

Projekt rozvoje cestovního ruchu na Náchodsku

Bc. Alena Martinková

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

ABSTRAKT

Abstrakt v českém jazyce

Diplomová práce „Projekt rozvoje cestovního ruchu na Náchodsku“ se zabývá popisem regionu Náchodsko, současným stavem marketingové komunikace cestovního ruchu a návrhem k jeho zlepšení. Hlavním nástrojem projektu jsou webové stránky, které by měly sloužit ke konkrétnímu popisu turistických zajímavostí a ke zvýšení zájmu o region Náchodsko. V této diplomové práci je také zpracován a graficky vyhodnocen dotazník směřovaný na obyvatele Náchodska. Tento dotazník se zabývá zjišťováním názorů obyvatel na cestovní ruch Náchodska. Z něho pak dále vycházím a vypracovávám webové stránky cestovního ruchu Náchodska. Tyto stránky budou přehledné, určené široké veřejnosti a budou reagovat na aktuální dění v regionu.

Abstrakt v anglickém jazyce

Master thesis „The project of tourism development in the region of Náchod“ describes the region of Náchod and present marketing communication in tourism of the area and suggests its improvement. The goal of the project is a creation of websites providing the information on specific places of interest in the area resulting in increase of interest in the region of Náchod. There is also made and graphically evaluated questionnaire oriented on inhabitants of Náchodsko in master thesis. This questionnaire deals with opinions of inhabitants on tourist business in Náchodsko. Then it is a base for creating web pages of tourist business in region of Náchod. These pages will be transparent, dedicated for the general public and will react on the latest course of events in the region.

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Jaromíru Schneiderovi za odborné vedení, cenné rady a připomínky a všem kteří byli ochotni a poskytli mi potřebné informace pro zpracování diplomové práce. V neposlední řadě bych touto cestou také ráda poděkovala své rodině za podporu.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.

Ve Zlíně dne

Podpis

OBSAH

I.	TEORETICKÁ ČÁST	9
1	ZÁKLADNÍ POJMY A JEJICH VÝZNAM	10
1.1	REGIONÁLNÍ MARKETING	10
1.1.1	Regionální marketingový mix	10
1.2	REGIONÁLNÍ POLITIKA	12
1.2.1	Regionální politika v Evropské unii (EU).....	12
1.2.2	Regionální politika v České republice (ČR)	15
1.3	CESTOVNÍHO RUCH (CR).....	16
1.3.1	Definice cestovního ruchu.....	16
1.3.2	Základní rysy cestovního ruchu	16
1.3.3	Historie cestovního ruchu	16
1.3.4	Cestovní ruch a jeho význam	17
1.3.5	Hlediska různých přístupů cestovního ruchu	19
1.3.6	Typy cestovního ruchu podle místa realizace	19
1.3.7	Typy cestovního ruchu podle převažující motivace účasti na CR	21
1.3.8	Typy cestovního ruchu podle délky pobytu	25
1.3.9	Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu	25
1.4	MARKETINGOVÝ POHLED NA CESTOVNÍ RUCH.....	26
1.4.1	Specifický marketingový mix osm „P“ marketingu pohostinství a CR.....	26
1.4.2	Specifika marketingu v cestovním ruchu	28
1.4.3	Služby v cestovním ruchu	28
1.5	POLITIKA ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU ČESKÉ REPUBLIKY	29
1.5.1	Ministerstvo pro místní rozvoj	29
1.5.2	Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism	30
II.	ANALYTICKÁ ČÁST	32
2	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ZÁJMOVÉHO ÚZEMÍ NÁCHODSKO.....	33
2.1	CHARAKTERISTIKA REGIONU NÁCHODSKO	33
2.2	HISTORICKÝ VÝVOJ REGIONU NÁCHODSKO.....	34
2.2.1	Osobnosti Náchodska.....	34
2.2.2	Historický vývoj města Náchod	35
2.3	SOCIÁLNĚ EKONOMICKÝ CHARAKTER REGIONU NÁCHODSKO	35
2.3.1	Obyvatelstvo	35
2.3.2	Ekonomika	36
2.4	PŘÍRODNÍ PODMÍNKY NA NÁCHODSKU	37
2.4.1	Zemědělství	37
2.4.2	Životní prostředí.....	38
2.5	SPOLEČENSKÉ AKTIVITY NA NÁCHODSKU	40
2.5.1	Kultura.....	40
2.5.2	Sport	41

2.6	REALIZAČNÍ FAKTORY NÁCHODSKA	41
2.6.1	Doprava	41
2.6.2	Ubytovací a stravovací kapacity	44
3	CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE A NA NÁCHODSKU	45
3.1	CESTOVNÍ RUCH V ČR V LETECH 1992 - 2003	45
3.1.1	Zahraniční turisté v krajích	47
3.2	PŘEKÁŽKY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČR	48
3.3	SWOT ANALÝZA - OBECNĚ	49
3.3.1	Úkoly SWOT analýzy	49
3.3.2	SWOT analýza cestovního ruchu v České republice	50
3.4	CESTOVNÍ RUCH NA NÁCHODSKU	52
3.4.1	Hlavní důvody pro rozvoj cestovního ruchu v regionu	52
3.4.2	Základní kritické problémy současné situace cestovního ruchu na Náchodsku	52
3.4.3	Turistika a cykloturistika na Náchodsku	53
3.4.4	Hlavní turistické zajímavosti na Náchodsku	53
3.4.5	SWOT analýza cestovního ruchu na Náchodsku	58
III.	PROJEKTOVÁ ČÁST	60
4	PROJEKT ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU NA NÁCHODSKU	61
4.1	VÝZNAM CESTOVNÍHO RUCHU V ROZVOJI REGIONU NÁCHODSKO	61
4.2	DOTAZNÍK CESTOVNÍHO RUCHU NA NÁCHODSKU	62
4.2.1	Dotazování odpovídali na tyto otázky	62
4.3	PROPAGACE REGIONU NÁCHODSKO, JEJÍ STRUČNÉ ZHODNOCENÍ A NAVRŽENÍ PŘÍPADNÝCH ZMĚN	67
4.3.1	Reklamní média na Náchodsku	67
4.4	WEBOVÉ STRÁNKY	71
4.4.1	Návrh a tvorba webových stránek www.turistickenachodsko.cz	71
4.4.2	Volba webhostingu	75
4.4.3	Umístění webových stránek www.turistickenachodsko.cz	76
4.4.4	Propagace webových stránek www.turistickenachodsko.cz na internetu	78
4.4.5	Vyčíslení nákladů a výnosů potřebných k zařízení a provozu webových stránek	79
4.4.6	Efektivnost projektu	81

ÚVOD

Síla cestovního ruchu roste ve velké míře po celém světě. V České republice začal jeho význam stoupat zejména po roce 1989, kdy se pro české občany otevřely pomyslné dveře do celého světa. Do té doby nebyly v naší zemi pro cestovní ruch příznivé podmínky. V současné době je cestovní ruch rychle se rozvíjejícím odvětvím. Veškeré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu má také Česká republika, protože se řadí mezi země s velkým kulturním a přírodním bohatstvím. Mnoho lidí, pro které se cestovní ruch stal základním komponentem životní úrovně, využívá služby s ním spojené. To přináší užitek nejen pro obyvatele navštívené lokality, ale velkou měrou se také podílí na rozvoji ekonomiky státu (vytváří pracovní příležitosti a přináší devizové prostředky do státní pokladny). Také ukazuje životní úroveň obyvatelstva.

Cestovní ruch neslouží pouze k poznávání nových míst, ale také k rekreaci, odpočinku, sportu či poznávání místních památek a tradic. Mezi neekonomické funkce cestovního ruchu patří všestranný rozvoj osobnosti, pomoc při utváření nového životního stylu nebo slouží jako nástroj vzdělávání a kulturní výchovy člověka.

V současné době se mění trend koncentrace turistů z velkých či známých měst po celém světě do méně známých lokalit, mezi které též patří Česká republika. Stejně tak i čeští turisté začínají častěji směřovat turistické cesty do doposud málo navštěvovaných míst své země.

I z tohoto důvodu se budu ve své diplomové práci zabývat regionem, který se nachází v severovýchodní části České republiky, Náchodsko. Tento region sice zatím zcela nepatří do středu zájmu zahraničních turistů, ale díky velkému kulturnímu a přírodnímu bohatství nabízí spoustu zajímavých míst jak především pro české, tak také zahraniční turisty. Svým významem na Náchodsku vynikají zejména tyto turistické zajímavosti: Adršpašsko-Teplické skály, Babiččino údolí v Ratibořicích, Ratibořický zámek, Náchodský zámek, pevnost Dobrošov u Náchoda a pevnost Josefov u Jaroměře.

Cílem mé práce je zpracovat Projekt rozvoje cestovního ruchu na Náchodsku a navrhnout takové kroky, které by dopomohly ke zvýšení známosti celého regionu Náchodsko. S tím úzce souvisí propagace území. Pomocí mnou zhotoveného dotazníku zjistím, co si myslí místní obyvatelé o turistickém zázemí Náchodska a jeho propagaci.

Jako hlavní propagační nástroj zvolím internet, který je jednou z mála slabin propagace cestovního ruchu na Náchodsku. Internet je stále více využívanější formou propagace,

která je především velmi účinná, neboť k internetu má přístup stále větší počet lidí. Navrhnou webové stránky, které by měly více a přehledněji přiblížit celý region Náchodsko a jeho četné turistické zajímavosti širší veřejnosti. V současné době existuje několik webových stránek týkajících se Náchodska. Většina z nich je ale málo přehledná, uvádí neaktuální data a není příliš informující. Ve své diplomové práci se budu zabývat nejenom navržením webových stránek, ale také jejich zhotovením.

V závěru této diplomové práce zhodnotím případný přínos webových stránek a finanční náklady potřebné k jejich zhotovení a provozu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ZÁKLADNÍ POJMY A JEJICH VÝZNAM

V následujících dvou kapitolách nejdříve vymezím některé základní teoretické poznatky týkající se diplomové práce, kterými jsou: regionální marketing, region, regionální politika a další.

1.1 Regionální marketing

Regionální marketing → obecný přístup k řešení změn v regionu. Rozvinul se z marketingu.

Regionální marketing se začal vyvíjet jako samostatný obor ve druhé polovině sedmdesátých let minulého století jako reakce na hospodářský a politický rozvoj a jako reakce na všeobecnou změnu životních hodnot obyvatelstva. Pomáhá k vyrovnávání okrajových a centrálních regionů.

U lidí sílí potřeba pocitu domova a identifikace s regionem. Větší váhy nabývá také atraktivita prostředí, faktory bydlení a volného času. Lidé se více zabývají svým okolím, z čehož plyne zvyšování regionálního vědomí. Důležité je posílení, růst a rozvoj identity regionů, které vede ke zvýšení soutěživosti nejen mezi, ale i uvnitř jednotlivých regionů.

V rámci Evropské unie se regionální marketing rozvíjí zejména od rozšíření Evropské unie o nové, většinou hospodářsky slabší země (Španělsko, Řecko, a další).

Cílem regionálního marketingu je posilování dobrého jména a pozitivního image regionu pro získání nových investic a pro ekonomický rozvoj regionu a ukázat region jako vhodné centrum bydlení a trávení volného času, identifikace občanů s územím a objektivní přístup médií.

1.1.1 Regionální marketingový mix

V oblasti regionální politiky působí regionální management, který pro region zajišťuje manažerskou a informační činnost, pomocí které působí na obyvatele, obce, podniky atd. Jeho aktivní činnosti se odráží v jeho regionální politice. Nástrojem managementu, pomocí kterého plní svou funkci a naplňuje cíle, je regionální marketingový mix.

Základní prvky marketingového mixu pro řešení zadání diplomové práce jsou:

- **Produkt**

Produktem je rozuměno vše, co město nabízí svým obyvatelům, návštěvníkům, podnikům a potencionálním investorům a co slouží pro uspokojování jejich individuálních i kolektivních potřeb. Lze sem zařadit např. přírodní zdroje, pozemky, nemovitosti, projekty podpory rozvoje, investice do infrastruktury.

- **Cena**

Produkty v daném regionu mají svou hodnotu – cenu. Ta je ve většině případů rozhodující při vyhledávání místa pro investování v regionu. Cena je tvořena podnikatelskými náklady a ziskem, které jsou dané cenami výrobních faktorů (energií, daněmi, dopravou, poplatky), přičemž v různých částech regionu se liší. Cena produktu je ovlivněna také atraktivitou místa, zájmem obyvatelstva, jeho koupěschopností. Cenovou politiku regionu řeší i mimo tržní principy (veřejné statky).

- **Distribuce**

Distribuce zahrnuje informační, komunikační a dopravní sítě, kterými se zajišťuje časová a prostorová dostupnost produktu pro konečné spotřebitele. Region může produkt poskytnout sám – přímý distribuční kanál nebo poskytování služby svěří jiné neziskové či soukromé organizaci – nepřímý distribuční kanál. Pověřené organizace by měly být schopny vykonávat danou službu efektivněji než orgány státní správy.

- **Komunikace**

Nástroje pro regionální marketing v oblasti komunikace jsou souhrnně nazývány komunikační mix. Komunikační mix se skládá z reklamy a propagace, osobního prodeje, podpory prodeje a public relations. Poskytuje regionálnímu marketingu množství rozličných nástrojů: reklamní kampaně, výstavy, veletrhy, soutěže atd. Mezi nejvýznamnější nástroje patří public relations, protože zajištění dobrých vztahů mezi obyvateli a regionálními orgány zajišťuje předpoklad pro kvalitní spolupráci a partnerství.

[1]

1.2 Regionální politika

Regionální politika → provádí činnosti, které zajišťují přípravu a realizaci projektu. Z tohoto důvodu ji v projektu nevyužiji, ale jelikož je důležitou součástí rozvoje cestovního ruchu, stručně ji charakterizuji v následující části.

Regionální politika je soubor opatření a nástrojů (marketingové nástroje), pomocí kterých má dojít ke zmírnění nebo odstranění rozdílů v ekonomickém rozvoji dílčích regionů.

Konkrétní obsahové vymezení regionální politiky je podmíněno aktuální sociálně-ekonomickou situací, a jí odpovídající státní, hospodářskou, popř. i sociální politikou. V České republice je cílem regionální politiky minimalizovat období poklesu hospodářsky slabých či strukturálně handicapovaných oblastí v průběhu transformace a přispět ke stabilitě a obnovení jejich ekonomického růstu.

Cíl regionální politiky: efektivní a vyvážený rozvoj regionu.

Regionální politika je zaměřena na:

- podporu rozvojových aktivit v jednotlivých regionech
- předcházení či zmírňování negativních důsledků nerovnoměrného územního rozvoje

Region - Územně vymezená oblast → v ČR to je většinou území jednoho kraje nebo stávajícího okresu. [2]

1.2.1 Regionální politika v Evropské unii (EU)

Všechny členské země Evropské unie postupně přistoupily k realizaci vlastní národní regionální politiky, s jejíž pomocí usilují o snížení rozdílů v životní úrovni mezi regiony a bojují s vysokou regionální nezaměstnaností. Zpravidla podporují v zaostávajících regionech či v územích s nevyhovující strukturou průmyslu socioekonomické struktury.

V Evropské unii je regionální politika prováděna na několika úrovních

- **Nadnárodní úroveň** - regionální politika, kterou provádí EU relativně nezávisle.
- **Národní úroveň** – silně diferencovaná regionální politika, uskutečňovaná jednotlivými členskými zeměmi, postupně přejímající některá společná pravidla.
- **Regionální úroveň** – dílčí část národní úrovně ve většině zemí je dlouhodobě posilována.

Regionální politika zaujímá velmi významné postavení nejen v rámci celkové hospodářské politiky Evropské unie, ale i v rámci její celkové politiky, což dokumentuje skutečnost, že z hlediska finančních prostředků, vynakládaných na zabezpečení svých cílů, se dlouhodobě řadí na 2. místo, hned za společnou zemědělskou politiku. Tato pozice vyplývá z formulace cílů evropské integrace, kdy Evropská společenství si už ve svých zakládacích smlouvách z roku 1957 stanovila jako prvořadý cíl vyvážený hospodářský rozvoj a odstraňování rozdílů v ekonomické a životní úrovni regionů jako nezbytnou podmínku pro dosažení hospodářské a sociální koheze.

Základní územní členění regionů v EU je určeno definováním území, jednotky NUTS

Používá se v Evropské unii pro nejrozličnější vzájemná porovnávání. Zásadní význam má jejich vymezení jednak pro statistické potřeby EU (statistickou službu v rámci EU zastřešuje EUROSTAT, se sídlem v Lucemburku), jednak pro účely zařazení regionů různé úrovně pod jednotlivé cíle strukturální politiky EU. Pro potřeby regionální a ekonomické statistiky se např. jednotky NUTS (= nomenklatura územních statistických jednotek) používají pro sledování míry nezaměstnanosti, pro výpočet regionálního hrubého domácího produktu (HDP) a pro populační údaje.

Jednotky na území České republiky byly po dohodě s EUROSTATEM stanoveny následujícím způsobem

- **NUTS I** – 1 jednotka, tj. celé území České republiky
- **NUTS II** – 8 územních jednotek, v podstatě sdružené nové kraje:
 - Praha (pouze území hlavního města Prahy)
 - Střední Čechy (jenom Středočeský kraj)
 - Jihozápad (Budějovický a Plzeňský kraj)
 - Severozápad (Karlovarský a Ústecký kraj)
 - Severovýchod (Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj)
 - Jihovýchod (Brněnský a Jihlavský kraj)
 - Střední Morava (Olomoucký a Zlínský kraj)
 - Ostravsko (jenom Ostravský kraj)

V rámci podpůrných fondů Evropské unie se srovnávání vytváří na úrovni NUTS II.

- **NUTS III** – 14 krajů
- **NUTS IV** – 77 stávajících okresů
- **NUTS V** – obce (cca 6250)

Cíle regionální politiky Evropské unie

- Snížení rozdílů v životní úrovni obyvatel jednotlivých regionů a zajištění relativně vyváženého ekonomického a sociálního vývoje tak, aby z něho měl prospěch co největší počet obyvatel EU.
- Předcházení výrazným novým regionálním problémům, jež mohou být způsobeny strukturálními změnami v evropském, popřípadě světovém hospodářství (např. globalizační vlivy).

Cíle regionální politiky EU v období 2000 – 2006

Současné období je charakterizováno především větší koncentrací, a tím i efektivnějším využíváním prostředků určených pro regionální a strukturální politiku EU. Počet cílů byl zredukován z původních sedmi na tři:

- Pomoc regionům, jejichž rozvoj zaostává.
- Hospodářská a společenská konverze oblastí, které čelí strukturálním obtížím (průmyslové, venkovské, městské, rybářské).
- Adaptace a modernizace politiky a systémů vzdělávání, školení a zaměstnanosti.

Nástroje regionální politiky v Evropské unii

Nástrojů, kterých používá regionální politika, je celá řada. Vedle prvotního úkolu, spočívajícího v analýze území a vymezení jednoho, či více typů problémových oblastí, je druhým zásadním úkolem regionální politiky definování typů regionálních pobídkových stimulů – to je ekonomických nástrojů na podporu problémových oblastí. Tyto regionální stimuly tvoří hlavní obor „balíků“ regionální politiky po celé západní Evropě, kromě nich se samozřejmě v rámci rozvojových programů vybraných regionů uplatňují i další opatření – např. podpora rozvoje infrastruktury, zlepšování životního prostředí a podpora rozvoje lidských zdrojů.

V zásadě se rozeznává pět rozsáhlých kategorií regionálních pobídkových stimulů

- Kapitálové granty (pokrývající určité procento rozpočtových nákladů projektu).
- Dotace vztahující se k úrokům nebo půjčkám.
- Daňové úlevy.
- Zvýhodněné odpisové sazby (srážky na odpisy).
- Dotace vztahující se k pracovní síle (prémie za vytvořená nová pracovní místa).

1.2.2 Regionální politika v České republice (ČR)*Výchozí situace*

Česká regionální politika se vyvíjela až na základě evropské regionální politiky.

Regionální politika nehrála v první polovině devadesátých let v České republice tak významnou roli, jako ve většině zemí Evropské unie, i v rámci Unie samotné.

Lze identifikovat dva hlavní důvody této situace:

- Vlády ČR v této době věnovaly hlavní pozornost řešení transformačních problémů na úrovni státu, protože tyto problémy měly převážně makroekonomickou podstatu, zasahující plošné celé území.
- Mezuregionální socioekonomické difference v ČR, i přes jejich postupné prohlubování po zahájení transformace, nebyly zpočátku tak velké, jako ve většině zemí EU.

Postupný nárůst meziregionálních rozdílů v socioekonomickém rozvoji v druhé polovině 90. let (což lze dokumentovat například na vývoji regionální míry nezaměstnanosti), postupující procesy demokratizace a decentralizace rozhodování, a zároveň potřeba vytvořit systém regionální politiky i ve vazbě na proces přípravy na strukturální fondy EU, vedly k zásadnímu obratu v regionální politice ČR.

V roce 1998 přijala vláda ČR svým usnesením č. 235 Zásady regionální politiky. Zároveň stanovila úkoly v oblasti legislativní, institucionální a programové. [3]

1.3 Cestovního ruchu (CR)

V celé diplomové práci se zabývám především cestovním ruchem, proto v této kapitole definuji cestovní ruch, popisuji jeho historii a vysvětluji jednotlivé typy cestovního ruchu.

1.3.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovena (u mezinárodního cestovního ruchu tato doba činí 1 rok, u domácího cestovního ruchu 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Tato definice z pojmu cestovního ruchu vylučuje

- cesty v rámci trvalého bydliště
- pravidelné cesty do zahraničí
- dočasné přistěhování za prací
- dlouhodobé migrace

1.3.2 Základní rysy cestovního ruchu

- dočasnost změny místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase)
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává [4]

1.3.3 Historie cestovního ruchu

Cestovní ruch, pokud jde o jeho původní význam, lze považovat za jiný výraz pro cestování. Cestovní ruch je postupně spojován s využitím volného času, s poznáváním a rekreací.

V literatuře lze nalézt řadu odkazů na to, že lidé v podstatě cestovali již v dávnověku. Začátky moderního cestovního ruchu je možno hledat nejdříve v 17. a 18. století, a to zejména v cestách šlechticů a tovaryšů za získáváním zkušeností. V masové formě však vzniká cestovní ruch až ve druhé polovině 19. století a největšího rozmachu potom dosahuje vlivem demokratizačních změn po 2. světové válce, respektive v posledních dvou desetiletích minulého století.

Vznik a další rozvoj cestovního ruchu je projevem hlavně dvou lidských potřeb, a to potřeby rekreace, tj. odpočinku, a potřeby bezprostředního poznávání.

Historie moderního cestovního ruchu úzce souvisí s rozvojem světové ekonomiky, dopravy, růstem množství volného času, v současnosti i s rozvojem informatiky a komunikačních technologií. [5]

1.3.4 Cestovní ruch a jeho význam

Trh cestovního ruchu je trhem, který se velmi dynamicky mění. Působí na něj řada objektivních i subjektivních faktorů: politické a společenské změny, právní úpravy, vývoj ekonomiky a ekonomické situace různých společenských skupin, demografická struktura populace, technologický pokrok zejména v dopravě, informatice a komunikacích, móda, změny životního stylu, množství volného času, rozvoj materiálně – technické základny atd.. [6]

Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, vytváření devizových rezerv státu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. [7]

Cestovní ruch se stal již neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů.

Vůdčím motivem tohoto pohybu a pobytu je záměrná změna prostředí, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného životního prostředí (místo jejich bydliště) dostatek možností a příležitostí nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení.

