizuje městský cestovní ruch jako „*Druhem turistické činnosti, která se odehrává v městském prostoru s jeho vlastními atributy charakterizovanými nezemědělskou ekonomikou, jako je administrativa, výroba, obchod a služby, a tím, že jsou uzlovými body dopravy. Městské destinace nabízejí širokou a různorodou škálu kulturních, architektonických, technologických, společenských a přírodních zážitků a produktů pro volný čas a podnikání.*“ (unwto.org, n.d.c) Výkladový slovník cestovního ruchu definuje městský cestovní ruch jako „*Druh*

cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou měst a jejich atraktivit a služeb (historické kulturní atraktivity, nakupování, služební cesty, sociální kontakty, gastronomie aj.)“ (Zelenka & Pásková, 2012, s. 338)

Vzhledem k tomu, že města se snaží poskytovat lepší životní podmínky pro své obyvatele a pro návštěvníky, pak hlavním motivem návštěvy je poznat samotnou historii města, navštívit historické památky, kterými se město může pyšnit, nákup suvenýrů a další. (Palatková & Zichová, 2011) Městský cestovní ruch získává v poslední době u turistů velkou pozornost a zájem o jeho návštěvu. Městský cestovní ruch se nepojí jen a pouze s volnočasovými aktivitami, ale také například obchodními schůzkami, služebními cestami, nákupní turistikou, návštěvou kongresů a konferencí, anebo návštěvou příbuzných. Cestovní ruch ve městech je jedním ze zdrojů ekonomického rozvoje. Nemusí však patřit k těm nejdůležitějším. (Vystoupil & Kotíková, 2017)

2 Veřejná správa

Veřejnou správu můžeme zkráceně a jednoduše definovat jako „*správu veřejných záležitostí ve veřejném zájmu*.“ (Tittelbachová, 2011, s. 49) Česká republika je tvořena obcemi a kraji. Rozdíl mezi nimi je v tom, že obce jsou považovány za základní samosprávné územní celky a kraje za vyšší samosprávné územní celky. (Tittelbachová, 2011)

- **Obce** – zákon č. 128/2000 Sb. zákon o obcích (obecní zřízení) říká, že: „*obec je základním územním samosprávným společenstvím občanů; tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území obce*.“ (AION CS, s.r.o., 2010-2021a)

Městem je prohlášena ze zákona každá obec. A to, která byla městem ke dni jeho účinnosti nebo ta obec, ve které žije alespoň 3000 obyvatel. V České republice existuje celkem devatenáct statutárních měst. (Tittelbachová, 2011)

Orgány obce jsou řízeny zákonnými ustanoveními. Zastupitelstvo je nejvyšší orgán celé obce. To se poté podílí na samotné volbě starosty a místostarosty. Starosta je osobou, která reprezentuje obec a to pouze na venek. Místostarosta je osoba, která zastupuje starostu obce v době jeho nepřítomnosti. Další termín, který je spojován s obcí a městem je obecní úřad. Ten musí plnit úkoly zastupitelstva a rady samotné působnosti. Tajemník je osoba, která stojí v čele obecního úřadu. Posledním termínem je výkonný orgán obce, tím je tzv. rada obce. Rada se skládá z členů, kteří jsou zvoleni zastupitelstvem a starostou.

Co se týče druhů obcí v samotné působnosti, těch existuje spousta, jsou jimi: hlavní město Praha, města se zvláštním postavením, ostatní města a obce. Do samotné působnosti obce, můžeme zařadit například: hospodaření obce, rozpočet a závěrečný účet obce, zřizování organizačních složek kraje a právnických osob, účast obcí v těchto složkách či spolupráce a vytváření dobrovolných svazků obcí, vydávání závazných vyhlášek, programy rozvoje obce či činnosti na základě zvláštních zákonů, jako například místní poplatky, zřizování základních a uměleckých škol a podobně. (Tittelbachová, 2011)

Obce zřizují příspěvkové organizace či jiné organizace. Příspěvkové organizace jsou zřizovány ve formě informačního centra. Tyto organizace se zabývají problematikou kultury a cestovního ruchu v obci. Veškeré finanční prostředky

získává obec z veřejných prostředků, s kterými tyto organizace následně disponují. Někdy se jedná i o jediný finanční zdroj, se kterým organizace hospodaří, ačkoli obce mohou získávat finance na podporu místního cestovního ruchu formou grantů. (Tittelbachová, 2011)

- **Kraje** – kraje dle zákona lze definovat jako „o vytvoření vyšších územních samosprávných celků a o změně ústavního zákona, ustanovení a územně vymezení 1 vyšších územních samosprávných celků (13 krajů a Hlavní město Praha).“ (AION CS, s.r.o., 2010-2021b)

Kraj hospodaří s vlastním majetkem, dále se stará o všestranný rozvoj kraje a kvalitní život obyvatel. Orgány, které tvoří kraj jsou: zastupitelstvo, hejtman, náměstek, rada, krajský úřad. Nejvyšším orgánem kraje je zastupitelstvo, které má za povinnost vytvářet výbory. Výkonným orgánem kraje je krajská rada, která je tvořena hejtmánem a jeho náměstky. Posledním orgánem je krajský úřad, který se dělí na odbory a oddělení, vede jej ředitel, který je ovšem odpovědný vůči hejtmánovi.

Do samotné působnosti kraje patří: hospodaření s majetkem, rozpočet, vydávání obecně závazných vyhlášek, program na rozvoj kraje včetně územně plánovací dokumentace, koncepce rozvoje turismu a podobně. (Tittelbachová, 2011)

2.1 Politika cestovního ruchu obecně

Cestovní ruch hraje v ekonomice důležitou roli, protože stimuluje ekonomický rozvoj regionů, má multiplikační schopnosti v podobě akumulace finančních prostředků a vytváří synergické efekty. Cestovní ruch je úzce spjat s mnoha odvětvími národního hospodářství a lidských činností, které svými výkony zabezpečují účast na cestovním ruchu. Interakce mezi cestovním ruchem a různými sektory však musí být regulována a koordinována na úrovni veřejné politiky. (Holešinská, 2012)

Stát musí plnit několik funkcí, jako je koordinace, iniciace a vyvažování nebo plánování. Stát musí při plnění své koordinační funkce využívat podpůrných a regulačních zásahů k zajištění příznivých rámcových podmínek pro cestovní ruch. Iniciační a vyrovnávací funkce státu prostřednictvím vhodných investic proto musí stimulovat rozvoj cestovního ruchu a přispívat k využití potenciálu cestovního ruchu. Plánovací funkce zajišťují, že

stát musí zaručit optimální a dlouhodobou konkurenceschopnost cestovního ruchu. (Holešinská, 2012)

2.2 Cíle politiky cestovního ruchu

Přestože je politika cestovního ruchu součástí hospodářské politiky, její cíle nejsou pouze ekonomické, ale také společenské a ekologické. Tyto cíle však musí respektovat a být v souladu s cíli hospodářské politiky. Dále je třeba při stanovování cílů respektovat vzájemnou provázanost cestovního ruchu s ostatními odvětvími. (Holešinská, Metelková, Šauer & Vystoupil, 2005)

Cíle politiky cestovního ruchu mohou být rozdělovány podle různých kritérií. Například z hlediska času se člení na dlouhodobé, střednědobé a krátkodobé cíle politiky cestovního ruchu. Za dlouhodobý cíl je považováno vytváření konkurenceschopných destinací splňujících podmínky udržitelného rozvoje. Střednědobé a krátkodobé cíle se pak v jednotlivých zemích liší v závislosti na podmínkách odvětví cestovního ruchu. Z územního hlediska se rozlišují cíle na mezinárodní, národní a regionální. Nesprávně chápaná politika cestovního ruchu může vést ke konfliktním situacím, kdy se dostanou do rozporu jednotlivé cíle. Při stanovování cílů je třeba zvážit všechny oblasti. (Holešinská, Metelková, Šauer & Vystoupil, 2005)

2.3 Nositelé politiky cestovního ruchu

Nositelé politiky cestovního ruchu je velmi široké spektrum, proto je těžké propojit jejich aktivity se samotnou realizací dílčích aktivit k dosažení stanovených cílů. Tittelbachová (2011) jej rozděluje do tří skupin, a to podle organizačních forem:

- **Veřejnosprávní** – stát, parlament, vláda, ministerstva, obce, kraje, svazky obcí a jimi zřizované organizace, například CzechTourism a další
- **Privátní** – jednotlivé podniky turismu, asociace, profesní sdružení a další
- **Smišené formy** – regionální a lokální sdružení, místní akční skupiny a další (Tittelbachová, 2011)

2.4 Strategické dokumenty

Pojmy, které se vztahují ke strategickému dokumentu, jsou koncepce, strategie a plán. Dále budou pojmy jednotlivě popsány.

- **Koncepce** – koncepce se zabývá a řeší konkrétní problematiku. Koncepce je více obecná a méně podrobná. Její realizace je rámcová či žádná. Obsahuje základní východiska, vizi a základní strategické směřování. Implementace je řešena v samostatném dokumentu, tím je implementační plán.
- **Strategie** – se označuje jako základní strategický dokument. Je optimálně podrobná. Veškerá opatření jsou součástí strategické části. Určuje základní linie pro rozvoj daného celku.
- **Plán** – řeší jeden konkrétní cíl neboli několik cílů na stejné úrovni. Dbá na důraz v implementační části. Tato část zahrnuje všechny prvky implementace plánu. Plán se od strategie liší tím, že nestanovuje vizi. Má jednodušší strukturu cílů a vždy realizační část. Je nutné plnit konkrétní úkoly a cíle. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2017)

Tab. 1: **Strategický dokument dle druhu a času**

Druh dokumentu	Typ dokumentu	Časový charakter	Časová platnost
Strategické dokumenty	Koncepce	Středně – dlouhodobý	4–7, více než 7 let
	Strategie	Středně – dlouhodobý	4–7, více než 7 let
	Plán	Střednědobý	4–7 let

Zdroj: vlastní zpracování dle Ministerstva pro místní rozvoj (2017)

Tabulka 1 uvádí členění strategických dokumentů, kdy typy dokumentu jsou rozděleny na koncepcce, strategie a plán. Všechny tyto tři pojmy nabývají střednědobý časový charakter, ačkoli koncepce a strategie mohou někdy mít až dlouhodobý časový charakter. Časová platnost je branná v rozmezí 4–7 let, zde opět koncepce a strategie může nabývat časovou platnost i více než 7 let.

2.5 Koncepce politiky cestovního ruchu

Rok 1989 přináší patřičný rozvoj v oblasti cestovního ruchu v České republice. Od roku 1990 bylo celkem vydáno pět Koncepcí státní politiky cestovního ruchu ČR. Jednotlivé koncepce byly vydány pro určité časové období. První byl v roce 1999, druhý pro období 2002-2007, třetím byl pro období 2004-2006, předposlední byl pro období 2007-2013 a poslední byl pro období 2014-2020. Jednotlivé koncepční materiály ovšem nikdy nebyly tvořeny podle stejné metodiky. Pro pochopení a pro porozumění cestovního ruchu v České republice jsou tyto koncepce velmi významné. Údaje jsou z jednotlivých

dokumentů řazeny vždy do přehledných bloků a následně jsou doplněny komentáři. Zmíněnými bloky jsou: širší rámec politiky turismu, legislativní rámec a kompetence, rámec finanční podpory turismu, základní makroekonomické a mikroekonomické ukazatele a finálním pátým blokem jsou cíle a opatření. (Tittelbachová, 2011)

3 Město Dobřany

Město Dobřany se nachází v Plzeňském kraji a spadá pod okres Plzeň-jih. Jedná se o jediný okres, který obklopuje všechny okresy v Plzeňském kraji. Dobřany jsou druhým největším městem v okrese. Městem protéká jedna z největších řek v kraji Radbuza. Ve městě funguje železniční a autobusová doprava. Většina lidí má město spojováno, s psychiatrickou léčbou v České republice, která byla vystavěna v druhé polovině 19. století. Dále se v obci nachází městský úřad, informační centrum, knihovna, kino, mateřská škola, základní škola a základní umělecká škola J. S. Bacha. Mezi partnerská města patří Obetraubling v Německu, Brežice ve Slovinsku a Dobřany v Orlických horách. (mistopisy.cz, n.d.a)

Obr. 2: Mapa města Dobřany v Plzeňském kraji



Zdroj: kurzy.cz (2000-2021)

3.1 Základní údaje

Ke dni 1. 1. 2021 je datováno, že ve městě žije celkem 6 033 obyvatel. Podle statistiky od roku 2013 nebyly zaznamenány výkyvy v počtu obyvatel, žijících v Dobřanech. Počet se tedy stále drží okolo 6 tisíců obyvatel. (mistopisy.cz, n.d.b) Výměra města činí 35,31 km². Město leží až 352 metrů nad mořem. Správním obvodem města je město Stod. Od roku 2014 je na pozici starosty města Bc. Martin Sobotka. (mistopisy.cz, n.d.a) Radu města tvoří celkem 5 radních. Starosta města Bc. Martin Sobotka, 1. místopředseda Michal Trdlička, 2. místopředsedka Jaroslava Umnerová a dva radní Bc. Michal Pokorný a Jan Vozár, dipl. um.. (dobrany.cz, 2022a) Zastupitelstvo města tvoří celkem 17 členů. (dobrany.cz, 2022b)

3.2 Poloha

K městu Dobřany, dle správního katastru, patří také okolní osady, kterými jsou Vodní Újezd a Šlovice. Krajské město Plzeň se nachází jihozápadně od Dobřan přibližně

10-11 kilometrů. Město leží na pravém břehu řeky Radbuzy v údolí, kde se nachází velká řada zalesněných vrchů. Severně je to Kamínek (366 metrů), na východě se nachází Šlovický vrch (427 metrů) a Vysoká (522 metrů), na jihovýchodě leží Chlumčanský vrch (414 metrů) a na jihozápadě Křížový vrch (485 metrů).

3.3 Historie města Dobřany

První zmínky o městě se datují k roku 1243. S tímto rokem se tak pojí jméno Závíš z Dobřan z rodu Markvaticů, což byl majitel osady. Dobřany v té době byly označovány jako poddanské město. Původními zakladateli a prvními osadníky byli zřejmě Slované. Jejich osídlení je doloženo nalezeným pohřebišťem z 10. a 11. století. Díky místní úrodné půdě, která se zde nacházela, se Slované zaměřili hlavně na zemědělství. (Procházková, 2003) V letech 1272-1282 město získalo ženský klášter v Chotěšově, který vlastnilo a do roku 1282, jelikož byl klášter Josefem II. zrušen. (mistopisy.cz, n.d.c) Roku 1470 nechalo město Dobřany postavit ves Tymákov, kterou zhruba za 20 let nechal vyplatit a vyměnit Tristan Černín z Chudenic, který byl probošem chotěšovského kláštera. Ves Tymákov nechal vyměnit za Horní Lukavici a to vše na popud a proseb měšťanů. Další významným rokem pro město, je rok 1627. V této době císař Ferdinand II. vydává dekret „Obnovené zřízení zemské“. To znamenalo rovnost v německém a českém jazyce. Noví přistěhovalci neměli povinnost se učit česky. V roce 1850 nastávají první volby do zastupitelstva města. Zastupitelstvo tvořilo celkem 18 členů.

Rok 1873 se stává významným pro město díky první várce pív, která byla vyrobena v nově vybudovaném pivovaru, který vlastnil sládek František Schultese. Velký zlom přinesl rok 1876, kdy zde byla dostavěna železniční trať, která měla trasu Plzeň – Klatovy – Železná Ruda. Dne 20. září 1876 městem projíždí první vlak. V rozmezí 1822-1945 přichází další zlomový okamžik pro město. Jsou to léta, kdy zde hospodařili němečtí šlechticové. Ti byli po konci druhé světové válce ovšem popraveni. Do Dobřan v roce 1938 vstupuje do města nacistické vojsko. Dobřany tedy spadly do německých Sudet. Osvobození Dobřan přišlo až v roce 1945 americkou armádou. Avšak Sudety v Dobřanech byly ukončeny až v roce 16. dubna 1946. Město opustilo zhruba 2000 osob. Osvobozené Dobřany byly během války bombardovány, a to v letech 1943, přesněji 16. a 17. dubna. Ačkoli omylem, jelikož Dobřany bombardovalo spojenecké letectví z Anglie a Kanady. V letech 1900 až 1902 byla ve městě vybudována nová radnice města. Radnice byla vystavěna v neorenesančním stylu. Radnice se nachází na severní straně náměstí

Tomáše Garrigue Masaryka. V roce 1995 byla městská radnice zařazena do seznamu kulturních památek. Rok 1960 přináší sloučení a přiřazení obce Vodní Újezd k městu Dobřany. V tomto roce se také zřizuje okres Plzeň-jih. Obec Šlovice je součástí města Dobřan až v roce 1980. O čtrnáct let později, začala rekonstrukce kostela sv. Víta. Rekonstrukce byla dokončena v roce 1999. O dva roky později bylo vybudováno a otevřeno informační centrum, které se nachází na náměstí Tomáše Garrigue Masaryka. V roce 2002 dochází k přístavbě nových bytových jednotek. Těchto 33 nových bytových jednotek se nachází na hlavní třídě 1. máje. (Procházková, 2003)

3.4 Městské symboly

Město Dobřany má celkem tři městské symboly, jsou jimi: městský znak, městský prapor a pečeť. (Procházková, 2003)

Obr. 3: Městské symboly – Městský znak, Městský prapor a Pečeť



Zdroj: dobrany.cz (2021)

- **Městský znak** – obsahuje tři věže, které představují, že město bylo dříve opevněné. Boční věže jsou shodně zcela stejně vyobrazené. Prostřední věž se liší například kvádrovitým zdivem a její brána je otevřená a na červené střeše se nacházejí dvě zlaté makovice. (Procházková, 2003)
- **Městský prapor** – tvoří celkem tři pole. Bílé pole se nachází v žerďové a vlající části praporu, naopak prostřední část praporu je modře zbarvená. Naopak v modrém poli je vyobrazena okrouhlá, bílá věž s cimbuřím. Pole v praporu jsou v celkovém poměru 1:4:1 (Procházková, 2003)
- **Pečeť** – pečeť začali používat sami dobřanští rychtáři a to od 16. století v době, kdy Dobřany byly povýšeny na město. V celém poli pečetě je vyobrazen městský znak. Pečeť obsahuje text v převráceném zrcadlovém opisu, kde je psáno: „BURGMISTR. A. RADA. MIESTA. DOBRZAN.“ (Procházková, 2003)

4 Vlastní výzkum

Součástí výzkumu je dosažení stanoveného cíle, kterým je poskytnout městu návrhy koncepcí, které by napomohly zlepšit cestovní ruch ve městě. Návrhy, které autor vymyslí, budou vycházet z dotazníkových šetření.

4.1 Metodika práce

Praktická část bakalářské práce se nejdříve zaměřuje na analýzu předpokladů rozvoje cestovního ruchu, kde autor hodnotí jednotlivé předpoklady cestovního ruchu. Ty jsou pak rozděleny podle dělení v teoretické části. Následuje sběr dat z dotazníkových šetření. Poté jsou ze získaných dat vytvořeny návrhy, které by zlepšily rozvoj cestovního ruchu ve městě Dobřany.

Průzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření ve dvou variantách. První verze dotazníku byla určena pro obyvatele města Dobřany. Cílem tohoto šetření je získat informace o tom, jaký vztah mají obyvatelé města k turistům a také o tom, jak by sami obyvatelé zlepšili cestovní ruch ve městě. Druhá verze dotazníku byla určena pro obyvatele Plzeňského kraje. Tento dotazník má za cíl zjistit, zda obyvatelé Plzeňského kraje znají město a vědí, co vše může turistům nabídnout.

Dotazníky jsou koncipovány tak, aby zvýšily atraktivitu cestovního ruchu ve městě. Sami respondenti v nich mohou sdělit, co by je přilákalo k návštěvě města. Z dotazníků navíc budou zjištěny možné nedostatky, které se ve městě vyskytují. Oba se v plné verzi nacházejí v příloze.

Dotazník pro obyvatele Plzeňského kraje začíná jednoduchými otázkami, které mají zjistit, zda město respondenti znají nebo jej dokonce někdy navštívili. Dále jsou v dotazníku uvedeny otázky týkající se cestovního ruchu ve městě, jako například: jakou dopravu byste k návštěvě zvolili či za jakým účelem byste Dobřany navštívili. Samotní respondenti pak mají možnost vyjádřit svůj názor v otevřené otázce, která je směřována ke změnám ve městě. Dále jsou dotazováni, zda se někdy setkali s propagací města, pokud ano, tak kde. V závěru dotazníku respondenti odpovídají na základní otázky, které se týkají pohlaví, věkového rozmezí a z jakého okresu z Plzeňského kraje pochází.

