

# PROGRAM ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE PRO OBDOBÍ 2007-2013

## ANALYTICKÁ ČÁST



### KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ



#### **GaREP, spol. s r.o.**

Náměstí 28. října 3, 602 00 BRNO  
tel.+ fax: 545 211 053, tel: 545 242 846, e-mail: garep@garep.cz



#### **RegioPartner, s.r.o.**

Sídlíště II, č.p. 28, 251 68 Kamenice  
tel.: +420 736 533 294, e-mail: lucie.bucinova@regiopartner.cz

ÚNOR 2008



## **Autorský kolektiv:**

### **GaREP, spol. s r.o.:**

PhDr. Iva Galvasová, jednatelka společnosti GaREP, spol. s r.o.

Mgr. Jan Holeček

Mgr. Kateřina Chabičovská

Ing. Jan Binek

### **RegioPartner, s.r.o.:**

Ing. Lucie Bučinová, jednatelka společnosti RegioPartner, s.r.o.

Ing. Stanislav Losert

Mgr. Jan Ženka

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>1. VYMEZENÍ ŘEŠENÉHO ÚZEMÍ</b> .....	<b>6</b>
<b>2. ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>10</b>
2.1 ADMINISTRATIVNĚ SPRÁVNÍ VYMEZENÍ ÚZEMÍ KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE A JEHO TURISTICKY VÝZNAMNÝCH ÚZEMÍ .....	10
2.2 CÍLE A ATRAKTIVITY CESTOVNÍHO RUCHU (PŘÍRODNÍ A KULTURNĚ- HISTORICKÉ) .....	12
2.3 KOMPLEXNÍ ANALÝZA ZÁKLADNÍ A DOPROVODNÉ TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY .....	18
2.3.1 Základní turistická infrastruktura .....	18
2.3.2 Doprovodná turistická infrastruktura .....	21
2.4 INVESTIČNÍ PŘÍLEŽITOSTI V CESTOVNÍM RUCHU .....	27
2.5 ANALÝZA SKLADBY NÁVŠTĚVNÍKŮ KHK .....	33
<b>3. SOUČASNÝ SYSTÉM ORGANIZACE, KOORDINACE A MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU</b> .....	<b>37</b>
3.1 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU ORGANIZACE A KOORDINACE CESTOVNÍHO RUCHU .....	37
3.1.1 Organizace a koordinace cestovního ruchu na národní úrovni .....	37
3.1.2 Organizace a koordinace cestovního ruchu na krajské úrovni .....	38
3.2 ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU MARKETINGU, PROPAGACE A PREZENTACE .....	48
3.2.1 Marketing na úrovni ČR .....	48
3.2.2 Turistické informace .....	49
3.2.3 Charakteristika a hodnocení současných turistických produktů a balíčků, souhrnná analýza marketingové strategie (programming) .....	52
3.2.4 Analýza konkurence .....	57
<b>4. RAJONIZACE CR KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE</b> .....	<b>60</b>
<b>5. ANALÝZA PROBLÉMŮ CR – názorový průzkum</b> .....	<b>64</b>
<b>6. SWOT ANALÝZA</b> .....	<b>67</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>69</b>

## ÚVOD

Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje (dále Program) je základním koncepčním dokumentem k podpoře rozvoje cestovního ruchu v rámci aktivní regionální politiky Královéhradeckého kraje na období 2007 – 2013. V současnosti na úrovni kraje neexistuje komplexní Program, který by byl adekvátním koncepčním dokumentem pro oblast cestovního ruchu. V souladu se záměrem Královéhradeckého kraje bylo žádoucí takový dokument vytvořit s ohledem na nově nabíhající plánovací období, související se vstupem ČR do Evropské unie. Pro zpracování Programu bylo dle výsledků výběrového řízení schváleno usnesením Rady Královéhradeckého kraje č. 13/583/2007 ze dne 16.5.2007 konsorcium společností GaREP, spol. s r.o. a RegioPartner, s.r.o. Smlouva o dílo byla podepsána 5.6.2007.

Královéhradecký kraj nemá prozatím platný jiný komplexní rozvojový dokument, v němž by byl analyzován současný stav situace v oblasti cestovního ruchu a vypracován plán jeho rozvoje a koordinace na území KHK pro určené časové období. Ve stávajících strategických dokumentech různých úrovní (evropské, národní, krajské, regionální) je vymezen rozsáhlý, ale nekomplexní a vnitřně neprovázaný soubor opatření na podporu rozvoje cestovního ruchu, která by se měla realizovat ve spolupráci všech zainteresovaných aktérů a s využitím odpovídajících finančních zdrojů.

Důležitým základem Programu je vypracování rozsáhlejší analýzy současného stavu situace a podmínek v oblasti CR, zasazené do širšího územního i organizačního kontextu jeho realizace. Tato analýza je pak východiskem pro vytvoření návrhu programové části, jejíž věcná, organizační, materiální i ekonomická specifikace bude základem pro nalezení konkrétních podob řešení identifikovaných problémů a koordinace procesů i aktivit v oblasti CR jak horizontálně v rovině kraje, tak i vertikálně pro jiné úrovně spolupráce.

Existence Programu je rovněž důležitou podmínkou ovlivňující možnosti podávání žádostí o podporu realizace budoucích rozvojových projektů v rámci využití různých finančních zdrojů evropské, státní i krajské politiky regionálního rozvoje.

Zpracovaný programový dokument má tři hlavní části – analytická, návrhová a Akční plán. Zde předkládaná analytická část Programu shrnuje základní informace o území mající výrazný vliv na rozvoj cestovního ruchu v něm. Pro získání těchto poznatků byla provedena analýza nabídky a poptávky. Ta byla dále doplněna o výsledky z rozboru fungování systému marketingu a organizace CR území a popisem současné rajonizace CR na území KHK.

V rámci prací na přípravě analytické části Programu byl proveden průzkum názorů nejvýznamnějších aktérů CR v rámci kraje na situaci v oblasti CR a k nalezení významných bariér jeho rozvoje CR na daném území. Do průzkumu byli zapojeni zástupci krajského úřadu, organizací cestovního ruchu, velkých měst, podnikatelské sféry apod. Poznatky byly zjišťovány jednak formou vyplňování dotazníkových formulářů k výběru hlavních problémů v CR, jednak formou řízených rozhovorů se zástupci vybraných institucí a organizací přímo v území, kde tyto subjekty sídlí. Vyhodnocené poznatky byly využity pro formulaci příslušných kapitol analytické části. Řada poznatků byla dále transformována do námětů v části návrhové a v Akčním plánu. Závěry poznatků z analytické části jsou shrnuty využitím metody SWOT analýzy, která definuje slabé a silné stránky území a umožňuje identifikovat možné příležitosti nebo ohrožení pro další rozvoj CR v něm.

Na zpracovanou analýzu tohoto Programu navazuje část návrhová. Základem této části je návrh celkové vize rozvoje CR v KHK a návrh základních strategických cílů, které vytváří pro danou oblast hlavní konceptuální rámec dalšího rozvoje odvětví cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji. Navržená strategická vize je návazně věcně specifikována v

třístupňové struktury: priority – opatření – aktivity. V rámci specifikace programové části tohoto dokumentu je navržen a projednán i systém nosných turistických produktů pro řešené území. Návrhová část Programu se promítá do návrhu jeho finančního rámce, který by měl pomoci nasměrovat připravované nosné rozvojové záměry na ty nejvhodnější dotační zdroje, které umožní efektivnější realizaci Programu. Nedílným a rozhodujícím základem pro budoucí zajištění realizace Programu je návrh specifikace relevantní organizační struktury, v jejímž rámci bude možno efektivně zajišťovat uskutečňování přijaté vize a strategických cílů rozvoje odvětví CR na území KHK.

Celkovým vyústěním Programu je návrh Akčního plánu, který představuje jeho praktickou operacionalizaci na období tří let (2008 – 2010). Vytvoření realizovatelného akčního plánu je klíčovým předpokladem postupného zavádění závěrů Programu do praxe. Jeho význam spočívá ve vytyčení prioritních aktivit a nosných projektů na nejbližší období jeho realizace a stanovení nástrojů, procesu implementace a nalezení zdrojů pro jeho samotnou praktickou realizaci.

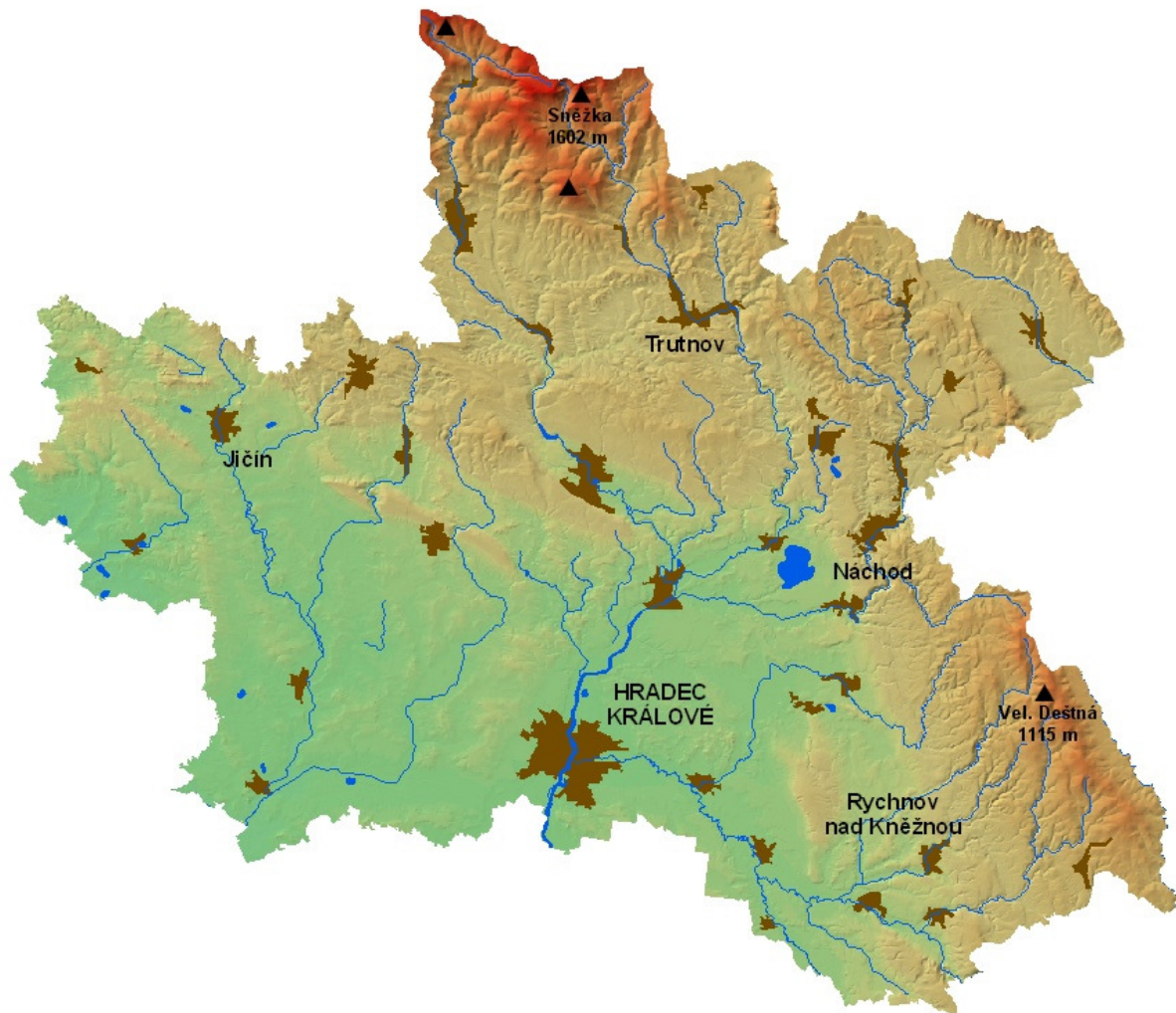
Cestovní ruch je v Královéhradeckém kraji již dlouhodoběji vnímán jako významný selektivní ekonomický rozvojový faktor - a to nejen dle výsledků mezikrajských srovnání, ale také dle názorů představitelů různých místních komunit a sdružení, resp. také dle názorů některých významných zástupců podnikatelské sféry. Tuto pozici by měl Královéhradecký kraj do budoucna nejen udržet, ale také výrazně posílit. K tomu má kraj velmi dobré předpoklady, zejména svou atraktivní krajinnou nabídkou, doplněnou potenciálem kulturně-historických památek a turisticky atraktivních míst. Pro další rozvoj však bude také důležité významně rozvinout nabídku ucelených a konkurenceschopných produktů a projektů cestovního ruchu a efektivněji zkoordinovat potřebnou organizační strukturu, která bude „nositel“ invence i inovace rozvoje. Důležité bude rovněž dobudovat potřebnou síť sportovně-rekreačních a kulturních zařízení, jejichž množství i kvalita je na území Královéhradeckého kraje značně rozdílná. Také ubytovací základna, která je sice poměrně početná (více jak 50 000 lůžek), ale jejíž úroveň je značně diferencovaná, vyžaduje podstatné zvýšení kvality a certifikaci.

**Program jako dokument nemůže být úspěšný „sám od sebe“. Rozhodujícím faktorem úspěchu jsou lidé, tedy ti, o které se budoucí realizace aktivit Programu bude opírat, ti, kteří ji budou uskutečňovat i ti, kteří budou jejími uživateli. Jeho výslednou podobu a možnosti jeho realizace také významnou měrou ovlivní konkrétní součinnost všech relevantních subjektů, které projeví společnou snahu a zájem rozvíjet aktivní regionální politiku v oblasti podpory cestovního ruchu v celém Královéhradeckém kraji.**

## 1. VYMEZENÍ ŘEŠENÉHO ÚZEMÍ

Královéhradecký kraj zaujímá polohu v severovýchodní části České kotliny při hranici s Polskem. Krajské město Hradec Králové leží asi 100 km od Prahy a ani vzdálenosti k dalším významným koncentracím obyvatelstva v ČR nejsou příliš velké – Pardubice (20 km), Liberec (100 km), Jihlava (110 km) nebo Brno a Olomouc (obě 140 km).

Rozlohou 4 758 km<sup>2</sup> představuje 6 % z celkové rozlohy České republiky, což ho řadí na 9. místo mezi jednotlivými kraji.



**Obr.1: Reliéf Královéhradeckého kraje**

Zdroj: Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2006-2015

**Povrch** Královéhradeckého kraje se vyznačuje velkou vertikální členitostí. Zahrnuje vysoká pohraniční pohoří (Orlické hory a Krkonoše, včetně nejvyšší hory ČR Sněžky – 1602 m n. m.), která přechází postupně v pahorkatinu, zasahující hluboko na jih. Na Žacléřsku a Broumovsku se nachází stará sopečná pohoří (Vraní a Javoří hory). Jižní a střední část kraje vyplňuje Česká tabule tvořená křídovými sedimenty s typickou krajinou pískovcových skalních měst. Důležitou roli hraje v kraji voda. Nejdůležitějším reprezentantem je řeka Labe, která tvoří osu celého kraje, a její důležité přítoky (Metuje, Úpa, Orlice a Cidlina) a vodní nádrže (Labská a Les Království). Neméně důležitou a zároveň největší vodní plochou KHK



je vodní nádrž Rozkoš, která jednak zabezpečuje dodatek vody pro zemědělské oblasti Polabí a jednak tvoří spolu s okolím jedno z významných středisek letní rekreace v KHK.

Výsledkem různých fyzickogeografických pochodů, které v KHK v minulosti působily, je krajinářsky (scénicky) i environmentálně mimořádně hodnotná krajina, v níž byla vyhlášena čtyři velkoplošná chráněná území – národní park Krkonoše (nejstarší národní park v ČR), CHKO Český ráj, Orlické hory a Broumovsko. Královéhradecký kraj je mimořádně pestrý, co se týče rozložení klimatických oblastí (viz příloha 1). Ze všech 13 klimatických oblastí (podle Quitta), které se v ČR nacházejí, jich je na území kraje 11 (chybí MT4 a T4). Kvalita ovzduší nepatří dle hodnocení SEA v kraji vyjma horských oblastí k nejlepším, což je dáno nejen jeho hospodářskou základnou, ale i situací v okolních krajích. Kvalita povrchových i podzemních vod se v kraji dle průběžných měření stále zlepšuje, což dokládá např. absence nejhorší kategorie znečištění (V.skup.) a lokalizace několik rozsáhlých chráněných oblastí (více než 40% rozlohy kraje) přirozené akumulace vod (CHOPAV) v kraji.

Královéhradecký kraj měl k 31.12.2006 **celkem 549 643 obyvatel** (5,3 % ČR), hustota zalidnění činila 115,5 obyvatel na 1 km<sup>2</sup> (v ČR 130,4 obyvk/km<sup>2</sup>). Královéhradecký kraj byl k uvedenému datu tvořen 448 obcemi, které se dále členily na 1 072 částí (sídel). Na jednu obec tak připadá průměrně téměř 1 227 obyvatel (v ČR je to 1 986 obyvatel) a průměrná populační velikost sídla je 513 obyvatel (v ČR – 688). Sídelní struktura Královéhradecka je charakteristická velkým počtem populačně malých obcí (do 1 000 obyvatel – 4. místo mezi kraji v ČR vyjma Prahy), které se dále člení na řadu malých sídel (místních částí). Rozptýlené osídlení s malou hustotou obcí nalezneme zejména v horských oblastech Krkonoš, Orlických hor a v Broumovském výběžku, naopak oblast Českého ráje nebo Hradecka je pokryta hustou sítí menších obcí a sídel.

Věková struktura obyvatel KHK odpovídá průměru ČR, podobně jako ostatní demografické charakteristiky. Výjimkou je kojenecká a novorozenecká úmrtnost, která je v KHK velmi nízká. V Královéhradeckém kraji je z hlediska vzdělanosti obyvatelstva větší podíl s nižším vzděláním, protože průměrný podíl vysokoškolsky vzdělaných obyvatel je dlouhodobě výrazně nižší než v ČR (dominantní postavení Prahy a Brna). V rámci kraje jsou navíc patrné velmi silné rozdíly v úrovni vzdělanosti mezi centrem (krajským městem Hradec Králové), kde jsou lokalizovány všechny vysoké školy v kraji a ostatními oblastmi kraje.

Královéhradecký kraj lze charakterizovat jako zemědělsko-průmyslový region s významným zastoupením služeb. **Hospodářská základna** Královéhradecka prošla stejně jako celá Česká republika v devadesátých letech složitým transformačním procesem. Po počátečním útlumu průmyslové a zemědělské výroby související s porevoluční transformací ekonomiky z centrálně řízené na tržní se tak i díky angažovanosti zahraničních firem obrátil v dynamický růst většiny oborů, především průmyslových, ale i stavebnictví a sektoru služeb. Mezi hospodářská odvětví kraje, kterým se zde daří, patří zejména strojírenský a elektrotechnický průmysl a dále např. automobilový průmysl, farmacie nebo ICT služby. Významnou pozici zaujímá i potravinářský průmysl čerpající z intenzivní zemědělské produkce. Přestože těžký průmysl v KHK zcela chybí, vyskytují se na území kraje poměrně značné zásoby nerostných surovin (štěrkopísky, cihlářská surovina, kámen pro hrubou a ušlechtilou kamenickou výrobu, stavební kámen, vápenec, sklářské a slévárenské písky a na Žacléřsku i zbytky černého uhlí). Na území Královéhradeckého kraje působí Univerzita Hradec Králové - Fakulta informatiky a managementu, Pedagogická fakulta a Fakulta humanitních studií, pobočka Univerzity Karlovy Praha v Hradci Králové - Farmaceutická fakulta a Lékařská fakulta v Hradci Králové a fakulta vojenského zdravotnictví Univerzity obrany, Hradec Králové.

Velkou část pracovníků, kteří ztratili možnost pracovat v průmyslu, absorbovalo odvětví obchodu a služeb (zcela dominantní je především ve velkých městech a koncentracích

obyvatelstva, a tedy i poptávky) a stalo se s velkou převahou odvětvím zaměstnávajícím nejvíce osob. Na území Královéhradeckého kraje se nachází nadprůměrný počet podnikatelských subjektů v oboru pohostinství a ubytování – na 1000 ekonomicky aktivních obyvatel v roce 2005 připadalo 26 podnikatelských subjektů (v ČR 24), podíl EA obyvatel zaměstnaných v ČR činil 3,9 % podobně jako v celé ČR. K oblastem kraje s největší intenzitou podnikání patří Krkonoše, Orlické hory nebo Český ráj. Podobnou situaci lze vyslovit i při analýze zaměstnanosti v oblasti ubytování a pohostinství (podíl EA osob v uvedeném odvětví).

V souvislosti se zemědělskou a průmyslovou činností paralelně dochází k poškozování životního prostředí. Z hlediska imisí je situace horší v jižní části kraje (vyjma Orlických hor), kde tato část kraje patří mezi cca 40 % území ČR, kde kvalita ovzduší je zhoršená. Nejhorší kvalita ovzduší z kraje je ve městě Hradec Králové a v jeho blízkém okolí. Tento stav je způsoben hustotou dopravy. Další místo s nejhorší kvalitou ovzduší se nachází v okolí Trutnova, stav je zapříčiněn koncentrací energetického průmyslu (Elektrárny Poříčí) a lokalizací zdrojů v podhorském území se zhoršenými rozptylovými podmínkami. Ovzduší v regionu je ovlivňováno i zdroji, které neleží na území kraje (zejména elektrárny Opatovice nad Labem a Chvaletice z Pardubického kraje). Půdy jsou v Královéhradeckém kraji také zatíženy depozicemi znečišťujících látek z ovzduší měnící chemismus půd, a tím i růstové podmínky pro vegetaci a také mnoha skládkami na nepovolených místech. V minulosti imisemi zasažené Orlické hory jsou i v současné době vystaveny v rámci ČR významně vyšším hodnotám depozice zejména oxidů síry, než je celostátní průměr. V neposlední řadě je důležité sledovat v kraji staré ekologické zátěže, které se nyní nacházejí zejména v lokalitách brownfields, a kdy je nejhorší situace v okresech Trutnov, Jičín a Hradec Králové. Příklady takto postižených území jsou ve Vrchlabí (areál Škoda, a.s.), a v Trutnově (areál Kara Trutnov, a.s. nebo areál ČEZ, a.s., Elektrárna Poříčí).

Nejvýznamnější **dopravní komunikaci** Královéhradeckého kraje tvoří dálnice D11 *Praha – Poděbrady – Hradec Králové – Trutnov – Polsko*. Tato dálnice je stále ve výstavbě, ale již nyní je zprovozněna větší polovina z její plánované délky (84 km z plánovaných 154 km). V současné době je tato komunikace využívána v úseku Praha – Sedlice (3 km před Hradcem Králové). Další významnou dopravní tepnu bude tvořit plánovaný úsek rychlostní komunikace R35 *Turnov – Hradec Králové – Olomouc*, který bude navazovat na již zprovozněný úsek v Libereckém kraji *Turnov – Liberec*. Zbytek území je obsluhován ostatními silnicemi první třídy a silnicemi druhých a třetích tříd, jejichž síť a stav je z hlediska potřeb cestovního ruchu mimořádně významný. Celková délka silnic v Královéhradeckém kraji činí 3 773 km (stav k 31.12.2006). Stav silniční sítě není zcela uspokojivý, z hlediska technického stavu je nejhorší v členitém území okresů Trutnov, Náchod a Rychnov nad Kněžnou, kapacita odstavných parkovacích ploch ve střediscích cestovního ruchu zejména pro autobusovou dopravu je nedostatečná.

Polohu KHK v železniční síti lze hodnotit jako nepřilíš exponovanou. Kraj má oproti dalším krajům ČR sice nadprůměrnou hustotu **železniční sítě** ( $0,139 \text{ km/km}^2$ ), přesto není napojen na tzv. národní železniční koridory a žádná trať v kraji není dvoukolejná. V současné době je v kraji v provozu celkem 661 km železničních tratí (6,9 % v ČR). Od doby svého vzniku v druhé polovině 19. století neprošly tratě v Královéhradeckém kraji žádnou zásadní modernizací. Vyznačují se proto nevyhovujícím technickým stavem, jehož důsledkem je snížená propustnost některých úseků, nízká přepravní rychlost a dlouhé jízdní doby. Určitým pozitivním impulsem v železniční dopravě by se jistě staly určité rekonstrukce a modernizace vybraných úseků a vozového parku. Určitou zvláštností v KHK je pronájem železniční trati č. 045 Trutnov – Svoboda nad Úpou v délce 10 km soukromému dopravci Viamont a.s. V rámci



restrukturalizačního procesu sítě ČD se podařilo tuto trať, hojně využívanou návštěvníky Krkonoš, udržet a efektivně provozovat.

Z hlediska cestovního ruchu zejména pro příjezd zahraničních návštěvníků hrají důležitou roli **letiště**. V Královéhradeckém kraji se nenachází žádné letiště s mezinárodním statutem, nejbližší takové se nachází v Pardubicích (cca 20 km), které je nejvíce využíváno pro lety do Ruska a Asie a přes letní období i pro charterové lety. Nejvýznamnější letiště ČR Praha-Ruzyně se nachází cca 100 km na západ a do KHK z něj vede dobré dálniční spojení. V samotném kraji se nachází pouze několik regionálních letišť s většinou travnatým povrchem, které jsou nejčastěji používány pro sportovní létání nebo turisty využívané vyhlídkové lety.

Na území Královéhradeckého kraje se nachází **velké množství kulturně-historických objektů a památek**. Jde zejména o 11 národních kulturních památek (zámky Hrádek u Nechanic, Kuks, Ratibořice, Opočno a další), 4 městské památkové rezervace (Hradec Králové, Jičín, Nové Město nad Metují, pevnost Josefov v Jaroměři), 2 vesnické památkové rezervace (Vesec u Sobotky a Křinice) a řada městských (20) a vesnických (15) památkových zón. Dále se také na území kraje nachází velké množství dalších kulturních památek, například hrady, zámky nebo technické památky. V území působí řada muzeí a galerií, několik divadel, zoologická zahrada ve Dvoře Králové nad Labem, jež je jednou z nejvýznamnějších ZOO v ČR nebo botanická zahrada v Hradci Králové.

**Lázeňství** je v současné době rozvinuto pouze ve třech střediscích KHK – Janské Lázně, Velichovky a Lázně Běláhrad. Janské Lázně patří mezi jedny z největších lázeňských středisek v ČR. Všechna lázeňská střediska dohromady vytváří cca 4,5 tis. lůžek. Každé z nich se specializuje na léčbu pohybového ústrojí a některé i navíc na léčbu nervových (Janské Lázně) a kardiovaskulárních (Lázně Běláhrad) poruch. V minulosti měla statut lázeňského střediska i obec Železnice (provozovatel a město Náchod a jeho lázně Běloves. V průběhu devadesátých let se nepovedla jejich transformace a nyní jsou mimo provoz a chátrají. Město Náchod ale v současné době (rok 2007) vlastní rozvojovou studii lázní a hledá strategického partnera.

Královéhradecký kraj je významnou **destinací zahraničních i domácích návštěvníků**. V současnosti je k dispozici téměř 54 000 lůžek (tj. 11 % z úhrnu ČR, 2.místo mezi kraji hned za Prahou). V roce 2006 navštívilo Královéhradecký kraj 982 tisíc hostů, tj. 15,3 % z úhrnu ČR (jen ve čtyřech krajích ČR byla návštěvnost vyšší - nejvíce Praha, s velkým odstupem následují kraje Karlovarský, Jihočeský a Jihomoravský). Třetinu z nich tvořili zahraniční hosté. Průměrná doba (4,9 dne) strávená v KHK byla druhá nejvyšší (pouze Karlovarský kraj má vyšší – 7,6 dne) mezi kraji ČR. Podobně významné postavení zaujímají z hlediska lůžkových kapacit i realizované návštěvnosti největší turistická centra Královéhradeckého kraje. Například střediska cestovního ruchu Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Janské Lázně, Deštné v Orlických horách, Říčky v Orlických horách či Hradec Králové se umísťují v posledních letech mezi nejnavštěvovanějšími turistickými středisky v ČR.

**Rajonizace cestovního ruchu**, která je důležitá zejména pro marketing, řízení a koordinaci CR na území, prošla na území KHK v minulých letech velkými změnami. Z původní rajonizace území kraje, která respektovala marketingové turistické regiony a oblasti definované národní organizací Czechtourism, se postupně transformovala, a v roce 2007 byla zároveň přijata zastupitelstvem KHK, její nová podoba. Nová rajonizace CR Královéhradeckého kraje rozčlenila území na 5 turisticky významných území (TVÚ), které se nazývají Krkonoše a Podkrkonoší, Český ráj, Hradecko, Kladské pomezí a Orlické hory a Podorlicko.

## 2. ANALÝZA NABÍDKY A POPTÁVKY CESTOVNÍHO RUCHU

### 2.1 ADMINISTRATIVNĚ SPRÁVNÍ VYMEZENÍ ÚZEMÍ KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE A JEHO TURISTICKY VÝZNAMNÝCH ÚZEMÍ

Královéhradecký kraj patří mezi jeden ze 14 krajů České republiky a zaujímá polohu v severovýchodní části České kotliny při hranici s Polskou republikou, konkrétně s Dolnoslezským vojvodstvím. V historicky nedávné minulosti patřil kraj k urbanizovaným a průmyslově vyspělým oblastem střední Evropy a v současné době je stále součástí tohoto širokého pásu, spojujícího severní Evropu, Německo, ČR, Rakousko a jihovýchodní Evropu.

Evropská unie má vlastní nomenklaturní systém statistických jednotek, který celou unii dělí do pěti kategorií. První kategorii NUTS I tvoří většinou národní státy, v našem případě Česká republika, která se v květnu 2004 stala právoplatným členem Evropské unie. Královéhradecký kraj spolu s Libereckým a Pardubickým krajem tvoří dohromady kategorii NUTS II Severovýchod. Tato jednotka má v rámci EU velkou významnost, neboť tvoří základní jednotku pro většinu statistických šetření a zároveň je dle úrovně NUTS II rozdělována regionální finanční podpora ze strukturálních fondů EU. Samotný Královéhradecký kraj tvoří jednotku NUTS III, jeho okresy (Hradec Králové, Jičín, Trutnov, Náchod a Rychnov nad Kněžnou) jsou zařazeny do kategorie NUTS IV a každá jeho obec tvoří poslední kategorii NUTS V.

Dle národního administrativního vymezení Královéhradecký kraj patří mezi jeden ze 14 krajů ČR, dále se skládá z pěti výše vyjmenovaných okresů. Dle poslední reformy veřejné správy ČR se již území KHK vymezuje pouze na 15 správních obvodů obcí s rozšířenou působností (ORP) a 35 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem (POÚ). Celkový počet administrativně samostatných obcí KHK je 448.



**Obr.2: Správní uspořádání Královéhradeckého kraje**

Zdroj: Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje, 2007

Již na konci 20. století za účelem všeobecného rozvoje jejich území, dosažení společných cílů, sdružování prostředků nebo ochrany společných zájmů se některé obce začaly sdružovat do větších celků – mikroregionů. Díky současnému legislativnímu prostředí, které vymezuje několik forem vzájemné meziobecní spolupráce, se začala vytvářet různá uskupení, které ale ve většině případů vytvářejí formu dobrovolného svazku obcí (DSO). V současné době se na území Královéhradeckého kraje nachází cca 50 dobrovolných svazků obcí (viz příloha 2). Většina z nich je zaměřena na všeobecný rozvoj jejich území, ale některé z nich (7) jsou zaměřené účelově (plynofikace obcí, ČOV, cestovní ruch...).

### **Turisticky významné území Krkonoše a Podkrkonoší**

TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší se nachází na severu Královéhradeckého kraje. Jeho území sousedí při severní hranici s Polskou republikou a po jeho západní hranici s Libereckým krajem. Východní část tohoto území, na kterém v oblasti cestovního ruchu působí dvě organizace cestovního ruchu (dále jen OCR) „Krkonoše – svazek měst a obcí“ se sídlem ve Vrchlabí a „Sdružení Podzvičinsko“ se sídlem v Lázních Bělhrad a pracovištěm v obci Holovousy, se také rozkládá na území Libereckého kraje a jeho královéhradeckou část tvoří 34 obcí spadající pod oblast Krkonoš a 68 obcí spadající pod oblast Podkrkonoší. Největším městem na tomto území a zároveň druhé největší město v kraji je Trutnov (31 109 obyv.<sup>1</sup>).

### **Turisticky významné území Český ráj**

TVÚ Český ráj je lokalizováno v nejvýchodnějším cípu Královéhradeckého kraje. Při jeho severní hranici sousedí s Libereckým krajem a při jeho západní a jižní hranici sousedí dokonce i s krajem Středočeským. O území Českého ráje se z hlediska cestovního ruchu stará OCR s názvem Sdružení Český ráj se sídlem v Turnově (Liberecký kraj). Do tohoto TVÚ spadá 61 obcí Královéhradeckého kraje. Největší z nich je město Jičín (16 308 obyv.).

### **Turisticky významné území Hradecko**

TVÚ Hradecko ležící na jihu Královéhradeckého kraje sousedí s krajem Pardubickým (jih) a Středočeským (západ). O rozvoj CR na jeho území se stará OCR reprezentovaná B&K Tour. Do tohoto turisticky významného území spadá 118 obcí KHK a největší z nich je krajské město Hradec Králové (94 255 obyv.).

### **Turisticky významné území Kladské pomezí**

TVÚ Kladské pomezí se nachází na severovýchodě Královéhradeckého kraje a také současně je jeho severní a východní hranice hranicí státní a to s Polskou republikou. Součástí tohoto turisticky významného území, kde je cestovní ruch koordinován pomocí OCR Branka o.p.s., je 94 obcí KHK s největším městem Náchod (20 961 obyv.).

### **Turisticky významné území Orlické hory a Podorlicko**

TVÚ Orlické hory a Podorlicko patří spolu s Kladským pomezím mezi největší turisticky významná území v KHK (okolo 1 000 km<sup>2</sup>). Nachází se na jihovýchodě kraje. Na jihu jeho území vytváří krajskou hranici s Pardubickým krajem a na východě státní hranici s Polskou republikou. Toto TVÚ je z hlediska řízení a koordinace CR specifické, neboť se zde vytvořily dvě OCR – Regionální turistické a informační centrum o.p.s., které se věnuje Podorlicku a OCR Kultura Rychnov nad Kněžnou s.r.o., která má ve své kompetenci samotné Orlické hory. Do tohoto území celkově náleží 83 obcí, z nichž je největší město Rychnov nad Kněžnou (11 682 obyv.).

<sup>1</sup> Údaje o počtu obyvatel za jednotlivé obce či města jsou uváděny vždy k 31.12.2006.

## 2.2 CÍLE A ATRAKTIVITY CESTOVNÍHO RUCHU (PŘÍRODNÍ A KULTURNĚ-HISTORICKÉ)

Na území Královéhradeckého kraje se nachází pestrá škála atraktivit CR, která je dána rozmanitostí přírodních podmínek i jeho bohatou historií. Řada turistických cílů svým významem přesahuje hranice kraje, některé i hranice republiky. Značná různorodost atraktivit vytváří výborné předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, protože umožňuje uspokojit širokou škálu jednotlivých typů cílových skupin návštěvníků.

Ne všechny turistické atraktivity KHK jsou natolik významné, aby se staly cíli cestovního ruchu v národním či mezinárodním měřítku. V první části této kapitoly jsou popsány pouze nejvýznamnější z nich, které se mohou stát turistickým cílem i pro zahraniční návštěvníky. U jednotlivých turisticky významných území (níže) jsou pak představeny i další atraktivity, významné především pro domácí klientelu. Zde je nutno připomenout, že není účelem tohoto dokumentu vyjmenovat všechny pamětihodnosti, které se nacházejí na území kraje – pouze uvést indikativní výčet těch, které mohou účinně napomoci rozvoji cestovního ruchu.

### Přírodní atraktivity KHK

Ekologicky nejcennější a současně i turisticky nejnavštěvovanější je severní a severovýchodní část kraje, kde také leží většina jeho velkoplošných chráněných území – Krkonošský národní park (současně i biosférická rezervace UNESCO), chráněné krajinné oblasti Broumovsko a Orlické hory. Na východním okraji zasahuje na území KHK také část CHKO Český ráj.

Bezpochyby nejvýznamnější turistickou atraktivitou KHK, hojně navštěvovanou domácími i zahraničními návštěvníky, jsou **Krkonoše** a jejich nejvyšší hora Sněžka (1 602 m n.m.). Díky jedinečným klimatickým podmínkám se v Krkonoších zachovala specifická fauna a flóra včetně řady endemických druhů. Velká výšková členitost podmiňuje přítomnost různých typů vegetace: od listnatých lesů v nižších polohách, přes lesy jehličnaté, kosodřevinu, až po horské louky, mechy a lišejníky. Vodní toky spadající přes terénní stupně vytvářejí vysoké vodopády (např. Pančavský vodopád, který je se svými 140 metry nejvyšší v ČR; dále Labský, Mumlavský a další). Pramení zde také největší česká řeka, Labe. V Krkonoších se zachovaly také pozůstatky zalednění, z nichž nejvíce zřetelnými jsou ledovcové kotle – kary (např. Obří důl či Sněžné jámy) a ledovcová jezírka. Specifický podmáčený povrch dal vzniknout rašeliništím. Pravděpodobně nejčastějším cílem pěších túr je Sněžka, z jejíhož vrcholu je výhled daleko do české kotliny a také do Polska.

Oblast Českého ráje zasahuje na území KHK menší částí v jeho severozápadním cípu, přesto je však velmi atraktivní, protože jednou z částí je hojně navštěvovaná přírodní rezervace **Prachovské skály**, které jsou též součástí CHKO Český ráj. V tamějších pískovcových skalách se utvořily unikátní ekosystémy tvořené vzájemnými vazbami lesního prostředí a jeho fauny a flóry, doplněné o jedinečné podmínky skalního města. Skalní stěny jsou využívány horolezci, vybrané vrcholy jsou přístupné i běžným turistům a nabízejí daleký výhled. Další významnou přírodní pozoruhodností této oblasti jsou prvohorní lokality s drahými kameny a zbytky zkamenělých rostlin a živočichů na Novopacku. S ohledem na vzácnost a různorodost geologických fenoménů je Český ráj od roku 2005 zatím jediným geoparkem UNESCO v České republice a jedním ze dvou ve střední a východní Evropě. Dalšími významnými skalními městy v KHK jsou **Adršpašsko-teplické skály** a **Broumovské stěny**, které společně vytvářejí CHKO Broumovsko. V CHKO Orlické hory je ochraňována jedinečná krajina hor a zařízých údolí.



Specialitou Českého ráje jsou kromě skalních měst také ložiska českých granátů. Nacházejí se však zejména na Turnovsku a Železnobrodsku, tedy mimo území Královéhradeckého kraje. V KHK byla lokalizována ložiska granátů v okolí Jičina a Staré a Nové Paky, v Podkrkonoší (Vestřev u Hostinného), v menší míře také na Broumovsku.

### **Kulturně-historické atraktivity KHK**

Královéhradecký kraj z hlediska kulturně-historických předpokladů oproti ostatním krajům České republiky v některých oblastech zaostává a v některých zase naopak je silně nadprůměrný. Silnou devízou kraje jsou jeho zachovalá historická města, což dokládá nadprůměrný počet městských památkových rezervací (4) a zón (20). V těchto parametrech se kraj umísťuje na třetím respektive pátém místě mezi všemi kraji. Tyto skutečnosti dávají příležitost k dynamičtějšimu rozvoji městské turistiky. Na území kraje také leží významné kulturně-historické památky (hrad Kost, zámek Ratibořice), jejichž návštěvnost se spolu se zámek Dětenice pravidelně pohybuje okolo 100 000 lidí za rok.

Naproti tomu Královéhradecký kraj v současnosti nedisponuje žádnou památkou UNESCO, což se vzhledem k návštěvnosti podobných míst v jiných krajích jeví jako velký nedostatek. Co se týče počtu národních kulturních památek nebo i vesnických památkových rezervací a zón, tak KHK vychází mírně podprůměrně oproti jiným krajům ČR.

Jedním z nejznámějších objektů v KHK je **Kuks** – zejména díky unikátnímu souboru plastik Matyáše Bernarda Brauna, představujících dvanáct soch Ctností a dvanáct soch Neřestí. Tyto plastiky jsou navrženy k zapsání na seznam světového kulturního dědictví UNESCO. V areálu národní kulturní památky Hospital Kuks se nachází také farmaceutické muzeum, barokní lékárna nebo unikátní betlém z vytesaných soch umístěných v lesním areálu.

Ve 2. polovině 18. století byla vybudována pevnost (nyní město) **Josefov**, jež je jedinečným příkladem fortifikační (vojenské) architektury v klasicistním slohu. Kromě prohlídky samotného města lze navštívit také unikátní podzemní obranný systém někdejší pevnosti. Díky své ojedinělosti a zachovalosti byl Josefov vyhlášen městskou památkovou rezervací.

Podstatně mladší fortifikační stavby představuje systém **pohraničního opevnění**, budovaný ve 30. letech 20. století. Opevnění bylo tvořeno dělostřeleckými tvrzemi (např. Dobrošov, Hanička nebo Stachelberg) a sruby těžkého opevnění (Březinka a Lom). Některé z pevností jsou přístupné veřejnosti a při významných příležitostech bývají „oživeny“ ukázkami bojových akcí.

Významným střediskem zimní turistiky i proslulým lázeňským městem jsou **Janské Lázně** s četnými minerálními a termálními prameny, které se specializují na léčbu pohybového ústrojí dětí (zejména na léčbu obrny).

**Zoologická zahrada** ve Dvoře Králové nad Labem patří k největším a nejkrásnějším v Evropě. Unikátní je zejména v přístupu k chovu zvířat, jimž jsou vytvářeny podmínky maximálně podobné jejich přirozenému prostředí. Návštěvníci se mohou kromě prohlídky pavilonů také projet autobusy po safari. ZOO zároveň patří mezi nejnavštěvovanější atraktivity KHK, kdy jeho branami prochází každý rok více jak půl miliónů návštěvníků.

Své místo v místních tradicích mají pověsti a pohádky. Všeobecně známou postavou je vládce Krkonoš Krakonoš (dříve nazývaný Rýbrcou); tradiční patronkou Orlických hor je princezna Kačenka a v 60. letech k ní byla vytvořena postava ducha Rampušáka. Český ráj nejčastěji reprezentuje zase pohádková postava Rumcajse. Tyto postavy, ztvárněné herci či dobrovolníky, bývají v současnosti často hosty či patrony různých kulturních akcí.



## ATRAKTIVITY JEDNOTLIVÝCH TURISTICKY VÝZNAMNÝCH ÚZEMÍ (TVŮ)

### **Krkonoše a Podkrkonoší**

Krkonoše jsou centrem aktivní, zejména pěší turistiky. Sněžka je nejčastějším cílem turistů, zdaleka však ne jediným. Na jejím vrcholu stála nejvýše položená poštovna v Čechách. V roce 2007 byla ale zbourána a na jejím místě byla postavena zcela nová. Poštovní razítko tam je možné ale získat stále. Nejstarší stavbou na Sněžce je kaple sv. Vavřince z 2. pol. 17. století.

V západní části Krkonoš se nachází pramen Labe. Symbolický pramen (nedaleko skutečného pramene) je chráněn skruží, při níž jsou vypodobněny znaky 26 měst, kterými Labe protéká. Řeky stékající z hor vytvářejí řadu atraktivních vodopádů, např. Labský, Mumlavský, Pančavský a další.

Dalšími přírodními atraktivitami jsou např. původní bukový prales Dvorský les na hřebeni Rýchor, Černá hora s dalekým výhledem a železnou rozhlednou, Černohorské a Úpské rašeliniště. Většinou se jedná vždy o přísně chráněné území často zařazené do I. nebo II. zóny Krkonošského národního parku.

Obří důl byl vytvořen přírodními procesy, ale lze v něm navštívit důl vybudovaný lidmi – Důl Kovárna, který sloužil pro těžbu měděné a arsenové rudy. Místy se v něm dochovaly dřevěné mosty, žebříky a zbytky náradí a kahanů, používaných při těžbě od 16. do 20. století.

Mezi významné kulturně-historické památky patří Janské Lázně, zámek ve Vrchlabí a Krkonošské muzeum tamtéž, Muzeum Podkrkonoší v Trutnově, dělostřelecká tvrz Stachelberg u obce Babí u Trutnova, bojiště bitvy r.1866 a mnoho dalších.

V zimním i letním období jsou Krkonoše vyhledávanou lokalitou zejména pro aktivní turistiku (lyže, pěší, cykloturistika...). Nejvýznamnějšími letními i zimními středisky jsou hlavně Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou a Janské Lázně.

Součástí tohoto turisticky významného území je i podkrkonošská část nazývaná Podzvičinsko, na které se nachází také mnoho zajímavostí. Hořice v Podkrkonoší jsou proslulé nejen výrobou unikátních trubiček, ale také motoristickými závody („300 zatáček Gustava Havla“) a sochařstvím – na vrchu sv. Gotharda se nachází sochařský park a Galerie plastik, různé plastiky lze vidět i při procházce městem. Druhou slavnou gastronomickou pochoutkou jsou tzv. miletínské modlitbičky z města Miletín, které jsou vyráběné z perníku a medu a zdobené mandlí. Bohatou historií Podzvičinska dokládají zámek Kuks nebo hrad Pecka. Již více než 100 let jsou v provozu slatinné lázně v Lázních Bělohrad, v nichž se léčí choroby pohybového ústrojí. Nedaleko Lázní Bělohrad se nachází poutní místo Byšičky. Přehrada Les Království, chráněná technická památka, je považována za jednu z nejkrásnějších vodohospodářských staveb v ČR. Nejvyšším vrcholem Podzvičinska je Zvičina, z níž je daleký rozhled. Do této oblasti náleží také významná zoologická zahrada ve Dvoře Králové nad Labem, kde lze navštívit např. i galerii s jedinečnou kolekcí obrazů malíře Buriana, zobrazující vývoj země a stádií vývoje člověka. Celé Podzvičinsko je úzce spjata se slavnými spisovateli české historie K.J. Erbenem a K.V. Raisem.