Účast na cestovním ruchu se tak stává výrazem určitého jednání člověka, ve kterém se odrážejí jak jeho potřeby, zájmy, cíle, úmysly, tak i podmínky pro jejich realizaci. Účast na cestovním ruchu se stala v poválečném období jedním z měřítek životní úrovně, nezadatelnou součástí spotřeby, charakteristickou praxí pro všechny vrstvy obyvatelstva ve vyspělých státech.

Cestovní ruch je však nejen stále výraznější složkou spotřeby obyvatelstva, ale stále více se stává i výrazným ekonomickým fenoménem. Aby účast na cestovním ruchu mohla být

vůbec realizována, je jí třeba zabezpečit širokou škálou ekonomických činností (služeb a zboží). To vyplývá ze skutečnosti, že účast na cestovním ruchu je realizována mimo trvalé bydliště. Do míst cestovního ruchu se lidé musí přepravit, musí jim být vytvořeny podmínky pro jejich pobyt, i pro samotné využití volného času, které je vlastním motivem účasti na cestovním ruchu. Tím se cestovní ruch stává i důležitou oblastí podnikatelských příležitostí a zároveň i faktorem rozvoje regionálních celků, národních ekonomik i ekonomiky světové.

Cestovní ruch je tedy nutno chápat v jednotě jeho dvou stránek

- cestovní ruch jako způsob uspokojování potřeb, tedy jako oblast spotřeby
- cestovní ruch jako oblast podnikatelských příležitostí v mnoha oborech lidské činnosti, a jako významnou součást ekonomiky společnosti

Z výše uvedeného vyplývá, že cestovní ruch je složitým sociálně ekonomickým jevem, který se dotýká celé řady základních ekonomických i mimoekonomických procesů společnosti. Je jevem mnohostranným a průřezovým, který se stává stále významnější složkou spotřeby obyvatelstva i stále důležitějším faktorem rozvoje národních ekonomik i ekonomiky světové. [4]

Ne všechna místa jsou však vhodná pro rozvoj cestovního ruchu. Možnost národní ekonomiky z cestovního ruchu profitovat závisí na možnosti investovat do rozvoje nezbytné supra a infrastruktury, na možnosti uspokojovat potřeby a požadavky účastníků cestovního ruchu. Rozhodnutí o tom, jestli je vhodné na daném území cestovní ruch rozvíjet, musí být podloženo kvalitním průzkumem a informacemi. Rozvoj cestovního ruchu musí být v této souvislosti politicky akceptovatelný, sociálně odpovídající a v souladu o ochranu životního prostředí.

Bylo by krátkozraké tvrdit, že rozvoj cestovního ruchu a příliv návštěvníků mají jen pozitivní vliv na ekonomiku, a nebrat v úvahu jeho možný negativní vliv na přírodní prostředí, na supra a infrastrukturu apod. V této souvislosti je nutná určitá regulace rozvoje cestovního ruchu tak, aby byl dlouhodobě udržitelným. V sektorovém operačním programu Cestovní ruch a lázeňství se uvádí, že trvale udržitelné budou cestovní ruch a lázeňství v České republice tehdy, bude-li podpora z veřejných prostředků zaměřena na regionálně diferencované a vzhledem k přírodnímu a kulturnímu potenciálu optimalizované formy šetrné k přírodě, krajině a zděděnému kulturnímu dědictví, a naopak formy vzhledem k podmínkám nevhodné a nešetrné budou potlačovány. [7]

1.3.5 Hlediska různých přístupů cestovního ruchu

Složitost, mnohotvárnost a průřezovost cestovního ruchu dává možnost uplatnění různých přístupů k jeho pojetí i zkoumání.

V teorii i praxi bývá nejčastěji akceptováno hledisko:

- **ekonomické**, které zkoumá cestovní ruch z pohledu ekonomických procesů nutných k zajištění účasti lidí na cestovním ruchu i z hlediska účinků cestovního ruchu v ekonomice států, regionů i ekonomice světové.
- **ekologické**, které si všímá zejména hodnocení potenciálu území pro cestovní ruch a vzájemného vztahu cestovního ruchu a životního prostředí, včetně jeho ochrany.
- **geografické**, které si všímá cestovního ruchu z hlediska jeho vazby na geografické prostředí, význam tohoto prostředí pro rozvoj cestovního ruchu, jakož i vztahem mezi místy bydliště a místy cestovního ruchu.
- **sociologické a psychologické**, všímající si cestovního ruchu zejména ve vztahu k člověku, jeho potřebám, jeho motivům účasti na cestovním ruchu a dále oblasti vzájemných vztahů mezi lidmi, zejména vztahů mezi účastníky cestovního ruchu a místním obyvatelstvem míst cestovního ruchu.

Vedle ekonomie, geografie, ekologie, sociologie a psychologie má cestovní ruch vztah i k celé řadě dalších vědních disciplín, jako např. ke klimatologii, hydrologii, hygieně, epidemiologii, demografii, ale také k řadě úsekových ekonomik, zejména k ekonomice dopravy, obchodu, kultury, stavebnictví, ale i k oboru financí, práva a dalších.

Je tedy zřejmé, že cestovní ruch je nutno zkoumat a vědecky chápat především z hlediska širokého pojetí jeho společenských souvislostí. [4]

1.3.6 Typy cestovního ruchu podle místa realizace

1) Příjezdový (domácí) cestovní ruch

→ turistika tuzemských rezidentů v domácím prostředí (ČR) mimo jejich obvyklé prostředí a zahraničních turistů navštěvujících Českou republiku. Pro vývoj ekonomiky České republiky je mnohem důležitější, než výjezdový cestovní ruch.

Výhody dovolené v České republice:

- **Ceny** → Cenově je pobyt v ČR pro tuzemce nejvýhodnější. Neztratí se hodnota peněz výměnou za jinou měnu, ceny potravin jsou v tuzemsku, především ve srovnání se západní Evropou či s většinou míst ve Středomoří, na nižší úrovni. Podle srovnání ceny a z turisticky pro nás významnějších a relevantních míst se Česku vyrovná pouze dovolená v sousedním Slovensku.
- **Nabídka služeb** → V ČR se situace podstatně změnila především od roku 1990. Každou sezonu přibývají nové penziony, restaurace, jsou zpřístupňována další a další zajímavá místa. Nabídka je stále pestřejší. V tomto směru může země poměrně dobře konkurovat i tomu, co uvidíme v zahraničí. A vývoj nasvědčuje tomu, že se to bude ještě zlepšovat.
- **Úroveň služeb** → Přes mnohé problémy se přece jenom v posledních letech zlepšují v domácí turistice služby. Existují však nadále místa, kde jsou služby v porovnání se západní Evropou nesrovnatelné, ale pohyb je i tak znatelný. Dnes proto je možné najít mnoho míst, kde jsou služby na vysoké úrovni a zaplatíte za ně daleko méně než v cizině.
- **Nabídka** → ČR je zemí s obrovským množstvím historických památek. I ve srovnání s ostatními státy světa je na tom v tomto případě mimořádně dobře. Zajímavé je, že i po změnách vlastníků, a to především v souvislosti s restitucemi se nabídka prohlídek hradů a zámků nezmenšila. Naopak, každý rok se rozšiřují zábavné programy.
- **Zábava** → Přibývají sportoviště, rozšiřuje se nabídka jízdy na koních, prodlužují se cyklostezky, zpřístupňují se místa vhodná pro lezení. Vybudovávají se nové aquaparky, jež jsou především u dětí velmi populární.
- **Ubytování** → Lidé v Česku po desetiletí milují chalupaření a v poslední době se stále více prosazuje trend pronajímání chalup a chat. Je to jev, zejména v době letních dovolených. V tomto směru je nabídka překvapivě velká a je možné si objednat od "pastoušky" za pár stokorun až po luxusní objekty se zahradami a bazény za tisíce korun na jediný den.
- **Dostupnost** → Zcela ideální je dovolená v ČR, pro toho, kdo se rozhodnete podnikat krátké výlety. Země je poměrně malá a návštěva i několika míst během jediného dne tak nemusí být větší problém.

- **Klid a odpočinek** → Pokud se turista rozhodne, že v průběhu dovolené či návštěvy ČR nebude navštěvovat známá a slavná místa (Pražský hrad, Hluboká nad Vltavou, zámek v Českém Krumlově, Kutná Hora, a další), může si být, na rozdíl od zahraničí, jist tím, že nebude součástí masového turistického průmyslu. Mnohá místa v zemi nabízejí opravdový klid, což dnes není žádná samozřejmost.
- **Prostředí** → V ČR se životní prostředí zlepšuje, a to zejména v kvalitě vody v řekách. To otevřelo nové možnosti pro turisty. V řekách se dá většinou koupat, lze chytat ryby. Sev. Čechy či sev. Morava už nejsou místy, kam by se turisté museli bát jet s dětmi z důvodů nezdravého ovzduší plného smogu a škodlivin.
- **Informace** → Pro mnoho lidí jsou cesty do zahraničí nelehké z důvodu jazykových, lidé neznající dobře cizí jazyk mají obavy z nutnosti komunikovat v neznámém prostředí. Tato starost doma odpadá. Navíc se v mnoha městech a turistických centrech snadno dovíte o nabídce prostřednictvím turistických informačních středisek. I pro zahraniční turisty jsou připraveny informace v cizích jazycích. K dostání jsou řady tištěných průvodců, map a specializovaných tématických map (cyklotrasy, památky, rozhledny atd.)

2) Výjezdový cestovní ruch

→ turistika realizovaná tuzemskými turisty v zahraničí.

Po roce 1989 se celkový počet výjezdů z naší republiky výrazně zvýšil. Výrazně se změnilo i směřování turistů. Jejich nejčastějším cílem je převážně jižní Evropa (Řecko, Itálie, Chorvatsko, Španělsko a další), severní Evropa (Švédsko, Dánsko, Finsko), Afrika (Tunisko) a také se zvýšil zájem o cesty do Ameriky či Austrálie. [8]

1.3.7 Typy cestovního ruchu podle převažující motivace účasti na CR

- **Rekreační cestovní ruch**

Představuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Je realizován obvykle ve vhodném rekreačním prostředí, jehož příznivé účinky jsou využívány v zájmu reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Rekreační cestovní ruch neznamena jen pasivní odpočinek, ale obvykle je spojen s aktivním pobytem v přírodě a uplatněním celé řady sportovních aktivit, her, zájmů, zálib, koníčků, včetně takových, jakými je např. zahrádkaření, houbaření, kutilství apod. Určitým specifickým typem rekreačního cestovního ruchu je i chataření a chalupaření.

- **Kulturně poznávací cestovní ruch**

Je zaměřený především na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů. Plní významnou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Zahrnuje především návštěvu: kulturně historických památek (hradů, zámků, staveb lidové architektury a dalších kulturně historických objektů), kulturních zařízení (muzea, galerie, obrazárny, knihovny a další), kulturních akcí (divadelní představení, festivaly, folklórní a lidové slavnosti), ale i návštěvu tzv. kulturní krajiny (parky, zahrady) a další.

- **Cestovní ruch s náboženskou orientací**

Je v praxi označován jako náboženských cestovní ruch či poutní turistika, kde hlavním motivem je návštěva poutních a posvátných míst, návštěva církevních památek a religiozních podujetí a událostí.

- **Cestovní ruch se vzdělávacími motivy**

Hlavním motivem je cestování s cílem dalšího vzdělávání – něco se naučit či poznat. Tomu je pak výrazně přizpůsoben program cesty a pobytu (např. zájezdy s výukou jazyků, různých sportovních disciplín, jógy, jízdy na koních nebo zájezdy do významných historických, archeologických, kulturních či vědeckých míst s odborným programem a odborným vedením, spojené často i s poskytováním odborných studijních materiálů).

- **Cestovní ruch se společenskými motivy**

Je orientovaný na společenské styky a komunikaci mezi lidmi a zahrnuje takové typy účasti na cestovním ruchu jako jsou např. návštěvy přátel, příbuzných a známých, návštěvy různých společenských akcí a událostí a další. Do tohoto typu cestovního ruchu bývá často zařazována i klubová turistika (klubový cestovní ruch), představující účast na cestovním ruchu cíleně utvořených skupin lidí, které spojují společné zájmy a záliby (sportovní, kulturní či jiné), případně obdobný styl trávení volného času (klubové vesnice či jiná klubovní rekreační střediska). Pobyty v rámci klubové turistiky jsou charakteristické bohatou programovou náplní, vysokou mírou animace, a celkově družným společenským životem.

- **Zdravotně orientovaný cestovní ruch**

Je zaměřen především na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léční následků nemocí převážně v rámci pobytu v lázních či jiných střediscích cestovního ruchu

s příznivým zdravotním prostředím. Zahrnuje celou řadu zdravotně orientovaných aktivit, jako jsou rekondiční a zdravotně preventivně orientované pobyty zaměřené na posílení, udržení nebo obnovení fyzické či psychické kondice člověka (např. pobyty zaměřené na různá cvičení, relaxaci, snižování nadváhy, ovládání stresu apod.). Tento typ cestovního ruchu sehrává důležitou úlohu ve zdravotním stavu obyvatelstva. Jeho význam stále roste v souvislosti se zvyšujícím se uvědoměním lidí v oblasti péče o vlastní zdraví a zdravý způsob života.

- **Sportovně orientovaný cestovní ruch**

Zahrnuje krátkodobé či dlouhodobější pobyty se sportovní náplní, zaměřené především na udržování a posilování zdraví a prohlubování morálních a volných vlastností člověka. V praxi nabývá zcela konkrétních forem podle druhů sportu, např. horská či vysokohorská turistika, cykloturistika, vodní turistika, pěší turistika a řady dalších forem. Jako specifická forma sportovně orientovaného cestovního ruchu bývá uváděna tzv. lovecká turistika, velice výnosný typ cestovního ruchu zaměřený na pobyty spojené s lovem zvěře či rybolovem, mající nezanedbatelný význam zejména v souvislosti se zahraničním cestovním ruchem.

- **Cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí**

I když přírodní prostředí je základním prostředím celé řady typů cestovního ruchu (rekreačního, lázeňského, sportovního apod.), přesto jeho hlubší poznání může být rovněž dominantním motivem účasti na cestovním ruchu. Je zaměřený především na poznání přírody a života v ní (fauny a flory). Zahrnuje například návštěvu přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí, odlehlých, výjimečných nebo velkolepých přírodních míst a atrakcí, vyznačujících se svou jedinečností. Často jsou cesty zaměřeny i na pozorování divoké panenské přírody a její fauny a flory (pralesy, safari, pouště, arktické oblasti apod.).

Specifickým typem cestovního ruchu orientovaným na poznání přírody je ekoturistika, která splňuje všechny v předchozím uvedené aspekty s tím, že její účastníci se vyznačují a jsou vedeni k takovému chování v přírodním prostředí, které jeho hodnoty nenarušuje. Vyznačují se vysokou mírou pochopení, odpovědnosti, ohleduplnosti a etiky vůči přírodě a její ochraně. Jde tedy o turistiku zachovávající původní hodnoty přírodního prostředí při bezprostředním styku s ní.

- **Cestovní ruch s dobrodružnými motivy**

V posledním období se vyčleňuje v samostatný typ cestovního ruchu. Mnoho lidí v rámci účasti na cestovním ruchu vyhledává prioritně takové aktivity, které jsou spojeny s nebezpečím nebo otestováním svých fyzických i morálních vlastností v boji s přírodou. Jestliže tradiční turisté vyhledávají intenzivní zážitky a poznání přírody, boj s ní, často spojen i s nebezpečnými situacemi. Jde např. o lovecké výpravy, pronásledování divoké zvěře, extrémní sporty, sjezdy divokých řek, výpravy do ledových oblastí apod.

- **Cestovní ruch s profesními motivy**

Je spojen s profesní činností a profesními zájmy a probíhá převážně v pracovním čase účastníků, i když v sobě mnohdy obsahuje i prvky cestovního ruchu realizovaného ve volném čase.

Patří sem především:

- **obchodní CR** - obchodně i jinak profesně zaměřené služební cesty, spočívající v různých typech obchodního jednání mezi firmami, sjednávání obchodních kontraktů apod..

- **kongresový CR** – zahrnuje účast na různých kongresech, konferencích či seminářích.

- **CR veletrhů a výstav**

- **incentivní CR** - stimulační či motivační turistika a je využíván zaměstnavatelem jako stimul k pracovnímu výkonu, k setrvání ve firmě nebo jako odměna za dosažené výkony – např.: dovolená pro nejlepší pracovníky, pobyty zaměřené částečně pracovníě spojené s rekreačním či poznávacím programem apod..

- **Cestovní ruch specificky orientovaný**

Jde o cestovní ruch se specifickými motivy, jako je například nákupní cestovní ruch, představovaný cestami za výhodnými nákupy, zejména do zahraničí, politický cestovní ruch, představovaný cestovním ruchem diplomatů a cestovním ruchem v souvislosti s různými politickými akcemi (sjezdy, shromáždění, mítinky).

1.3.8 Typy cestovního ruchu podle délky pobytu

- **Krátkodobý** – je charakteristický krátkou dobou pobytu (max 3 přenocování).
- **Dlouhodobý** – s pobytem jež zahrnuje více než 3 přenocování, nikoli však více než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a více než 1 rok v cestovním ruchu zahraničním.

1.3.9 Další užívaná kritéria v typologii cestovního ruchu

V odborné literatuře je pro členění cestovního ruchu používána ještě celá řada dalších kritérií, z nichž je možno uvést zejména členění cestovního ruchu:

- **Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu:** organizovaný (cestu i pobyt zajišťují cestovní kanceláře či jiné podnikatelské subjekty a účastník si nakupuje ucelený zájezd), neorganizovaný (veškeré služby si zajišťuje účastník sám)
- **Podle počtu účastníků:** individuální (účastník cestuje sám, popř. s rodinou), skupinový (cesta je zajišťována hromadně pro kolektivy)
- **Podle způsobu financování:** komerční (náklady si platí účastník sám), sociální (část nákladů je hrazena za přispění nějaké organizace či instituce)
- **Podle věku účastníků:** cestovní ruch dětí (organizované pobyty či cesty děti do 15 let bez rodičů), cestovní ruch mládeže (cestovní ruch mladých lidí přibližně ve věku 15-24 let), cestovní ruch seniorů (obyvatelstvo postproduktivního věku), cestovní ruch rodin s dětmi, cestovní ruch věkové skupiny lidí mezi 40-50 rokem (kteří mají již odrostlé děti, dostatek volného času a v dobrém ekonomickém postavení).
- **Podle převažujícího prostředí pobytu:** městský (návštěvy turisticky zajímavých měst, jejich památek a dalších atraktivit), venkovský (pobyt na farmách, statcích nebo jiných zemědělských usedlostech), lázeňský (pobyty spojené s léčením v zdravotně příznivém prostředí lázeňských měst), ve střediscích cestovního ruchu (horská, přímořská střediska apod.).
- **Podle ročního období:** (letní, zimní, sezónní, mimosezónní)
- **Podle způsobu ubytování**
- **Podle použitého dopravního prostředku**
- Případně další [4]

Marketing je neodmyslitelnou součástí cestovního ruchu, proto v následující kapitole popisují marketingový mix cestovního ruchu a jeho specifika.

1.4 Marketingový pohled na cestovní ruch

Cestovní ruch je založen na všestranném poskytování služeb – od základních služeb typu stravování, ubytování, dopravy přes zprostředkování služeb (cestovní kanceláře, ve stále rostoucí míře i různé typy informačních středisek) po poskytování informací.

1.4.1 Specifický marketingový mix osm „P“ marketingu pohostinství a CR

- **Produkt (výrobek, produkt)** je pojímán jako celková služba zákazníkovi. V cestovním ruchu je výrobek tvořen podstatnou částí nehmotného charakteru (kvalita informace, způsob odbavení, návaznost jednotlivých částí programu atd.), kterou zákazník přijímá jednorázově a také pouze on ji vysoce subjektivně hodnotí.
- **Promotion (propagace, komunikace)** informuje zákazníka o kvalitě a výhodách nákupu produktu. V CR nelze produkt předem provést, velice významnou složkou propagace je osobní zkušenost (zkušenost známých). Typická je v CR propagace dlouho před „použitím výrobku“.
- **Place (místo, distribuce)** je způsobem zprostředkování cesty výrobku od výrobce ke spotřebiteli. V cestovním ruchu jde o využívání typických zprostředkovatelů služeb - cestovních kanceláří, informačních středisek, apod..
- **Price (cena)** je mírou hodnoty výrobku. V CR je cena velice výrazným faktorem vyjadřujícím diferenciaci kvality (a kvantity) služeb, o čemž svědčí množství různých kategorií a tříd v ubytování, stravování, dopravě. Velmi propracovaný je i systém slev dílčích i komplexních služeb.
- V oblasti cestovního ruchu k těmto faktorům přistupují ještě další čtyři marketingové nástroje a to:
 - **People (lidé)** – v „klasickém“ managementu je lidský faktor nejdynamičtější a současně nejproblematictější složkou podniku. V CR jsou bezpečnost, spokojenost zákazníků, úroveň služeb bezprostředně a kontinuálně ovlivňovány lidským faktorem. Mnohotvárné působení lidského faktoru „vytváří“ službu v CR.

- **Partnership (spolupráce, kooperace)** je v CR velice významná vzhledem k závislosti jednotlivých dodavatelů, kteří tvoří jeden produkt.
- **Packaging (sestavování balíků služeb)** je v CR přímou reakcí na odlišnosti v přáních zákazníků. Jde o trend v poslední době velmi významný, podpořený využíváním informační a komunikační techniky.
- **Programming (vytváření provázané nabídky)** je úzce propojen s packagingem, balík služeb je často sestaven v programovaných částí. [6]

V projektové části diplomové práce se budu zabývat především **propagací** cestovního ruchu na Náchodsku a proto ji zde podrobněji popíši.

Propagace v cestovním ruchu

Propagace poskytuje zákazníkům (turistům) informace a vědomosti přesvědčivým a sdílným způsobem. Informace a vědomosti mohou být sdělovány prostřednictvím některé z pěti propagačních technik: reklamy, podpory prodeje, public relations, osobního prodeje a přímého marketingu. V jednom komplexu jsou tyto techniky označovány jako propagační mix. [9]

- **Reklama** – je nejrozšířenější vizuální a dobře známou součástí propagačního mixu, na kterou se spotřebuje v dnešní době nejvíce peněz. Reklama je jakákoliv placená forma neosobního představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zprostředkovávaná zpravidla reklamní agenturou. Nabízí důvod, proč nakupovat. Reklamní média: televize, rozhlas, internet, noviny, časopisy, poštovní tiskoviny, venkovní reklama a další.
- **Podpora prodeje** – činnosti nebo materiály, které působí jako krátkodobý stimul pro povzbuzení nákupu nebo prodeje výrobku či služby. Je podnětem k nákupu (navštívení propagované lokality).
- **Public relations** – napomáhá vzájemnému přizpůsobování mezi organizacemi a veřejností. Vybudování, udržení a péče o pozitivní obraz projevu podniku (lokality) jsou mimořádně důležité. Mezi hlavní prostředky public relations patří: publicita (na rozdíl od reklamy není placená) a vztahy s tiskem (cílem je pozitivní informování veřejnosti prostřednictvím novin).