Dotazník pro obyvatele Dobřan stejně jako v předchozím případě začíná jednoduchými otázkami týkajícími se života ve městě, vztahu k cestovnímu ruchu a k samotným

turistům. Respondenti následně odpovídají na otázky, co ve městě považují za zajímavé a co by doporučili turistům navštívit. Dotazovaní také dostávají možnost vyjádřit svůj názor v otevřených otázkách, které jsou cílené na vyskytující se nedostatky ve městě a vyjádření konkrétních nápadů na podporu cestovního ruchu ve městě. Dále odpovídají na otázky ohledně případných návrhů ke zlepšení cestovního ruchu a na propagaci města. V závěru dotazníku respondenti odpovídají na základní otázky týkající se jejich pohlaví a věkového rozmezí.

Před oficiálním sběrem dat z dotazníkových šetření autor uskutečnil pilotáž. Na pilotáži se podílelo celkem 23 respondentů. Devět obyvatel z Dobřan vyplnilo dotazník určený pro obyvatele města Dobřany a 14 respondentů se podílelo na dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje. Tito respondenti měli za úkol ověřit srozumitelnost, složitost a dostatečnou délku dotazníku. Sběr dat z pilotáže nebyl použit do praktické části.

Po následném vyhodnocení a úpravách autor spustil dotazníkové šetření, které probíhalo jak online, tak i terénní formou sběru dat. Online šetření probíhalo tak, že respondenti obdrželi odkaz na odpovídající dotazník, který následně vyplnili. Terénní šetření probíhalo tak, že byli osloveni respondenti, kteří následně dotazník vyplnili.

Sběr dat probíhal v období od 1. března 2022 do 30. března 2022. Šetření pro dotazník, který byl určen obyvatelům města Dobřan, se celkem zúčastnilo 164 respondentů. Dotazníku, který byl určen pro obyvatele Plzeňského kraje, se celkem zúčastnilo 213 respondentů.

Oba dotazníky obsahují uzavřené, polouzavřené i otevřené otázky, ve kterých budou mít respondenti prostor se vyjádřit k současnému cestovnímu ruchu města Dobřany. Díky jejich vyplnění mají respondenti sdělit své názory a také přání do budoucna, jak by ve městě zlepšili cestovní ruch. Metoda dotazníkového šetření byla úmyslně zvolena, aby sami lidé mohli říct svůj názor a tužby, díky kterým by následně město navštívili, popřípadě se i v budoucnu vrátili. Získaná data byla následně utříděna do tabulek či grafů.

4.2 Analýza předpokladů rozvoje cestovního ruchu v Dobřanech

Tato kapitola se zaměřuje na analýzu předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu města Dobřany a hodnotí, zda je oblast způsobilá pro rozvoj cestovního ruchu. Autor tuto část bude analyzovat podle předpokladů, které již teoreticky uvedl v teoretické části práce. Jde o dělení předpokladů cestovního ruchu na selektivní, lokalizační a realizační. Následně

tedy byly analyzovány lokalizační a realizační předpoklady ve městě. Kdy lokalizační předpoklady určují, jak je dané prostředí využíváno, na základě přírodních možností či povahy a kvality společenských atraktivit. Realizační předpoklady zabezpečují účast na cestovním ruchu v rekreačních prostorech. Zde je tak analyzována infrastruktura a suprastruktura ve městě.

4.2.1 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady se skládají z přírodních a společenských atraktivit města. Přírodní atraktivity zahrnují analýzu fauny, flóry a vodstva. Naopak společenské atraktivity budou obsahovat analýzu kulturně-historické památky, kulturu či kulturně-spoolečenské akce, které se ve městě konají.

4.2.1.1 Přírodní atraktivity

Pastvina divokých koní

Pastvina se nachází na Šlovickém vrchu u Dobřan. Tato oblast je bývalým místem vojenského tankodromu. Díky přítomnosti chráněných živočichů v této oblasti, byla zařazena na seznam evropských významných lokalit Natura 2000. Toto prestižní místo by mělo být lépe nabízeno turistům. Proto propagace Šlovického vrchu by určitě stála za větší pozornost. Pastvina se stala od roku 2018 domovem exmoorských či keltských poníků. Jedná se především o divoké plemeno domácího koně, který pochází až z Anglie. Tento druh divokých koní je velmi ohrožený. V pastvině nalezneme celkem šest hřebců, kteří mají jeden primární úkol, kterým je spásat porost. Díky splnění úkolu zajistí, a zároveň tak pomohou udržet biotop potřebný pro život chráněných druhů. Z fauny nalezneme ve volné přírodě další kriticky ohrožená zvířata, jako jsou Kuňka Žlutobřichá, Korýš Listonoh či vzácní motýli. Ze zástupců flóry zde můžeme spatřit Hrachor Trávolistý. Městu se v roce 2017 podařilo vysázet třešňové stromořadí. (CzechTourism, 2022a)

Lesopark Martinská stěna

Lesopark Martinská stěna ve městě funguje již od první republiky. Místo však nebylo udržované a padalo do úpadku. To se však městu povedlo obnovit a dnes toto místo patří k nejoblíbenějším částem Dobřan. Přírodní atraktivita se nachází na okraji města a je určena pro odpočinek a relaxaci. Místo je také využíváno k různým kulturním akcím jako například Pohádkový les. Aktuálně se zde nachází až dvoukilometrová cestička, která

nabízí celkem 14 zastávek. Zastávkami jsou například přírodní divadlo či labyrint. K Lesoparku bylo přistavěno workoutové hřiště. (CzechTourism, 2022b)

Vyhlídky Mohyla

Nově vybudovaná vyhlídka se nachází na Šlovickém vrchu. Vyhlídky je 8 metrů vysoká a je tvořena dvěma vyhlídkovými terasami. Vyšší terasa zaručuje nádherný panoramatický výhled nejen na město Dobřany, ale také na část jižního Plzeňska.

Obr. 4: **Šlovický vrch** – vyhlídka Mohyla



Zdroj: vlastní zpracování (2021)

Vodstvo

Městem Dobřany protéká řeka Radbuza, která patří mezi jednu ze čtyř největších řek v Plzeňském kraji. Radbuza ústí do řeky Mže.

Dále se ve městě nacházejí dva rybníky. Jedná se o rybníky Horní a Dolní Kotynka. Tyto rybníky jsou uzpůsobeny k chovu ryb. Vysazují se zde například kapři. Horní Kotynka je místem, kde žijí bobři, kteří často poškozují boční hráz. Hráz je pravidelně opravovaná a zesílena. Na Dolní Kotynce se konají rybářské závody, které jsou určeny pro děti a dospělé.

4.2.1.2 Společenské atraktivita

Kulturně-historické památky

Město Dobřany nabízí širokou škálu historických památek pro potenciální turisty, kteří mají zájem navštívit město. Barokní architektura je typ slohu, který se pojí s městem. Jelikož samotné město bylo od počátku až do poloviny 17. století budováno ve zmiňované architektuře. Vše bylo pod dozorem Andrease Fabriciuse a Dominika Peterky, kteří byli probošti chotěšovského kláštera. Ačkoli město zažilo silné požáry, tak dodnes některé městské domy či kostely zůstaly ohněm nedotčeny, a tak mohou ukazovat krásu barokní architektury. (Procházková, 2003)

Ke dni 22. 12. 2021 je zapsáno v seznamu „Ústřední seznam kulturních památek“ celkem 6 objektů, 4 areály, území Dobřany a soubor. Do kategorie „objekt“ jsou zařazeny: městská radnice, kaple Panny Marie Pomocné, most a tři městské domy. Do kategorie „areál“ patří: děkanství, kostel sv. Víta a dva městské domy. Do kategorie „soubor“ je zařazen kostel sv. Mikuláše. (Národní památkový ústav, 2015)

- **Kostel sv. Mikuláše** – Samotný kostel byl postaven již v roce 1259, ačkoli farním kostelem byl až v roce 1431. Kostel byl původně vystaven v gotickém slohu, kvůli požáru se kostel dočkal barokní přestavby, a to v letech 1756-1758. Kostel se v Dobřanech nachází na náměstí Tomáše Garrigue Masaryka. O malbu fresek se postaral dvakrát František Julius Lux, kdy poslední freska nese název „Výjev z legendy sv. Mikuláše“. O výzdobu kostela se opět podílel autor F. J. Lux a to celkem s dvěma obrazy. (Procházková, 2003)
- **Kostel sv. Víta** – První zmínky o kostele se nesou z roku 1259. Kostel od jeho výstavby nečekal moc dobré vyhlídky. Jelikož již v roce 1420 byl vykraden husity, v roce 1620 kostel vyhořel, dále 1651 byl poškozen Švédy. Základní kámen byl položen 15. 6. 1727. Kostel je zařazen mezi barokní novostavby. Byl vyučován podle návrhu J. Augustona. Díky minimálním zásahům do kleneb, vstupů a oken zůstal kostel dochován dodnes. (Procházková, 2003)
- **Radnice** – je vystavena v neorenesančním slohu z roku 1900. Patří k významné urbanistické dominantě severní strany náměstí. Ani radnice se nevyhnula velkým městským požárům. Během požáru v roce 1620 shořela radnice se všemi starými písemnostmi města. V roce 1652 byla vystavena nová radnice, tentokrát z kamenných kvádrů. V roce 1899 rozhodlo zastupitelstvo města o zboření staré

radnice a vybudování nové a větší. Roku 1900 dosáhla výstavba radnice vrcholu. (Procházková, 2003)

- **Kamenný most přes řeku Radbuzu** – první zmínky o mostu jsou datovány z poloviny 16. století. Most byl v roce 1794 vystaven v pozdně gotickém slohu. Ačkoli v období baroka došlo k celkové obnově mostu s přidáním sochy sv. Jana Nepomuckého. Tato socha byla ovšem po druhé světové válce odstraněna. (Procházková, 2003)

Mezi další historické památky města lze zařadit například: věžní hodiny, faru, městský dům čp. 5, městský dům čp. 112, městský dům čp. 147 či městský dům čp. 148. (Procházková, 2003)

Kultura

Městské kino „Káčko“ zde funguje již od roku 2008. Jedná se o multifunkční zařízení. Nabízí provoz kina, divadla, možnost pořádání kongresů, přednášek a seminářů. Kapacita kina je 170 míst. Návštěvnost kina za poslední 2 roky byla silně ovlivněna pandemií nemocí COVID-19. Návštěvnost během vysílání filmu, který je na programu dne, se pohybuje okolo desítek lidí. Avšak nejvíce lidí navštěvuje kino ve čtvrtek, jelikož se jedná o „artové čtvrtky“, což si lidé oblíbili a kapacita kina bývá v tento den z větší části obsazena.

Kulturně-společenské akce

Obyvatelé města a potenciální turisté si mohou užít i společenských akcí, které se v Dobřanech konají. Ve městě probíhá spousta druhů společenských aktivit. Mezi nejvýznamnější patří letní kino, jarmarky a Radbuza festival. Město se snaží nabídnout společenskou akci různého žánru v každém měsíci v roce.

- **Radbuza fest** – nejvýznamnějším festivalem, které město pravidelně pořádá, je „Radbuza fest“. Akce se koná začátkem září a účastní se jí okolo 2000-3000 lidí. Radbuza fest je určen prioritně pro milovníky rockové hudby. Akce se mohou účastnit nejen místní obyvatelé, ale také často přiláká turisty.
- **Dobřanská pout'** – dobřanská pout' se dlouhou dobu konala ve sportovním hokejbalovém areálu. Ovšem kvůli výstavbě nové hokejbalové haly roku 2017 byla pout' přesunuta na nové místo v Dobřanech. Během poutě si můžete užít nabízené atrakce nebo nakoupit ve stánkovém prodeji. Spolu s Radbuza

festivalem se jedná o jednu z nejvíce navštěvovanou kulturních akcí, která se ve městě po několik let tradičně uskutečňuje. Návštěvnost se pohybuje rovněž okolo 2000-3000 lidí, ačkoli nebyla nikdy přesně spočtena a jedná se spíše o odhad.

- **Letní kino** – v roce 2021 se jednalo již o 11. ročník letního kina pod širým nebem. Místo konání kina je náměstí T. G. Masaryka. Kino může navštívit kdokoli. Určitou výhodou je, že vstupné je zdarma. Organizátorem je Městské kulturní středisko Dobřany. Letní kino promítá pravidelně na přelomu letních prázdnin 2 týdny od pondělí do pátku. Jedná se o velmi oblíbenou kulturní akci, kdy díky vstupnému zdarma je návštěvnost velká.
- **Den dětí** – tuto akci organizuje městské kulturní středisko, které se zúčastní okolo 250 lidí. Akce se pravidelně pořádá 1. června mezi Dolní Kotynkou a biotopem. Je určena především pro rodiny s dětmi, kde si děti mohou vyhrát na připravených stanovištích.
- **Pohádkový les** – je kulturní akce, která se ve městě koná vždy na začátku září a zúčastní se jí okolo 250 lidí. Je určena primárně pro děti, které si projdou „pohádkovým lesem“.
- **Rybářské závody** – závodů se mohou účastnit dospělí, ale také děti. Akce se koná obvykle na začátku podzimu. Během závodu účastníci dostanou občerstvení. Vstupné je zdarma. Pořadatelem akce je výbor MO ČSR Dobřany.
- **Přednášky** – ve městě se již uskutečnilo více druhů přednášek. Jako například odborná přednáška zahrádkářského lektora, přednáška o včelaření, přednáška o pěstování drobného ovoce. Návštěvnost pořádaných přednášek se pohybuje okolo desítek lidí, kdy je účast ovlivněna tématem přednášky.
- **Dobřanské posvícení a Havelské řemeslné trhy** – se pořádá pravidelně v polovině října. Této akce se účastní vždy okolo 500 až 1000 lidí. Trhy jsou zaměřené na domácí kuchyni, koláče, keramiku či tvořivé dílny. Akce se mohou zúčastnit všechny věkové kategorie. Pro děti je zde připraven nějaký program.
- **Jarmarky** – během roku se v Dobřanech uskuteční více druhů jarmarků. Například Velikonoční či Mikulášský jarmark. Během Velikonočního jarmarku, zde můžeme navštívit řemeslné stánky, výtvarné dílničky, občerstvení. Mikulášský jarmark v Dobřanech je nejčastěji spojován s rozsvícením vánočního

stroměčku, kdy během jarmarku si můžete koupit občerstvení či výtvoř studentů z místní školy. Jedná se tak o nejvíce navštěvovaný jarmark, který se ve městě pravidelně koná. Každoročně jej navštíví okolo několik set místních obyvatel.

- **Sportovní akce** – není pochyb, že Dobřany patří ke sportovně založeným městům. Město podporuje svoji mládež ke sportu. Dobřany jsou známy díky místnímu hokejbalovému a fotbalovému klubu. Město podpořilo tato odvětví sportu výstavbou nových areálů. Dále se město aktivně podílí na pohybové aktivitě zdejších obyvatel. Je pořadatelem tradičního květnového Dobřanského půlmaratonu.

4.2.2 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady se skládají z infrastruktury a suprastruktury. V infrastruktuře se bude analyzovat silniční doprava, železniční doprava, autobusová doprava, pěší turistika, cyklo turistika a sportovní infrastruktura. Naopak suprastruktura bude zahrnovat analýzu ubytovacích, stravovacích a doplňkových složek.

4.2.2.1 Infrastruktura

Silniční doprava

Do města je možné se dostat z Plzně, kde lidé mohou například využít silnici E53, která je evropskou mezinárodní silnicí 1. třídy. E53 je dlouhá 285 kilometrů a polovina je vedena po dálnici. Silnice E53 začíná v Plzni a je ukončena v Mnichově. Nebo lidé mohou využít silnice II/180, tato silnice je 2. třídy v Plzeňském kraji. Její celková délka je 70 kilometrů. Tato silnice je vedena skřz město. A tvoří ve městě hlavní třídu, na kterou jsou napojeny menší silnice. Hlavní spojnicí Dobřan s krajským městem Plzeň je silnice I/27. Jedná se o směrově dělenou čtyř-pruhovou silnici. Ve městě je celkem 6 silnic III. třídy, které mají převážně jen lokální význam.

Železniční doprava

Městem vede jednokolejní elektrizovaná trať Plzeň – Klatovy – Železná Ruda. Dobřany jsou tak skvěle propojeny s krajským městem Plzeň. Cesta z Plzně do Dobřan trvá méně než 20 minut. Přeprava vlakem do města Přeštice trvá okolo 13 minut.

Autobusová doprava

Ve městě funguje i autobusová doprava, která napomáhá rozvoz po samotném městě i k přepravě do okolních menších měst. Každopádně i autobusová doprava propojuje město Dobřany s krajským městem Plzeň.

Pěší turistika

Město napomohlo pěší turistice vystavěním Lesoparku Martinská stěna, který se nachází na okraji Dobřan. Trasa je dlouhá 2 kilometry, během kterých lze vyžít celkem 14 zastávek. Na těchto zastávkách se nachází například přírodní divadlo, labyrint a další. Vše bylo vybudováno za účelem edukace, projít se v krásné přírodě a načerpat energii.

Cyklo turistika

Městem vedou celkem dvě cyklostezky. Jsou jimi cyklotrasa CT3 a cyklotrasa 2268. První zmíněná cyklotrasa CT3 spojuje významná česká a bavorská města Praha – Plzeň – Regensburg. Stezka vede skrz město Dobřany. Úsek cyklostezky vedoucí přes město je však vedeno po hlavní silniční komunikaci. Druhá zmíněná cyklostezka 2268 vede přes města Dobřany – Vstíš – Stod – Holýšov – Staňkov. Tato cyklostezka je opět jako předešle zmíněná cyklostezka vedena přes hlavní silniční komunikaci.

Sportovní infrastruktura

Rekonstrukce přírodního koupaliště biotopu Kotynka – přírodní koupaliště biotop Kotynka bylo ve městě otevřeno v roce 2011. Koupaliště je otevřeno vždy od června a jeho sezóna končí v závislosti na počasí, zpravidla v září. Mimo hlavní sezónu nepřináší koupaliště městu žádný zisk. Koupaliště biotop Kotynka je určeno pro každého. Návštěvnost je v hlavní sezóně vysoká. V červnu nebo v srpnu se návštěvnost vyšplhá až k 1200 lidí denně. Mezi hlavní nevýhody patří malé množství parkovacích míst pro hosty a špinavá vody v pozdějších měsících v době provozu. Tyto dvě hlavní nevýhody přinášejí odrazení turistů i místních obyvatel k návštěvě.

4.2.2.2 Suprastruktura

Ubytovací služby

Město Dobřany, díky zajímavé historii a mnohočetných památek, láká nejrůznější skupiny turistů cestovního ruchu. Nemá ale dostatečně pokrytou ubytovací kapacitu. Ve městě se nachází celkem 3 možná hromadná ubytovací zařízení.

Přímo v centru města je hotel, který má úroveň tří hvězd. Jedná se o hotel Modrá hvězda. Díky tomu, že se nachází v atraktivní lokalitě, láká tím mnoho turistů. Jeho předností je také pivovar, který je součástí celého komplexu. Vyznačuje se vlastní produkcí piva, čímž se jeho atraktivnost zvyšuje. Hotel nabízí celkem 11 až 50 pokojů a jeho provoz je celoroční. Druhý možný hotel, kde se lidé mohou ubytovat, je hotel Lipová, který je rovněž na úrovni tří hvězd. Také tento hotel nabízí shodně celkem 11 až 50 pokojů. I v tomto případě nabízí celoroční provoz. Poslední ubytovací zařízení, které se nachází ve městě, je turistická ubytovna-sportovní hala, která se prioritně využívá k možnosti ubytování zaměstnanců firem, které aktuálně pracují pro městský úřad. Ubytovna nabízí celkem 5 pokojů a její provoz je celoroční. (vdb.czso.cz, 2022)

Stravovací služby

Nejčastějším typem stravovacích služeb ve městě jsou hospody, restaurace nebo kavárny. Největší počet stravovacích služeb se nachází poblíž samotného centra města Dobřany. Hotel Modrá hvězda nabízí turistům návštěvu spojenou s ochutnávkou vlastního piva ze soukromého pivovaru nebo mohou návštěvníci využít restauraci, která je součástí hotelu. Další restaurace, které se nachází poblíž náměstí, jsou restaurace Beseda či restaurace Na Růžku. Čtvrtá restaurace, která se nachází v Dobřanech, je restaurace Cinema Bowling Dobřany.