### **Český ráj**

Přestože Český ráj zasahuje na území KHK jen malou částí, může zde návštěvník objevit řadu pozoruhodných zajímavostí. Nejvýznamnější lokalitou Českého ráje na území KHK jsou Prachovské skály. Za zmínku stojí také Jinolické rybníky na jejich severovýchodním okraji. Kromě pískovcových útvarů se v Českém ráji tyčí také sopečné výchozy, na jejichž vrcholech bývaly ve středověku stavěny hrady (např. Veliš) či kapličky (Zebín, Svatá Anna). Z těchto

vrcholů a mnohých dalších (např. Loreta) bývá rozhled do dalekého okolí. V této části území se nachází barokní komponovaná krajina, jejíž základy položil na přelomu 17. a 18. stol. František Josef Schlik. Podle této krajinné kompozice v Českém ráji je širší území od Jičina po Libáň a Kopidlnu vymezeno a nazýváno turistickou oblastí Mariánská zahrada. K významným turistickým cílům geoparku Český ráj na území KHK patří Novopacko s lokalitami drahých kamenů a zkamenělých prvohorních dřev. Geologický vývoj dokumentuje muzeum Klenotnice v Nové Pace.

Z historických památek se v Českém ráji dále nachází hrad Kost, jeden z nejzachovalejších gotických hradů v Čechách. Jeho zvláštností je poloha – netvoří dominantu krajiny, ale je ukrytý v údolí pískovcových skal. Mladšími historickými památkami jsou zámky Humprecht, Staré Hrady, Kopidlna a Dětenice. Významnými církevními památkami jsou kostely v Jičíně, Ohařicích, Slatinách a Sobotce a paulánský klášter v Nové Pace; interiér jeho kostela je zdoben obrazy Petra Brandla.

Město Jičín v historii nejvíce proslavila osoba Albrechta z Valdštejna, kdy město Jičín bylo hlavním centrem jeho panství, zasloužil se zde o mnoho historických staveb, které zapadají do jeho „Valdštejnovy barokní komponované krajiny“, barokní zámek na náměstí, dnes sídlo vlastivědného muzea a galerie nebo Valdštejnská lodžie ve Valdčicích. Osoba Albrechta z Valdštejna je velmi využívána při rozvoji CR v této lokalitě. Podle této krajinné kompozice v Českém ráji je toto a navazující území nazýváno turistickou oblastí Valdštejnova zahrada. Vzájemné protiklady a prolínání barokních komponovaných krajín na Jičínsku jsou významným fenoménem pro rozvoj cestovního ruchu v tomto území. Na Jičínsku je i významné území jedné z bitev války roku 1866. Další osoby, které proslavily město Jičín, jsou postavy pohádek Václava Čtvrtka. Loupežníka Rumcajse připomíná Rumcajsova ševcovna. V Jičíně je také každoročně pořádán kulturní festival Jičín – město pohádky, který je významnou akcí i z hlediska cestovního ruchu. Jeden ze vstupů na náměstí tvoří Valdická brána s přístupným ochozem. V Jičíně se také nachází pozůstatky židovského ghetta, synagoga a židovský hřbitov.

Sobotka je známá díky svému rodákovi Fráňovi Šrámkovi. V Městské knihovně byla zřízena jeho pamětní síň. Ve Vesci u Sobotky se dochoval unikátní soubor roubených lidových staveb, díky nimž je tato obec od roku 1995 vesnickou památkovou rezervací.

## **Hradecko**

Město Hradec Králové získalo díky své urbanistické úpravě z 1. pol. 20. století (projektované architekty J. Gočárem a J. Kotěrou) přívlastek „salon republiky“. Kromě jeho moderní urbanistické koncepce, díky níž je Hradec Králové největší městskou památkovou rezervací v kraji, láká návštěvníky také katedrála sv. Ducha, městská zvonice Bílá věž, kaple sv. Klimenta, Muzeum východních Čech či technická památka Labská vodní elektrárna. Vyjma těchto památek je také důležité zmínit i existenci obřího sladkovodního akvária s ukázkou deštného pralesa a hradecké botanické zahrady léčivých rostlin. Na Hradecku se nachází několik zámků – např. Karlova koruna (v Chlumci nad Cidlinou) či národní kulturní památka Hrádek u Nechanic. Unikátně dochovaný, pozdějšími zásahy nezměněný barokní celek zámecká kaple Zjevení Páně ve Smiřicích patří také od r. 1996 mezi národní kulturní památky. Za zmínku také stojí třetí nejstarší židovský hřbitov v Čechách, který najdeme v Novém Bydžově. Starší historii představuje Centrum experimentální archeologie ve Věstarech, kde byla vybudována pravěká vesnice. Stavby lidové architektury z Hradecka, Pardubicka a Orlických hor je možné vidět ve skanzenu v Krňovicích. Třebechovice pod Orebem jsou známé svým unikátním muzeem betlémů (nejznámější z nich je Proboštův

betlém). Oblast Hradecka je proslavená také bitvou z r. 1866 mezi Rakouskem a Pruskem, kterou připomíná řada pomníků a Památník války 1866 na Chlumu u Hradce Králové.

### **Kladské pomezí**

Největší přírodní atraktivitou Kladského pomezí jsou pískovcová skalní města a útvary – dvě národní přírodní rezervace Broumovské stěny a Adršpašsko-teplické skály a další chráněná území Ostaš, Křížový vrch, Borek, Kočičí skály. Hodnotné, avšak turisty dosud málo objevené, jsou Javoří a Jestřebí hory.

Zejména domácími turisty je navštěvováno Babiččino údolí. Nejvýznamnějšími cíli jsou Staré Bělídlo, sousoší Babičky, ratibořický zámek s parkem a Viktorčín splav. Známý architekt Dušan Jurkovič se zde podílel na mnoha stavbách (např. obnova zámku v Novém Městě n. Metují nebo hostinec Peklo). Specifickou částí Kladského pomezí je Broumovsko, vlastněné po staletí jediným majitelem – broumovským benediktinským klášterem. Jeho barokní stavební aktivity, vycházející z plánů Kryštofa a Kiliána Ignáce Dientzenhofera, ovlivnily podobu měšťanské a venkovské architektury celého území. Mistrovským dílem je nejen přestavba kláštera a novostavba kostela sv. Václava v Broumově, ale celý soubor 8 kostelů ve vesnicích klášterního panství, kaple na Hvězdě nebo letní rezidence v Meziměstí. Ve vesnicích Broumova se zachovaly četné příklady lidové architektury, specifickým typem stavení je broumovský zděný statek, díky jejichž lokalizaci a zachování byla v obci Křinice vyhlášena vyhlášená jedna ze dvou vesnických památkových rezervací. Ve městě Broumově stojí významný klášter a v jeho okolí mnoho kostelů projektovaných významným architektem K. I. Dientzenhoferem. Hronov je cílem turistů zejména ve spojitosti s Aloisem Jiráskem, jehož rodný dům tam lze navštívit. Zámky se nacházejí v Náchodě, Novém Městě nad Metují, v blízkosti Teplic nad Metují pak barokní zámeček Skály. V Kladském pomezí se také nachází mnoho specializovaných muzeí (např. Muzeum bratří Čapků nebo Boženy Němcové, muzeum stavebnice Merkur v Polici nad Metují, nebo jediné textilní muzeum republiky v České Skalici). Malebné panorama Nového Města nad Metují je nazýváno „českým Betlémem“ a již téměř tři desítky let je spojováno s festivalem české filmové a televizní komedie "Novoměstský hrnc smíchu". Vodní nádrž Rozkoš je nejvýznamnějším cílem KHK letní rekreace u vody. Mezi vojensko-historické památky se řadí Josefov, pozůstatky československého opevnění a pomníky prusko-rakouské války.

### **Orlické hory a Podorlicko**

Pro tuto oblast jsou klíčové atraktivity přírodní – zejména CHKO Orlické hory s nejvyšším vrcholem Velkou Deštnou. Původní bukový prales se dochoval v národní přírodní rezervaci Bukačka. Cenným územím je okolí řeky Divoké Orlice, především její horní tok s peřejemi a skalní soutěskou, dále také její údolní niva. Divoká i Tichá Orlice včetně úseku po jejich „spojení“ patří k nejvíce využívaným řekám KHK pro pěstování vodní turistiky.

Významné jsou však také kulturně-historické památky. Krajkářskou tradici reprezentuje město Vamberk (Muzeum krajky), kde se každoročně koná i krajkářské bienále. Historickými památkami této oblasti jsou zřícenina hradu a zámek Potštejn, zámky Opočno, Častolovice, Doudleby nad Orlicí, Kostelec nad Orlicí, Rychnov nad Kněžnou, Rokytnice v Orlických horách. Své místo zde mají také památky církevní. Katolickými poutními místy jsou kostel Panny Marie Bolestné na Homolí, Kunštátská kaple, křížová cesta s kaplí Panny Marie v Dřížeňském údolí, Dříš u Deštného v Orlických horách a Studánka u Dobrušky. S léčivými prameny jsou spojena poutní místa Neratov v Orlických horách a Rokole u Bohdašína. Židovské osídlení připomíná několik židovských hřbitovů, synagoga v Rychnově nad Kněžnou a obytný dům s torzem rituální lázně mikve v Dobrušce. V Rychnově nad Kněžnou

je umístěno Regionální muzeum Podorlicka. Z Podorlicka také pocházelo několik slavných osobností; v Dobrušce stojí rodný dům F. L. Heka (podle něhož vznikla postava F. L. Věka), Rychnov nad Kněžnou je rodištěm Karla Poláčka nebo město Vamberk je spojováno s loutkářskou rodinou Kopeckých. I v Orlických horách a jejich podhůří se nacházejí pozůstatky pohraničního opevnění z 30. let 20. století (např. pevnost Hanička).

## 2.3 KOMPLEXNÍ ANALÝZA ZÁKLADNÍ A DOPROVODNÉ TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY

### 2.3.1 ZÁKLADNÍ TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA

Turistická infrastruktura představuje soubor organizačně-technických předpokladů pro uspokojování předpokladů účastníků cestovního ruchu. Nezbytnou podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu je tzv. základní turistická infrastruktura, tj. ubytovací a stravovací zařízení a dopravní infrastruktura. Dopravní dostupnost a obslužnost jsou významnými faktory ovlivňujícími rozvoj cestovního ruchu. Bez odpovídající dopravní infrastruktury je cestovní ruch limitován. Hlavní rysy dopravního systému Královéhradeckého kraje byly představeny v úvodní kapitole, doprovodná dopravní infrastruktura s přímým vztahem k cestovnímu ruchu je charakterizována v následující podkapitole.

Hodnocení základní turistické infrastruktury musí vycházet z charakteru cestovního ruchu v daném území, tedy z množství a charakteru atraktivit cestovního ruchu.

#### **Kapacity ubytovacích zařízení**

Klíčovou pozici v rámci turistické infrastruktury zauímají ubytovací zařízení. Jejich počet odráží význam cestovního ruchu v regionu. Královéhradecký kraj vykazoval v roce 2005 mezi kraji druhý nejvyšší počet hromadných ubytovacích zařízení a třetí nejvyšší počet lůžek. V přepočtu na rekreační plochu je počet registrovaných ubytovacích zařízení v Královéhradeckém kraji ve srovnání s republikovou úrovní zhruba dvojnásobný.

Struktura ubytovacích zařízení v Královéhradeckém kraji se od hodnot ČR zásadně neliší (v roce 2005 kategorie hotely a podobná ubytovací zařízení dosahovala 52,4 % podílu oproti 53 % v ČR), nicméně několik významných rozdílů zde nalezneme. KHK má výrazně nižší podíl hotelů vyšší kategorie (0,5 % oproti 2 % v ČR), také podíl kempů je téměř poloviční (3,6 % oproti 6,3 % v ČR). Tyto nižší podíly jsou vyrovnávány vyšším podílem nespecifikovaných ubytovacích zařízení, kam patří např. léčebné lázně, rekreační zařízení podniků (odborových svazů), školící střediska podniků, ubytování apartmánového typu, ubytování v soukromí a jiná ubytovací zařízení, která vyčleňují lůžkovou část pro cestovní ruch (domovy mládeže, vysokoškolské koleje, podnikové ubytovny). Tato zařízení jsou velmi často pouze sezónního charakteru.

Srovnáme-li vývoj zařízení v těchto kategoriích mezi roky 2000 a 2005, zaostávala celková dynamika růstu jejich počtu za vývojem ČR (0,7 % oproti 1,9% přírůstku v ČR), nicméně počet lůžek se v kraji zvýšil o 4 % (ČR pokles o 0,3 %) a počet míst pro stany a karavany vzrostl o třetinu (v rámci ČR pouze o čtvrtinu). Významný byl zejména nárůst počtu kempů, jejichž počet v kraji vzrostl o 17 % na současných 41 (v ČR za sledované období nárůst 5,9 %). Za zmínku stojí pokles počtu i množství lůžek v nespecifikovaných hromadných zařízeních. Další údaje k vývoji počtu zařízení a lůžek je možno nalézt v příloze 5.

Pro posouzení adekvátnosti počtu a struktury ubytovacích zařízení je nezbytné charakterizovat tato zařízení v menších územních celcích. Zde narážíme na řadu metodických problémů spojených s rozdílným vymezením jednotlivých statistických jednotek pro účely cestovního ruchu a pro účely administrativní. Za turisticky významná území (TVÚ) nejsou dostupné hromadné údaje o infrastruktuře. Ve struktuře turistických oblastí data existují, nicméně je třeba se vyrovnat s mezikrajskými přesahy jejich území (viz rajonizace CR), data za okresy sice přesně odráží situaci uvnitř kraje, jejich spojení s TVÚ je však pouze orientační. S vědomím těchto omezení je však možné při provázání různých informačních zdrojů dostat poměrně přesný obraz o situaci. Nejvíce zařízení cestovního ruchu je v okrese



Trutnov (téměř 70 % v roce 2005), což ilustruje dominantní význam Krkonoš v krajském cestovním ruchu. V případě míst pro stany výsadnímu postavení okresu Trutnov silně konkurují okresy Jičín a Náchod. Podrobnosti o situaci v jednotlivých okresech jsou uvedeny v tabulce 1.

**Tab.1: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle okresů k 31. 12. 2005**

Kraj, okresy	Rozloha v km <sup>2</sup>	Hromadná ubytovací zařízení	Počet zařízení na 100 km <sup>2</sup>	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany	Průměrná cena za ubytování (Kč)
<b>Královéhradecký kraj</b>	<b>4760</b>	<b>986</b>	21	<b>15 853</b>	<b>45 132</b>	<b>5 365</b>	<b>263</b>
Hradec Králové	876	29	3	1 126	2 562	473	410
Jičín	887	74	8	1 657	4 875	1 125	230
Náchod	852	91	11	1 713	5 152	1 287	244
Rychnov nad Kněžnou	998	114	11	1 614	5 124	196	263
Trutnov	1147	678	59	9 743	27 419	2 284	263

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno

V případě srovnání turisticky významných oblastí jsou patrné významné rozdíly v ubytovacích kapacitách, kdy na území Krkonoš a Podkrkonoší je hustota ubytovacích zařízení s výjimkou Českého ráje i více než desetinásobná. Z velké části je to dáno charakterem turistiky v Krkonoších, kdy se většina zařízení staví pro delší a častější zimní pobyty.

Budeme-li hodnotit kapacitu ubytovacích zařízení středisek cestovního ruchu v jednotlivých územích kraje, tak je polovina veškeré ubytovací kapacity koncentrována v horských střediscích, cca 15 % lůžek nalezneme ve větších městech. Poměrně vysoký počet lůžek (4,5 tis.) nabízejí lázeňská střediska, menší počty jsou k dispozici v ubytovacích oblastech skalních měst a ve střediscích letní rekreace u vody. Absolutně nejvíce lůžek je soustředěno ve Špindlerově Mlýně (více než 8 tis.) a v Peci pod Sněžkou v Krkonoších. Mezi 2 a 4 tisíci lůžek se nachází v Deštné v Orlických horách, v Janských Lázních a Hradci Králové. Mezi 1 a 2 tisíci lůžek je soustředěno v řadě krkonošských středisek (Strážné, Vrchlabí, Černý Důl, Malá Úpa, Žacléř) a v Teplicích nad Metují. Z dalších významných středisek s významnou kapacitou lůžek lze uvést Jičín, Lázně Bělohrad, Hořice, Trutnov, Adršpach, Broumov, Česká Skalice, Náchod, Nové Město nad Metují či Rychnov nad Kněžnou.

V kraji se nachází cca 100 tis. objektů individuální rekreace, které se koncentrují v horských oblastech Krkonoš, Orlických hor, na Broumovsku a v nejbližším zázemí Hradce Králové.

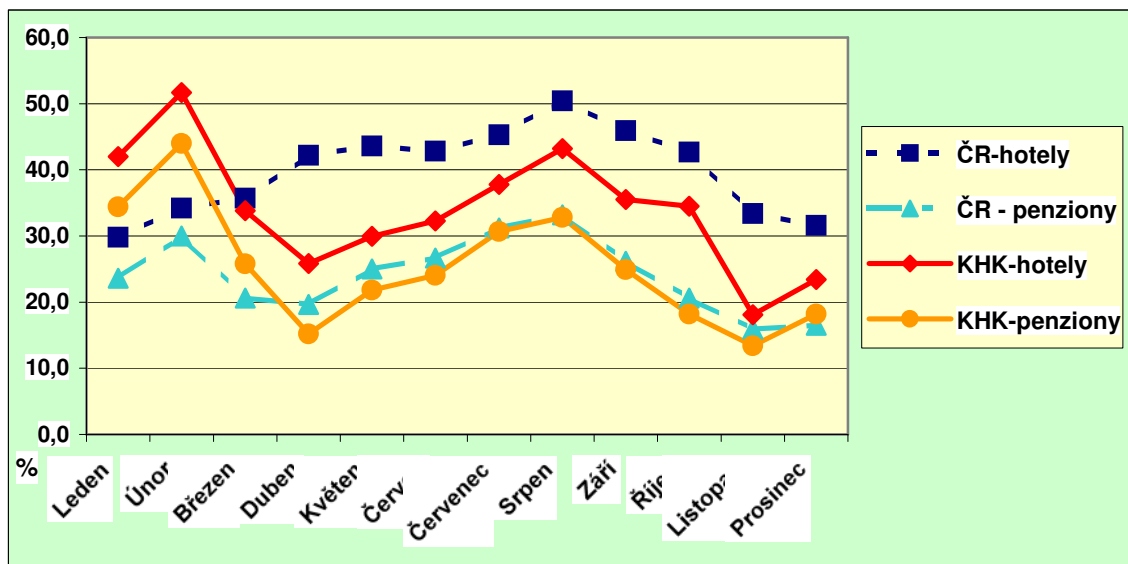
### **Návštěvnost ubytovacích zařízení cestovního ruchu**

V roce 2005 se ubytovalo v hromadných ubytovacích zařízeních Královéhradeckého kraje 972 tis. hostů. Třetinu hostů (325 tis.) tvořili zahraniční návštěvníci, z nichž více než polovina přijela z Německa, dále z Nizozemí a Polska. Nejnavštěvovanějšími okresy byly Trutnov a Náchod. V roce 2006 přenocovalo v hromadných ubytovacích zařízeních 982 tisíc hostů. Zahraničních hostů bylo téměř 333 tisíc. Jejich meziroční nárůst (2,3 %) byl rychlejší oproti domácím hostům. Nejvíce se ubytovalo Němců (téměř 190 tisíc), Nizozemců (40,8 tisíc), Poláků (30,2 tisíc) a Slováků (12,4 tisíc). V ČR se cizinců se ubytovalo nejvíce v hlavním městě Praze (57,5 %) a Královéhradecký kraj se zařadil na pátou příčku za Prahu, Karlovarský, Jihomoravský a Jihočeský kraj.

Počtem hostů se v mezikrajském srovnání Královéhradecký kraj zařadil na čtvrté místo za hlavní město Prahu (32,6 % všech návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení), Jihočeský kraj (8,7 %) a Jihomoravský kraj (8,4 %). V Královéhradeckém kraji to bylo 7,7 % návštěvníků hromadných ubytovacích zařízení v České republice.

Hotely a podobná zařízení byly nejčastějšími zařízeními, kde se hosté v loňském roce ubytovávali (62,7 %), z toho pouze sedm procent využilo služeb čtyřhvězdičkových hotelů, kde došlo k meziročnímu poklesu jak u domácích, tak u zahraničních hostů. Rovnoměrný nárůst hostů (5,2 %) byl u ostatních hotelů a penzionů. Deštivé a chladnější léto se promítlo i do návštěvnosti kempů výrazným meziročním poklesem o více než 15 %, u cizinců dokonce zhruba o čtvrtinu. Naopak výrazný zájem projeví cizinci o ubytování v chatových osadách a turistických ubytovnách (růst o třetinu) a ještě více v ostatních zařízeních (téměř o polovinu než v roce 2005).

Průměrný počet přenocování v Královéhradeckém kraji představoval u domácích i zahraničních hostů shodně téměř čtyři dny. V průměru za Českou republiku to bylo 3,3 dny. Nejdéle zde pobývali hosté v tzv. ostatních hromadných ubytovacích zařízeních (téměř 5 dní) a dále téměř 6 dní v ostatních nespecifikovaných zařízeních.



**Obr.4: Čisté využití lůžek v Královéhradeckém kraji a v ČR v roce 2006**

Zdroj: Statistický bulletin Královéhradeckého kraje, 1., 2., 3., 4. čtvrtletí 2006, ČSÚ 2006-2007

Důležitým ukazatelem pro hodnocení kapacity ubytovacích zařízení je čisté využití lůžek. To udává čistou obsazenost stálých lůžek, která byla hostům skutečně k dispozici. Výpočet vychází z průměrného počtu lůžek k dispozici a počtu provozních dnů ubytovacího zařízení. Průměrné roční využití lůžek činí v rámci ČR cca 36 %, využití pokojů potom cca 42 %. Královéhradecký kraj vykazuje přes množství atraktivit a podmínky pro zimní i letní cestovní ruch hodnoty nižší, cca 31 % v případě využití lůžek a 35 % u využití pokojů. Srovnání využití lůžek v jednotlivých měsících roku 2006 nabízí obr. 4. Jednou z příčin je naddimenzování ubytovacích kapacit s ohledem na silnou zimní sezónu.

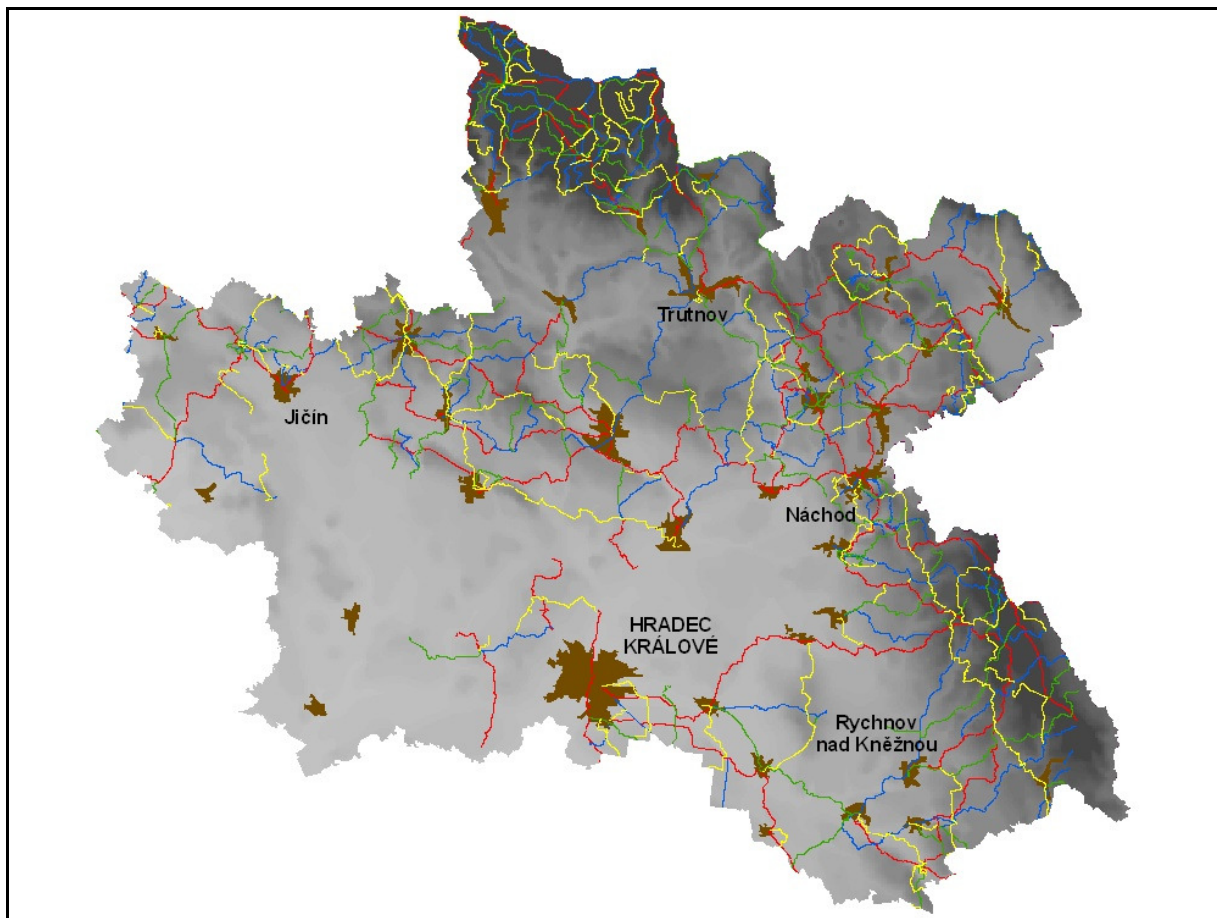
Stravovací zařízení jsou obvykle spjata s ubytovacími zařízeními cestovního ruchu a jejich vytíženost závisí na obsazenosti těchto ubytovacích zařízení. Vedle toho existuje ve většině obcí celá řada dalších stravovacích zařízení určených jak pro obyvatele, tak pro návštěvníky. Problémem tak obvykle není množství, ale kvalita těchto zařízení ve vztahu ke struktuře a potřebám návštěvníků.

### 2.3.2 DOPROVODNÁ TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA

Doprovodná turistická infrastruktura označuje vybavenost území pro aktivity jeho návštěvníků. Nejjednodušší členění rozlišuje letní a zimní turistickou infrastrukturu, přičemž existuje skupina zařízení s celoroční využitelností (informační centra, lanovky, kryté bazény a aquaparky, sportovní haly apod.). Často se užívá pojmu rekreační infrastruktura, který představuje vybavenost sídla či území pro volnočasové aktivity návštěvníků či jeho obyvatel a člení se na sportovní, kulturní, zábavní, vzdělávací či jinou rekreační infrastrukturu.

Královéhradecký kraj má k dispozici pestrou škálu doprovodné turistické infrastruktury v závislosti na územních podmínkách a aktivitě místních aktérů. Pro zimní sporty a rekreaci slouží v kraji upravené sjezdové a běžecké tratě převážně v Krkonoších a Orlických horách. Sjezdovky dosahují v řadě středisek několika kilometrů, jsou zde nejlepší sjezdařské a jedny z nejlepších běžkařských terénů v ČR. Mezi nejvýznamnější lyžařské areály patří Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Janské Lázně, Černý Důl (vše Krkonoše) nebo Deštné v Orlických horách a Říčky v Orlických horách (vše Orlické hory).

Pěší stezky a trasy se koncentrují v atraktivních oblastech Prachovských skal, Krkonoš, ADRŠPAŠSKO-TEPLICKÝCH SKAL, Broumovských stěn, Orlických hor a v dalších lokalitách. Z významných tras lze uvést např. cestu Česko-polského přátelství vedoucí po hlavním hřebenu Krkonoš nebo Jiráskova cesta po hřebenu Orlických hor. Naopak naučné stezky se objevují i jinde (bojiště 1866, Hradec Králové, Babičino údolí, Sobotecko apod.).



**Obr.5: Značené turistické stezky v Královéhradeckém kraji v roce 2005**

Zdroj: Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2006-2015

Klíčovou oblastí rozvoje cestovního ruchu na daném území je existence adekvátní dopravní infrastruktury. Tato oblast je velice složitá a v případě Programu rozvoje CR KHK je úzce provázána na již dnes existující krajské strategické dokumenty z oblasti dopravy (např. Pasport a Koncepce cyklodopravy, Studie dopravní infrastruktury v KHK nebo Generel silniční dopravy v KHK). V rámci těchto záležitostí probíhá krajská meziodborová spolupráce a koordinace.

V Královéhradeckém kraji je navržena pátevní síť cyklodopravy, která po svém dokončení zajistí vzájemné propojení rekreačních oblastí na území České republiky i okolních států. V rámci schválené „Koncepce cyklodopravy Královéhradeckého kraje“ byly navrženy na území KHK dvě cyklotrasy evropského významu „Labská cyklotrasa“ a „Žitavská cyklotrasa“. Labská cyklotrasa protíná kraj od severu (Špindlerův Mlýn – respektive počátek jejího cyklistického vyznačení byl po upřesnění trasy situován do Vrchlabí) k jihu (přes Hradec Králové do Vysoké nad Labem) s pokračováním v koridoru povodí řeky Labe dále územím České republiky. Žitavská cyklotrasa č.181 protíná kraj od severozápadu v trase Jičín – Hradec Králové – k Běléčku, její vyznačení je ale prozatím neúplné. Významnou nadregionální cyklotrasou je pak cyklotrasa KČT č. 22 (Jizersko – Krkonoško – Jesenická), situovaná převážně do příhraniční oblasti s Polskem, propojující Liberecký kraj s okresy KHK a cyklotrasa KČT č. 24 Labská procházející Libereckým, Královéhradeckým a Pardubickým krajem. Na tyto nadregionální cyklotrasy jsou napojeny mnohé navazující cyklotrasy překračující státní hranici do Polska.

Silné nedostatky se ale v Královéhradeckém kraji projevují zejména v tom, že chybí pohled na dopravní značení (informační systém) jako celek. Není totiž systematicky řešeno hnedé informační dopravní značení upozorňující u silnic na nejideálnější příjezd k atraktivitám cestovního ruchu. Změna této situace by se mohla pozitivně odrazit na návštěvnosti některých v současnosti opomíjených míst. Tato situace se ale musí řešit komplexně za celý Královéhradecký kraj ve spolupráci s jednotlivými OCR.

Na území Královéhradeckého kraje zřídily České dráhy 2 půjčovny kol. Jedna se nachází v České Skalici (kola zde vypůjčená je možno vrátit v železničních stanicích Červený Kostelec, Náchod nebo Nové Město nad Metují), druhá v Jičíně. Na vybraných tratích je možno tato kola přepravovat zdarma. Řadu půjčoven provozují soukromé subjekty.

Poznávání přírody a památek na české i polské straně Krkonoš, Orlických hor a mezilehlého území umožňuje množství turistických hraničních přechodů. Jejich počet se v závislosti na rozvoji a koordinaci stále zvyšuje, např. 1.7.2007 byly otevřeny nové sezónní přechody Žďárky–Pstražna a Vrchmezí–Orlica. Revoluční změna v problematice hranic nastala 21.12.2007, kdy Česká republika vstoupila do evropského Schengenského prostoru, který umožňuje podstatně snazší přechod hranic. Prostupnost státní hranice tak umožňuje vzájemné sdílení turistické infrastruktury a atraktivity území.

Mikroregion Český ráj v úzké spolupráci se Sdružením Český ráj, Krkonoše - svazek měst a obcí, Branka, o.p.s. Náchod a Dobrovolný svazek obcí Region Orlické hory na základě spolupráce s místními dopravními podniky rozvinuly systém „cyklobusů“, které umožňují turistům přepravovat také svoje kola. V roce 2007 fungovalo v Českém ráji 5 linek, v Krkonoších 7 linek, v Kladském pomezí 3 linky a v Orlických horách 13 linek, počty se však v různých obdobích letní sezóny liší. V zimním období v Krkonoších fungují na podobném principu zimní autobusy.

Důležitou skutečností, která se dotýká vedle trvale bydlících obyvatel také návštěvníků regionu, je existence integrovaných dopravních systémů, které efektivně kombinují železniční a autobusovou dopravu v území. V současné době se nacházejí na území kraje tři takovéto systémy – VYDIS Jaroměř – Hradec Králové – Pardubice, IREDO Náchodsko a Rychnovsko.



Efektivní propojení železniční a autobusové dopravy je dalším významným krokem pro rozvoj CR. V případě Královéhradeckého kraje ale není zvolen příliš vhodný provozní systém, neboť po několika letech jeho provozu došlo spíše k odklonu obyvatel od tohoto druhu veřejné dopravy než k jeho vyššímu využívání. Zkušenosti z jiných evropských zemí ale ukazují, že v případě nastavení vhodného dopravního systému to může být cesta k dalšímu rozvoji. .

V Královéhradeckém kraji se nachází 8 golfových hřišť (dle ČGF, 2007), z nichž je jich 5 normováno. Nejčastěji jde o hřiště s 9 jamkami. V Hradci Králové se nachází i indoorové hřiště. Hřiště Nová Amerika, které je situováno u města Jaroměř a má 27 jamek, patří k největším golfovým areálům v České republice (120 ha).

Na území kraje se nachází celkem 8 veřejných vnitrostátních letišť, a to v Jičíně, Vrchlabí, Dvoře Králové n. Labem, Jaroměři, Novém Městě nad Metují, Náchodě, Velkém Poříčí a Broumově. V Holovousech se nachází neveřejné vnitrostátní letiště a v Hradci Králové bývalé vojenské letiště se statutem neveřejného mezinárodního letiště. S výjimkou letiště v Broumově a Hradci Králové se jedná o letiště s travnatým povrchem a jsou převážně využívána pro sportovní létání či k vyhlídkovým letům.

Kryté či otevřené zimní stadiony se nacházejí ve všech větších městech, podobně také kryté bazény a aquaparky, které jsou navíc k dispozici ve všech významnějších horských střediscích.

Ve všech větších městech se nachází informační centra. Nejvíce je jich soustředěno v Krkonoších. Nejčastěji využívají zázemí obecních či městských úřadů či veřejných knihoven.

Hlavní zařízení doprovodné turistické infrastruktury jsou soustředěna v blízkosti turistických atraktivit či ve větších městech. Cestovní ruch se promítá do území měst bodově a přetváří hlavní destinace, zatímco v jejich okolí nejsou jeho dopady vždy patrné. S výjimkou Krkonoš se specifickým horským charakterem lze potom považovat nabídku turistické infrastruktury v turisticky významných územích za poměrně pestrou a vyrovnanou. Detailní informace o turistické infrastruktuře v jednotlivých územích, zónách či obcích lze získat na portálu cestovního ruchu Královéhradeckého kraje.

### **Krkonoše a Podkrkonoší**

Krkonoše a Podkrkonoší jako turistická destinace je územím rozděleným mezi Liberecký a Královéhradecký kraj. V nabídce doprovodné turistické infrastruktury zaujímá oblast Krkonoš mimořádné postavení. Jde jak o zimní, tak i o letní turistickou infrastrukturu. Na značné množství ubytovacích kapacit se váže potřeba poskytnout hostům dostatek možností trávení volného času.

Výsadnímu postavení Krkonoš v oblasti zimních sportů v ČR odpovídá i infrastruktura. Nachází se zde 23 lanovek a více než 125 vleků s celkovou přepravní kapacitou více jak 120 tis. osob za hodinu. Celková délka pravidelně upravovaných sjezdových tratí je téměř 140 km a délka pravidelně upravovaných běžeckých tratí dosahuje 600 km. Hlavními lyžařskými areály jsou Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou, Janské Lázně – Černá hora, Malá a Velká Úpa, Černý Důl, Mladé Buky, lyžařská centra se nachází na řadě dalších míst. Ve Špindlerově Mlýně a v Harrachově (Liberecký kraj) byly vybudovány bobové dráhy s celoročním provozem. Většina zmiňovaných velkých středisek nabízí návštěvníkům doplňující sportovní či kulturní aktivity, vzhledem ke značnému náporu v zimním období není možné zajistit možnost jejich využití pro všechny. Na významu potom nabývá nabídka širokého zázemí a dostupnost informací o těchto možnostech.



Značené letní turistické trasy a dálkové i místní cyklotrasy dosahují v horské i podhorské části Krkonoš několika stovek kilometrů a nabízejí možnosti jak pro bezdětné sportovce, tak i pro rodiny s dětmi.

Jízdu na koních nabízejí jízdárny ve Strážném, Kněžicích u Vrchlabí, Svobodě nad Úpou či Pilníkově. Kryté bazény jsou v Trutnově či Špindlerově Mlýně, kde je také aquapark. Z koupališť lze uvést Dolní Kalnou, Vrchlabí, Trutnov či Mladé Buky. Golfová hřiště se nachází v Mladých Bukách a v Prosečném u Vrchlabí. Vyhlídkové lety nabízí letiště ve Vrchlabí. Podrobná nabídka nejen atraktivit, ale i infrastruktury je k dispozici na [www.ergis.cz/krkonose](http://www.ergis.cz/krkonose).

Oblast Podkrkonoší zvaná Podzvičinsko je specifická spíše menšími zařízeními doprovodné infrastruktury, která jsou poměrně rovnoměrně rozmístěna. Jednou z rozvojových možností zdejší infrastruktury může být odlehčení přetíženým horským střediskům Krkonoš a větší soustředění na individuální poptávku.

Podzvičinsko nabízí poměrně hustou síť pěších tras (zejména v jeho severní části) v Krkonošském podhůří. V současné době také probíhá společně s cyklotrasami jejich optimalizace. Z rozhleden na Podzvičinsku lze uvést Hořícký Chlum či poblíž ležící Masarykovu věž, k vyhlídce lze využít i věž kostela ve Dvoře Králové nad Labem. Vyjížděky na koni nabízí jezdecký areál Jeníkov u Hořic. V Lázních Bělohrad se nachází nejmodernější minigolfové hřiště v ČR, které umožňuje pořádání významných turnajů. Vrch Zvičina je díky vhodným podmínkám se vzrůstající oblibou využíván k paraglidingu a je zde plánována výstavba rozhledny. Z řady vyhlášených přírodních koupališť patří k nejvyhledávanějším sportovní areál s koupalištěm v Pecce, koupaliště Dachova u Hořic, ve Dvoře Králové nad Labem, v Milovicích či Miletíně. Na severní straně vrchu Zvičina se nachází lyžařské středisko Zvičina, také je sjezdovka u Dolní Brusnice, Pecce a další byt' menší sjezdovka je v Mezihoří u Ostroměře.

## Český ráj

Český ráj jako turistická destinace je územím rozděleným mezi Liberecký, Královéhradecký a Středočeský kraj. Na rozdíl od liberecké části se v královéhradecké části regionu vyskytuje méně zimní turistické infrastruktury. Hlavní zařízení se koncentrují buď do Jičína a jeho blízkého okolí nebo na Novopacko.

„Červenou“ linií spojující hlavní atraktivity Českého ráje je Zlatá stezka Českého ráje. Územím prochází dálková cyklotrasa č.14 spojující Střední Čechy s Libercem a Hrádkem nad Nisou. Určitým problémem se jeví zastaralost mnoha značení pro pěší turisty, kdy mnohdy dochází k nebezpečným křížením se silničními komunikacemi nebo dokonce jeho celková absence (Valdštejnova a Mariánská zahrada). Vzhledem k množství výhledů z ochozů městských či zámeckých věží a přírodních vyhlídek se v Českém ráji nachází pouze jedna samostatná rozhledna na Čeřovce v Jičíně, ze které navíc díky vzrostlým stromům není příliš dokonalý výhled. Ke koupání a rekreaci slouží Jinolické rybníky, rybník kníže v Jičíně, koupaliště pod Humprechtem či aquacentrum v Jičíně. V Jičíně se nachází i zimní stadion. Aeroklub Jičín nabízí vyhlídkové lety dle vlastního výběru nad krásami Českého ráje. Nová Paka nabízí krytý zimní stadion a krátkou sjezdovku s vlekem. Tato sjezdovka spolu se sjezdovkou ve Staré Pace nabízí spíše klidné lyžování s terénem vhodným pro rodiny s dětmi a lyžaře začátečníky.

## Hradecko

Na Hradecku hraje cestovní ruch spíše doplňkovou roli. Infrastruktura se tak váže k Hradci Králové jako velkému městu a plní spíše rekreační funkci či se lokalizuje v blízkosti několika významných atraktivit. Významná pozice jezdecké či golfové infrastruktury souvisí s krajinnými podmínkami. Golfové hřiště se nachází poblíž obce Hrádek, v Myštěvsi, v Jeníkovcích u Třebechovic pod Orebem; v Hradci Králové je Fincom park (unikátní golfová akademi a driving range přímo ve městě). Zájemci o jízdu na koni mohou využít služeb jízdařen v Hradci Králové-Malšovicích, Chlumci nad Cidlinou, Humburkách, Bědovicích či Dobřenicích.

Ke koupání lze na Hradecku využít řadu pískových rybníků (např. Stříbrný rybník s autocampingem), aquapark v Třebechovicích pod Orebem nabízí bazény s vyhřívanou vodou, nové moderní koupaliště Lodín u Hrádku u Nechanic nebo rozsáhlé aquacentrum (funkční technická památka s efektem vlnobití již z 30.let 20. stol.) s řadou efektů a doprovodných zařízení je možné navštívit v Hradci Králové. Vyhlídku po Hradecku je možné si dopřát z Bílé věže v Hradci Králové či z blízké rozhledny na Chlumu nebo z rozhledny u Libníkovic. V Hradci Králové lze absolvovat okružní vyhlídkovou plavbu po Labi na kolesových parníčcích nebo navštívit unikátní hvězdárnu a planetárium. Na Hradecku hrají velkou roli pro CR i letiště. Hradecké letiště je hojně využíváno také jako místo pro pořádání významných mezinárodních festivalů – Rock for People, Hip Hop Kemp, Truckfest, tuningparty, Helimed...) a vzniká tam unikátní muzeum letectví. Možnost relaxace v blízkosti města nabízí „hradecké“ městské lesy, které poskytují celou škálu tras pro pěší, cyklisty, jezdce na koni a v případě dobré zimy i pro běžecké lyžaře. Většina ostatního území Hradecka je na značené pěší trasy poměrně chudá. V posledních letech se s rozmachem nákupních center stává pro město Hradec Králové a blízké okolí typická nákupní turistika a díky samotnému městskému prostředí a na to navázané služby i centrem pro wellness aktivity.

## Kladské pomezí

Kladské pomezí je tvořeno několika pásy s poměrně odlišnými podmínkami. Okolí Adršpašsko-teplických skal a Broumovských stěn je hojně navštěvovanou destinací s doprovodnou infrastrukturou odpovídající spíše krátkodobému charakteru návštěv. Náchodsko potom zahrnuje výrazně širší nabídku jednotlivých zařízení.

V Kladském pomezí nalezneme rozhledny Žaltman v Jestřebích horách, Ruprechtický Špičák v Javořích horách, rozhlednu na Dobrošově, rozhled je také možný ze zámeckých věží v Novém Městě nad Metují či Náchodě. Mezi Novým Městem nad Metují a Jaroměří lze využít méně náročné cyklotrasy či vycházkové okruhy, v Broumovských stěnách jsou lokalizovány již pro náročnější návštěvníky. Poměrně hustou sítí hraničních turistických přechodů doposud využívaly např. cyklotrasy spojující Náchod a Kudowu Zdrój, Polici nad Metují a Radkóv. Vstupem ČR do Schengenského prostoru byla problematika propustnosti hranic vyřešena.

Lyžařské vleky s upravenými sjezdovými tratěmi jsou v Teplicích nad Metují, v Janovičkách, Radvanicích či Machově (zde lze využít i skokanských můstků). Vyhledávanou lyžařskou běžeckou trasou je hřebenová trasa Jestřebími horami, v Javořích horách na Broumovsku jsou upravené stopy v okolí Janoviček.

Skalní věže v Adršpašsko-teplických skalách umožňují při zachování horolezeckého režimu výstup 4000 horolezeckých cest. Výborné podmínky k rekreaci u vody, k plachtění, surfování či rybaření poskytuje přehradní nádrž Rozkoš. Golfové hřiště Nová Amerika u Jaroměře patří k nejlepším v České republice, vedle golfu je zde možné věnovat se na stejnojmenném ranči

jezdectví nebo jsou zde i možnosti pořádání kongresů. Ve Velkém Dřevíči je krytá horská dráha pro motokáry. Na léčbu pohybového ústrojí se specializují zdejší lázně Velichovky.

### **Orlické hory a Podorlicko**

Orlické hory a Podorlicko jako turistická destinace je územím rozděleným mezi Pardubický a Královéhradecký kraj. Samotné území Orlických hor a Podorlicka nabízí velmi dobré podmínky pro pěší turistiku, turistické značení vzhledem k charakteru pohoří vytváří poměrně rozsáhlé okruhy. Po hřebeni Orlických hor vede tzv. Jiráskova cesta. Rozhledny nalezneme na nejvyšším vrcholu Velká Deštná, ve Vrbici u Doudleb nad Orlicí, ve Skuhrově nad Bělou či na Osičině u Vojenic. Jízdu na koni nabízejí jezdecké kluby v Deštném v Orlických horách a v Rokytnici v Orlických horách. V posledních letech bylo mnoho aktivit zaměřeno také na rozvoj cykloturistiky. Došlo k vyznačení nových cyklostezek a cyklotras, budování odpočinkových míst či zavedení letních víkendových linek cyklobusů.