- **Osobní prodej** – přímá komunikace a pěstování obchodního vztahu mezi 2 nebo několika osobami s cílem prodat výrobek nebo službu a zároveň dlouhodobě pozitivní vztah, který by přispíval k vytváření image.
- **Přímý marketing** – tímto pojmem se rozumí přímá, adresná komunikace se zákazníky zaměřená na prodej zboží, která používá jednoho nebo více médií k dosažení měřitelné odezvy zákazníků nebo uskutečnění transakcí z jakéhokoliv místa. Hlavní nástroje přímého marketingu: katalogový marketing, přímý zásilkový marketing, telemarketing, televizní marketing s přímou odezvou, přímý marketing pomocí rozhlasu, časopisů a novin., elektronické nakupování – on line marketing. [10]

1.4.2 Specifika marketingu v cestovním ruchu

Marketing v cestovním ruchu má několik typických (obecných) charakteristik, které jsou společné s ostatními organizacemi v oblasti služeb, ale navíc má i určité specifické charakteristiky:

- Nehmotný charakter služeb
- Místní a časová vázanost služeb
- Pomíjivost služeb
- Distribuční cesty
- Vázanost služeb na jejich poskytovatele [5]

1.4.3 Služby v cestovním ruchu

Služby se často klasifikují podle významu ve spotřebě účastníků cestovního ruchu jako služby základní a služby doplňkové.

Základní služby zabezpečují přemístění účastníků cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do rekreačního prostoru a zpět a služby spojené s pobytem v rekreačním prostoru (dopravní, ubytovací a stravovací služby).

Doplňkové služby jsou spojeny s využíváním atraktivit, vlastností charakteristických pro konkrétní rekreační prostor (např. služby sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářské, obchodní apod.). [11]

Je velmi důležité sledovat rozvoj cestovního ruchu a směřovat ho k podpoře přínosů pro místní obyvatele. Z tohoto důvodu v další kapitole popisují politiku rozvoje cestovního ruchu České republiky.

1.5 Politika rozvoje cestovního ruchu České republiky

Politika rozvoje CR dává základ pro rozvoj a řízení CR a je významným prvkem národního a regionálního plánování CR. Taková politika se musí opírat o analýzu a šetření prováděná na stávající situaci v CR. V současné době patří mezi základní koncepční materiály rozvoje CR v regionech České republiky především Koncepce státní politiky cestovního ruchu a Sektorová část Cestovní ruch Národního rozvojového plánu.

1.5.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Podpora rozvoje CR spadá v současné době do kompetence Ministerstva pro místní rozvoj. To dále spolupracuje na řešení specifických cílů s dalšími ministerstvy a celou řadou regionálních sdružení a organizací a místní správou.

Ministerstvo pro místní rozvoj bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996 zákonem č. 272/1996, kterým byla stanovena jeho působnost jako ústředního orgánu státní správy České republiky.

Podle tohoto zákona (§ 14, odstavec 1) je Ministerstvo pro místní rozvoj ústředním orgánem státní správy: cestovního ruchu, ve věcech regionální politiky, včetně regionální podpory podnikání, politiky bydlení, rozvoje domovního a bytového fondu, pro věci nájmu bytů a nebytových prostor, územního plánování, stavebního řádu a investiční politiky.

V čele ministerstva stojí ministr pro místní rozvoj, který je ústavním činitelem a členem vlády pověřený prezidentem řízením Ministerstva pro místní rozvoj. Jeho pravomoci vyplývají z ústavy a dalších právních předpisů. Ministr řídí ministerstvo, jmenuje a odvolává všechny vedoucí zaměstnance a ředitele podřízených rozpočtových a příspěvkových organizačních.

Problematika CR spadá pod sekci Evropské integrace a cestovního ruchu, v rámci které jsou tři odbory zaměřené na: odbor koncepce CR, odbor realizace a rozvoje CR a odbor mezinárodní spolupráce v CR.

Ministerstvo pro místní rozvoj dále spravuje finanční prostředky určené k zabezpečování politiky bydlení a regionální politiky státu, koordinuje činnost ministerstev a jiných

ústředních orgánů státní správy při zabezpečování politiky bydlení a regionální politiky státu, včetně koordinace financování těchto činností, pokud tyto prostředky přímo nespravuje. Ministerstvo pro místní rozvoj také zabezpečuje informační metodickou pomoc vyšším územním samosprávným celkům, městům, obcím a jejich sdružením a zajišťuje činnosti spojené s procesem zapojování územních samosprávných celků do evropských regionálních struktur.

1.5.2 Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism

Pro potřeby podpory a rozvoje podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu byla zřízena Ministerstvem hospodářství Česká centrála cestovního ruchu (ČCCR). Svou činnost zahájila 1. dubna 1993.

ČCCR je příspěvkovou organizací, zřízenou podle zákona č. 576/1990 Sb., o pravidlech hospodaření s rozpočtovými prostředky České republiky a obcí v České republice, ve znění pozdějších předpisů k plnění úkolů v oboru cestovního ruchu, pro které je ústředním orgánem státní správy podle zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů, Ministerstvo pro místní rozvoj.

Poslání a cíle ČCCR

ČCCR v rámci svého poslání koordinuje státní propagaci cestovního ruchu s aktivitami prováděnými podnikatelskými subjekty a rozvíjí střednědobou a aktuální strategii pro marketing cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu.

ČCCR je členem Evropské komise cestovního ruchu (ETC) a podílí se tak společně s ostatními evropskými zeměmi na marketingových aktivitách na zámořských trzích.

Základním cílem ČCCR je marketingová činnost realizovaná v zahraničí a ČR podporující rozvoj cestovního ruchu v České republice.

K dosažení tohoto cíle plní ČCCR tyto hlavní úkoly:

- Podpora všestranného rozvoje domácího a příjezdového cestovního ruchu.
- Podpora a koordinace marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu.
- Spolupráce v oblasti cestovního ruchu s ústředními a územními orgány veřejné státní správy, profesními organizacemi (regionální rozvojová agentura),

peněžními ústavy, školami, výzkumnými a poradenskými institucemi a analogickými zahraničními institucemi.

- Vytváření příznivého image turistické značky „Česká republika“ a její prosazování na domácím i zahraničním trhu.
- Stanovení a rozpracování prioritních produktů, charakteristických pro destinaci Česká republika.
- Podpora tvorby produktů cestovního ruchu s šetrným přístupem k životnímu prostředí.
- Podpora informačních služeb domácím i zahraničním hostům a informační servis pro odvětví průmyslu cestovního ruchu v České republice.
- Zabezpečování spolupráce s domácími i zahraničními novináři a médii.
- Působení na laickou veřejnost s cílem vstřícného chování vůči zahraničním hostům a zdůraznění významu cestovního ruchu pro Českou republiku.
- A další. [12]

II. ANALYTICKÁ ČÁST

2 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ZÁJMOVÉHO ÚZEMÍ NÁCHODSKO

V této kapitole přibližuji současný stav celého regionu Náchodsko, především jeho historii, sociálně ekonomické faktory, přírodní podmínky, společenské aktivity a realizační faktory.

2.1 Charakteristika regionu Náchodsko

Region Náchodsko se nachází v severovýchodní části východních Čech v Královéhradeckém kraji v prostoru mezi Krkonošemi a Orlickými horami a v těsné blízkosti hranic s Polskou republikou.



Obr. 1 - Umístění Náchodska v ČR [13]

Geograficky je prostorově situován na okraji Podorlické pahorkatiny. Nadmořská výška území se pohybuje v rozmezí 232 – 880 m.n.m.. Oblast je lokalizována ve stávajícím okrese Náchod v okrajové části Královéhradeckého kraje, severovýchodně od krajského města Hradce Králové. Tento region je označován jako turistická oblast – Kladské pomezí.



Obr. 2 - Region Náchodsko [13]

Region Náchodsko se skládá z 10 měst: Náchod, Hronov, Police nad Metují, Meziměstí, Teplice nad Metují, Broumov, Červený Kostelec, Nové Město nad Metují, Česká Skalice a Jaroměř. Počet obcí v tomto regionu je 78 s celkovou výměrou území 852 km². Náchodsko má přibližně 112 tisíc obyvatel.

2.2 Historický vývoj regionu Náchodsko

První zmínkou o Náchodsku je rok 1068 v Kosmově kronice, která se vztahuje ke sněmu, který svolal kníže Václav II. Teprve o dvě století později došlo ke kolonizaci regionu severně od Starého Města nad Metují. V té době došlo v průběhu dvou století k rozvoji této oblasti a ke vzniku měst, do kterých se soustřeďovali lidé z okolních vesnic.

Náchodsko má bohatou historii, jejíž stopy jsou zachyceny v mnoha muzeích či galeriích. Zde pak lze vidět početné skupiny historických nástrojů, výrobků, oděvů, výtvarných děl či jiných památek na minulost, včetně zaznamenaných tradic či vzpomínek na slavné osobnosti, které se zde narodily či působily.

2.2.1 Osobnosti Náchodska

Jméno a příjmení	Rozpětí života	Povolání	Místo nar. / působitě
Božena Němcová	(1820 – 1862)	spisovatelka	Česká Skalice
Alois Jirásek	(1851 – 1930)	spisovatel	Hronov
Jan Letzel	(1880 – 1925)	architekt	Náchod
Josef Čapek	(1887 – 1945)	spisovatel, malíř	Hronov
Egon Hostovský	(1908 - 1973)	spisovatel	Hronov
Martin Růžek	(1917 – 1995)	herec	Červený Kostelec
Ljuba Skořepová	(1923 - současnost)	herečka	Náchod
Josef Škvorecký	(1924 – současnost)	spisovatel, nakladatel	Náchod
Jaroslav Cita	(1926 – současnost)	malíř	Náchod
Josef Tošovský	(1950 – současnost)	bývalý premiér ČR	Náchod [14]

2.2.2 Historický vývoj města Náchod

Přirozeným centrem Náchodska se stal Náchod. Město vzniklo v polovině 13. století v podhradí raně gotického hradu rytíře Hrona na staré obchodní stezce směřující do Polska v místě, kde přírodní terén vytvořil přirozenou zemskou bránu.

Během staletí se střídali majitelé panství, z nichž nejvýrazněji se do podoby hradu i města zapsali Smiřičtí ze Smiřic, za nichž byl v 16. století hrad přestavěn na pohodlný renesanční zámek a město prožívalo svoji zlatou dobu. K barokní přestavbě zámku i města došlo v 17. století, kdy se Náchod dostal do majetku italského rodu Piccolomini. V letech 1842 – 1945 hospodařili na náchodském panství členové rodu Schamburg-Lippe. V roce 1848 se Náchod stal svobodným městem.

Převratné změny do života malého poddanského městečka přineslo 19. století - vznik samosprávy, nástup průmyslu a železnice, prudký vzrůst počtu obyvatelstva a stavební rozvoj, který pokračoval do století dvacátého a určil dnešní podobu středu města. Do nedávné doby byl Náchod okresním městem (nyní spadá do Královehradeckého kraje). Město se skládá z pěti obcí: Náchod, Borová, Česká Čermná, Dolní Radechová a Kramolna. [14] a [16]

2.3 Sociálně ekonomický charakter regionu Náchodsko

2.3.1 Obyvatelstvo

Nadpoloviční většina obyvatel je soustředěna v obcích od 5 do 20 tisíc obyvatel, což je stálým obecným jevem. Počet obyvatel v jednotlivých městech je uveden v Tab. 1.

Tab. 1. - Počet obyvatel na Náchodsku a jejich průměrný věk k 1.1. 2004 [18]

Název města	Počet obyvatel k 1.1. 2004			Průměrný věk k 1.1. 2004		
	Celkem	Muži	Ženy	Celkem	Muži	Ženy
Broumov	8 254	3 929	4 325	37,8	36,3	39,2
Červený Kostelec	8 441	4 105	4 336	40,2	38,5	41,9
Česká Skalice	5 402	2 540	2 862	39,8	38,6	40,9
Hronov	6 516	3 196	3 320	41,1	39,2	43,0
Jaroměř	12 831	6 234	6 597	38,3	36,4	40,1
Náchod	21 263	10 087	11 176	39,8	37,9	41,6
Nové Město n. Met.	10 126	4 918	5 208	39,9	38,8	41,0
Police n. Met.	4 316	2 095	2 221	40,7	38,7	42,6
Teplice n. Met.	1 805	871	934	41,5	39,6	43,2

V současné době se stále více ukazuje, že úspěšný rozvoj území také závisí na tom, jaké vzdělání jeho obyvatelstvo má. Proto je analýza vzdělanostní struktury obyvatelstva jednou z hlavních doplňkových charakteristik, které nesmí žádná demografická analýza území opomenout.

Na Náchodsku se projevují rozdíly mezi vzdělanostní strukturou obyvatelstva venkova a města. Zatímco se totiž město Náchod zastoupením jednotlivých vzdělanostních skupin obyvatelstva neodlišuje od celorepublikového průměru, menší obce v jeho zázemí vykazují podstatně horší vzdělanostní strukturu obyvatelstva.

Celkový počet Rómů žijících v Náchodě se odhaduje na 2 000, což je přibližně 9,3% obyvatelstva (celkový počet obyvatel Náchoda - přibližně 21700). Tím se Náchod stává městem s největším podílem rómské populace v Královéhradeckém kraji.

2.3.2 Ekonomika

Velký zlom ve vývoji ekonomiky města Náchoda byl zaznamenán po roce 1989, kdy došlo k návratu tržního hospodářství a soukromého vlastnictví v celé republice. Tato skutečnost změnila charakter města - vznikly nové velké firmy, různé formy malého a středního podnikání i velký počet drobných podnikatelů, zabývajících se poskytováním rozmanitých druhů služeb.

Náchodsko disponuje kvalitní pracovní silou, která vychází z průmyslové tradice. Výrobní charakter je průmyslový, zaměřený ještě stále v převážné míře na textilní výrobu, doplněnou o elektrotechnickou, strojírenskou, chemickou (gumářenskou, kovodělnou) a potravinářskou. Číselné údaje o nezaměstnanosti na Náchodsku jsou uvedeny v Tab. 2.

Tab. 2. - Nezaměstnanost na Náchodsku (rok 2004) [19]

Obec	Počet uchazečů	Ekonomicky aktivní obyv.	Relativní míra nezaměstnanosti
Broumov	541	4 207	12,86%
Červený Kostelec	294	4 160	7,07%
Česká Skalice	221	2 791	7,92%
Hronov	235	3 215	7,31%
Jaroměř	672	6 499	10,34%
Meziměstí	148	1 433	10,33%
Náchod	959	10 720	8,95%
Nové Město nad Metují	343	5 141	6,67%
Police nad Metují	152	2 210	6,88%
Teplice nad Metují	91	884	10,29%
Náchodsko celkem	4 812	56 281	7,90%

Obchod a služby

Ve městě Náchod mají v současnosti rozhodující podíl na trhu s potravinami a zbožím běžné spotřeby supermarkety a hypermarkety (Hypernova, Albert, Prior, Delvita, Julius Meinl, Kaufland ČR, Penny market, DM drogerie, Rossmann), ve kterých nakupují nejen lidé žijící v Náchodě, ale i obyvatelé většiny okolních obcí. Tyto markety menší části své prodejní plochy pronajímají dalším ekonomickým subjektům (textil, zlatnictví, sportovní potřeby, trafika, květinářství, atd.). Spolu se zahušťováním sítě velkokapacitních supermarketů a hypermarketů ubývá menších obchodů zejména s potravinářským zbožím, neboť zpravidla nejsou schopny konkurovat ani šíří sortimentu ani cenou. Vyprázdněné prodejní prostory, hlavně v centru města, pak obsazují převážně asijské prodejce laciných oděvů a obuvi.

V Náchodě je nejhustší a nejkomplexnější síť služeb, z nichž mnohé využívají obyvatelé celého regionu.

Celkový ekonomický profil Náchodska je do jisté míry též ovlivněn přítomností téměř nejvíce vytíženého hraničního přechodu do sousedního Polska. Po vstupu České republiky do Evropské unie se sice zmírnily důsledky této skutečnosti, ale město je stále nepříjemně zatěžováno vysokou hustotou zejména nákladních automobilů, mířících přes hranice. Zrychlila se ovšem dopravní propustnost (před vstupem do EU byla čekací doba na přechodu nejvyšší v celé ČR) a došlo k rapidnímu snížení stojících kamionů ve městě, čekajících na celní odbavení.

2.4 Přírodní podmínky na Náchodsku

2.4.1 Zemědělství

Přírodní podmínky pro zemědělskou výrobu v Královéhradeckém kraji jsou diferencované. Náchodsko má ve své jižní části velmi příznivé podmínky pro intenzivní zemědělskou výrobu (Jaroměřsko), avšak v severní části okresu jsou přírodní podmínky pro zemědělství spíše podprůměrné (reliéf typu vrchovin a hornatin).

Ze zemědělského hlediska sledovaná oblast náleží do klimatického regionu, který má málo vhodné podmínky pro intenzivní zemědělskou výrobu, tyto podmínky jsou mnohdy limitující (vegetační doba, menší doba slunečního svitu, nižší teploty,...).

Struktura půdního fondu

Výměra regionu činí 852 km². Z toho zemědělská půda má výměru 528 km² → orná půda: 64,7 %, trvale travní porosty: 28,8 %, ovocné zahrady a sady: 6,5 %. Nezemědělské půdy je celkem 323 km² → lesní pozemky: 70,7 %, vodní plochy: 6,1 %, zastavěné plochy a nádvoří: 5,5 %, ostatní plochy: 17,7 %.

2.4.2 Životní prostředí

Geologické poměry v území

Podle geomorfologického členění náleží sledované území do Krkonošsko-Jesenické subprovincie, zastoupené k nižším jednotkám Orlickou tabulí, celkem Podorlická pahorkatina.

Geologicky se jedná o velmi pestrá území budovaná krystalickými horninami a prvohorními, druhohorními místy i třetihorními sedimenty.

Pro řešené území Náchodska je důležitá Náchodská vrchovina, která je severozápadním podcelkem Podorlické pahorkatiny. Zaujímá Červenokosteckou vrchovinu, Hronovskou kotlinu, Sedloňovskou vrchovinu a Ohnišovskou pahorkatinu.

Klima

Převážná část regionu leží v nadmořských výškách cca 350 – 610 m n.m. Proudění vzduchu je nejvíce ovlivněno reliéfem krajiny. Pokud jde o větrnost území, převládá dle jednotlivých procentuálních zastoupení směrů větrů proudění z jihozápadu a západu. Teploty se v červenci průměrně pohybují v rozmezí 15° až 18°C, v lednu -2° až -4°C.

Znečištění ovzduší

Sledované území patří do mírně znečištěné oblasti, kde denní limity škodlivých látek v ovzduší, především ve městě Náchod, jsou většinou překračovány. Znečištění ovzduší je pravidelně monitorováno.

Mezi důležité zdroje znečištění ovzduší patří, kromě velkých výrobních komplexů, také domácí topeniště a kotelny. Dalším zdrojem znečištění je automobilová doprava.

Vodní hospodářství v území

Vodních ploch má Náchodsko obecně poměrně málo a dosahují jen malé rozlohy. Území se nachází v základním povodí řeky **Metuje** a v jejich dílčích povodích. Metuje pramení u Adršpachu, protéká rezervací Adršpašsko-Teplických skal, dále směrem k Hronovu, k Náchodu otevřeným úzkým údolím, za kterým se zařezává do Náchodské vrchoviny. Plocha jejího povodí je 607,6 km², délka toku 77,2 km. Tento vodohospodářsky významný tok náleží do správy Povodí Labe a.s..

Další vodní toky:

Úpa, Labe, Stěna, Radechovka, Olešanka a další.

Některé vodní plochy a rybníky:

- Vodní nádrž Rozkoš – u České Skalice
- Špinka – u Červeného Kostelce
- Brodský – u Červeného Kostelce
- Jaroměřský rybník – u Jaroměře
- Velký rybník - mezi Dolní Radechovou a Náchodem

Náchodsko má i prameny minerálních vod, kyselek a kvalitních podzemních vod. Právě útvar české křídové pánve má mimořádný hydrogeologický význam jako hlavní zásobárna podzemní vody. Minerální zřídla v okolí Náchoda jsou typem přírodních výstupných minerálních pramenů. Slabě alkalicko-zemité kyselky, silně uhličitě jsou Ida a Hedva v Bělovsi (9 - 9,3 °C, zachycené v malých hloubkách) a zemito-sulfatiko-salinická kyselka v Náchodě. V Bělovsi byly donedávna (do poloviny 90. let minulého století) lázně na léčení oběhové soustavy, poruchy zažívacího ústrojí, neuralgie, jaterní a ledvinové nemoci a další. Bohužel po předání do rukou soukromého majitele byly uzavřeny a chátrají.

Ochrana přírody

Celé území Náchodska je oblastí poměrně zachovalou. Přesto i zde dochází k ničení přírody člověkem formou intenzivního lesního a zemědělského hospodaření, bezohledného tvrdého turismu především v národních rezervacích, zvyšujícího se tlaku automobilismu, atd.

Hlavní přírodní rezervace regionu:

- Chráněná krajinná oblast Broumovsko
- Národní přírodní rezervace Adršpašsko-Teplické skály
- Národní přírodní rezervace Broumovské stěny
- Přírodní rezervace Peklo – u Nového Města nad Metují
- Přírodní rezervace Ostaš – u Police nad Metují
- Přírodní rezervace Křížová cesta – Dolní Adršpach
- Přírodní rezervace Dubno – Česká Skalice, Kleny, Zlích
- Národní přírodní a kulturní památka Babiččino údolí – Ratibořice [16] a [17]

2.5 Společenské aktivity na Náchodsku**2.5.1 Kultura**

Na Náchodsku se převážně konají kulturní akce divadelního a hudebního stylu (často bývají charitativního rázu). To souvisí především s literární historií této oblasti a s kladným přístupem k hudbě.

Nejvýznamnější kulturní události konané na Náchodsku:

- **Náchodská prima sezóna**

Festival, kde dostává hlavní slovo mládí - studenti soutěží ve výtvarných oborech, hudbě, recitaci a sportu. Město Náchod se také stává místem srazu rodáků. Pamětníci Náchoda procházejí místa, která jsou zmiňována v knize náchodského rodáka Josefa Škvoreckého. Prima sezóna je zakončena majálem a jazzovým večerem v Městském divadle Dr. Josefa Čížka. Termín konání: první polovina května.

- **Camerata nova**

Náchodský festival amatérských komorních sborů, který svým významem přesahuje rámec regionu. Termín: konec května - začátek června.

- **Novoměstský hrnec smíchu**

Každoročně se v Novém Městě nad Metují koná soutěžní přehlídka nových komedií natočených v domácích filmových studiích. Termín: konec září.

- **Jiráskův Hronov**

Jiráskův Hronov je nejstarší festival amatérských divadelních souborů v Evropě. Koná se každoročně koncem letních prázdnin a jeho atmosféra se přenáší na celé město. Na festival se sjíždějí ochotnické soubory z celé Evropy.

- **Mezinárodní folklorní festival Červený Kostelec**

Je nejvýznamnější akcí tohoto charakteru v rámci kraje a jeden z největších festivalů v České republice. V posledních letech, díky kvalitnímu obsazení všech programů zahraničními soubory, které ve svých zemích představují folklorní špičku, se zařadil mezi nejvýznamnější festivaly v Evropě. Festival je i nejstarším v Čechách. Hlavním posláním festivalu je udržení folklorních tradic regionu Podkrkonoší a Podorlicka.

2.5.2 Sport

Na celém území Náchodska je mnoho příležitostí ke sportovnímu vyžití. Nejvíce sportovišť je umístěno v největším městě oblasti Náchodě, do kterého se sjíždějí příznivci sportů z okolí. Ale i v dalších městech jsou zastoupeny některé druhy sportů. K aktivnímu využití zde převládají: fotbal, hokej, tenis, házená, volejbal, basketbal, krasobruslení a další. Pro návštěvníky tu jsou k dispozici tyto rekreační sporty: pěší turistika, plavání, cyklistika, horolezectví, rybolov, jezdeckví na koni, rekreační tenis, ping pong, minigolf, windsurfing, jachting, kanoistika, lyžování a mnohé další. [16] a [17]

2.6 Realizační faktory Náchodska

2.6.1 Doprava

Cestovní ruch je založen na přemísťování osob, proto je vývoj cestovního ruchu úzce spjat s rozvojem dopravy. Rozvoj dopravy byl dynamický zejména v 19. a 20. století a pokračuje dosud.