Na náměstí se také nachází nově otevřené bistro, které se jmenuje: Bystro kavárna. To pro své zákazníky nabízí služby v podobě venkovního posezení, možné pořádání soukromých akcí či jídlo sebou. Dále bylo koncem roku 2021 ve městě otevřeno Bistro An Khang. Na kávu se zákusky si lidé mohou zajít do místní kavárny na náměstí. V Dobřanech již dlouho také působí dvě pizzerie, jsou jimi Pizza Express a il Tuo Pizza. Dále je možno v Dobřanech zajít do Kebab house & Pizza či Kebab house.

Dobřany jsou nejznámější a nejvíce proslulé svou místní vyhlášenou Dobřanskou zmrzlinou, na kterou jezdí také lidé z okolí Dobřan. Zmrzlina je už místní tradicí, a to už od roku 2000.

Doplňkové služby

Veškeré doplňkové služby zprostředkovává a zajišťuje turistické informační centrum. Ten se nachází v Dobřanech na náměstí Tomáše Garrigue Masaryka. Turistické informační centrum poskytuje nejen informace o městě a jeho okolí, ale nabízí turistům i následující služby: přehled kulturních a sportovních akcí, informace o ubytování

a stravování, informace o vlakovém a autobusovém spojení, prodej propagačních materiálů a další.

4.3 Výsledky dotazníkových šetření

Jak již bylo zmíněno v metodice práce, autor bude v této podkapitole vyhodnocovat dva dotazníky. Nejprve autor vyhodnotí dotazník, který je určen pro obyvatele Plzeňského kraje.

Nejprve budou vyhodnoceny segmentační otázky, aby se ukázalo, kdo se podílel na vyplnění dotazníku. Pro lepší přehled je vytvořena kontingenční tabulka, která bude zobrazovat, kolik respondentů v určité věkové skupině, se zúčastnilo na vyplnění dotazníku. Prostřednictvím tabulky zjistíme i z jakého okresu dotazovaní pocházeli nejčastěji.

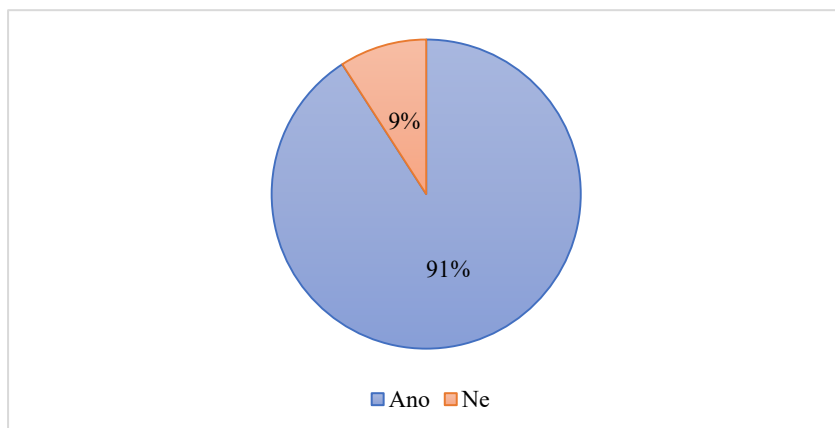
Tab. 2: Věková struktura a bydliště respondentů z Plzeňského kraje

Z jakého okresu pocházíte?	Popisky sloupců							
Popisky řádků	Domažlice	Klatovy	Plzeň-jih	Plzeň-město	Plzeň-sever	Rokycany	Tachov	Celkový součet
Do 15 let			1	1				0
16-25 let	3	4	33	38	18	7	4	107
26-40 let	2	3	10	21	5		1	42
41-60 let	2		17	19	8	1	1	48
61 let a výše			2	6	2		1	11
Celkový součet	7	7	63	85	33	8	7	210

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Na dotazníkovém šetření určený pro obyvatele Plzeňského kraje se celkem zúčastnilo 210 respondentů. Kdy z výše uvedené tabulky je zřejmé, že nejvíce respondentů (107) bylo ve věkovém rozmezí 16-25 let. A nejvíce se zúčastnilo respondentů (85) z okresu Plzeň-město.

Obr. 5: Návštěvnost

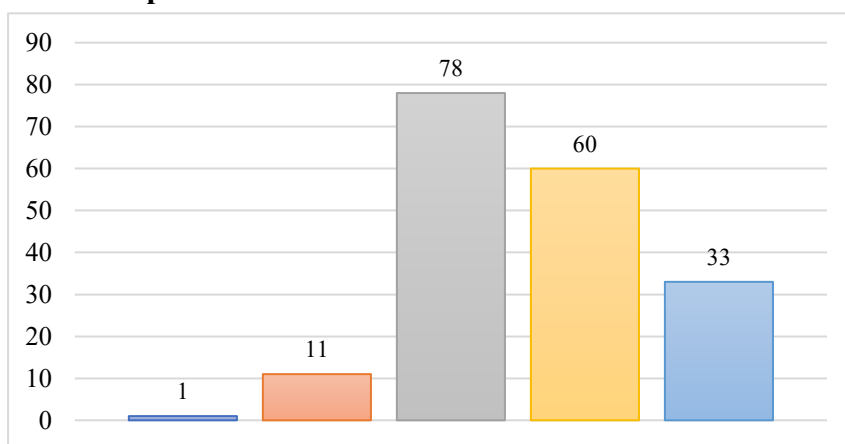


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Respondenti na otázku, zda již město někdy navštívili, měli možnost odpovědi pouze ano nebo ne. Z výše uvedeného obrázku vychází, že až 91 % respondentů, tj. 189, již někdy město Dobřany navštívilo. A zbylých 9 % dotazovaných, tj. 19, ještě nikdy město nenavštívilo.

Dále byli respondenti tázáni, zda by město doporučili svým přátelům, známým či rodině. Své doporučení měli vyjádřit na škále. Na tuto otázku mohli odpovídat pouze ti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že již město někdy navštívili. Cílem z této otázky bylo zjistit, zda by respondenti, kteří město navštívili, doporučili navštívení města dalším lidem.

Obr. 6: Doporučení města



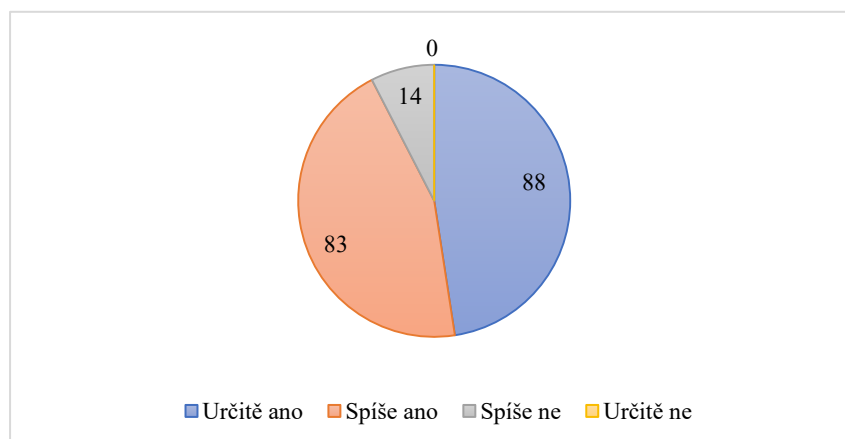
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Obrázek výše ukazuje škálu, která vypovídá o tom, že většina respondentů, která město již někdy navštívila, by jej zároveň doporučila. Až 33 respondentů by návštěvu města

určitě doporučilo. A pouze jeden respondent zvolil na škále možnost, kdy by město určitě nedoporučoval k návštěvě dalším lidem.

V další otázce odpovídali respondenti na uzavřenou otázku, pokud město někdy navštívili, zda by do Dobřan přijeli znovu. Dotazovaní tak měli možnost výběru z odpovědí určitě ano, spíše ano, spíše ne nebo určitě ne.

Obr. 7: Opětovná návštěva města

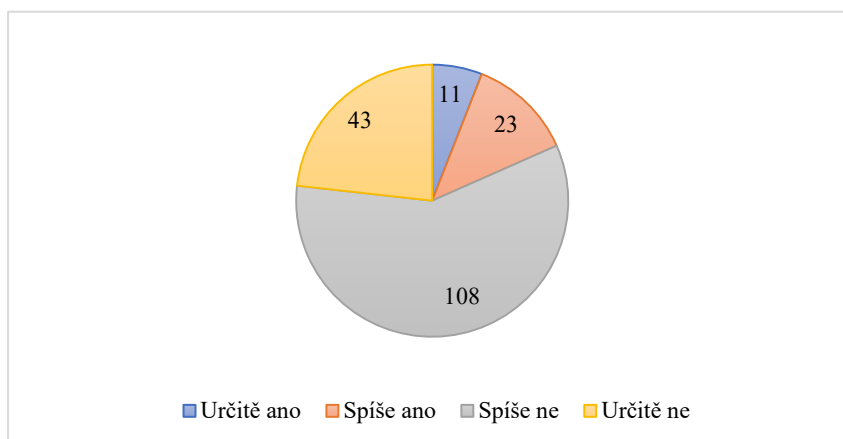


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Až 92,5 % z dotazovaných by se do města vrátilo. Z uvedeného grafu tedy vyplývá, že do města se vrátí až 92,5 % respondentů. Z toho by se do města určitě vrátilo 88 respondentů, tj. 47,6 %, a spíše by se vrátilo 83 respondentů, tedy 44,9 %. 19 dotazovaných odpovědělo, že by se do města spíše nevrátilo a nikdo z respondentů nezvolil možnost, že se Dobřany určitě nikdy nevrátí.

Dostatečná množství parkovacích míst ve městě je velmi podstatná informace, jelikož podle obrázku 11 víme, že turisté k návštěvě města volí spíše dopravu vlastním automobilem. Proto by se mělo ve městě vyskytovat dostatek parkovacích míst, aby případný jejich nedostatek neodradil turisty k návštěvě města. Dotazovaní, kteří město již někdy navštívili, byli dotazováni, zda se již někdy setkali, že nemohli zaparkovat ve městě.

Obr. 8: Parkovací místa

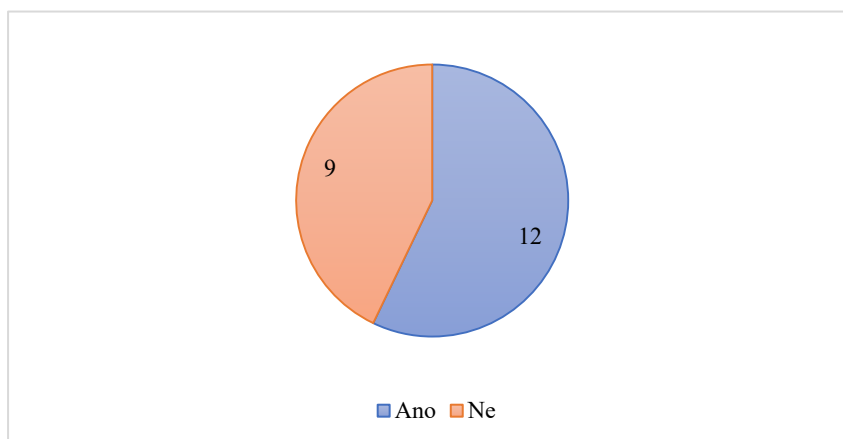


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z grafu lze vyčíst, že až 108 respondentů uvedlo, že se spíše neseťkali s tím, že by nemohli ve městě zaparkovat. Dále 43 dotazovaných zvolilo možnost, že se určitě problém se zaparkováním ve městě nemělo. 23 respondentů uvedlo, že spíše nemohli zaparkovat ve městě a 11 respondentů, že určitě zde nemohli zaparkovat.

Tato otázka je určena respondentům, kteří v první otázce uvedli, že město nikdy nenavštívili. Těmto respondentům byla položena otázka, zda plánují v budoucnu návštěvu města. Hlavním cílem této otázky je zjistit, zda respondenti plánují město navštívit. A zjistit, že i když město nikdy nenavštívili, zda by jej rádi navštívili alespoň v budoucnosti.

Obr. 9: Možná návštěva v budoucnu

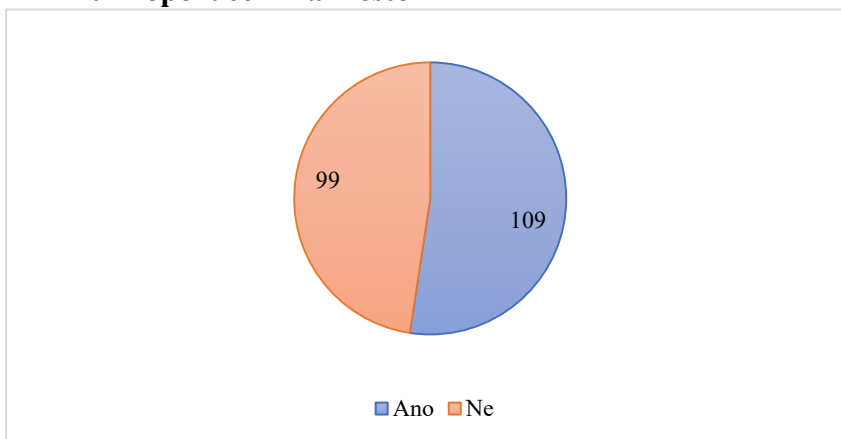


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Jak můžeme vidět z výše uvedeného obrázku vyšlo, že 12 respondentů plánuje navštívit město v budoucnu a 9 respondentů uvedlo, že zájem o návštěvu města Dobřany nemají.

Tuto otázku lze považovat za velmi důležitou, protože díky ní zjistíme, kolik turistů již o městě někdy od někoho slyšelo. Respondenti odpovídali na uzavřenou otázku, kde byli dotazováni, zde již někdy dostali doporučení k navštívení města Dobřany. Cílem je zjistit, jak často se turisté o městě doslýchají.

Obr. 10: Doporučení na město

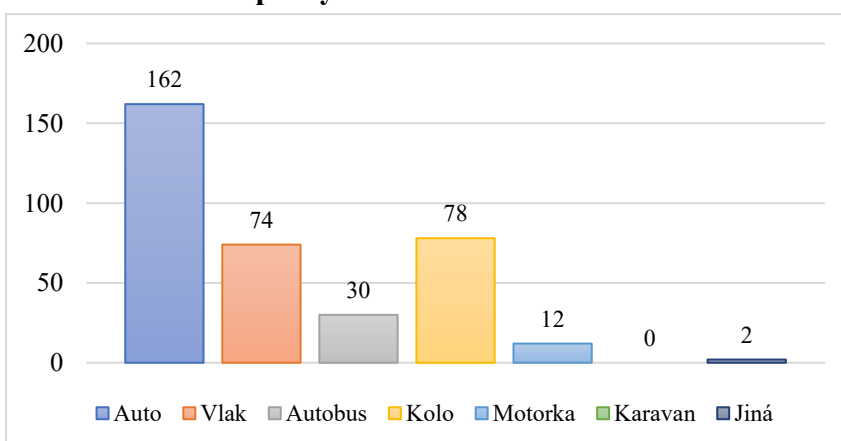


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Obrázek výše uvádí, že až 109 dotazovaných se již někdy setkali s doporučením k návštěvě města. A naopak 99 respondentů uvedlo, že se s doporučením k návštěvě města nesetkalo.

Výběr určité formy dopravy do města je velmi podstatné. Jelikož se tak zjistí, jakou formu si turisté volí k návštěvě města. Dotazující si zde mohli vybrat z několika možností jako například auto, vlak, autobus, kolo, motorka, karavan apod.

Obr. 11: Forma dopravy



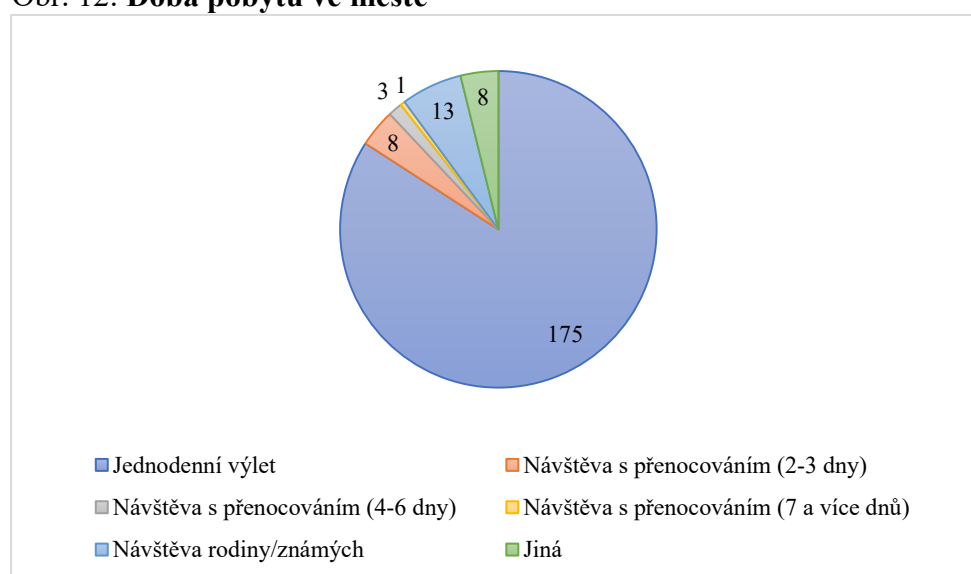
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku je patrné, že nejčastější volenou formou dopravy k návštěvě města je auto. Tuto možno by zvolilo až 162 dotazovaných, tj. 78 %. Další nejčastější volenou dopravou

je kolo, tu by zvolilo až 78 respondentů, tj. 37,5 %. A jako třetí možnost dopravy, by lidé využili vlak. Vlak by zvolilo 74 respondentů, tj. 35,6 %. Převahu autobusem do Dobřan by zvolilo 30 dotazovaných a návštěvu města na motorce až 12 respondentů. 2 respondenti uvedli jiný způsob dopravy a návštěvu karavanem by nikdo nezvolil.

Délku pobytu ve městě lze považovat také za zásadní. Respondenti si mohli vybrat z několika možností kupříkladu jednodenní výlet, návštěva s přenocováním (2-3 dny), návštěva s přenocováním (4-6 dny), návštěva s přenocováním (7 a více dnů) či návštěva rodiny/známých apod.

Obr. 12: Doba pobytu ve městě

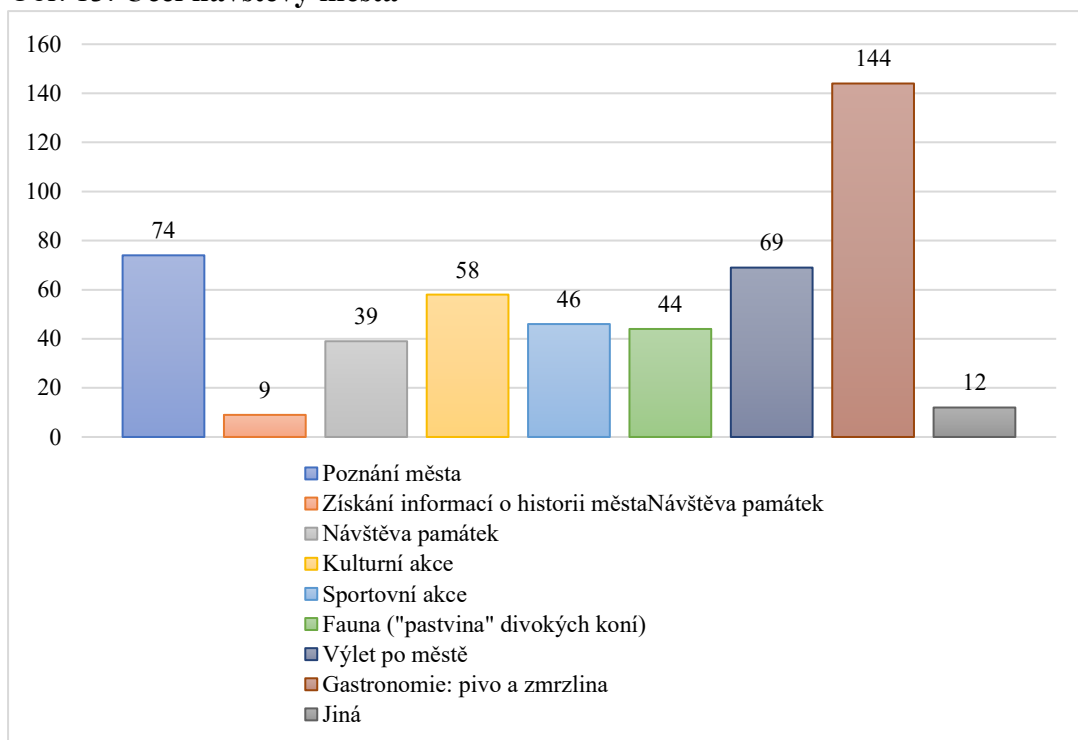


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z výše uvedeného obrázku je patrné, že nejvíce respondentů vybralo jako nejlepší možnost návštěvy města jednodenní výlet, celkem tuto možnost vybralo 175 respondentů. Druhá nejčastější odpověď (13) byla návštěva města rodin či známých. Shodně dotazovaní zvolili možnost s přenocováním na 2-3 dny či jinou možnou návštěvu města. Návštěva města s přenocováním na 4-6 dnů by zvolili 3 respondenti a přenocování na 7 a více dnů by zvolil pouze jeden respondent

V následující polootevřené otázce byli respondenti dotazováni, za jakým účelem by město Dobřany navštívili. Dotazovaní si mohli vybrat z několika možností, popřípadě zvolit odpověď jiná a napsat vlastní odpověď. Jedná se o zásadní otázku, jelikož se díky ní zjistí, jaký je nejčastější účel návštěvy turistů ve městě.