Orlické hory skýtají příznivé podmínky pro sjezdové i běžecké lyžování. Největšími zimními středisky jsou Deštné v Orlických horách a Říčky v Orlických horách, dále lze uvést sjezdovky v Rokytnici v Orlických horách, Zdobnici, Bartošovicích, Orlickém Záhoří či Olešnici v Orlických horách. V Rychnově nad Kněžnou je umístěn zimní stadion, v Dobrušce je krytý bazén. Doprovodná infrastruktura se vedle vazby na střediska zimního sportu odvíjí především od sídelní struktury.

## 2.4 INVESTIČNÍ PŘÍLEŽITOSTI V CESTOVNÍM RUCHU

Investiční příležitosti v cestovním ruchu jsou na jednu stranu velmi rozmanité, ale na druhou stranu špatně kvantifikovatelné. Škála činností, která může mít vliv na rozvoj cestovního ruchu v daném regionu nebo rozmanitost podnikatelských aktivit v CR, je opravdu široká. Jde zejména o rozvinutí možností podnikání v oblasti rozvoje základní turistické infrastruktury (ubytovací a stravovací zařízení), rozvoje turistických služeb, výstavbě a provozu sportovních a kulturních zařízení, budování občanské vybavenosti a provozu volnočasových aktivit atd.

Určitý problém nastává při výběru území, které jsou vhodné pro investice z oblasti CR. Za jako primární hledisko pro případnou investici do území bude vždy brána jeho atraktivita (poměr nabídky/poptávky). Sekundární hledisko se týká připravenosti dané lokality. Připravenost území se porovnává jednak z pohledu vyčleněných ploch v příslušném územním plánu regionu a jednak z pohledu připravenosti dané plochy/zóny (vodné umístění, dopravní a technická infrastruktura...).

Samotná atraktivita území Královéhradeckého kraje z návštěvnického hlediska je zmiňována již v kapitolách předešlých. V nich jsou podle jednotlivých ukazatelů definována území, kam turisté jezdí více (větší poptávka) a kam méně (menší poptávka). S tím právě úzce souvisí snaha investorů do těchto atraktivních území umísťovat své aktivity a finance. Oproti tomu je ale na druhé straně zřejmé, že ve většině atraktivních lokalit již dnes není možnost dle územních plánů či jiných regulativů (např. legislativně chráněná území) nadále stavět, tudíž jsou investiční příležitosti v těchto oblastech značně omezené. Pro tato území jsou tedy vhodnější investice do modernizací již postavených objektů nebo zastavěného, ale nevhodně nebo zcela nevyužívaného území tzv. brownfields<sup>2</sup>. Dále jsou zde také vhodné investice bez územního dopadu (služby, produkty...)

Také ale v KHK, stejně jako v ostatních krajích, existují lokality, kam se zatím příliš nejezdí, i když pro to mají velký rozvojový potenciál. Důvody, proč turisté tato území prozatím opomíjejí, mohou být různé – od nedostatečného marketingu, absence turistických produktů přes nepřipravenost území až k neexistenci odpovídající turistické infrastruktury. Právě z těchto důvodů jsou tato území vhodná pro tzv. tvrdé investice spočívající zejména v investičních projektech nejčastěji v podobě výstavby objektů a areálů, ve kterých bude provozována podnikatelská činnost se zaměřením na CR. Zde je ale opět důležité, aby daná území byla komplexně připravena (soulad s územním plánem, zasíťováno infrastrukturou), byly aplikovány efektivní marketingové nástroje na jejich propagaci a manažerská činnost při jejich správě.

Určitým vodítkem pro budoucí investiční příležitosti mohou být v současnosti již připravené rozvojové zóny. Jejich nejčastějším příkladem jsou zóny průmyslové, které jsou od roku 1998 finančně podporovány prostřednictvím pobídek i ze strany státu. Právě díky tomu jsou tyto plochy lokalizovány již v každé větší obci či městě. Díky jejich velkému počtu se občas vyskytuje problém s jejich obsazeností. Pro oblast cestovního ruchu ale tyto zóny nemají velkého významu, neboť jejich nejčastější obsazení pochází z přímých zahraničních investic nejčastěji průmyslového charakteru – automobilové, elektrotechnické, strojírenské či

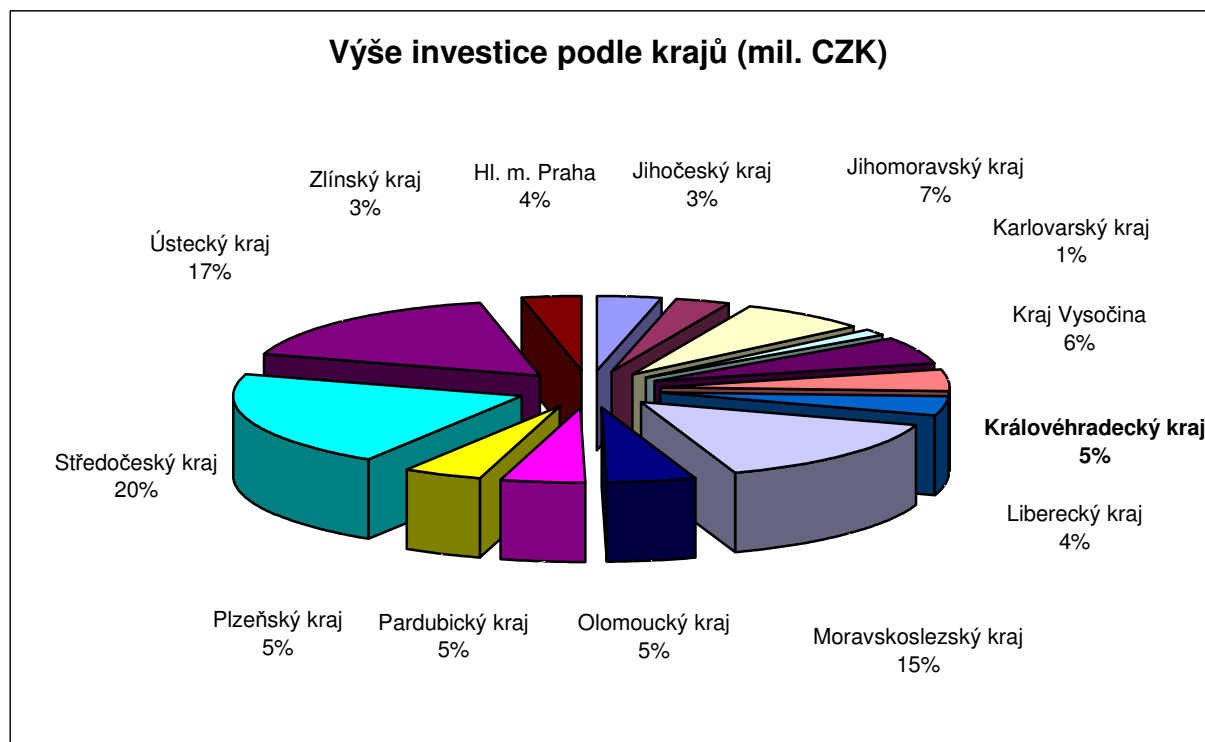
<sup>2</sup> *Brownfields* – jsou nemovitosti (pozemky nebo objekty), které se nachází na současně nebo v minulosti zastavěném území, které nejsou efektivně využívány, která jsou zanedbaná a v mnoha případech i kontaminovaná. Takovéto nemovitosti mají ekonomicky a fyzicky deprimující vliv na své prostředí a okolí. Tento typ nemovitostí nelze efektivně využívat, aniž by proběhl proces jejich regenerace. V případě brownfields se jedná nejčastěji o pozůstatky průmyslových, zemědělských, armádních, rezidenčních a jiných aktivit, ale také například o objekty dopravní infrastruktury, ubytovacích a obchodních zařízení či dokonce i o kulturní památky. Problematika řešení lokalit brownfields je velmi složitá a dlouhodobá. Jejich řešení ve stručnosti spočívá buď v obnovení jejich původní funkce nebo častější případ je zcela nový způsob využití dané lokality.

chemické obory. Přímé zahraniční investice přinášejí mnoho pozitivních impulzů pro rozvoj celkového hospodářství kraje a snižování míry nezaměstnanosti. V současné době se nachází v Královéhradeckém kraji okolo 40 průmyslových zón.

**Tab.2: Charakteristika jednotlivých údajů souvisejících s přímými zahraničními investicemi v mezikrajském srovnání za období od 1.1.1993 do 31.3.2007.**

	Počet projektů	Výše investice (mil.CZK)	Výše investice (mil. USD)	Pracovní místa
Hl. m. Praha	46	20 154	670	10 848
Jihočeský kraj	25	16 842	620	5 798
Jihomoravský kraj	126	41 062	1 567	19 888
Karlovarský kraj	11	7 582	276	1 200
Kraj Vysočina	35	33 349	1 116	8 177
<b>Královéhradecký kraj</b>	<b>33</b>	<b>25 479</b>	<b>922</b>	<b>9 585</b>
Liberecký kraj	28	23 638	769	4 531
Moravskoslezský kraj	111	82 269	3 191	21 020
Olomoucký kraj	47	27 891	941	9 776
Pardubický kraj	32	26 964	899	10 852
Plzeňský kraj	48	25 598	899	9 492
Středočeský kraj	103	116 574	3 652	22 950
Ústecký kraj	139	95 599	3 298	24 011
Zlínský kraj	32	18 108	636	3 829
<b>CELKEM</b>	<b>815</b>	<b>561 109</b>	<b>19 455</b>	<b>161 957</b>

Zdroj: Česká národní banka, [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)



**Obr.6: Relativní výše přímých zahraničních investic mezi jednotlivými kraji ČR v letech od 1.1.1993 do 31.3.2007.**

Zdroj: Agentura CzechInvest, [www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)



Přestože se průmyslové zóny příliš nehodí pro investice z oblasti CR, tak pokud má daná obec či oblast zájem rozvíjet CR na svém území, tak je potřeba neustále připravovat rozvojové pozemky či dokonce zóny. Tyto rozvojové pozemky nemusí mít charakter zrovna rozlehlého uceleného pozemku, neboť většina investic do CR zdaleka nedosahuje rozlohy průmyslových hal, ale měly by být dostatečně velké, vymezeny v územním plánu a kompletně zasítované.

Určitou možností, zejména pro v současnosti atraktivní lokality, mohou být již výše zmíněné plochy a objekty brownfields. V rámci této iniciativy nechal zpracovat v letech 2006 až 2007 Krajský úřad Hradec Králové komplexní studii této problematiky, která se nazývá „Vyhledávací studie pro lokalizaci brownfields na území Královéhradeckého kraje“. V této studii je zmapována současná situace 244 lokalit brownfields (investičních příležitostí) Královéhradeckého kraje. Jedním z jejich finálních výsledků také bylo podrobné rozpracování 10 nejvýznamnějších brownfields (viz tab.3), které jsou v rámci investičních příležitostí na území Královéhradeckého kraje nabízeny potenciálním investorům k jejich znovu využití.

**Tab.3: Deset nejvýznamnějších objektů a ploch brownfields v Královéhradeckém kraji a jejich stručná charakteristika.**

Název lokality	Rok výstavby	Rozloha (m <sup>2</sup> )	Zastavěnost (%)	Možné využití pro CR	Příslušnost k ORP
Čtvercová kasárna a vojenská nemocnice Josefov (Jaroměř)	1780 - 1789	33 786	47,5	Ubytování, kultura, obchod, služby, zeleň, parkoviště	Jaroměř
Cukrovar Kopidlno	1871, rekonstrukce v 80.letech 20.stol.	84 160	11	Sport a rekreace, podnikání v oblasti obč. vybavenosti, zeleň	Jičín
Tovární areál u Dědiny v Třebechovicích p.Orebem	1906 - 1945	14 628	41	Občanská vybavenost, obchod, služby, zeleň, parkoviště	Hradec Králové
Hradec Králové - Kukleny (skladiště za nádražím)	počátek 20.stol.	600	87,5	Podnikatelský inkubátor, výzkumné a vzdělávací centrum	Hradec Králové
Průmyslový areál Maršov (bývalá papírna)	konec 19.stol.	42 472	25,66	Ubytování, sport a rekreace, podnikání v oblasti služeb a obč.vybavenosti	Trutnov
Průmyslový areál Žacléř (bývalá textilní továrna)	1884	23 499	24,33	Podnikání v oblastech (služby, obč. vybavenost, turistická infrast.) spojených s CR	Trutnov
Průmyslový areál Prostřední Lánov (bývalá textilní továrna)	20.-40.léta 20.stol.	5 358	33	Služby a občanská vybavenost	Vrchlabí
Bývalá kasárna v Novém městě nad Metují	1935	33 634	15	Sport, služby, občanská vybavenost	Nové Město nad Metují
Areál bývalých kasáren Vamberk	1840 - 1972	30 758	34	Obchod, nevýrobní služby, parkoviště	Rychnov nad Kněžnou
Objekt bývalé teplárny Dobruška	poč.60.let 20.stol. a 1980	24 000	70	Údaje nezjištěny	Dobruška

Zdroj: Vyhledávací studie pro lokalizaci brownfields na území Královéhradeckého kraje, 2007, Ateliér T-plan

## Úspěšné projekty aktérů z CR v Královéhradeckém kraji

Přestože byly v minulosti investice do oblasti cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji několikanásobně nižší než například do oblasti průmyslu, tak jejich význam pro některé obce, mikroregiony či dokonce celá turisticky významná území (dále jen TVÚ) byl nezanedbatelný. Tuto skutečnost dokládá nejen velké množství úspěšně realizovaných rozvojových projektů CR, ale hlavně zvýšení návštěvnosti v některých doposud opomíjených lokalitách, v jejím větším sezónním rozložení a zvýšením celkové spokojenosti hostů. Neméně významným dopadem investic bylo vytvoření dalších pracovních míst a vznik podnikatelských subjektů. Oblast cestovního ruchu patří z pohledu investic k oborům s větším rizikem podnikání zejména z důvodu nepřízně počasí (slabá zimní sezóna 2006/2007) nebo živelných katastrof (větrná kalamita ve Vysokých Tatrách v roce 2004). I tato rizika ale nebrání tomu, aby se stále do CR investovalo, což dokládá několik níže uvedených příkladů úspěšných projektů. Nejčastěji se jednalo o tzv. „tvrdé“ investice do základní či doprovodné infrastruktury nebo naopak o investice „měkké“, které měly nejčastěji marketingový charakter.

## KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ

Samotný Krajský úřad Hradec Králové se každoročně díky svému krajskému rozpočtu podílí na podpoře v oblasti CR na svém území. Nejčastěji se jedná o přímé dotace jednotlivým městům, obcím, mikroregionům nebo organizacím CR, díky kterým daný subjekt vykonává předem dohodnutou činnost CR. KHK je také nositelem několika celokrajských projektů, které zasahují do různých oblastí CR. Poslední a velmi významnou investicí KHK jsou průběžně vypisovaná grantová schémata. Tato schémata jsou nejčastěji zaměřena na rozvoj základní turistické infrastruktury a na oblast marketingu. Grantová schémata se mohou dělit dle možného příjemce (veřejný, soukromý či neziskový sektor) a možné výše podpory.

**Tab.4: Názvy podpořených projektů v rámci grantového schématu zaměřeného na marketingovou podporu subjektů v KHK**

GRANTOVÉ SCHÉMA	PODPOŘENÉ SUBJEKTY	
	1.výzva	2.výzva
<b>Podpora medializace KHK prostřednictvím propagačních a informačních kampaní</b>	Královéhradecký kraj, kraj vašich plánů	Medializace turistické oblasti Mariánská zahrada
	Medializace turistické oblasti Valdštejnova zahrada	Medializace turistického regionu Krkonoše
	Podpora rozvoje turistiky Vrcha a okolí	Mediální a propagační kampaň Turistické oblasti Orlické hory a Podorlicko
	Poznejte Broumovsko	Pěšky nebo na kole mikroregionem Brodec
	Propagace Kladského pomezí	Propagace turistické oblasti Podzvičinsko
	Propagační a informační kampaň regionu Žacléřsko	S batohem na zádech mikroregionem Bělá
	Putování Krakonošovým královstvím	Systém vzájemné propagace atraktivit turistické oblasti Hradecko
	Vítejte v Orlických horách	Za poklady Broumovska

Zdroj: Centrum evropského projektování, www.cep-rra.cz

**Tab.5: Podpořené subjekty v rámci grantového schématu zaměřeného na rozvoj ubytovacích kapacit v KHK**

GRANTOVÉ SCHÉMA	PODPOŘENÉ SUBJEKTY	
	1.výzva	2.výzva
<b>Podpora modernizace a rozšíření ubytovacích kapacit v KHK</b>	GRANDPAL společnost s ručením omezeným	Martin Šmahel
	Hotel Děvín s. r. o.	Modernizace a zvětšení ubytovacích kapacit hotelu Holzbecher
	Petr Puschmann	Rekonstrukce a přestavba hotelu Střelnice
	Pivovar Náchod	Rekonstrukce restaurace Amerika ve Křinicích
		Rozšíření ubytovací kapacity penzionu U Svatého Jana
		Rozšíření ubytovacích kapacit Hotelu Praha v Broumově

Zdroj: Centrum evropského projektování, www.cep-rra.cz

Dalším subjektem, který vytváří na území rozvojové projekty jsou nejčastěji jednotlivé **organizace CR** v pěti TVÚ kraje. Některé již existují mnoho let a mají tak propracovanou organizační strukturu, tudíž vytváří i více úspěšných investičních projektů. V posledních letech šlo o budování cyklostezek a cyklotras, projekty z oblasti marketingu, budování informačních systémů nebo provoz služeb CR (cyklobusy a zimní turistické autobusy, půjčovny ...).

Neméně významnými investory v oblasti CR jsou v Královéhradeckém kraji i jednotlivé **obce či města**. Ty jsou mnohdy součástí výše zmíněných organizací CR nebo jednotlivých mikroregionů, v rámci kterých realizují společné projekty. Ty municipality, které nejsou členy žádného podobného uskupení často investují vlastní nemalé prostředky do rozvoje CR na svém území. Jedná se zejména o větší města.

Zcela specifické postavení v projektovém řízení zaujímá Euroregion Glacensis. Euroregion Glacensis je nadnárodní dobrovolné zájmové sdružení měst a obcí a dalších právnických osob na území okresů Trutnov, Náchod, Rychnov nad Kněžnou, Ústí nad Orlicí, Svitavy, Chrudim, Pardubice, Hradec Králové a Jičín na české straně a sdružení měst a obcí okresů Kłodzko, Ząbkowice a Dzierżoniow na polské straně. Jeho hlavním úkolem je podpora česko-polské přeshraniční spolupráce a rozvoje příhraničního území, která jsou spjata úzkými geografickými a historicko-politickými vazbami. A právě v rámci těchto aktivit bylo od roku 1996, kdy byl euroregion založen, vytvořeno velmi mnoho projektů v řádech stovek miliónů korun. Pro jejich úspěšnou implementaci byla také v roce 2000 založena Regional Development Agency (RDA), jejíž hlavní náplní je příprava a realizace projektů a také administrace programů přeshraniční spolupráce.

Mimo všechny výše zmíněné subjekty veřejné správy jsou největšími investory **podnikatelské subjekty**. Právě ony jsou těmi hlavními investory do území. V případě analýzy jejich aktivit je ale situace velmi problematická, neboť pokud nežadají o veřejné prostředky, tak není možné jejich aktivity plně zmapovat. Podnikatelé nejsou nuceni se registrovat do jakékoliv databáze projektů CR. Pokud privátní sektor připravuje rozvojový

projekt, tak se ho mnohdy do poslední chvíle snaží tajit z důvodu získání výhody před konkurencí, což následně také komplikuje analýzy investic privátního sektoru. Tyto aktivity je velmi důležité sledovat a koordinovat, neboť ne vždy mohou vést k úspěšnému rozvoji území a mohou mít na mnoho let negativní dopad na vnímání návštěvníků, což dokazuje např. „živelný“ rozvoj developerských projektů na výstavbu apartmánů v atraktivních střediscích Krkonoš.

V současné době působí na území kraje již pouze jedna organizace, které sdružuje široké spektrum podnikatelských subjektů a společně i vytváří rozvojové projekty. Ke konci roku 2007 došlo totiž ke sloučení Regionální hospodářské komory Severovýchodních Čech v Hradci Králové s Oblastní hospodářskou komorou v Jičíně. V současné době tedy představuje podnikatelskou samosprávu v kraji tato organizace pod názvem Krajská hospodářská komora, která sídlí v Hradci Králové a jednatelství má v bývalých okresních městech – Jičín, Náchod, Rychnov nad Kněžnou a Trutnov. Před jejich sloučením působila v oblasti cestovního ruchu spíše více Oblastní hospodářská komora v Jičíně, která byla dokonce i dlouholetým členem OCR Český ráj a dokázala realizovat v oblasti cestovního ruchu i mnoho projektů např. Cyklisté vítáni, Otevřené zahrady Jičínska atd.

Důležitou oblastí, do které se zatím příliš neinvestuje je rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu, které by v ideálním případě měly vést ke zvýšení kvality poskytovaných služeb CR. Jedná se zejména o vzdělávání pracovníků turistických informačních center, která návštěvník většinou v území potká jako první při průzkumu místních možností. Dále by se měla věnovat pozornost možnostem vzdělávání provozovatelů základní i doprovodné turistické infrastruktury včetně jejich zaměstnanců. Pro úspěšnou koordinaci rozvoje CR v území jsou velmi důležité dobré znalosti zástupců veřejné správy a organizací CR. V minulosti byla realizována pouze malá část projektů tohoto směru oproti jiným typům projektů CR. V souvislosti s dalším rozpočtovým obdobím EU se ale dá očekávat, vzhledem k velkému důrazu na rozvoj lidských zdrojů v různých operačních programech, jejich výrazný růst.

Závěrem lze říci, že Královéhradecký kraj díky své rozmanitosti a atraktivnosti z hlediska cestovního ruchu patří ke krajům s nadprůměrnými předpoklady pro investiční příležitosti v CR. V některých oblastech kraje sice už příliš příležitostí pro další územní rozvoj není, ale o to více se nabízí další šance na zvyšování kvality zařízení a služeb CR nebo pro úspěšné znovu využití lokalit brownfields. Tam, kde naopak potenciál územního rozvoje je, tak by se měl plně využít, ale pouze za předpokladu důkladné analýzy připravenosti území a zejména s ohledem na jeho udržitelnost. V tomto případě je důležité, aby případní správci konkrétního území dokázali tyto plochy po všech stránkách připravit pro budoucí investice.

## 2.5 ANALÝZA SKLADBY NÁVŠTĚVNÍKŮ KHK

Předmětem šetření návštěvníků je analýza faktorů, které charakterizují jejich strukturu a názory dotýkající se cestovního ruchu. Závěry průzkumů slouží jako jeden z důležitých podkladů pro formulaci opatření návrhové části Programu. Analýza návštěvnosti KHK je podrobněji rozvedena v příloze 3.

Marketingové turistické regiony ležící dle vymezení organizace CzechTourism na území Královéhradeckého kraje (Krkonoše, Český ráj, Východní Čechy), za něž jsou prováděna šetření, však přesahují i do sousedních krajů, což znemožňuje jednoznačně identifikovat a interpretovat závěry provedených šetření pouze pro území Královéhradeckého kraje. Kombinace tvrdých (kvantitativní údaje o respondentech) a měkkých dat (subjektivní názory) a dostatečně široký vzorek však umožňují výsledky v požadované míře zobecnit. Použita byla nejaktuálnější dostupná data – z šetření v zimní sezóně 2005/2006 a v letní sezóně 2006. Tato šetření jsou prozatím prováděna za marketingové turistické regiony, neboť za jednotlivé TVÚ díky jejich určitému „mládí“ se tato činnost ještě neprováděla.

### Krkonoše

Z celkového počtu respondentů pocházela přibližně pětina ze zahraničí, zejména z Německa, Polska a Nizozemí. Domácí návštěvníci většinou přijíždějí ze vzdálenosti delší než 100 km. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil, linkové autobusy a autobusové zájezdy. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli. Nejvyšší zastoupení vykazují věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Více než čtvrtina Čechů přijíždí na jednodenní výlety, většina návštěvníků zde však stráví tři a více nocí. Zahraniční turisté častěji využívají nákladnější typy ubytování, především hotely a penziony; domácí respondenti bydlí u příbuzných a známých, v pronájmech a v jiných ubytovacích zařízeních. Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji. Výdaje na pobyt za osobu a den jsou pak logicky vyšší v případě zahraničních návštěvníků. Celkově jsou v letní sezóně náklady výrazně nižší než v zimě.

Hodnocení úrovně služeb v regionu je v zimní sezóně horší než v sezóně letní. Negativně je vnímána cenová úroveň služeb, úroveň služeb pro motoristy, kvalita dopravní infrastruktury a nabídka nákupních možností. Naopak pozitivně byla hodnocena péče o čistotu a pořádek, veřejné stravování, služby pro lyžaře, úroveň místního orientačního značení, poskytování informací o regionu a přátelskost místních lidí. V otevřených otázkách návštěvníci zmiňovali také přeplněnost a fronty na lyžařských vlecích, špatný stav koupališť a obecně jejich nedostatek, nedostatečné společenské vyžití, špatné značení a nedostatek informací o regionu, nevyhovující dostupnost regionálních zajímavostí autobusovou dopravou.

Jednoznačně nejčastějším důvodem návštěvy Krkonoš je turistika, sport a relaxace; u zahraničních respondentů i poznání regionu. Tato převaha turistiky a sportu v Krkonoších nemá na celém území ČR konkurenci. Krkonoše jsou tak nejvýznamnější domácí destinací pro trávení aktivní dovolené. Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity – lyžování, následované pěší a cykloturistikou, se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem.

Nejvýznamnějšími informačními zdroji jsou v létě turistická informační centra (využívaná především cizinci) a propagační materiály, v zimě především příbuzní i známí a internetové stránky. Zahraniční návštěvníci také více využívali služeb cestovních kanceláří nebo cestovních agentur.



## Český ráj

Zahraníční návštěvníci tvoří větší podíl návštěvníků Českého ráje na celkové návštěvnosti více v zimě (třetina) než v létě (čtvrtina). Převažují turisté z Německa a Nizozemí, v zimě i z Ruska; ostatní země jsou zastoupeny méně. Domácí návštěvníci přijíždějí nejčastěji z poměrně blízkých měst (většinou ze vzdálenosti menší než 100 km) – zejména z Prahy, Semil, Mladé Boleslavi, Jičína a dalších. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil, u respondentů z tuzemska také vlak a linkové autobusy, zahraniční turisté přijíždějí rovněž zájezdovými autobusy. Turisté do Českého ráje přijíždějí nejčastěji s partnerem nebo s přáteli; nezvykle vysoký je i podíl návštěvníků bez doprovodu, který by mohl souviset s vysokým počtem pracovních cest do regionu. Věkové rozložení je poměrně rovnoměrné, s větším zastoupením mladších věkových kategorií. U domácích respondentů jsou časté kratší pobyty – jednodenní nebo s ubytováním na jednu až dvě noci. Naopak zahraniční respondenti preferují týdenní pobyty. Zatímco domácí respondenti častěji pobývali u příbuzných a známých a v létě v kempech, cizinci se častěji ubytovávali v nákladnějších typech – především v hotelech a penzionech. Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí mnohem častěji.

V oblasti služeb byla nejhůře hodnocena úroveň služeb pro motoristy, péče o čistotu a pořádek a cenová úroveň služeb. Kritizována byla také kvalita dopravní infrastruktury a slabá nabídka programů pro trávení volného času. Naopak nejvíce spokojeni byli respondenti s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení a s úrovní poskytování informací o regionu. Z otevřených otázek vyplynuly i další problémy – špatná úroveň koupání, krátká otevírací doba obchodů, služeb a památek, nedostatečná paleta služeb a jejich nízká kvalita a nevyhovující parkovací možnosti.

Do Českého ráje přijížděli návštěvníci nejčastěji za poznáním, kvůli turistice a sportu a relaxovat. Respondenti z ČR přijíždějí poměrně často také za prací a navštěvovat příbuzné a známé. Z letních aktivit převažuje pěší turistika, poznávací turistika a zábava jako doplňková aktivita ke sportovním činnostem. Češi dále vyhledávají vodní sporty, cykloturistiku a návštěvu kulturních akcí, návštěvníci ze zahraničí zase venkovskou turistiku. Význam poznávání regionu jako důvodu návštěvy potvrzuje i skutečnost, že v celorepublikovém srovnání se Český ráj řadí hned za Prahu a okolí Prahy.

Nejvýznamnějšími zdroji informací jsou turistická informační centra a internet. Hojně jsou využívány i propagační materiály, informace od personálu ve službách a od příbuzných a známých. Téměř polovina návštěvníků čerpala informace i z médií. Zahraniční návštěvníci využívali všech dostupných informačních zdrojů více než domácí návštěvníci, kteří region zřejmě většinou dobře znají. Cizinci také ve větší míře využívali služeb cestovních kanceláří nebo agentur.

## Východní Čechy

Původní marketingový turistický region Východní Čechy zahrnoval část Královéhradeckého kraje, která je nyní členěna do čtyř turisticky významných území: Hradecko, Podzvičinsko, Kladské pomezí a Orlické hory a Podorlicko. Monitoring návštěvníků bohužel proběhl ještě v původním celku Východních Čech, do kterého spadá z cca poloviny i území Pardubického kraje; zobecnění výsledků průzkumu, jejichž shrnutí následuje, je tedy velmi problematické. V následujícím textu bude využíváno pojmu „Východní Čechy“ s přihlédnutím k těmto skutečnostem.

Zahraníční návštěvníci přijíždějí do Východních Čech nejčastěji z Polska, Německa a Slovenska. V turistických územích spadajících do Královéhradeckého kraje byly výsledky poněkud odlišné – na Kladském pomezí a Podzvičinsku tvořili Poláci převážnou většinu

zahraničních turistů (což souvisí s polohou těchto oblastí). Domácí návštěvníci přijeli většinou ze vzdálenosti menší než 100 km, zejména z blízkých měst – v Kladském pomezí převážně z Náchoda; na Podzvičinsku z Trutnova a Jičína; v Orlických horách a Podorlicku zase z Ústí nad Orlicí a Rychnova nad Kněžnou; na Hradecku z Hradce Králové. Dalším významným zdrojem turistů je ve všech zmiňovaných oblastech Praha. Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl stejně jako v předchozích TVÚ automobil; zahraniční turisté využívali také zájezdové autobusy, domácí turisté zase vlak nebo linkový autobus. Domácí návštěvníci také v sedmi procentech případů přijeli na kole; jedná se patrně o jednodenní výlety z okolních měst. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli, nezvykle vysoký je podíl návštěvníků bez doprovodu. Často přijíždějí také rodiny s dětmi. Věkové rozložení je celkem rovnoměrné; nejvyšší zastoupením vykazují věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Značnou část respondentů tvořili jednodenní návštěvníci (polovina domácích a pětina zahraničních). U domácích turistů převládají kratší pobyty, v případě zahraničních respondentů jsou různé délky pobytu zastoupeny přibližně stejně s mírnou převahou týdenních pobytů. I zde se cizinci častěji ubytovávali v hotelech vyšších kategorií a penzionech, domácí respondenti zase převážně u příbuzných a známých. V Orlických horách a Podorlicku přespala u známých nebo příbuzných dokonce čtvrtina celého vzorku. Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji, i když rozdíly již nejsou tak propastné jako v ostatních regionech Královéhradeckého kraje. S rozdíly v ubytování souvisí i vyšší výdaje zahraničních návštěvníků na osobu a den.

Hodnocení úrovně služeb v regionu ukázalo spokojenost s úrovní veřejného stravování (nejvíce na Podzvičinsku) a s cenovou úrovní služeb. Na Podzvičinsku jsou také dobře ohodnoceny ubytovací služby, v Kladském pomezí péče o čistotu a ubytovací služby, v Orlických horách a Podorlicku služby pro lyžaře. Z hlediska vybavenosti byli respondenti nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení. Další pozitivně vnímanou oblastí je přátelskost místních lidí a místní orientační značení – zejména v Kladském pomezí a na Podzvičinsku. Naopak kritizována byla kvalita dopravní infrastruktury (zejména Podzvičinsko a Kladské pomezí), dostupnost regionu hromadnou dopravou, nedostatek nákupních možností (zvláště Podzvičinsko, Orlické hory a Podorlicko) a příležitostí pro zábavu. Na Podzvičinsku a Hradecku je problémem také péče o čistotu a pořádek. Podzvičinsko a Kladské pomezí postrádají bazény. Návštěvníci Orlických hor a Podorlicka jsou nespokojeni s nedostatečným kulturním vyžitím a nevyhovující dostupností.

V případě Východních Čech jsou důvody návštěvy regionu rozmanité a v jednotlivých turistických územích se liší. Respondenti ze zahraničí přijížděli nejčastěji za poznáním. U domácích návštěvníků bylo zastoupení všech hlavních důvodů vysoké, s mírnou převahou turistiky a sportu. V Kladském pomezí a na Hradecku bylo zachyceno více respondentů směřujících za poznáním, na Hradecku doplněno o četné návštěvy příbuzných a známých. Do Orlických hor a Podorlicka přijíždějí návštěvníci zejména za sportem a turistikou. Tomu odpovídá i preference volnočasových aktivit – v Orlických horách je častou aktivitou lyžování doplněné o zábavu, v Kladském pomezí pěší, popř. poznávací turistika, na Podzvičinsku vodní sporty. Hradecko vedle poznávací turistiky láká turisty na návštěvu kulturních akcí.

Nejvýznamnějšími zdroji informací jsou propagační materiály, turistická informační centra, příbuzní a známí a internet. Na Podzvičinsku návštěvníci spoléhají také na informace od personálu ve službách. Zahraniční návštěvníci také ve větší míře využívali služeb cestovních kanceláří a agentur.

### **Závěry**

Všechny zmíněné části Královéhradeckého kraje mají mnoho společných rysů; lze však nalézt i významné rozdíly. Například místo, odkud přijíždějí návštěvníci z ČR: zatímco na území marketingového turistického regionu Východní Čechy je cestovní ruch opravdu takřka

domácí, do Krkonoš přijíždějí často turisté z Prahy i ze vzdálenějších míst. Tomu odpovídá i podíl domácích jednodenních turistů, který je ve srovnání s Krkonošemi ve Východních Čechách dvojnásobný. Český ráj stojí někde uprostřed. Naopak hodnocení cenové hladiny spolu s náklady respondentů na osobu a den má přesně opačný trend – z poměrně levných Východních Čech se cestou přes Český ráj až do Krkonoš stále zdražuje, což návštěvníci také vyjadřují svým hodnocením. Dále jim vadí špatný stav komunikací a motoristické služby, nepořádek a omezené možnosti nakupování. Turisté přijíždějí především za poznáním (do Českého ráje a do Východních Čech), relaxovat (po celém území kraje, ale nejvíce do letních Krkonoš) a za sportem a turistikou (hlavně do Krkonoš, ale i do Orlických hor a Podorlicka a v zimě do Českého ráje).

Jak už bylo zmíněno v úvodu této kapitoly, výsledky šetření poptávky se vždy vztahují k území celého marketingového turistického regionu, pro který byl průzkum zpracován. Pro Královéhradecký kraj to díky přesahu všech regionů do sousedních krajů znamená, že výsledky průzkumů nelze sjednotit do jednotného – krajského – výsledku. Český ráj a Krkonoše jsou poměrně kompaktní území a jejich charakteristika jako celku je pro cestovní ruch významnější než průzkumy platné pro jejich dílčí části. Marketingový turistický region Východní Čechy je ale jiný; kromě toho, že již jako celek zejména v KHK nefunguje, zahrnoval příliš mnoho typově různých území, která lákaly různé skupiny turistů. Proto není řešením provést šetření na souhrnu těch turisticky významných územích Východních Čech, která leží v Královéhradeckém kraji (Hradecko, Podzvičinsko, Kladské pomezí a Orlické hory a Podorlicko). Celokrajské šetření by vedlo pouze ke kumulaci dalších dat v takové míře obecnosti, která nedovoluje získat podrobné profily hlavních návštěvnických skupin, jejich aktivit, potřeb a preferencí v oblasti cestovního ruchu.

Řešením tohoto problému by mělo být provádění monitoringu turistické návštěvnosti přímo na úrovni jednotlivých turisticky významných území a jeho vyhodnocování představiteli tohoto území nebo ve spolupráci s nimi. Tak bude zajištěno věrné zachycení obrazu návštěvníka, který bude moci být následně využit zejména pro vytváření produktů a programů cestovního ruchu a pro přesné a efektivní zaměření marketingových aktivit.

Avšak přestože je důležité posunout provádění šetření poptávky na nižší úroveň, je zároveň potřeba udržet strukturu těchto dílčích šetření alespoň rámcově shodnou; umožní to rozhodovat o marketingových aktivitách a strategii směřování cestovního ruchu na úroveň kraje. Výsledný souhrn dat bude sice obsáhlejší, ale zato bude detailněji vypovídat o skutečných turistech a o změnách v návštěvnosti, pokud budou šetření prováděna pravidelně bez výrazných zásahů do struktury sledovaných ukazatelů.

### **Jednotlivá šetření návštěvnosti by měla sledovat především následující skutečnosti:**

- *Demografické charakteristiky* – věk, pohlaví, vzdělání, čistý měsíční příjem, místo bydliště (u zahraničních návštěvníků i stát původu)
- *Organizace pobytu* – s kým přijeli, jaký dopravní prostředek použili, odkud získali informace o regionu, způsob zajištění pobytu
- *Charakteristiky pobytu* – délka pobytu, počet předchozích pobytů, způsob ubytování, způsob stravování, důvody návštěvy, aktivity realizované v regionu, náklady na pobyt (v členění na ubytování, stravování, zábavu aj.)
- *Hodnocení regionu* – poskytované služby, infrastruktura a vybavenost, péče o rozvoj cestovního ruchu, spokojenost s tímto pobytem zde (plusy-mínusy regionu), touha vrátit se do regionu, individuální názory nebo náměty (co zde návštěvníkovi chybělo?) aj.

### **3. SOUČASNÝ SYSTÉM ORGANIZACE, KOORDINACE A MARKETINGU CESTOVNÍHO RUCHU**

#### **3.1 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU ORGANIZACE A KOORDINACE CESTOVNÍHO RUCHU**

##### **3.1.1 ORGANIZACE A KOORDINACE CESTOVNÍHO RUCHU NA NÁRODNÍ ÚROVNI**

Jak bylo řečeno v předcházejících kapitolách, na národní úrovni již byla vytvořena základní soustava strategických rozvojových dokumentů, které Program rozvoje CR KHK bere v úvahu a respektuje. Jedním ze stěžejních dokumentů je schválená Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR (11/2007), která je koncipována v souladu se zněním Národního rozvojového plánu ČR na období 2007 - 2013 - priority č. 9 Rozvoj cestovního ruchu. Tyto dokumenty, resp. jejich strategické zaměření, jsou určující nejen pro věcné zaměření programu, ale i pro oblast organizace a marketingu cestovního ruchu v dotčeném území.

Nadregionální vazby, tj. vazby krajů k Ministerstvu pro místní rozvoj ČR (dále jen MMR), jakožto k národnímu koordinátorovi, a České centrále cestovního ruchu (dále CzechTourism), jakožto jeho výkonné agentuře, jsou dány novou koncepcí – „Strategie CzechTourism do 2010“. Tato strategie je koncipována s ohledem na vývoj v cílových trzích a na marketingový plán agentury CzechTourism.

Z tohoto pohledu zasahuje do řízení CR na území Královéhradeckého kraje především systém rozdělení území na turistické regiony. Tyto turistické regiony jsou v některých případech společné více krajům, což zavádá příčinu vzniku mnoha problémům. Jako nejproblémovější oblast se jeví přerozdělování dotací poskytovaných MMR resp. agenturou CzechTourism a také propagace těchto v některých případech uměle vytvořených regionů. Nicméně současné problémy jsou výsledkem historického vývoje organizační struktury cestovního ruchu (prošla po roce 1989 zásadními reformami) a lze se domnívat, že mají pouze přechodný charakter. V současné době MMR, CzechTourism i jednotlivé kraje přehodnocují stávající rajonizaci ČR z pohledu cestovního ruchu.

Financování rozvoje cestovního ruchu je velkým problémem na všech řádovostních úrovních od lokální po národní úroveň. Množství vynaložených finančních prostředků naprosto neodpovídá velkému ekonomického a strategickému významu cestovního ruchu, který je deklarován ve všech rozvojových strategických dokumentech. Dalším problémem je tříštění již tak limitovaných finančních zdrojů a z toho plynoucí neefektivita podpory TVÚ. Chybějící monitoring a zpětná vazba neumožňuje posouzení efektivity vynaložených prostředků, neboť se zpravidla hodnotí pouze výstupy (nikoli dopady) rozvojových projektů. Z dosavadních zkušeností vyplývá, že pro uspokojivé zajištění aktivit organizací cestovního ruchu v TVÚ představuje difrencovaně finanční potřeba řádově 5 – 10 miliónů korun ročně. Avšak například neaktivnější OCR v Královéhradeckém kraji disponují rozpočtem zpravidla jen mírně přesahujícím částku 1 mil. Kč.

Všeobecným trendem strategického plánování v oblasti cestovního ruchu (nejen) na národní úrovni je výběr prioritních oblastí a následně konkrétních opatření podle kritéria financovatelnosti ze strukturálních a jiných fondů Evropské unie. Vzhledem k dlouhodobě minimálnímu objemu státních finančních prostředků věnovaných na rozvojové aktivity se jedná o pragmatické řešení. Bylo by však chybou opomenout využití národních zdrojů, které mohou vhodně doplňovat evropské zdroje zejména v případě soustředění na menší "měkké"



projekty posilující partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem, spolupráci krajů, turistických regionů a TVÚ navzájem a iniciující potřebný vznik podnikatelských sdružení.

### **3.1.2 ORGANIZACE A KOORDINACE CESTOVNÍHO RUCHU NA KRAJSKÉ ÚROVNI**

Pro potřebu analýzy systému řízení cestovního ruchu na území Královéhradeckého kraje je třeba rozlišovat roli samosprávy – veřejnoprávní korporace (Královéhradeckého kraje) a roli úřadu (Krajského úřadu Královéhradeckého kraje).

Určitým problémem Královéhradeckého kraje v oblasti organizace a koordinace cestovního ruchu je územní přesah TVÚ do sousedních krajů. Z těchto důvodů je koordinace cestovního ruchu z úrovně Královéhradeckého kraje dosti obtížné, neboť to klade vysoké nároky na úzké partnerství s ostatními dotčenými kraji. Fungující partnerství je pro úspěšnou realizaci záměrů v oblasti cestovního ruchu klíčové. To je náročné jak na koordinaci jednotlivých aktérů, tak na odpovídající personální zajištění.

Úroveň partnerství se v současnosti omezuje pouze na občasná společná jednání krajů, kdy se věnují problematice cestovního ruchu a deklarují spolupráci. Potíže nastávají při konkrétním rozdělování finančních prostředků z úrovně státu, kde již deklarované partnerství naráží na své hranice.

Situaci navíc komplikuje nejnovější postoj Pardubického kraje, a to, že koordinovat cestovní ruch z úrovně veřejné správy je překonaná záležitost. V této souvislosti je záměrem Pardubického kraje k 1. 1. 2008 zrušit samostatné oddělení cestovního ruchu na krajském úřadě a v současné době iniciuje vznik nové organizace mimo samosprávnou strukturu. Kraj jako samospráva bude ovlivňovat pouze záležitosti koncepčního charakteru a grantová řízení.

Lze se však domnívat, že cestovní ruch je specifický druh podnikání, který se bez úzké a velmi pružné spolupráce s těmi, kteří se pohybují v terénu, neobejde.

Při koncipování analytické části PR CR v KHK je nutné vycházet ze skutečnosti, že neexistuje oficiální komplexní výchozí strategie CR v Královéhradeckém kraji, která by již nějaký stav organizace CR analyzovala. V dalším textu je proto vývoj v oblasti organizace a řízení CR popsán tak, jak jej čas přinášel od r. 2001, tedy od vzniku krajů v ČR. Od tohoto roku došlo k významným změnám v organizaci a řízení cestovního ruchu na území Královéhradeckého kraje i na území TVÚ pokrývajících Královéhradecký kraj, kdy se postupně měnily kompetence jednotlivých subjektů působících v oblasti cestovního ruchu.

**Lze konstatovat, že v současné době jsou na území Královéhradeckého kraje rozlišovány 2 úrovně koordinace:**

1. koordinace v rovině orgánů kraje
2. koordinace partnerství na území kraje



### 3.1.2.1. Organizace a koordinace cestovního ruchu v rovině orgánů kraje

Role samosprávy v oblasti cestovního ruchu je realizována prostřednictvím volených orgánů kraje - **zastupitelstva, rady kraje a hejtmana.**

Organizace a koordinace cestovního ruchu se odvíjí po této linii volené samosprávy. Zastupitelstvo Královéhradeckého kraje přikládá problematice cestovního ruchu velký význam a z tohoto důvodu využilo možnosti dané zákonem o krajích a zřídilo jako svůj iniciační orgán Výbor pro cestovní ruch. Tento výbor iniciuje, koordinuje a kontroluje plnění úkolů v oblasti cestovního ruchu v souladu se záměry politického vedení kraje. Realizace přijatých záměrů a úkolů v dané oblasti je zajišťována přes Radu Královéhradeckého kraje a dále pak prostřednictvím uvolněného zastupitele krajského zastupitelstva – 1. náměstka hejtmana. Ten vykonává přímou řídicí činnost v dané oblasti využitím mechanismu fungování výkonné složky kraje - Krajského úřadu a jeho odborných útvarů. V přímé linii je spolupráce směřována přes ředitele Krajského úřadu na vedoucího Odboru regionálního rozvoje, cestovního ruchu a kultury, který přímo řídí činnost oddělení cestovního ruchu.