Hustota a kvalita dopravních sítí odráží a zároveň podmiňuje celkovou hospodářskou úroveň regionu. Železniční a především silniční síť zabezpečuje poměrně dobré dopravní spojení Náchoda s jednotlivými regionálními a mikroregionálními centry i s většinou obcí Náchodského regionu. Samo město Náchod je pak napojeno na dopravní tepny celostátního i mezinárodního významu. Nemalý problém však představuje skutečnost, že dopravní kapacita stávajících hlavních silnic procházejících Náchodským regionem a zejména jeho jádrem - městem Náchodem v posledním desetiletí dosahuje mezních hodnot.

Možnosti dalších významných kvalitativních změn stávajících tras (rozšíření silnice, světelné křižovatky, kruhové objezdy atd.) jsou v podstatě vyčerpány.

Silniční doprava

Hustota základní silniční sítě Náchodského regionu je poměrně vysoká a pohybuje se nad celostátním průměrem. Na jeden kilometr čtvereční plochy připadá 0,9 km silnic, v celé ČR je to jen 0,7 km silnic. Celková délka silnic na Náchodsku činí 632 km – z toho je 59 km I. třídy (2 silnice), 152 km II. třídy (1 silnice) a 421 km III. třídy (9 silnic).

Silnice I/33 (Kutná Hora – Hradec Králové – Jaroměř – Náchod) propojuje Náchod s vnitrozemím. Silnice je pod označením E 67 zařazena do evropské dopravní sítě. V Náchodě Bělovsi překračuje státní hranici a pokračuje dále do Polska. Jedná se o významnou a velmi frekventovanou mezinárodní dopravní tepnu, jíž využívá zejména mezinárodní kamionová přeprava. V současné době je vypracován projekt „Severní obchvat“, podle kterého by mělo dojít k vymístění silnice I/33 z centra Náchoda. Přeložená silnice I/33 bude následně protínat jižní okraje katastru obcí Kramolna a Dolní Radechová. Obě obce při splnění požadovaných terénních úprav se severním obchvatem Náchoda souhlasí. Výhledově se v projektu počítá i s přeložkou silnice I/14. Výstavba obchvatu se navrhuje nejdříve po roce 2007.

Silnice I/14 (Ústí nad Orlicí - Nové Město nad Metují – Náchod – Trutnov – Harrachov – Liberec) vede podhůřím našich hraničních hor a spojuje příhraniční okresy.

Silnice II/303 (Náchod – Hronov – Police nad Metují – Broumov) propojuje Náchod se severní částí okresu.

Silnice třetí třídy mají místní význam a zprostředkovávají dopravní obsluhu řešeného území. Pět silnic vede z Náchoda: silnice III/3034 směřuje na Hronov přes Pavlišov, silnice III/30413 na Kramolnu, silnice III/30414 na Běloves, silnice III/28526 na Českou Čermnou a Borovou přes Dobrošov a silnice III/01420 na Bražec. Přes Kramolnu jsou vedeny další tři silnice III/30360, III/30412 a III/30415. Z Dolní Radechové vede silnice III/30310.

Vedení všech obcí v regionu považuje za nutné zkvalitnit místní komunikace - průběžné opravy a obnova stávajících komunikací, výstavba nových silnic a chodníků, avšak plnění tohoto cíle je často omezeno objemem dostupných finančních prostředků. Nemalou částku z obecního rozpočtu vyžaduje údržba místních komunikací. Zatíženost některých

měřených silničních úseků se za 10 let zdvoj- až ztrojnásobila. Celkově se počet projíždějících aut zvýšil přibližně o 50%. Řešit současnou dopravní situaci v Náchodském regionu není jednoduché. Jeho přírodní a geografické podmínky jsou pro další rozvoj dopravní infrastruktury málo příznivé. Region je výškově značně členitý s relativně úzkými a hustě obydlenými údolími a s četnými chráněnými nebo jinak významnými přírodními lokalitami. Navíc je z velké části obklopený státní hranicí. Z hlediska terénu optimální hlavní dopravní trasy vznikaly již od středověku spolu s jednotlivými sídelními útvary a v průběhu staletí se jejich poloha, na rozdíl od kvality samotné komunikace, jen velmi málo měnila. Je proto velmi obtížné vyhovět současným požadavkům na zvýšení kapacity a kvality hlavních dopravních tepen a současně na vymístění zejména tranzitní dopravy z bezprostřední blízkosti obytných komplexů.

Železniční doprava

Náchodským regionem, přesněji pouze územím města Náchoda, prochází železniční trať č. 026 Choceň – Náchod – Meziměstí. V nevelké vzdálenosti od města Náchod prochází trať č. 032 Jaroměř – Trutnov. Mezi oběma tratěmi je pak vybudována tříkilometrová úvratňová spojka mezi Václavicemi a Starkočí (trať č. 033).

Choceňsko-Meziměstská dráha sice připojuje Náchod k hlavnímu železničnímu tahu Praha – Olomouc, ale její význam je spíše regionální, zabezpečuje především dopravní spojení Náchoda se severní částí náchodského okresu, s Broumovskem. Trať Jaroměř - Trutnov zase umožňuje spojení s jihozápadní částí Náchodska s Jaroměří, potažmo s krajským městem Hradcem Králové.

V současné době vzniká projekt na velice rychlý spoj mezi Prahou a Náchodem. Jízda tímto spojem by měla trvat pouze 2 hodiny (ani jízda automobilem za tento čas není možná). Projekt je závislý na stavbě tunelu na trase a také náklady projektu jsou vysoké (1 mld Kč).

Autobusová doprava

Autobusová doprava zajišťuje téměř veškerou hromadnou přepravu osob uvnitř Náchodského mikroregionu a výrazně se podílí i na přepravě cestujících za hranice sledovaného mikroregionu. Hlavními přepravci jsou ČSAD Ústí nad Orlicí, Orlobus a.s. Nové Město nad Metují, Osnado spol. s r.o. Stará Paka a CDS s.r.o. Náchod. Náchodskem denně projíždí kolem sta autobusů dálkové linkové přepravy.

Letecká doprava

Letiště	Statut letiště	Provozovatel
Jaroměř	Veřejná vnitrostátní	Aeroklub Jaroměř
Broumov	Veřejná vnitrostátní	Aeroklub Broumov
Velké Poříčí nad Metují	Veřejná vnitrostátní	Aeroklub Hronov
Nové Město nad Metují	Veřejná vnitrostátní	Aeroklub Nové Město nad Met.

2.6.2 Ubytovací a stravovací kapacity

Ubytovací služby spočívají v poskytování přechodného ubytování. Jsou poskytovány různými typy ubytovacích zařízení: hotely, penziony, privaty, ubytovny či kempy. Existence ubytovacích služeb je nezbytná k využití oblasti v cestovním ruchu, neboť umožňuje turistu zdržet v dané lokalitě delší dobu.

Na Náchodsku existuje široká nabídka ubytovacích služeb, která je i v letních měsících, kdy přijíždí do regionu největší množství turistů, dostačující. V regionu je velké množství nejen hotelů, ale i dalších různých ubytovacích možností (ubytovny, kempy, chaty a další). I tak je ale velmi důležité si v letních měsících dopředu rezervovat ubytování.

Také stravovacích možností je v celém regionu Náchodsko dostatečné množství. Nacházejí se zde hospodská zařízení od nejlevnějších cenových kategorií až po luxusní restaurace.

[16] a [17]

3 CESTOVNÍ RUCH V ČESKÉ REPUBLICE A NA NÁCHODSKU

Pro lepší pochopení situace cestovního ruchu nejdříve stručně popisují situaci v několika posledních letech nejen v celé České republice, ale především také na Náchodsku. Dále pak pro větší představu o regionu charakterizují nejvýznamnější turistické zajímavosti Náchodska.

3.1 Cestovní ruch v ČR v letech 1992 - 2003

Pro zhodnocení vývoje cestovního ruchu má největší přínos kategorie zahraničních turistů. Ta je Českým statistickým úřadem sledována ve formě jejich příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení. Pokud se turista ubytuje u příbuzných nebo známých, není tento počet ve statistikách zachycen. Agentura CzechTourism vypracovala na základě výsledků studie o příjezdovém cestovním ruchu České republiky, kterou pro ni v roce 2003 prováděla společnost General Marketing, odhady celkového počtu zahraničních turistů, kteří zavítali do České republiky. V těchto odhadech jsou zahrnuti jednak zahraniční turisté, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních, a také zahraniční turisté, kteří se ubytovali v soukromí, u příbuzných či známých, v pronajatých bytech apod.

Počet zahraničních turistů, kteří strávili alespoň jednu noc v hromadném ubytovacím zařízení, od roku 1992 každoročně narůstal až do roku 1999, v roce 2000 došlo podle údajů ČSÚ k významnému poklesu - v meziročním srovnání o 16,8 %, a to navzdory tomu, že se konalo několik významných akcí, o nichž se předpokládalo, že přispějí ke zvýšení návštěvnosti (např. Praha - evropské město kultury či výroční zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky apod.) Začátek roku 2002 byl výrazně ovlivněn teroristickými útoky na New York z 11. září 2001.

V mezinárodním cestovním ruchu panovala v prvních měsících roku 2002 stále obava z cestování. Toto napětí se postupně uvolňovalo a lidé začali opět více cestovat. Ve druhé polovině měsíce srpna byla Česká republika ochromena povodněmi, které zasáhly především Čechy. Konec roku 2002 byl zasažen přípravou na válečný konflikt v Iráku a lidé omezovali cesty do vzdálenějších destinací. V roce 2002 přicestovalo do České republiky o 8,7 % méně zahraničních turistů než v roce 2001. V roce 2003 se mezinárodní cestovní ruch potýkal s dalšími těžkostmi. Třemi hlavními negativními faktory byly: válečný konflikt v Iráku, nemoc SARS a přetrvávající slabá ekonomika. Všechny se projeví paralelně ve stejnou dobu. Irácký konflikt a vysoký stupeň nejistoty utlumil

cestovní ruch v prvním čtvrtletí roku 2003 na celém světě. Růst cestovního ruchu v Asii a oblasti Pacifiku byl narušen výskytem nemoci SARS, která způsobila v dubnu a květnu mnoha destinacím pokles příjezdů o více než polovinu. Předběžné odhady výsledků za celý rok 2003 ukazují, že objem celosvětového cestovního ruchu měřeného na počet mezinárodních příjezdů se snížil o více než 1 %. Evropa setrvala na stejné úrovni jako v roce 2002. Česká republika zaznamenala růst v roce 2003 oproti roku 2002 v počtu zahraničních turistů a to o 7 %. V roce 2003 přijelo do České republiky 5 075 756 zahraničních turistů, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních. Celkem však zavítalo do České republiky 6 723 513 zahraničních turistů, když se k těm, kteří se ubytovali v hromadných ubytovacích zařízeních připočtou turisté, kteří přijeli individuálně a ubytovali se v soukromí, u příbuzných a známých, pronajali si byt apod.

V Tab. 3 jsou uvedeny číselné údaje.

Tab. 3. - Počet zahr. turistů v ČR v letech 1992 – 2003 celkem [20]

Rok	Počet zahr.turistů	Rok	Počet zahr.turistů
1992	3 284 048	1998	7 322 893
1993	3 574 318	1999	7 413 705
1994	4 056 977	2000	6 019 379
1995	4 479 650	2001	6 804 885
1996	6 047 965	2002	6 295 874
1997	6 634 141	2003	6 723 513

Další sledovaná kategorie, **počet přenocování**, zaznamenala obdobný vývoj, avšak maxima dosáhla již o rok dříve, tj. v roce 1998. V následujících dvou letech pak došlo k poklesu, ale v roce 2001 se počet přenocování opět zvýšil na 16 853 859, což znamená nárůst o 2,3 %. Jak již bylo výše zmíněno, v roce 2002 přijelo do ČR méně zahraničních turistů. Také počet přenocování se oproti roku 2001 snížil o 7,6 %. V roce 2003 vzrostl počet přenocování na 16 510 618, tj. o 6 %.

Dalším významným údajem je **průměrná délka pobytu** zahraničního turisty. Zde dochází k pozitivnímu vývoji, kdy délka pobytu vzrostla z 3,5 dne v roce 1992 na 4,5 dne v roce 2000. Údaj za rok 2001 ukazuje na mírné snížení, a to na 4,2 dne. V letech 2002 a 2003 se průměrná délka pobytu zahraničního turisty pohybovalo kolem 4,3 dní. Navíc je nutné upozornit, že se jedná o průměrnou délku pobytu turisty v jednom ubytovacím zařízení, takže pokud turista cestuje a využije služeb většího počtu ubytovacích zařízení, jeho skutečná délka pobytu je vyšší.

3.1.1 Zahraniční turisté v krajích

Vývoj počtu turistů v jednotlivých krajích je nutné rozdělit na dvě různá období, a to z důvodu nového státoprávního uspořádání, kdy původních osm krajů bylo v roce 2000 rozděleno do čtrnácti.

V roce 2001 navíc ještě dochází ke změnám názvů některých krajů: Budějovický kraj na Jihočeský, Jihlavský kraj na Vysočinu, Brněnský kraj na Jihomoravský a Ostravský kraj na Moravskoslezský kraj.

1) 1992 – 1999

Není překvapením, že většina turistů strávila svůj pobyt v Praze. Po počátečním nárůstu však zejména v roce 1998 a 1999 tento podíl klesal na úroveň přibližně 37 % ve prospěch ostatních krajů. V dalších letech opět narostl nad hranici 40 %. Druhým nejnavštěvovanějším krajem byl na počátku sledovaného období Jihomoravský kraj, jehož podíl se však v průběhu let po počátečním nárůstu od roku 1995 snižoval a ustálil se na hodnotě 10,1 %, která znamenala pro tento kraj v roce 1999 4. místo. západočeský kraj byl na počátku i na konci sledovaného období na třetím místě a jeho podíl se po celé období pohyboval kolem 10 %. Oba tyto regiony byly ve sledovaném období postupně předstíženy Východočeským krajem, jehož podíl se v daném období téměř zdvojnásobil a v roce 1999 dosáhl výše 12,7 %. Dalším v pořadí byl na konci sledovaného období Severočeský kraj (8,5 %), dále Jihočeský kraj (7,6 %), Severomoravský kraj (7,5 %) a posledním byl Středočeský kraj (6,4 %).

Číselné údaje jsou uvedeny v Tab. 4.

Tab. 4. - Zahraniční hosté v ubyt. zařízeních v krajích 1992 – 1999 [20]

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Praha	1 183 929	1 119 585	1 327 288	1 538 063	2 168 264	2 251 995	2 075 195	2 083 203
SČ kraj	149 741	153 385	158 055	162 578	219 616	275 092	330 518	359 345
SM kraj	151 994	168 037	192 172	223 104	256 366	284 168	474 419	419 830
JČ kraj	142 196	136 906	157 296	173 566	221 856	271 137	337 718	423 678
ZČ kraj	281 726	294 953	295 078	355 223	445 505	508 000	536 746	570 450
SVČ kraj	210 533	225 739	219 631	242 389	347 933	416 195	481 509	475 737
VČ kraj	181 269	224 355	280 744	304 774	493 055	533 109	694 547	711 710
JM kraj	307 820	348 776	406 209	381 489	405 727	435 962	551 428	565 747
Celkem	2 609 208	2 671 736	3 036 473	3 810 186	4 558 322	4 975 658	5 482 080	5 609 700

2) 2000 – 2003

I v novém uspořádání krajů si svoji neotřesitelnou první pozici zachovala Praha (v roce 2000 39,4 %, v roce 2001 dokonce 47,6 %). Ostatní nové kraje už mají podstatně menší podíly, žádný z nich nepřekročil v roce 2001 hranici 7 %. Oproti předchozím letům si polepšil Karlovarský kraj na druhé straně Moravskoslezský kraj v roce 2002 navštívilo 2,9 % ze všech zahraničních turistů, kteří přijeli do ČR (pro srovnání v roce 2000 sem zavítalo 4,3 % zahraničních turistů).

Číselné údaje jsou uvedeny v Tab. 5.

Tab. 5. – Zahr. hosté v ubyt. zařízeních v krajích 2000 – 2002 [20]

	2000	2001	2002
Praha	1 839 345	2 472 052	2 231 760
Středočeský kraj	272 734	283 075	217 810
Jihočeský kraj	323 339	270 469	245 605
Plzeňský kraj	156 193	165 744	155 312
Karlovarský kraj	328 016	361 310	398 435
Ústecký kraj	187 861	184 233	173 441
Liberecký kraj	268 798	278 342	281 290
Královehradecký kraj	301 649	298 916	265 738
Pardubický kraj	94 322	77 171	61 308
Kraj Vysočina	101 795	87 845	67 826
Jihomoravský kraj	343 729	327 657	314 208
Olomoucký kraj	106 295	106 269	106 364
Zlínský kraj	141 283	110 428	84 427
Moravskoslezský kraj	200 946	170 007	139 249
Zahraniční hosté celkem	4 666 305	5 193 518	4 742 773

3.2 Překážky rozvoje cestovního ruchu v ČR

Podle statistik utratí při šestidenním pobytu zahraniční turista v České republice deset tisíc korun. Kdybychom však uměli hostům nabídnout lepší služby, mohlo by to být i dvakrát tolik. Zatímco v západoevropských zemích po sobě turista každý den svým hostitelům zanechá v pokladnách a peněženkách sto Eur (což je přibližně tři tisíce korun), při návštěvě České republiky je mnohem skromnější. Jeho denní útrata zpravidla nepřesáhne dva tisíce korun.

Důvody, proč v ČR zahraniční turisté utrácejí jen přibližně polovinu z částky obvyklé v západních zemích

Vysoká kriminalita (kapsáři, pouliční prostituce,...), špatný stav silnic, problémy s taxikáři, dvojí ceny zboží a služeb (vyšší pro cizince), nevhodné chování personálu ve službách, nevhodný přístup k cizincům, nedostatek veřejných WC, obtíže při cestování veřejnou dopravou, malá propagace České republiky v zahraničí, malá jazyková vybavenost občanů, chybějící cizojazyčné značení, nedostatek hřišť a atrakcí pro děti, absence nekuřáckých restaurací a další. [18]

3.3 SWOT analýza - obecně

Tato moderní metoda je v evropských podmínkách již běžně používána v oblasti státní správy a samosprávy při regionálním plánování.

SWOT analýza (z anglického Strengths → silné stránky, Weaknesses → slabé stránky, Opportunities → příležitosti, Threats → hrozby) je dnes již standardní metodou regionálního rozvoje.

3.3.1 Úkoly SWOT analýzy

- Analyzovat současnou situaci.
- Analyzovat očekávanou budoucí situaci.
- Určit směr rozvoje.
- Najít prostředky pro dosažení stanoveného poslání (cíle).

Analýza vnitřních vlivů na oblast

Tato část SWOT analýzy zkoumá vnitřní faktory dané oblasti, které mají přímý nebo nepřímý pozitivní, respektive negativní dopad na hodnocení oblasti = silné a slabé stránky.

Analýza vnějších vlivů na oblast

Tato část SWOT analýzy se zabývá vnějšími faktory a vlivy, které mohou představovat pozitivní = příležitosti nebo negativní = hrozby dopad na danou oblast a jeho schopnost zrealizovat připravovanou strategii rozvoje. [12]

3.3.2 SWOT analýza cestovního ruchu v České republice

Silné stránky:

- Výhodná geografická poloha ČR (v centrální části Evropy, nadmořská výška, klimatické podmínky,...).
- Bohatství kulturních, historických a technických památek a dalších kulturních a folklórních atraktivit, tradice lázeňství, přírodní atraktivita (zejména chráněné krajinné oblasti a národní parky), sportovní areály a další.
- Praha jako turistický fenomén světového významu.
- Hustá a dobře značená síť turistických stezek a tras po celé republice.
- Adaptabilní pracovní síla.

Slabé stránky:

- Nedostatečná infrastruktura ČR (zejména ubytovací kapacita v nevyhovující kvalitě a množství, nedokonalý informační systém včetně statistických údajů, doprava a spoje apod.)
- Nízká kvalita základních a doplňkových služeb cestovního ruchu.
- Nízký podíl produktů šetrných forem turistiky (agroturistika, cykloturistika, pěší turistika, lázeňská turistika) na trhu cestovního ruchu v ČR.
- Nerovnováha mezi poptávkou a nabídkou kvalitních pracovníků.
- Nedostatečná údržba a obnova historických objektů a kulturně-historického dědictví, zejména památek zapsaných do seznamu UNESCO.
- Nedostatečná propagace republiky a regionů v zahraničí a regionů i v rámci republiky.
- Vysoká koncentrace návštěvníků a turistů do hlavního města Prahy.
- Nedostatečné statistické informace o cestovním ruchu.

Příležitosti:

- Zvýšený zájem o rekreační a poznávací pobyty v ČR, a to jak na světovém, tak zejména Evropském trhu cestovního ruchu.
- Zvýšená poptávka po nových moderních produktech CR (venkovské turistiky a obecně ekologické turistiky, cykloturistiky, městského, kongresového a incentivního CR, kulturní turistiky, využití technických památek pro cestovní ruch apod.) včetně doprovodných programů.
- Rozšiřování spolupráce příhraničních regionů (Šumava, jižní Morava, Nisa, Labe, Krušné hory) a ostatních regionů a obcí s jejich příslušnými zahraničními partnery v oblasti cestovního ruchu.
- Rozvoj tradičního lázeňství.

Hrozby:

- Ztráta konkurenceschopnosti, nezlepší-li se výrazně kvalita a struktura infrastruktury CR, včetně doprovodné infrastruktury.
- Podcenění lidského faktoru a profesionální přípravy odborníků v oblasti CR, včetně poradenské a vzdělávací činnosti pro začínající podnikatele (oblast vzdělávání dospělých).
- Podcenění údržby kulturních a technických památek využitelných pro CR.
- Podcenění významu legislativního rámce podnikání a kontroly kvality služeb včetně ochrany spotřebitele.
- Nedostatek kapitálu pro stabilizaci a další rozvoj podnikání v CR.
- Podcenění významu aktivit CR pro rozvoj malého a středního podnikání a tvorbu nových pracovních příležitostí v regionech.
- Zhoršování kvality životního prostředí.
- Snížení hodnoty krajinného rázu.

3.4 Cestovní ruch na Náchodsku

Území Náchodska, které leží mezi Orlickou a Krkonošskou horskou soustavou, je důležitým turistickým centrem a křižovatkou mnohých turistických cest. Zvlněný až kopcovitý terén nabízí vyhlídky do kraje a je vhodný k celoroční turistice i k zimním sportům. Předností Náchodska je bohatá nabídka turistických atraktivit, zámků, církevních a jiných památek v kombinaci s pestrým přírodním bohatstvím. Převážně renesanční a barokní architekturu ve městech i na venkově vhodně doplňuje pestrá kulturní nabídka a množství příležitostí sportovního vyžití. Výlety do přírody po značených i neznačených cestách přes nížinné lesy, louky či horské smrčiny, kolem rybníků či roubených stavení lze bez obav z bloudění podnikat nejen pěšky, ale také na kole či na běžkách.

Do nedávné doby byl Náchod také městem lázeňským – lázně Běloves. Nezanedbatelný význam pro rozvoj turistiky má v regionu hraniční přechod do Polska.

Město Náchod nabízí širokou škálu stravovacích a ubytovacích služeb v různých cenových kategoriích.