Obr. 13: Účel návštěvy města

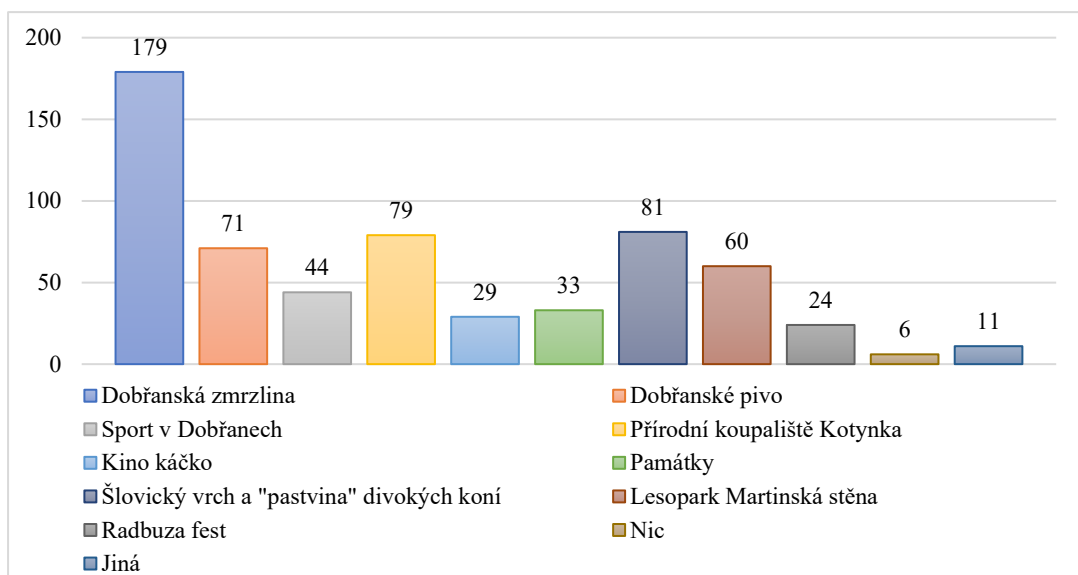


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Výše uvedený obrázek ukazuje, že hlavní účelem návštěvy města je místní gastronomie, včetně vyhlášené místní zmrzliny a Dobřanského piva, které je místní dlouholetou tradicí. Tuto návštěvu si za cíl zvolilo až 144 respondentů, tedy 69,2 %, a tvořili tedy převážnou většinu. Druhým nejčastějším cílem návštěvy (74) je poznávání města. Výlet po městě si vybralo až 69 respondentů. 58 respondentů by město navštívili za účelem pořádání kulturních akcí a 46 dotazovaných za účelem sportovních akcí. Šestým nejčastějším účelem návštěvy města byla místní fauna, kterou by zvolilo 44 respondentů. Dalším účelem návštěvy města by byla na úkor poznání místních památek, ty by navštívili 39 respondentů. 12 respondentů uvedlo jiný účel, jako například poznání místní flóry či návštěva přírodního koupaliště biotop Kotynka. 9 respondentů by město navštívilo za účelem získání informací o historii města.

Opět se jedná o velmi podstatnou informaci, kde respondenti měli odpovědět na polootevřenou otázku, co zajímavého či jaká atraktivní místa, akce či budovy se jim vybaví a navštívili je. Cílem je zjistit, jaká zajímavá či atraktivní místa se ve městě respondentům vybaví, když si na město Dobřany vzpomenou. Jelikož při zanechání dobré vzpomínky na město může zaručit opětovnou návštěvu města či doporučení města dalším lidem k návštěvě.

Obr. 14: Zajímavosti a atraktivity ve městě

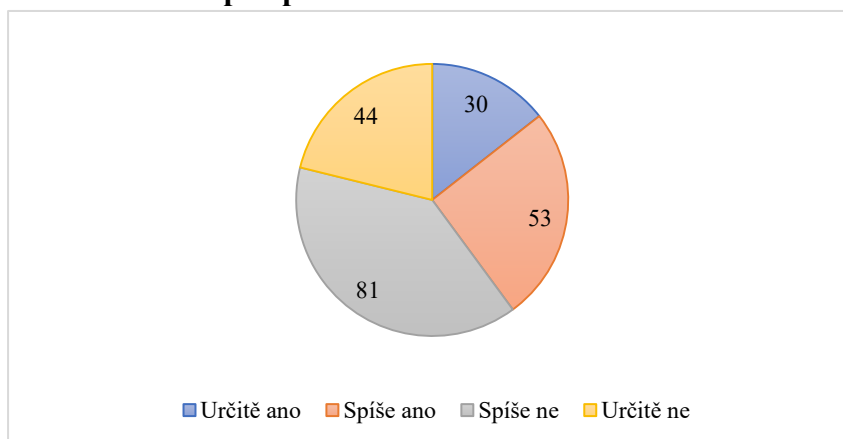


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše je patrné, že nejvíce respondentům (179) mají město spojené s místní Dobřanskou zmrzlinou. Druhou největší spojitost, až 81 respondentů, s městem mají dotazovaní se Šlovickým vrchem a „pastvinou“ divokých koní. 79 respondentů uvedlo, že město mají spojené s Přírodním koupalištěm Kotynka a 71 dotazovaných s Dobřanským pivem. Pátou nejčastější odpovědí je Lesopark Martinská stěna, tu si vybaví až 60 respondentů. Na šestém místě se umístil sport v Dobřanech s 44 odpověďmi a poté místní památky, který vybralo 33 respondentů.

Další otázka byla uzavřená a respondenti měli odpovědět na otázku, zda by zvážili přespání ve městě v případě dostatečné kapacity a kvality ubytovacího zařízení. Cílem a smyslem této otázky je, zda by se respondenti ubytovali ve městě při dostatečné kapacitě a kvality ubytovacího zařízení.

Obr. 15: Možné přespání ve městě



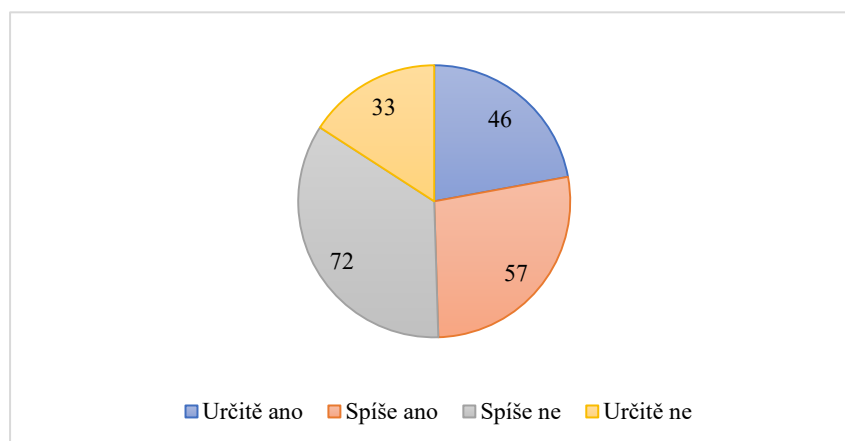
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Výše uvedený obrázek uvádí, že až 81 respondentů by se ve městě spíše neubytovalo a 44 dotazovaných uvedlo, že by se ve městě při záruce dostatečné kapacity a kvality ubytovacích zařízení ve městě, určitě neubytovalo. Celkem 53 dotazovaných, tj. 25,5 %, by se ve městě spíše ubytovalo. A 30 respondentů, tj. 14,4 %, by určitě přespání ve městě zvažilo.

Jedná se o zásadní otázku, kdy ačkoli respondenti v otázce č. 8 uvedli, že by se v Dobřanech zdrželi pouze na jednodenní výlet. Tak při zaručení dostatečné kapacity a kvality by přespání využilo již 39,9 % respondentů.

V následující uzavřené otázce se zjišťovalo, že ačkoli na návaznost s otázkou číslo 13, kde určití respondenti by ve městě vybudovali místo přírodního koupaliště či jim nevyhovuje kvalita vody v přírodním koupališti Kotynka. Zda by uvítali ve městě výstavbu krytého bazénu.

Obr. 16: Vybudování bazénu

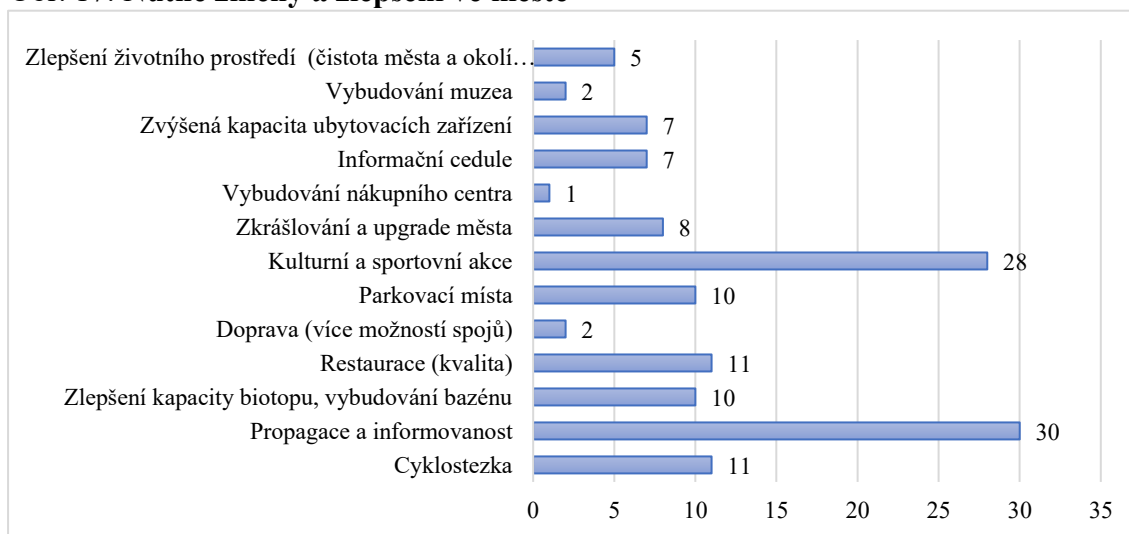


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku vychází, že celkem 72 respondentů uvedlo, že o krytý bazén ve městě spíše nestojí a 57 dotazovaných o něj určitě zájem nemají. Až 46 respondentů by určitě uvítalo ve městě krytý bazén a 33 dotazovaných by jej jen spíše uvítalo.

Otázku lze označit za jednu z nejdůležitějších. Jednalo se o otevřenou otázku, ve které mohli respondenti vyjádřit svůj názor na to, co by ve městě zlepšili nebo změnili, aby pomohli cestovnímu ruchu města. Cílem otázky je odhalit nedostatky tak, aby bylo možné jej napravit a přispět tak k větší atraktivitě pro město a k zvýšení počtu turistů.

Obr. 17: Nutné změny a zlepšení ve městě

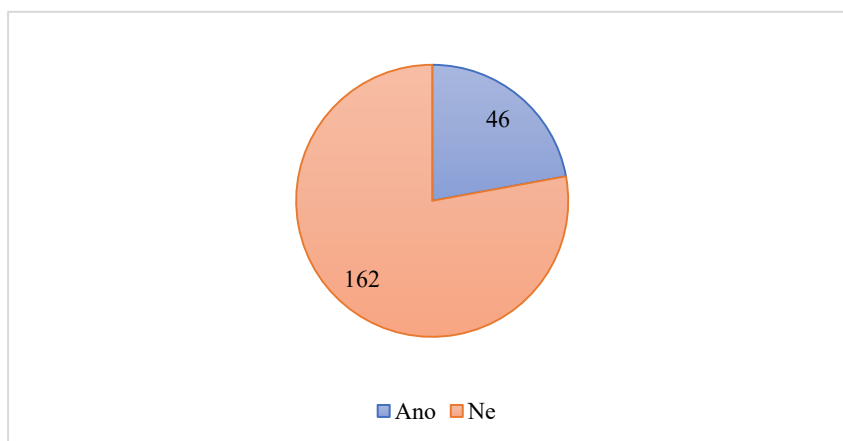


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše vyšlo, že město Dobruška by se mělo zaměřit na lepší propagaci a informovanost široké veřejnosti. Lidé dále projeví zájem o zvýšení pořádání kulturních a sportovních akcí ve městě. Dále by turisté uvítali, kdyby se ve městě vybuďovala nová cyklostezka, která by již nevedla skrz hlavní silniční komunikaci. Mezi další nedostatky, které turisté ve městě vidí jsou kupříkladu nedostatek parkovacích míst, nepořádek ve městě, špatné značení informačních cedulí ve městě či špatná kvalita vody v přírodním koupališti biotop Kotynka.

Další otázka se dotazovala respondentů, jestli se setkali někde s reklamou, která by přilákala turisty do města. Tato uzavřená otázka byla zvolena za účelem zjištění, jak moc je město propagované a zda turisté reklamu vnímají. Respondenti měli na výběr pouze z odpovědí ano nebo ne.

Obr. 18: Reklama města

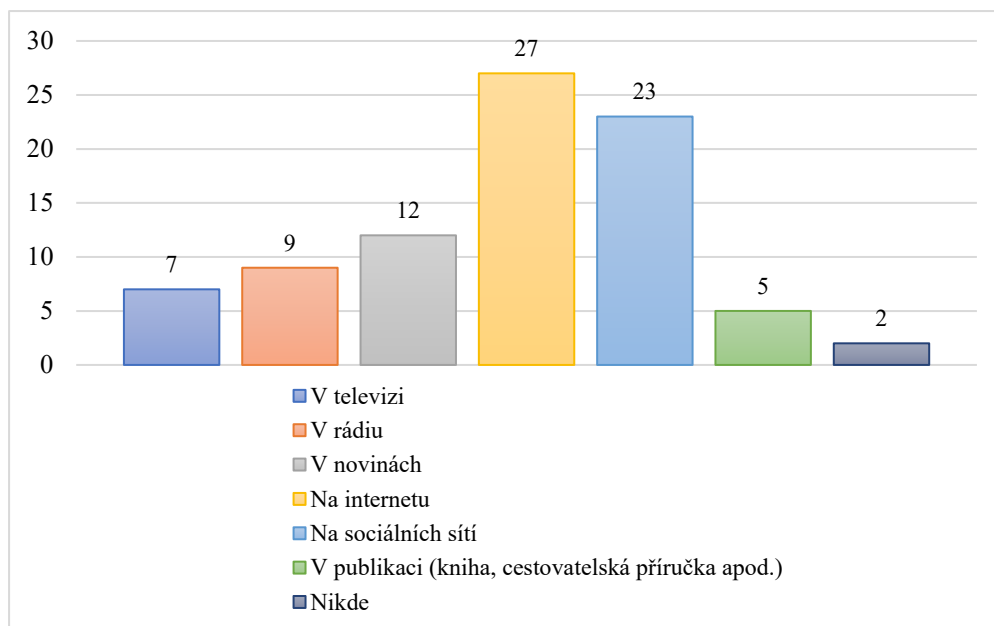


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše je patrné, že celkem 162 respondentů se s žádnou reklamou, která by měla účel nalákat turisty k návštěvě města, nikdy neseťkali. A 46 dotazovaných naopak uvedlo, že se již někdy s reklamou setkali.

Na tuto otázku odpovídají pouze respondenti, kteří v předchozí otázce č. 14 uvedli, že již dříve viděli reklamy o městě. Cílem této otázky je zjistit, kde se turisté nejčastěji setkávají s reklamami na město. Tato otázka nám řekne, které formy reklamy jsou populárnější a více vnímané. A naopak nám prozradí reklamy, které nejsou například využívány a může být v budoucnu na ně zaměřeno. Respondenti mohli vybírat z více odpovědí, případně zvolit odpověď jiná a napsat vlastní odpověď.

Obr. 19: Setkání s reklamou



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku je patrné, že až 27 dotazovaných, tj. 60 %, se s reklamou o městě setkali na internetu. Druhou nejčastější reklamou města je na sociálních sítích, tuto možnost zvolilo 23 dotazovaných, tj. 51,1 %. 12 respondentů uvedlo, že se s reklamou o městě setkali v novinách a 9 dotazovaných naopak v rádiu. V televizi vidělo reklamu na město Dobřany celkem 7 dotazovaných a reklamu formou publikace, kterou jsou myšleny například kniha o městě či cestovatelská příručka apod. se setkali celkem 5 dotazovaných. 2 respondenti uvedli, že se s reklamou nikde neseťkali.

Nyní autor vyhodnotí druhý ze zmíněných dotazníkových šetření. Tento dotazník byl určen pro obyvatele města Dobřany.

Nejprve bude pospána kontingenční tabulka na segmentační otázky. Díky její přehlednosti zjistíme, kolik mužů a žen v určitých věkových skupinách se podílelo na vyplnění dotazníku.

Tab. 3: **Věková struktura respondentů z Dobřan**

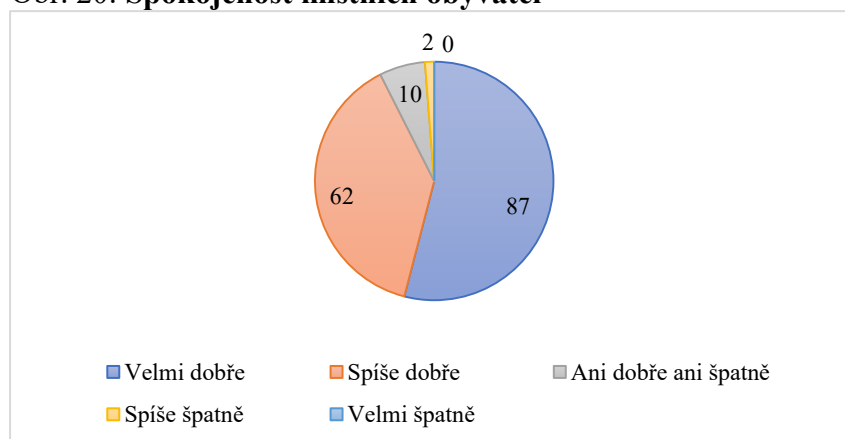
Popisky řádků	Muž	Žena	Celkový součet
Do 15 let	1	1	2
16-25 let	13	18	31
26-40 let	17	27	44
41-60 let	18	35	53
61 let a výše	8	25	33
Celkový součet	57	106	163

Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z tabulky výše je zřejmé, že na dotazníku určen pro obyvatele Dobřany se podílelo celkem 163 respondentů. Z toho se nejvíce účastnilo respondentů (53) ve věku 41-60 let. Dále budou představeny dvě tabulky, které budou filtrovány podle pohlaví, z výše uvedené tabulky. Na dotazníku se celkem podílelo 106 žen, tj. 65 %. Dotazníku se nejvíce zúčastnilo (35) žen ve věkovém rozmezí 41-60 let, tj. 33%. Dle výše uvedené tabulky je patrné, že se na dotazníku podílelo celkem 57 mužů, tj. 35 %. Kdy opět nejvíce respondentů (18) bylo ve věkovém rozmezí 41-60 let, tj. 31,6 %.