Zastupitelstvo kraje také schválilo vznik tzv. **turisticky významných území (dále TVÚ)** – Krkonoše a Podkrkonoší, Český ráj, Kladské pomezí, Orlické hory a Podrolicko, Hradecko. Do té doby fungovalo přechodně na území kraje 6 TVÚ. V současné době (od 21. 6. 2007) svým usnesením Zastupitelstvo kraje schválilo tento počet na 5 TVÚ. Došlo ke sloučení území Krkonoš s Podzvičinskem a vzniklo TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší (podrobněji k této problematice viz. kap. 3.1.2.2. – Organizace cestovního ruchu na území kraje).

Úkolem výše zmíněného Výboru pro cestovní ruch je dle jeho statutu průběžná analýza účinnosti koncepcí v oblasti cestovního ruchu a v případě potřeby možnost navrhnout zastupitelstvu Královéhradeckého kraje jejich dílčí úpravy. Informuje zastupitelstvo o průběhu realizace zadaných úkolů v oblasti cestovního ruchu. Dále se vyjadřuje k návrhu rozpočtu kraje v oblasti cestovního ruchu a průběžně kontroluje jeho čerpání v příslušných kapitolách. Vyjadřuje se k návrhům na vyhlášení grantů, projektových výzev, grantových schémat nebo jiných podpor souvisejících s cestovním ruchem. Vyjadřuje se k hodnocení žádostí o podporu kraje u grantů, projektových výzev, případně dalších druhů podpor souvisejících s cestovním ruchem a doporučuje je orgánům kraje ke schválení. Statut a jednací řád výboru je uveden na webových stránkách kraje.

Na základě podrobného šetření stavu CR v kraji, které v dané pracovní etapě zpracovatel zajišťoval vyplynulo, že komunikace mezi krajskou samosprávou a jednotlivými subjekty CR jako jsou OCR či TIC má zatím své rezervy. Na základě řady zjištění lze konstatovat, že z úrovně kraje by měly být dále rozvíjeny žádoucí formy koordinace a řízení CR. Iniciativa byla prozatím ponechávána především na aktivitách v místní úrovni v rámci jednotlivých TVÚ a krajská samospráva ji nijak významně nekoordinovala.

Výkonným orgánem kraje je Krajský úřad Královéhradeckého kraje, který v linii samostatné působnosti vykonává vůli krajské samosprávy a současně v souladu s relevantními zákony plní své další kompetence v přenesené působnosti. Kompetence v oblasti cestovního ruchu náleží do samostatné působnosti orgánů kraje a v tomto smyslu je i fungování tohoto úseku zajišťováno a řízeno.

Organizační struktura Krajského úřadu v oblasti cestovního ruchu prošla určitým vývojem. V době vzniku kraje (rok 2000), byl na Krajském úřadě ustaven samostatný odbor cestovního ruchu se 4+1 systemizovanými místy. V září 2001 byl odbor cestovního ruchu zrušen a byl nahrazen oddělením cestovního ruchu.

V současné době (září 2007) je oddělení cestovního ruchu jedním ze tří oddělení „Odboru regionálního rozvoje, cestovního ruchu a kultury“. Na základě provedení auditu činnosti a

efektivnosti práce oddělení byl stav pracovníků snížen a proto v dané chvíli je problematika CR na krajském úřadě zajišťována celkem 4 pracovníky.

### **Oddělení cestovního ruchu zabezpečuje tři hlavní okruhy činností:**

1. Koordinační činnost
2. Činnost v oblasti propagace a prezentace
3. Aktivity v oblasti grantů a projektová činnost

Detailní popis činností oddělení CR, tak jak je definuje organizační řád KÚ KHK, jsou uvedeny v příloze 6 a 7.

Terénním šetřením stavu organizace CR z úrovně krajského úřadu bylo zjištěno, že mezi KÚ KHK a městskými úřady jednotlivých obcí s rozšířenou působností (ORP) není, především z důvodu pasivity ORP, doposud rozvinuta potřebná spolupráce a partnerství. Na mnoha městských úřadech je v pracovním poměru jeden či více pracovníků zabývajících se CR, vzájemná spolupráce těchto pracovníků však prozatím není běžná ani na bezprostředně sousedících územích, tudíž ani systematická. Výrazně zde chybí koordinace z vyšší úrovně řízení. Rozvinuta prozatím není ani vzájemná komunikace s pracovníky KÚ. Díky této situaci dochází zjevně ke značnému tříštění sil a potenciálu.

Organizace a koordinace CR z úrovně krajského úřadu si zaslouží zásadní změny, které však nelze provést bez vzájemné součinnosti všech dotčených subjektů - tedy jak OCR, tak i představitelů ORP a orgánů kraje. K této iniciativě kraj směřuje svým programovým dokumentem. Návrhy řešení této oblasti jsou uvedeny v návrhové části tohoto dokumentu.

### **Finanční zabezpečení**

Oddělení cestovního ruchu výše uvedené tři stěžejní činnosti zajišťuje z rozpočtu Královéhradeckého kraje a to **finančním rámcem** cca 7 mil. Kč ročně. Tímto finančním objemem jsou pokrývány zejména tyto aktivity:

- informační systém
- propagace (přehled vydaných produktů propagujících CR v Královéhradeckém kraji je uveden v příloze 8)
- propagace v tiskovinách
- prezentace (seznam účasti na veletrzích a výstavách za poslední 2 roky je uveden v příloze 11)
- podpora OCR
- podpora informačních center
- granty (celkem 2,7 mil. Kč), z toho značení a úprava lyžařských běžeckých tras 1 mil. Kč. a příprava projektů cca 1,7 mil. Kč (rok 2007)

### 3.1.2.2 Organizace cestovního ruchu na území kraje

Základní územní jednotkou pro organizaci cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji jsou zastupitelstvem schválená "turisticky významná území" (TVÚ), která se částečně kryjí s turistickými oblastmi (viz kap. 4), které byly vymezeny ČCCR. Oddělení cestovního ruchu KÚ KHK rozlišuje pět TVÚ, mezi něž patří Krkonoše a Podkrkonoší, Český Ráj, Hradecko, Kladské pomezí, Orlické hory a Podorlicko. Na každém území působí organizace cestovního ruchu (OCR), jejímž úkolem je propagace, stimulace a koordinace rozvoje cestovního ruchu na daném území. Je nutné ale podotknout, že v této oblasti v současné době nacházíme nesystémové řešení, kdy na jednom TVÚ působí současně dvě OCR. Je to případ TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší a TVÚ Orlické hory a Podorlicko (Tab. 6).

Na vnitrokrajské úrovni se na rozvoji cestovního ruchu dále podílejí především mikroregiony, resp. sdružení obcí, informační centra, poskytovatelé služeb, CHKO a Klub českých turistů. Významnou roli hrají větší obce (např. Trutnov a Vrchlabí), které mj. vedou informační systémy a propagují výlety do širšího okolí. Nezastupitelnou úlohu v usměrňování rozvojových aktivit má Krkonošský národní park.

#### Organizace cestovního ruchu

Krajský úřad se při hledání partnerů na subregionální úrovni rozhodl finančně podpořit přirozeně dominantní subjekty s významným přínosem pro rozvoj cestovního ruchu v jednotlivých TVÚ. Na základě tohoto postupu byly podpořeny dlouhodobě působící OCR reprezentující Krkonoše a Podkrkonoší, Český Ráj a Kladské pomezí, zatímco na Hradecku, Orlicku a Podorlicku se jedná o nověji založené subjekty nebo subjekty, které jako OCR působí pouze krátkou dobu.

**Tab.6: Organizace cestovního ruchu Královéhradeckého kraje – identifikační údaje**

území	destinační společnost	členové sdružení	datum založení/působnosti jako OCR	sídlo
Hradecko	B&K Tour, s.r.o.	B&K Tour, s.r.o.	12.1.2005 (působnost)	Hradec Králové
Krkonoše a Podkrkonoší	Svazek měst a obcí Krkonoše	38 obcí	20.9.2000	Vrchlabí
	Sdružení Podzvičínsko, zájmové sdružení právnických osob	29 obcí	8.6.2000	Lázně Bělohrad
Orlické hory a Podorlicko	Regionální turistické a informační centrum, o.p.s.	město Kostelec nad Orlicí, DSO Poorlicko, DSO Orlice	28.5.2004	Kostelec nad Orlicí
	Kultura Rychnov nad Kněžnou, s.r.o.	město Rychnov nad Kněžnou	11.6.2005	Rychnov nad Kněžnou
Kladské pomezí	BRANKA, o.p.s	4 svazky obcí, 15 samostatných obcí, 13 podnikatelských subjektů, 2 střední školy, 1 občanské sdružení, IC a KČT	7.1.1999	Náchod
Český Ráj	Sdružení Český ráj, zájmové sdružení právnických osob	35 obcí, 4 podnikatelské subjekty, 1 občanské sdružení, hospodářské komory, zámek Dětenice	19.8.1992	Turnov

Zdroj: Informační server českého soudnictví [www.justice.cz](http://www.justice.cz)

V Královéhradeckém kraji se v současné době nachází sedm OCR, které reprezentují pouze pětici TVÚ. Tento stav je výsledkem:

- 1) Sloučení TVÚ Krkonoše a TVÚ Podzvíčinsko při zachování obou etablovaných OCR do TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší.
- 2) Nedostatečné spolupráce a koordinace rozvojových aktivit v rámci TVÚ Orlické hory a Podorlicko, kde následkem toho vznikla a funguje dvojice OCR.

Do budoucna může nastat konflikt též v TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší, neboť obě území mají zcela rozdílný charakter a potřeby. Nevyhovuje též dosavadní vymezení TVÚ Kladské pomezí. Velká část obcí ležících v tomto území není členem OCR Branka, ale náleží do DSO Broumovsko, které se prezentuje z hlediska cestovního ruchu jako samostatné území. Město Broumov (konkrétně paní starostka JUDr. Libuše Růčková) jako největší město svazku je však přístupné myšlence založení nové OCR pro celé TVÚ Kladské pomezí, jehož zakládajícími členy by byla OCR Branka z Náchoda a OCR Agentura pro rozvoj Broumova, která by se přetvořila v sdružení právnických osob (model např. používaný v TVÚ Český ráj).

Organizace cestovního ruchu působící v Královéhradeckém kraji se liší z hlediska šíře kompetencí a okruhu vykazovaných činností. Etablované a dobře fungující OCR v TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší a Českém ráji nabízejí poměrně komplexní spektrum služeb a vyvíjejí aktivity v téměř všech oblastech, které regionálním organizacím podle metodického materiálu „Zásady pro rozdělení činností, vymezení území a finanční toky v oblasti cestovního ruchu“ náleží. Především SMO Krkonoše a Sdružení Český ráj patří k neaktivnějším OCR v Česku a mají zpracovány komplexní a velmi kvalitní programy rozvoje cestovního ruchu. Slabinou však zůstává nedostatečné zapojení podnikatelského sektoru, omezená možnost tvorby celistvých a konkurenceschopných turistických produktů a nejasnost ve financování z úrovně kraje a státu. Pozitivním trendem je však realizace některých prioritních projektů v území, začínající koordinace informačních center, mediální prezentace i certifikace tradičních regionálních produktů, které mohou být využity pro propagaci celého území. Zásadním problémem je přesah území do několika krajů (v případě Českého ráje do tří), což ztěžuje možnost realizace větších integrovaných rozvojových projektů financovaných z krajských zdrojů nebo strukturálních fondů Evropské unie. K řešení výše uvedených problémů však již začíná fungovat spolupráce zejména mezi Královéhradeckým a Libereckým krajem.

Nověji vzniklé organizace na území Hradecka, Orlických hor a Podorlicka zatím nevykazují odpovídající škálu aktivit a spíše se specializují na vybrané podpůrné aktivity. Např. náplní činnosti Regionálního turistického a informačního centra v Kostelci nad Orlicí je podle názvu vedení informačního systému, katalogizace poskytovatelů služeb a propagace domácího regionu. Obecným problémem organizací cestovního ruchu v kraji i celém Česku je nedostatečná realizace většiny bodů marketingového mixu s výjimkou solidní úrovně propagace dílčích lokalit a zlepšujícího se informačního systému.

Organizace cestovního ruchu získávají finanční prostředky především z veřejných zdrojů. Základem rozpočtu sdružení obcí jsou členské příspěvky, které obce platí proporcionálně podle počtu bydlících obyvatel (např. SMO Krkonoše 3 Kč/obyv.) Tyto příspěvky však nemohou pokrýt ani běžné výdaje spojené s provozováním společností a proto jsou doplňovány z vnějších zdrojů – prostřednictvím dotací, darů a příjmů z vlastní činnosti. Např. SMO Krkonoše získává tímto způsobem cca 3/4 finančních zdrojů, obecně prospěšná společnost BRANKA dokonce cca 85%. V TVÚ Krkonoše jsou k dispozici dva fondy rozvoje cestovního ruchu, v Českém ráji je zřízení v plánu, v ostatních TVÚ chybí.

Nepostradatelným zdrojem příjmů jsou dotace od Královéhradeckého kraje, které jsou poskytovány na základě vyhodnocení dokladů o použití těchto prostředků v minulém roce. Kraj přispívá na financování především ediční a propagační činnosti, úpravu lyžařských běžeckých tras a cyklotras, provozování cyklobusů, značení kulturních a turistických cílů, tvorbu turistických produktů a zpracování studií. Dlouhodobě patří mezi nejvýznamnější příspěvovatele OCR a v některých letech (při realizaci větších projektů z krajských dotací) poskytuje zdaleka největší částky, které mohou tvořit i více než polovinu ročních příjmů akceptorů. Společnosti začínají být úspěšné též ve využívání strukturálních fondů Evropské unie resp. dříve fondů předvstupní pomoci (např. Phare), které umožňují získat velký objem finančních prostředků na realizaci rozvojových projektů. Např. v roce 2006 tvořila dotace ze SROP více než polovinu ročních příjmů obecně prospěšné společnosti BRANKA.

Významnou položkou příjmů OCR jsou taktéž příspěvky obcí na pravidelnou prezentaci jednotlivých sdružení na veletrhu Regiontour Brno, Holiday World Praha a Infotour Hradec Králové. Organizace cestovního ruchu také získávají finanční prostředky prodejem propagačních materiálů, službami pro krajský úřad nebo organizaci CzechTourism (např. dotazníková šetření, statistická šetření apod.), zařazením objektů do katalogů ubytování či společnou propagační poskytovatelů služeb v daném území.

Vnitřní kontrolu výsledků a hospodaření OCR zajišťují dozorčí rady (obvykle tříčlenné), v případě Svazku měst a obcí Krkonoše revizní komise. OCR jsou autonomními orgány, které nepodléhají pravomoci vyšších orgánů. Vnější kontrolní mechanismy jsou tak spojeny pouze s kontrolou využití poskytovaných dotací. Společnosti pravidelně předkládají roční výkazy činnosti, které slouží Královéhradeckému kraji jako podklad pro poskytnutí dotací v následujícím kalendářním roce. Krajský úřad vypisuje okruhy intervencí, ve kterých by se měly OCR angažovat. Konkrétní náplň činnosti ponechává na rozhodnutí jejich představitelů, neboť předpokládá vyšší angažovanost a znalost lokálního kontextu. Samozřejmostí je monitoring v rámci poskytování dotací ze strukturálních fondů Evropské unie.

OCR jsou právně a organizačně nastaveny tak, aby mohly vzájemně spolupracovat na nějaké organizační bázi. Jedním z klíčových rysů organizace cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji je výrazná heterogenita právního statusu OCR. Je to důsledkem toho, kde daná OCR působí a jakou měla historii. Mezi další závažné problémy na úrovni OCR patří:

- nedostatečné zapojení podnikatelského sektoru do rozvoje cestovního ruchu v území
- roztržitá struktura MAS a mikroregionů a z toho plynoucí obtížná spolupráce s OCR
- absence jednotného informačního a rezervačního systému v některých regionech
- nerozvinutý systém slevových karet a permanentek pokrývajících širší okruh služeb
- nedostatečné personální kapacity (týká se též TIC)

Zástupci OCR se shodují v názoru, že by kraj měl vytvořit platformu pro společnou spolupráci a komunikaci subjektů na všech úrovních (krajského úřadu, OCR, TIC, ORP). Nejčastějším požadavkem bylo vytvoření jasných koncepčních pravidel, předvídatelného prostředí a zajištění financování víceletých projektů.

### **Další subjekty působící v oblasti organizace a koordinace cestovního ruchu**

**Turistická informační centra (TIC)** jsou důležitým článkem praktické propagace města, regionu i celého státu. V Královéhradeckém kraji je největší počet TIC ze všech krajů, přičemž jejich rozmístění je většinou klíčovými aktéry CR považováno za optimální. Vysoká hustota rozmístění TIC v Krkonoších a Kladském pomezí ale kontrastuje se situací v Českém ráji (viz tab.7), kde i přes malou rozlohu území není pokrytí zdaleka dostatečné.



Větším problémem je různorodost správců TIC, promítající se do rozdílné kvality a úrovně spolupráce s OCR a krajem. Panuje nespokojenost s úrovní některých TIC provozovaných podnikatelskými subjekty. Město Jičín např. převzalo v reakci na tuto skutečnost místní informační centrum pod svoji správu. Většina OCR spolupracuje a pravidelně komunikuje s příslušnými TIC. Na nedostatečnou spolupráci s TIC na svém území poukazují zástupci OCR Branka a Kultura Rychnov nad Kněžnou. Pro zlepšení koordinace činnosti TIC v TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší a Kladské pomezí je připravováno zřízení RTIC (Regionálního Turistického Informačního Centra).

TIC patří také k základním komunikačním článkům ve vztahu k turistům, především k těm, kteří cestují individuálně. Postavení a činnost TIC je nejen v KHK, ale také v celé České republice však řešena nesystémově a není naplňováno usnesení vlády ohledně TIC jako veřejné služby a služby vhodné k certifikaci.

**Tab.7: Přehled informačních center poskytujících turistické informace v roce 2007**

Turisticky významné území	Město
Český ráj	Jičín, Sobotka
Hradecko	Hradec Králové 5x, Chlumeck nad Cidlinou, Nový Bydžov, Třebechovice pod Orebem
Kladské Pomezí	Adršpach, Broumov, Česká Skalice, Hronov, Jaroměř, Náchod, Nové Město nad Metují 2x, Police nad Metují, Teplice nad Metují
Krkonoše a Podkrkonoší	Černý Důl, Dolní, Maršov, Horní Maršov, Hostinné, Janské Lázně, Lánov, Malá Úpa, Pec pod Sněžkou 3x, Svoboda nad Úpou, Špindlerův Mlýn 2x, Trutnov, Vrchlabí 2x, Žacléř; Dvůr Králové nad Labem, Hořice, Holovousy, Lázně Bělohrad
Orlické hory a Podorlicko	Deštné v Orlických horách, Dobruška, Kostelec nad Orlicí, Opočno, Rokytnice v Orlických horách, Rychnov nad Kněžnou

Zdroj: propagační materiály KÚ KHK pro rok 2007

Královéhradecký kraj poskytuje informačním centrům zařazeným do sítě OTIC CzechTourism na jejich činnost dary ve výši cca 20 – 25 tis. Kč ročně. Tyto dary jsou poskytnuty na základě žádosti informačního centra. S TIC, které projevilo zájem, je uzavřena smlouva o poskytnutí daru.

Oficiální turistická informační centra (dále jen „OTIC“) jsou též podporována agenturou CzechTourism, která je uvádí na svých internetových stránkách [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz) a tiskovinách určených především pro zahraniční návštěvníky. OTIC zapojená do projektu jednotného značení obdrží od agentury CzechTourism Certifikát o začlenění do sítě. V současnosti vytváří agentura CzechTourism pracovní listy turistických oblastí, které budou předány OTIC a ta je mohou využívat pro své zákazníky. Veškeré tyto služby jsou poskytovány zdarma.

**Cestovní kanceláře a agentury** jsou soustředěny v místech vysokých koncentrací obyvatelstva. Více než polovina subjektů, podnikajících v cestovním ruchu, je lokalizována v krajském městě. Základním problémem regionu je omezené zastoupení incomingových aktivit. Organizaci příjezdového cestovního ruchu zajišťuje pouze několik CK ve větších městech. Příkladem může být např. hradecká B&K Tour, která se vyvinula v OCR podporovanou krajským úřadem nebo jičínská CA Adlatus. Řada cestovních kanceláří (např. outdoorová CK Alvarez) je však schopna na přání klienta zajistit několikadenní pobyty spojené se zajištěním základních i doprovodných služeb. TVÚ Orlické hory a Podorlicko jsou z hlediska incomingových aktivit (ale i kapacity a kvality základní turistické infrastruktury) poddimenzovány, což se projevuje zejména v nízkém počtu zahraničních návštěvníků. Koordinace činnosti podnikatelských subjektů jako jsou cestovní kanceláře není z úrovně

Královéhradeckého kraje nijak zajišťováno. V návrhové části bude předložen návrh na řešení jak v této oblasti postupovat.

**Svazky obcí** jsou významnými aktéry rozvoje na lokální úrovni, ale v oblasti cestovního ruchu zatím nebyl vytvořen systém partnerství resp. platforma pro spolupráci s krajským úřadem. Svazky obcí vznikají obvykle za účelem komplexního rozvoje území, jehož je cestovní ruch nedílnou částí (40 z 48 svazků v kraji) a dle lokalizace svazku hraje větší či menší roli. Zcela specifickým je Svazek měst a obcí Krkonoše, který vznikl s primárním cílem rozvoje cestovního ruchu a který plní funkci OCR (více o tomto svazku v části věnované OCR). V oblasti cestovního ruchu tvoří těžiště činnosti svazků obcí zejména marketingové a propagační aktivity. Běžné je např.:

- vydávání vlastních propagačních materiálů a jiných tiskovin (např. miniprůvodce mikroregionem Třebechovicko)
- prezentace svazku formou internetových stránek, které informují též o novinkách a významnějších regionálních kulturních akcích (např. Svazek obcí Úpa)
- účast na veletrzích cestovního ruchu
- tvorba komplexních turistických produktů, které propojují více druhů aktivit (např. v roce 2005 založený Svazek obcí Valdštejnova zahrada, prezentující přírodní zajímavosti Jičínka ve spojení s historickým odkazem území, dále např. Svazek obcí Východní Krkonoše s produktem „Krkonošovo království“, jež propojuje hlavní pamětihodnosti území pomocí hry pro děti i dospělé...)

Kromě toho většina svazků vypracovává vlastní komplexní strategie pro rozvoj území tvořené katastrálními územími členských obcí. Strategie jsou dlouhodobými koncepčními dokumenty, které formulují vizi a směry a cíle rozvoje území spolu s opatřeními a aktivitami, které povedou k jejich naplnění. Obsahují rovněž zpravidla systém monitoringu, kontroly a hodnocení realizovaných aktivit a stanovují povinnosti účastníků rozvojové strategie (např. rozvojové strategie mikroregionu Úpa nebo Svazku obcí 1866) Mezi nejvýznamnější okruhy činností svazků obcí patří koordinace významných investičních akcí v zájmovém území s ohledem na ochranu životního prostředí, sladění územních plánů dotčených obcí a spolupráce při tvorbě projektů, mj. i podporujících rozvoj cestovního ruchu (např. projekt „Propagační a informační kampaň regionu Žacléřsko“), financovaných ze SF EU. Velmi aktivní na poli cestovního ruchu je zejména Broumovsko, které má zpracované strategické rozvojové dokumenty a projektové fiše, vydává propagační materiály a organizuje regionální akce (např. grant „Medializace“). Řada obcí je členy několika sdružení zároveň. Seznam svazků obcí a jejich členských obcí je uveden v příloze 2.

**Obce s rozšířenou působností (ORP)** jsou významnými aktéry regionálního rozvoje. Spolupráce ORP s krajským úřadem a OCR je velmi důležitá, neboť se věnují zabezpečení klíčových oblastí pro cestovní ruch – např. technické a sociální infrastruktury, vzdělávání lidských zdrojů, údržbě historických památek aj. ORP mají kompetence k rozvoji CR pouze v rámci svého města, rozvoj v rámci obvodu ORP („malého okresu“) musí být zajišťován na základě partnerství s příslušnými obcemi. Tentýž problém se týká vztahu ORP a OCR, kde jedinou platformou spolupráce může být jen partnerství.

Většina ORP provozuje turistická informační centra nebo finančně přispívá na jejich provoz. Rozvoji cestovního ruchu se zpravidla věnují 1-2 pracovníci v rámci odborů kultury nebo školství. Větší obce mají zpracované koncepce rozvoje cestovního ruchu, Hradec Králové dokonce podporuje rozvoj CR ve formě grantových schémat. Řada ORP je aktivním členem příslušných OCR, výjimkou je Broumov, Trutnov, Dobruška a Nová Paka. Hradec Králové a Nový Bydžov též nejsou členy, neboť zastupující OCR není sdružením obcí, ale soukromý

subjekt (CK B&K Tour). Jako významný problém vnímají ORP a významná střediska cestovního ruchu rovnostářský systém financování obcí, který nezohledňuje rozdílné nároky obcí na kapacitu a kvalitu infrastruktury, plynoucí z vysoké míry koncentrace návštěvníků v kraji.

Specifickou pozici zaujímá Odbor kultury, sportu a cestovního ruchu Magistrátu města Hradce Králové, který patří k nejdůležitějším aktérům v oblasti organizace a rozvoje cestovního ruchu na území Hradce Králové a současně je to také jedna z ORP. Odpovídá za sestavení a plnění koncepce cestovního ruchu, v souladu s ní vypisuje grantová schémata podporovaných aktivit především v oblasti propagace města, marketingových výzkumů, školení lidských zdrojů, tvorby nových turistických produktů resp. organizace kulturních, sportovních a společenských akcí. V roce 2006 poskytl více než 800 tis. Kč dotací čtrnácti subjektům, mezi něž patřily i OCR B&K Tour, Branka a Regionální turistické a informační centrum v Kostelci nad Orlicí.

**Místní akční skupiny (MAS)** mohou být v budoucnu významným aktérem rozvoje cestovního ruchu ve venkovských oblastech. Na území Královéhradeckého kraje se v současnosti nachází 14 MAS, přičemž ve většině TVÚ je spolupráce teprve v počátcích. Aktivita MAS přispívá k zapojení podnikatelských subjektů do realizace rozvojových strategií, nicméně úroveň aktivního zapojení podnikatelů je různá. Velmi úzkou vazbu na propagaci území z hlediska cestovního ruchu mají aktivity MAS Pohoda venkova (Orlické hory) a MAS Krkonoše, které se zabývají certifikací originálních produktů. Je však nutné podotknout, že ne všechny MAS obdrží finanční podporu ze SF EU a jejich činnost pak může být ohrožena.

## Závěr

Cestovní ruch je rozvojovým tématem překračujícím svým charakterem správní hranice území. Spolupráce v rovině mezikrajské se odvíjí od pojetí atraktivních území. Daří se tak poměrně úspěšně řešit problematiku cestovního ruchu s Libereckým krajem, v případě kraje Pardubického však není komunikace dostatečná. Rozvoj cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji se doposud příliš nemohl opřít o žádný soubor shromážděných zamýšlených projektů. V souladu se spoluprací s Odborem mezinárodních vztahů a evropských záležitostí by však bylo vhodné v rámci nově vzniklého informačního a monitorovacího systému výstup takového druhu souboru oddělení cestovního ruchu zpřístupnit.

Ve většině TVÚ dosud nedošlo k vytvoření takových organizačních struktur, které by byly schopny podpořit na profesionální úrovni rozvoj cestovního ruchu – jednotný sběr informací, jejich vyhodnocování, stanovení a realizování marketingových strategií, koordinování spolupráce mezi subjekty působícími v cestovním ruchu ve stávajících turistických regionech apod. Zjištěné nedostatky vyplývají z rozdílné situace v jednotlivých TVÚ, jejichž OCR se významně liší z hlediska délky působení, spektra vykazovaných aktivit, nashromážděných zkušeností, stejně jako finančních a personálních podmínek. Optimalizace organizační struktury je významným stimulem pro zlepšení situace na poli koordinace rozvoje cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji, ale sama o sobě nedokáže vyřešit výše uvedené problémy. Pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu v jednotlivých TVÚ i kraji jako celku je nezbytné posílit personální kapacity. Vzdělávání, motivace lidských zdrojů a aktivity směřující k navázání dlouhodobé spolupráce mezi významnými aktéry rozvoje cestovního ruchu jsou důležitým předpokladem vytvoření funkční organizační struktury. Závěrem lze konstatovat, že důležitými partnery krajské samosprávy při koordinaci rozvoje cestovního ruchu na území Královéhradeckého kraje jsou v současné době manažeři organizací cestovního ruchu v pěti

turisticky významných územích. Partneři tvořící personální základ struktury informačního systému cestovního ruchu jsou pracovníci oddělení cestovního ruchu Odboru regionálního rozvoje, cestovního ruchu a kultury Krajského úřadu Královéhradeckého kraje, pracovníci organizací cestovního ruchu TVÚ a pracovníci TIC. Zatím není rozvinuta pro oblast CR odpovídající spolupráce s městy se statutem „Obce s rozšířenou působností“ (ORP) kterých je na území kraje celkem 15 a každé z nich se na rozvoji cestovního ruchu v kraji nějakým způsobem podílí. I zde existuje potenciál pro navazování smysluplného partnerství. Významným impulzem může být i zapojení svazku obcí do koordinovaného rozvoje cestovního ruchu.

## 3.2 ZHODNOCENÍ SOUČASNÉHO STAVU MARKETINGU, PROPAGACE A PREZENTACE

### 3.2.1 MARKETING NA ÚROVNI ČR

Marketing slouží k určení a uspokojení potřeb zákazníků, a tím k dosažení požadovaného zisku a prospěchu jak pro subjekty podílející se na cestovním ruchu, tak i pro celý uvažovaný region bez ohledu na to, zda jde o Českou republiku, o Královéhradecký kraj a nebo o konkrétní turisticky významné území.

Jako marketingový nástroj je používán tzv. marketingový mix. K základním nástrojům (tzv. "4 P") patří pojmy – **product** /výrobek-slужba/, **place** /místo/, **promotion** /komunikace/ a **price** /cena/, pro oblast cestovního ruchu se obvykle přidávají ještě další "4 P" (celkem tedy "8 P") – **people** /lidé/, **packaging** /sestavování balíků služeb/, **programming** /programová specifikace balíků/ a **partnership** /kooperace/. Z těchto pohledů by měl být hodnocen marketing cestovního ruchu i v Královéhradeckém kraji.

Marketing má zejména v předních turistických regionech v zahraničí již pevnou pozici a je také často **součástí státem garantovaného systému podpory** rozvoje CR. Marketing je vždy řešen v závislosti na vyspělosti daného státu a na celkové filozofii přístupu k tomuto oboru. Marketing regionů je většinou součástí státních marketingových strategií dané země a tato strategie je často koordinována příslušnou národní marketingovou organizací (v případně ČR se jedná o Českou centrálu cestovního ruchu Czechtourism – dále jen ČCCR).

Z hlediska **cílových skupin** jsou marketingové strategie a plány regionů zaměřeny vždy na základní trh zahrnující jak cílovou skupinu obchodníků, tak turistů, dále na cílovou skupinu domácích a zahraničních návštěvníků. Cílová skupina zahraničních návštěvníků je pak často ještě dále diferencována na segmenty trhu podle geografických, zájmových a dalších hledisek. Marketingové strategie pro zahraniční návštěvníky jsou připravovány společně centrální marketingovou organizací a příslušnými "pobočkami" v dané zemi. Tyto pobočky pak také často příslušný plán pro zemi, ve které působí, realizují. Marketing orientovaný na cílové skupiny uplatňují velmi dobře zejména Rakousko, SRN, Velká Británie, Dánsko, Francie, Kanada, USA a další. Z evropských zemí se velmi dynamicky a systémově rozvíjí marketing cestovního ruchu takových zemí, jako jsou Chorvatsko, Polsko a zejména Maďarsko. Marketingové strategie (zejména segmentační) však předpokládají existenci funkčního systému organizace CR na národní úrovni a existenci zahraničních zastoupení, která plní přesně stanovené marketingové úkoly v dané zemi.

### Situace v České republice

V roce 1999 byly ČCCR navrženy tzv. turistické marketingové regiony jako organizační, koordinační a finanční nástroje pro podporu regionálního cestovního ruchu. Hranice turistických marketingových regionů vycházejí z větší části z hranic administrativních. Účelem tohoto členění je především vytvoření regionální správy turistických destinací, pro něž je typický určitý dominantní produkt cestovního ruchu a vytváří územní rámec pro dotační, propagační, publicistickou a jinou činnost ČCCR ve směru regionální podpory CR.



### **Česká republika byla rozdělena na následující marketingové regiony:**

- |                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1 Praha               | 8 Český sever               |
| 2 Okolí Prahy         | 9 Český ráj                 |
| 3 Jižní Čechy         | 10 Východní Čechy           |
| 4 Šumava              | 11 Vysočina                 |
| 5 Plzeňsko            | 12 Jižní Morava             |
| 6 Západočeské lázně   | 13 Střední Morava           |
| 7 Severozápadní Čechy | 14 Severní Morava a Slezsko |

Toto členění se však nesetkalo v mnoha regionech s přílišným pochopením, s tím, že nevystihuje danou turistickou atraktivitu. Proto došlo k některým změnám a některé regiony byly přejmenovány, rozděleny nebo o to stále usilují (např. Český Sever – Krkonoše, Jizerské hory a Českolipsko).

Obecný trend v národní propagaci a marketingu cestovního ruchu stále více směřuje k víceúrovňovému partnerství veřejných institucí a soukromého sektoru, a to od místní, regionální až po státní úroveň. Přes prokazatelné výsledky, které byly v posledním období v oblasti statistiky cestovního ruchu v České republice dosaženy, poskytované údaje stále ještě plně nedostačují potřebám odvětví, a to zejména ve vztahu k sestavování Satelitního účtu CR a podrobnějšímu členění dat podle klasifikace ekonomických činností (OKEČ) pro odvětví cestovního ruchu. Statistika tak v současné době ještě neposkytuje dostatečné podklady pro formování strategických záměrů v rozvoji cestovního ruchu, a to zejména na regionální a lokální úrovni.

Odborná příprava absolventů všech typů středních a vysokých škol se zaměřením na obor cestovního ruchu stále nedosahuje požadované úrovně vzhledem k potřebné kvalitě poskytovaných služeb a přípravy odborníků pro tuto oblast veřejné správy a samosprávy včetně organizací cestovního ruchu. Nedochází k dostatečnému propojení získaných teoretických vědomostí s praxí. Nedostatečná motivace absolventů vede k odlivu do jiných odvětví hospodářství, což má vliv na kvalitu poskytovaných služeb. Jedním z důvodů nevyhovující úrovně odborné přípravy je nedostatek kvalitních pedagogů na všech úrovních a nedostatek moderních učebních pomůcek a metod (učebnice, specializované praxe a odborné stáže). Není věnována ani patřičná pozornost systému vzdělávání profesí nepřímo spojeným s cestovním ruchem, které ale s domácími i zahraničními turisty přicházejí do styku ve specifických situacích, včetně různých forem ohrožení (policisté, hasiči, členové Horské služby apod.). Pro cestovní ruch je význam lidského potenciálu nezastupitelným fenoménem, který může významně ovlivnit jeho kvalitu a úroveň a proto byla v této analýze lidským zdrojům věnována zvýšená pozornost. Návrhové část reflektuje tuto skutečnost v potřebné míře.

Negativním faktorem je také dlouhodobá absence výzkumu, vědy a zavádění inovací v cestovním ruchu, resp. jeho institucionální podpora. Jen některé výzkumné problémy a otázky řeší ČCCR a MMR zadáváním odborných grantů. Na celostátní úrovni však chybí národní výzkumné pracoviště v oblasti cestovního ruchu tak, jak je běžné v naprosté většině turisticky vyspělých států.

### **3.2.2 TURISTICKÉ INFORMACE**

Marketing cestovního ruchu je v českých podmínkách dodnes v mnoha případech zaměřován za pouhou propagaci turistické lokality. Důvodem je zatím příliš krátká tradice, nedostatek zkušené a kvalifikované pracovní síly a celková nezralost institucionálního rámce cestovního

ruchu v Česku. Propagační aktivity jsou nejvíce viditelnou a svým způsobem nejsnadnější složkou marketingového mixu. Proto se na ně vynakládá největší část finančních zdrojů určených na marketing. Pro organizace cestovního ruchu je propagace zpravidla první činnost, kterou začínají po svém založení realizovat. V současné fázi převládá prezentace nejvýznamnějších přírodních a kulturních atraktivit regionu. Začíná se již ale prosazovat tematický přístup k prezentaci území, který je založen na charakteristice regionálních předpokladů pro rozvoj jednotlivých forem turistiky. Ze čtyř základních složek propagace (reklama, osobní prodej, podpora prodeje a interní reklama, public relations) naprosto převažuje podpora prodeje. Krajský úřad i organizace cestovního ruchu v TVÚ se zaměřují na vydávání propagačních materiálů, prezentaci na veletrzích, prezentační a propagační akce, propagace v tiskovinách a provozování internetových informačních systémů. Ostatní složky propagace (např. osobní prodej, public relations, reklama vyjma inzerce v tištěných periodikách) zatím nejsou příliš rozvinuty a spadají spíše do působnosti individuálních poskytovatelů a zprostředkovatelů služeb (CK, CA, hotely, restaurace aj.) resp. provozovatelů turistických cílů.

### **Propagační materiály**

Královéhradecký kraj nabízí dva základní typy propagačních materiálů. První typ tvoří materiály prezentující kraj jako celek, které jsou tematicky zaměřené na jednotlivé druhy turistických atraktivit. Druhý typ představují tiskoviny, které propagují jednotlivá turisticky významná území. Na prezentaci TVÚ je kladen velký důraz. Materiály mají větší formát než „celokrajské“ brožury, obsahují kvalitnější barevné fotografie a jsou laděny více emocionálně. Krajské prospekty mají naproti tomu encyklopedičtější charakter a obsahují abecedně řazený seznam atraktivit s krátkým popisným textem a menší dokumentační fotografií. Nicméně oba typy propagačních materiálů mají poměrně vysokou formální úroveň zpracování a obsahují kvalitní text s množstvím informací

#### ***Propagační materiály turisticky významných území***

Pozitivem je obsahová i grafická sjednocenost ediční řady prospektů. Na obalu všech materiálů je uvedeno logo Královéhradeckého kraje a odkazy na webové informační systémy jednotlivých území, portál cestovního ruchu KHK a turistická informační centra. Materiály jsou vhodně rozčleněny do dvou základních částí. První část je pojata geograficky a prezentuje nejvýznamnější města a pamětihodnosti. Druhá je rozčleněna tematicky podle forem cestovního ruchu a popisuje možnosti sportovního, kulturního, poznávacího a dalších způsobů využití. Kombinace geografického a tematického přístupu je velmi vhodná, přičemž větší důraz na tematické členění je optimální v případě regionů postrádajících všeobecně známé přírodní či kulturní atraktivity. Materiálům by prospělo větší zaměření na klíčové formy turistiky – např. zimní sporty v Orlických horách, horolezectví v oblasti Kladské Pomezí apod. Zatím mají všechny prospekty zhruba stejnou strukturu – kapitoly věnované přírodním a historickým pamětihodnostem, kulturnímu a sportovnímu využití mají zhruba stejný relativní rozsah. Podrobnější hodnocení jednotlivých materiálů je uvedeno v příloze 9.

#### ***Propagační materiály kraje***

Královéhradecký kraj nabízí dva základní typy propagačních materiálů. První typ tvoří graficky sjednocená řada tematicky zaměřených brožur, které jsou uvnitř děleny dle dřívějšího členění kraje na turistické regiony a oblasti. Prezentují jednotlivé typy turistických atraktivit (zámky, hrady, pevnosti, církevní památky a poutní místa atd.) v Královéhradeckém kraji jako celku a jsou opatřeny dnes již nepoužívaným logem kraje.

Druhý typ představují propagační materiály kraje, které jsou členěny územně (podle TVÚ). Materiály mají větší formát než tematické brožury, obsahují kvalitnější barevné fotografie a jsou laděny více emocionálně. Krajské prospekty mají naproti tomu encyklopedičtější charakter a obsahují abecedně řazený seznam atraktivit s krátkým popisným textem a menší dokumentační fotografií. Oba typy propagačních materiálů mají vysokou formální úroveň zpracování a obsahují kvalitní text s množstvím informací.

Vydávání propagačních resp. informačních materiálů je nejvíce preferovanou formou propagace turisticky významných území i kraje jako celku a představuje též největší položku ve výdajích na propagaci regionu. Prospekty mají poměrně vysokou formální i obsahovou úroveň a díky kombinaci geografického a tematického přístupu k propagaci pokrývají všechny významné atraktivity Královéhradeckého kraje. Dřívější izolovanost a nenávaznost jednotlivých materiálů byla odstraněna. Materiály mají nyní jednotnou formu (dle jednotného grafického manuálu Královéhradeckého kraje) i strukturu obsahu a jsou navzájem provázány tak, aby bez překryvů obsáhly všechny tematické oblasti propagace cestovního ruchu.

### **Internetová propagace**

Internetová propagace je spolu s vydáváním propagačních tiskovin nejčastějším a nejviditelnějším způsobem propagace turisticky významných území, obcí, organizací cestovního ruchu i Královéhradeckého kraje jako celku. Téměř všechny obce (zejména významná turistická střediska) provozují vlastní internetové stránky, na kterých představují nejvýznamnější atraktivity, poskytují turistické informace a pravidelně uveřejňují novinky. Internetová propagace je tak na poměrně solidním základu provozována na všech úrovních a v celém spektru aktérů cestovního ruchu – kraje, TVÚ, obcí a mikroregionů, turistických cílů i poskytovatelů služeb. Častým problémem je zastaralost prezentovaných informací a špatná orientace v množství různých internetových adres nesoucí informací o turistické nabídce obcí a služeb.

*Královéhradecký kraj* se prezentuje pomocí dvojice internetových stránek. První z nich (<http://www.kralovehradeckykraj.eu>) podává souhrnné informace o činnosti krajského úřadu. Stránky jsou vhodně rozděleny do sekcí pro občany, turistiku, obce a novináře, přičemž sekce pro turisty odkazuje na druhou stránku Portál cestovního ruchu Královéhradeckého kraje ([http://www.kr-kralovehradecky.cz/cest\\_ruch/](http://www.kr-kralovehradecky.cz/cest_ruch/)) – informační systém pro potenciální návštěvníky kraje, odbornou veřejnost a žadatele o granty. Obsahuje seznam strategických dokumentů, koncepcí a podpořených projektů. Turistické atraktivity kraje jsou prezentovány formou odkazů na jednotlivé turistické regiony a turistické oblasti, které jsou propagovány na stránkách příslušných OCR. Kromě toho je zařazen i seznam TIC. Stránky jsou přehledné a srozumitelné. Informační systémy (kraje, TVÚ, TIC) jsou navzájem dobře a logicky provázány. Portál cestovního ruchu KHK je kontinuálně rozšiřován.

Významnou součástí internetové propagace je též kvalitní a přehledný rezervační systém. Byl vytvořen v TVÚ Krkonoše a v TVÚ Český ráj, kde je zatím ve zkušebním provozu. Královéhradecký kraj bude muset při vytváření vlastního rezervačního systému dbát na kompatibilitu s již hotovými systémy jednotlivých TVÚ a na úzké propojení s informačním systémem.

*Turisticky významná území* mají poměrně kvalitní a přehledné webové stránky, které jsou provozovány příslušnou organizací cestovního ruchu. Anglické, německé a polské mutace jsou upraveny podle odlišných potřeb zahraničních návštěvníků.

*Turistické cíle* jsou prezentovány na webových stránkách příslušných organizací cestovního ruchu i jednotlivých obcí resp. mikroregionů. Významné turistické cíle disponují vlastními stránkami.

### **Veletrhy a výstavy**

Královéhradecký kraj se pravidelně účastní nejvýznamnějších tuzemských veletrhů cestovního ruchu. Prezentuje se též na regionálních výstavách. Zřejmě nejdůležitějším tuzemským veletrhem je brněnský Regiontour. Turisticky významná území KHK jsou zde prezentována ve dvou expozicích Královéhradeckého a Libereckého kraje – společně s některými dalšími územími (např. Jizerské hory). V poslední době rychle roste význam pražského Holiday World, který měl v roce 2007 více než 30 tis. návštěvníků. Turistický region Východní Čechy je nově prezentován na stánku Pardubického kraje a je propagována pouze jeho pardubická část.

Kraj se ve spolupráce s jednotlivými zástupci TVÚ účastní významných evropských veletrhů cestovního ruchu – a to především ve velkých zdrojových zemích návštěvníků Česka resp. přímo Královéhradecka. Z tohoto důvodu se zaměřuje na velké německé veletrhy (ITB Berlin, Reisen Hamburg, Dresdner Reisemarkt, CBR München), Nizozemska (Vakantiebeurs Utrecht) a Polska (Tour Salon Poznaň a Český den v Krakově), který je navštěvován lidmi především z Francie, Belgie, Německa a Polska. Zahraniční veletrhy dosahují v průměru čtyřikrát až pětkrát větší návštěvnosti než pražský Holiday World. Na stáncích jsou nabízeny propagační materiály TVÚ, tematické brožury kraje nebo mapy. Velkou pozornost na výstavách vzbuzuje tematika připomínající bitvu u Hradce Králové v roce 1866.

Z marketingového hlediska, v závislosti na cílové skupině, se Královéhradecký kraj propaguje buď jako celek nebo prostřednictvím pěti turistických území, na kterých působí OCR.

### **3.2.3 CHARAKTERISTIKA A HODNOCENÍ SOUČASNÝCH TURISTICKÝCH PRODUKTŮ A BALÍČKŮ, SOUHRNNÁ ANALÝZA MARKETINGOVÉ STRATEGIE (PROGRAMMING)**

Dnešní tvorba turistických produktů každého regionu se již neobejde bez jasně definované a dlouhodobě realizované marketingové strategie. Každá marketingová strategie **je kombinace cílových trhů a marketingových mixů**, kterou daný region používá.