3.4.1 Hlavní důvody pro rozvoj cestovního ruchu v regionu

- Vytváření nových pracovních příležitostí a trhů pro místní výrobky.
- Možnost architektonické obnovy a rekonstrukce stavebních památek a celků.
- Příjmy ze zvýšených plateb a směny cizích měn.
- Zvýšení úrovně infrastruktury a služeb v regionu.
- Zvýšení kulturního a morálního povědomí obyvatel regionu a mezinárodní pověsti regionu.

3.4.2 Základní kritické problémy současné situace cestovního ruchu na Náchodsku

- Nedostatečná propagace celého regionu Náchodsko na internetu.
- Špatná dopravní situace ve většině měst regionu Náchodsko vedoucí k častým dopravním kolapsům.
- Špatná dostupnost území z centra České republiky.

3.4.3 Turistika a cykloturistika na Náchodsku

Pěší turistika i cykloturistika má na Náchodsku velmi vhodný členitý reliéf krajiny, kopce nepřesahují výšku 700 m, převýšení na trasách je zpravidla krátké. Turistické trasy jsou udržované a dobře značené a spojují buď významné lokality nebo vedou po hřebenech. Cyklotrasy jsou velmi často kombinovány nebo sdružovány s turistickými stezkami.

Území má kvalitní podmínky pro letní i zimní rekreaci (běžecké trasy v okolí a blízkost zimních středisek v Krkonoších a v Orlických horách). Blízkost turisticky známějších lokalit nabízí další možnosti k výletům - celodenní výlety do Krkonoš a do Polska. Do všech směrů jsou vedeny značené turistické stezky, včetně napojení nejbližších měst. Město Náchod je nástupním prostorem do CHKO Broumovsko a národního parku Stolové hory v Polsku. Ve sledovaném území je většina cest stranou nadměrnému turistickému ruchu a nabízí turistům řadu památek včetně dochované lidové architektury, přírodních zajímavostí (přírodní rezervace Peklo, Náchodský zámek, vojenská opevnění,..). [16]

3.4.4 Hlavní turistické zajímavosti na Náchodsku

Na Náchodsku jsou centrem turistického zájmu především města (celkově jich je v regionu deset) a jejich blízké okolí. Proto jsem turistické zajímavosti rozdělila podle těchto měst, ve kterých nebo blízko kterých se nalézají.

1) Náchod

Náchodský zámek → Zámecký areál představuje francouzská zahrada z poloviny 18. století, anglický park z 19. století a na konci lipové aleje vojenský romantický hřbitov, kde jsou pochovány oběti prusko-rakouské války. Interiér zámku je tvořen kolekcí bruselských tapisérií a sbírkou obrazů s květinovým zátiším, dále zámek turistům nabízí prohlídku gotických sklepů, zámeckou věž s vyhlídkou, stálou výstavu strašidel a medvědárium, které je svého druhu největší v České republice. V zámecké jízdárně jsou vystaveny obrazy ruských malířů z konce 19. a počátku 20. století, vnitřní ochoz jízdárny je vyhrazen pro výměnné výstavy českého umění (např. Náchodský výtvarný podzim). (Obr. 3.)

Náměstí T.G. Masaryka → Velké čtvercovité náměstí je jeden z mála pozůstatků středověké architektury ve městě. Uprostřed náměstí byl již v raném 14. stol. postaven dvojvěžový gotický **kostel sv. Vavřince**. Jeho dnešní podoba je z druhé poloviny 17. stol., kdy byl přestavěn po velkém požáru. Jeho věže s barokními báními jsou vysoké asi 40 metrů a lidově se nazývají Adam a Eva.

Dále na náměstí byly umístěny: barokní **Mariánský sloup** z roku 1695, barokní **sousoší Nejsvatější trojice** z počátku 18. století, socha **sv. Jana Nepomuckého** z roku 1768 a kašna. Ta je však až z poloviny 19. století.

Na severní straně náměstí se nachází **stará radnice**, postavená v polovině 17. století. Její barokní ráz zničila přestavba z poloviny 19. století. Zachován zůstal jen pěkný vstupní portál s tesaným znakem města. Na nároží budovy stojí původní **městský pranýř**. V budově dnes sídlí okresní muzeum. Celé severní straně náměstí dominuje secesní architektura **Městského divadla J. Čížka a hotelu U Beránka**, postavená v letech 1912-1914 podle projektu architekta A. J. Čenského. Bohatý interiér divadla je zdoben malbami K. Klusáčka a J. Weniga, plastikami J. Pekárka. Opona s obrazem od M. Alše pochází z roku 1895.

Největší budovou jižní strany náměstí je pseudorenesanční **nová radnice** postavená na počátku 20. století. Její přední stěnu zdobí figurální sgrafita, která podle kartónů M. Alše, vytvořil L. Novák. Nároží 46 metrů vysoké hodinové věže zdobí socha rytíře Hrona, zakladatele města, kterou podle Alšovy kresby vytesal Č. Vosmík.

Vojenské opevnění Dobrošov → Dobrošovská dělostřelecká tvrz - pevnostní obranný systém vybudovaný v letech 1936-38. Celkový prostor tvrže zaujímá plochu 20 ha a ze 7 plánovaných samostatných objektů byly stavebně dokončeny 3 - dělostřelecký srub Březinka, pěchotní srub Můstek a dělostřelecký srub Zelený. V roce 1997 vyhlásilo Ministerstvo kultury ČR Dobrošovskou tvrz národní kulturní památkou. Přístupný je pěchotní srub Můstek, dělostřelecký srub Zelený, a část podzemí. Ve výstavní síni vstupního areálu je výstava armádních figurek. (Obr. 4)

2) Nové Město nad Metují

Zámek Nové Město nad Metují → Sídlo majitelů novoměstského panství začal v polovině 16. století stavět štýrský evangelický rod Štubenberků, v barokním slohu ho po Valdštejnově smrti přestavěl skotský šlechtic Walter Leslie, v letech 1909 - 11 přestavěli zchátralý zámek i zámecký park do dnešní podoby Josef a Cyril Bartoňové podle návrhu arch. Dušana Jurkoviče. Dnes je zámek opět v rukou rodu Bartoňů. Vedle zámku je přístupný i renesanční park se sochami Matyáše Brauna. (Obr. 5)

Přírodní rezervace Peklo → O Rozloze 129,09 ha je významnou součástí systému ekologické stability jako nadregionální biocentrum. Rezervace byla vyhlášena v roce 1994 a nalézá se v krajinném území Lipí a Jizbice.

3) Česká Skalice

Muzeum Boženy Němcové - Některé z expozic muzea:

- **Steidlerův hostinec** → hlavní expozice Muzea Boženy Němcové. Expozice na 400 m² zahrnuje dokumentaci života a díla Boženy Němcové.
- **Areál Barunčiny školy** → Školní třída z 19. století je umístěna v roubené budově školy, do níž byla v letech 1824–1833 zapsána Barbora Panklová a později i její sourozenci. Expozice zprostředkovává atmosféru školství první poloviny 19. století.
- **Textilní muzeum TIBA** → Textilní muzeum je jediným českým muzeem specializovaným na historii textilní výroby. Jeho expozice a sbírky představují jedinečný soubor dokladů vývoje textilnictví, zvláště textilního tisku, v České republice i v zahraničí.

Národní přírodní a kulturní památka Babiččino údolí → Toto přírodní a kulturní území se rozkládá na rozloze 780 hektarů a sleduje řeku Úpu po obou jejích březích od České Skalice až po Havlovce. Celé Babiččino údolí je jednou z nejnavštěvovanějších částí kraje i celé České republiky. Od České Skalice do Ratibořic je od května do října přístupná naučná stezka dlouhá 7 km s 18 informačními tabulemi. Údolím od České Skalice po Havlovce prochází cyklotrasa "Okruh Boženy Němcové" a četné turistické cesty.

Zajímavé objekty Babiččina údolí:

- **Ratibořický zámek** → původně lovecký zámček, dal postavit roku 1708 Vavřinec Piccolomini. Roku 1800 dala vévodkyně Kateřina Vilemína Zaháňská zámček přestavět v pohodlné empírové letní sídlo a založila v jeho okolí anglický park se vzácnými dřevinami. (Obr. 6)
- **Sousoší Babička s dětmi** → je dílem Oto Gutfreunda a architekta prof. Pavla Janáka. Základní kámen byl za účasti Aloise Jiráska položen 25. 7. 1920, sousoší bylo odhaleno při velké národní slavnosti 9. 7. 1922. (Obr. 7)
- **Staré bělidlo** → dřevěnou roubenou chalupu krytou šindelem, postavil 17. 7. 1797 mlynář Antonín Ruder, sousední jednopatrovou budovu bělidla postavila po roce 1842 vrchnost.

- **Viktorčín splav** → původně dřevěný, několikrát přestavovaný při budování zavodňovacího systému a později při regulaci řeky.

Vodní nádrž Rozkoš → Vodní dílo a autocamping Rozkoš se nachází v terénní kotlině mezi Českou Skalicí a Novým Městem nad Metují (rozloha 10 km², průměrná hloubka je 10 m). Rozkoš je napájena stejnojmenným potokem a zejména umělým přivaděčem z Úpy. Voda z nádrže vytéká do Metuje. Hlavním účelem je zabezpečení zavlažování téměř 400 km² zemědělské půdy na středním Labi, ochrana před povodněmi a v neposlední řadě též sportovní a rekreační využití. Nabízí koupání, vodní sporty (jachting a windsurfing) a rybolov. Na břehu nádrže je kemp pro méně náročné návštěvníky. K dispozici je 300 lůžek v chatkách, plocha pro 800 stanů a 90 karavanových boxů, sauna, minigolf, letní kino, hotel, koupaliště, vodní tobogán, sportovní potřeby a dětský koutek. (Obr. 8)

4) Jaroměř

Pevnost Josefov → Bývalá pevnost Josefov je od roku 1948 součástí města Jaroměře. V roce 1971 byla vyhlášena městskou památkovou rezervací. Byla postavena v letech 1780-1785. Měla sloužit k ochraně zemské hranice s Pruským královstvím. Svoji funkci však nikdy neplnila. Za prusko-rakouské války roku 1866 se jí všechna vojska vyhnula. Největší atrakcí Josefova je prohlídkový okruh pevnostních chodeb, které byly důležitou součástí obranného systému. Do současnosti se dochoval systém podzemních chodeb v délce 45 km. Část je přístupná návštěvníkům. (Obr. 9)

Lázně Velichovky u Jaroměře → Léčba pacientů s kloubními potížemi byla zahájena v roce 1898. K vzniku lázní a jejich dobré pověsti přispěla ložiska ojedinělého druhu slatinné zeminy v bezprostřední blízkosti lázní.

V současné době se zde léčí choroby pohybového aparátu. Část lůžek je vyhrazena k rehabilitaci pacientů po úrazech a operacích kostí a kloubů, včetně kloubních náhrad.

5) Červený Kostelec

U Červeného Kostelce je několik **rybníků** → k hlavním patří: **Špinka** a **Brodský**, tradičně využívaných pro letní koupání nejen pro obyvatele Červeného Kostelce, ale i pro široké okolí a také pro letní návštěvníky této oblasti.

6) Hronov

Jiráskovo divadlo → Je to významná neoklasicistní architektura (1929 - 1930) podle projektu místního rodáka ing. arch. Jindřicha Freiwalda Každoročně se v Jiráskově divadle v létě koná jeden z nejstarších divadelních festivalů v Evropě - Jiráskův Hronov. Je to celostátní přehlídka amatérských divadelních souborů se zahraniční účastí. Během celého festivalu probíhá bohatý mimodivadelní program, vzdělávací akce a odborné semináře. (Obr. 10)

Rodný domek Aloise Jiráska → Roubená lidová architektura z konce 18. století

7) Police nad Metují

Přírodní rezervace Ostaš → Je to výrazná, silně rozčleněná stolová hora se skrytým rozsáhlým labyrintem s Kočičím hradem. Je to oblíbené místo horolezců.

8) Meziměstí

Ruprechtický Špičák → Je to místní dominanta s nadmořskou výškou 880 m.n.m.. Je nejvyšším bodem oblasti, na němž byla postavena železná rozhledna, poskytuje výhled do Broumovské kotliny, na táhlý hřeben Broumovských stěn, Hejšovinu, část Boru, Ostaš, Orlické hory, Turov, na masiv Adršpašsko-Teplických skal. Také ale na Vraní hory, Rýchory a Krkonoše. Na Javoří hory bezprostředně navazují polské Góry Kamennie a dále potom Góry Sowie.

9) Broumov

Chráněná krajinná oblast Broumovsko → Rozkládá se na ploše 410 km² a je turisty vyhledávaným místem především pro krajinu málo dotčenou lidskou činností. Oblast patří ke geologickému celku Vnitrosudetské pánve. Osu oblasti tvoří Broumovské stěny, které jsou rovněž rozvodím dvou moří. Severovýchodní část, což je Broumovská kotlina, je odvodňována řekou Stěnavou a jejími přítoky do Baltského moře. Jihozápadní část je odvodňována řekou Metují do Severního moře.

K hlavním fenoménům tohoto území patří známá pískovcová skalní města a i jednotlivé útvary budované kvádrovými pískovci spodního a středního turonu s velmi členitou morfologií. Působením vody, slunce a mrazu vznikly v pískovcovém masivu vysoké věže, sloupy, terasy, stěny průchody, zářezy, sloje rokle a další různé skalní útvary, jež dostaly rozmanité názvy.

Národní přírodní rezervace Broumovské stěny → Rozsáhlý značně členitý skalní masiv Broumovských stěn je složen v převážné většině z menších skalních útvarů rozestých v mnoha roklich. Některé z atraktivit: Kovářova rokle, Mariánské jeskyně, Čertova skála a další skalní útvary. Dominantu tvoří kaple Panny Marie Sněžné na Hvězdě spolu s turistickou restaurací postavenou v roce 1856 ve švýcarském stylu. Nejvyššími vrcholky s nádherným rozhledem jsou Božanovský špičák (773 m) a Koruna (789 m). (Obr. 11)

Benediktinský klášter a klášterní kostel sv. Vojtěcha → Byl založen v polovině 14. stol.. Dnešní stav je výsledkem vrcholné barokní přestavby z let 1728-1733, provedené podle projektu K. I. Dientzenhofera. Ten je také autorem návrhů výzdoby vnitřních prostor. Byl zdrojem hospodářského a kulturního rozvoje Broumovska. Zvláště mimořádný význam měla klášterní škola.

10) Teplice nad Metují

Národní přírodní rezervace Adršpašsko-Teplické skály → Jsou turistická atraktivita číslo jedna nejen na Náchodsku, ale i v širokém okolí. Nabízí mnoho možností jak pro horolezectví tak i pro pěší turistiku. Vytvářejí nejvýznamnější pískovcovou plošinu Polické pánve v Broumovské vysočině. Svou rozlohou 1803,4 ha jsou největší národní přírodní rezervací v České republice. Na trase prohlídkového okruhu je několik obzvláště zajímavých míst a skalních útvarů: Milenci, Velký a malý vodopád, Chladná soutěska, Kaňon za gotickou brankou, Sloní náměstí, Horské jezírko, Homole cukru, Řeřichová jeskyně, Zub, Čertův most, Hromový kámen a další. (Obr. 12) [14] - [16].

3.4.5 SWOT analýza cestovního ruchu na Náchodsku

Silné stránky:

- Výhodná geografická poloha mezi jinými turisticky atraktivními oblastmi jako jsou Krkonoše nebo Orlické hory.
- Relativně nepoškozená, členitá příroda s rozmanitým charakterem na nevelkém území.
- Vynikající turistické příležitosti.
- Bohatá kulturní tradice, historie, velké soustředění historických památek a přírodní atraktivita (Chráněné krajinné oblasti).
- Hustá a dobře značená síť turistických stezek a tras po celém území.

- Pořádání kulturních, sportovních a turistických akcí.
- Dostupná a adaptabilní pracovní síla.

Slabé stránky:

- Málo přehledné regionální webové stránky v turistické oblasti.
- Málo kvalitní přístupové cesty do regionu (zejména pro zahraniční návštěvníky).
- Pouze sezónní provoz hlavních turistických zajímavostí (např. skály, zámky,...).
- Nedostatečná síť služeb potřebných pro turistický ruch – např. informace všeho druhu, doprava,...
- Velká vzdálenost od hlavního města ČR - Prahy (140 km).
- Malá účast soukromých podnikatelů v turistickém ruchu, chybí pestrá nabídka zboží a služeb.

Příležitosti:

- Zvýšení zájmu o rekreační a poznávací pobyty v ČR, a to jak na světovém, tak zejména na evropském trhu cestovního ruchu.
- Možnost získat zkušenosti s budováním turistického průmyslu z ostatních evropských zemí díky přátelským vztahům měst i oficiálním kontaktům.
- Zkvalitnění propagace a marketingu turistiky dané oblasti (zlepšení webových stránek,...).
- Pracovní příležitosti pro obyvatele Náchodska v cestovním ruchu.
- Zájem turistů Evropských zemí o Českou republiku.
- Podpora státu regionálního rozvoje.

Hrozby:

- Nedostatečná možnost propagace republiky a regionů v zahraničí a regionů i v rámci republiky.
- Konkurence okolních regionů se zajímavostmi cestovního ruchu (Krkonoše, Orlické hory,...).
- Vysoká koncentrace návštěvníků a turistů pouze do hlavního města Prahy. [17]

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

4 PROJEKT ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU NA NÁCHODSKU

V projektové části nejdříve popisuji význam cestovního ruchu rozvoje Náchodska. Zaměřuji se především na propagaci regionu, která je velmi důležitá pro rozvoj CR. Pro zjištění názorů obyvatel Náchodska na CR regionu a jeho propagaci jsem zvolila formu dotazníku. Několika jednoduchými a srozumitelnými otázkami zjišťuji jejich postoj ke svému regionu. Výsledky dotazníku mi dopomohly k zjištění problémů, které v oblasti CR místní obyvatelé vidí. Výsledky tohoto dotazníku jsou také důležitým podkladem pro další kapitoly projektové části této diplomové práce.

4.1 Význam cestovního ruchu v rozvoji regionu Náchodsko

Cestovní ruch je důležitý pro obě zúčastněné strany. Jak pro turisty, tak i pro obyvatele oblasti. Turisté poznávají nová zákoutí České republiky a využívají služeb cestovního ruchu dané oblasti (např. ubytování, stravování, doprava,...). Pro obyvatele oblasti je cestovní ruch prospěšný nejen vytvářením pracovních příležitostí, ale také přispívá k rozvoji celé oblasti – např. zvelebování vzhledu měst, výstavba nových sportovišť, obchodů, veřejných sociálních zařízení, ubytovacích a stravovacích zařízení a dalších.

Díky své bohaté historii i četným přírodním zajímavostem je Náchodsko vhodné pro tyto typy cestovního ruchu z hlediska motivace účastníků: rekreační, kulturně poznávací, se vzdělávacími motivy, se společenskými motivy, zdravotně orientovaný, sportovně orientovaný a s profesními motivy.

Co se týče typů cestovního ruchu podle délky pobytu, tak ta je závislá pouze na zájmu turistů, jak dlouho chtějí na Náchodsku setrvat.

Náchodsko bývá díky své historii (převážně literární) častým cílem školních či rodinných výletů mířících do Babiččina údolí v Ratibořicích u České Skalice, které proslavila Božena Němcová ve své knize Babička a také na Hronovsko proslavené svým nejznámějším rodákem Aloisem Jiráskem. Dalšími častými turistickými cíly jsou: Náchodský zámek a Adršpašsko-Teplické skály. Náchodsko je nejčastěji navštěvováno v letní sezóně, pro kterou toto území poskytuje ty nejlepší podmínky. Ve funkčním využití se uplatňují prakticky všechny známé druhy rekreačních aktivit nacházejících se v daných geografických podmínkách. Nejvíce využívanými formami letního cestovního ruchu jsou: návštěvnost kulturně-historických a společenských aktivit, pěší turistika, mototuristika, chataření, chalupaření a další.

4.2 Dotazník cestovního ruchu na Náchodsku

Dotazník směřovaný na výzkum cestovního ruchu na Náchodsku byl předložen vzorku čtyřiceti dotazovaným lidem ve čtyřech věkových kategoriích: do 25 let, 26 – 40 let, 41 – 55 let a 56 a více let. Z každé věkové kategorie odpovídalo na položené otázky 10 lidí. Podíl žen a mužů byl ve všech kategoriích stejný. Dotazování jsem prováděla v pátek 11. března 2005 na nádraží ČSAD v Náchodě v době přibližně od 15,00 do 17,30 hodin. Výsledky dotazníků jsem slovně shrnula a graficky vyhodnotila v následující kapitole.

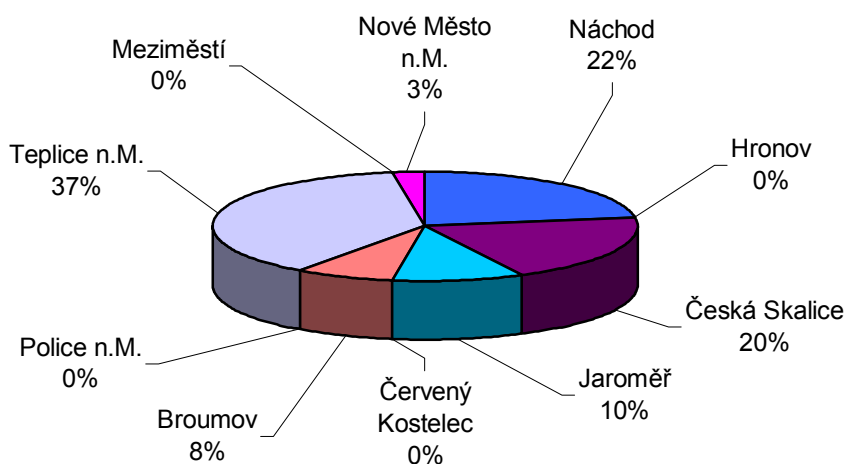
(Dotazník se nachází v Příloze **PŘÍLOHA P II** a výsledková tabulka v Tab. 7).

4.2.1 Dotazování odpovídali na tyto otázky

1) Které z měst Náchodska je podle Vás z turistického hlediska nejzajímavější?

U této otázky dotazovaní vybírali ze všech deseti měst Náchodska: a) Náchod, b) Nové Město n.M., c) Česká Skalice, d) Jaroměř, e) Červený Kostelec, f) Hronov, g) Police n.M., h) Teplice n.M., i) Meziměstí, j) Broumov.

Z výsledků vyplynulo, že turisticky nejzajímavějším, popř. nejpritažlivějším, se dotazovaným zdá být město Teplice nad Metují (37 %), druhé v pořadí se umístilo město Náchod (22 %), třetí místo patří České Skalici (20 %), dále pak Jaroměř (10 %), Broumov (8 %), Nové Město nad Metují (3 %). Zbylá města Hronov, Meziměstí, Police nad Metují a Červený Kostelec nezískaly shodně žádný bod (0 %). Grafické vyhodnocení Graf 1.



Graf 1 - Přitažlivost měst Náchodska

[Vlastní zpracování]

2) Které z turistických míst je podle Vás na Náchodsku nejzajímavější?