Zvolení této otázky v dotazníku je zjistit, jak se místním obyvatelům ve městě žije a zda jsou zde spokojeni.

Obr. 20: **Spokojenost místních obyvatel**



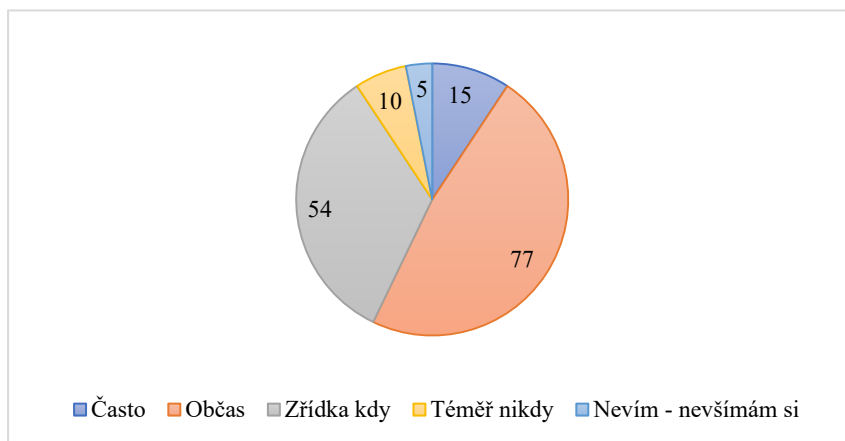
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z výše uvedeného obrázku je patrné, že 54 % respondentů uvedlo, že se jim ve městě žije velmi dobře, tedy 87 respondentů. Dále 38,5 %, tedy 62 respondentů jsou s žitím ve městě

spíše spokojeni. Poté 6,2 %, tedy 10 respondentů zvolilo odpověď, že se jim ve městě nežije ani dobře ani špatně.

Cílem této otázky je zjistit, jak často místní obyvatelé zaznamenávají pohyb turistů ve městě Dobřany. Zda se podle nich jedná o často navštěvované město turisty či je tomu jinak.

Obr. 21: Pohyb turistů ve městě

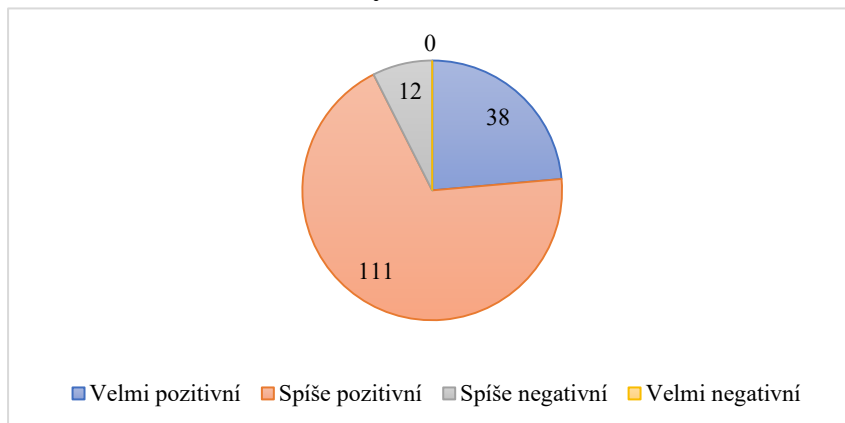


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Výše zobrazený obrázek uvádí, že 15 respondentů (9,3 %) zaznamenává častý pohyb turistů ve městě. 47,8 %, tedy 77 respondentů odpovědělo, že pohyb turistů zaznamenává pouze občas. Dále 54 respondentů, tedy 33,5 % zřídka kdy. Dále 10 respondentů, kteří tvoří 6,2 % ze všech dotazovaných, uvedlo, že pohyb turistů ve městě téměř nikdy nezaznamenávají. A zbylých 5 respondentů si turistů ve městě nevšímá.

Primárním záměrem bylo získat informace o tom, jak obyvatelé města vnímají turisty, jelikož každý z nás může mít naprosto odlišný vztah k turistům. Respondenti měli na výběr ze čtyř možných odpovědí.

Obr. 22: Vztah místních obyvatel k turistům

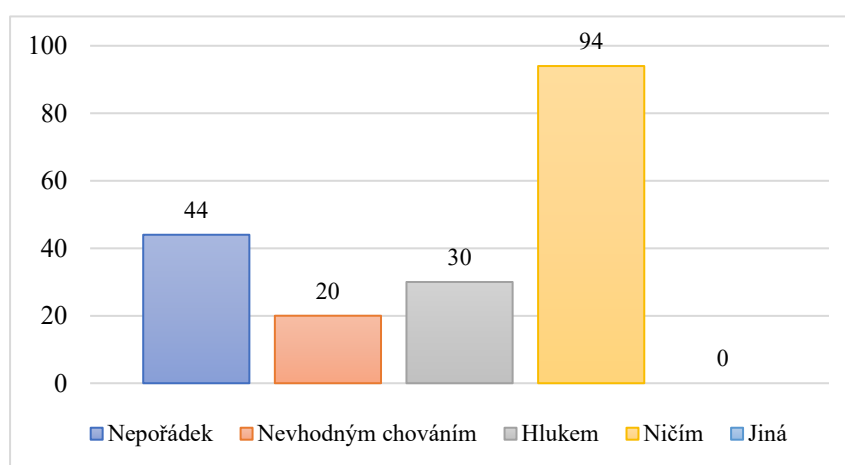


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku je převážně jasné, že obyvatelé Dobřan vnímají přítomnost turistů ve městě pozitivně. Jelikož až 38 respondentů odpovědělo, že vztah k turistům ve městě mají velmi pozitivní. Dále až 111 respondentů mají vztah k turistům spíše pozitivní. A 12 respondentů odpovědělo, že mají spíše negativní vztah k turistům. A nikdo z dotazovaných nezaškrtl, že vztah k turistům vnímají jako velmi negativní.

Tato otázka měla napomoci tomu, čím turisté obtěžují nejvíce místní obyvatele. Dotazovaní zde měli možnost z výběru odpovědí kupříkladu nepořádkem, nevhodným chováním, hlukem či ničím apod.

Obr. 23: Nevhodné chování turistů ve městě

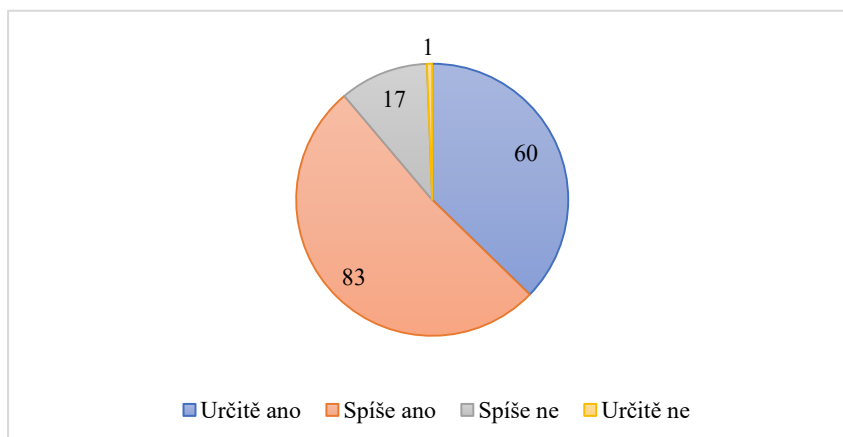


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše je patrné, že 94 respondentů uvedlo, že je turisté ničím neobtěžují. Nejčastěji vybranou možností, kterou turisté místní obyvatele obtěžují, je nepořádek. Tu uvedlo až 44 respondentů. Druhou nejčastější vybranou možností byl hluk. To zvolilo až 30 dotazovaných a 20 respondentů uvedlo, že je turisté obtěžují svým nevhodným chováním.

Účelem další otázky je znát subjektivní názor místních na to, zda si myslí, že si město zaslouží větší pozornost turistů a tím zvýšit cestovní ruch ve městě.

Obr. 24: Větší pozornost města

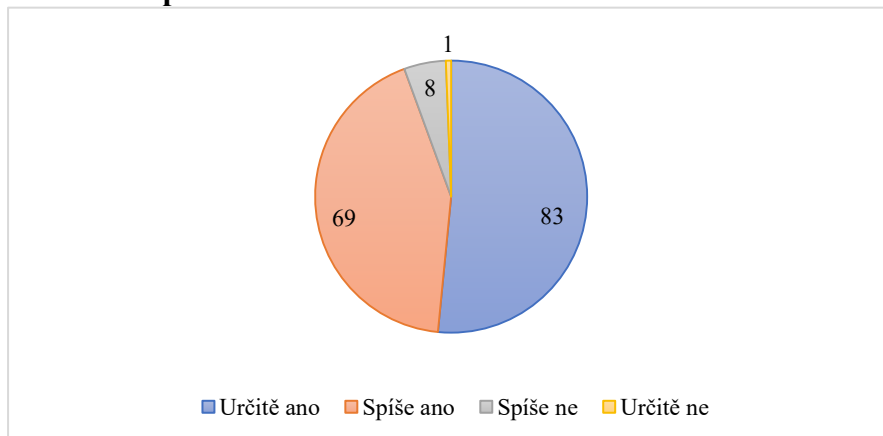


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Obrázek ukazuje, že město si podle místních obyvatel pozornost u turistů zaslouží. Neméně než 83 respondentů uvedlo, že si pozornost spíše zaslouží a 60 respondentů vybralo možnost určitě ano. Celkem 17 respondentů uvedlo, že by si město pozornost nezasloužilo a 1 respondent vybral možnost určitě ne.

V otázce č. 5 ze získaných odpovědí vzešlo, že podle místních obyvatel je město hodno větší pozornosti turistů. A tak smyslem této otázky je navázat na předchozí otázku, zda sami místní obyvatelé doporučují lidem návštěvu města.

Obr. 25: Doporučení města turistům

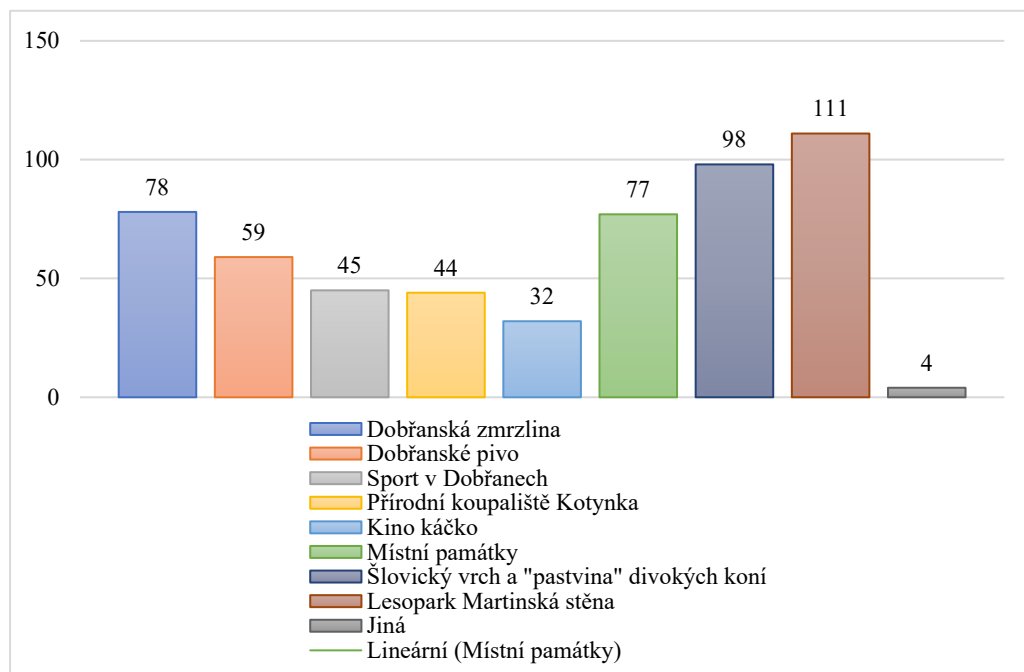


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

V této otázce uvedlo, až 83 respondentů, že by město Dobřany určitě doporučili turistům k navštívení. Dále 69 respondentů uvedlo, že by město spíše doporučili. 8 respondentů zvolilo možnost, kdy by spíše město turistům doporučili k návštěvě a 1 respondent vybral možnost, že by potenciálním turistům město nedoporučil.

Zjištění, co místní považují ve městě za zajímavé, považuji za velmi důležitou informaci. Protože pokud se místním něco ve městě líbí, pak následně dochází k doporučení zajímavosti a tím se zvýší cestovní ruch ve městě. Respondenti si mohli vybrat řadu zajímavostí, které podle autora práce patří k těm nejzajímavějším. Také mohli doplnit i své vlastní, které se v nabídce neobjevily.

Obr. 26: **Zajímavé ve městě**

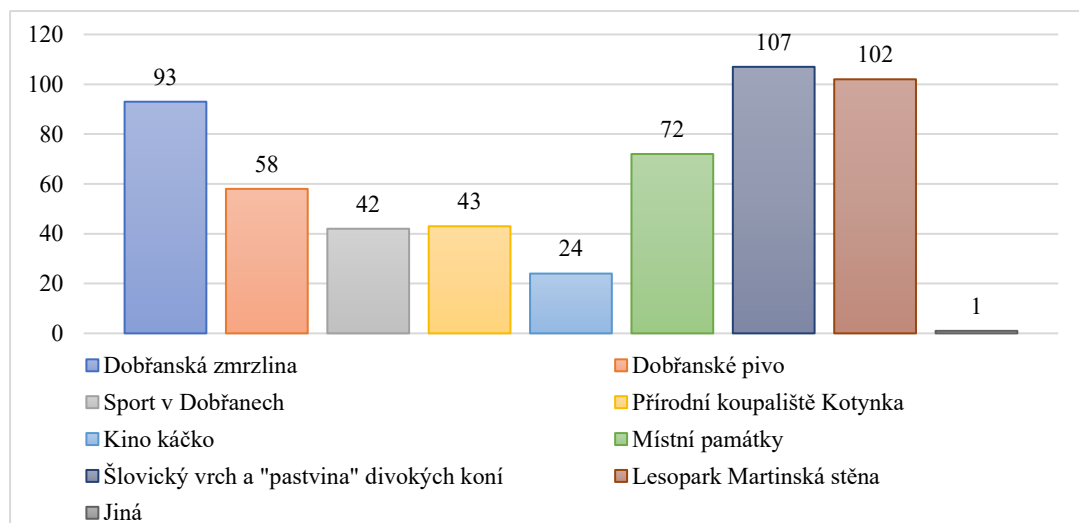


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše je patrné, že místní obyvatelé považují za nejzajímavější Lesopark Martinská stěna, tu uvedlo, až 111 respondentů a procentuální podíl činí 68,9 %. V těsném odstupu na druhém místě skončil Šlovický vrch a "pastvina" divokých koní tu zvolilo 98 respondentů a procentuální podíl tak činí 60,9 %. Na třetím místě skončila Dobřanská zmrzlina, kterou zvolilo 78 respondentů (48,4 %) a na čtvrtém místě byly zvoleny jako zajímavé místní památky, tu zvolilo 77 respondentů (47,8 %). Dobřanské pivo vybralo až 59 respondentů, což tvoří 36,6 % z celku. Na šestém místě skočil sport v Dobřanech tu zvolilo 45 respondentů. 44 respondentů zvolilo jako zajímavé v Dobřanech přírodní koupaliště biotop Kotynka. A 32 respondentů zvolilo jako zajímavé ve městě Kino Káčko. 4 respondenti zvolili možnost jiná, kde následně uvedli, že ve městě je také zajímavé náměstí společně s kostelem, pořádání kulturních akcí pod širým či řeka Radbuza.

V návaznosti na otázku č. 7, co je pro místní obyvatele ve městě zajímavé. Účelem této otázky je zjistit, co by místní doporučili turistům navštívit. Protože každého ve městě zajímá a má rád něco jiného. Autor tak považuje za velmi důležité udělat si přehled o tom, co Dobřanští obyvatele často doporučují turistům navštívit.

Obr. 27: Doporučení turistům navštívit



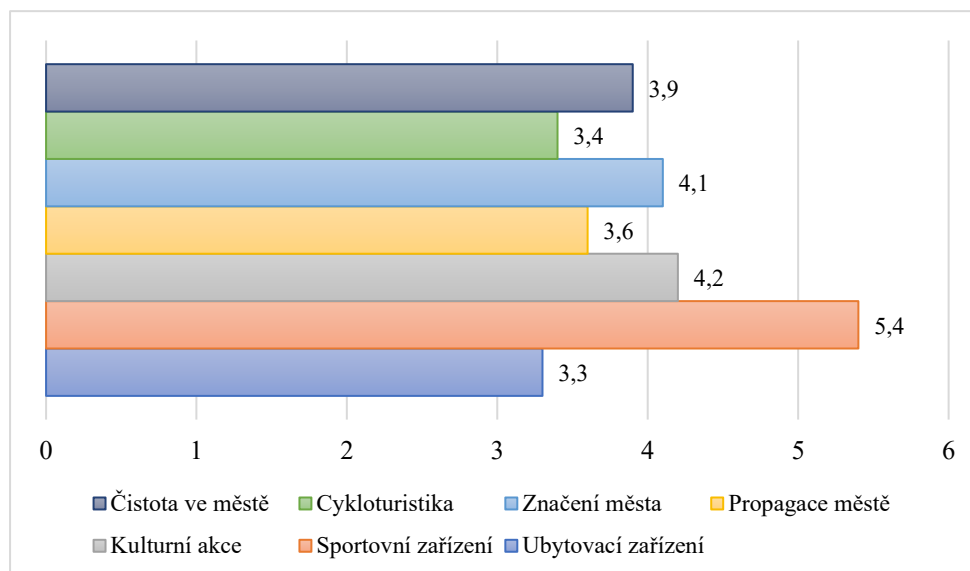
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku je zřejmé, že místní obyvatele by nejvíce doporučili navštívit Šlovický vrch "pastvina" divokých koní. Tuto možnost zvolilo 107 respondentů, tj. 66,5 %. Druhé místo, kteří by místní obyvatele vyzdvihli je Lesopark Martinská stěna. Tuto odpověď zvolilo 102 dotazovaných, tj. 63,4 %. 93 respondentů, tj. 57,8 %, uvedlo, že by poradili turistům navštívit Dobřanskou zmrzlinu a 72 dotazovaných, tj. 44,7 %, uvedlo, že by turistům doporučili navštívit místní památky. Dále až 58 respondentů (36 %) by turistům doporučilo navštívit a ochutnat Dobřanské pivo. 43 dotazovaných (26,7 %) by poradili turistům navštívit Přírodní koupaliště Kotynka a 42 respondentů (26,1 %) zvolilo možnost sport ve městě. Nejméně by místní obyvatele poradili navštívit kino Káčko, tuto možnost zvolilo 24 dotazovaných, tj. 14,9 %.

Cílem této otázky je shromáždit informace od místních lidí, jaká kategorie z nabízených, je třeba zlepšit. Respondenti měli za úkol ohodnotit jednotlivé kategorie od 1 do 7, přičemž 7 příčka znamenala zaměřit se na danou kategorii a zlepšit ji. Naopak 1 příčka znamená, že není třeba se na danou kategorii soustředit. Z vygenerovaného průměru se určí, na kterou kategorii se zaměřit a snažit se zlepšit. Respondenti měli možnost výběru z kategorie čistota ve městě, cykloturistika, značení ve městě, propagace města, kulturní

akce, sportovní zařízení a ubytovací zařízení. Díky této otázce se získá jedna z nejvíce podstatných informací.