Pokud má být marketingová strategie úspěšná, musí být vždy orientována na konkrétní, přesně vymezené, cílové trhy a pro ně připravovat specifické marketingové mixy. Při tvorbě nového produktu by měly být podrobně analyzovány všechny prvky marketingového mixu.

V případě marketingu Královéhradeckého kraje je toto velmi problematické, poněvadž se zde systémový marketing zatím téměř nepoužívá. Proto je hodnocení zjednodušeno na analýzu jejich dílčích nástrojů (propagace, způsob prodeje).

Oficiální turistické produkty turistického regionu Královéhradeckého kraje jsou vytvářeny pro vybrané cílové trhy v zájmovém území minimálně. Proto nejsou také připravovány žádné specifické marketingové mixy pro vybrané cílové skupiny. Cílový trh je víceméně odhadován na základě zájmu. Marketingové mixy (spíše některé části mixu – propagace, způsob prodeje) **jsou téměř identické pro všechny cílové skupiny**. Konkrétní marketingové mixy pro vybrané cílové skupiny realizují pouze někteří zprostředkovatelé služeb, větší hotely a některá TIC v regionu. Vlastní marketingové mixy také využívají například rekreační zařízení a kempy a také jednotlivé **turistické oblasti**.



V rámci dnes používaného regionálního marketingu je orientace na konkrétní **cílové trhy** teprve v počáteční fázi a týká se pouze produktů cílených na cílovou skupinu cykloturistů, a zimní dovolenou. Pro **správné zacílení produktů** je třeba znát charakteristiku současného návštěvníka a jeho potřeby. Problémem je, že **orientace na konkrétní cílové trhy** je podmíněna součinností marketingu na regionální a národní úrovni, a také větší spolupráce s ČCCR a českými centry v zahraničí, která by měla zajišťovat přístup k informacím o potřebách zahraničních cílových skupin. Z tohoto pohledu je spolupráce s jednotlivými zde zmiňovanými úrovněmi organizace cestovního ruchu zatím stále nedostatečná a proto v Královéhradeckém kraji nevyužívána.

Aplikace marketingového mixu v celé jeho šíři se neuplatňuje. Ze všech faktorů komplexního mixu jsou v rámci regionálního marketingu používány pouze **propagace a poskytování informací**. Kooperace s ostatními regiony (i přeshraničními) v rámci společného marketingu cestovního ruchu, zejména ve vztahu k cílové skupině zahraničních turistů, je téměř výhradně směřována do oblasti propagace (podpora prodeje, reklama atd.). Účinné metody tvorby společných produktů, které dokáží oslovit turistu tím, že je mu nabídnut kompletní balíček služeb za několik sousedních území, či polských regionů, jsou vytvářeny pouze minimálně. Zabývají se tím pouze v TVÚ Český ráj, Krkonoše a Podkrkonoší a euroregion Glacensis.

V rámci analýzy byl zkoumán způsob prodeje produktů CR, které jsou v regionu prodávány. Pro zjednodušení je možné říci, že prodej probíhá v regionu dvěma základními cestami (viz též příloha 10):

1. **Přímý prodej** je realizován přímo návštěvníkovi od dodavatelů služeb, dopravců nebo marketingových organizací v regionu. V omezené míře je využíváno služeb zprostředkovatelů služeb.
2. **Nepřímý prodej** je realizován prostřednictvím zprostředkovatelů služeb, kterými jsou nejčastěji:
  - **incoming partneři** (CK, TIC,... připravují základní package pro touroperátory, sídlo mají v regionu.)
  - **touroperátoři** (velkoobchodníci zájezdů, kteří zajišťují a kompletují nezbytné služby pro připravované package nebo zájezdy, obvykle své produkty neprodávají přímo zákazníkům, ale využívají rozsáhlou síť provizních prodejců. Přibližně 12–18 měsíců před sezónou projednávají s dopravci a dodavateli služeb ceny a rezervace.)
  - **provizní prodejci** (zprostředkovávají prodej konečnému spotřebiteli za provizi.)
  - **organizátoři konferencí, veletrhů atd.** (pracují zejména pro asociace, sdružení, velké neziskové organizace, státní a vzdělávací instituce. Podílejí se nejen na zprostředkování služeb, ale také na přípravě rozpočtu, výběru místa, vytvoření programu, zajištění rezervací, koordinaci jednání, zabývají se administrativou spojenou s konáním konference atd. Této skupině je dobré věnovat mimořádnou pozornost)
  - **organizátoři incentivní turistiky** (Jedná se o vysoce specializovanou část velkoobchodníků, kteří se od klasických liší tím, že přímo vstupují do vztahu s klienty, kterými jsou nejčastěji právnické osoby, sestavují package „šité na míru“, obvykle pracují na základě provizí. Konkrétní klient (právnická osoba) platí obvykle veškerý package za příjemce (nejčastěji zaměstnanec)).

Prodej služeb cestovního ruchu v regionu je realizován především formou **přímého prodeje**. Domácí touroperátoři v rámci **domácího cestovního ruchu** nakupují služby především od konečných dodavatelů služeb. Většinou však nenabízejí v regionu žádné komplexní programy cestovního ruchu.



**Provizní prodejci (cestovní agentury)** v ČR tvoří velmi hustou síť kanceláří, která by mohla být velmi rychle využita pro Královéhradecký kraj a jeho TVÚ v případě vytvoření vlastního turistického produktu celého regionu.

**Organizátoři konferencí a seminářů** jsou velmi specifickou, ale významnou skupinou. Tito zprostředkovatelé služeb jsou spíše orientováni do velkých měst (Hradec Králové) a na prodej tohoto produktu v rekreačních oblastech.

**Organizátoři incentivní turistiky** zatím rovněž nejsou v regionu nijak výrazně zastoupeni, přitom právě region Královéhradeckého kraje má pro tento druh produktu dobré podmínky.

Snahy o **efektivní způsob prodeje** turistického produktu jsou v současnosti **nedostatečné** a orientují se **spíše na propagaci** produktu než na jeho aktivní prodej.

### Využití prvků propagačního mixu pro propagaci obcí a turistických lokalit:

#### Reklama

- **ORP Královéhradeckého kraje**
  - klasická reklama není prakticky využívána
  - velmi často obce využívají vlastní internetové stránky k propagaci obce a okolí, úroveň stránek (serverů) je však velmi rozdílná a často neodpovídá současným potřebám různých cílových skupin návštěvníků a zprostředkovatelů
- **TVÚ – OCR**
  - všechny OCR disponují nabídkou na internetu
  - turistické cíle v jimi obhospodařovanými TVÚ jsou také téměř vždy součástí internetových prezentací OCR ale i příslušných obcí a poskytovatelů služeb a také různých tematických nebo regionálních serverů s turistickou nabídkou (markantní je to v Krkonoších a Českém ráji)
- **Instituce (krajský úřad)**
  - klasická reklama není téměř využívána, využívána je v této oblasti především propagace v odborných časopisech
  - reklama probíhá prostřednictvím vlastních internetových prezentací
- **Poskytovatelé služeb (hotely, restaurace, rekreační střediska.) a zprostředkovatelé služeb (CK, CA,...)**
  - skupina, která klasickou reklamou využívá v největší míře
  - většina subjektů (především CK a CA) disponuje vlastní internetovou prezentací služeb a produktů

#### Podpora prodeje

Podpora prodeje je **nejvíce využívaným nástrojem** jednotlivými subjekty. Turistické cíle jsou prezentovány na všech **veletrzích**, kde se Královéhradecký kraj účastní. Svou účast na vybraných veletrzích realizují některé OCR a jen několik obcí (měst) – zejména turisticky atraktivních středisek. Paradoxem v oblasti podpory prodeje je **tvorba informačních a propagačních tiskovin**. Na jedné straně tvoří pravděpodobně největší část nákladů (především OCR) vyčleněných na propagační aktivity, na straně druhé však mnohdy nejsou nijak objektivně provázány s cílovými skupinami návštěvníků a také ve většině případů

zahrnují pouze území turisticky významných území a příslušných OCR která tento informační materiál vydala.

Poskytovatelé služeb (hotely, restaurace,...) a zprostředkovatelé služeb (CK, CA,...) informační a propagační tiskoviny využívají velmi často, obsah je však mnohdy zaměřen pouze na poskytované služby, ne na nabídku dané „obce a okolí“ a účast a participace na veletrzích je stále ještě velmi nízká vzhledem k počtu a významu této skupiny.

### **Osobní prodej**

Obsahem osobního prodeje je především „prodej“ produktů a programů. Z tohoto pohledu je třeba konstatovat, že vlastní obchodování realizují pouze soukromí dodavatelé služeb a zprostředkovatelé prodeje. Výjimečně osobní prodej realizují TIC.

### **Vztahy s veřejností (public relations)**

OCR zatím ve své většině nemají vytvořen systém poskytování pozitivních informací hromadným sdělovacím prostředkům, s výjimkou OCR Svazek měst a obcí Krkonoše a Sdružení Český ráj. **Vztahy s médii** i vztahy s ostatními subjekty cestovního ruchu (dopravci, dodavatelé služeb, zprostředkovatelé služeb) jsou však obecně **dobré**.

Pravidelně mají OCR možnost účastnit se tiskových konferencí pořádaných u příležitosti tradičních veletrhů CR.

### **Analýza propagace turisticky významných území**

Hodnocení současné úrovně **propagace turisticky významných území** je velmi rozličné. Mezi turisticky významnými územími jsou totiž díky jejich rozdílné atraktivitě a tradici velké rozdíly v úrovni a objemu jejich propagace. Většina turistických oblastí svoji strategii pomalu buduje.

Výhodou oproti jiným krajům je vznik „garanta“ (OCR) pro dané turisticky významné území, který je za celkový rozvoj CR včetně propagace dlouhodobě zodpovědný. Právě OCR by mohly být vhodným spojovacím prvkem mezi obcemi, především ORP, TIC a celým územím Královéhradeckého kraje v oblasti propagace. Využívání této možnosti se zatím mezi jednotlivými OCR liší v závislosti na dostupnosti lidských zdrojů, míře profesionalizace a fungování vzdělávacího a odměňovacího systému.

### **Závěrečná shrnutí a doporučení:**

#### **Pozitiva (silné stránky):**

- při tvorbě určitých produktů je uplatňována segmentační marketingová strategie
- existence produktů CR orientovaných na cílové skupiny
- realizace sociologických průzkumů mezi návštěvníky (v některých oblastech)
- zkušenosti některých místních subjektů CR (cestovních kanceláří a TIC) s tvorbou produktů
- zahájena spolupráce subjektů CR při tvorbě a propagaci turistických produktů a poskytování informací
- dobré předpoklady pro rozvoj kongresové turistiky především v Hradci Králové
- dostatek akcí pro organizaci každoročních „pilotních“ produktů

- zájem poskytovatelů služeb a organizací CR o tvorbu společných produktů
- vysoký stupeň znalosti regionu mezi návštěvníky
- realizují se kroky vedoucí k definování budoucího image a jednotné prezentace regionu
- činnost základní sítě turistických informačních center
- rozvoj společných přeshraničních turistických projektů
- existence internetových stránek OCR všech TVÚ
- nejvýznamnější hotely a kempy regionu jsou součástí databází celorepublikového charakteru
- vlastní internetové stránky a databáze mnoha služeb a cílů CR v regionu (turistické cíle, služby, přírodní lokality atd.)
- rozvíjí se spolupráce s podnikatelskou sférou v oblasti reklamy
- prezentace regionu na domácích a zahraničních veletrzích (GO a Regiontour, Holiday World,...)
- existuje logo Královéhradeckého kraje i loga TVÚ, z nichž někteří již používají jednotné grafické manuály

#### **Negativa (slabé stránky):**

- nedostatečná spolupráce s podnikatelskými subjekty
- nejsou stanoveny konkrétní marketingové plány pro cílové skupiny
- zatím není zahájena činnost organizace zodpovědné za realizaci marketingových plánů
- nedostatečné informace o potřebách a přáních cílových skupin
- málo produktů zaměřených na konkrétní cílové skupiny
- neuplatňování všech prvků marketingového mixu
- nejednotná prezentace a image kraje
- není koordinována propagace obcí, měst a turistických oblastí regionu
- malé množství finančních prostředků na marketing a realizaci projektů na úrovni regionu
- absence komplexního marketingu na regionální úrovni (propagace, podpora prodeje, osobní prodej, IP atd.)
- nerealizuje se osobní prodej
- chybí koncepční spolupráce všech zainteresovaných orgánů zodpovědných za rozvoj CR v regionu
- chybějící rezervační a informační systém a to jak v OCR (s výjimkou TVÚ Krkonoše a TVÚ Český ráj), tak na úrovni KHK

#### **Doporučení:**

- definovat cílové trhy a skupiny
- definovat distribuční cesty pro jednotlivé produkty
- zpracovat standardní turistické produkty a jejich komplexní marketing
- zajistit dostatečný rozpočet pro realizaci marketingových aktivit
- zahájit realizaci marketingových plánů
- uplatňovat všechny formy marketingového mixu
- zajistit koordinaci marketingových aktivit na místní, oblastní i regionální úrovni
- vytvořit rezervační a informační systém na portálech KHK ale i jednotlivých OCR a podle možností je vzájemně propojit

### 3.2.4 ANALÝZA KONKURENCE

Analýza konkurence je nezbytnou součástí marketingových strategií. Slouží k identifikaci nejvýznamnějších silných a slabých stránek a umožňuje stanovit pozici, na které se region z hlediska stavu a rozvoje cestovního ruchu nachází. Konkurenci je možné rozdělit na vnější a vnitřní. Vnější konkurence je chápána jako soupeření s ostatními regiony nebo turistickými produkty, zatímco vnitřní konkurence hodnotí podmínky pro koordinaci aktivit a spolupráci při rozvoji cestovního ruchu v daném regionu.

#### Analýza vnější konkurence

Analýza vnější konkurence se zabývá identifikací hlavních konkurenčních regionů, hodnocením jejich předpokladů a potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu. Konkurence bude hodnocena z následujících čtyřech hledisek:

- hledisko geografické polohy a dopravní dostupnosti
- hledisko regionálních produktů, forem turistiky a návštěvnosti turistických cílů
- turistická infrastruktura
- organizace a marketingu cestovního ruchu

Královéhradecký kraj nabízí velmi široké spektrum typů dovolené ve všech ročních obdobích. Z hlediska sezónnosti tedy patří k nejsilnějším českým regionům. Kvůli rozmanitosti turistické nabídky však do okruhu konkurence patří všechny české kraje a řada přírodně atraktivních zahraničních regionů.

#### Ad 1) Analýza konkurence z hlediska geografické polohy a dopravní dostupnosti

Při hodnocení výhodnosti geografické polohy je nezbytné rozlišovat jednotlivé řádovostní (měřítkové) úrovně, mezi kterými se může seznam konkurenčních regionů měnit.

##### *Subglobální (evropská) úroveň*

- středně exponovaná centrální poloha KHK; napojení na mezinárodní tahy a dobrá dostupnost z velkých zdrojových zemí turistů – Německo a Polsko
- hlavním konkurentem alpské regiony v Německu, Rakousku a Švýcarsku – díky atraktivnější krajině, kvalitní infrastruktuře a exponované geodopravní poloze (dálnice)
- blízkost velké zdrojové i konkurenční oblasti Prahy a Středočeského kraje; malá rozloha Česka a superdominance Prahy zkracuje průměrnou dobu pobytu zahraničních turistů (jednodenní výlety z Prahy); pro delší pobyty hlavním konkurentem Karlovarský kraj

##### *Středoevropská úroveň*

- nadprůměrně exponovaná poloha KHK; slabší konkurence ze strany alpských regionů – příliš vzdálené hustě zalidněným zdrojovým oblastem Saska a Polska.
- největším konkurentem opět Praha se Středočeským krajem, silná pozice Jihomoravského kraje ve výhodné geodopravní poloze; Jihočeský kraj hraničící s Bavorskem a Horním Rakouskem; pro saské občany přitažlivý Ústecký kraj díky exponované poloze mezi Prahou a Drážďanami a Karlovarský kraj s lázeňstvím; pro polské i německé turisty Liberecký kraj (blízkost k významným polským aglomeracím (Walzbrych, Opole, Wrocław; Krušné a Jizerské hory konkurují Krkonošům v nabídce zimních sportů).

### Národní úroveň

- nejlepší postavení z hlediska geografické polohy a dopravní dostupnosti (při malé rozloze Česka hraje omezenou roli); rozhodujícím faktorem lokalizační předpoklady – kraj s největší koncentrací a rozmanitostí přírodních atraktivit
- konkurentem Středočeský kraj (soustředění objektů druhého bydlení), Liberecký kraj se západními Krkonošemi a Jizerskými horami, velmi populární Jihočeský kraj se Šumavou a Lipnem, po dálnici výborně dostupná Vysočina; moravské kraje orientovány na Beskydy a Jeseníky

### ad 2) Analýza konkurence z hlediska regionálních produktů, forem turistiky a návštěvnosti turistických cílů

- v českém kontextu výborné předpoklady pro zimní sporty, letní pobyty (hlavně pěší turistika), cykloturistiku, agroturistiku a venkovskou turistiku a letní sporty včetně adrenalinových (horolezectví, paragliding aj.); konkurentem vysoká pohoří (západní Krkonoše, Jizerské hory, Šumava) a přehradní nádrže (Lipno, Vranov aj.)
- velmi silná konkurence v oblasti poznávací a kulturní turistiky (zejména zahraničních návštěvníků) ze strany regionů soustřeďujících památky UNESCO – Jihomoravský, Vysočina Jihočeský kraj; na území KHK žádná skutečně významná památka z hlediska návštěvnosti
- z hlediska druhého bydlení a víkendových pobytů konkurentem lokality lépe dostupné z velkých zdrojových oblastí (metropole, krajská města) – Středočeský a Jihomoravský kraj
- na poli lázeňství dominuje Karlovarský kraj; v oblasti kongresové turistiky Praha, Karlovy Vary, Český Krumlov)

### ad 3) Analýza konkurence z hlediska turistické infrastruktury

- rozvinutá a kapacitní turistická infrastruktura; téměř dvakrát vyšší počet ubytovacích zařízení na km<sup>2</sup> plochy ve srovnání s celorepublikovou hodnotou (10,0 lůžek oproti 5,5 za ČR); problémem nízké využití lůžek
- konkurentem Praha a Karlovarský kraj disponující podstatně vyšší nabídkou ubytovacích zařízení vyšší kategorie a hotelů umožňujících pořádání kongresů

### ad 4) Analýza konkurence z hlediska marketingu turistické nabídky

- nadprůměrná úroveň organizačního zajištění cestovního ruchu a systematičnosti marketingových aktivit v KHK ve srovnání s ostatními kraji; široká nabídka a komplexnost turistických produktů
- v oblasti image konkurentem hlavně Jihočeský a Jihomoravský kraj; pro zimní sporty včetně lyžování Alpy (o něco vyšší cena, ale výrazně lepší přírodní podmínky a kvalita služeb)



## **Analýza vnitřní konkurence**

Problémem je nedostatečné zapojení podnikatelských subjektů do aktivit OCR a většiny sdružení obcí a neochota koordinovat aktivity s konkurenčními subjekty. Je nezbytné dosáhnout určité „dělby práce“ spočívající v odlišné specializaci jednotlivých TVÚ, obcí, poskytovatelů i zprostředkovatelů služeb. Největší výzvou je maximalizovat délku pobytu a výdaje turistů v daném regionu. Tohoto cíle mohou provozovatelé turistických cílů a poskytovatelé resp. zprostředkovatelé služeb dosáhnout tím, že si budou návštěvníky „předávat“ mezi sebou a nabídnou jim komplexní produkty pokrývající co nejvíce atraktivit daného regionu. Klíčovou roli hraje kvalita informačních systémů, způsob propagace území jako celku a propojenosti jednotlivých lokalit, úroveň turistických produktů a benefity pro návštěvníky (např. věrnostní karty, slevy na různé služby apod.) V tomto ohledu dosáhly pokroku zejména TVÚ Krkonoše, Český ráj a Kladské pomezí, které mají delší tradici spolupráce veřejného a soukromého sektoru a nabízejí propracované turistické produkty.

### **V rámci Královéhradeckého kraje si jednotlivá TVÚ konkurují ve dvou rovinách:**

#### *1) Konkurence mezi TVÚ nabízejícími stejný typ atraktivit*

- konkurence mezi Krkonošemi a Orlickými horami (obě obdobně zaměřeny na zimní i letní aktivity v přírodním prostředí); obtížná tvorba společných produktů vzhledem k omezené propojenosti území;
- podobný vztah mezi Českým rájem a Kladským pomezím (nabízejí mix přírodních a kulturních památek s hlavním zaměřením na pěší turistiku a horolezectví); Český ráj ve výhodnější geografické poloze a lépe dopravně dostupný

#### *2) Konkurence mezi TVÚ nabízejícími odlišný typ atraktivit*

- polarita mezi vysoce přírodně atraktivními a proslulými oblastmi (Krkonoše, Český ráj a částečně Kladské pomezí) a geograficky méně členitými oblastmi (Podzvičinsko a Hradecko) – větší možnost spolupráce na tvorbě společným turistických produktů; Hradecko a Podzvičinsko s velkým kulturním bohatstvím mohou hrát roli zázemí (cíl výletů) pro výše jmenované oblasti.

Královéhradecký kraj se obtížně prosazuje v soupeření o zahraniční návštěvníky. Na evropské úrovni jsou nejvážnějším konkurentem alpské regiony s příznivějšími podmínkami pro rozvoj horské turistiky, letních a zimních sportů. V Česku přitahuje téměř 60 % všech návštěvníků Praha, pro delší cesty je atraktivní Karlovarský kraj. Královéhradecký kraj má silnou pozici v domácím cestovním ruchu a úspěšně láká německé a polské návštěvníky. Z hlediska přírodních atraktivit, možností sportovního vyžití, kapacity turistické infrastruktury, organizace i marketingu cestovního ruchu patří na přední místa mezi kraji.

Problémem Královéhradeckého kraje je velké množství různých organizací a institucí (mikroregiony, místní akční skupiny aj.), které zatím nedokáží efektivně spolupracovat a komunikovat s relevantními aktéry rozvoje cestovního ruchu. Většina mikroregionů v této oblasti nespolupracuje s krajským úřadem. Do budoucna se jako klíčová jeví krajská spolupráce při rozvoji a propagaci TVÚ zasahujících do více krajů.

## **4. RAJONIZACE CR KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE**

V souvislosti s celkovým rozvojem CR ve světě vzrůstá nejen kvalita a šíře jeho nabídky pro jeho účastníky, ale také rostou nároky a konkurenční tlaky jak mezi jednotlivými poskytovateli služeb, tak i mezi jednotlivými regiony. Stále většího významu nabývá komplexnost poskytovaných služeb, provázanost atraktivit a atrakcí, propagace destinací a široce pojatý marketing. Tyto aktuální a moderní trendy rozvoje CR zvyšují zájem centrálních orgánů států o jeho podporu a zlepšují podmínky pro výběr a aplikaci adekvátních nástrojů k tomu vedoucích.

Pro zkoumání vztahů a aktivit v odvětví cestovního ruchu je důležité adekvátní vymezení jeho územních (téma této kapitoly) a organizačních struktur (téma kapitoly 3). V přístupech k územnímu členění bývá nejčastěji identifikován tzv. region cestovního ruchu, který je definován jako jeden z typů regionů, který může být vymezen jako homogenní (území relativně homogenní z hlediska předpokladů pro realizaci cestovního ruchu – atraktivit a úrovně infrastruktury cestovního ruchu) nebo jako heterogenní region<sup>3</sup>. Jako názorný příklad vymezení homogenních regionů bývá uváděna Rajonizace cestovního ruchu ČSR z roku 1962 a její aktualizace z roku 1981. Naopak heterogenním regionem se může stát například středisko zimních sportů, představující lyžařský areál a jeho infrastrukturní zařízení.

Z tohoto pohledu můžeme definovat tři základní přístupy k rajonizaci cestovního ruchu<sup>4</sup>:

- Nejstarší přístup, který se uplatňoval hlavně od 50. do 70. let 20. století, akcentuje především geografický přístup, členící obvykle území podle významných geografických (geomorfologických) celků (horské oblasti, moře, města, lázně atd.).
- Druhý přístup, který se začal uplatňovat v 70. letech 20. století a částečně přetrvává do dnešních dnů, reflektuje územně-plánovací princip, tedy delimitaci území podle diferenciací funkčního využití území a prostorového složení resp. významu CR a jeho aktivit, spojený často s přístupem normativním, přiřazujícím jednotlivým regionům (oblastem) možnosti, limity využití a zatížení, kategorizuje jejich význam atd. Příkladem aplikace turistické regionalizace jako nástroje územně-plánovací praxe podpory rozvoje CR může být např. Regionalizácia cestovného ruchu v Slovenskej republike z roku 2005.
- Třetí, nejmladší a v současné době nejvyžívanější přístup k rajonizaci území z pohledu CR lze označit jako marketingový přístup. Vychází z pragmatické potřeby co nejúčelnější propagace turistické nabídky území na národní resp. na regionální úrovni na jedné straně, a významně také z požadavku přípravy konkurenceschopných turistických produktů místními a regionálními aktéry v těchto regionech a oblastech na straně druhé.

Právě tento poslední výše zmíněný přístup (marketingový) byl uplatněn při pojetí turistické regionalizace členění České republiky na marketingové regiony cestovního ruchu, které bylo v letech 1998 až 1999 iniciováno ČCCR, kde hlavní kritérium spočívá v organizačně-ekonomických vazbách, v ochotě obcí a mikroregionu daného regionu komunikovat a spolupracovat na společném marketingu a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu.

Při tvorbě uvedeného členění na marketingové turistické regiony se předpokládalo, že na území turistických regionů (vymezených metodou „shora“, opřenou o zvýraznění nadregionálních zájmů prezentace výrazných, celostátně zřejmých atraktivit CR) mohou „bezproblémově“ vzniknout organizace cestovního ruchu (OCR), ve kterých se spojí aktéři

<sup>3</sup> Výkladový slovník cestovního ruchu – Pásková, Zelenka, 2002

<sup>4</sup> Upraveno dle: Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR – Vystoupil, Holešinská, Kunc, Šauer, 2007

CR z daného regionu, kteří budou tento region považovat za „svůj“, a proto v něm budou i účelně koordinovat další rozvoj v odvětví CR. Tento předpoklad se však ne všude a ne zcela podařilo naplnit, a to z několika důvodů:

- Turistické regiony (TR) byly vytvořeny metodou úplné územní regionalizace, kdy území každé obce patří právě jen do jednoho TR, a s primárním účelem jejich propagace v zahraničí. V úvahu nebyla vzata identifikace jednotlivých subjektů s vymezením TR, krajinná stránka území, kdy jednotlivé přírodní, ale i člověkem vytvořené či ovlivněné atraktivity nemají jednoznačné územní hranice a obvykle se prolínají. Členění dle organizace ČCCR také svou „úplností“ předjímá, že celou Českou republiku lze rozčlenit na území atraktivní z hlediska CR.
- Spolupráce se vždy odvíjí od sladění jejích cílů a od ochoty jednotlivých subjektů ji naplňovat. Stejně jako je pestrá nabídka atraktivit, tak je pestrá škála aktérů CR a tito aktéři vstupují do různorodých vzájemných vztahů, mají různé pozice a možnosti. Nelze tedy dosáhnout toho, aby jednotné pojetí organizací CR bylo funkční ve všech TR (v případě, že vycházíme z dobrovolné spolupráce směřující „zdola“). Při budování struktury OCR fungovala již z dřívějšíka v řadě oblastí určitá uskupení, zaměřená na rozvoj cestovního ruchu, vzniklá přirozenou aktivitou jednotlivých místních aktérů cestovního ruchu.
- Jako významní aktéři vstupují po roce 2001 do koordinace aktivit CR kraje, usilující o prosazování potřebných zájmů na svém území. Ovšem území krajů bylo vymezeno pro jiný účel, a je tudíž z hlediska CR odlišné od území TR. Tímto způsobem pak dochází k dalšímu rozrůznění mozaiky organizací zasahujících do řízení CR a formování jeho rozvojových záměrů na určitém území.

Všechny tyto výše uvedené důvody ovlivnily i charakteristiku současné situace v Královéhradeckém kraji, kdy se na území původně největšího marketingového turistického regionu Východní Čechy zformovalo „zdola“ několik organizací cestovního ruchu, které se po svém organizačním zajištění začaly plně věnovat rozvoji CR na území, vymezeném dle vlastního zájmu. Skutečnost, že ve „shora“ vymezeném marketingovém regionu Východní Čechy zastřešující organizaci CR nebyla funkční, podmiňovala to, že region jako celek nefungoval, a proto došlo k jeho rozpadu a vytvoření zcela nové rajonizace cestovního ruchu pro celý Královéhradecký kraj.

Po dlouhé diskuzi se všemi relevantními subjekty CR z dotčeného území se vytvořil nový návrh rajonizace cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, který v červnu roku 2007 schválilo zastupitelstvo Královéhradeckého kraje. V rámci této nové rajonizace CR KHK se vytvořil zcela nový termín pro vymezená území – **turisticky významná území (TVÚ)**.

Těchto TVÚ je v celém kraji nadefinováno celkem **pět** (viz obr.7):

1. Krkonoše a Podkrkonoší
2. Český Ráj
3. Hradecko
4. Kladské Pomezí
5. Orlické hory a Podorlicko



**Obr.7: Turisticky významná území Královéhradeckého kraje 2007**

V případě TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší a Český Ráj nebylo zachováno jejich současné vymezení dle toho, jak byly vymezeny jako marketingové turistické regiony organizací ČCCR. V případě TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší došlo ke spojení královéhradecké části původního marketingového turistického regionu Krkonoše a turistické oblasti Podzvičinsko. Pro navržení TVÚ Český Ráj byla brána v úvahu jako podklad královéhradecká část marketingového turistického regionu Český Ráj doplněna o oblast Novopacka, která byla dříve součástí Podzvičinska. TVÚ Orlické hory a Podorlicko je vymezené zcela nově a vzniklo rozdělením původní marketingové turistické oblasti Orlické hory a podhůří, kterou organizace CzechTourism nadefinovala na území dvou krajů (Královéhradecký a Pardubický). V případě zbylých dvou TVÚ je jejich vymezení zcela shodné s nadefinovanými marketingovými turistickými oblastmi (Kladské Pomezí a Hradecko) dle organizace ČCCR.

Nová rajonizace CR KHK respektuje několik možných přístupů, které jsou při rajonizacích používány. První a zároveň nejdůležitější skutečností, která byla brána v úvahu, byla existence organizací CR na budoucích TVÚ. Tuto skutečnost předpokládala i organizace ČCCR při vytváření svého systému marketingových turistických regionů a oblastí. To se ale ne vždy naplnilo, a proto se v Královéhradeckém kraji při vytváření nové rajonizace CR tento princip plně zohlednil. Neméně významným hlediskem byla potřeba kraje mít rozdělené své území do jednotlivých, pokud možno velikostně podobných, celků a tím mít možnost i celé své území efektivněji koordinovat.

Tak jako Královéhradecký kraj vytvořil rajonizaci svého území dle turisticky významných území, tak i některé organizace CR odpovědné za rozvoj a koordinaci CR v jednotlivých TVÚ se snaží dále vymezovat svá území. Na této úrovni ale panuje určitá nekonceptnost a nekoordinovanost, neboť skoro každá organizace CR nazývá své části území jinak – od

oblasti přes podoblasti až po turistické zóny. Přestože je jejich území vymezené do určitých celků, kdy je to mnohdy pozůstatek rajonizace nařízené „shora“, tak ne všechny celky se aktivně využívají. Někdy došlo například i ke zcela jinému typu vymezení, které je mnohem efektivnější pro danou organizaci CR jako například vymezení dle působnosti turistických informačních center původním marketingovém turistickém regionu Krkonoše nebo Orlické hory a Podorlicko. Postupné sladování těchto pojmů i způsobů vymezení by se mělo stát prioritním úkolem v budoucím období naplňování Programu a spolupráce mezi Krajským úřadem Hradec Králové a jednotlivými organizacemi CR, které v TVÚ kraje působí.

Z pohledu marketingu území Královéhradeckého kraje nebo dokonce celé České republiky, ne již z pohledu organizace CR, by se mělo uplatňovat základní pravidlo – nečlenit! Při uplatňování základních nástrojů marketingu jsme z hlediska mimoevropského zahraničního turisty malou destinací. Evropský turista ještě ve většině případů dokáže rozlišit jednotlivé části republiky, ale návštěvníci ze zámoří už vidí Českou republiku v lepším případě ve střední Evropě, v horším případě „jen někde“ v Evropě. Královéhradecký kraj a jeho části už nedokáže rozpoznat drtivá většina z nich. Pak tedy záleží asi hlavně na jejich aktivitě a nabídnutých informacích o KHK. Úvahy o potřebě členění lze odvodit od určitého vztahu (patriotismu) místních aktérů CR k danému území. Základní pohled na zajímavost místního turistického potenciálu ale poskytují turisté z druhého konce republiky, a pak zejména turisté ze zahraničí. Tento pohled je podstatný a určuje, jak se místní turistický potenciál uplatní na trhu.



## 5. ANALÝZA PROBLÉMŮ CR – NÁZOROVÝ PRŮZKUM

Na setkáních zpracovatele Programu s řídicí skupinou (zástupci kraje, univerzity, hospodářské komory...) a relevantními aktéry CR (zástupci všech organizací cestovního ruchu a obcí s rozšířenou působností) byly pomocí standardizovaného formuláře zjišťovány problémy, které brání plnému rozvoji cestovního ruchu v KHK. V tomto formuláři aktéři CR označovali aktivity, které jsou z hlediska rozvoje CR problematické. Celkem byly získány odpovědi od 28 aktérů.

Identifikované problémy byly seřazeny podle četnosti výskytu – jednak celkově (tab. 8.), a jednak podle hlavních oblastí (subjekty a lidské zdroje, marketing, programy a produkty, infrastruktura a služby; tab. 9.). Zhodnoceny byly také aktivity, jež považuje za problematické pouze minimum aktérů (tab. 10.).

Celkově nejvýznamnějším problémem cestovního ruchu na Královéhradecku je dopravní síť. Jedná se jak o špatný technický stav komunikací (který označily více než tři čtvrtiny aktérů), tak také o cesty pro pěší a cyklisty, konkrétně o jejich značení, kvalitu a údržbu. Další významný problém představuje kvalita a struktura ubytovacích a stravovacích zařízení, a také jejich certifikace a bezbariérovost. Nedostatečně jsou podporovány místní iniciativy a aktivity, propagace jednotlivých regionů a oblastí není provázána. Obce, jež jsou turistickými cíli, tomu málo přizpůsobují svůj vzhled. Podobně jako v celé ČR je i v KHK značně zanedbaný technický stav kulturních, historických a technických památek. Kvalita služeb dosud nebyla certifikována. Rezervy existují také v informovanosti návštěvníků – dopravní navigační a informační systém nebo turistický informační a rezervační systém dosud nejsou na potřebné úrovni (u existujících informačních a rezervačních systémů turisticky významných území navíc chybí provázanost a koordinace). V oblasti programové nabídky je nejméně rozvinuta venkovská (šetná) turistika a programy a produkty s přeshraničním efektem. Problémy jsou rovněž s infrastrukturou pro letní sporty.

**Tab.8: Hlavní problémy v oblasti cestovního ruchu v KHK** (problémy, které identifikovala alespoň polovina dotázaných aktérů)

Problém	Počet aktérů	% podíl aktérů
špatný technický stav komunikací	22	78,6
kvalita a struktura ubytovacích a stravovacích zařízení	20	71,4
značení, kvalita a údržba cest pro pěší a cyklisty	19	67,9
podpora místních iniciativ a aktivit	18	64,3
provázanost propagace jednotlivých regionů a oblastí	17	60,7
certifikace a bezbariérovost ubyt. a strav. Zařízení	17	60,7
technický stav kult., hist., tech. Památek	17	60,7
celkový vzhled a úprava obcí jako cílů CR	17	60,7
certifikace služeb	16	57,1
dopravní navigační a informační systém	15	53,6
turistický informační a rezervační systém – krajský a regionální	15	53,6
venkovská (šetná) turistika	14	50,0
programy a produkty s přeshraničním efektem	14	50,0
infrastruktura pro letní sporty (koupaliště, aquaparky, venkovní hřiště...)	14	50,0

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, GaREP, 2007

V oblasti **rozvoje lidských zdrojů** jsou postrádány vzdělávací kurzy, chybí také centra, jež by tyto kurzy organizovala. Kraj nedostatečně koordinuje vzdělávací aktivity v cestovním ruchu.

Rovněž podmínky pro podnikání v CR nejsou jednoduché. Síť TIC není na potřebné úrovni – jejich územní rozložení je nerovnoměrné, spolupráce mnohdy slabá, jejich vybavenost je velmi různá, chybí standardizace a certifikace.

Hlavními slabinami **marketingu** jsou nedostatečná podpora místních iniciativ a aktivit a neprovázanost propagace jednotlivých TVÚ Královéhradeckého kraje. Některá TVÚ mají své turistické informační a rezervační systémy, ty však nejsou provázány; chybí vazba těchto regionálních systémů na komplexní informační a rezervační systém kraje, neboť ten zatím neexistuje. Rovněž systém monitorování návštěvnosti, který umožňuje lépe zacílit aktivity v CR, není v rámci kraje jednotný. Na nízké úrovni je stále distribuce a prodej produktů a programů, budování systémů klubových výhod a public relations (oslovování veřejnosti pomocí tisku). Propagační materiály nemají zavedenu jednotnou grafickou podobu, množství a struktura propagačních materiálů také nevyhovuje.

**Programy a produkty** jsou vytvářeny pro různé cílové skupiny a s různým zaměřením. Slabě jsou dosud zastoupeny programy a produkty s přeshraničním efektem, programy a produkty zaměřené na venkovskou (šetrnou) turistiku, na veletržní a kongresovou turistiku a na aktivní turistiku. Přeshraniční spolupráci – a nejen ji – ztěžuje malá jazyková vybavenost pracovníků v CR.

Nejproblematictějšími oblastmi CR jsou **infrastruktura a služby**, především technický stav komunikací a cest pro pěší a cyklisty (viz Pasport a Koncepce cyklo dopravy KHK), dále také ubytování a stravování (kvalita, struktura, kapacita, certifikace a bezbariérovost, kapacita). U památek je negativně hodnocen jejich technický stav, dostupnost a přístupnost. Atraktivitu některých lokalit z hlediska cestovního ruchu snižuje nepřítel lákavý vzhled a úprava obcí či plochy a objekty brownfields. V KHK zatím neexistuje krajský dopravní navigační a informační systém, na potřebné úrovni dosud není ani sezónní turistická doprava. Nabízené služby nejsou certifikovány, takže chybí možnost jejich srovnání a hodnocení. V některých částech kraje je neostatečně rozvinuta infrastruktura pro letní sporty, infrastruktura zimních sportů je zajištěna o něco lépe. Infrastruktura CR je úzce spojena s rozvojem dopravní infrastruktury, která je v Královéhradeckém kraji řešena na Odboru dopravy a silničního hospodářství; základními strategickými dokumenty v oblasti dopravy jsou Studie dopravní infrastruktury v KHK a Generel silniční dopravy v KHK.

**Tab.9: Hlavní problémy v oblasti cestovního ruchu v KHK podle jednotlivých oblastí** (problémy, které identifikovala nejméně čtvrtina dotázaných aktérů)

Problém	Počet aktérů	% podíl aktérů
<b>Subjekty CR a rozvoj lidských zdrojů</b>		
dostupnost a pestrost nabídky vzdělávacích kurzů/modulů	13	46,4
absence vzdělávacích center	12	42,9
podmínky pro podnikání	10	35,7
postavení kraje při koordinaci podm. A aktivit CR na svém území	9	32,1
turistická informační centra (TIC; počet a územní rozložení, vybavenost, standardizace a certifikace, propojování TIC, společná spolupráce a spolupráce i s dalšími subjekty)	7	25,0
<b>Marketing v CR</b>		
podpora místních iniciativ a aktivit	18	64,3
provázanost propagace jednotlivých regionů a oblastí	17	60,7
turistický informační a rezervační systém – krajský a regionální	15	53,6
systém monitorování a vyhodnocování návštěvnosti	13	46,4

<b>Problém</b>	<b>Počet aktérů</b>	<b>% podíl aktérů</b>
distribuce a prodej produktů a programů	11	39,3
budování systémů klubových výhod	11	39,3
jednotná graf. podoba propag. Materiálů kraje a reg. Organizací CR	8	28,6
public relations (tisk a veřejnost)	7	25,0
množství a struktura propagačních materiálů	7	25,0
<b>Programy a produkty CR</b>		
venkovská (šetřná) turistika	14	50,0
programy a produkty s přeshraničním efektem	14	50,0
jazyková vybavenost pracovníků v CR	10	35,7
veletržní a kongresová turistika	10	35,7
aktivní turistika	7	25,0
<b>Infrastruktura a služby</b>		
špatný technický stav komunikací	22	78,6
kvalita a struktura ubytovacích a stravovacích zařízení	20	71,4
značení, kvalita a údržba cest pro pěší a cyklisty	19	67,9
certifikace a bezbariérovost ubyt. a strav. Zařízení	17	60,7
technický stav kult., hist. A tech. Památek	17	60,7
celkový vzhled a úprava obcí jako cílů CR	17	60,7
certifikace služeb	16	57,1
dopravní navigační a informační systém	15	53,6
infrastruktura pro letní sporty (koupaliště, aquaparky, venkovní hřiště...)	14	50,0
plochy a objekty brownfields v atraktivních lokalitách CR	12	42,9
dostupnost a přístupnost kult., hist. A tech. Památek	10	35,7
sezónní turistická doprava	8	28,6
infrastruktura pro zimní sporty (sjezd. a běž. Lyžování, další zimní sporty)	8	28,6
kapacita ubyt. a strav. Zařízení	7	25,0

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, GaREP, 2007

Některé z navržených aktivit byly jako problémy pocíťovány jen okrajově. V první řadě jsou to incomingové aktivity, které získaly pouze jeden hlas, a jsou tedy patrně bezproblémovým odvětvím. Druhou možností výkladu ovšem je, že pro aktéry v CR je incoming až jakousi „nadstavbou“, které se budou věnovat teprve až vyřeší palčivější problémy (infrastrukturu, marketing apod.). Problémy nejsou také s produkty a programy zaměřenými na památky a na lázeňskou turistiku – památky jsou v KHK propagovány poměrně dobře, lázeňství je zde odvětvím relativně okrajovým. Aktéři kupodivu nevidí problém s celokrajským sdružením cestovního ruchu. To ovšem může být dáno jeho absencí, čili aktéři jej sice možná postrádají, ale právě proto podle jejich názoru toto sdružení žádné problémy nevytváří.