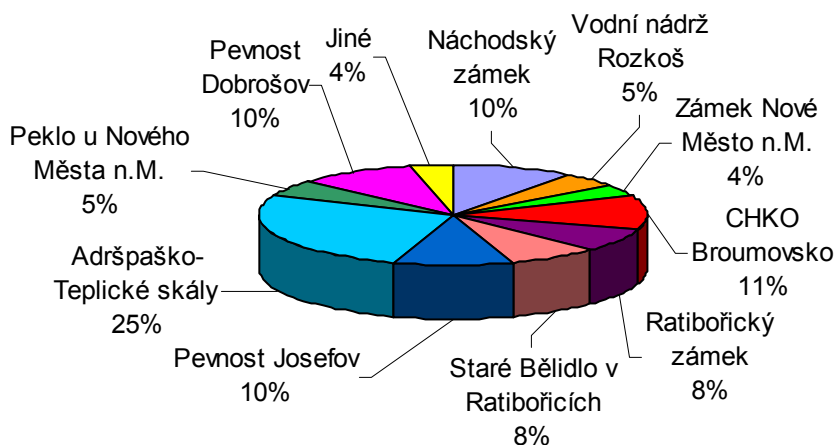
Nejzajímavější místa jsem do dotazníku zvolila tak, aby každé z měst Náchodska mělo ve výběru možností zastoupeny dvě turistické zajímavosti, které se nacházejí buď přímo v daném městě nebo jeho blízkém okolí. Dotazovaní mohli vybrat dvě ze zajímavosti Náchodska. Samozřejmě mohli přidat i taková místa, která nebyla v uvedených možnostech uvedena a dotazovaní je preferují před všemi ostatními variantami. Takovým místem byla dotazovanými zvolena pouze vodní nádrž Rozkoš u České Skalice.

Možnosti tedy byly: a) Náchodský zámek, b) Pevnost Dobrošov, c) Zámek Nové Město nad Metují, d) Peklo u Nového Města nad Metují, e) Ratibořický zámek, f) Staré Bělídlo v Ratibořicích, g) Pevnost Josefov, h) Chrám sv. Mikuláše v Jaroměři, i) Kostel sv. Jakuba Většího v Červeném Kostelci, j) Rybník Brodský u Červeného Kostelce, k) Jiráskovo divadlo v Hronově, l) Jiráskův rodný dům v Hronově, m) Kaple Panny Marie Sněžné na Hvězdě v Polici nad Metují, n) Klášterní kostel Nanebevzetí Panny Marie v Polici nad Metují, o) Adršpašsko-Teplické skály, p) Zřícenina hradu Skály v Teplických skalách, q) Opatský zámek v Meziměstí, r) Rozhledna na Ruprechtickém Špičáku, s) CHKO Broumovsko, t) Benediktinský klášter sv. Václava, u) Popřípadě jiné.

Dotazovaní nejčastěji volili, jako turisticky nejzajímavější místo Náchodska, Adršpašsko-Teplické skály (25 %), druhá se umístila CHKO Broumovsko (11 %), na dalším místě získaly shodný počet bodů Náchodský zámek, Pevnost Dobrošov a Pevnost Josefov (10 %), dále se pak stejně umístil Ratibořický zámek a Staré Bělídlo v Ratibořicích (8 %), shodný počet bodů také získalo Peklo u Nového Města nad Metují a vodní nádrž Rozkoš u České Skalice (5 %) a dalším v pořadí byl Zámek Nové Město nad Metují (4 %). Zbylé turistické zajímavosti získaly dohromady velmi malý počet bodů (4 %).

Adršpašsko-Teplické skály potvrdily i tímto výzkumem své výsadní postavení v cestovním ruchu Náchodska. Tento výsledek také úzce souvisí s předešlou otázkou dotazníku, ve které dotazovaní volili, jako turisticky nejzajímavější město Náchodska, Teplice nad Metují v nichž se právě Adršpašsko-Teplické skály nacházejí.

Stejně tak podle předpokladu získal velké množství bodů (8 %) Ratibořický zámek, který se v roce 2003 umístil na 16. příčce v pořadí návštěvnosti hradů, zámků a památkových objektů celé České republiky s více než 125 tisíci návštěvníky za rok. Grafické vyhodnocení Graf 2.



Graf 2 - Turisticky nejzajímavější místa Náchodska

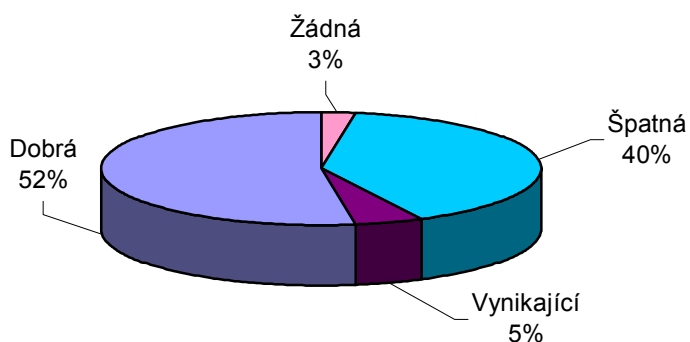
[Vlastní zpracování]

3) Jaká je podle Vašeho názoru marketingová propagace turistiky na Náchodsku?

Tato otázka byla směřována z důvodu, co si obyvatelé Náchodska myslí o celkové marketingové propagaci turistiky celého regionu.

Možnosti odpovědí byly tyto: a) Žádná, b) Špatná, c) Dobrá, d) Vynikající.

Nadpoloviční většinu (52 %) získala možnost, že je marketingová propagace dobrá. Tuto možnost volila zejména střední a starší generace. Hned za ní dostala velký počet bodů možnost, že je propagace špatná (40 %). Tento výsledek byl většinou směřován od věkové generace do 25 let a 26 až 40 let. Další v pořadí je varianta, že je propagace turistiky vynikající (5 %) a poslední v pořadí, že propagace není žádná (3 %). Grafické vyhodnocení Graf 3.



Graf 3 - Názor občanů na kvalitu marketingové propagace

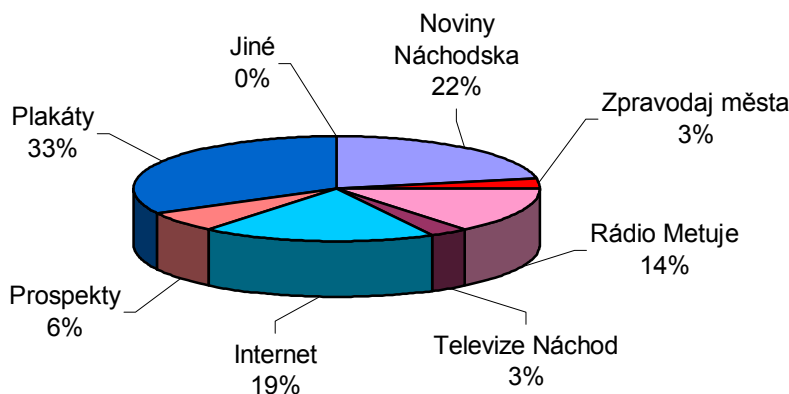
[Vlastní zpracování]

4) Z jakých zdrojů získáváte informace o aktuálních turistických akcích na Náchodsku?

V této otázce jsem se zaměřila na zjišťování, z jakých zdrojů se dotazovaní informují o aktuálních možnostech turistického využití.

Možnosti odpovědí v dotazníku jsou: a) Noviny Náchodska, b) Zpravodaj města, c) Rádio Metuje, d) Televize Náchod, e) internet, f) Prospekty, g) Plakáty, h) Jiné.

Plakáty získaly suverénně první místo (33 %) zejména proto, že jsou v běžném pohybu po městě i vesnici každému snadno k vidění a mohou relativně rychle reagovat na aktuální dění. Tuto možnost propagace volily přibližně stejně všechny 4 věkové skupiny. Noviny Náchodska volilo 22 % dotazovaných. Zejména věkové skupiny: 41 – 55 let a 56 a více let (22 %). A třetí vysoký počet bodů získal internet (19 %), který v posledních letech zaznamenává velký počet návštěvníků, získávajících pomocí něho informace. To se týká spíše mladších věkových skupin do 25 let a 26 – 40 let. Ale své příznivce si podle výsledků našel internet i v dalších věkových skupinách. Další se umístilo Rádio Metuje (14 %), které má v celém regionu mnoho posluchačů. Kromě hudby vysílá také aktuální zprávy a informace o dění na celém území Náchodska. O dost méně bodů získaly prospekty (6 %), stejný počet bodů Zpravodaj města a Náchodská televize (3 %). Jinou možnost nezvolil nikdo (0 %). Grafické vyhodnocení Graf 4.



Graf 4 - Využití informačních zdrojů o turistice na Náchodsku

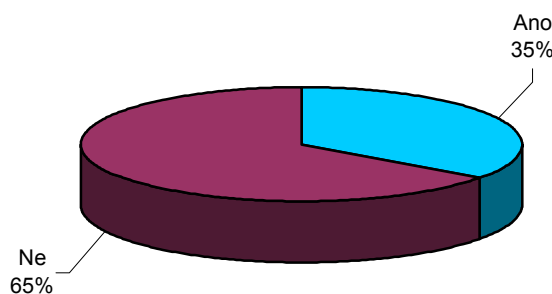
[Vlastní zpracování]

5) Znáte webové stránky týkající se cestovního ruchu na Náchodsku?

Dotazovaní mohli svoji odpověď vybrat ze 2 možností: a) Ano, b) Ne

14 z tázaných lidí (35 %) odpovědělo, že různé webové stránky týkající se cestovního ruchu Náchodska zná. Zbývajících 26 lidí (65 %) uvedlo, že takové stránky nezná.

Podle mého názoru vyšel tento výsledek zejména proto, že i když se počítač a internet vyskytuje již ve většině domácností, tak především starší generace, ale i ty zbývající, si stále ještě nepřivykly na jeho každodenní využívání a nadále potřebné informace získávají z jiných zdrojů. Grafické vyhodnocení Graf 5.



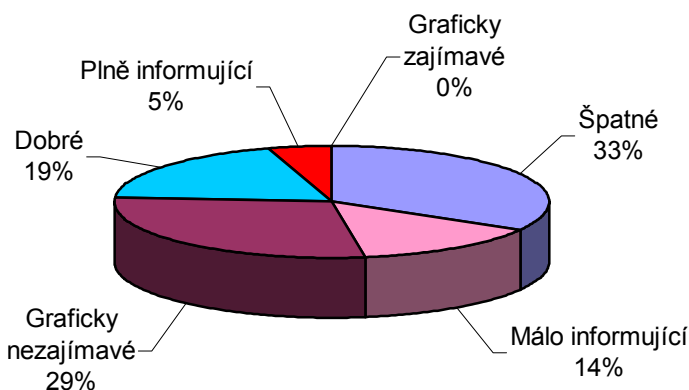
Graf 5 - Známost webových stránek CR na Náchodsku

[Vlastní zpracování]

6) Jaké jsou podle Vašeho názoru webové stránky týkající se cestovního ruchu na Náchodsku?

Možnosti odpovědí: a) Špatné, b) Málo informující, c) Graficky nezajímavé, d) Dobré, e) Plně informující, f) Graficky zajímavé. Dotazovaní mohli vybrat více odpovědí.

Největší skupině ze 14 dotazovaných, kteří si vybavili nějaké z webových stránek týkajících se cestovního ruchu Náchodska, se zdají být webové stránky jako špatné (33 %), graficky nezajímavé (29 %) a málo informující (14 %). Na druhou stranu jako dobré připadají (19 %), plně informující (5 %) a graficky zajímavé (0 %). Grafické vyhodnocení Graf 6.



Graf 6 - Vlastnosti webových stránek CR na Náchodsku

[Vlastní zpracování]

Dále jsem pomocí dotazníku zjišťovala věk, místo bydliště a také zda jsou dotazovaní studenti, zaměstnaní, nezaměstnaní či důchodci. Naprostá většina dotazovaných je v pracovním poměru (62 %), v menší míře pak nezaměstnaní (15 %), důchodci (13 %) a studenti (10 %). Protože dotazování probíhalo v největším městě celého regionu Náchodě, byla většina dotazovaných (32 %) právě z tohoto města a jeho blízkého okolí. Ale jelikož je Náchod přirozeným centrem celého Náchodska, dojíždí sem mnoho lidí jak za prací a studiem, tak také trávit svůj volný čas, ať už kulturně či sportovně. Proto bylo možné směřovat otázky obyvatelům téměř všech měst regionu. Hronov a okolí (19 %), Broumov a okolí (13 %), Česká Skalice a okolí (10 %), Nové Město a okolí (8 %), Jaroměř, Červený Kostelec a Police n. M. a jejich okolí zastupovalo shodně (5 %), Meziměstí a okolí (3%) a jako jediné nebylo dotazovanými zastoupeno město Teplice n. M. (0 %).

4.3 Propagace regionu Náchodsko, její stručné zhodnocení a navržení případných změn

Hlavním předpokladem plného využití přírodních, kulturních i společenských zajímavostí je důkladná propagace, v co možná nejširším okolí regionu. Z tohoto důvodu mapuji v následující kapitole hlavní reklamní média působící na Náchodsku a navrhuji jejich případné změny, které by mohly dopomoci ke zlepšení kvality a většímu využívání těchto propagačních zdrojů.

4.3.1 Reklamní média na Náchodsku

Televize

Na území Náchodska působí od roku 1994 **Televize Náchod**, která vysílá v pravidelných intervalech (úterý – středa: 18,00 – 8,00 hodin ve smyčce a středa: 12,00 – 16,00 hodin ve smyčce) na programu UPC kabelové televize půlhodinový pořad, který je v časovém úseku stále opakován. Ve svých reportážích plně a zajímavě informuje jak o veškerém kulturním i sportovním dění, tak o turistických možnostech či konaných turistických akcích na území celého Náchodska.

Podle mého názoru by bylo vhodnější toto vysílání více rozvrhnout i do dalších dnů týdne tak, aby vysílání probíhalo alespoň ve dvou dnech. Navrhovala bych, aby těmito dny nadále zůstalo úterý a dalším dnem se stal pátek nebo některý ze dnů víkendu. Díky tomu by mohlo vysílání Televize Náchod sledovat větší množství diváků.

Rozhlas

V největším městě regionu Náchodě působí **Rádio Metuje**, které vysílá z náměstí T.G. Masaryka na frekvencích 92,8; 94,7; 95,1 a 107,3 FM již od roku 1998. Zaměřeno je především na mladší a střední věkovou kategorii. Kromě hudby vysílá také aktuální zprávy nejen o dění na celém území Náchodska, ale také České republiky a světa. Přehledně a aktuálně informuje o všem, včetně kultury, sportu, méně pak o turistice, co se v regionu děje. Rádio Metuje je možné naladit také na Trutnovsku, Královeském, Jičínsku, Ústeckem, Rychnovsku. a v Českém Ráji.

Především z důvodu velkého rozsahu vysílání rádia Metuje bych navrhovala, aby ve svém zpravodajství také více informovalo o aktuálních turistických akcích a dalších možnostech. Aby například vznikl alespoň půlhodinový pořad, který by byl vysílán jednou týdně (nejlépe v pátek) a informoval o všech plánovaných turistických, sportovních i kulturních akcích konaných na celém území Náchodska nejen o víkendu, ale i na celý následující týden.

Noviny a časopisy

Na území celého regionu vycházejí pravidelně každý den kromě neděle **Noviny Náchodska**. V průzkumu vyhledávání informací o turistice skončily Noviny Náchodska na druhém místě. Je to především proto, že jsou přehledné, barevně provedené a plně informující nejen o regionu Náchodsko, ale také přinášejí informace o tom, co se děje v celé České republice i ve světě.

Dalším důležitým informačním zdrojem je **Zpravodaj měst**. Je to časopis, který vydávají některá města Náchodska pod různými názvy. Nejznámější je Náchodský zpravodaj, který vychází jednou měsíčně a nejpodrobněji informuje o všem důležitém, co se v Náchodě děje, včetně turistických akcí. Je černobílý. Pro jeho větší atraktivitu bych zvolila barevnou formu. Ale jelikož je distribuován zdarma, je pochopitelné, že je na něm co nejvíce finančně šetřeno. Ale ani to neubírá na jeho přehlednosti.

3 x měsíčně vycházejí regionální noviny **Echo**, které jsou převážně zaměřeny na inzeráty mnoha oblastí. Dále informují pouze o nejdůležitějším dění Náchodska (např. uzavírka silnic apod.). Do domácností jsou distribuovány zdarma. Jen ve velmi malé míře informují o aktuálním společenském dění v regionu. Také proto bych navrhovala, aby v nich byla pravidelně uváděna stručná rubrika, ve které by byl přehledný seznam všech kulturních, sportovní i turistických akcí konaných v dohledné době v regionu.

Propagační tiskoviny

Propagačních tiskovin bylo v posledních letech vydáno na Náchodsku dostatečné množství. K dostání jsou převážně pouze v informačních centrech. Proto bych navrhovala, aby byly distribuovány, i třeba v omezenějším počtu, také na jiná místa, jako jsou např. trafiky, knihkupectví, papírnictví apod..

(V Příloze **PŘÍLOHA P III** je uveden seznam hlavních propagačních materiálů vydaných v letech 2003-2005 na Náchodsku).

Venkovní reklama

Mapové stojany (s turistickou nebo cyklistickou mapou) a **informační turistické tabule** jsou ve většině měst umístěny především u vlakového či autobusového nádraží, popř. na zastávkách a ve většině měst jsou také umístěny v centru. Hlavně se vyskytují přímo u důležitých turistických zajímavostí (zámky, pevnosti, přírodní rezervace apod.). Podle mého názoru je koncentrace těchto informačních tabulí dostatečná a informace, které sdělují, jsou přehledné a kvalitní.

Plakáty – Ve všech městech i většině obcí Náchodska se nacházejí vývěsní tabule s plakáty. Informují nejen o kultuře a sportu, ale také o organizovaných turistických akcích. Z výsledků dotazníků vyplynulo, že jsou občany nejvíce využívány ke zjišťování informací o konaných aktuálních akcích. Plakáty na těchto tabulích bývají ale často poškozené (přírodními vlivy, vandalstvím, apod.) a informace na nich jsou nečitelné. Proto by se mělo častěji dohlížet, zda jsou tabule s plakáty v pořádku. Pokud nejsou, je nutné je přelepit novými.

Místní rozhlasové vysílání

Ve většině měst i obcí Náchodska se vyskytuje **rozhlasové vysílání**, které občanům nabízí ty nejaktuálnější informace. Ty se většinou týkají jak kulturních a sportovních, tak také turistických akcí. Vysílání probíhá značně sporadicky. Nevýhodou tohoto vysílání je na většině míst špatná slyšitelnost a tím pádem také srozumitelnost sdělovaných informací. Bylo by třeba rozmístit hlásné reproduktory více systematicky a vylepšit jejich zvukové možnosti.

Internet

Pro region Náchodsko bylo vyhotoveno několik internetových portálů zabývajících se celým regionem:

www.nachodsko.cz - na této webové stránce jsou odkazy na další stránky měst Náchodska. Část odkazů (Nové Město n.M. a Červený Kostelec) je na oficiální stránky těchto měst a druhá část jsou speciálně vytvořené stránky pro tento portál a jsou vytvořeny v jednotném velmi jednoduchém stylu bez fotografií. Nejsou ale aktuálně obnovovány, takže jsou zde uvedeny např. neaktuální ceny vstupného, stará telefonní čísla, nesprávné otevírací doby, apod. Ani grafická podoba těchto stránek není podle mého názoru nijak poutavá a jsou barevně nezajímavé. Hlavním nedostatkem je již zmíněná neaktualnost informací (ukázky z **www.nachodsko.cz** jsou uvedeny v Přílohách **PŘÍLOHA P III** a **PŘÍLOHA P IV**).

www.nachodsko.info.cz – Jsou velmi přehledné, ale jedná se spíše o stručné stránky s odkazy na jednotlivé požadované informace. Turisté, kteří blíže neznají region, v nich vyhledávají potřebné informace velmi ztěžka.

www.nachodsko.kvalitne.cz – Jsou to velice zajímavé webové stránky, ale informace, které podávají, jsou neorganizovaně uspořádány. Co se týče cestovního ruchu, nabízejí informace pouze o přírodě, sportu a ubytování na Náchodsku. Návštěvník těchto stránek musí dlouho hledat, než najde požadované informace.

Další webové stránky týkající se měst Náchodska jsou většinou jejich oficiální stránky: (**www.mestonachod.cz** , **www.teplicenadmetuji.cz** , **www.mezimesti.cz** , **www.novemestonm.cz** , **www.policenadmetuji.cz** , **www.mck.cz** , **www.hronov.cz** , **www.broumov-mesto.cz** , **www.jaromer-josefov.cz** , **www.ceskaskalice.cz**) a informují především jen o daném městě a ne regionu jako celku.

Samozřejmě také existuje několik webů, které nejsou oficiální a které mohou obsahovat plno nepravd a nepřesností.

Většina z uvedených webových stránek neinformuje dostatečně přehledně o možnostech cestovního ruchu. Jelikož jsou v jiném než českém jazyce pouze stránky Nového Města nad Metují., České Skalice a Náchoda, nemohou být hodnotným informačním zdrojem pro zahraniční turisty. Tyto stránky jsou spíše směsicí různých informací. A i když většina z nich obsahuje také data o turistice, kultuře, sportu a mnoha dalších oblastech, jsou pouze málo přehledné a zdaleka neobsahují všechny nutné informace pro turisty, kterými jsou

popis dané turistické zajímavosti, fotografie, otevírací doby, cena vstupného, kontakty (adresa, telefon, e-mail, www stránky,...), možnosti ubytování a další.

Především z tohoto důvodu ve své diplomové práci navrhnu a zhotovím takové webové stránky, které by toto všechno obsahovaly a byly pro své návštěvníky přehledné a plně informující.

Také z výsledků dotazníků vyplývá, že obyvatelé Náchodska nejsou plně spokojeni s webovými stránkami svého celého regionu, které se týkají cestovního ruchu. I z tohoto důvodu jsem se rozhodla zvolit jako hlavní nástroj mého projektu diplomové práce navržení a zhotovení webových stránek celého regionu Náchodsko, týkajících se cestovního ruchu.

Všechny předešlé návrhy zkvalitnění propagace Náchodska jsou potřebné, ale jejich další řešení by bylo nad rámec této diplomové práce. Hlavní částí projektu rozvoje cestovního ruchu na Náchodsku je navržení a vyhotovení webových stránek zahrnujících celý region.

4.4 Webové stránky

Web (či Word Wide Web, www) je jednou ze služeb internetu. Web má jako každé médium obsah a formu: to co chce sdělit a způsob, jakým to chce sdělit. A právě mnohotvárná forma webu zapříčinila jeho obrovskou atraktivitu, ponechávaje starší formy internetových služeb hluboko v zapomnění. Jejich tvůrcům musí být hned od začátku vytváření webových stránek zcela jasné, kdo je bude navštěvovat a za jakým účelem. [22]

4.4.1 Návrh a tvorba webových stránek www.turistickenachodsko.cz

Pro nově vznikající stránky jsem se snažila zvolit takový název, který by přesně vystihoval to, o čem budou tyto stránky především pojednávat. Aby už z jejich názvu bylo zřejmé, že jsou zaměřeny zejména na turistiku. Název těchto webových stránek je tedy: www.turistickenachodsko.cz.

Hned po otevření těchto stránek se zobrazí návštěvníkům **úvodní strana**.

Největší plochu úvodní strany zaujímá **nabídka aktualit** konaných na území regionu. Tato nabídka se bude pravidelně obměňovat a vždy bude informovat o nejaktuálnějších událostech, ať už turistických, kulturních nebo sportovních. V pravé části této plochy se nachází místo, na které by bylo možno umístit **reklamní banner** o velikosti 120 x 240

pixelů. V horní části úvodní strany je připraveno další místo o rozměru 468 x 60 pixelů pro reklamní banner. Zda budou uvedeny reklamní bannery na těchto webových stránkách, rozhodne jejich provozovatel – Městský úřad v Náchodě (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P V**).