Obr. 28: Nutno zlepšit ve městě

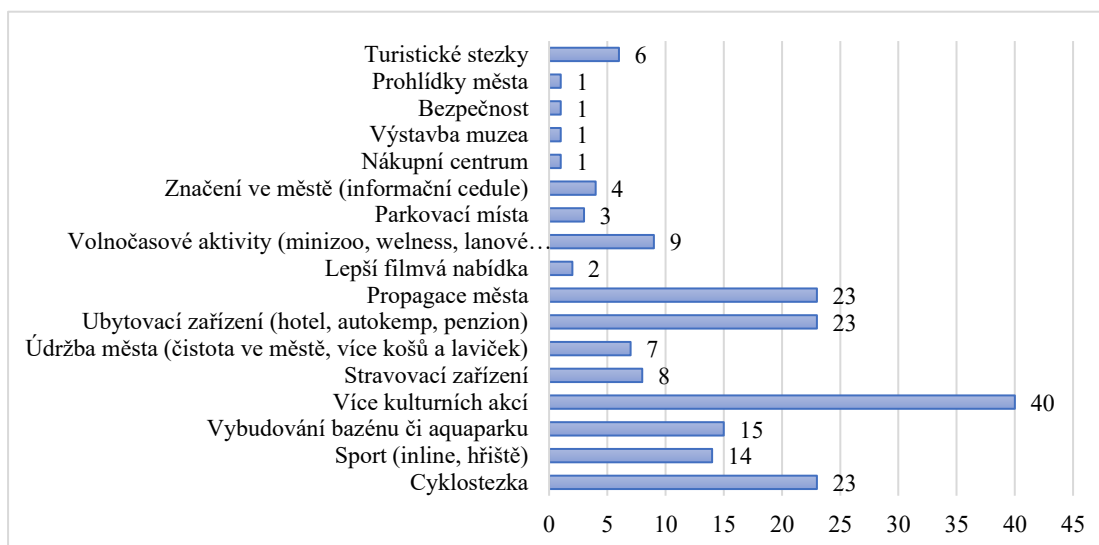


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z výše uvedeného obrázku vyšlo, že většina sportovišť ve městě potřebuje pozornost a vylepšení. Následně si dotazovaní domnívají, že by bylo dobré se zaměřit na pořádání kulturních akcí ve městě. Jelikož pořádání prestižních akcí či pořádání více kulturních akcí ve městě mohou přilákat více potenciálních turistů. Dále zajistit lepší značení ve městě. Dále se respondenti myslí, že by se ve městě mohla udržovat větší čistota. Jelikož bordel ve městě může naopak turisty v další návštěvě odradit.

V následující otázce, která je otevřená měli respondenti možnost projevit svůj názor a sdělit jaké konkrétní nápady napomohu cestovnímu ruchu ve městě. Znat názor místních obyvatel autor považuje za velmi důležitý.

Obr. 29: Zvýšení atraktivity



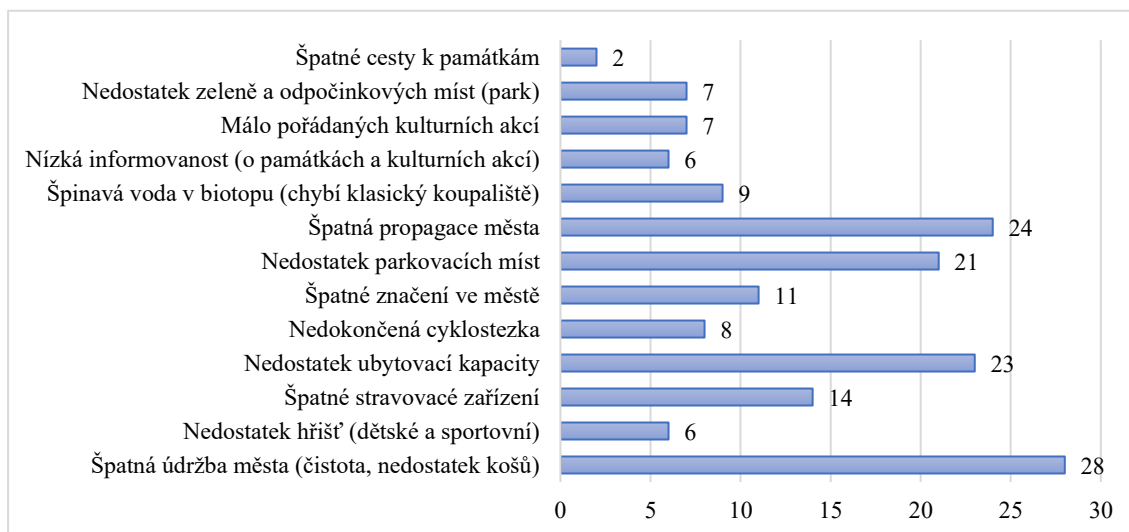
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Výše uvedený obrázek ukazuje, že lidé očekávají, že se ve městě bude pořádat více kulturních akcí, které mohou pomoci zvýšit prestiž města a přilákat turisty. Respondenti uváděli, že by bylo vhodné pořádat kulturní akce pro všechny věkové kategorie. Respondenti v otevřené otázce uváděli, aby se ve městě pořádali například festivaly, food festival nebo filmový festival. Dále pořádat více prestižních koncertů jako je Radbuza festival, který se koná jednou ročně.

Respondenti by uvítali výstavbu nové cyklostezky. Dotazující také uváděli, že by se ve městě mohlo vybudovat nové ubytovací zařízení, který může přilákat více turistů.

Účelem další otázky bylo zjištění, jaké se ve městě nacházejí nedostatky, které mohou odrážet potenciální turisty k návštěvě. Tato otázka měla přispět k tomu, aby se těmto nedostatkům vyhnulo a napravili se. Proto se autor domnívá, že se jedná o jednu ze zásadních otázek, které se v dotazníku nacházejí.

Obr. 30: Nedostatky ve městě Dobřany



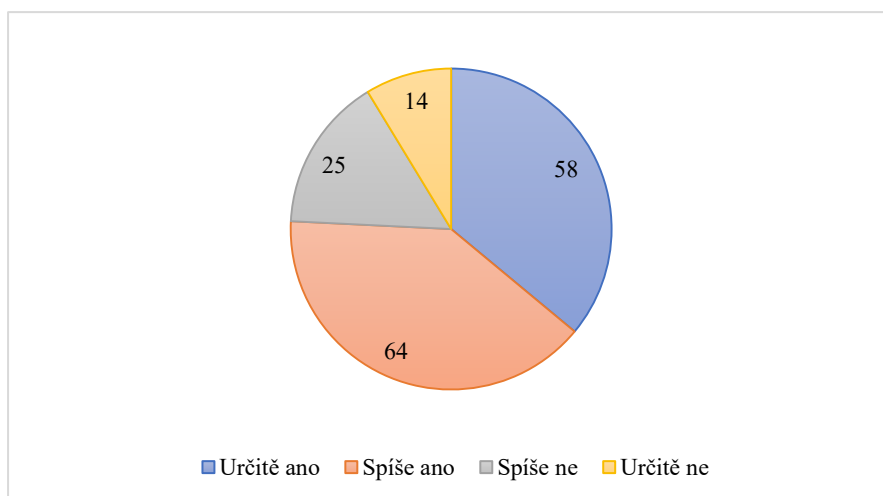
Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku vyplývá, že největším nedostatkem je špatná údržba města. Mezi časté připomínky patřily podle respondentů nepořádek ve městě, nedostatek odpadkových košů nebo neposečená tráva, a to jak ve městě, tak například v lesoparku Martinská stěna. Druhým nedostatkem, který respondenti často zmiňovali, je špatná propagace města. Dotazující také uvedli, že ve městě je nedostatek ubytování. Častou připomínkou je, že ve městě se vyskytuje pouze jeden hotel, který je vzhledem k dobré poloze velmi drahý, a to může turisty odradit.

Dalším často zmiňovaným nedostatkem v otevřené otázce je nedostatek parkovacích míst, a to jak v rámci města, tak památek či atrakcí, které se město snaží propagovat, aby je turisté navštívili.

V této otázce byli respondenti dotazováni, zda by město mělo podpořit výstavbu nového ubytovacího zařízení. Cílem otázky je, získat názor místních obyvatel na výstavbu ubytovacího zařízení. Jelikož v otázce č. 11 odpovídali respondenti, že jedním z nedostatků je nedostatečné množství ubytovacích kapacit. A tento nedostatek může turisty odradit od dlouhodobé návštěvy města.

Obr. 31: Výstavba ubytovacího zařízení

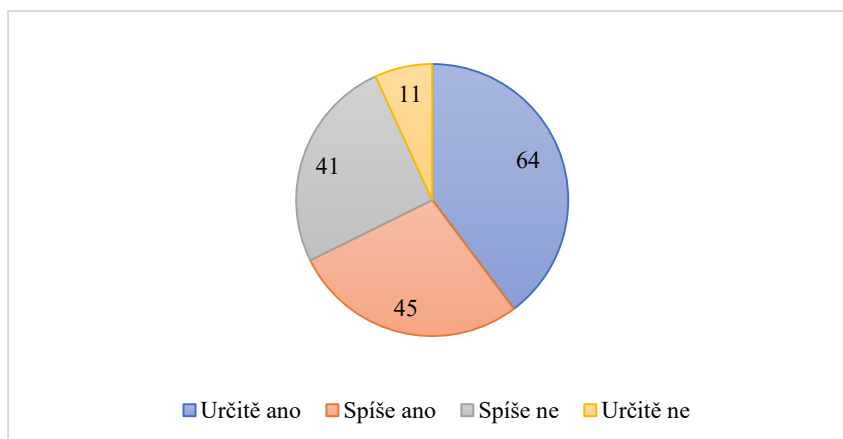


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku je patrné, že místní obyvatelé by podpořili výstavbu nového ubytovacího zařízení. Až 64 respondentů, tj. 39,8 %, uvedlo, že by výstavbu spíše podpořilo a 58 respondentů, tj. 36 %, zvolil, že by výstavbu ve městě určitě město mělo podpořit. Až 25 respondentů, tj. 15,5 % by výstavbu nového ubytovacího zařízení ve městě spíše nepodpořilo a 14 respondentů zvolilo možnost, že by určitě výstavbu nepodpořilo, tj. 8,7 %.

Účelem otázky je zjistit, zda si respondenti myslí, že je ve městě dostatek parkovacích míst. A tak měli respondenti odpovědět na otázku, zda se již setkali s tím, že nemohli ve městě zaparkovat. Protože nedostatek parkovacích míst, ať už ve městě, u atraktivit, které město turistům propaguje, může návštěvníky odradit. Protože většina turistů často volí jako dopravní prostředek do Dobřan vlastní automobil.

Obr. 32: Parkovací místa

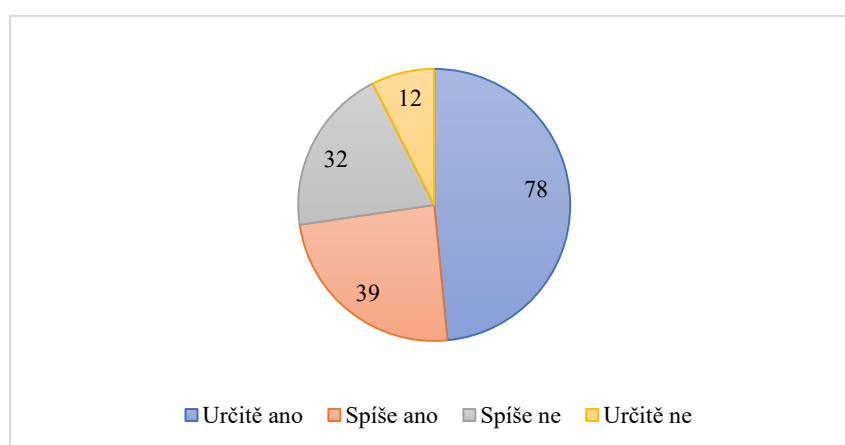


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku uvedeného výše je patrné, že nejčastější odpovědí je určitě ano, tu zvolilo až 64 respondentů, tj. 39,8 %. Možnou odpověď spíše ano zvolilo 45 respondentů, tj. 28 %. V těsném závěru odpověď spíše ne vybralo 41 respondentů, tj. 25,5 %. Odpověď určitě nezvolilo 11 respondentů, tj. 6,8 %.

V této otázce autor přišel s návrhem, který může přispět k větší návštěvnosti města. Cílem bylo zjistit, zda mají respondenti zájem o vybudování krytého bazénu na úkor současného přírodního koupaliště Kotynka. Nový krytý bazén by mohli celoročně využívat turisté i místní obyvatelé.

Obr. 33: Vybudování bazénu

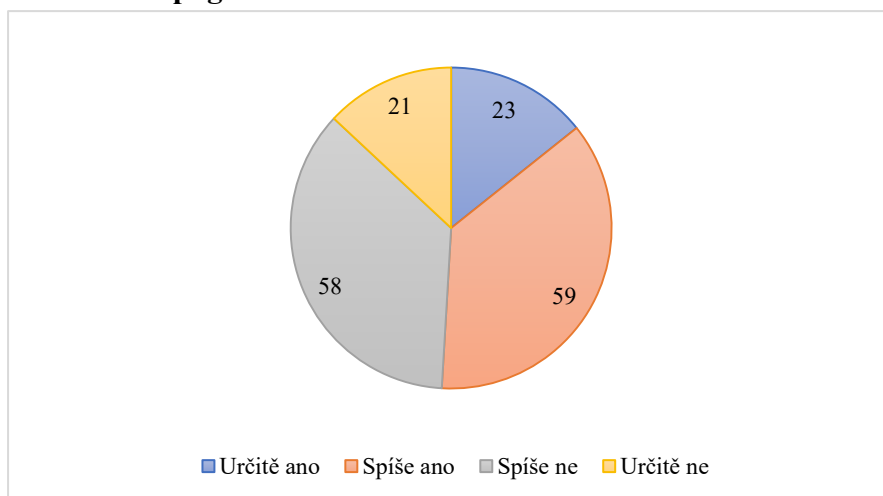


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše vyplývá, že až pro 78 respondentů by bylo určitě zajímavé či lákavé, kdyby přírodní koupaliště bylo přestavbě spíše na krytý bazén. Tuto myšlenku s výstavbou by spíše podpořilo a přijalo i 59 dotazovaných. Naopak 32 respondentů by danou myšlenku spíše nepodpořilo a 12 dotazovaných by jej určitě nezaujala.

Hlavní myšlenkou další otázky je zjistit, zda respondenti věří, že město je dostatečně propagováno. Získání odpovědi na tuto otázku považuje autor za jednu z podstatných informací, jelikož v návaznosti na otázku č. 11 byla propagace označena jako jeden z nedostatků, který se ve městě vyskytuje.

Obr. 34: Propagace města

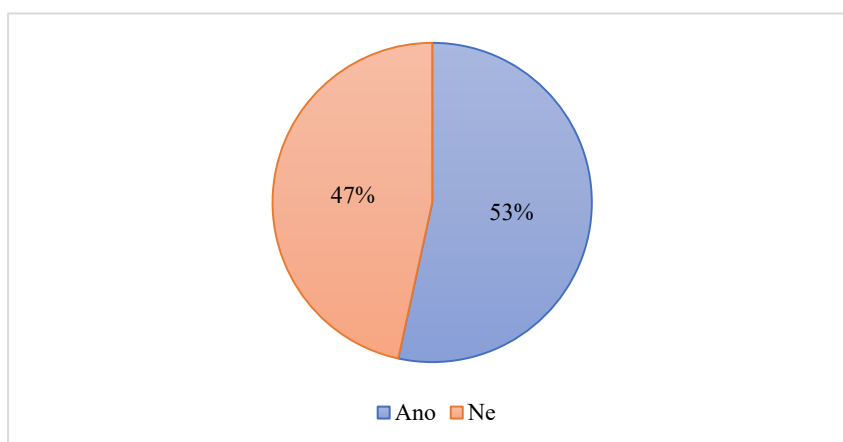


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše je zřejmé, že celkem 59 respondentů uvedlo, že je město spíše dostatečně propagované. Až 58 respondentů uvedlo a myslí, že město není spíše dostatečně propagované. 23 respondentů si myslí, že město je určitě dostatečně propagované a naopak 21 respondentů zvolilo, že si nemyslí, že je město dostatečně propagované.

Díky této uzavřené otázce je zjišťováno, kolik respondentů se někdy setkalo s reklamou o městě, která by lákala turisty k návštěvě města. V otázce byla možnost odpovědi pouze ano nebo ne.

Obr. 35: Reklama města

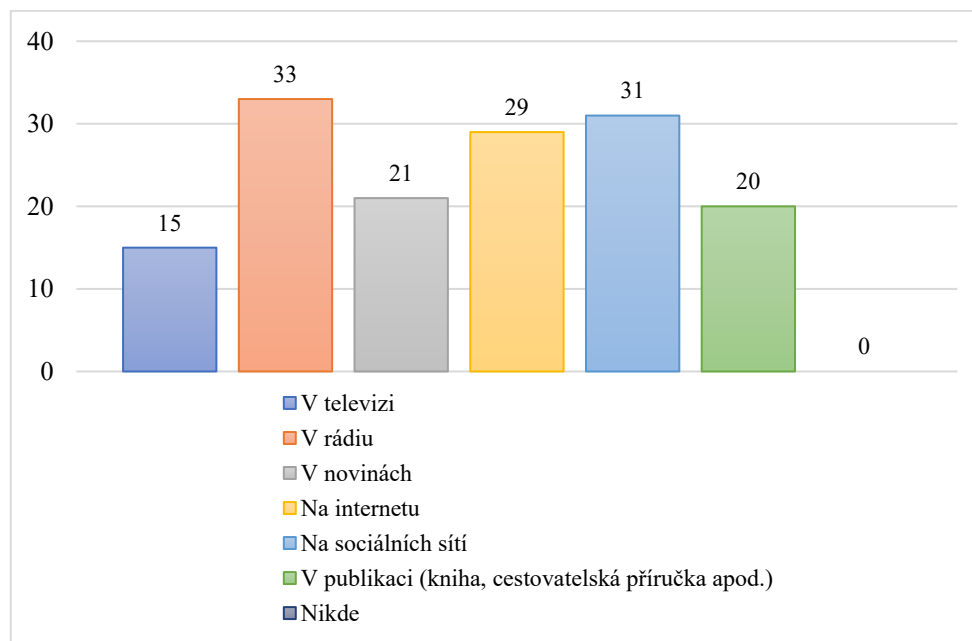


Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Obrázek výše uvádí, že až 86 dotazovaných, tj. 53,4 %, se již někdy setkali s reklamou, která by lákala turisty k návštěvě. A naopak až 75 respondentů, tj. 46,6 %, uvedlo, že se s reklamou nikdy nesetkali.

Na tuto otázku mohli odpovědět pouze respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že se s reklamou, již někdy setkali. Díky tomu se zjistí, kde se respondenti s reklamami nejčastěji setkávají. Prostřednictvím sběru dat je pak lze kupříkladu více podpořit reklamu, která nebyla často zvolena. Dotazovaní měli možnost si vybírat z odpovědí v televizi, rádiu, novinách, internetu, sociálních sítích, publikacích nebo kdekoli.

Obr. 36: Setkání s reklamou



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z výše uvedeného obrázku je patrné, že nejvíce respondentů, až 33 dotazovaných se s reklamou setkala v novinách. Druhou nejčastější volenou možností u dotazovaných, byla reklama na sociálních sítích, tu zvolilo 31 respondentů. 29 respondentů zvolilo možnost reklamy na internetu a 21 dotazovaných uvedlo, že se s reklamou setkali v publikacích. Kterou je myšleno například kniha o městě či cestovatelská příručka apod. A 15 respondentů uvedlo, že se s reklamou o městě setkala v televizi.

5 Návrh koncepce

V této kapitole bakalářské práce autor navrhuje koncepcí pro rozvoj cestovního ruchu ve městě Dobřany, a to na základě provedené analýzy dotazníkového šetření, který byl zaměřen jak pro obyvatele Plzeňského kraje, jak vnímají město a co by zde například vylepšili, aby město navštívili. A druhé dotazníkové šetření bylo mířeno pro obyvatele města Dobřany, a to z důvodu zjištění, jak sami vnímají turisty a jaké nedostatky se zde nacházejí.

Z výsledků dotazníkových šetření vyplývá několik zjištění, které by mělo brát město v úvahu, pokud chtějí zlepšit či vylepšit cestovní ruch ve městě. Cílem tak byl z průzkumu získat případné nápady či zjištění nedostatků, které se ve městě objevují. Dílčím cílem průzkumu bylo, vytvořit návrhy na zlepšení cestovního ruchu ve městě.