**Tab.10: Nejméně pocíťované problémy v oblasti cestovního ruchu v KHK** (problémy, které identifikovalo méně než 11 % dotázaných aktérů)

<b>Problém</b>	<b>Počet aktérů</b>	<b>% podíl aktérů</b>
incomingové aktivity	1	3,6
lázeňská turistika	3	10,7
programy a produkty zaměřené na památky	3	10,7
celokrajské sdružení cestovního ruchu KHK	3	10,7

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, GaREP, 2007

## 6. SWOT ANALÝZA

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Přítomnost řady nadregionálních atraktivit a tradičních cílů CR (Krkonoše, Geopark Český ráj, pískovcové skály, ZOO Dvůr Králové n. L., voj.pevnost Josefov, Kuks, Janské Lázně ...)</li> <li>- Značná pestrost atraktivit CR (přírodní, kulturní, historické, technické, vojenské...)</li> <li>- Krajinářsky (scénicky) i environmentálně mimořádně hodnotná krajina (1 NP a 3 CHKO) s dobrými podmínkami pro rozvoj letních i zimních sportů</li> <li>- Vysoká návštěvnost kraje v letní i zimní sezóně</li> <li>- Dostupnost regionu z hlavních center návštěvnosti (Praha, HK.-PA., Německo, Polsko)</li> <li>- Vysoká nabídka ubytovacích (54 000 lůžek, 2. místo mezi kraji ČR) a stravovacích kapacit</li> <li>- Výhodná cenová hladina ve srovnání se zahraniční konkurencí zejména s alpskými zeměmi (Německo, Rakousko, Francie,...)</li> <li>- Existence organizací CR na úrovni ve všech TVÚ kraje</li> <li>- Velmi dobrá turistická propustnost státních hranic s Polskou republikou</li> <li>- Rozvoj společných turistických projektů s příhraničními regiony Polska v rámci Euroregionu Glacensis zejména v Orlických horách a Podorlicku</li> <li>- Zavedení sezónních turistických autobusů (Krkonoše, Český ráj, Orlické hory a Podorlicko, Kladské pomezí)</li> <li>- Rostoucí síť informačních center a informačních systémů pro turisty</li> <li>- V turisticky nejatraktivnějších oblastech kraje hustá síť značených cest</li> <li>- Přítomnost vysoké školy v kraji s nabídkou vzdělávání v oboru cestovních a rekreace</li> <li>- Evidence investičních příležitostí v kraji (průmyslové zóny, lokality brownfields, možnosti obcí...)</li> <li>- Spolupráce na společných projektech se sousedními kraji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nižší úroveň poskytovaných služeb ve srovnání se zahraniční konkurencí</li> <li>- Špatná kvalita dopravní infrastruktury a nedostatečná silniční dostupnost do jednotlivých částí kraje (zejména sever, severovýchod a východ kraje)</li> <li>- Absence dálničních a rychlostních komunikací v kraji (vyjma D11 Praha – Sedlice)</li> <li>- Nízká obsazenost ubytovacích zařízení</li> <li>- Nedostatek informací o nabídce turistických produktů a služeb</li> <li>- Královéhradecký kraj nemá image na rozdíl od Krkonoš a Českého ráje</li> <li>- Nedostatečná komunikace a koordinace činnosti mezi TVÚ navzájem a krajem</li> <li>- Nejednotnost informačně-navigačního systému v turisticky významných územích</li> <li>- Neexistence navigačního systému pro motoristy (typické hnědé značení)</li> <li>- Nedostatečná nabídka nosných, ucelených a profilovaných produktů CR</li> <li>- Nedostatečná vybavenost středisek cestovního ruchu doprovodnou a ostatní sportovní a rekreační infrastrukturou</li> <li>- Nízký podíl ubytovacích kapacit kraje v oblasti kvalitních hotelů vyhovujících mezinárodnímu standardu (absence ***** hotelu v celém kraji)</li> <li>- Více jak nadpoloviční podíl jednodenních návštěvníků v bývalém tur. marketing. Regionu Východní Čechy (Hradecko, Podzvičinsko, Kladské pomezí, Orlické hory a Podorlicko)</li> <li>- Nerovnoměrné rozložení náporu turistů (značná vytíženost největších turistických center kraje)</li> <li>- Nedostatečně rozvinuté vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu</li> <li>- Z hlediska krajské koordinace přesah působnosti 3 ze 7 organizací CR mimo hranice KHK</li> <li>- Nedostatečné využití v zahraničí osvědčeného systému k financování CR – karta hosta</li> </ul>

Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Celkové zlepšení systému komunikace mezi důležitými aktéry CR a krajem</li> <li>- Efektivní čerpání finančních prostředků EU na koncepční rozvoj cestovního ruchu</li> <li>- Využití potenciálu méně zatížených, turisticky zajímavých území pro účely cestovního ruchu (Kladské pomezí, Podzvičinsko, Hradecko)</li> <li>- Vytvoření jednotného krajského informačního a rezervačního systému pro turisty a vhodné provázání na regionální systémy stejného zaměření</li> <li>- Vytvoření celokrajského systému kombinované dopravy (autobus-vlak)</li> <li>- Rozvoj specifických forem turistiky (kongresová, ekoturistika, venkovská ...)</li> <li>- Jednotný a jasně rozpracovaný krajský postoj k oblasti marketingu</li> <li>- Pořádání význačných mezinárodních sportovních, kulturních a dalších společenských akcí, které mohou přilákat velké množství návštěvníků (např. různé sportovní mezinárodní závody, hudební a kulturní festivaly...)</li> <li>- Inicivace zakládání místních sdružení podnikatelů v cestovním ruchu a obcí (lokální a regionální úroveň)</li> <li>- Rozvoj rodinné turistiky ve vybraných turistických oblastech (zejména podhorské oblasti Krkonoš a Orlických hor, Broumovský výběžek, Český ráj...)</li> <li>- Růst počtu lidí zaměstnaných v cestovním ruchu a zvyšování jejich kvalifikace a profesionalizace</li> <li>- Zařazení kamenných soch v Betlémě u Kuksu a vyjimečné urbanistické koncepce Hradce Králové na seznam UNESCO</li> <li>- Zavedení jednotné klasifikace služeb a certifikace TIC</li> <li>- Vyšší vzdělanostní struktura návštěvníků jako předpoklad zvýšeného zájmu o poznávání nových míst</li> <li>- Využití preferencí a chování převažujících návštěvníků ve věku 26-45 let a stále rostoucího potenciálu generace seniorů jako klíčového faktoru rozvoje CR</li> <li>- Navrhnout vznik systému incomingových partnerů pro poskytovatele ubyt. služeb</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Odliv návštěvníků z důvodu nedostatečně kvalitních základních (stravovacích a ubytovacích) a doplňkových služeb</li> <li>- Nedostatek finančních prostředků v rozpočtu centrálních orgánů (MMR ČR, ČCCR), kraje, svazků obcí i samotných obcí bude podvazovat vznik jednotné zastřešující turistické organizační struktury</li> <li>- Nedostatečná provozní, personální a investiční kapacita pro řešení rozvoje CR na úrovni turisticky významných území</li> <li>- Nevyhovující technický stav silniční a železniční infrastruktury může být ve svém důsledku brzdou vyšší návštěvnosti některých atraktivních míst (např. Kladské pomezí, Orlické hory a Podorlicko)</li> <li>- Neudržování značených tras a stezek</li> <li>- Převážení tzv. tvrdých forem cestovního ruchu a porušování limitů únosnosti území</li> <li>- Nekontrolovatelný stavební rozvoj v atraktivních střediscích CR (živelná expanze tzv. apartmánových bytů bez užších vazeb na další aktéry CR)</li> <li>- Přetrvávající nedostatečná spolupráce podnikatelských subjektů cestovního ruchu s dalšími subjekty z území zejména s veřejnou správou</li> <li>- Zvyšující se podíl nevyužívaných ploch (tzv. brownfields) a značný rozsah investic na zelené louce zejména v turisticky atraktivních lokalitách</li> <li>- Podcenění profesionální přípravy a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu</li> <li>- Prohlubování konkurence významných turistických center i jednotlivých podnikatelů uvnitř kraje</li> <li>- Absence legislativní základny pro organizaci a financování cestovního ruchu</li> <li>- Soustředění nabídky pouze na pražskou klientelu a klientelu z Královéhradeckého kraje odkud v současné době pochází nejvíce návštěvníků</li> <li>- Nevyváženost návštěvnosti mezi přírodními a kulturně-historickými atraktivitami regionu</li> <li>- Významná změna bezpečnostní situace území</li> </ul>



## PŘÍLOHY

Příloha 1: Klimatické oblasti Královéhradeckého kraje a jejich charakteristika .....	70
Příloha 2: Přehled dobrovolných svazků obcí v Královéhradeckém kraji .....	72
Příloha 3: Analýza skladby návštěvníků KHK .....	75
Příloha 4: Přehled turisticky významných území kraje.....	85
Příloha 5: Statistika hromadných ubytovacích zařízení kraje .....	88
Příloha 6: Činnosti oddělení cestovního ruchu KHK.....	91
Příloha 7: Pracovní náplň pracovníků oddělení cestovního ruchu .....	94
Příloha 8: Propagační produkty KHK .....	95
Příloha 9: Hodnocení propagačních materiálů a internetové propagace turisticky významných území .....	97
Příloha 10: Schéma současného způsobu prodeje produktů .....	99
Příloha 11: Účast KHK na veletrzích a výstavách .....	100
Příloha 12: Identifikace problémů v oblasti CR (vzor dotazníku) .....	102
Příloha 13: Průzkum názorů aktérů CR (terénní šetření) .....	105
Příloha 14: Vysvětlivky.....	111
Příloha 15: Zkratky.....	113

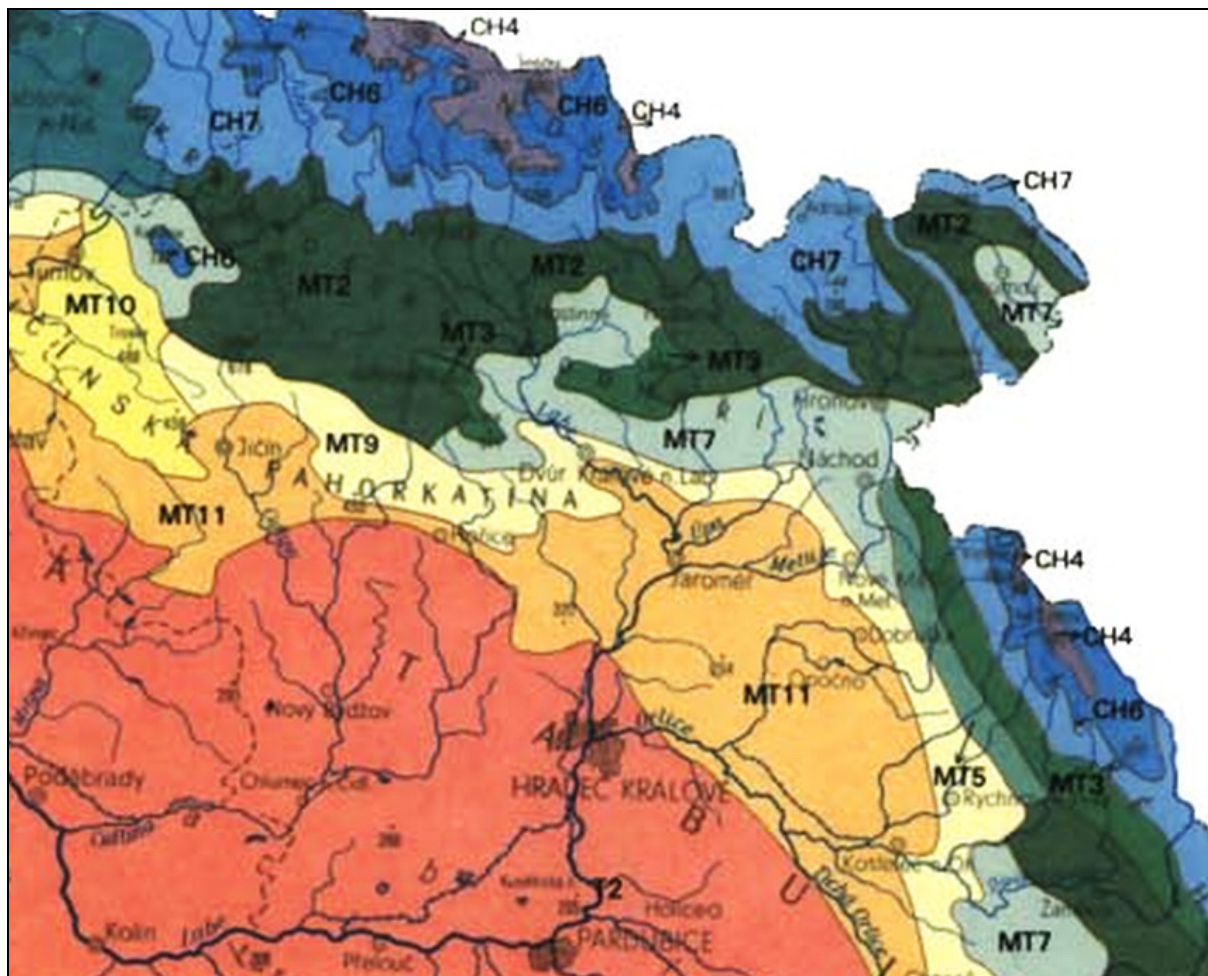
## PŘÍLOHA 1: KLIMATICKÉ OBLASTI KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE A JEJICH CHARAKTERISTIKA

Tab.1: Popis jednotlivých klimatických charakteristik Královéhradeckého kraje.

Oblast	CH4	CH6	CH7	MT2	MT3	MT5	MT7	MT9	MT10	MT11	T2
Charakteristika											
Počet letních dnů	0-20	10-30	10-30	20-30	20-30	30-40	30-40	40-50	40-50	40-50	50-60
Počet dnů s průměr. Tepl. 10°C a více	80-120	120-140	120-140	140-160	120-140	140-160	140-160	140-160	140-160	140-160	160-170
Počet mrazových dnů	160-180	140-160	140-160	110-130	130-160	130-140	110-130	110-130	110-130	110-130	100-110
Počet ledových dnů	60-70	60-70	50-60	40-50	40-50	40-50	40-50	30-40	30-40	30-40	30-40
Prům. teplota v lednu (°C)	-6 až -7	-4 až -5	-3 až -4	-3 až -4	-3 až -4	-4 až -5	-2 až -3	-3 až -4	-2 až -3	-2 až -3	-2 až -3
Prům. teplota v červenci (°C)	12-14	14-15	15-16	16-17	16-17	16-17	16-17	17-18	17-18	17-18	18-19
Prům. teplota v dubnu (°C)	2-4	2-4	4-6	6-7	6-7	6-7	6-7	6-7	7-8	7-8	8-9
Prům. teplota v říjnu (°C)	4-5	5-6	6-7	6-7	6-7	6-7	7-8	7-8	7-8	7-8	7-9
Prům. poč. dnů se srážkami 1mm a více	120-140	140-160	120-130	120-130	110-120	100-120	100-120	100-120	100-120	90-100	90-100
Srážkový úhrn ve veget. Období v mm	600-700	600-700	500-600	450-500	350-450	350-450	400-450	400-450	400-450	350-400	350-400
Srážkový úhrn v zimním období v mm	400-500	400-500	350-400	250-300	250-300	250-300	250-300	250-300	200-250	200-250	200-300
Počet dnů se sněhovou pokrývkou	140 – 160	120 – 140	100 – 120	80 – 100	60 – 100	60 – 100	60 – 80	60 – 80	50 – 60	50 – 60	40 – 50
Počet dnů zamračených	130-150	150-160	150-160	150-160	120-150	120-150	120-150	120-150	120-150	120-150	120-140
Počet dnů jasných	30-40	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50	40-50

Zdroj: QUITT, E.: Klimatické oblasti Československa, ČSAV, 1971

Obr.1: Kartografické rozložení klimatických oblastí Královéhradeckého kraje.



Zdroj: QUITT, E.: Klimatické oblasti Československa, ČSAV, 1971

## PŘÍLOHA 2: PŘEHLED DOBROVOLNÝCH SVAZKŮ OBCÍ V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

**Tab.1: Seznam dobrovolných svazků obcí na území Královéhradeckého kraje k 1.1.2005.**

Oficiální název	Počet člen. Obcí v KHK	Počet obyv. k 1.1.2005	Velikost území (ha)	Okres
<b>Komplexně zaměřené DSO („mikroregiony“)</b>				
Brodec	6	1 250	2 674	RK
Mikroregion Černilovsko	9	4 668	6 878	HK
Mikroregion Hustřánka	14	4 063	9 182	HK, NA, TU
Mikroregion Nechanicko	20	8 760	13 507	HK
Mikroregion Novobydžovsko	19	14 956	17 878	HK
Mikroregion obcí památkové zóny 1866	9	3 932	5 856	HK
Mikroregion Třebechovicko	8	7 453	7 301	HK, RK
Mikroregion Urbanická brázda	10	4 906	6 990	HK
Svazek obcí Cídlina	14	9 526	10 412	HK
Lázeňský mikroregion	22	12 093	20 175	JC, TU
Mikroregion Český ráj	6	4 152	8 563	JC
Mikroregion Podchlumí	26	7 227	13 410	JC
Mikroregion Rozhraní	13	6 415	12 641	JC
Svazek obcí Brada	11	2 337	4 944	JC
Svazek obcí Mariánská zahrada	17	5 868	12 758	JC
Svazek obcí Vladštejnova zahrada	3	X	X	JC
Dobrovolný svazek obcí Broumovsko	14	17 663	26 665	NA
Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Stráně	7	2 110	4 590	NA
Dobrovolný svazek obcí Podborsko	2	795	1 203	NA
Dobrovolný svazek obcí Policka	8	7 953	8 863	NA
Dobrovolný svazek obcí Region Novoměstsko	28	19 738	19 643,87	NA, RK
Svazek obcí 1866	6	3 188	4 914	NA
Svazek obcí Metuje	10	4 545	9 044	NA
Svazek obcí Úpa	17	18 466	13 699	NA
Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Bělá	5	5 425	5 762	RK
Dobrovolný svazek obcí Orlice	17	14 407	12 204	RK
Dobrovolný svazek obcí Poorlicko	8	12 090	12 171	RK
Dobrovolný svazek obcí Region Orlické hory	29	13 073	44 865	RK, NA
Dobrovolný svazek obcí Štědrá	2	585	998	RK
Dobrovolný svazek obcí Tichá Orlice	4	3 798	3 767	RK
Dobrovolný svazek obcí Vrchy	6	3 029	6 299	RK
Mikroregion Rychnovsko	28	32 615	40 338	RK
Sdružení obcí Dřížná	4	2 497	4 548	RK
Svazek obcí Dolní Bělá	7	8 958	10 028	RK
Královédvorský mikroregion Safari	13	22 139	13 385	TU
Krkonoše – svazek měst a obcí	23	38 845	47 079	TU
Společenství obcí Podkrkonoší	11	6 904	18 758	TU
Svazek obcí Horní Labe	17	27 704	23 979	TU
Svazek obcí Jestřebí hory	12	16 346	13 986	TU
Svazek obcí Východní Krkonoše	8	39 119	28 105	TU
Svazek obcí Žacléřsko	5	5 322	6 497	TU
<b>Účelově zaměřené DSO („technické svazky“)</b>				
Dobrovolný svazek měst a obcí "Plynofikace CHKO Broumovsko"	10	20 502	17 948	NA
Dobrovolný svazek obcí mikroregionu Horka	3	3 563	2 555	RK
Dobrovolný svazek obcí Plynofikace obcí Urbanické brázdy	8	4 096	5 858	HK
DSO Plynofikace Podzvičinska	9	2 596	5 665	JC, TU
Svazek obcí Plynofikace	4	1 303	3 185	TU
Vodohospodářské sdružení Křivina	2	7 391	5 768	RK
Vodovodní svaz Císařská studánka	8	6 027	6 591	RK

Zdroj: Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2007, vlastní šetření Centra evropského projektování

**Tab.2: Seznam svazků obcí a jejich členských obcí na území Královéhradeckého kraje k 1.1.2006.**

Oficiální název svazku	Členské obce
Brodec	Borovnice, Lhoty u Potštejna, Chleny, Krchleby, Svídnice, Vrbice
Dobrovolný svazek obcí Broumovsko	Adršpach, Božanov, Broumov, Hejtmánkovice, Heřmánkovice, Hynčice, Křinice, Martínkovice, Meziměstí, Otovice, Stárkov, Šonov, Teplice nad Metují, Vernéřovice
Dobrovolný svazek měst a obcí "Plynofikace CHKO Broumovsko"	Bezděkov nad Metují, Broumov, Bukovice, Hejtmánkovice, Hynčice, Machov, Meziměstí, Police nad Metují, Teplice nad Metují, Žďár nad Metují
Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Bělá	Bílý Újezd, Kvasiny, Osečnice, Skuhrov nad Bělou, Solnice
Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Stráně	Brzice, Hořičky, Chvalkovice, Lhota pod Hoříčkami, Litoboř, Velký Třebešov, Vestec
Dobrovolný svazek obcí mikroregionu Horka	Mokré, Očelice, Opočno-část Čánka
Dobrovolný svazek obcí Orlice	Borovnice, Častolovice, Čestice, Doudleby nad Orlicí, Hřibiny-Ledská, Chleny, Kostelec nad Orlicí, Kostecké Horky, Krchleby, Lhoty u Potštejna, Olešnice, Potštejn, Svídnice, Tutleky, Vrbice, Záměl, Zdelov
Dobrovolný svazek obcí Plynofikace obcí Urbanické brázdy	Dobřeničky, Kratonohy, Lhota pod Libčany, Osice, Osíčky, Praskačka, Roudnice, Surovátka, Urbanice
Dobrovolný svazek obcí Podborsko	Vysoká Srbská, Žďárky
Dobrovolný svazek obcí Policka	Bezděkov nad Metují, Bukovice, Česká Metuje, Machov, Police nad Metují, Suchý Důl, Velké Petrovice, Žďár nad Metují
Dobrovolný svazek obcí Poorlicko	Albrechtice nad Orlicí, Bolehošť, Borohrádek, Černá nad Orlicí, Horní Jelení, Lípa nad Orlicí, Nová Ves, Týniště nad Orlicí, Žďár nad Orlicí
Dobrovolný svazek obcí Region Novoměstsko	Bačetín, Bohdašín, Bohuslavice, Borová, Černčice, Česká Černá, Chlístov, Janov, Jestřebí, Králova Lhota, Libchyně, Mezilesí, Nahořany, Nové Město nad Metují, Nový Hrádek, Ohnišov, Olešnice v Orlických horách, Pohoří, Provodov-Šonov, Přibyslav, Rohenice, Sendraž, Slavětín nad Metují, Slavoňov, Sněžné, Studnice, Vršovka, Vysokov
Dobrovolný svazek obcí Region Orlické hory	Bačetín, Bartošovice v Orlických horách, Bohdašín, Borová, Bystré, Česká Černá, Deštné v Orlických horách, Dobré, Dobřany, Chlístov, Janov, Javornice, Kounov, Liberk, Lukavice, Nový Hrádek, Ohnišov, Olešnice v Orlických horách, Orlické Záhoří, Osečnice, Pěčín, Podbřezí, Rokytnice v Orlických horách, Říčky v Orlických horách, Sedloňov, Slatina nad Zdobnicí, Sněžné, Val, Zdobnice
Dobrovolný svazek obcí Štědrá	Lupenice, Tutleky
Dobrovolný svazek obcí Tichá Orlice	Borohrádek, Černá nad Orlicí, Zdelov, Žďár nad Orlicí
Dobrovolný svazek obcí Vrchy	Bolehošť, Byzhradec, Přepychy, Semechnice, Trnov, Voděrády
DSO Plynofikace Podzvičinska	Bílá Poličany, Doubravice, Lanžov, Miletín, Rohoznice, Trotina, Třebihošť, Zábřezí-Řečice, Zdobín
Královédvorský mikroregion Safari	Bílá Třebešná, Bílé Poličany, Dolní Brusnice, Doubravice, Dvůr Králové nad Labem, Horní Brusnice, Hřibojedy, Kocbeře, Kuks, Mostek, Nemojov, Stanovice, Třebihošť,
Krkonoše – svazek měst a obcí	Benecko, Bukovina u Čisté, Černá, Černý Důl, Dolní Branná, Dolní Dvůr, Dolní Lánov, Harrachov, Horní Branná, Horní Kalná, Horní Maršov, Hostinné, Jablonec nad Jizerou, Jánské Lázně, Jilemnice, Klášterská Lhota, Kořenov, Košťálov, Kunčice nad Labem, Lánov, Malá Úpa, Martinice v Krkonoších, Mladé Buky, Paseky nad Jizerou, Pec pod Sněžkou, Poniklá, Prosečné, Rokytnice nad Jizerou, Roztoky u Jilemnice, Rudník, Strážné, Studenec, Svoboda nad Úpou, Špindlerův Mlýn, Vítkovice, Vrchlabí, Vysoké nad Jizerou, Žacléř
Lázeňský mikroregion	Borek, Borovnice, Červená Třebešná, Choteč, Lázně Bělohrad, Lukavec u Hořic, Lužany, Miletín, Mlázovice, Pecka, Rohoznice, Stará Paka, Svatojanský Újezd, Šárovcova Lhota, Tetín, Trotina, Úbislavice, Úhlejev, Vidochov, Vřesník, Zábřezí-Řečice, Zdobín
Mikroregion Černilovsko	Černilov, Lejšovka, Libňkovice, Librantice, Libčice, Skalice, Smržov, Výrava
Mikroregion Český ráj	Libošovice, Markvartice, Mladějov, Osek, Sobotka, Újezd pod Troskami
Mikroregion Hustřanka	Dubeneč, Habřina, Hřibojedy, Kuks, Lanžov, Libotov, Litíč, Lužany, Račice nad Trotinou, Rožnov, Velichovky, Velký Vřešťov, Vilantice, Zaloňov
Mikroregion Nechanicko	Boharyně, Dohalice, Dolní Přím, Hněvčevy, Hrádek, Kunčice, Lodín, Mokrovousy, Mžany, Nechanice, Pšánky, Puchlovice, Radíkovice, Radostov, Sadová, Sovětice, Stěžery, Stračov, Těchlovice, Třesovice
Mikroregion Novobydžovsko	Barchov, Hlušice, Humburky, Kobylice, Kosičky, Králíky, Myštěves, Nový Bydžov, Ohnišťany, Petrovice, Prasek, Skřivany, Sloupno, Smidary, Starý Bydžov, Šaplava, Vinary, Zachrašťany, Zdechovice
Mikroregion obcí památkové zóny 1866	Benátky, Čistěves, Hoříněves, Máslojedy, Nedělišťe, Sendražice, Střezetice, Světí, Všestary
Mikroregion Podchlumí	Bašnice, Bílsko u Hořic, Boháňka, Bříšťany, Dobrá Voda u Hořic, Holovousy, Chomutice, Jeřice, Konecchlumí, Kovač, Lískovice, Milovice u Hořic, Nevratice, Ostroměň, Petrovičky, Podhorní Újezd a Vojice, Rašín, Sobčice, Staré Smrkovice, Sukorady, Třebnouševy, Třtěníce, Volanice, Vrbice, Vysoké Veselí, Žeretice
Mikroregion Rozhraní	Bačalky, Bystřice, Dětenice, Cholenice, Kopidlno, Libáň, Rokytňany, Sedlišťe, Staré Hradý, Střeveč, Údmice, Veliš, Zelenecká Lhota



Oficiální název svazku	Členské obce
Mikroregion Rychnovsko	Bílý Újezd, Byzhradec, Černkovic, Jahodov, Javornice, Kvasiny, Libel, Liberk, Lično, Lukavice, Lupenice, Osečnice, Pěčín, Polom, Potštejn, Proruby, Rokytnice v Orlických horách, Rybná nad Zdobnicí, Rychnov nad Kněžnou, Říčky v Orlických horách, Skuhrov nad Bělou, Slatina nad Zdobnicí, Solnice, Synkov-Slemeno, Třebešov, Vamberk, Voděrad, Zdobnice
Mikroregion Třebechovicko	Běleč nad Orlicí, Blešno, Jeníkovice, Jílovice, Ledce, Očelice, Třebechovice pod Orebem, Vysoký Újezd
Mikroregion Urbanická brázda	Dobřenice, Kratonohy, Lhota pod Liběany, Obědovice, Osice, Osíčky, Praskačka, Roudnice, Syrovátka, Urbanice
Sdružení obcí Dřížná	Lično, Přepychy, Trnov, Voděrad
Společenství obcí Podkrkonoší	Černná, Dolní Olešnice, Hajnice, Horní Olešnice, Chotěvice, Kocbeře, Kohoutov, Pilníkov, Staré Buky, Vítězná, Vlčice
Svazek obcí 1866	Červená Hora, Provodov-Šonov, Slatina nad Úpou, Studnice, Vysokov, Žernov
Svazek obcí Brada	Brada-Rybníček, Dílce, Dřevěnice, Jinolice, Kbelnice, Kněžnice, Libuň, Ostružno, Podůlsí, Radim, Soběraz, Újezd pod Troskami
Svazek obcí Cidlina	Babice, Chlumeč nad Cidlinou, Chudečice, Káranice, Kosice, Lišice, Lužec nad Cidlinou, Měník, Mlékosrby, Nepolisy, Nové Město, Písek, Převýšov, Stará Voda
Svazek obcí Dolní Bělá	Černkovic, Libel, Lično, Synkov-Slemeno, Třebešov, Týniště nad Orlicí (část Křivice), Voděrad
Svazek obcí Horní Labe	Černná, Dolní Branná, Dolní Dvůr, Dolní Kalná, Dolní Lánov, Dolní Olešnice, Horní Kalná, Horní Olešnice, Hostinné, Chotěvice, Klášterská Lhota, Kunčice nad Labem, Lánov, Prosečné, Rudník, Strážné, Vrchlabí
Svazek obcí Jestřebí hory	Batňovice, Havlovice, Chvalč, Jívka, Libňatov, Malé Svatoňovice, Maršov u Úpice, Radvanice, Rtyně v Podkrkonoší, Suchovršice, Úpice, Velké Svatoňovice
Svazek obcí Mariánská zahrada	Bukvice, Dolní Lochov, Cholenice, Chyjice, Jičíněves, Kopidlno, Kostelec, Nemyčev, Ohaveč, Ostružno, Podhradí, Sedliště, Slatiny, Staré Místo, Střevač, Údrnice, Veliš
Svazek obcí Metuje	Bohuslavice, Černčice, Jasenná, Nahořany, Rychnov, Říkov, Slavětín nad Metují, Šestajovice, Velká Jesenice, Vršovka
Svazek obcí Plynofikace	Choustníkovo Hradiště, Kuks, Stanovice, Vlčkovice v Podkrkonoší
Svazek obcí Úpa	Brzice, Červená Hora, Červený Kostelec, Česká Skalice, Horní Radechová, Hoříčky, Chvalkovic, Lhota pod Hoříčkami, Litboř, Mezilečí, Rychnov, Říkov, Slatina nad Úpou, Velká Jesenice, Velký Třebešov, Vestec, Zábrodí, Žernov
Svazek obcí Valdštejnova zahrada	Jičín, Železnice, Valdice
Svazek obcí Východní Krkonoše	Černý Důl, Horní Maršov, Janské Lázně, Malá Úpa, Mladé Buky, Pec pod Sněžkou, Svoboda nad Úpou, Trutnov
Svazek obcí Žacléřsko	Bernartice, Královec, Lampertice, Zlatá Olešnice, Žacléř
Vodohospodářské sdružení Křivina	Albrechtice nad Orlicí, Týniště nad Orlicí
Vodovodní svaz Císařská studánka	Bílý Újezd, Černkovic, Kvasiny, Libel, Lično, Skuhrov nad Bělou, Solnice, Synkov-Slemeno, Třebešov

Zdroj: Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2007, vlastní šetření Centra evropského projektování

### PŘÍLOHA 3: ANALÝZA SKLADBY NÁVŠTĚVNÍKŮ KHK

Následující analýza skladby návštěvníků je založena na výsledcích plošných průzkumů poptávky v oblasti cestovního ruchu, které prováděla Česká centrála cestovního ruchu – organizace CzechTourism (dále jen ČCCR) ve všech patnácti marketingových turistických regionech, které vymezila na celém území ČR. Konkrétně jsme využili následující studie od společnosti GfK Group:

- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Krkonoše – vyhodnocení etapy zima 2005/2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Krkonoše – vyhodnocení etapy léto 2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Krkonoše – porovnání 2005 – 2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Český ráj – vyhodnocení etapy zima 2005/2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Český ráj – vyhodnocení etapy léto 2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Český ráj – porovnání 2005 – 2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Východní Čechy – vyhodnocení etapy zima 2005/2006,
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Východní Čechy – vyhodnocení etapy léto 2006
- Monitoring návštěvníků v turistickém regionu Východní Čechy – porovnání 2005 – 2006.

Obsahová struktura celého průzkumu postihuje následující oblasti a faktory:

- Identifikace a segmentace respondentů
  - věková kategorie, pohlaví a vzdělání
  - odkud, s kým a jak přijeli
- Charakteristiky pobytu
  - délka a frekvence pobytu
  - ubytování a stravování
  - důvod návštěvy
  - aktivity realizované v regionu
- Hodnocení regionu
  - poskytované služby
  - infrastruktura a vybavenost
  - péče o rozvoj cestovního ruchu
- Doplnkové charakteristiky
  - zdroje informací o regionu
  - náklady na pobyt
  - míra věrnosti regionu
  - individuální názory nebo náměty

#### **Krkonoše**

##### ***Zimní sezóna***

Z celkového počtu respondentů téměř pětina (18%) pocházela ze zahraničí. Více než polovina cizinců přijela z Německa; významné byly ale i podíly návštěvníků z Polska a Nizozemí.

Domácí návštěvníci přijížděli téměř ve dvou třetinách případů ze vzdálenosti delší než 100 km. Místem jejich pobytu byla především Praha nebo blízká města (Trutnov, Semily).

Vzdělanostní struktura návštěvníků Krkonoš se jeví příznivě – třetina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je poměrně rovnoměrné, ukazuje však, že do regionu jezdí mnoho mladých lidí: respondentů do 25ti let je dvakrát více než osob padesátiletých a starších. Nejvyšší zastoupením vykazují věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli (73%).

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (cizinci 83%, Češi 65%), u respondentů z tuzemska doplněný také linkovými autobusy (14%). Podíl autobusových zájezdů byl u obou skupin obdobný – takto do Krkonoš přicestovalo 11% dotázaných. Ostatní druhy dopravy zůstaly spíše okrajové.

Zatímco dvě pětiny návštěvníků z ciziny zde byly poprvé, téměř dvě třetiny domácích respondentů navštívily Krkonoše více než třikrát. Vrátit se jich sem chce převážná většina, zahraniční turisté však častěji až v delším časovém horizontu. Téměř čtvrtinu domácích respondentů tvořili jednodenní návštěvníci. Tři pětiny všech návštěvníků se v regionu zdrželo tři a více nocí; v případě dotázaných z ciziny to bylo dokonce 91%.

Významné rozdíly mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou i v typu využívaného ubytovacího zařízení: cizinci se častěji ubytovali v nákladnějších typech – především v hotelech a penzionech, domácí respondenti zase u příbuzných a známých, po pronájmech a v jiných ubytovacích zařízeních. Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji (téměř vždy je využívá dvě třetiny z nich – ve srovnání s jednou třetinou Čechů).

Hodnocení úrovně služeb v regionu ukázalo, že přetrvává negativní vnímání cenové úrovně služeb (42% negativních odpovědí) a také úrovně služeb pro motoristy (38% negativních odpovědí). Naopak veřejné stravování a služby pro lyžaře byly hodnoceny nejlépe (75% a 87% pozitivních odpovědí). Z hlediska vybavenosti byli respondenti nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (77% pozitivních odpovědí) a kritizovali kvalitu dopravní infrastruktury a nabídku nákupních možností (43% a 44% negativních odpovědí). Dalšími pozitivně vnímanými oblastmi je úroveň místního orientačního značení, poskytování informací o regionu a přátelskost místních lidí.

Také výdaje na pobyt za osobu a den jsou vyšší v případě zahraničních návštěvníků – to však lze na základě ubytování v hotelech penzionech a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 1000 Kč překročilo 56% u nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 14% respondentů z tuzemska.

Jednoznačně nejčastějším důvodem návštěvy Krkonoš je turistika a sport (71% návštěvníků). Významnou motivací je také relaxace (13%) a u zahraničních respondentů také poznání regionu (8% cizinců). Zároveň lze konstatovat, že tato převaha turistiky a sportu v Krkonoších nemá na celém území ČR konkurenci. Krkonoše jsou tak nejvýznamnější domácí destinací pro trávení aktivní dovolené. Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity – lyžování, následované pěší a cykloturistikou, se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem.

Nejvýznamnějšími informačními zdroji jsou příbuzní i známí (65%) a internetové stránky (64%). Zahraniční návštěvníci také ve značné míře využívali služeb turistických informačních center (66% oproti 54% Čechů), různých propagačních materiálů (66% oproti 55% Čechů) a také cestovních kanceláří nebo agentur (43% oproti 22% Čechů).

Respondenti měli také možnost připojit informaci o tom, co by se podle jejich názoru mělo v regionu zlepšit. Největším problémem byla opět vysoká cenová úroveň služeb, kterou uvedlo 6% dotázaných. Dále zmiňovali přeplněnost a fronty, nedostatečné společenské vyžití, nedostatečnou kvalitu a rozsah služeb, chybějící nákupní možnosti a nedostačující úroveň obchodů a nevyhovující přístup místních obyvatel k turistům.

### *Letní sezóna*

Pětina respondentů přijela v létě do Krkonoš ze zahraničí – nejvíce z Německa (46%) a Holandska (36%). Dále z Polska (10%), Belgie a Slovenska (po 3%). Domácí turisté pocházejí nejčastěji z Prahy, významnými zdrojovými oblastmi jsou i okresy Trutnov, Semily a Hradec Králové. Dvě třetiny dotázaných z tuzemska přijela do regionu ze vzdálenosti větší než 100 km.

Také vzdělanostní struktura letních návštěvníků Krkonoš se jeví příznivě – třetina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je poměrně rovnoměrné, s větším zastoupením mladších věkových kategorií. Nejvíce dotázaných spadalo do věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli (64%). S dětmi přijelo 27% dotázaných. Ve srovnání s letní sezónou roku 2005 přijelo více turistů s partnerem a/nebo přáteli a naopak respondentů, kteří přijeli s dětmi nebo sami, ubylo.

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (cizinci 87%, Češi 62%), u respondentů z tuzemska doplněný také linkovými autobusy (19%). Domácí návštěvníci také v šesti procentech případů přijeli na kole; jedná se patrně o obyvatele okolních měst. Ostatní druhy dopravy zůstaly spíše okrajové. Využití automobilu od léta 2005 stoupl.

Z celkového počtu návštěvníků zde bylo 45% poprvé, naopak 56% domácích respondentů navštívilo Krkonoše již více než třikrát. Do půl roku se chce do regionu vrátit polovina domácích, ale jen 22% cizinců. Tři pětiny všech návštěvníků se v regionu zdržely tři a více nocí; v případě dotázaných z ciziny to bylo dokonce 84%. Na jednodenní výlet bez přenocování přijíždí skoro třetina Čechů.

Mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou významné rozdíly i v typu využívaného ubytovacího zařízení. Zatímco domácí respondenti častěji pobývali u příbuzných a známých, po pronájmech a v jiných ubytovacích zařízeních, cizinci se častěji ubytovali v nákladnějších typech – především v hotelích vyšší kategorie (33% oproti 10% Čechů). Penziony byly využívány oběma skupinami stejně, a to ve 22% případů. Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji (téměř vždy je využívá 55% z nich – ve srovnání s 24% Čechů).

Hodnocení úrovně služeb v regionu ukázalo, že vnímání cenové úrovně služeb není tak negativní, jak tomu bylo v zimním šetření (přesto jsou v tomto ohledu nejhůře hodnoceným regionem v ČR). Nejlepší hodnocení získala péče o čistotu a pořádek (78% pozitivních odpovědí), úroveň veřejného stravování (75% pozitivních odpovědí) a ubytovacích služeb (71% pozitivních odpovědí). Z hlediska vybavenosti je situace téměř shodná s výsledky zimního šetření – respondenti byli nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (79% pozitivních odpovědí) a kritizovali kvalitu dopravní infrastruktury a nabídku nákupních možností (24% a 27% negativních odpovědí). Dalšími pozitivně vnímanými oblastmi je úroveň místního orientačního značení, poskytování informací o regionu a přátelskost místních lidí (také toto hodnocení přetrvává už ze zimní sezóny).

Také výdaje na pobyt za osobu a den jsou vyšší v případě zahraničních návštěvníků – to však lze na základě ubytování v hotelech vyšší cenové kategorie a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 500 Kč překročilo 70% z nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 29% respondentů z tuzemska. Celkově jsou v letní sezóně náklady výrazně nižší než v zimě; rozdíly mezi respondenty z ČR a ze zahraničí jsou však stále patrné.

Hlavní důvody návštěvy letních Krkonoš jsou oproti zimní sezóně tři: relaxace (34% respondentů), turistika a sport (31% návštěvníků – 34% Čechů a 20% cizinců) a poznání regionu (39% zahraničních návštěvníků, ale také 16% domácích). Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity – převažuje pěší turistika (83% respondentů), následovaná cykloturistikou (39% Čechů a 20% cizinců) a poznávací turistikou (36% cizinců a 19% domácích), se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem. Respondenti také poměrně často uváděli, že se v regionu věnují i lyžování. Také pro letní sezónu platí tvrzení, že převaha turistiky a sportu v Krkonoších nemá na celém území ČR konkurenci. Krkonoše jsou tak nejvýznamnější domácí destinací pro trávení aktivní dovolené nejen v zimě, ale i v létě, kdy toto postavení zaujímají i v oblasti relaxace (zde se jedná o novinku – v létě roku 2005 byla relaxace návštěvníky vyhledávaná podstatně méně).

Nejvýznamnějšími informačními zdroji jsou turistická informační centra (66%), propagační materiály (62%) příbuzní a známí a internetové stránky (po 61%). Zahraniční návštěvníci také ve větší míře využívali služeb cestovních kanceláří nebo agentur (34% oproti 18% Čechů). Polovina domácích návštěvníků čerpala informace také z médií.

Hlavními spontánními výtkami respondentů byly opět vysoká cenová úroveň služeb, kterou uvedlo 5% dotázaných. Dále zmiňovali nevyhovující stav komunikací, špatný stav koupališť a obecně jejich nedostatek, špatné značení a nedostatek informací o regionu a nevyhovující dostupnost regionálních zajímavostí autobusovou dopravou.

## Český ráj

### *Zimní sezóna*

Téměř třetina zimních návštěvníků (31%) přijela ze zahraničí – nejčastěji z Německa (32%) Nizozemí (26%) a Ruska (14%), dále z Polska (7%). Slovenska (6%) a USA (5%). Domácí návštěvníci přijeli téměř ve třech čtvrtinách případů ze vzdálenosti menší než 100 km. Místem jejich bydliště byla především Praha a Mladá Boleslav, hodně turistů jezdí i z blízkých měst (Semily, Liberec, Jičín).

Vzdělanostní struktura návštěvníků Českého ráje se jeví příznivě – třetina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je celkem rovnoměrné; nejvyšší zastoupením vykazují věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli (64%). Nezvykle vysoký je podíl návštěvníků bez doprovodu (17%).

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (Češi 56%, cizinci 44%). Stejně tak často jako automobilem přijížděli zahraniční respondenti zájezdovými autobusy (dotázaní z ČR jen 10%). Domácí turisté zase častěji využili vlak (17%) nebo linkový autobus (11%). Ostatní druhy dopravy zůstaly spíše okrajové.

Polovina zahraničních návštěvníků zde byla poprvé, naopak tři čtvrtiny domácích respondentů navštívily Český ráj už více než třikrát. Vrátil se jich sem více než polovina, zahraniční turisté



však častěji až v delším časovém horizontu. Přes polovinu domácích respondentů tvořili jednodenní návštěvníci a také pobyty převládají kratší – téměř třetina turistů z ČR se ubytuje pouze jen na jednu až dvě noci. Naopak zahraniční respondenti preferují týdenní pobyty (60%). Delší než týdenní pobyty jsou nejméně časté (5%).

Významné rozdíly mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou i v typu využívaného ubytovacího zařízení: cizinci se častěji ubytovávali v hotelech nižších kategorií, domácí respondenti zase u příbuzných a známých. Poměrně často jsou využívány také hotely vyšší kategorie (13%) a penziony (11%). V kempech přespávaly pouze 2% dotázaných. Restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí mnohem častěji (téměř vždy je využívá 80% z nich – ve srovnání s jednou třetinou Čechů), domácí turisté se v restauracích stravují jen částečně (49% oproti 15% cizinců).

Hodnocení úrovně služeb v regionu vyjevilo nespokojenost s úrovní služeb pro motoristy (20% negativních odpovědí), péčí o čistotu a pořádek (26% negativních odpovědí), a cenovou úrovní služeb (11% negativních odpovědí). Naopak veřejné stravování bylo hodnoceno nejlépe (77% pozitivních odpovědí). Z hlediska vybavenosti byli respondenti nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (77% pozitivních odpovědí) a kritizovali kvalitu dopravní infrastruktury (42% negativních odpovědí). Další pozitivně vnímanou oblastí je poskytování informací o regionu. V neposlední řadě vyšla najevo nespokojenost s nabídkou programů pro trávení volného času.

Také výdaje na pobyt za osobu a den jsou vyšší v případě zahraničních návštěvníků – to však lze na základě ubytování v hotelech penzionech a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 500 Kč překročilo 63% z nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 23% respondentů z tuzemska. Čtvrtina domácích turistů si denně vystačí s částkou do 200 Kč (ale jen 4% cizinců).

V případě Českého ráje jsou důvod návštěvy regionu rozmanité. Nejčastěji respondenti přijížděli za poznáním (28%), kvůli turistice a sportu (36% cizinců a 21% Čechů). Významnou motivací je také relaxace (15%) a u respondentů u ČR poměrně často také práce (20%, ale také 7% cizinců) a návštěva příbuzných nebo známých. Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity – pěší turistika (54%), poznávací turistika (47%) a cykloturistika (33%), se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem. Češi navštěvují také kulturní akce, zatímco zahraniční turisté se věnují dalším aktivním sportům. Význam poznávání regionu jako důvodu návštěvy potvrzuje i skutečnost, že v celorepublikovém srovnání se Český ráj řadí hned za Prahu a Okolí Prahy.

Nejvýznamnějšími zdroji informací jsou turistická informační centra (75%) a propagační materiály (72%). Hojně je využíván i internet, informace od personálu ve službách a od příbuzných a známých. Zahraniční návštěvníci využívali všech dostupných informačních zdrojů více než domácí, kteří region zřejmě většinou dobře znají. Největší rozdíl je v čerpání informací od cestovních kanceláří nebo agentur (61% cizinců oproti 7% Čechů).

Respondenti měli také možnost připojit informaci o tom, co by se podle jejich názoru mělo v regionu zlepšit. Největším problémem byla špatná úroveň koupání, nedostatečné společenské vyžití, krátká otvírací doba obchodů, služeb a památek, nedostatečná paleta služeb a jejich nízká kvalita, nevyhovující parkovací možnosti a špatný stav komunikací.

### ***Letní sezóna***

Pětina respondentů přijela v létě do Českého ráje ze zahraničí – nejvíce z Německa (32%) a Holandska (18%), dále z Velké Británie (9%), Rakouska (7%), Belgie (5%) a Slovenska

(4%). Ve srovnání s letní sezónou roku 2005 výrazně ubylo návštěvníků z Polska (původně 12%, nyní jen 1%). Domácí turisté pocházejí nejčastěji ze Semil a z Prahy, významnými zdrojovými oblastmi jsou i okolní okresy – Jičín, Jablonec nad Nisou, Liberec a Mladá Boleslav. Více než polovina dotázaných z tuzemska přijela do regionu ze vzdálenosti menší než 100 km.

Vzdělanostní struktura letních návštěvníků regionu je příznivá – čtvrtina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je poměrně rovnoměrné, s větším zastoupením mladších věkových kategorií. Nejvíce dotázaných spadalo do věkové kategorie 35 – 49 let. Turisté do Českého ráje přijíždějí nejčastěji s partnerem a/nebo s přáteli (57%). Výrazný je i podíl návštěvníků bez doprovodu, který by mohl souviset s vysokým počtem pracovních cest do regionu. S dětmi přijelo 27% dotázaných.

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (cizinci 65%, Češi 58%), u respondentů z tuzemska doplněný také vlaky (16%) a linkovými autobusy (12%). Téměř třetina zahraničních turistů přicestovala zájezdovým autobusem (zde došlo od letního šetření 2005 k nárůstu o 6%). Domácí návštěvníci také v sedmi procentech případů přijeli na kole; jedná se patrně o obyvatele okolních měst.