Další řádek nabízí tyto odkazy:

Kontakty

Jedná se o kontakty na provozovatele (popřípadě také autora) těchto stránek, na které je možno směřovat otázky týkající se tohoto webu či Náchodska. Jsou zde uvedeny: kontaktní adresa, telefon, e-mail a www stránky.

Odkazy

V odkazech jsou uvedeny kontakty na všechna města Náchodska. Jsou zde kontakty jak na městské úřady v jednotlivých městech, tak i na všechna informační centra Náchodska.

Ubytování

Po kliknutí na tento odkaz se otevře soubor vypracovaný v programu Excel obsahující možnosti a podmínky ubytování, které jsou členěny podle jednotlivých měst regionu.

Mapa

Zde jsou uvedeny mapy potřebné k přiblížení polohy regionu, pro návštěvníky, kteří tuto oblast neznají. Na první mapce je znázorněna celá mapa České republiky a region Náchodsko je zvýrazněn červenou barvou. Druhá mapka již znázorňuje pouze Náchodsko s popisky jednotlivých měst.

Charakteristika regionu

Pod tímto odkazem nalezne každý návštěvník stránek stručný popis celého regionu, včetně životního prostředí a vodního hospodářství, dále stručný popis podmínek pro turistiku a cykloturistiku na Náchodsku a stručný popis sportovního a kulturního zázemí regionu.

Pod řádkem s předešlými odkazy se nacházejí **čtyři fotografie**, které jsou seřazeny do jednoho obrazce. Na těchto fotografiích jsou znázorněny jedny z nejatraktivnějších a

nejnavštěvovanějších míst regionu Náchodsko. Jsou to: Zámek Nové Město nad Metují, Sousoší babyčky a dětí v Ratibořicích, Náchodský zámek a Adršpašsko-Teplické skály.

Na levé straně je **sloupec s odkazy** na všechna města regionu Náchodska. Po kliknutí na jednotlivá města se rozbalí menu odkazů, ze které si ve většině případů může návštěvník stránek konkrétně vybrat. Jsou zde:

Kontakty

Pod tímto odkazem jsou opět uvedeny kontakty týkající se městského úřadu a informačního centra daného města. Takto opakovaně jsou zde uvedeny pro větší přehlednost. (Ukázka uvedena v příloze PŘÍLOHA P VI).

Charakteristika

V charakteristice je uveden velmi stručný popis města, včetně počtu částí města, velikosti katastrální výměry a počtu obyvatel k 1. lednu 2005. (Ukázka uvedena v příloze PŘÍLOHA P VII).

Historie

Pro větší představu o městě, je v tomto odkazu uvedena pro návštěvníky stránek stručná historie města, ve které jsou zachyceny nejdůležitější momenty z minulosti. (Ukázka uvedena v příloze PŘÍLOHA P VIII).

Turistika

Turistika se u většiny měst člení na:

a) Turistické zajímavosti

Zde jsou uvedeny turistické zajímavosti daného města, včetně jejich stručné charakteristiky a dalších základních informací jako jsou např.: adresa, telefon, e-mail, www stránky, otevírací doba, cena vstupného, fotografie a další. (Ukázka uvedena v příloze PŘÍLOHA P IX).

b) Pěší turistika

Pod tímto odkazem jsou popsány nejdůležitější turistické trasy města a jeho blízkého okolí s jejich stručnou charakteristikou a počtem km. (Ukázka uvedena v příloze PŘÍLOHA P X).

c) Cykloturistika

Zde jsou charakterizovány nejhlavnější cyklotrasy města a jeho širšího okolí s jejich popisem a je ve většině případu je zde také uveden počet km. (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P XI**).

d) Ubytování

V ubytování je uveden odkaz na soubor vytvořený v programu Excel, ve kterém jsou vypsané možnosti ubytování v daném městě. Seznam je rozčleněn do kategorií: hotel, penzion, privát, ubytovna či kemp. V tomto seznamu je uveden nejen název a adresa ubytování, ale také telefon, počet lůžek, cena ubytování a velmi stručná charakteristika ubytování, která popisuje vybavení a možnosti, které se vyskytují v blízkém okolí daného ubytování. (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P XII**).

Kultura

V sekci kultura se nachází nabídka možností kulturního vyžití v daném městě. Ať už to jsou kina, divadla, nebo různé festivaly, koncerty a podobné kulturní akce konané v daném městě a jeho okolí. (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P XIII**).

Sport

Pod názvem sport je možné nalézt odkazy na různá sportoviště či sportovní zařízení. Také tu jsou uvedeny různé sportovní akce. (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P XIV**).

Osobnosti města

Sekce osobnosti města je na těchto stranách spíše jako zajímavost k dokreslení obrazu o daném městě pro návštěvníky z jiných regionů nebo ze zahraničí. Nacházejí se zde pouze nejvýznamnější osobnosti, které se v tomto městě buď narodily nebo v něm během svého života působily. (Ukázka uvedena v příloze **PŘÍLOHA P XV**).

Zdroje potřebné k návrhu a vypracování webových stránek www.turistickenachodsko.cz:
[13] – [17] a [27] – [65]. Tyto webové stránky jsou přiloženy k diplomové práci na CD.

Jelikož nejsem dostatečně kvalifikovaná ve tvorbě webových stránek, bude nutné, před jejich zavedením na internet, zadat dopracování webu www.turistickenachodsko.cz profesionálnímu grafikovi, který vzhled stránek posune na patřičnou úroveň.

Také bude třeba před uvedením webových stránek na internet jejich přeložení do více jazyků. Zejména do polského. Popřípadě také do německého a anglického. Je to důležité pro to, aby se mohli více dozvědět o regionu Náchodsko také zahraniční turisté, kteří mají zájem poznávat i méně známá zákoutí České republiky. Bez překladu budou tyto webové stránky určeny sice pouze tuzemským turistům, ale ti stejně tvoří naprostou většinu všech návštěvníků regionu.

O uvedení webových stránek www.turistickenachodsko.cz na internet a jejich konečné podobě rozhodne zastupitelstvo města Náchoda.

Je nutné tyto stránky aktualizovat alespoň 1 x měsíčně (v letní sezóně častěji), čímž bude pověřen pracovník Městského úřadu v Náchodě (odbor pro místní rozvoj).

4.4.2 Volba webhostingu

Pro správné provozování webových stránek je velmi důležité vybrat si kvalitní webhosting. Proto se v této kapitole zmíním o základních vlastnostech dobrých webů.

Důležitá je úroveň a časová dostupnost technické podpory, kterou webhostingová firma nabízí. Pomalé zobrazování webových stránek, nebo jejich nedostupnost, bývají způsobeny nedostatečnou kapacitou serveru a jeho přístupem k síti. Především proto pro malé a střední firmy existuje nabídka tzv. webhostingu, tedy umístění vlastních stránek na serveru specializované společnosti. Ta je schopna zajistit sdílení počítače, jeho zabezpečení a další software i hardware pro mnoho zákazníků. Nabízí cenové úspory při zachování vysokého standardu služeb.

Zorientovat se v nabídce webhostingových společností není jednoduché. Všechny uvádějí řadu parametrů svých tzv. virtuálních serverů. Jedním z nejoblíbenějších parametrů je velikost disku, která se pohybuje v řádech desítek a stovek megabytů. Je však otázkou, nakolik je tento údaj relevantní. Pokud provozovatel stránek v budoucnu nehodlá na svůj web umísťovat například velký objem kvalitních fotografií, je hodnocení hostingu podle velikosti disku zbytečné. Důležitá je kvalifikace operátorů. Tu si lze ověřit zejména prostřednictvím referencí. Kvalitu podpory lze v některých případech vyvodit i z vlastní webové prezentace webhostera. Profesionální webhostingová společnost nabízí

telefonickou nonstop podporu, případně přes e-mail či ICQ. Když má zákazník problémy se svým webem, měla by být schopná kdykoliv poradit. Úspěšný webhosting musí být vidět, zaujmout a prodat. [22]

Z dostupných zdrojů uvádím v následující tabulce ceny nejznámějších a nejvyužívanějších domén v České republice, ze které po srovnání a zjištění dalších důležitých údajů vyberu tu doménu, na kterou pak navrhu umístění webových stránek www.turistickenachodska.cz.

Přehled cen nejznámějších domén

Tab. 6 - Přehled cen nejznámějších domén [23]

Název domény	Cena registrace na .cz	Roční údržba
domeny.velkoobchod.cz	zdarma	800 Kč
www.9net.cz	325 Kč	590 Kč
www.domainmaster.cz	365 Kč	630 Kč
www.registrator.cz	399 Kč	599 Kč
www.domeny.cz	399 Kč	599 Kč
www.domena.cz	400 Kč	599 Kč
www.spravadomen.cz	400 Kč	599 Kč
www.media4web.cz	350 Kč	650 Kč
www.invite.cz	400 Kč	663 Kč
domeny.iol.cz	400 Kč	700 Kč
www.xnet.cz	499 Kč	699 Kč
www.ipex.cz	500 Kč	800 Kč
www.skynet.cz	600 Kč	700 Kč
domeny.col.cz	749 Kč	749 Kč
www.ceskyregistrator.cz	900 Kč	600 Kč
www.regZone.cz	999 Kč	599 Kč
a mnohé další		

(Pozn.: Ceny jsou uvedeny bez DPH)

4.4.3 Umístění webových stránek www.turistickenachodsko.cz

Z velké nabídky domén, jsem se rozhodla pro umístění webových stránek u menší firmy **InVite**, která má ve světě webových stránek velmi dobré reference, nabízí mnoho kvalitních služeb a jejíž webové stránky se mi zdály být velmi pěkně a hlavně přehledně provedené. Upoutala mě především jednoduše přehledná nabídka služeb, kterou firma

oproti svým konkurentům na svých stránkách uvádí. Také rozhodovala cena, která patří k nejnižším z uvedeného přehledu domén.

Nabídka firmy InVite - společné parametry pro všechny nabízené služby:

- www rozhraní pro výběr pošty
- POP3, IMAP4 protokoly pro výběr pošty
- neomezený počet aliasů (mailový koš) k e-mailu (vhodné pro proxy)
- velikost e-mailové schránky 20 MB (max. velikost jednotlivé zprávy 10 MB)
- www rozhraní pro správu MySQL databází
- samostatný FTP přístup (NONSTOP)
- bezplatný provoz DNS záznamů (primárních i sekundárních) pro domény hostované na našich serverech
- monitorování funkčnosti všech služeb každé dvě minuty a tím i možnost okamžitého zásahu
- nulové zřizovací poplatky
- bezplatné generování graficky přehledných statistik návštěvnosti stránek zákazníka
- přístup k LOG souborům www serveru zákazníka
- script pro posílání formulářů e-mailem [24]

Jelikož webové stránky www.turistickenachodsko.cz nebudou graficky příliš náročné, vybrala jsem z nabízených služeb firmy InVite – službu „Mikro hosting“, která je spíše vhodná pro menší statické prezentace soukromých osob i firem. Poskytuje provoz vlastní domény II. řádu (názevdomény.cz, .com, .net,...), 5 MB diskového prostoru pro www prezentaci a 1 e-mail.

Cena Mikro hostingu je 50 Kč měsíčně a pokud chce zákazník zvětšit diskový prostor, potom si firma účtuje 3 Kč za každý 1 MB měsíčně navíc. V případě navrhovaných webových stránek je potřeba získat k původním 5 MB dalších 7 MB, aby bylo možné umístit na internet webové stránky, které potřebují 12 MB diskového prostoru.

Tudíž se cena Mikro hostingu zvýší z původních 50 Kč na 71 Kč měsíčně. Stejně tak by si za každou další e-mailovou schránku připočítala firma dalších 10 Kč. Ale v případě www.turistickenachodsko.cz zcela postačí 1 e-mailová schránka, která bude ve tvaru: info@turistickenachodsko.cz.

Firma InVite také nabízí další příplatkové služby, slevy a navýšení. Ale pro chod webových stránek prozatím postačí výše zmíněné služby. Firma nabízí okamžité rady v případě nějaké poruchy webových stránek prostřednictvím e-mailu, ICQ či telefonu.

Umístění webových stránek na freehostingu

Je také možné umístit webové stránky na některý z mnoha **freehostingů**, což znamená, že majitel webových stránek nebude platit žádný poplatek za webhosting ani doménu. Nevýhodou však je špatně zapamatovatelná adresa stránek (doména III. stupně, např. www.webpark.cz/turistickenachodsko) a někdy také malá kapacita prostoru pro stránky. Freehostingové služby s sebou přinášejí i další nepříjemné omezení, jako například nutnost zobrazování reklamy poskytovatele freehostingu.

Mezi nejznámější freehostingové weby patří www.sweb.cz, www.webpark.cz, www.muweb.cz, a mnohé další.

4.4.4 Propagace webových stránek www.turistickenachodsko.cz na internetu

Seznam.cz

Pro zajištění vysoké návštěvnosti webových stránek turistického Náchodsko navrhuji jejich umístění do katalogu nejnavštěvovanějšího portálu v České republice **Seznam.cz**. Tento portál je nejen nejnavštěvovanější, ale má také rozsáhlou reklamní kampaň v tiskopisech, rozhlasu i televizi. Webové stránky bych umístila do sekce „Turistika“. Podle statistik je průměrná denní návštěvnost této sekce 254 zobrazení a průměrná měsíční návštěvnost je 7633 zobrazení.

Zde bych z nabízených služeb jako nejvhodnější vybrala „**Placený odkaz**“. Tento Placený odkaz se zobrazuje na prvních místech výpisu sekce a je označen textem „Seznam doporučuje“. Cena služby Placený odkaz je **5 236 Kč** (včetně DPH) za umístění za měsíc. Minimální doba objednávky jsou 3 měsíce. Délka textu je maximálně 250 znaků včetně mezer. Zde bych umístila odkaz na webové stránky www.turistickenachodsko.cz a stručnou poutavou charakteristiku regionu.

Jako další službu bych vybrala „**Wide banner v sekci**“. Jedná se o grafický banner v horní části výpisu sekce. Cena této služby je **10 472 Kč** (včetně DPH) za měsíc. Minimální doba objednávky jsou 3 měsíce. Rozměry banneru jsou 468 x 60 pixelů, maximální datový objem je 20 kB.

Využití těchto dvou služeb nabízených Seznamem.cz navrhuji pouze na 2 letní měsíce červenec a srpen, kdy je největší pravděpodobnost, že lidé budou na internetu vyhledávat cíle svých turistických výletů. [25]

BillBoard.cz

Jako další možnost reklamy turistického Náchodsko navrhuji **bezplatnou** propagaci na v současné době největší reklamní výměnné síti v České republice, která sdružuje přes 10 tisíc členů, na jejichž stránkách se měsíčně zobrazí přes 260 milionů reklamních bannerů. Název této výměnné sítě je: **BillBoard.cz**.

Výměnnou síť BillBoard.cz využívají její členové k propagaci vlastních serverů či stránek na bázi výměnné reklamy. Člen poskytne reklamní plochu na svých stránkách a na oplátku je členovi nabídnuta možnost zobrazit jeho reklamu na stránkách jiných členů. Mezi členy této výměnné reklamní sítě patří jak velké renomované servery, tak i osobní stránky jednotlivců.

Propagace prostřednictvím výměnné sítě BillBoard.cz je také velmi výhodná v tom, že je možné si určit na jakých stránkách s určitou tematikou se bude reklama zobrazovat. Je možné vybírat až ze 375 oborů. Také je výhodné to, že výměnná reklama nemusí být realizována průběžně. Reklamní prostor, který člen získá v rámci výměny, nemusí hned „spotřebovávat“, ale může ho střídat a jeho pozdější využití pak plánovat v čase. Je možné naplánovat množství zobrazované reklamy v jednotlivé dny a v jednotlivé hodiny.

Co se týče webových stránek www.turistickenachodsko.cz, bylo by nejvhodnější jejich propagaci směřovat především na sezónní měsíce (duben až září), kdy si turisté vyhledávají také pomocí internetu cíle svých cest. Také má každý člen možnost zakázat zobrazování reklamy konkurence na svých stránkách. Zakáže-li ji však, přichází o možnost zobrazovat svoji reklamu na stránkách konkurence. [26]

4.4.5 Vyčíslení nákladů a výnosů potřebných k zařízení a provozu webových stránek

V této kapitole zhodnotím navržené projektové řešení. Vyčísím pravděpodobné náklady a výnosy, které jsou spojené se zhotovením a provozem webových stránek www.turistickenachodsko.cz.

Analýza nákladů

Poplatek za zřízení domény: **476 Kč**

Roční udržovací poplatek domény: **790 Kč**

Roční poplatek za webhosting: **852 Kč**

Propagace webových stránek na serveru www.seznam.cz: **31 416 Kč**

= **Náklady celkem v prvním roce provozu webových stránek: 33 534 Kč / 1. rok**

= **Náklady celkem v dalších letech provozu: 33 058 Kč / každý další rok**

Analýza výnosů

Kvalitní propagace regionu Náchodsko ještě neznamená výrazné zvýšení počtu návštěvníků. To platí také pro zřizované webové stránky www.turistickenachodsko.cz, které by se měly stát jedním z propagačních nástrojů cestovního ruchu Náchodska. Je možné, že tyto webové stránky nebudou výraznou měrou navštěvovány a tím se stanou neefektivními a prostředky do nich vložené nebudou přinášet očekávané výsledky. Proto je třeba tomuto riziku předejít a dostatečně webové stránky propagovat a uvádět jejich název na dalších stránkách internetu a v nejrůznějších prospektech a dalších propagačních materiálech regionu.

Podle mého názoru je pravděpodobné, že pomocí webových stránek www.turistickenachodsko.cz, přijede do regionu Náchodsko přibližně o 500 návštěvníků ročně více, než ostatních turistů, kteří do tohoto regionu zavítají díky jiným informačním zdrojům. Předpokládaná průměrná částka, kterou každý návštěvník utratí za celý svůj pobyt v regionu je 3 500 Kč. Následný výnos tedy činí: **1 750 000 Kč / rok.**

Dále je na www.turistickenachodsko.cz připravené místo pro případnou reklamu v podobě banneru o rozměrech: 120 x 240 pixelů. Cena za tuto reklamní plochu činí 5 000 Kč (s DPH) měsíčně. Tedy za celý rok činí výnos z této reklamy **60 000 Kč / rok.**

= Výnosy celkem: **1 810 000 Kč / rok**

→ Předpokládaný ZISK v 1. roce provozu: **1 776 466 Kč / rok**

→ Předpokládaný ZISK v dalších letech provozu: **1 777 942 Kč / rok**

4.4.6 Efektivnost projektu

Efektivnost tohoto projektu spočívá ve výsledných užitech, které pro region Náchodsko přinesou navržené a vyhotovené webové stránky www.turistickenachodsko.cz. Zlepšení propagace Náchodska přinese pro oblast zvýšení návštěvnosti, ze které vyplývají větší tržby pro poskytovatele různých služeb – ubytování, stravování, doprava a další, neboť každá činnost přináší další potřebné činnosti.

Bude záležet na provozovateli webových stránek - Městském úřadu v Náchodě, jaké podmínky pro propagaci navržených a vyhotovených webových stránek dále zvolí. Také rozhodne, jak o konečném vzhledu a formě stránek, tak také o doplnění dalších informací, kvalitnějších fotografií a o datu uvedení webových stránek www.turistickenachodsko.cz na internet.

Výnosy, které by mohla přinést reklama uváděná na webu, by mohla být mimo jiné určena i k podpoře provozu těchto webových stránek a vypracovávání dalších propagačních materiálů neboť pro kvalitní propagaci regionu je důležité soustředit se nejen na internet, ale i nadále vylepšovat další propagační nástroje.

Hlavní důraz v propagaci by měl region především klást na literární a kulturní historii Náchodska. Tedy především na spisovatele Boženu Němcovou, se kterou je spojeno město Česká Skalice a blízké okolí a Aloise Jiráska, k jehož osobě se váže město Hronov. Dále je nutné kvalitně propagovat Adršpašsko-Teplické skály, které jsou nejvýraznější přírodní zajímavostí Náchodska. Velmi důležité je také neopomíjet další výrazné turistické zajímavosti, jako jsou např. CHKO Broumovsko, Náchodský zámek, vojenská opevnění Josefov u Jaroměře a Dobrošov u Náchoda, vodní nádrž Rozkoš u České Skalice a mnohé další.

Důležité je přilákat do regionu návštěvníky nejen z Královehradeckého kraje, ale především z celé České republiky, sousedního Polska a dalších evropských zemí. Region

Náchodsko je vhodný pro mnoho forem způsobů trávení dovolené či volného času. Proto si zde každý návštěvník najde něco zajímavého.

ZÁVĚR

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí dnešní moderní společnosti. V posledních letech patří k nejvíce se rozvíjícím lidským i ekonomickým aktivitám. V rámci cestovního ruchu se každoročně dává na celém světě do pohybu obrovské množství lidí, kteří zpravidla ve svém volném čase opouštějí dočasně místa svého stálého bydliště za účelem rekreace, poznání, styku s lidmi a z celé řady dalších důvodů.

Tento vývoj souvisí s rostoucí životní úrovní značné části obyvatelstva a způsobem trávení volného času. Rozvoj cestovního ruchu může přispět k posílení hospodářských aktivit v oblasti, zvýšit jeho příjmy a vytvořit pracovní příležitosti pro místní obyvatele.

Především kvůli těmto důvodům jsem se ve své diplomové práci zabývala rozvojem cestovního ruchu v regionu Náchodsko.

V teoretické části jsem se věnovala pěti okruhům: regionální marketing, regionální politika, cestovní ruch, marketingový pohled na cestovní ruch a politika rozvoje cestovního ruchu České republiky.

Tato teoretická část obecně popisuje a vymezuje základní poznatky, které dále specifikují pro oblast Náchodska. Vymezila jsem zde pojmy v cestovním ruchu a vysvětlila potřebné teoretické základy. Kladla jsem důraz na aktuální informace, protože cestovní ruch je specifický svou dynamikou a poznatky v této sféře se velmi rychle mění.

Snažila jsem se o komplexní pohled, který mi umožní řešit danou problematiku a následně vytvořit „Projekt rozvoje cestovního ruchu na Náchodsku“.

V analytické části jsem se zaměřila na Náchodsko z hlediska současného stavu. Snažila jsem se popsat základní charakteristiky této oblasti, které umožňují následné celkové zhodnocení a zpracování projektu možnosti zlepšení této oblasti z hlediska cestovního ruchu.

Nejdříve jsem stručně charakterizovala umístění a historii Náchodska. Dále jsem se podrobněji zabývala sociálně ekonomickým charakterem, přírodními podmínkami, společenskými aktivitami a realizačními faktory Náchodska. A ve druhé polovině analytické části jsem popsala situaci cestovního ruchu jak v celé České republice, tak i především na Náchodsku kterou jsem pak shrnula ve SWOT analýze .

V projektové části jsem se nejdříve zabývala vyhodnocením sestaveného dotazníku, jehož otázky jsem směřovala k obyvatelům celého regionu Náchodsko a zjišťovala jejich názory

na turistické zázemí a marketingovou propagaci turistiky svého regionu. Závěry, které jsem z tohoto dotazníku vyvodila, jsem se dále řídila ve vypracování návrhu zlepšení marketingové propagace. Konkrétně zhotovením webových stránek týkajících se cestovního ruchu Náchodsko. Tyto webové stránky jsem nejenom navrhla, ale také pro větší názornost vyhotovila. Dále jsem se v projektové části zabývala jejich možným umístěním na internet a propagací. V závěru projektové části jsem odhadla zisk, který by mohlo správné využívání těchto webových stránek přinést.