Z dotazníkových šetření autor práce zjistil nedostatky, kterým by bylo dobré předejít. Jsou jimi:

- Jedním z hlavních problémů vyskytující se ve městě je nedostatečná propagace města. Tento fakt lze prokázat z dotazníkových šetření, které autor prováděl. Kdy v dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje, v otázce č. 13, respondenti uvedli, že by mělo město zlepšit propagaci města. V dotazníku pro obyvatele Dobřany, v otázce č. 11, kde měli respondenti zmínit vyskytující se nedostatky ve městě, se propagace města umístil jako druhý nejčastější nedostatek.
- Jako jeden z návrhů ke zlepšení cestovního ruchu ve městě by napomohla výstavba cyklostezky ve městě. Respondenti často zmiňovali, že ve městě chybí cyklostezka. V otázce č. 13 dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje, respondenti často zmiňovali, že by ve městě uvítali vybudování nové cyklostezky. V otázce č. 10 pro obyvatel Dobřany vzešlo, že by respondenti nechali vystavit ve městě novou cyklostezku. Díky ní by město napomohlo k rozvoji cykloturistiky. Aktuální stav není příliš dobrý, neboť cyklistická trasa je spojena s hlavní silniční komunikací. A tomu by se mělo předejít.
- Na návrh případné rekonstrukce přírodního koupaliště na krytý bazén, byli dotazováni sami respondenti z dotazníkových šetření. Kde oba dotazníky dostaly shodnou otázku, zda by ve městě uvítaly krytý bazén na úkor současného biotopu Kotynka. V otázce č. 12 dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje vzešlo, že respondenti by na 50,5 % ve městě chtěli nechat biotop. Naopak v otázce č. 14

dotazníku pro obyvatele města Dobřany vzešlo, že krytý bazén by uvítalo až 72,6 % dotazovaných.

- V dotazníku pro obyvatele města Dobřany v otázce č. 9 měli respondenti seřadit predikované kategorie. Následně vyšlo, že by se město mělo zaměřit na zlepšení sportovních zařízení ve městě. Proto autor práce navrhuje, aby se Dobřany podílely na výstavbě nových či renovaci starých sportovišť, které se ve městě nacházejí.
- Ve městě se nevyskytuje dostatečné množství ubytovacích kapacit. Tento fakt lze podložit z dat získaných z dotazníkových šetření výše. V otázce č. 8 v dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje uvedlo 175 respondentů (84 %), jednodenní výlet do města Dobřany, na úkor návštěvy města s přenocováním. Ve stejném dotazníku v otázce č. 11 stálo, že při záruce dostatečné kvality ubytovacího zařízení by ve městě přespalo až 40 % dotazovaných. Je tedy dle procentuálního průzkumu vidět, že při určité záruce by lidé možnost ubytovat se ve městě uvítali. Dostatečné množství ubytovacích kapacit, lze považovat za jeden z největších nedostatků ve městě. Tento fakt lze podložit z dotazníku pro obyvatele Dobřany. Jsou jimi otázky č. 11 a 12. V otázce č.11 respondenti vyjadřovali svůj názor v otevřené otázce, kde vnímají tento nedostatek kvůli aktuálně jedinému hotelu vyskytující se ve městě. Cena je příliš vysoká, což může turisty odradit od přespání ve městě. V otázce č. 12 tedy stojí, zda by místní obyvatelé podpořili výstavbu ubytovacího zařízení. 75,8 % projevilo souhlas a podporou pro to, aby se zde ubytovací zařízení vybudovalo.
- Dále respondenti často uváděli, v otevřené otázce č. 11 pro obyvatele Dobřany, že jedním z nedostatků ve městě je nedostatek zeleně a odpočívacích míst (park) a také špatná údržba města (čistota, nedostatek odpadkových košů). I respondenti z Plzeňského kraje uváděli v otevřené otázce č. 13, že město by mohlo zlepšit životní prostředí, často tak bylo zmiňováno, aby se město zaměřilo na čistotu ve městě. Tímto autor považuje tento nedostatek za důležitý, jelikož nepořádek ve městě může velmi ovlivnit cestovní ruch.

5.1 Priority strategie

Na základě výstupních dat z dotazníkových šetření autor zmínil, dle jeho mínění, největší nedostatky vyskytující se ve městě a dále navrhl tři priority určené k rozvoji cestovního ruchu ve městě.

Priorita 1: Zkvalitnění a rozšíření základní a doplňkové infrastruktury a služeb cestovního ruchu.

Myšlenkou a cílem této priority je napomoci místní cykloturistice, jelikož sami respondenti by uvítali ve městě výstavbu nové cyklostezky. Dále by tato priorita měla napomoci zvýšení ubytovací kapacity. A v neposlední řadě také podpora sportovní infrastruktury ve městě.

Priorita 2: Zajistit lepší vzhled města.

Tato priorita je zaměřena na udržení lepší údržbu ve městě. Cílem této priority je předejít nepořádku ve městě na který respondenti sami upozorňovali v dotazníkových šetření. A dále by tato priorita měla napomoci k podpoře více zeleně a odpočívacích míst ve městě.

Priorita 3: Zajištění propagace města Dobřany.

Návrh této priority je za účelem vytvoření Instagramové stránky města, která by mohla napomoci k širšímu ohlasu o městě. Jelikož samotní respondenti zmiňovali, že město není dostatečně propagované.

5.2 Cíle priorit

1. Zkvalitnění a rozšíření základní a doplňkové infrastruktury a služeb cestovního ruchu.

Cíl 1.1 Zlepšit dopravní infrastrukturu (cyklo turistika). – (3.kvartálu 2022–1.kvarálu 2023)

Cíl 1.2 Zlepšit sportovní infrastrukturu. (nové sportovní a dětské hřiště, rekonstrukce přírodního koupaliště na krytý bazén)

Cíl 1.3 Vybudovat nové ubytovací zařízení. – (2.kvartálu 2024–4.kvarálu 2025)

2. Zajistit lepší vzhled městě.

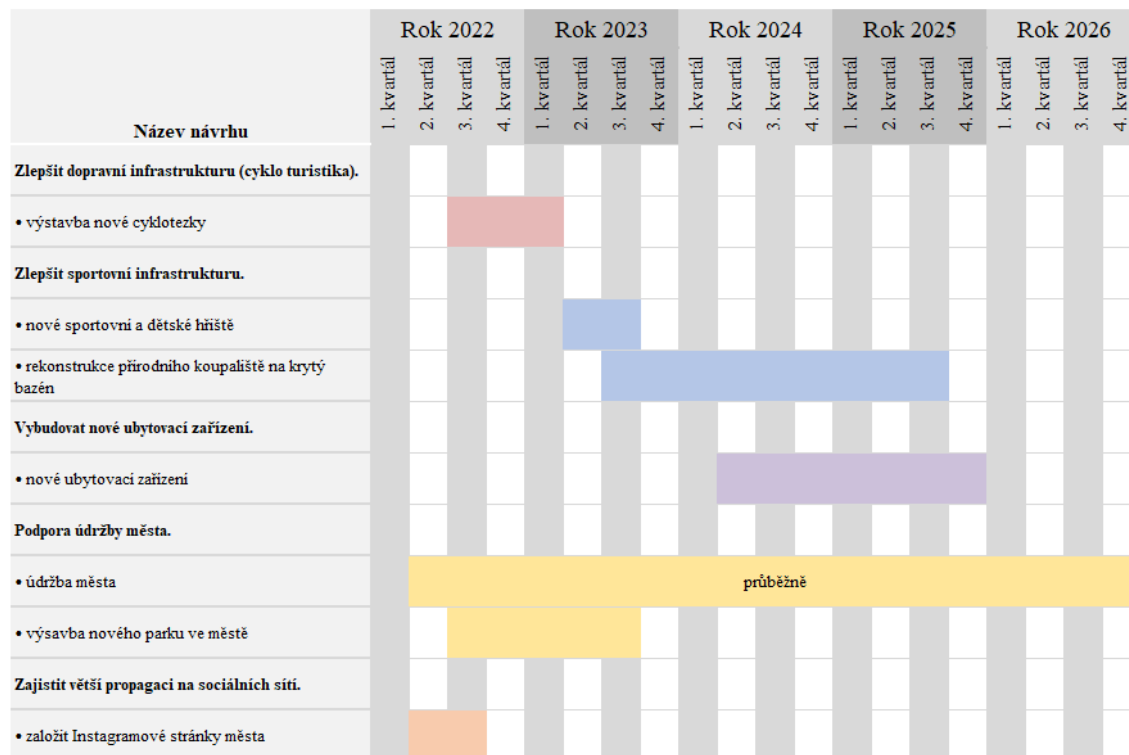
Cíl 2.1 Podpora údržby města. – (průběžně)

Cíl 2.2 Podpořit výstavbu nových parků ve městě. – (3.kvartálu 2022–4.kvarálu 2023)

3. Zajištění propagace města Dobřany.

Cíl 3.1 Zajistit větší propagaci na sociálních sítí. – (2.kvartálu 2022–3.kvarálu 2022)

Obr. 37: Harmonogram



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

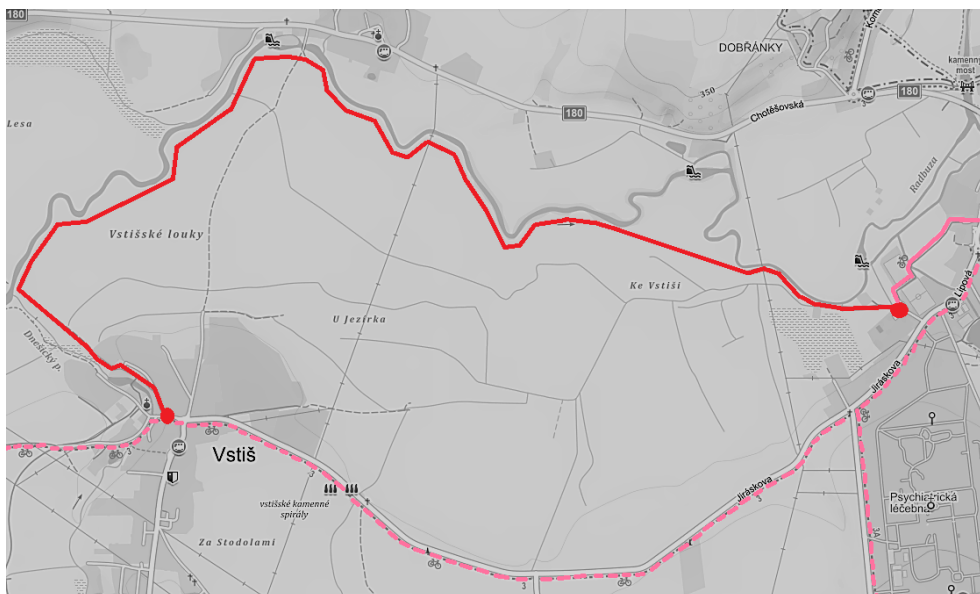
5.3 Návrhy

Pro naplnění jednotlivých dílčích cílů jsou navržena opatření, která by měly sloužit k naplnění dílčích cílů.

Cíl 1.1 Zlepšit dopravní infrastrukturu (cyklo turistika)

Návrh k vybudování by vypadal tak, že by cyklistická trasa začínala u aktuálně nově zrekonstruované části v ulici Luční, následovala by poté podél řeky Radbuzy až do spádové obce Vstíř. Trasa by mohla být vyasfaltována, aby na ní mohli jezdit cyklisté, inline bruslaři, ale také maminky s kočárkem. Nutností vybudování cyklostezky je splnění podmínek evropské normy CT3. K realizaci výstavby tohoto návrhu by mohla posloužit určitá dotace či grant. Případnými investory by mohla být Evropská Unie, ministerstvo pro místní rozvoj ČR či Plzeňský kraj.

Obr. 38: Cyklostezka – návrh trasy



Zdroj: vlastní zpracování (2022)

Z obrázku výše autor předkládá návrh, kudy by vedla navrhovaná část cyklostezky. Na obrázku jsou zobrazeny dvě barvy, které mají svůj význam. Stávající část cyklostezky je zvýrazněna růžovou barvou. Kdy plná čára představuje cyklostezku mimo hlavní komunikace a přerušovaná růžová čára vyznačuje cyklostezku vedoucí skrz hlavní silniční komunikaci. Červeně značená trasa je navržena autorem. Navrhovaná trasa by měla navázat již na nově vybudovaný úsek a končila by v obci Vstíř.

Cíl 1.2 Zlepšit sportovní infrastrukturu

Nové sportovní a dětské hřiště by se například mohlo vystavět u fotbalového areálu. Kde v létě tráví svůj volný čas hodně místních lidí a turistů i díky nedaleké vyhlášené Dobřánské zmrzlině. Sportovní i dětské hřiště by se tedy nacházelo na velmi frekventovaném místě. Dětské hřiště by prioritně využívaly maminky s malými dětmi. A sportovní hřiště by zde mohli využívat jak fotbalisti v rámci tréninkových jednotek, tak i návštěvníci.

Dále by město mohlo zrekonstruovat skate park nacházející se v ulici Sportovců. Toto hřiště nebylo dlouho rekonstruované a zasloužilo by si případnou revitalizaci. V blízkosti skate parku se vyskytuje i dětské hřiště, také zde by byla vhodná renovace.

Další sportovní či dětské hřiště by bylo dobré vystavět u kina Káčko. Jelikož se v blízkosti, žádný takový park nevyskytuje. Napomohlo by to i tomu, že se v aktuální době v blízkosti kina vystavují nové domy.

Autor dále navrhuje případnou rekonstrukci přírodního koupaliště na krytý bazén, který by zároveň mohl být doprovázen vířivkou, saunou, dětským brouzdalištěm nebo jinými atrakcemi. Tyto doplňky by také mohly napomoci k většímu zájmu u lidí. Na rozdíl od přírodního koupaliště by mohl být krytý bazén otevřen celoročně. Krytý bazén by prioritně oslovil místní obyvatele a pochopitelně také lidi z okolích měst. Výstavba by tedy logicky mohla přispět k většímu zájmu u turistů.

Předností by byla i pravidelně čistá voda, na kterou si často lidé stěžují. Což potvrdili v otevřených otázkách samotní respondenti. Ačkoli by voda v bazénu již nebyla vhodná pro alergiky, přilákala by lidi, kteří biotop právě kvůli špatné vodě odsuzují. Špinavá voda v biotopu je zapříčiněna špatnou výstavbou koupaliště. Biotop má malé množství čistících ploch, který v hlavní špičce sezóny nestíhají vodu čistit. Rekonstrukcí biotopu na krytý bazén by se nepochybně zvýšila návštěvnost nejen zdejších obyvatel.

Cíl 1.3 Vybudovat nové ubytovací zařízení

Město by tedy mohlo podpořit výstavbu nového ubytovacího zařízení. Předpokládaný čas realizace do roku 2025.

K zvýšení atraktivnosti města by město mohlo podpořit kupříkladu výstavbu netradičního ubytovacího zařízení, kterým může být například glamping. Jedná se o velký trend v poslední době, který láká spousta turistů a je již známý a oblíbený i u nás v České republice. Termín glamping byl vytvořen sloučením anglických výrazů „glamorous“ a „camping“. První zmínky o takové možnosti ubytování zasahují až do Afriky, kde se tento styl ubytování využíval při návštěvě safari. Glamping je založen na ubytování v přírodě, kde se snaží spojit ubytování spolu s tradičními campingovými aktivitami. (Lyu, Kim, & Bae, 2020) Oxford University Press definuje glamping jako „*formu kempování zahrnující ubytování a zařízení luxusnější než, ty, které jsou spojeny s tradičním kempováním*“. V České republice glamping nalezneme například v obci Čejkovice ve formě vodního domku či obec Pluhův Žďár ve formě chatky v lese na břehu rybníka.

Pokud by ve městě výstavbu předchozího ubytovacího zařízení podpořit nechtělo, mohlo by vystavit ve městě autokemp. Tím by si mohli přilákat turisty, kteří by do města přijala vlastním automobilem. Což se dle dotazníku pro obyvatele Plzeňského kraje stalo, kde až 162 respondentů, tj. 78 %, v otázce č. 7 zvolilo vlastní automobil. Existují dva typy autokempů, a to buď autokempu, kde návštěvníci přespí ve svém autě či karavanu

nebo přespí ve stanu. Tento typ ubytování může být aktuálně pro obyvatele České republiky častější volba, která bude turisty preferována. A to z důvodu aktuální covidové situace lidé preferují spíše domácí cestovní ruch na úkor zahraničního. Je nutno však podotknout, že tento typ ubytování není příliš atraktivní pro zahraniční turisty. Autokemp je často využíván turisty, kteří vyhledávají aktivní způsob trávení dovolené. Jedná se většinou o cyklisty a sportovní turisty.

Pokud by město nechtělo podpořit ani jeden z navrhovaných stylů ubytování, pak by mohlo podpořit výstavbu penzionu či dalšího hotelu. Tento návrh autor považuje za krajní řešení, a to kvůli nákladnosti a faktu, že se město Dobřany nachází v dojezdové vzdálenosti k městu Plzeň, které je ubytovací kapacitou přeplněno. Vybudováním dalšího hotelu by se nepochybně zvýšila prestiž města, což by mohlo přilákat více turistů. Minimálně by se tím zvětšila ubytovací kapacita. Hotely by mohli využívat nejen úředníci z jiných měst při kongresových jednáních, ale také turisté a umělci při častých kulturních akcích a festivalech. Možnost ubytování v hotelu by uvítaly i sportovní kluby během svých turnajů a zápasů, které se zde v Dobřanech během roku uskuteční velký počet.

Cíl 2.1 Podpora údržby města

Významný krok, který by napomohl cestovnímu ruchu, je zajištění větší čistoty ve městě. Jelikož znečištění města byl častý nedostatek, který respondenti zmiňovali v dotazníku. Proto by autor práce navrhoval, rozmístit ve městě ještě více odpadkových košů, aby se předcházelo k častému znečišťování. Dále si respondenti stěžovali na úpravu trávy po celém městě. Proto dále autor navrhuje intenzivnější úklid města spojený s precizností.

Cíl 2.2 Podpořit výstavbu nových parků ve městě

V dotaznících občas také zaznělo, že by lidé rádi ve městě uvítali více zeleně a odpočívacích míst ve formě parků. Vybudováním odpočinkového parku by si lidé mohli užít klid. Nový park by mohl napomoci cestovnímu ruchu v Dobřanech. Byly by v něm vysázené různé květiny a stromy. Nabízel by tak kýženou, příjemnou a klidnou atmosférou.

Cíl 3.1 Zajistit větší propagaci na sociálních sítích

Instagramové stránky

Pro získání většího povědomí o městě by napomohla možnost tvorba Instagramových stránek. Ty by napomohly k zveřejňování kvalitních a zajímavých fotografií či sdílení

informací o tom, co se ve městě chystá, přispěje nepochybně k většímu povědomí. Spolu se zveřejňováním fotografií na Instagramové stránky by bylo i vhodné, využívat příslušné hashtagy. Pro tuto část je dobré vytvářet vlastní hashtagy. Město následně může tyto Instagramové stránky využívat k tvorbě různých soutěží a přilákat tak i potenciální turisty.

Po vytvoření dobřanských Instagramových stránek, by si město mohlo zaplatit reklamu, která by napomohla k zvýšení povědomí. Tato reklama zaručí, že městem přidané příspěvky by se zobrazovali dokonce lidem, kteří Instagramovou stránku města nesledují. Město by zde zveřejňovalo, jak již bylo výše zmíněno kupříkladu fotografie památek, které se zde nacházejí a zároveň by turisty oslovovaly k návštěvě. Dále by mohlo město vymýšlet různé soutěže, například nafotit nejhezčí fotografii, která bude muset být spojena s městskou tematikou. Lidé by následně pod zveřejněnou fotografii museli využít městem vytvořené hashtagy a označovali by Instagramovou stránku Dobřan v příspěvku. Díky těmto možným úkolům a soutěžím se rovněž získá větší povědomí o městě.

5.4 Náklady na realizaci návrhů

Předpokládané náklady na vybudování nové cyklostezky činí 10 000 000 CZK. Město by se na tento projekt mohlo pokusit získat dotaci od Plzeňského kraje na podporu cestovního ruchu a sportu ve městě. Dalším možným kandidátem, od kterého by město mohlo získat dotaci, je Mikroregion Radbuza.

Autor odhaduje náklady na výstavbu parku ve městě až 5 000 000 CZK. Za výstavbu parku by město mohlo požádat o dotaci od Evropské unie či od Plzeňského kraje na podporu více zeleně a odpočívacích míst ve městě.