Z celkového počtu návštěvníků zde bylo 59% poprvé, naopak 77% domácích respondentů již v Českém ráji bylo. Do půl roku se chce do regionu vrátit téměř polovina domácích, stejný podíl cizinců chce region navštívit znovu v delším časovém horizontu. Více než třetinu domácích respondentů tvořili jednodenní návštěvníci. Polovina všech návštěvníků se v regionu zdržela tři a více nocí; v případě dotázaných z ciziny to bylo dokonce 83%. Nejčastější jsou pobyty v délce do týdne.

Mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou významné rozdíly i v typu využívaného ubytovacího zařízení. Zatímco domácí respondenti častěji pobývali u příbuzných a známých a v kempech, cizinci se častěji ubytovali v nákladnějších typech – především v hotelech (52% oproti 6% Čechů) a penzionech (21% oproti 12% Čechů). Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji (téměř vždy je využívá 71% z nich – ve srovnání s 31% Čechů) – polovina domácích turistů využívá stravovacích zařízení jen částečně.

V hodnocení úrovně služeb v regionu získala nejlepší výsledky úroveň veřejného stravování (77% pozitivních odpovědí). Naopak nejhůře byla hodnocena péče o čistotu a pořádek (34% negativních odpovědí), služby pro motoristy (23% negativních odpovědí) a cenovou hladinou služeb (19% negativních odpovědí). Z hlediska vybavenosti je situace téměř shodná s výsledky zimního šetření – respondenti byli nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (81% pozitivních odpovědí) a kritizovali kvalitu dopravní infrastruktury (39% negativních odpovědí) a nedostatek příležitostí pro zábavu (30% negativních odpovědí). Další pozitivně vnímanou skutečností je přátelskost místních lidí, které spolu s nevyhovující nabídkou programů pro volný čas rovněž zaznělo i v zimní sezóně.

Také výdaje na pobyt za osobu a den se u domácích a zahraničních turistů velmi liší. Konkrétně řečeno jsou v případě zahraničních návštěvníků vyšší – to však lze na základě ubytování v hotelech vyšší cenové kategorie a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 1 000 Kč překročilo 40% z nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 7% respondentů z tuzemska. Naopak 29% dotázaných z ČR si vystačilo s částkou do 200 Kč (ale jen 3% cizinců). Tyto rozdíly mezi výdaji domácích respondentů a turistů z ciziny se za poslední rok prohloubily.

Hlavní důvody návštěvy regionu v letním období jsou tři: poznání regionu (36% respondentů - 60% cizinců a 29% Čechů), relaxace (21% návštěvníků) a turistika a sport (13% - 8% zahraničních návštěvníků a 15% domácích). Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity –

převažuje pěší turistika (58% respondentů), následovaná poznávací turistikou (44% Čechů a 73% cizinců) se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem (23%). Češi dále vyhledávají vodní sporty, cykloturistika a návštěvu kulturních akcí, návštěvníci ze zahraničí zase venkovskou turistiku.

Nejvýznamnějšími informačními zdroji jsou internet (62%), příbuzní a známí (61%) příbuzní a známí a propagační materiály (58%). Zahraniční návštěvníci také ve větší míře využívali služeb turistických informačních center (83% oproti 48% Čechů) cestovních kanceláří nebo agentur (39% oproti 13% Čechů). Téměř polovina návštěvníků čerpala informace také z médií.

Hlavními spontánními výtkami respondentů byly špatný stav koupališť, nedostatečné společenské vyžití, málo nákupních možností, drahé služby, nedostatek parkovišť a jejich nevyhovující stav a nedostatečné množství informací o regionu.

## **Východní Čechy**

Původní marketingový turistický region Východní Čechy zahrnoval část Královéhradeckého kraje, která je nyní členěna do tří turisticky významných území: Hradecko, Podzvičinsko, Kladské pomezí a Orlické hory a Podorlicko. Monitoring návštěvníků bohužel proběhl ještě v původním celku Východních Čech, do kterého spadá z cca poloviny i území Pardubického kraje; zohlednění výsledků průzkumu, jejichž shrnutí následuje, je tedy velmi problematické. V následujícím textu bude využíváno pojmu „Východní Čechy“ s přihlédnutím k těmto skutečnostem.

## **Zimní sezóna**

Desetina zimních návštěvníků přijela ze zahraničí – nejčastěji z Polska (28%), Slovenska (22%), Německa (20%), dále z Velké Británie (7%) a Holandska (6%). V turistických územích spadajících do Královéhradeckého kraje byly výsledky poněkud odlišné – na Kladském pomezí tvořili Poláci 59% zahraničních respondentů, na Podzvičinsku polovinu. Domácí návštěvníci přijeli téměř ve dvou třetinách případů ze vzdálenosti menší než 100 km. Místem jejich bydliště byla především blízká města – třetina návštěvníků Kladského pomezí přijela z Náchoda, do Podzvičinska jezdí turisté nejčastěji z Trutnova (16%) a Jičína (14%) a z Ústí nad Orlicí a Rychnova nad Kněžnou zase přijelo nejvíce respondentů dotazovaných v Orlických horách a Podorlicku (21% a 12%). Ani Hradecko není výjimkou – obyvatelé Hradce Králové tvoří 16% jeho návštěvníků. Dalším významným zdrojem turistů je ve všech zmiňovaných oblastech Praha (9%).

Vzdělanostní struktura návštěvníků Východních Čech se jeví příznivě – více než čtvrtina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je celkem rovnoměrné; nejvyšší zastoupením vykazují věkové kategorie 26 – 34 a 35 – 49 let. Turisté do regionu jednoznačně nejčastěji přijíždějí s partnerem nebo s přáteli (53%). Nezvykle vysoký je podíl návštěvníků bez doprovodu (29%).

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (Češi 58%, cizinci 53%). Zahraniční respondenti přijížděli často také zájezdovými autobusy (26%, dotázaní z ČR jen 6%). Domácí turisté zase častěji využili vlak (15%) nebo linkový autobus (16%). Poměrně vysoké využití vlakové dopravy cizinci (9%) je nejspíš zkresleno vysokou hodnotou, která

byla zachycena na Pardubicku (28%), kde prochází mezinárodní železniční koridor Německo-ČR-Rakousko. Ostatní druhy dopravy zůstaly spíše okrajové.

Polovina zahraničních návštěvníků zde byla poprvé, naopak polovina domácích respondentů navštívily Východní Čechy už více než třikrát. Vrátit se jich chce téměř polovina nejpozději za půl roku, dalších 28% někdy později. Téměř polovinu domácích respondentů tvořili jednodenní návštěvníci a také pobyty u nich převládají kratší – pouze čtvrtina turistů z ČR se ubytuje pouze na tři a více nocí. Na Hradecku tvoří jednodenní návštěvníci dokonce 59% z celkového počtu domácích turistů. V případě zahraničních respondentů jsou různé délky pobytu zastoupeny přibližně stejně s mírnou převahou týdenních pobytů (31%).

Významné rozdíly mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou i v typu využívaného ubytovacího zařízení: cizinci se častěji ubytovávali v hotelech vyšších kategorií (22% oproti 6% Čechů) a penzionech (19% oproti 11% Čechů), domácí respondenti zase u příbuzných a známých (20% oproti 14% cizinců). V Orlických horách a Podorlicku přespala u známých nebo příbuzných dokonce čtvrtina celého vzorku. V kempech přespávalo pouze 1% dotázaných. Restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí mnohem častěji (téměř vždy je využívá 55% z nich – ve srovnání s necelou třetinou Čechů), domácí turisté se v restauracích stravují převážně částečně (45% oproti 33% cizinců).

Hodnocení úrovně služeb v regionu ukázalo spokojenost s úrovní veřejného stravování (74% pozitivních odpovědí – na Podzvičinsku dokonce 81%) a s cenovou úrovní služeb (73% pozitivních odpovědí). Na Podzvičinsku jsou také dobře ohodnoceny ubytovací služby (77% pozitivních odpovědí) a se službami pro lyžaře je v Orlických horách a Podorlicku spokojeno 70% respondentů. Kritizována byla péče o čistotu a pořádek, a to na Podzvičinsku a Hradecku (36% a 35%). Z hlediska vybavenosti byli respondenti nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (72% pozitivních odpovědí, na Podzvičinsku 85%), na Podzvičinsku bylo 81% respondentů spokojeno s rozsahem a dostupností ubytovacích kapacit. Hosté však kritizovali kvalitu dopravní infrastruktury (42% negativních odpovědí), dostupnost regionu hromadnou dopravou (30% negativních odpovědí) a nedostatkem nákupních možností (28%). Další pozitivně vnímanou oblastí je přátelskost místních lidí a místní orientační značení – to převážně na Podzvičinsku (92% a 90% pozitivních odpovědí). V neposlední řadě vyšla najevo nespokojenost návštěvníků Orlických hor a Podorlicka s drobným prodejem.

Také výdaje na pobyt za osobu a den jsou vyšší v případě zahraničních návštěvníků – to však lze na základě ubytování v hotelech penzionech a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 500 Kč překročilo 54% u nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 28% respondentů z tuzemska. Čtvrtina domácích turistů si denně vystačí s částkou do 200 Kč (ale jen 13% cizinců).

V případě Východních Čech jsou důvod návštěvy regionu rozmanité a v jednotlivých turistických územích se liší. Respondenti ze zahraničí přijížděli nejčastěji za poznáním (38%). U domácích návštěvníků bylo zastoupení všech hlavních důvodů vysoké, s mírnou převahou turistiky a sportu (20%). Na Kladsku a Hradecku bylo zachyceno více respondentů směřujících za poznáním (28% a 25%), na Hradecku doplněno o četné návštěvy příbuzných a známých (25%). 42% návštěvníků Orlických hor a Podorlicka přijelo za sportem a turistikou. Tomu odpovídá i preference volnočasových aktivit – v Orlických horách dvě třetiny dotázaných preferuje lyžování, doplněné o zábavu (30%), na Kladském pomezí zase polovina návštěvníků tráví čas pěší turistikou, popř. poznávací turistikou (29%). Hradecko vedle poznávací turistiky (53%) láká turisty na návštěvu kulturních akcí (30%).

Nejvýznamnějšími zdroji informací jsou turistická informační centra a internet (po 58%), propagační materiály a příbuzní a známí (57%). Na Podzvičinsku návštěvníci spoléhají také



na informace od personálu ve službách. Největší rozdíl je v čerpání informací od cestovních kanceláří nebo agentur (40% cizinců oproti 27% Čechů).

Respondenti měli také možnost připojit informaci o tom, co by se podle jejich názoru mělo v regionu zlepšit. Největším problémem bylo nedostatečné kulturní vyžití (v Orlických horách 6%), špatná kvalita silnic (Kladské pomezí 7%), nedostatek restaurací (Kladské pomezí a Orlické hory a Podorlicko 7%) a nevyhovující dostupnost (Orlické hory).

### *Letní sezóna*

Desetina respondentů přijela v létě do Východních Čech ze zahraničí – nejvíce z Polska (33%), Německa (24%), Slovenska (16%), dále z Holandska (5%), Velké Británie (4%) a Rakouska (4%). Více než polovina (57%) dotázaných z tuzemska přijela do regionu ze vzdálenosti menší než 100 km. Místem jejich bydliště byla především blízká města – 15% návštěvníků Kladského pomezí přijela z Náchoda, do Podzvičinska jezdí turisté nejčastěji z Jičína (14%) a z Ústí nad Orlicí a z Rychnova nad Kněžnou zase přijelo nejvíce respondentů dotazovaných v Orlických horách a Podorlicku (19% a 11%). Ani Hradecko není výjimkou – obyvatelé Hradce Králové tvoří 9% jeho návštěvníků. Dalším významným zdrojem turistů je ve všech zmiňovaných oblastech Praha (9%)

Vzdělanostní struktura letních návštěvníků regionu je příznivá – čtvrtina respondentů uvedla vysokoškolské vzdělání a polovina jich má maturitu. Věkové rozložení je poměrně rovnoměrné, s větším zastoupením mladších věkových kategorií. Nejvíce dotázaných spadalo shodně do věkových kategorií 26 – 34 a 35 – 49 let. Turisté přijíždějí nejčastěji s partnerem a/nebo s přáteli (55%). Výrazný je i podíl návštěvníků bez doprovodu (18%), který by mohl souviset s vysokým počtem pracovních cest do regionu. S dětmi přijelo 28% dotázaných.

Nejvyužívanějším dopravním prostředkem byl automobil (cizinci 59%, Češi 60%), u respondentů z tuzemska doplněný také vlaky (14%), a linkovými autobusy (7%). 18% zahraničních turistů přicestovalo zájezdovým autobusem (zde došlo od letního šetření 2005 k nárůstu o 7%). Domácí návštěvníci také v sedmi procentech případů přijeli na kole; jedná se patrně o jednodenní výlety z okolních měst.

Z celkového počtu zahraničních návštěvníků zde bylo 61% poprvé, naopak 38% domácích respondentů již zde bylo. Do půl roku se chce do regionu vrátit pouze třetina domácích a 17% cizinců. Téměř polovinu domácích respondentů tvořili jednodenní návštěvníci (ale také 19% cizinců). Polovina zahraničních návštěvníků se v regionu zdržela tři a více nocí; v případě dotázaných z tuzemska to bylo jen 32%. Nejčastější jsou pobyty v délce do týdne, ale takto ubytovaných je stále méně než výletníků.

Mezi tuzemskými a zahraničními turisty jsou významné rozdíly i v typu využívaného ubytovacího zařízení. Zatímco domácí respondenti častěji pobývali u příbuzných a známých (16% oproti 8% cizinců), cizinci se častěji ubytovávali v nákladnějších typech – především v hotelech vyšších kategorií (29% oproti 5% Čechů) a penzionech (17% oproti 10% Čechů). Také restaurační zařízení navštěvují návštěvníci ze zahraničí častěji, i když rozdíly již nejsou tak propastné jako v ostatních regionech Královéhradeckého kraje (téměř vždy je využívá 50% z nich – ve srovnání s 30% Čechů). Pětina domácích turistů nevyužívá stravovacích zařízení téměř nikdy (oproti 9% cizinců).

V hodnocení úrovně služeb v regionu získala nejlepší výsledky úroveň veřejného stravování (77% pozitivních odpovědí) a cenová úroveň služeb (75% pozitivních odpovědí). Na Kladském pomezí navíc návštěvníci vyjádřili spokojenost s péčí o čistotu (80% pozitivních odpovědí) a s ubytovacími službami (62% pozitivních odpovědí). Z hlediska vybavenosti byli



respondenti nejvíce spokojeni s rozsahem a dostupností stravovacích zařízení (73% pozitivních odpovědí) a kritizovali – stejně jako v zimě – kvalitu dopravní infrastruktury (33% negativních odpovědí) a nedostatek příležitostí pro zábavu (31% negativních odpovědí). Další pozitivně vnímanou skutečností je přátelskost místních lidí a místní orientační značení, které si pochvalovali především návštěvníci Kladského pomezí.

Také výdaje na pobyt za osobu a den se u domácích a zahraničních turistů velmi liší. Konkrétně řečeno jsou v případě zahraničních návštěvníků vyšší – to však lze na základě ubytování v hotelech vyšší cenové kategorie a častějšího stravování v restauracích předpokládat. Zatímco hranici 1 000 Kč překročilo 22% z nich, vydalo denně stejně vysokou částku jen 6% respondentů z tuzemska. Naopak 29% dotázaných z ČR si vystačilo s částkou do 200 Kč (ale jen 16% cizinců).

Hlavní důvody návštěvy regionu v letním období jsou tři: poznání regionu (36% respondentů - 59% cizinců a 34% Čechů), relaxace (18% návštěvníků) a turistika a sport (15% – 8% zahraničních návštěvníků a 16% domácích). Tomu odpovídají i nejlákavější aktivity – převažuje poznávací turistika (48% domácích respondentů a 55% cizinců), následovaná pěší turistikou (44% Čechů a 54% cizinců – na Kladsku dokonce 72% respondentů). Oblíbené jsou také vodní sporty (na Podzvičinsku 43%) se zábavou jako doplňkovou aktivitou ke sportovním činnostem (23%). Češi dále vyhledávají vodní sporty, zábava a návštěva kulturních akcí (na Hradecku 34%). U domácích je ve značné oblibě i cykloturistika. Ve srovnání s letní sezónou roku 2005 přijelo více cizinců za poznáním a méně za odpočinkem.

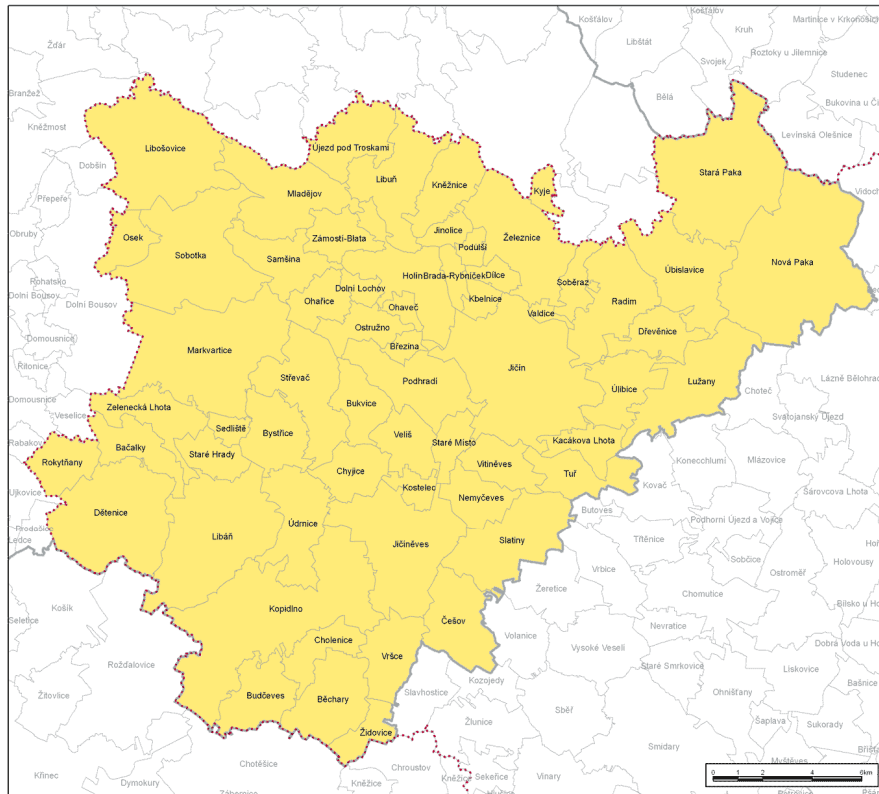
Nejvýznamnějšími informačními zdroji jsou propagační materiály (64%), turistická informační centra (63%) příbuzní a známí (62%) a internet (61%). Zahraniční návštěvníci také ve větší míře využívali služeb cestovních kancelářů a agentur (46% oproti 22% Čechů).

Hlavními spontánními výtkami respondentů byly chybějící bazény (Podzvičinsko a Kladsko 5%), nedostatečné kulturní vyžití (Orlické hory a Podorlicko 5%), málo obchodů (Podzvičinsko 4%) a špatný stav komunikací (Podzvičinsko 3%).

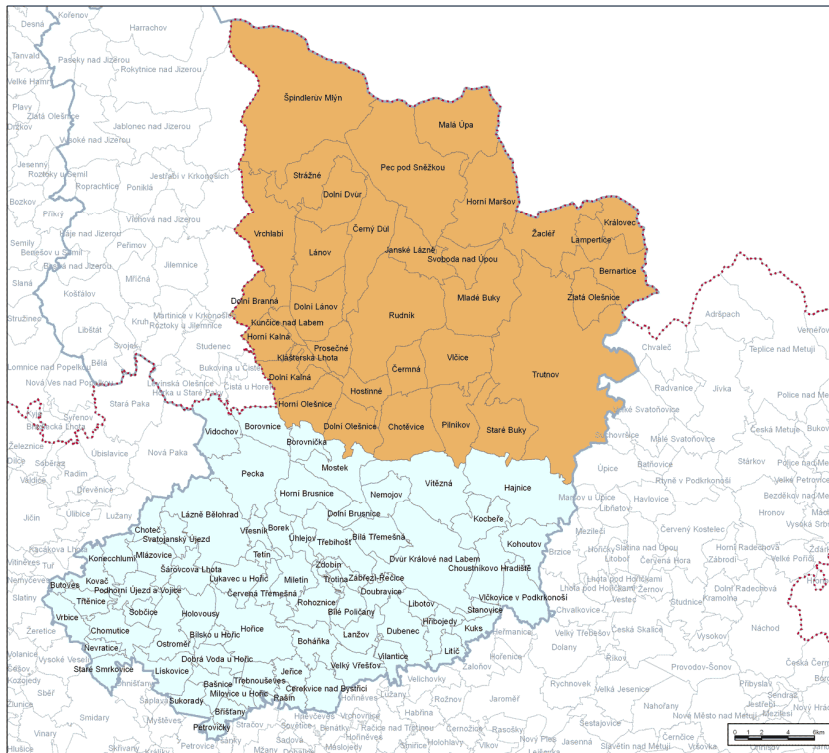
## PŘÍLOHA 4: PŘEHLED TURISTICKY VÝZNAMNÝCH ÚZEMÍ KRAJE

(Zdroj: Portál cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, <http://www.kralovehradeckyregion.cz>)

### TURISTICKY VÝZNAMNÉ ÚZEMÍ ČESKÝ RÁJ



## TURISTICKY VÝZNAMNÉ ÚZEMÍ KRKONOŠE A PODKRKONOŠÍ



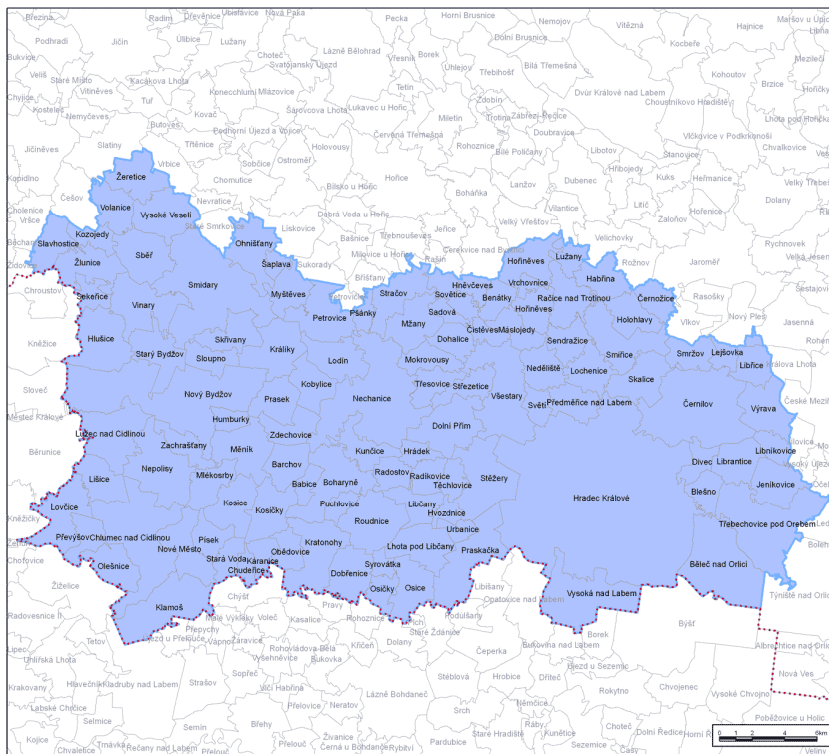
**KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ**

1:220 000

- hranice kraje
- hranice turisticky významného území Krkonoše a Podkrkonoší
- Krkonoše
- Podkrkonoší (Podzvičinsko)

Autor: Ing. Alice MARTINKOVÁ, Krajský úřad Královéhradeckého kraje, oddělení informatiky.  
Zdroj: Český úřad zeměměřičský a katastrální, Královéhradecký kraj  
Souřadnicový systém: S-JTSK.  
Zpracováno 1.6.2007 v Hradci Králové.

## TURISTICKY VÝZNAMNÉ ÚZEMÍ HRADECKO



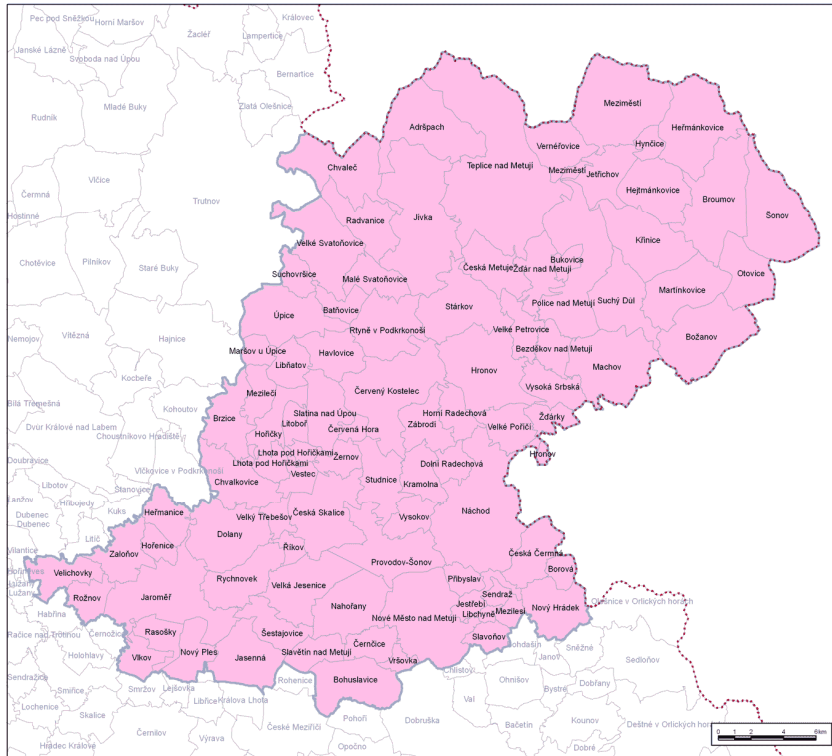
**KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ**

1:180 000

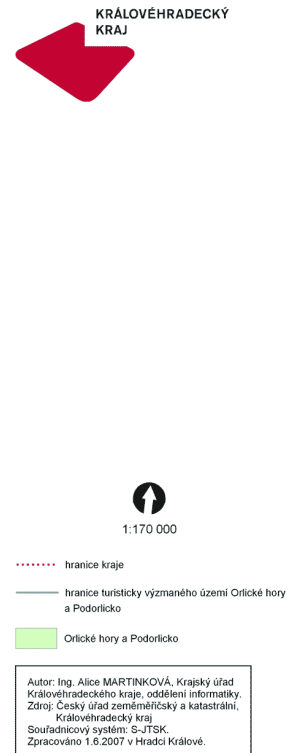
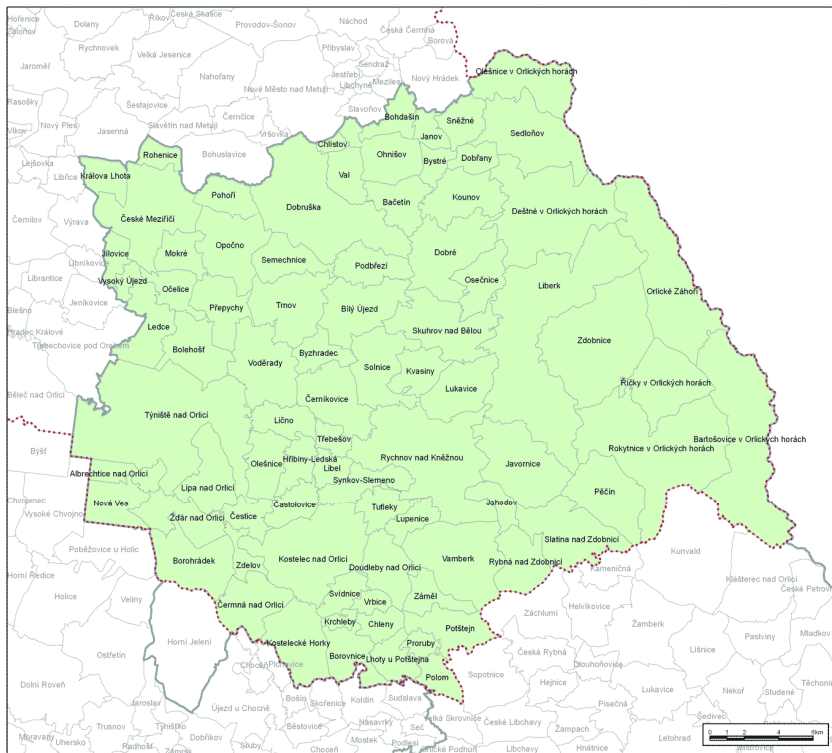
- hranice kraje
- hranice turisticky významného území Hradecko
- Hradecko

Autor: Ing. Alice MARTINKOVÁ, Krajský úřad Královéhradeckého kraje, oddělení informatiky.  
Zdroj: Český úřad zeměměřičský a katastrální, Královéhradecký kraj  
Souřadnicový systém: S-JTSK.  
Zpracováno 1.6.2007 v Hradci Králové.

## TURISTICKY VÝZNAMNÉ ÚZEMÍ KLADSKÉ POMEZÍ



## TURISTICKY VÝZNAMNÉ ÚZEMÍ ORLICKÉ HORY A PODORLICKO



**PŘÍLOHA 5: STATISTIKA HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ KRAJE**
**Tab.1: Srovnání počtu a vývoje hromadných ubytovacích zařízení v České republice a Královéhradeckém kraji**

	Počet zařízení				Počet lůžek				Počet míst pro stany a karavany			
	ČR		KHK		ČR		KHK		ČR		KHK	
	2005	Změna 05/00 (v %)	2005	Změna 05/00 (v %)	2005	Změna 05/00 (v %)	2005	Změna 05/00 (v %)	2005	Změna 05/00 (v %)	2005	Změna 05/00 (v %)
<b>Hromadná ubytovací zařízení celkem</b>	7608	1,9	986	0,7	435993	-0,3	47638	4,0	51798	24,2	5365	33,4
v tom:												
<i>Hotely a podobná ubytovací zařízení celkem</i>	4279	8,1	539	5,1	232295	6,7	23101	3,4	660	-2,2	-	
v tom:												
Hotely *****	34	209,1	-		9851	65,1	-		-		-	
Hotely ****	252	78,7	9	80,0	35127	49,6	934	151,8	-		-	
Ostatní hotely a pensiony	3993	4,9	530	4,3	187317	-0,5	22167	0,9	660	-2,2	-	
<i>Ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem</i>	3329	-5,1	447	-4,1	203698	-7,3	24537	4,5	51138	24,7	5365	35,5
v tom:												
Kempy	499	5,9	41	17,1	30162	25,1	5715	121,9	48230	25,0	5285	38,3
Chatové osady a turistické ubytovny	968	-11,4	103	-15,6	58329	-3,7	5946	-7,0	1037	-14,9	50	-52,8
Ostatní hromadná ubytovací zařízení	1862	-4,3	303	-1,9	115207	-14,7	12876	-11,2	1871	54,8	30	-11,8

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno

**Tab.2: Hromadná ubytovací zařízení CR podle kategorie a podle okresů k 31. 12. 2005**

Kraj, okresy	Hromadná ubytovací zařízení	v tom						
		hotely a podobná zařízení celkem	v tom		ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom		
			hotely ****	ostatní hotely a pensiony		kempy	chatové osady a turistické ubytovny	ostatní zařízení jinde nespecifikovaná
<b>Královéhradecký kraj</b>	<b>986</b>	<b>539</b>	<b>9</b>	<b>530</b>	<b>447</b>	<b>41</b>	<b>103</b>	<b>303</b>
Hradec Králové	29	19	2	17	10	3	1	6
Jičín	74	33	-	33	41	14	16	11
Náchod	91	45	1	44	46	6	15	25
Rychnov nad Kněžnou	114	55	1	54	59	3	22	34
Trutnov	678	387	5	382	291	15	49	227

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno



**Tab.3: Hromadná ubytovací zařízení cestovního ruchu podle marketingových turistických oblastí k 31. 12. 2005**

Turisticky významná území	Hromadná ubytovací zařízení	v tom						
		hotely a podobná zařízení celkem	v tom		ostatní hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom		
			hotely ****	ostatní hotely a penziony		kempy	chatové osady a turistické ubytovny	ostatní zařízení jinde nespecifikovaná
Krkonoše	739	422	5	417	317	12	49	256
Český ráj	138	66	4	62	72	23	23	26
Hradecko	29	19	2	17	10	3	1	6
Podzvičinsko	42	21	-	21	21	6	6	9
Kladské pomezí	102	49	1	48	53	7	19	27
Orlické hory a Podorlicko	215	102	2	100	113	8	46	59

Pozn. Jako vstupní data byly využity údaje za turistické oblasti, jejichž územní soulad s TVÚ se v určitých případech odlišuje. V tabulce uvedené území Krkonoš (oblast Krkonoše-východ a Krkonoše-střed) zahrnuje i malou část kraje Libereckého, území Českého ráje se rozkládá na území Královéhradeckého, Libereckého a Středočeského (byť na území KHK leží jeho největší část), část území Orlické hory a Podorlicko ležící v Královéhradeckém kraji tvoří pouze polovinu původní stejnojmenné oblasti. Srovnání ubytovacích zařízení může být proto pouze orientační.

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno

**Tab.4: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle marketingových turistických oblastí k 31.12. 2005**

Turisticky významná území	Přibližná rozloha v km <sup>2</sup> (z toho v KHK)	Hromadná ubytovací zařízení	Počet zařízení na 100 km <sup>2</sup>	Pokoje	Lůžka	Průměrná cena za ubytování (Kč)
Krkonoše	<b>800 (717)</b>	739	92	10 300	29 051	530
Český ráj	<b>1 100 (460)</b>	138	13	2 332	6 960	326
Hradecko	<b>970 (970)</b>	29	3	1 126	2 562	410
Podzvičinsko	<b>535 (535)</b>	42	8	993	2 767	266
Kladské pomezí	<b>1 000 (1 000)</b>	102	10	1 828	5 635	237
Orlické hory a Podorlicko	<b>2 100 (1 000)</b>	215	10	3 073	9 879	254

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno

**Tab.5: Výkony hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů v roce 2005**

ČR, kraje	Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu (dny)		Čisté využití lůžek (%)	Využití pokojů (%)
	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci		
<b>Česká republika</b>	<b>12 361 793</b>	<b>6 336 128</b>	<b>40 320 477</b>	<b>19 595 035</b>	<b>3,3</b>	<b>3,1</b>	<b>4,3</b>	<b>4,1</b>	<b>35,8</b>	<b>42,4</b>
Hl. m. Praha	4 108 565	3 725 180	11 204 950	10 368 571	2,7	2,8	3,7	3,8	53,4	60,7
Středočeský	770 670	230 857	2 166 842	587 993	2,8	2,5	3,8	3,5	30,6	36,7
Jihočeský	1 023 289	326 962	3 490 237	896 219	3,4	2,7	4,4	3,7	25,3	30,1
Plzeňský	469 280	155 153	1 514 196	450 902	3,2	2,9	4,2	3,9	29,3	33,6
Karlovarský	589 838	405 969	3 792 155	2 619 054	6,4	6,5	7,4	7,5	43,5	49,8
Ústecký	385 056	166 648	1 265 912	517 769	3,3	3,1	4,3	4,1	21,6	26,2
Liberecký	768 061	242 445	2 741 134	962 515	3,6	4,0	4,6	5,0	27,3	31,7
<b>Královéhradecký</b>	<b>972 391</b>	<b>325 271</b>	<b>3 862 054</b>	<b>1 284 891</b>	<b>4,0</b>	<b>4,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>	<b>30,8</b>	<b>35,2</b>
Pardubický	329 395	52 749	1 097 031	173 258	3,3	3,3	4,3	4,3	25,2	30,0
Vysočina	389 135	59 282	1 160 101	193 722	3,0	3,3	4,0	4,3	24,8	29,9
Jihomoravský	1 056 307	367 439	2 321 628	680 503	2,2	1,9	3,2	2,9	27,2	34,1
Olomoucký	414 910	99 563	1 811 367	287 298	4,4	2,9	5,4	3,9	25,1	30,1
Zlínský	488 766	71 050	1 827 599	258 652	3,7	3,6	4,7	4,6	33,0	39,3
Moravskoslezský	596 130	107 560	2 065 271	313 688	3,5	2,9	4,5	3,9	23,9	30,6

Zdroj: Statistická ročenka Královéhradeckého kraje, 2006, upraveno

**Tab.6: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů ČR v roce 2006**

	Počet příjezdů hostů		v tom podle kategorie ubytovacího zařízení:					
	celkem	z toho nerezidenti	Hotely		pensiony		ostatní hromadná ubytovací zařízení	
			celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti	celkem	z toho nerezidenti
<b>ČR celkem</b>	<b>12 724 926</b>	<b>6 435 474</b>	<b>7 916 625</b>	<b>5 298 385</b>	<b>1 459 365</b>	<b>482 289</b>	<b>3 348 936</b>	<b>654 800</b>
v tom kraje:								
Hl. m. Praha	4 142 538	3 702 116	3 689 077	3 390 441	144 837	111 796	308 624	199 879
Středočeský	767 477	224 215	436 860	176 151	93 377	21 933	237 240	26 131
Jihočeský	1 101 216	333 402	410 662	203 962	166 806	47 337	523 748	82 103
Plzeňský	487 927	154 828	227 061	99 088	82 705	21 436	178 161	34 304
Karlovarský	669 905	479 742	434 266	357 732	57 457	32 129	178 182	89 881
Ústecký	392 388	167 380	192 886	108 742	73 650	29 852	125 852	28 786
Liberecký	802 499	243 166	308 983	151 895	182 830	57 609	310 686	33 662
<b>Královéhradecký</b>	<b>982 077</b>	<b>332 840</b>	<b>398 249</b>	<b>205 982</b>	<b>218 542</b>	<b>76 049</b>	<b>365 286</b>	<b>50 809</b>
Pardubický	353 089	58 586	148 531	32 184	51 407	10 930	153 151	15 472
Vysočina	407 720	59 399	197 634	39 312	56 838	10 432	153 248	9 655
Jihomoravský	1 069 258	397 239	652 782	332 171	107 231	24 909	309 245	40 159
Olomoucký	430 839	97 873	200 242	63 840	68 780	16 551	161 817	17 482
Zlínský	508 557	72 020	278 613	51 212	73 162	10 553	156 782	10 255
Moravskoslezský	609 436	112 668	340 779	85 673	81 743	10 773	186 914	16 222

Zdroj: Statistický bulletin Královéhradeckého kraje, 4. čtvrtletí 2006, ČSÚ, 2007

## PŘÍLOHA 6: ČINNOSTI ODDĚLENÍ CESTOVNÍHO RUCHU KHK

### Oddělení cestovního ruchu zabezpečuje tři hlavní okruhy činností:

#### 1. Koordinační činnost

Vlastní koordinace CR z úrovně kraje a krajského úřadu se soustřeďuje především na **koordinační činnost v oblasti CR** ve vymezeném území. Na úrovni kraje neexistuje žádný „projekt organizace cestovního ruchu“ jak je tomu v některých jiných krajích (např. Olomouckém), na jehož základě by se přistoupilo ke zřízení organizací OCR (blíže kap. 3.1.2.- Organizace a koordinace CR na úrovni subregionální). Na území kraje sice funguje 7 OCR, nicméně lze konstatovat, že vznikly takřkajíc "odspodu". Právní forma těchto OCR je různá, totéž platí i pro různou členskou základnu těchto organizací.

Dotčené OCR jsou přirozenými významnými subjekty cestovního ruchu v každém jednotlivém subregionu a ve většině případů fungovaly ještě před vznikem krajů. Královéhradecký kraj se vydal cestou spolupráce s OCR, které koordinují cestovní ruch na turisticky významných územích (TVÚ).

Spolupráce kraje a příslušných OCR probíhá prostřednictvím „Smluv o poskytnutí účelové neinvestiční dotace“. Tento smluvní vztah mezi OCR a krajem respektuje rámec daný rozvojovou strategií dotčeného území, kde tyto společnosti působí.

Účelem poskytnuté dotace je podpora činností OCR v daném území, která bude zajišťovat koordinaci marketingových aktivit podporujících zejména tvorbu a zajištění regionálních turistických programů, produktů a projektů (včetně podpory rozvoje a zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu), prezentaci a propagaci daného turisticky významného území včetně zajišťování turistického informačního systému a webových prezentací, řízení a organizování analytické činnosti (statistická šetření, sledování zpětné vazby realizovaných opatření a dopadů projektů, postavení daného území v konkurenčním prostředí jak na úrovni tuzemské, tak mezinárodní apod.), zejména s cílem vytváření partnerského prostředí a navázání spolupráce mezi veřejnou, podnikatelskou a neziskovou sférou za účelem alokace finančních prostředků a efektivního využití potenciálu cestovního ruchu a vytváření předpokladů k jeho dalšímu rozvoji v daném území. Tolik oficiální vyjádření.

Do dalších aktivit OCR, které jdou nad rámec smluvního vztahu, kraj nijak nezasahuje. Jednotlivé společnosti, se zodpovídají ze svých činností ve svých výročních závěrečných zprávách, které předkládají krajskému úřadu. Vyhodnocení těchto zpráv umožňuje oddělení cestovního ruchu upřesňovat pro další období rozsah a kvalitu požadovaných činností.

#### **Mezi další činnosti oddělení cestovního ruchu v oblasti koordinace patří zejména:**

- spolupráce s dalšími odbory krajského úřadu při naplňování cílů Koncepce rozvoje cestovního ruchu kraje zpracované v r. 2002 Terénním šetřením však bylo zjištěno, že se nedaří informovat o jiných aktivitách krajského úřadu, které mají dopad do CR, jako je např. rekonstrukce silnic II. a III. třídy, či výstavba nových cyklostezek. Citelně chybí generel cyklodopravy kraje. KHK ale vytváří koncepci cyklodopravy KHK, která se bude aktualizovat. Oblast spolupráce krajského úřadu s CEP a OCR na významných nadregionálních projektech nebyla vůbec zaznamenána. Je podivné, když příspěvková organizace kraje jako je CEP vypracovává projekty na komerční bázi i pro OCR, které si to nemohou dovolit zaplatit a nebo tuto činnost uhrazují z dotací od Kraje a tím se veřejné prostředky poskytnuté jako dotace OCR vrací zpět na krajský úřad prostřednictvím CEP

- definování měřitelných kritérií pro hodnocení Koncepce, její průběžné vyhodnocování a informování Výboru pro cestovní ruch o výsledcích
- organizování vzdělávání řídicích pracovníků a zaměstnanců oddělení CR i OCR, případně dalších partnerů působících na území kraje (existuje úzká spolupráce s Univerzitou v Hradci Králové) Terénním šetřením bylo zjištěno, že chybí především vzdělávání pracovníků pohybujících se v CR v praktických otázkách a platforma pro výměnu zkušeností mezi nimi.
- v součinnosti s OCR shromažďování podkladů k sestavení rozpočtu kraje v kapitole cestovní ruch a jeho předkládání k projednání samosprávným orgánům kraje.

## 2. Činnost v oblasti propagace a prezentace

Kromě již uvedené koordinační činnosti se Královéhradecký kraj a jeho oddělení cestovního ruchu zabývá také **propagací a prezentací svého území** ve vnějším prostředí.

Aktivity v oblasti marketingové komunikace se soustřeďují zejména do oblasti tvorby propagačních materiálů, propagaci v tiskovinách, internetových stránkách (informační systém) a prezentací na veletrzích a výstavách cestovního ruchu. V poslední době se objevují snahy o nové moderní prvky marketingové komunikace.

Prosazení Královéhradeckého kraje v konkurenčním prostředí ostatních destinací cestovního ruchu závisí ve velké míře na účinnosti marketingové podpory cestovního ruchu, která zahrnuje vypracování marketingové strategie a na ni navazující konkrétní marketingové aktivity (např. zhotovení kvalitních regionálních propagačních materiálů, podpora tvorby turistických produktů, jednotná prezentace regionu na veletrzích a výstavách cestovního ruchu v ČR i zahraničí, prezentační akce kraje apod.).

Počet účastí kraje na veletrzích i struktura těchto veletrhů se do jisté míry obměňuje. Dlouhodobě se Královéhradecký kraj prezentuje na veletrzích Regioutour Brno, Holiday World Praha, Vacantiebeurs Utrecht, nově byla zařazena např. prezentace regionu na veletrhu Fitur Madrid nebo ITB Berlin. Seznam účastí na veletrzích a výstavách za poslední 2 roky je uveden v příloze 10.

Královéhradecký kraj vykonává také **přímou ediční činnost** v oblasti cestovního ruchu. Emitované materiály (tisky v řádech tisíců kusů) jsou poskytovány českým zastoupením v zahraničí, OCR a jsou využívány pro vlastní prezentaci na veletrzích a výstavách. Pravidlem je, že monotematické materiály se distribuují na celé území kraje a územně zaměřené materiály dle turistických oblastí.

Detailněji je tato oblast analyzována v kapitole 3.2.2. (Charakteristika a hodnocení současných turistických produktů a balíčků, souhrnná analýza marketingové strategie (programming)).

## 3. Aktivity v oblasti grantů a projektová činnost

Oddělení cestovního ruchu připravuje ve spolupráci s Výborem pro cestovní ruch návrhy grantů, projektových výzev nebo jiných druhů podpor určených pro rozvoj cestovního ruchu. Zpracovává návrhy závazných podmínek pro granty, projektové výzvy, případně další podpory poskytované z rozpočtu kraje a předkládá je samosprávným orgánům kraje.

Dále kontroluje a vyhodnocuje věcnou a obsahovou správnost předložených žádostí o granty, projektové výzvy, nebo jiné podpory v oblasti cestovního ruchu poskytované z rozpočtu kraje a předkládá je samosprávným orgánům kraje ke schválení.

Nová oblast, kterou dle politického zadání bude oddělení CR na Královehradeckém kraji v následujícím období zajišťovat, je zabezpečení projektové **přípravenosti na čerpání finančních prostředků z programů EU**.