Na realizaci navrhovaného dětského hřiště spolu se sportovním hřištěm autor odhaduje náklady ve výši 3 000 000 CZK, plus náklady na rekonstrukci současných sportovních hřišť jsou odhadovány v hodnotě 1 500 000 CZK. Město by mohlo na výstavbu hřišť a rekonstrukci požádat o krajské dotace či využít vlastní finanční zdroje.

Předpokládané náklady pro rekonstrukci biotopu Kotynka na krytý bazén by se pohybovaly okolo 25 000 000 CZK. Finanční prostředky by město mohlo získat rovněž v krajské dotaci.

Pro výstavbu nového ubytovacího zařízení, které autor navrhoval v práci výše, by náklady mohly činit zhruba 100 000 000 CZK. I v tomto případě by mohlo výstavbu finančně podpořit město ze svého rozpočtu nebo také zažádat o krajskou dotaci.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá tvorbou koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany. Jejím cílem bylo vytvořit patřičné návrhy pro zlepšení cestovního ruchu ve městě Dobřany. Autorem vypracované návrhy musejí korespondovat s výsledky z dotazníkových šetření.

Práce je rozdělena do tří základních částí. První část teoretická, zahrnuje rešerši odborné literatury. Tato část se zaměřuje na definování základních pojmů v cestovním ruchu. Je zde vysvětlen pojem cestovní ruch a následně jsou zde popsány i předpoklady cestovního ruchu. Dále tato kapitola popisuje účastníky a formy cestovního ruchu, nakonec také městského cestovního ruchu. Další kapitola teoretické části práce se zabývá veřejnou správou. Ta je následně definována: politika cestovního ruchu, cíle politiky cestovního ruchu, nositelé politiky cestovního ruchu apod. Závěrečná kapitola teoretické části je zaměřena na popis města Dobřany. Tato kapitola popisuje a sděluje základní informace o městě, jeho současné poloze, historii nebo jeho symbolech.

Dále je sepsána metodika práce včetně zdůvodnění výběru dotazníkového šetření v praktické části, dílčích cílů pro průzkum a podrobného popisu struktury dotazníků. Hlavním cílem je předložit návrhy, které městu pomohou zlepšit současný cestovní ruch. Cílem bylo také získat názor respondentů nejbližší městu, tedy obyvatel Plzeňského kraje a také obyvatel Dobřan. Těchto cílů bylo dosaženo. Následně autor vytvořil návrhy sloužící ke zlepšení cestovního ruchu ve městě. Pro realizaci jednotlivých návrhů by město mohlo odhadem alokovat 144 500 000 CZK. Jedná se o hrubý odhad nákladů s tím, že by město tak mohlo využít na jednotlivé návrhy dotace, granty či vlastní finanční prostředky.

Druhá část práce, tzv. praktická část, je rozdělena do dvou kapitol. První kapitola analyzuje předpoklady rozvoje cestovního ruchu města Dobřany, které jsou popsány z hlediska dělení, která byla definována již v teoretické části. Druhá kapitola obsahuje vyhodnocení průzkumů pomocí dotazníků. Kdy jeden průzkum se zaměřil pouze na obyvatele města Dobřany a druhý dotazníkový průzkum na obyvatele Plzeňského kraje.

Třetí část práce, návrhová, zahrnuje vytvoření návrhů, a to na základě vyhodnocených dotazníkových šetření. Průzkum zjistil, že se ve městě vyskytují nedostatky, které by jak

turisté, tak obyvatelé města uvítali vylepšit. Tato část práce slouží jako možnost pomoci k odstranění těchto nedostatků a může posloužit k zvýšení spokojenosti potenciálních turistů navštěvujících město.

Seznam použitých zdrojů

- AION CS, s.r.o. (2010-2021a). *zakonyprolidi.cz. Zákon č. 128/2000 Sb.*. Dostupné 26.11.2021 z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>
- AION CS, s.r.o. (2010-2021b). *zakonyprolidi.cz. Ústavní zákon č. 347/1997 Sb.*. Dostupné 26.11.2021 z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-347>
- CzechTourism (2022a). *kudyznudy.cz. Aktivity. Rezervace divokých koní Šlovický vrch u Dobřan.* Dostupné 12.01.2022 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/slovicky-vrch-u-dobran-s-divokymi-konmi>
- CzechTourism (2022b). *kudyznudy.cz. Aktivity. Lesopark Martinská stěna.* Dostupné 11.03.2022 z <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/lesopark-martinska-stena>
- Dluhošová, R. (2017). *Introduction to tourism.* Slezská univerzita v Opavě.
- dobrany.cz (2022a). *Samospráva. Rada města.* Dostupné 29.11.2021 z <https://www.dobrany.cz/mesto-dobrany/samosprava/rada-mesta/>
- dobrany.cz (2022b). *Samospráva. Zastupitelstvo města.* Dostupné 29.11.2021 z <https://www.dobrany.cz/mesto-dobrany/samosprava/zastupitelstvo-mesta/>
- Goeldner, Ch., R., & Richie, J., R., B. (2014). *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy.* BizBooks.
- Hamarneh, I. (2012). *Geografie turismu: mimoevropská teritoria.* Praha: Grada.
- Holešinská, A. (2012). *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu.* Brno: Masarykova univerzita.
- Holešinská, A., Metelková, P., Šauer, M., & Vystoupil, J. (2005). *Politika cestovního ruchu (teoreticko-metodologická východiska).* Dostupné 12.03.2022 z https://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/3910085/MSMT_PNCR.pdf
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu.* Praha: Grada.
- Lohmann, G., & Panosso Netto, A. (2016). *Tourism theory: concepts, models and systems.* Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International.
- Lyu, S., O., Kim, J., & Bae, S., W. (2020). Family vacationers' willingness to pay for glamping travel sites: A family functioning segmentation. *Int Tourism Res*, 22(2), 155-167. <https://doi.org/10.1002/jtr.2325>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2017). *Typologie strategických a prováděcích dokumentů.* Dostupné 09.02.2022 z https://www.mmr.cz/getmedia/a8e367ae-8c84-48f2-9ce4-5484e4d5de52/Typologie-strategickych-a-provadecich-dokumentu_final.pdf
- mistopisy.cz (n.d.a). *Dobřany.* Dostupné 29.11.2021 z <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/8213/dobrany/>
- mistopisy.cz (n.d.b). *Dobřany. Počet obyvatel obce Dobřany.* Dostupné 29.11.2021 z <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/8213/dobrany/pocet-obyvatel/>
- mistopisy.cz (n.d.c). *Dobřany. Historie obce Dobřany.* Dostupné 29.11.2021 z <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/8213/dobrany/historie/>
- Národní památkový ústav (2015). *pamatkovykatalog.cz. uskp.* Dostupné 23.12.2021 z <https://www.pamatkovykatalog.cz/uskp/podle->

relevance/1/tabulka/?kraj=Plze%C5%88sk%C3%BD+kraj&okres=Plze%C5%88-jih&obec=Dob%C5%99any&castObce=Dob%C5%99any&chranenoTed=1&hlObj=1&fulltext

Palatková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada.

Procházková, J. (2003). *Dobřany slovem a obrazem*. Město Dobřany.

Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Ostrava: Key Publishing.

Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.

Tittelbachová, Š. (2011). *Turismus a veřejná správa*. Praha: Grada.

unwto.org (n.d.a). *About UNWTO*. Dostupné 14.11.2021 z <https://www.unwto.org/who-we-are>

unwto.org (n.d.b). *Glossary of tourism terms*. Dostupné 25.11.2021 z <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

unwto.org (n.d.c). *Urban tourism*. Dostupné 19.12.2021 z <https://www.unwto.org/urban-tourism>

vdb.czso.cz (2022). *Český statistický úřad. Hromadná ubytovací zařízení České republiky*. Dostupné 18.03.2022 z <https://vdb.czso.cz/huz/obhuz.jsp?k=557676>

Vystoupil, J., & Kotíková, H. (2017). *Městský cestovní ruch: aktuální témata cestovního ruchu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního roku*. Praha: Linde.

Seznam tabulek

Tab. 1: Strategický dokument dle druhu a času	19
Tab. 2: Věková struktura a bydliště respondentů z Plzeňského kraje	34
Tab. 3: Věková struktura respondentů z Dobřan	45

Seznam obrázků

Obr. 1: Přehledné znázornění předpokladů cestovního ruchu	9
Obr. 2: Mapa města Dobřany v Plzeňském kraji	21
Obr. 3: Městské symboly – Městský znak, Městský prapor a Pečeť	23
Obr. 4: Šlovický vrch – vyhlídka Mohyla	27
Obr. 5: Návštěvnost	35
Obr. 6: Doporučení města	35
Obr. 7: Opětovná návštěva města	36
Obr. 8: Parkovací místa	37
Obr. 9: Možná návštěva v budoucnu	37
Obr. 10: Doporučení na město	38
Obr. 11: Forma dopravy.....	38
Obr. 12: Doba pobytu ve městě	39
Obr. 13: Účel návštěvy města	40
Obr. 14: Zajímavosti a atraktivity ve městě.....	41
Obr. 15: Možné přespání ve městě	41
Obr. 16: Vybudování bazénu.....	42
Obr. 17: Nutné změny a zlepšení ve městě.....	43
Obr. 18: Reklama města.....	43
Obr. 19: Setkání s reklamou	44
Obr. 20: Spokojenost místních obyvatel.....	45
Obr. 21: Pohyb turistů ve městě.....	46
Obr. 22: Vztah místních obyvatel k turistům.....	46
Obr. 23: Nevhodné chování turistů ve městě.....	47
Obr. 24: Větší pozornost města.....	48
Obr. 25: Doporučení města turistům.....	48

Obr. 26: Zajímavé ve městě.....	49
Obr. 27: Doporučení turistům navštívit	50
Obr. 28: Nutno zlepšit ve městě.....	51
Obr. 29: Zvýšení atraktivity.....	52
Obr. 30: Nedostatky ve městě Dobřany.....	53
Obr. 31: Výstavba ubytovacího zařízení.....	54
Obr. 32: Parkovací místa	54
Obr. 33: Vybudování bazénu.....	55
Obr. 34: Propagace města	56
Obr. 35: Reklama města.....	56
Obr. 36: Setkání s reklamou	57
Obr. 37: Harmonogram.....	61
Obr. 38: Cyklostezka – návrh trasy	62

Seznam zkratek

Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
Č.	Číslo
N.d.	Není datováno
Obr.	Obrázek
OSN	Organizace spojených národů
Sb.	Sbírka
Tab.	Tabulka
Tj.	To je
Tzn.	Takzvaně
UNESCO	Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník na téma Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany – pro lidi z Plzeňského kraje

Příloha B: Dotazník na téma Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany – pro obyvatele města Dobřany

Přílohy

Příloha A: Dotazník na téma Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany – pro lidi z Plzeňského kraje

Dobrý den,

jsem studentem 3. ročníku Západočeské univerzity v Plzni a studuji Fakultu ekonomickou.

Tímto bych Vás chtěl požádat o vyplnění dotazníku, který slouží k **hodnocení cestovního ruchu ve městě Dobřany**. Jeho vyhodnocení mi pomůže k vytvoření praktické části v mé bakalářské práci. Dotazník obsahuje celkem 18 otázek, je zcela anonymní a jeho vyplnění Vám zabere několik minut.

Děkuji Vám mnohokrát za Váš čas strávený vyplňováním tohoto dotazníku.

Ondřej Šlehofer

1. Navštívil/a jste již někdy město Dobřany?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Ano

Ne

2. Pokud jste město Dobřany někdy navštívil/a, doporučil/a byste jeho návštěvu svým přátelům, známým či rodině? Pokud jste v 1.otázce odpověděli Ano, ohodnoťte prosím formou hvězdiček, jak moc byste město doporučil/a k návštěvě.

Nápověda k otázce: Uveďte počet hvězdiček na základě Vašeho hodnocení (1 hvězdička - určitě nedoporučuji navštívit, 5 hvězdiček - město je nádherné a doporučuji)



/ 5

3. Pokud jste město navštívil/a, přijel/a byste do Dobřan znovu?

Nápověda k otázce: Pokud jste v 1.otázce odpověděli Ano

Určitě ano

Spíše ano

Spíše ne

Určitě ne

4. Stalo se Vám nebo setkal/a jste se s tím, že jste nemohl/a zaparkovat ve městě?

Nápověda k otázce: Pokud jste v 1. otázce odpověděli Ano

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

5. Pokud jste město nenavštívil/a, plánujete jeho návštěvu v budoucnu?

Nápověda k otázce: Pokud jste v 1. otázce odpověděli Ne

- Ano
- Ne

6. Dostal/a jste již někdy doporučení k navštívení města Dobřany?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

7. Jakou formu dopravy byste zvolil/a pro návštěvu města Dobřany:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Auto
- Vlák
- Autobus
- Kolo
- Motorka
- Karavan
- Jiná ...

8. Jak dlouho byste se v Dobřanech asi zdržel/a?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Jednodenní výlet
- Návštěva s přenocováním (2-3 dny)
- Návštěva s přenocováním (4-6 dnů)
- Návštěva s přenocováním (7 a více dnů)
- Návštěva rodiny/známých
- Jiná ...

9. Za jakým účelem byste Dobřany navštívil/a:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Poznání města
- Získání informací o historii města
- Návštěva památek
- Kulturní akce
- Sportovní akce
- Fauna ("pastvina" divokých koní)
- Výlet po městě
- Gastronomie: pivo a zmrzlina
- Jiná ...

10. Co zajímavého či jaká atraktivní místa, akce či budovy se Vám vybaví a navštívil/a/vyzkoušel/a?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Dobřanská zmrzlina
- Dobřanské pivo
- Sport v Dobřanech
- Přírodní koupaliště Kotynka
- Kino káčko
- Památky
- Šlovický vrch a "pastvina" divokých koní
- Lesopark Martinská stěna
- Radbuza fest
- Nic
- Jiná ...

11. Zvážil/a byste přespání ve městě v případě dostatečné kapacity a kvality ubytovacího zařízení?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne

Určitě ne

12. Bylo by pro vás zajímavé/lákavé, kdyby v Dobřanech byl krytý bazén na úkor stávajícího přírodního koupaliště?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Určitě ano

Spíše ano

Spíše ne

Určitě ne

13. Co byste v Dobřanech změnil/a či zlepšil/a, aby se zvýšil počet návštěvníků ve městě?

14. Setkal/a jste se někde s reklamou, která by přilákala turisty do města?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Ano

Ne

15. Kde jste se s reklamou setkal/a?

Nápověda k otázce: Pokud jste ve 14. otázce odpověděli Ano

V televizi

V rádiu

V novinách

Na internetu

Na sociálních sítích

V publikaci (kniha, cestovatelská příručka apod.)

Nikde

16. Jste:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Muž

Žena

17. Zvolte své věkové rozmezí:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Do 15 let
- 16 - 25 let
- 26 - 40 let
- 41 - 60 let
- 61 let a výše

18. Z jakého okresu pocházíte?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Domažlice
- Klatovy
- Plzeň-jih
- Plzeň-město
- Plzeň-sever
- Rokycany
- Tachov

**Příloha B: Dotazník na téma Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany
– pro obyvatele města Dobřany**

Dobrý den,

jsem studentem 3. ročníku Západočeské univerzity v Plzni a studuji Fakultu ekonomickou.

Tímto bych Vás chtěl požádat o vyplnění dotazníku, který slouží k **hodnocení cestovního ruchu ve městě Dobřany**. Jeho vyhodnocení mi pomůže k vytvoření praktické části v mé bakalářské práci. Dotazník obsahuje celkem 19 otázek, je zcela anonymní a jeho vyplnění Vám zabere několik minut.

Děkuji Vám mnohokrát za Váš čas strávený vyplňováním tohoto dotazníku.

Ondřej Šlehofer

1. Jak se Vám ve městě žije?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Velmi dobře
- Spíše dobře
- Ani dobře ani špatně
- Spíše špatně
- Velmi špatně

2. Jak často zaznamenáváte pohyb turistů ve městě Dobřany?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Často
- Občas
- Zřídka kdy
- Téměř nikdy
- Nevím - nevšímám si

3. Jaký je Váš subjektivní vztah k přítomnosti turistů ve městě?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Velmi pozitivní
- Spíše pozitivní
- Spíše negativní

Velmi negativní

4. **Čím Vás ve městě Dobřany nejvíce obtěžují turisté?**

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

Nepořádek

Nevhodným chováním

Hlukem

Ničím

Jiná ...

5. **Zaslouží si podle Vás město větší pozornost turistů?**

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Určitě ano

Spíše ano

Spíše ne

Určitě ne

6. **Doporučil/a byste potenciálním turistům navštívit město?**

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Určitě ano

Spíše ano

Spíše ne

Určitě ne

7. **Co považujete v Dobřanech za zajímavé?**

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

Dobřanská zmrzlina

Dobřanské pivo

Sport v Dobřanech

Přírodní koupaliště Kotynka

Kino káčko

Místní památky

Šlovický vrch a "pastvina" divokých koní

Lesopark Martinská stěna

Jiná ...

8. Co byste doporučil/a turistům ve městě navštívit?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Dobřanská zmrzlina
- Dobřanské pivo
- Sport v Dobřanech
- Přírodní koupaliště Kotynka
- Kino káčko
- Místní památky
- Šlovický vrch a "pastvina" divokých koní
- Lesopark Martinská stěna
- Jiná ...

9. Seřad'te prosím možnosti, na které by se podle Vás město mělo zaměřit a zlepšit.

Nápověda k otázce: Změňte pořadí položek dle svého mínění (1. – netřeba zlepšit, 7. – nutno zlepšit)

Ubytovací zařízení	
Sportovní zařízení	
Kulturní akce	
Propagace města	
Značení města	
Cykloturistika	
Čistota ve městě	

10. Jaké konkrétní nápady by podle Vašeho názoru zvýšily atraktivitu města Dobřany pro cestovní ruch?

11. Jaké se podle Vás ve městě Dobřany nacházejí nedostatky, které způsobují nižší návštěvnost turistů či je od návštěvy města odrazuje?

12. Mělo by město podpořit výstavbu nového ubytovacího zařízení?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

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

13. Stalo se Vám nebo setkal/a jste se s tím, že jste zde nemohl/a zaparkovat?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

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

14. Bylo by pro Vás zajímavé/lákavé, kdyby v Dobřanech byl krytý bazén na úkor stávajícího přírodního koupaliště?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

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

15. Myslíte si, že je město dostatečně propagované?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

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

16. Setkal/a jste se někde s reklamou, která by přilákala turisty do města?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Ano

Ne

17. Kde jste se s reklamou setkal/a?

Nápověda k otázce: Pokud jste ve 16. otázce odpověděli Ano

V televizi

V rádiu

V novinách

Na internetu

Na sociálních sítích

V publikaci (kniha, cestovatelská příručka apod.)

Nikde

18. Jste:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Muž

Žena

19. Zvolte své věkové rozmezí:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

Do 15 let

16 - 25 let

26 - 40 let

41 - 60 let

61 let a výše

Abstrakt

Šlehofer, O. (2022). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: cestovní ruch, koncepce rozvoje cestovního ruchu, město, městský turismus, veřejná správa

Bakalářská práce se zabývá koncepcí rozvoje cestovního ruchu ve městě Dobřany, konkrétně předpoklady pro jeho vznik. Na základě těchto předpokladů je v praktické části vytvořena analýza města. Cílem práce je přijít s návrhy koncepcí, které pomohou zvýšit počet příjezdů turistů do města Dobřany. Teoretická část práce se zabývá problematikou cestovního ruchu a veřejné správy a popisuje město Dobřany jako takové. Praktická část práce se pak zaměřuje na samotnou analýzu města. Následné vyhodnocení dotazníkových šetření umožňuje respondentům přispět ke zlepšení cestovního ruchu ve městě Dobřany. Z výsledků dotazníkových šetření vzejdou návrhy na zlepšení cestovního ruchu ve městě a zároveň poslouží jako podnět k využití jeho dalšího potenciálu.

Abstract

Šlehofer, O. (2022). *Concept of tourism development in the town of Dobřany* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Key words: tourism, concept of tourism development, town, city tourism, public administration

This bachelor thesis deals with the term tourism as well as preconditions for its development. Based on these preconditions, an analysis of the town is created in the practical part. The aim of this work is to discover new incentives for tourism development policy in order to enhance number of tourist arrivals in Dobřany. The practical part of this work focuses on the town analysis. Evaluation of questionnaire surveys allows respondents to contribute to the improvement of tourism in the town of Dobřany. The results of the questionnaire surveys will provide suggestions for improving tourism in the town and explore further its overall potential.