Pozornost oddělení bude v tomto smyslu zaměřena na celokrajské projekty CR. Menší regionální projekty budou řešeny v kompetenci příslušných OCR. Vlastní finanční a projektové řízení zabezpečované pracovníky oddělení CR by se mělo odehrávat jen v oblasti tzv. měkkých projektů.

V současné době je systém teprve v počátcích zrodu, jeho funkčnost bude prověřena až s vyhlášením prvních výzev příslušných operačních programů.

V této oblasti činnosti se předpokládá se úzká součinnost s externím dodavatelem.



## PŘÍLOHA 7: PRACOVNÍ NÁPLŇ PRACOVNÍKŮ ODDĚLENÍ CESTOVNÍHO RUCHU

### Pracovní náplně pracovníků tohoto oddělení jsou následující:

- plně zajišťují funkci příkazce operace ve vztahu k rozpočtu Královéhradeckého kraje, kapitole 11 – cestovní ruch a spolupracuje při zajišťování zákona č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě včetně prováděcí vyhlášky č. 416/2004 Sb.
- připravují koncepce rozvoje cestovního ruchu na území kraje, podílí se na zajištění jejich realizace (§ 35 zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, zejména tím, že:
- podílí se na přípravě a realizaci rozvojových strategických materiálů v kraji, regionu soudržnosti a v turisticky významných územích kraje
- podílí se na přípravě a realizaci projektů podporovaných z evropských, národních a krajských zdrojů
- podílejí se na analýzách rozvoje odvětví cestovního ruchu v kraji
- zpracovávají koncepci rozvoje cestovního ruchu na území kraje a spolupracuje na tvorbě celostátní koncepce cestovního ruchu a vymezení hlavních územních problémů a priorit
- koordinují vytváření krajských zdrojů pro financování rozvoje cestovního ruchu v kraji
- podporují prezentaci a propagaci turistických území, podílejí se na jejich zabezpečování, zajišťují komplexní agendu prezentace nabídky kraje pro účely rozvoje cestovního ruchu
- poskytují odbornou a metodickou pomoc a informační podporu subjektům kraje v oblasti cestovního ruchu
- spolupracují s Českou centrálou cestovního ruchu, s podnikatelskou a neziskovou sférou, s rozvojovými agenturami a s orgány památkové péče a ochrany přírody v oblasti propagace a rozvoje cestovního ruchu v kraji
- vykonávají činnosti rozvíjející zahraniční vztahy kraje
- koordinují územní dopady koncepce rozvoje cestovního ruchu, vymezují hlavní problémy a územní priority a navrhnou příslušným úřadům jejich řešení
- připravují, monitorují a podporují projekty cestovního ruchu v kraji (cykloturistika, agroturistika, ekoturistika, atd.)
- podporují a koordinují komunikaci mezi subjekty v oblasti cestovního ruchu, podílejí se na budování a udržování informačního systému v oblasti cestovního ruchu v kraji
- podporují celoživotní vzdělávání zaměřené na cestovní ruch a podílejí se na realizaci vzdělávacích a školicích programů

**PŘÍLOHA 8: PROPAGAČNÍ PRODUKTY KHK**
**Tab.1: Přehled vydaných produktů.**

Název publikace/mapy	Jazykové mutace	Vydavatel	Náklad (ks)
Královéhradecký kraj, HRADY, ZÁMKY, PEVNOSTI, MĚSTSKÉ A VESNICKÉ PAMÁTKOVÉ REZERVACE A ZÓNY	Čj, Aj, Nj, Pj, Fj, 5 svazků	Královéhradecký kraj, Garamon s. r. o.	10 000
Královéhradecký kraj, MUZEA, GALERIE, ROZHLEDNY, FORTIFIKAČNÍ A TECHNICKÉ PAMÁTKY	Čj, Aj, Nj, Pj, Fj, 5 svazků	Královéhradecký kraj, Garamon s. r. o.	10 000
Královéhradecký kraj, CÍRKEVNÍ PAMÁTKY A POUTNÍ MÍSTA	Čj, Aj, Nj, Pj, Fj, 5 svazků	Královéhradecký kraj, Garamon s. r. o.	10 000
Královéhradecký kraj, AKTIVNÍ DOVOLENÁ*	Čj, Aj, Nj, Pj, Fj, 5 svazků	Garamon s. r. o.	10 000
Královéhradecký kraj, HRADECKO	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj, Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, ČESKÝ RÁJ	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, KRKONOŠE	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj, Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, KLADSKÉ POMEZÍ	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj, Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, ORLICKÉ HORY A PODORLICKO	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj, Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, PODZVIČINSKO	Čj, Aj, Nj, Pj, 2 svazky	Královéhradecký kraj, Lukáš Taneček - Propagcentrum	10 000
Královéhradecký kraj, KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ	Čj, Aj, Nj	Královéhradecký kraj, U & U grafický design	9 000
Královéhradecký kraj, MAPA KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE 1:150 000	Čj, Aj, Nj, Pj	Geodézie ČS a. s.	10 000
Královéhradecký kraj, HRADY, ZÁMKY, PEVNOSTI (trhací mapa)	Čj, Aj, Nj, 3 svazky	Geodézie ČS a. s.	30 000
Královéhradecký kraj, ROZHLEDNY A	Čj, Aj, Nj,	Geodézie ČS a. s.	30 000

Název publikace/mapy	Jazykové mutace	Vydavatel	Náklad (ks)
VYHLÍDKOVÁ MÍSTA (trhací mapa)	3 svazky		
Královéhradecký kraj, MUZEA A GALERIE (trhací mapa)	Čj, Aj, Nj, 3 svazky	Geodézie ČS a. s.	30 000
Královéhradecký kraj, ŽIDOVSKÉ PAMÁTKY A STAVBY (trhací mapa)	Čj	Geodézie ČS a. s.	10 000
Královéhradecký kraj, CÍRKEVNÍ PAMÁTKY A POUTNÍ MÍSTA (trhací mapa)	Čj	Geodézie ČS a. s.	10 000

\* neaktuální, již nedistribováno

## **PŘÍLOHA 9: HODNOCENÍ PROPAGAČNÍCH MATERIÁLŮ A INTERNETOVÉ PROPAGACE TURISTICKY VÝZNAMNÝCH ÚZEMÍ**

### **Propagační materiály**

*Krkonoše* – Velmi vhodně strukturovaný materiál s výrazným zaměřením na přírodní atraktivitu a zimní sporty (odpovídá přirozeným dispozicím území), které je doplněno zdůrazněním historických a kulturních pamětihodností. Množství fotografií a krátký text přispívá ke stravitelnosti.

*Podzvičinsko* – Velmi příjemný materiál s dobrými fotografiemi, který je zaměřen na přiblížení historických a kulturních památek. Možná až příliš mnoho pozornosti je věnováno popisu měst (Lázně Bělohrad, Nová Paka). Vhodnější by bylo se více zaměřit na harmonii zvláště kulturní krajiny a možnosti pro sportovní vyžití nebo rodinnou dovolenou.

*Český ráj* – Velmi příjemná a graficky skvěle zvládnutá publikace, popis historických památek však také sklouzává k encyklopedičnosti.

*Hradecko* – Autorům se podařilo vyhnout se přílišnému zaměření na historii nejvýznamnějších lokalit a encyklopedickému popisu vyčerpávajícího seznamu historických a kulturních památek. Výjimkou je do jisté míry charakteristika Hradce Králové, která je dost dlouhá a sklouzává do popisnosti. Velmi dobrým nápadem je prezentace Hradce Králové pomocí sloganu „Salon republiky“. Druhá část nabízí zajímavé turistické produkty na základě propojení turistických atraktivit do tematických celků – zejména výpravy po stopách historie.

*Kladské pomezí* – Popis historických památek opět sklouzává k encyklopedičnosti a je poměrně vyčerpávající. Velmi dobrá je však kapitola „Stopy historie“ s charakteristikou pevnostních komplexů. Neuškodila by samostatná kapitola věnovaná významným spisovatelům (Jirásek, Němcová) a hudebním skladatelům (B.Smetana). Problémem je nedostatečná prezentace Kladska jakožto horolezeckého a turistického ráje.

*Orlické hory a Podorlicko* – Nedostatečná pozornost je věnována přírodním atraktivitám a zimním sportům. Slabinou je možná až příliš velká orientace na popis historických památek, které nejsou nejvýznamnějším lákadlem regionu.

### **Internetová propagace**

*Krkonoše* (<http://www.ergis.cz/krkonose/>) – po všech stránkách zřejmě nejzdařilejší stránka; již na titulním listu obsahuje rozcestník na všechny důležité informace; v ostatních jazykových mutacích ponechány hlavní nadpisy v češtině; úvodní stránka by však měla více poukazovat na zimní turistiku

*Podzvičinsko* (<http://www.podzvicinsko.cz/>) – velmi příjemná stránka s dobrou grafikou a nápaditě zapracovaným logem do designu stránky; strukturou, pojetím a vzhledem se přibližuje stránce TVÚ Český ráj.

*Český ráj* (<http://www.cesky-raj.info>) – též graficky velmi zdařilé a přehledné stránky na srovnatelné úrovni jako stránky Krkonoš; do designu je výborně zapracováno logo; stránky obsahují odkazy na všechny důležité informace, jsou však až možná příliš „textové“ – neuškodilo by větší zapracování grafických prvků (fotografií, mapek, schémat) do textu (zejména k popisu turistických tras a cyklotras)

*Hradecko* (<http://www.kralovehradecko-info.cz/>) – přehledná stránka, ale poněkud obsahově chudší než webové stránky Krkonoš a Českého ráje; chybí zejména popisy turistických tras a

cyklotras (zachyceny pouze na mapách); stránka neobsahuje tématické rozdělení aktivit podle forem turistiky (sportovní, poznávací, pobytová, rodinná aj.)

*Kladské pomezí* (<http://www.kladskepomezi.cz/>) – kvalitní a přehledná stránka téměř srovnatelná se stránkou TVÚ Krkonoše; dobrý popis turistických tras i s fotografiemi

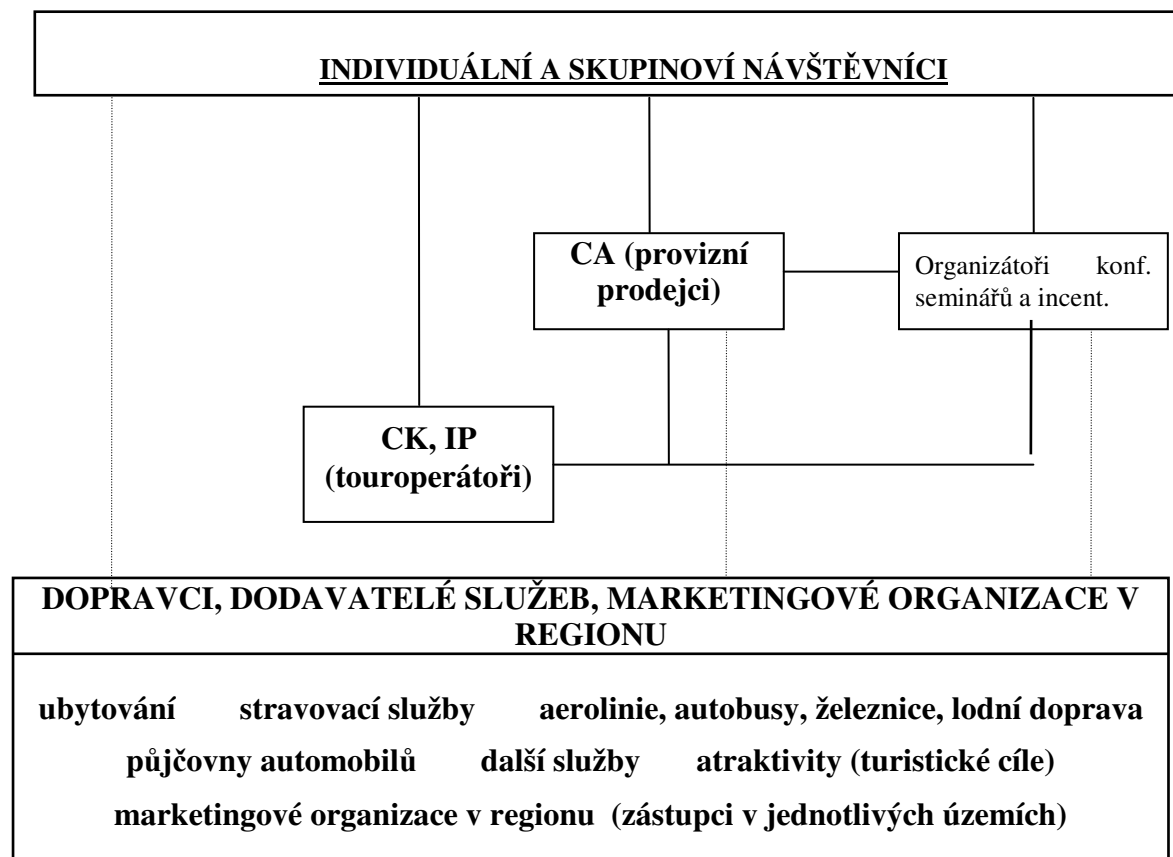
*Orlické hory* (<http://www.orlickehory.cz/>) – z hlediska přehlednosti a grafického zpracování zřejmě nejslabší stránka; založena na textu; nedostatek kvalitních fotografií; příliš malé fotografie a poměrně strohý popis; jazykové mutace příliš nefungují

(<http://www.orlickehory-cz.info>) - toto je již zdařilejší webová stránka než její sestra; je zde větší přehled toho, co chci najít; širší menu; funkční jazykové mutace; je potřeba ale více obrázků; chybí sekce odkazy

Obě stránky jsou za turistickou oblast Orlické hory a Podorlicko, což vzhledem k povaze cestovního ruchu není špatné, ale bylo by dobré je z důvodu přehlednosti sloučit do jedné verze nebo je aspoň provázat vzájemnými odkazy.



## PŘÍLOHA 10: SCHÉMA SOUČASNÉHO ZPŮSOBU PRODEJE PRODUKTŮ



**PŘÍLOHA 11: ÚČAST KHK NA VELETRZÍCH A VÝSTAVÁCH**
**Přehled veletrhů a prezentačních akcí, kterých se Královéhradecký kraj zúčastnil v roce 2006:**

Vakantiebeurs Utrecht	Leden
Regiontour Brno	Leden
Vacanz Lucemburk	Leden
Slovakiatour Bratislava	Leden
Reisenmarkt Drážďany	Leden
Tourism Expo Olomouc	Únor
Reisen Hamburk	Únor
Holiday World Praha	Únor
CBR Mnichov	Únor
Ferien Messe Salzburg	Únor
ITB Berlin	Březen
Infotour Hradec Králové	Březen
Euroregiontour Jablonec n. Nisou	Březen
ASTA-IDE Praha	Březen
MITT Moskva	Březen
Regionpropag Pardubice	Březen
St. Pölten	Březen
Fit Relax Lysá n. Labem	Duben
Dovolená a region 2006 Ostrava	Duben
Mobil Salon České Budějovice	Duben
Eurorando České Budějovice	Červen
Český den v Krakově	Srpen
TT Varšava	Září
Prezentační dny ve Vídni	Září
Slovenská zima Banská Bystrica	Září
Ukraine Travel Market Kyjev	Říjen
Poznaň	Říjen
WTM Londýn	Listopad
TUC Lipsko	Listopad
ITEP Plzeň	Listopad
MADI Praha	Listopad

**Přehled veletrhů a prezentačních akcí, kterých se Královéhradecký kraj zúčastnil v roce 2007:**

Vacantiebeurs Utrecht (Nizozemí)	Leden
Regiontour Brno 2007 (ČR)	Leden
Ferienmesse Vídeň (Rakousko)	Leden
IFT Slovakiatour Bratislava (Slovensko)	Leden
Tourism Expo Olomouc (ČR)	Leden
Reisemarkt Drážďany (Německo)	Leden
Fitur Madrid (Španělsko)	Leden/Únor
Reisen Hamburk (Německo)	Únor
Salon des Vacances Brusel (Belgie)	Únor
Holiday World Praha (ČR)	Únor
CBR Mnichov (Německo)	Únor
ITB Berlin (Německo)	Březen
EuroregionTour Jablonec (ČR)	Březen
Infotour Hradec Králové (ČR)	Březen
Dovolená Ostrava (ČR)	Březen/Duben
TR Utazas Budapešť (Maďarsko)	Březen/Duben
Katovice (Polsko)	Březen/Duben
Český den v Krakově (Polsko)	Srpen
Targi Turystyczne Varšava (Polsko)	Září
Tisovec (Slovensko)	Září
Královéhradecké Dožínky (ČR)	Září
Tour Salon Poznaň (Polsko)	Říjen
UTM Kijev (Ukrajina)	Říjen
MADI Travel Market Praha 2007 (ČR)	Listopad
ITEP Plzeň (ČR)	Listopad
WTM Londýn (Velká Británie)	Listopad
Touristik Und Caravaning TUC Lipsko (Německo)	Listopad

**PŘÍLOHA 12: IDENTIFIKACE PROBLÉMŮ V OBLASTI CR (VZOR DOTAZNÍKU)**

**VE KTERÝCH OBLASTECH VIDÍTE PROBLÉMY V  
ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU (CR)  
KRÁLOVÉHRADECKÉHO KRAJE?**

(prosíme o jejich výběr a následné zatržení)

**OBLAST 1: SUBJEKTY CR A ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ****➤ Subjekty cestovního ruchu**

- vznik a činnost místních organizací CR,
- vznik a činnost regionálních organizací CR,
- celokrajské sdružení cestovního ruchu KHK,
- postavení kraje při koordinaci podmínek a aktivit CR na svém území
- podmínky pro podnikání
- turistická informační centra (TIC; počet a územní rozložení, vybavenost, standardizace a certifikace, propojování TIC, společná spolupráce a spolupráce i s dalšími subjekty)
- jiné:.....

**➤ Příprava lidských zdrojů**

- zájem o vzdělávání pracovníků z různých organizací v cestovním ruchu,
- dostupnost a pestrost nabídky vzdělávacích kurzů/modulů,
- absence vzdělávacích center,
- jiné:.....

**OBLAST 2: MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU****➤ Příprava a tvorba propagačních materiálů**

- distribuce a prodej produktů a programů
- vytváření webových stránek s turistickými informacemi
- turistický informační a rezervační systém – krajský a regionální
- jiné:.....

**➤ Úroveň propagace a reklamy**

- množství a struktura propagačních materiálů
- provázanost propagace jednotlivých regionů a oblastí
- zastřešující značka řešeného území
- jednotná grafická podoba propagačních materiálů kraje a regionálních organizací CR
- jiné:.....

**➤ Ostatní marketingová podpora**

- public relations (tisk a veřejnost),

- systém monitorování a vyhodnocování návštěvnosti,
- podpora marketingových a rozvojových studií,
- budování systémů klubových výhod,
- podpora místních iniciativ a aktivit,
- jiné:.....

### **OBLAST 3: PROGRAMY A PRODUKTY CESTOVNÍHO RUCHU**

- **Efektivnost cílení programů a produktů na skupiny návštěvníků**
- **Množství a struktura programů a produktů pro komplexní škálu aktivit CR**
  - aktivní turistika
  - venkovská (šetrná) turistika
  - památky
  - lázeňská turistika
  - veletržní a kongresová turistika
  - další, které:.....
- **Přeshraniční a mezinárodní spolupráce**
  - společné aktivity a pravidelná setkávání
  - jazyková vybavenost pracovníků v CR
  - programy a produkty s přeshraničním efektem
  - jiné:.....
- **Incomingové aktivity**

### **OBLAST 4: ZÁKLADNÍ A DOPROVODNÁ TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA A SLUŽBY**

- certifikace služeb,
- plochy a objekty brownfields v atraktivních lokalitách CR
- **Ubytovací a stravovací zařízení**
  - kapacita zařízení,
  - kvalita a struktura,
  - certifikace a bezbariérovost zařízení,
  - jiné:.....
- **Turistická dopravní infrastruktura**
  - sezónní turistická doprava,
  - dopravní navigační a informační systém,
  - špatný technický stav komunikací,
  - rozšíření ekologické dopravy,
  - malá propustnost státní hranice,
  - jiné:.....
- **Sportovní a volnočasová infrastruktura**
  - značení, kvalita a údržba cest pro pěší a cyklisty,



- infrastruktura pro zimní sporty (sjezdové a běžecké lyžování, další zimní sporty),
- infrastruktura pro letní sporty (koupaliště, aquaparky, venkovní hřiště...),
- jiné:.....
- **Kulturní, historické a technické památky, přírodní atraktivity**
  - technický stav těchto zařízení,
  - dostupnost a přístupnost těchto objektů,
  - celkový vzhled a úprava obcí jako cílů CR,
  - přísná ochrana přírodních atraktivit (národní parky, chráněné krajinné oblasti...),
  - jiné:.....

**Organizace:**

**Funkce v organizaci:**

## PŘÍLOHA 13: PRŮZKUM NÁZORŮ AKTÉRŮ CR (TERÉNNÍ ŠETŘENÍ)

V průběhu prací na analytické části Programu rozvoje cestovního ruchu byly realizovány řízené rozhovory s řadou významných aktérů CR v KHK – OCR, TIC, ORP, vybraná města. Byly zjišťovány jejich názory na různé otázky z oblasti cestovního ruchu (zejména rajonizace území, řízení a organizace CR, marketing, spolupráce subjektů a další). Tyto názory byly použity jednak pro dokreslení situace cestovního ruchu v KHK v analytické části Programu, jednak jako jeden z podkladů pro vytvoření jeho návrhové části.

Zásadním prvkem pro vytvoření jednotného konceptu cestovního ruchu je vnímání postavení jednotlivých aktérů v systému cestovního ruchu na území kraje.

### Při terénním šetření byla vedena jednání s následujícími subjekty:

- *OCR* – B&K Tour, s.r.o., Svaz cestovního ruchu Branka, o.p.s., Kultura Rychnov nad Kněžnou, s.r.o., Sdružení Podzvičinsko, Regionální turistické a informační centrum, o.p.s., Sdružení Český ráj, Krkonoše – svazek měst a obcí
- *Města* – Broumov, Hradce Králové, Hostinné, Jaroměř, Jičín, Náchod, Nová Paka, Nové Město nad Metují, Trutnov
- *TIC* – Dobruška, Hořice v Podkrkonoší, Jičín
- *Další subjekty* – Euroregion Glacensis, Skiareál Špindlerův Mlýn, a.s.

### Rajonizace území

Marketingový turistický region Východní Čechy se díky své organizační nefunkčnosti rozpadl. Orlické hory a Podorlicko zamýšlely zůstat samostatnými, Podzvičinsko se chtělo spojit buďto s Kladským pomezím a Hradeckem, nebo s Krkonošemi, a zabránit tak roztržitosti území. Vzhledem k tomu, že Kladské pomezí chtělo samostatnost, orientovalo se Podzvičinsko na Krkonoše. Neusilovalo ovšem o sloučení, pouze o navázání úzké spolupráce (např. veletrhy, cyklobusy, prezentační akce, stránka v rámci Krkonošské sezóny, úprava běžeckých tratí atd.). V roce 2007 (červen) byla přijata Zastupitelstvem Královéhradeckého kraje rajonizace CR, která rozdělila území celého kraje na pět turisticky významných území (TVÚ) – Krkonoše a Podkrkonoší, Český ráj, Kladské pomezí, Orlické hory a Podorlicko, Hradecko.

Podzvičinsko je rozlohou dosti malá oblast, a proto by nemělo být samostatným TVÚ. Jako ideální řešení vidí existenci TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší, přičemž Podzvičinsko by zůstalo samostatnou turistickou oblastí a spolupracovalo by s Krkonošemi.

TVÚ Kladské pomezí spravuje OCR Branka, členem OCR však není Broumovsko, čímž se území tříští. Název „Kladské pomezí“ je poněkud problematický, neboť tento název není zcela výstižný a mohl by být uplatňován i v příhraničních oblastech Jeseníků a v Rychlebských horách. Také je málo známý mezi občany ČR, potenciálními návštěvníky. Mezi aktéry CR panují různé názory na tento název – někteří s ním souhlasí, jiní ne. Nevyhovuje též dosavadní vymezení TVÚ Kladské pomezí, jehož členem není většina obcí sdružených do DSO Broumovsko, prezentující se z hlediska cestovního ruchu jako samostatné území. Broumovsko je však přístupné myšlence založení nové OCR pro celé TVÚ Kladské pomezí, jehož zakládajícími členy by byla OCR Branka z Náchoda a OCR Agentura pro rozvoj Broumovska, která by se přetvořila v sdružení právnických osob.

Problémem je rozdělení Orlických hor mezi kraje Královéhradecký a Pardubický, a také mezi dvě OCR, což komplikuje spolupráci v tomto území.

### Řízení a organizace CR

Zástupci organizací CR se shodují na tom, že pro efektivní rozvoj CR je klíčové řízení a koordinace aktivit realizovaných jednotlivými OCR a zajištění stabilních finančních podmínek pro jejich fungování. Takovým řídicím a koordinačním orgánem byl měl být kraj, resp. oddělení cestovního ruchu. Komunikace kraje s regiony je ale podle představitelů OCR nedostatečná, informace nejsou předávány systémově (např. některé informace dostávají pouze TIC a některé OCR). Finanční podpora fungování organizací CR, jejich zaměstnanců a připravovaných projektů není koncepční a chybí jí stabilita, která by umožnila nastartovat dlouhodobější projekty bez obav ze ztráty finanční podpory daného projektu. Chybí komunikace a koordinace aktivit CR s okolními kraji.

Jako vhodný způsob toku informací byl identifikován přenos od kraje přes OCR na TIC a obce s rozšířenou působností, a to v obou směrech – koncepční a metodické informace „shora dolů“, informace z regionů „zdola nahoru“.

Pro řízení CR v určitém území je nutné odpovídající personální zajištění potřebných aktivit. Jednotlivé OCR většinou zaměstnávají jednoho až dva interní pracovníky (výjimkou jsou Krkonoše se třemi zaměstnanci), a kromě toho také externisty. Zkušenosti ukazují, že pro úspěšné nastartování a další realizaci aktivit a projektů v CR je potřeba – v ideálním případě – tři nebo více pracovníků; limitujícím faktorem jsou ovšem vždy finance.

Velmi důležitou oblastí je vzdělávání pracovníků v CR, ať již zaměstnanců OCR nebo TIC. Vzdělávací aktivity sice existují, ale nejsou provázány a nesleduje se jejich skutečný efekt. Kurzy a semináře by neměly být zaměřeny obecně, ale měly by být spíše věnovány konkrétním problémům, s nimiž se pracovníci setkávají při své každodenní činnosti. Při těchto seminářích by měl být také poskytnut prostor pro neformální setkávání a výměnu zkušeností. OCR by také přivítaly pravidelná setkávání v rámci KHK, kde by mohlo docházet k výměně zkušeností a informací (i informací od kraje), řešila by se aktuální témata a navazovaly, resp. prohlubovaly vzájemné kontakty.

Organizace OCR mají v KHK různé právní formy, takže se liší i spektrum možných zapojených subjektů (např. Svazek měst a obcí Krkonoše může sdružovat pouze obce, naopak Sdružení Český ráj funguje jako zájmové sdružení právnických osob právě kvůli účasti i dalších subjektů). Většinou bývají do OCR přímo zapojeny pouze subjekty veřejné sféry, se subjekty sféry soukromé – podnikateli a neziskovými organizacemi – bývá „jen“ navazována spolupráce. Výjimkou je OCR Hradecko, kterou tvoří cestovní kancelář B&K Tour, tedy podnikatelský subjekt. Výhodou je, že podnikatelský subjekt disponuje finančními prostředky k řízení CR na daném území. Nevýhodou je nízká ochota obcí ke spolupráci, protože tato spolupráce předpokládá zasílání finančních příspěvků soukromému subjektu.

Na území TVÚ Orlické hory a Podorlicko se nacházejí dvě OCR – Regionální turistické informační centrum o.p.s. (v Kostelci nad Orlicí) a Kultura Rychnov nad Kněžnou s.r.o. Spolupráce mezi nimi dosud není příliš rozvinuta. V budoucnu ovšem chtějí iniciovat užší spolupráci a zlepšit vzájemnou komunikaci. Problémem je také rozdělení Orlických hor mezi kraje Královéhradecký a Pardubický.

Podobně se dvě OCR nacházejí na území TVÚ Krkonoše a Podkrkonoší (OCR SMO Krkonoše a Sdružení Podzvičinsko). Zde ovšem spolupráce probíhá zatím úspěšně.

TVÚ Krkonoše není tvořeno celistvým územím. Například město Trutnov není součástí SMO Krkonoše, i když s ním spolupracuje. Důvodem jsou odlišné potřeby města a okolí, které se zaměřuje na kulturní turistiku a rodinnou rekreaci v malých střediscích. K přínosu členství v SMO Krkonoše je Trutnov skeptický. Město je jen členem svazku obcí Východní Krkonoše. Svazek v hlavních oblastech CR (marketing, propagace apod.) spolupracuje se SMO Krkonoše, jeho stěžejní aktivity se ale omezují na řešení vlastních dílčích záležitosti v údolí Trutnov - Pec pod Sněžkou. Pokud by však SMO Krkonoše realizoval projekty významně se týkající Trutnova, mohlo by město otázku účasti v SMO přehodnotit.

V současné době se uvažuje o změně systému finanční podpory OCR ze strany KHK. Současný plošný systém (v roce 2006 činil příspěvek 283 000 Kč na každé TVÚ) bude v budoucnu nahrazen multikriteriálním systémem, který bude brát v úvahu rozlohu území, počet obyvatel, lůžkovou kapacitu a další ukazatele. Tím dojde ke zvýhodnění turisticky atraktivních území. Další podpora z kraje bude prostřednictvím nákupu služeb nebo eventuálně formou bezplatného dotačního poradenství.

### **Turistická informační centra**

Turistická informační centra (TIC) jsou ze strany KHK financována plošně, neexistuje diferenciací podle návštěvnosti. To znevýhodňuje TIC v turisticky atraktivních územích. Počet TIC je v jednotlivých TVÚ většinou dostatečný, ale jejich úroveň a vybavenost se výrazně liší.

U většiny OCR je spolupráce s TIC dobrá, pravidelně organizují setkání. Také TIC v jednotlivých OCR spolu navzájem často spolupracují. Chybí ovšem možnost setkávání TIC v rámci KHK, kde by docházelo k neformální výměně informací a zkušeností, což by řada TIC uvítala.

Problémem je předávání informací, které příliš nefunguje – kraj komunikuje pouze s TIC a nikoliv s OCR.

Krkonoše mají vytvořenou vlastní rajonizaci TIC na svém území, zejména kvůli pravidelnému sběru dat. Vztahy OCR s TIC jsou velmi dobré, velký problém je však různorodost správců TIC a různá úroveň TIC (špatná zkušenost s podnikateli provozující TIC). Od roku 2008 by chtěly Krkonoše zavést regionální turistické informační centrum (RTIC).

TIC v Orlických horách nejsou integrována do společného systému. Bylo by potřeba je jednotně řídit, jednotně vybavit a zajistit je finančně (bez finančních jistot se špatně budují, udržují a rozvíjejí lidské zdroje – lidé nemají jistotu a odcházejí jinam). TIC totiž mnohde pracují na základě dobrovolnosti a jsou závislá na kvalitě lidí.

Úkolem kraje by mělo být perfektní zabezpečení fungování TIC jako základu pro poskytování informací o CR, včetně jejich materiálního a personálního vybavení a perfektního vybavení propagačními materiály.

### **Marketing**

Kvalita marketingu jednotlivých TVÚ se značně liší, obecně je vyšší u děle fungujících regionů (Český ráj, Krkonoše). Na druhou stranu např. v Orlických horách zcela chybí rezervační systémy, tamní OCR také postrádá informace o tom, jak by měla fungovat a jaké činnosti je vhodné vykonávat.

Jedním z marketingových nástrojů je karta hosta, která se v současné době vytváří v Krkonoších. Zahrnuje výhody, které mohou čerpat ubytovaní hosté – např. kulturní, sportovní či wellness aktivity. Důvodem je upřednostnění delších pobytů, které jsou pro region výhodnější, a určité relativní znevýhodnění jednodenních návštěvníků.

Některé OCR připravují regionální značky výrobků – zejména Krkonoše, Podzvičinsko, Český ráj, Orlické hory a Podorlicko. V Českém ráji jsou certifikace regionálních produktů teprve v počátcích, zavedeny byly v květnu 2007. Podzvičinsku se spolupráce s podnikateli příliš nedaří, výrobci nemají zájem prezentovat tyto výrobky na propagačních akcích regionu. Krkonoše chtějí zavést svou značku nejen jako značku CR, ale také – v souladu s nejnovějšími trendy v marketingu – jako značku kvality, podobně jako je tomu i jinde v Evropě (např. Süd Tyrol - Jižní Tyrolsko).

Podle OCR Branka by se měl KHK propagovat jako celek a zahrnovat pod sebou jednotlivá OCR třeba formou krajské organizace. V zahraničí by se měly jednotlivé TVÚ propagovat pod KHK. Také je nutné mít materiály, které hovoří o území jako celku; v současné době jsou materiály příliš roztržité. Toto by měl být úkol kraje, který by měl také financovat propagační materiály propagující celý kraj.

### **Zaměření CR**

Krkonoše jsou tradiční turistickou destinací, spojenou zvláště se sjezdovým a běžeckým lyžováním. Špindlerův Mlýn coby nejvýznamnější krkonošské zimní středisko ovšem usiluje o zvýšení návštěvnosti i v letní sezóně, a proto pro návštěvníky vytváří bohatý doprovodný program (lanové centrum, aquapark a další aktivity). Pro podporu rovnoměrného rozložení návštěvníků zavádí SMO Krkonoše zimní turistickou dopravu, která bude sloužit nejen lyžařům, ale všem turistům.

Cestovní ruch na Podzvičinsku je založen zejména na cyklistice (Podzvičinsko optimalizuje síť značených cyklotras, značených pěších tras tak, aby vyhovovaly budoucím novým turistickým produktům a tématickým trasám, plánuje se také prodloužení cyklobusů z Krkonoš až na území Podzvičinska) a pěší turistice spojené s výhledovými místy. Další významnou oblastí je poznávací turistika zaměřená na kámen – pískovec je sjednocující prvek celého regionu.

Český ráj má řadu produktů CR, zaměřuje se především na rodiny s dětmi. Pro cestovní ruch využívá tamější tradici zpracování polodrahokamů, kterou doplňuje o certifikované regionální výrobky. Významnou atraktivitou se stal Evropský geopark UNESCO Český ráj. Rozvíjena je také cykloturistika.

Orlické hory a Podorlicko se významně orientují na polskou klientelu, která má o pobyty na české straně hor velký zájem. Realizace výletů v opačném směru – českých turistů do Polska – je poněkud problematická, protože agentura CzechTourism výlety do Polska nepodporuje. Domnívá se totiž, že to způsobí odliv turistů z ČR. Tuto činnost musí tedy v současnosti místo CzechTourismu zajišťovat OCR. Problematika přeshraničního cestovního ruchu ovšem není „černobílá“, pro nalezení efektivního řešení je nutná oboustranná spolupráce.

Naopak spolupráce Kladského pomezí s polskými aktéry CR je velmi dobrá, probíhá často přes partnerská města. Dochází k výměně zkušeností, regiony se navzájem prezentují, účastní se veletrhů apod. Díky návštěvníkům z Polska se – zejména v Broumovském výběžku – rozvíjí církevní turistika. Dále se v TVÚ rozvíjí především turistika ve skalních městech, poznávání vojenských pevností a vodní sporty na nádrži Rozkoš.



## Vzdělávání

Ze strany kraje neexistuje systém vzdělávání pracovníků v CR. Přitom vzdělávání je jednou z klíčových aktivit pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu v daném území. V současné době jsou dostupné různé kurzy, které ale nejsou provázány a nesleduje se jejich skutečný efekt. Realizuje se tedy mnoho aktivit za mnoho peněz, ovšem pouze s malými výsledky.

Vzdělávací kurzy postrádají především nově vzniklá TVÚ, která dosud nemají mnoho zkušeností s fungováním a řízením OCR a TIC. Za potřebné nepovažují ani tak jazykové vzdělávání, jako spíše vzdělávání v konkrétních, praktických odborných záležitostech (jak tvořit propagační materiály, jak se spojovat v partnerství, zkušenosti ze zahraničí apod.) a možnost vyměňování zkušeností a sdílení dobré praxe.

Město Hradec Králové využilo existující vzdělávací program hrazený ze Strukturálních fondů EU, shromáždilo zájemce a realizovalo vzdělávací seminář; další dva semináře proběhly na konci roku 2007.

Vzdělávacích kurzů pro TIC je obecně dostatek, ale jejich přínos bývá velmi různý. Problémem bývá i finanční náročnost četných kurzů. Pro členy TIC je – podobně jako pro představitele OCR – velmi přínosné setkávat se na kurzech a víceméně neformálně řešit praktické, každodenní otázky fungování TIC.

Není nutné, aby vzdělávací programy realizoval přímo kraj; stačí, pokud by o kurzech připravovaných různými subjekty informoval aktéry CR. Účelná by pravděpodobně byla spolupráce kraje s Univerzitou Hradec Králové. V současnosti již se studenty z Univerzity spolupracuje Hradecko, a to formou tvorby návrhů projektů (tipy na výlety, na trávení volného času apod.).

## Spolupráce

Rozvojové projekty v oblasti cestovního ruchu realizují nejčastěji jednotlivé subjekty samostatně, spolupráce probíhá nanejvýš v rámci OCR. Jednotlivá TVÚ navzájem téměř nespolupracují<sup>5</sup>, také spolupráce s krajem (zejména v oblasti metodického vedení a toku informací) není příliš rozvinuta. TVÚ ležící na území více krajů se potýkají nekoordinovaným postupem jednotlivých krajů, z něhož vyplývají např. rozdílné a nestabilní podmínky pro granty a chybějící územní přesahy grantových programů. KHK by podle názoru OCR měl více komunikovat s ostatními kraji ve svém NUTS II.

Spolupráce OCR s krajem vážně zvláště na nedostatečné komunikaci, kdy OCR chybí průběžné informace od kraje a naopak, a na chybějící koordinaci aktivit jednotlivých OCR ze strany kraje. Také neexistuje dlouhodobější koncepce kraje, tj. stanovení směru dalšího vývoje CR a jasných podmínek pro OCR na několik příštích let – jak mají fungovat, jakým způsobem budou financovány, jaké kvalifikační předpoklady by měli splňovat pracovníci apod. Důležitá je politická vůle kraje stabilně koordinovat a řídit aktivity v CR a stanovit jasné podmínky. V neposlední řadě je problémem nedostatečná spolupráce a koordinace rozvoje cestovního ruchu mezi OCR, obcemi a ORP – např. řešení návaznosti cyklotras.

Spolupráci by mohla významně napomoci společná setkávání OCR, případně ORP, navzájem (iniciována krajem), a setkávání těchto subjektů s krajem. Setkání by byla věnována vzájemné výměně zkušeností, informací, řešení aktuálních témat a vzájemným kontaktům. Setkávání

---

<sup>5</sup> Jednou z výjimek jsou slevové karty, které vydává Komitét 1866, a které platí na celém území dotčeném bitvou r. 1866 bez ohledu na hranice TVÚ (od Trutnova až po Chlumeck nad Cidlinou).

OCR již v minulosti probíhalo, ale většinou byla ústředním tématem rajonizace (zejm. otázka Východních Čech a Podzvičinska), ke společným konzultacím problémů nebo výměně zkušeností nedocházelo. V současnosti bývají schůzky OCR pouze účelové (např. o krajských propagačních materiálech).

Úlohou kraje v oblasti CR by měla být především metodická a koordinační činnost, jednotná politika ke státním orgánům (ochrana přírody, památková péče ...), finanční podpora OCR, vytvoření rezervačních a slevových systémů, organizace a koordinace letní i zimní turistické dopravy a turistického značení, a dále koordinace sběru dat a poskytování těchto dat.

Některé nově vzniklé OCR (např. Kultura Rychnov nad Kněžnou, s.r.o.) mají problém se spoluprací s podnikateli, kteří OCR nepovažují za rovnocenného partnera a spolupráci za přínosnou. OCR Kultura Rychnov nad Kněžnou se s nimi snaží navazovat kontakty, ale u podnikatelských subjektů není odezva. Podnikatelé mají špatné zkušenosti, a proto spolupráci nedůvěřují. Existuje sice skupina podnikatelů, se kterými se dá spolupracovat, ale mezi nimi je řevnivost, a údajně nemají zájem nechat se propagovat v TIC. Naproti tomu OCR Český ráj je sice sdružením právnických osob, v němž jsou zapojeni i podnikatelé, ale dosud pouze nedostatečně; jednání OCR s podnikateli byla zatím neúspěšná, protože OCR neumí k podnikatelským subjektům „najít cestu“.

TVÚ ležící na hranicích s Polskem realizují také přeshraniční spolupráci. Ta je zatím nejvíce rozvinuta v Krkonoších. V současné době již česká i polská část Krkonoš používá společné logo a design propagačních materiálů (známá vlnovka), což lze považovat za velký průlom v CR na území nejen KHK, ale celé ČR. Významným subjektem přeshraniční spolupráce (nejen) v KHK je Euroregion Glacensis; jeho hlavním úkolem v oblasti CR je navazování partnerství, zprostředkování kontaktů, společná distribuce materiálů. Cestovní ruch je však pro něj spíše doplňkovou aktivitou, soustřeďuje se na celkový socioekonomický rozvoj příhraničí. Kromě jiného také připravuje projektové žádosti pro různé dotační programy.

V hraničních regionech s Polskem by se měly protnout zájmy celého NUTS II Severovýchod, tzn. krajů Libereckého, Královéhradeckého i Pardubického. Ideální platformou pro spolupráci je Regionální operační program, konkrétně v oblasti CR jeho prioritní osa č.3.

Funkci regionální rozvojové agentury vykonává v KHK Centrum evropského projektování (CEP), příspěvková organizace Královéhradeckého kraje. Jejím úkolem je podporovat rozvoj kraje, a to zejména formou strategického plánování pro obce, města, regiony a kraj, ale také formou zpracování projektových žádostí do operačních programů i dalších dotačních titulů. OCR však služby této organizace příliš často nevyužívají. Důvodem je jednak finanční náročnost, jednak samotný princip fungování CEP: OCR dostávají od kraje příspěvky na své fungování, ale pokud nakoupí služby od CEP, vrací se tím finance kraji obloukem zpět. Některé OCR považují tento systém za nesmyslný a narušující tržní prostředí.

**PŘÍLOHA 14: VYSVĚTLIVKY**

agroturistika	forma trávení volného času, umožňující zájemcům (turistům, hostům) pobyt na venkovských farmách a seznámit ho tak s životem na vesnici
alokace	rozmístění, rozložení, rozdělení (zde finančních prostředků)
brownfields	opuštěná území s rozpadajícími se obytnými budovami, nevyužívané dopravní stavby a nefunkční průmyslové zóny
destinace cestovního ruchu	přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací
destinační management	organizace zabývající se organizováním a logistikou konferencí a regionálních akcí v oblasti ČR
direct mailing	adresné rozesílání obchodních nabídek
ekoturistika	forma udržitelné turistiky, která aktivně přispívá k ochraně přírodního a kulturního dědictví (jejími variantami v ČR jsou agroturistika nebo venkovská turistika)
exponovaný	(zde) v důležitém postavení
homogenita	stejnorodost, shodnost vlastností jednotek (prvků) statistického souboru
incentivní turistika	turistika pobízející, vzbuzující motivaci (zaměstnanců); tyto akce jsou zpravidla organizovány pro oceněné pracovníky a jejich rodinný doprovod, mají vždy jasně stanovený obchodní, motivační nebo propagační cíl
incoming	příjezdová turistika pro zahraniční návštěvníky
infrastruktura	skupina národohospodářských odvětví zajišťujících předpoklady pro celkový rozvoj ekonomiky, především průmyslové a zemědělské výroby (zejména vybudování dopravních systémů, spojů, energetických zdrojů, vodohospodářských zařízení, stavbu bytů, škol, zdravotnických zařízení, výzkumných institucí apod.)
iniciace	vyvolání, podnět, uvedení
návštěvnícký management	soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně-rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství

	soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací.
organizační struktura	souhrn organizačních útvarů a organizačních vztahů v instituci; organizační útvary vznikají jako specializovaná pracoviště v důsledku dělby práce (podle hlavních služeb, podle území podle typu zákazníků ap.); organizační vztahy jsou vztahy podřízenosti, nadřízenosti a vztahy spolupráce
organizace cestovního ruchu (OCR)	fungující uskupení subjektů, které fungují na nějaké organizační platformě (DSO, sdružení právnických osob atd.) a řídí a koordinují rozvoj cestovního ruchu na určitém území (místní, regionální, krajská, národní)
public relations	techniky a nástroje, pomocí kterých instituce buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat
segmentace	členitost, členění
trvale udržitelný rozvoj	způsob ekonomického růstu, který uvádí v soulad hospodářský a společenský pokrok s plnohodnotným zachováním životního prostředí

Zdroj: Encyklopedie CoJeCo ([www.cojeco.cz](http://www.cojeco.cz)), Encyklopedie Wikipedia (<http://cs.wikipedia.org>), Slovník cizích slov ([www.slovník-cizich-slov.cz](http://www.slovník-cizich-slov.cz))

**PŘÍLOHA 15: ZKRATKY**

CA	cestovní agentura
CEP	Centrum evropského projektování
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
CHKO	chráněná krajinná oblast
EU	Evropská unie
KHK	Královéhradecký kraj
KÚ	krajský úřad
MAS	místní akční skupina
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NMnM	Nové Město nad Metují
NUTS	Klasifikace územních statistických jednotek
NP	národní park
OCR	organizace cestovního ruchu
OKEČ	odvětvová klasifikace ekonomických činností
ORP	obec s rozšířenou působností
OTIC	oficiální turistická informační centra
POÚ	pověřený obecní úřad
SMO	svazek měst a obcí
TIC	turistické informační centrum
TR	turistický region
TVÚ	turisticky významné území