Správné využívání webových stránek www.turistickenachodsko.cz jistě alespoň z části dopomůže ke zlepšení propagace cestovního ruchu regionu Náchodsko.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] JANEČKOVÁ, L.; VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.
- [2] SCHNEIDER, Jaromír. *Přednášky předmětu Regionální marketing*. Zlín: 2004.
- [3] GROSPÍČ, Jiří et al. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 3. vyd. Praha: IFEC s.r.o., 2001. 266 s. ISBN 80-86412-08-3.
- [4] MALÁ, Vlasta et al. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. 100 s. ISBN 80-245-0439-1.
- [5] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 107 s. ISBN 80-85970-29-5.
- [6] MINÁŘ, Petr at al. *Technika, management a marketing v cestovním ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 1996. 188 s. ISBN 80-7041-577-0.
- [7] KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Praha: EKOPRESS s.r.o., 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [8] *CzechTourism* [online]. [cit. 2005-02-09]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.cz/?show=002008003>
- [9] MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: VICTORIA PUBLISHING a.s., 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
- [10] DĚDKOVÁ, Jaroslava.; HONZÁKOVÁ, Iveta. *Základy marketingu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2001. 176 s. ISBN 80-7083-433-1.
- [11] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 4. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 1996. 135 s. ISBN 80-85970-11-2.
- [12] VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Oeconomica, 2002. 95 s. ISBN 80-245-0445-6.
- [13] *Náchodsko mapy* [online]. [cit. 2005-04-26]. Dostupný z WWW: <http://nachodsko.cz/isna/start.htm>
- [14] SUCHÁNEK, Petr. *Náchod - Malý obrazový průvodce městem*. Náchod: JUKO, 2003. ISBN 80-86213-22-6.
- [15] BOHADLO, S. *Náchod: Brána do země*. 2. vyd. Náchod: Helions Exprint, 1999.

- [16] *Náchodsko analýza*. Odbor regionálního rozvoje města Náchod, Náchod: 2002.
- [17] *Interní materiály Odboru regionálního rozvoje města Náchod*, 2005.
- [18] *Královehradecký kraj*. [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupné z WWW:
<http://www.czso.cz/xh/redakce.nsf/i/bilance_postu_obyvatele_ve_mestech_kralovehradeckeho_kraje_v_roce_2004>
- [19] *Úřad práce v Náchodě*. [cit. 2005-02-13]. Dostupné z WWW:
<<http://na.uradprace.cz/Stat/stat1.html>>
- [20] FAJTÁCHOVÁ, Hana. Vývoj CR 1992-2003. *CzechTourism* [online]. 2004. [cit. 2003-03-11]. Dostupný z WWW:
<http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/Vyvoj_CR_1992-2003.pdf>
- [21] *Ministerstvo místního rozvoje: SWOT analýza CR + koncepce*. [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/index.php?show=001027001>>
- [22] Hlavenka, Jiří et al. *Vytváříme www stránky a spravujeme moderní web site*. 3. vyd. Brno: Computer Press, 1999. 473 s. ISBN 80-7226-163-0.
- [23] NIELSEN, Tomáš. Jak si dobře vybrat server pro web. *Právo: Firma*, 21. března 2005, s. 8.
- [24] *InVite* [online]. [cit. 2005-04-07]. Dostupný z WWW:
<<http://www.invite.cz/design2/index.php?dealer=invite&co=hosting>>
- [25] *Seznam.cz* [online]. [cit. 2005-04-07]. Dostupný z WWW:
<http://www.seznam.cz/ctlg_stat.fcgi?region_id=NOREGION§ion_id=691>
- [26] *Billboard* [online]. [cit. 2005-04-07]. Dostupný z WWW:
<<http://www.billboard.cz/clenove/jak.bb>>
- [27] IMLAUF, L. *Náchodsko krajina magické krásy*. 2. vyd. Náchod: Gate, 1998. 160 s. ISBN 80-901712-4-9.
- [28] ZAKRZEWSKA, Joanna. *Informátor Turystyczny 2003/2004*. Nowa Ruda-Słupiec: Kameleon, 2004. 48 s. ISBN 83-919318-0-3.
- [29] STAŇKOVÁ, Jana. *Doporučené cyklotrasy v česko-polském příhraničí*. Ústí nad Orlicí: GZH s.r.o., 2004.
- [30] *Katalog ubytování v Kladském pomezí 2004*. Náchod: Branka o.p.s., 2004. 14 s.

- [31] EKRT, B. *Hronov – Vítejte „U nás“*. Hronov: Kazi, 2004. 14 s.
- [32] *Náchodský zámek* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.pruvodce.com/nachod/>](http://www.pruvodce.com/nachod/)
- [33] *Náchodský zámek* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.hrady-zamky.cz/zamek-nachod/>](http://www.hrady-zamky.cz/zamek-nachod/)
- [34] *Regionální muzeum v Náchodě* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://home.tiscali.cz:8080/~ca497300/omn/>](http://home.tiscali.cz:8080/~ca497300/omn/)
- [35] *Tvrz Dobrošov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW: [<http://www.vojenstvi.kvalitne.cz/opevneni/oblasti/nachodsko/dobrosov.htm>](http://www.vojenstvi.kvalitne.cz/opevneni/oblasti/nachodsko/dobrosov.htm)
- [36] *Česká Skalice* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.ceskaskalice.cz/mesto/index.htm>](http://www.ceskaskalice.cz/mesto/index.htm)
- [37] *Pevnost Josefov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW: [<http://home.tiscali.cz/cz768916/historie.htm>](http://home.tiscali.cz/cz768916/historie.htm)
- [38] *Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW: [<http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=22&act=2>](http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=22&act=2)
- [39] *Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW: [<http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=15&act=2>](http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=15&act=2)
- [40] *Jiráskův Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW: [<http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=23&act=2>](http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=23&act=2)
- [41] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.meu-police.cz/turistika/index.html>](http://www.meu-police.cz/turistika/index.html)
- [42] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.meu-police.cz/kultura/index.html>](http://www.meu-police.cz/kultura/index.html)
- [43] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW: [<http://www.meu-police.cz/sport/index.html>](http://www.meu-police.cz/sport/index.html)
- [44] *Meziměstí* [online]. [cit. 2005-02-27]. Dostupný z WWW: [<http://www.mezimesti.cz/>](http://www.mezimesti.cz/)
- [45] *Broumov* [online]. [cit. 2005-02-16]. Dostupný z WWW: [<http://www.broumov-mesto.cz/>](http://www.broumov-mesto.cz/)

- [46] *Teplice nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.teplicenadmetuji.cz/filmovyfestival.htm>>
- [47] *Teplické skály* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.teplickeskalys.cz/cz/>>
- [48] *Červený Kostelec* [online]. [cit. 2005-02-16]. Dostupný z WWW:
<<http://www.mck.cz/mck/cz/default.htm>>
- [49] *Hotel Beránek* [online]. [cit. 2005-02-16]. Dostupný z WWW:
<http://www.beraneknachod.cz/hotel/hotel_index.htm>
- [50] *Adršpašsko-Teplické skály* [online]. [cit. 2005-02-16]. Dostupný z WWW:
< <http://www.skalyadrspach.cz/turistika.php>>
- [51] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.meu-police.cz/turistika/index.html>>
- [52] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.meu-police.cz/sport/index.html>>
- [53] *Police nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<http://www.meu-police.cz/turistika/soubory/tur_trasy.htm>
- [54] *CHKO Broumovsko* [online]. [cit. 2005-02-16]. Dostupný z WWW:
<<http://www.meu-police.cz/turistika/soubory/chko.htm>>
- [55] *Nové Město nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-26]. Dostupný z WWW:
<<http://www.novemestonm.cz/turist/trasy.htm>>
- [56] *Nové Město nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-26]. Dostupný z WWW:
<<http://www.novemestonm.cz/kultura/ka.htm>>
- [57] *Nové Město nad Metují* [online]. [cit. 2005-02-26]. Dostupný z WWW:
<<http://www.novemestonm.cz/historie/index.htm>>
- [58] *Hrnc smíchu* [online]. [cit. 2005-02-26]. Dostupný z WWW:
<<http://www.volny.cz/hrnecsmichu/>>
- [59] *Jaroměř* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.jaromer-josefov.cz/cestovani/?iMenu=66>>
- [60] *Jaroměř* [online]. [cit. 2005-02-13]. Dostupný z WWW:
<<http://www.jaromer-josefov.cz/omeste/?iMenu=52>>

- [61] *Jaroměř* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://www.jaromer-josefov.cz/muzea/?iMenu=62>>
- [62] *Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=15&act=2>>
- [63] *Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://www.hronov.cz/hronov/hronov.asp?id=4&cat=22&act=2>>
- [64] *Hronov* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://vinnetou.site.cas.cz:8000/rousek/HRONOV/osobnosti.html>>
- [65] *Náchodsko* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://nachodsko.cz/isna/start.htm>>
- [66] *Náchodsko* [online]. [cit. 2005-02-14]. Dostupný z WWW:
<<http://nachodsko.cz/isna/start.htm>>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
CR	Cestovní ruch
ČSÚ	Český statistický úřad
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
ČCCR	Česká centrála cestovního ruchu
ETC	Evropská komise cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 - Umístění Náchodska v ČR	33
Obr. 2 - Region Náchodsko	33
Obr. 3 - Náchodský zámek	94
Obr. 4 - Pevnost Dobrošov	94
Obr. 5 - Zámek Nové Město n.M.	94
Obr. 6 - Ratibořický zámek	94
Obr. 7 – Sousoší Babička s dětmi	94
Obr. 8 -Vodní nádrž Rozkoš	94
Obr. 9 - Pevnost Josefov	94
Obr. 10 - Jiráskovo divadlo	94
Obr. 11 - Broumovské stěny	94
Obr. 12 - Adršpašsko-Teplické skály	94

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 - Přitažlivost měst Náchodska</i>	<i>62</i>
<i>Graf 2 - Turisticky nejzajímavější místa Náchodska</i>	<i>64</i>
<i>Graf 3 - Názor občanů na kvalitu marketingové propagace</i>	<i>64</i>
<i>Graf 4 - Využití informačních zdrojů o turistice na Náchodsku</i>	<i>65</i>
<i>Graf 5 - Známost webových stránek CR na Náchodsku</i>	<i>66</i>
<i>Graf 6 - Vlastnosti webových stránek CR na Náchodsku</i>	<i>66</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. - Počet obyvatel na Náchodsku a jejich průměrný věk k 1.1. 2004</i>	<i>35</i>
<i>Tab. 2. - Nezaměstnanost na Náchodsku (rok 2004)</i>	<i>36</i>
<i>Tab. 3. - Počet zahr. turistů v ČR v letech 1992 – 2003 celkem</i>	<i>46</i>
<i>Tab. 4. - Zahraniční hosté v ubyt. zařízeních v krajích 1992 – 1999</i>	<i>47</i>
<i>Tab. 5. – Zahr. hosté v ubyt. zařízeních v krajích 2000 – 2002</i>	<i>48</i>
<i>Tab. 6 - Přehled cen nejznámějších domén</i>	<i>76</i>
<i>Tab. 7. - Vyhodnocení dotazníku</i>	<i>98</i>

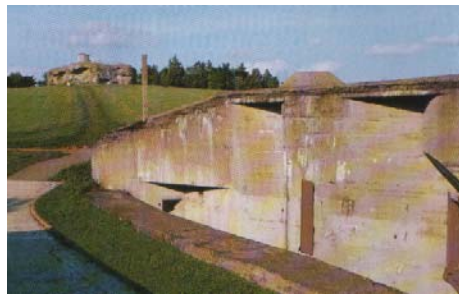
SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK – cestovní ruch na Náchodsku.....	95
PŘÍLOHA P II: Hlavní propag. materiály vydané v letech 2003 - 2005 na Náchodsku.....	99
PŘÍLOHA P III: BROUMOV - kultura na www.nachodsko.cz	101
PŘÍLOHA P IV: NÁCHOD – pamětihodnosti na www.nachodsko.cz	102
PŘÍLOHA P V: ÚVODNÍ STRANA na www.turistickenachodsko.cz	103
PŘÍLOHA P VI: KONTAKTY - Broumov na www.turistickenachodsko.cz	104
PŘÍLOHA P VII: CHARAKTERISTIKA – Česká Skalice na www.turistickenachodsko.cz	105
PŘÍLOHA P VIII: HISTORIE – Teplice nad Metují na www.turistickenachodsko.cz	106
PŘÍLOHA P IX: TURIST. ZAJ. – Červený Kostelec na www.turistickenachodsko.cz ...	107
PŘÍLOHA P X: PĚŠÍ TURISTIKA – Meziměstí na www.turistickenachodsko.cz	108
PŘÍLOHA P XI: CYKLOTURISTIKA – Náchod na www.turistickenachodsko.cz	109
PŘÍLOHA P XII: UBYTOVÁNÍ – Police nad Metují na www.turistickenachodsko.cz ..	110
PŘÍLOHA P XIII: KULTURA – Náchod na www.turistickenachodsko.cz	111
PŘÍLOHA P XIV: SPORT – Česká Skalice na www.turistickenachodsko.cz	112
PŘÍLOHA P XV: OSOBNOSTI – Hronov na www.turistickenachodsko.cz	113

HLAVNÍ TURISTICKÉ ZAJÍMAVOSTI NA NÁCHODSKU



Obr. 3 - Náchodský zámek [14]



Obr. 4 - Pevnost Dobrošov [14]



Obr. 5 - Zámek Nové Město n.M. [57]



Obr. 6 - Ratibořický zámek [14]



Obr. 7 – Sousoší Babička s dětmi [36]



Obr. 8 - Vodní nádrž Rozkoš [14]



Obr. 9 - Pevnost Josefov [37]



Obr. 10 - Jiráskovo divadlo [38]



Obr. 11 - Broumovské stěny [14]



Obr. 12 - Adršpašsko-Teplické skály [50]

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK – cestovní ruch na Náchodsku

1) Které z měst Náchodska je podle Vás z turistického hlediska nejzajímavější?

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| a) Náchod | f) Hronov |
| b) Nové Město n. Met. | g) Police n. Met. |
| c) Česká Skalice | h) Teplice n. Met |
| d) Jaroměř | i) Meziměstí |
| e) Červený Kostelec | j) Broumov |

2) Které z turistických míst je podle Vás na Náchodsku nejzajímavější?

- a) Náchodský zámek
- b) Pevnost Dobrošov u Náchoda
- c) Zámek Nové Město n. Met.
- d) Peklo u Nového Města n. Met.
- e) Ratibořický zámek
- f) Staré Bělídlo v Ratibořicích
- g) Pevnost Josefov
- h) Chrám sv. Mikuláše v Jaroměři
- i) Kostel sv. Jakuba Většího v Červeném Kostelci
- j) Rybník Brodský u Červeného Kostelce
- k) Jiráskovo divadlo v Hronově
- l) Jiráskův rodný dům v Hronově
- m) Kaple Panny Marie Sněžné na Hvězdě v Polici n. Met.
- n) Klášterní kostel Nanebevzetí Panny Marie v Polici n. Met.
- o) Adršpašsko-Teplické skály
- p) Zřícenina hradu Skály v Teplických skalách
- q) Opatský zámek v Meziměstí
- r) Rozhledna na Ruprechtickém Špičáku u Meziměstí
- s) CHKO Broumovsko
- t) Benediktinský klášter sv. Václava
- u) Popřípadě jiné:

(V otázce č. 4 je možné zaškrtnout 2 možnosti)

3) Jaká je podle Vašeho názoru marketingová propagace turistiky na Náchodsku?

- | | |
|-----------|---------------|
| a) Žádná | c) Dobrá |
| b) Špatná | d) Vynikající |

4) Z jakých zdrojů získáváte informace o aktuálních turistických (popřípadě také kulturních a sportovních) akcích na Náchodsku?

- | | |
|------------------------|----------------|
| a) Noviny Náchodska | e) Internet |
| b) Místní zpravodaj | f) Prospekty |
| c) Rádio Metuje | g) Plakáty |
| d) Regionální televize | h) Jiné: |

(V otázce č. 6 je možno zaškrtnout více možností)

5) Znáte webové stránky týkající se cestovního ruchu na Náchodsku?

- | | |
|--------|-------|
| a) Ano | b) Ne |
|--------|-------|

(Pokud jste odpověděli „NE“, pokračujte prosím otázkou č. 9)

6) Jaké jsou podle Vašeho názoru webové stránky týkající se cestovního ruchu na Náchodsku?

- | | |
|------------------------|----------------------|
| a) Špatné | d) Dobré |
| b) Málo informující | e) Plně informující |
| c) Graficky nezajímavé | f) Graficky zajímavé |

(V otázce č. je možno zaškrtnout více možností)

7) Pohlaví

- | | |
|---------|--------|
| a) Žena | b) Muž |
|---------|--------|

8) Věk:

- | | |
|----------------|--------------------|
| a) Do 25 let | c) 41 – 55 let |
| b) 26 – 40 let | d) 56 – a více let |

9) Zaměstnání:

- | | |
|---------------|-----------------|
| a) Student | c) Nezaměstnaný |
| b) Zaměstnaný | d) Důchodce |

10) Místo Vašeho bydliště:

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| a) Náchod a okolí | f) Hronov a okolí |
| b) Nové Město n. Met. a okolí | g) Police n. Met. |
| c) Česká Skalice a okolí | h) Teplice n. Met. |
| d) Jaroměř a okolí | i) Meziměstí a okolí |
| e) Červený Kostelec a okolí | j) Broumov a okolí |

[Vlastní zpracování]

Tab. 7. - Vyhodnocení dotazníku [Vlastní zpracování]

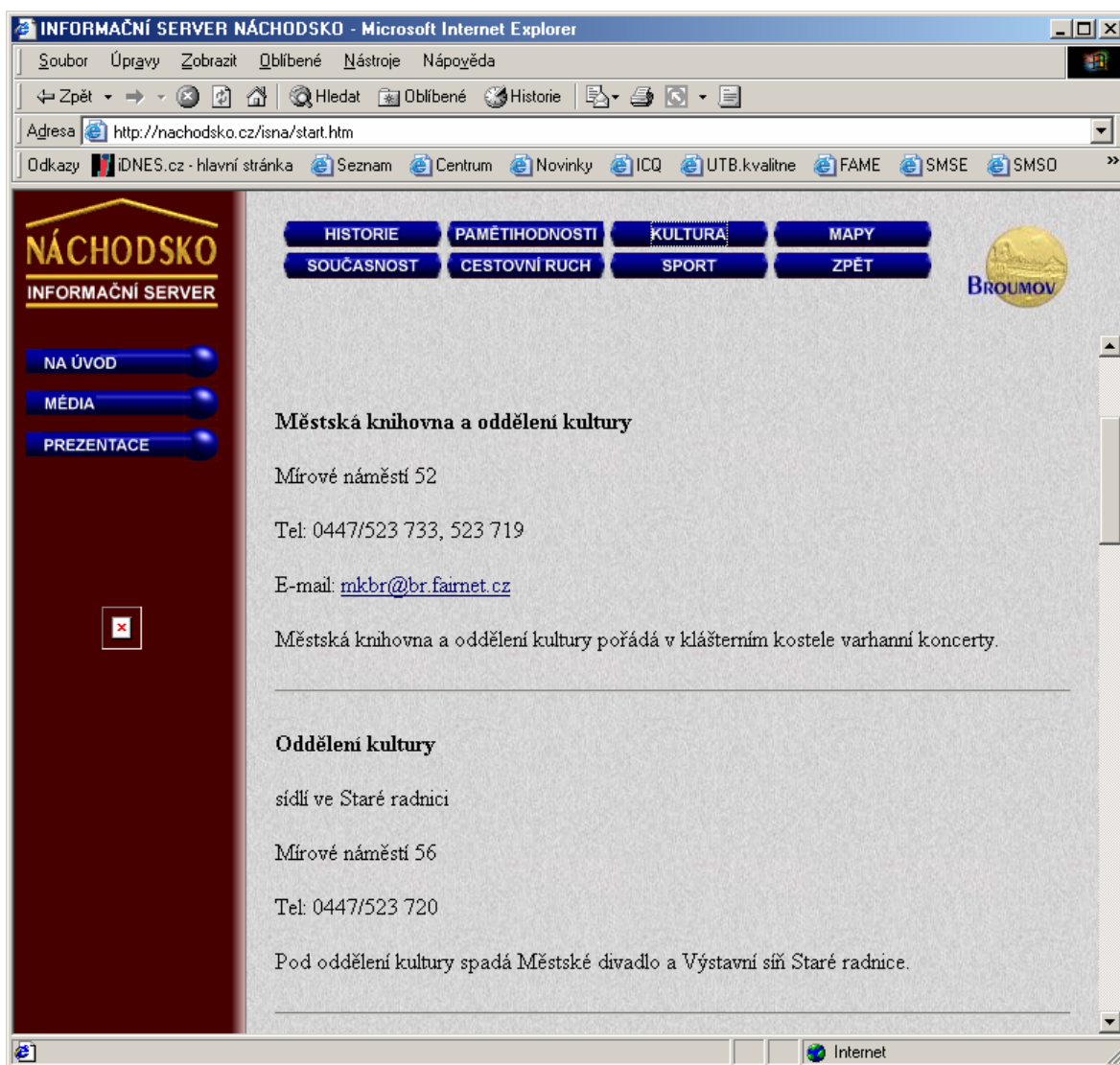
0 - 25 let	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	h	o, s	c	g, f	b		a	a	a	c
2	c	f, o	c	c, g	b		a	a	a	f
3	h	o, g	b	a	a	a, b	a	a	c	i
4	a	b, e	c	e, c	a	b, c	a	a	b	a
5	h	c, o	b	e	b		a	a	b	b
6	j	s, X	a	g	b		b	a	b	g
7	c	e, s	b	e, g	a	a	b	a	a	f
8	h	o, X	c	e	b		b	a	b	j
9	h	b, o	c	g	b		b	a	b	j
10	h	g, o	b	e	a	a, b, c	b	a	a	f
26 - 40 let	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	c	a, t	c	a, g	b		a	b	b	a
12	a	a, b	c	a, e	a	c	a	b	c	f
13	d	g, e	d	g	b		a	b	b	a
14	h	f, o	c	e	a	d	a	b	b	e
15	h	d, o	b	a, c	b		a	b	b	a
16	h	o, s	b	e	b		b	b	b	b
17	j	g, s	c	b, g	b		b	b	c	j
18	a	b, g	b	e	a	a, c	b	b	c	d
19	c	o, X	c	g	a	a	b	b	b	d
20	a	a, c	b	g	a	d	b	b	b	j
41 - 55 let	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	d	g, o	b	a, b	b		a	c	b	a
22	a	a, c	b	a	b		a	c	b	a
23	c	a, e	c	c, g	b		a	c	b	j
24	c	f, o	c	e, g	a	c	a	c	b	g
25	d	g, X	d	a, c, f	b		a	c	b	c
26	a	a, b	c	g	b		b	c	c	a
27	h	o, s	b	a, g	a	a, c	b	c	b	f
28	h	d, o	c	a, d	b		b	c	b	c
29	h	o, s	b	e, g	b		b	c	b	a
30	a	b, o	b	e, f	a	a	b	c	b	f
56 a více let	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31	c	f, t	c	a, c	b		a	d	d	a
32	j	a, s	b	g	b		a	d	d	a
33	a	a, e	b	c	a	a, c	a	d	b	a
34	c	e, o	c	c, d	b		a	d	b	f
35	h	o, t	c	f, g	b		a	d	d	a
36	d	b, g	c	e, g	a	d	b	d	b	c
37	b	d, f	b	a, g	b		b	d	d	b
38	h	o, p	c	e, g	b		b	d	b	a
39	a	b, d	c	g	b		b	d	c	f
40	h	f, o	c	a, c	b		b	d	d	e

PŘÍLOHA P II: Hlavní propag. materiály vydané v letech 2003 - 2005 na Náchodsku

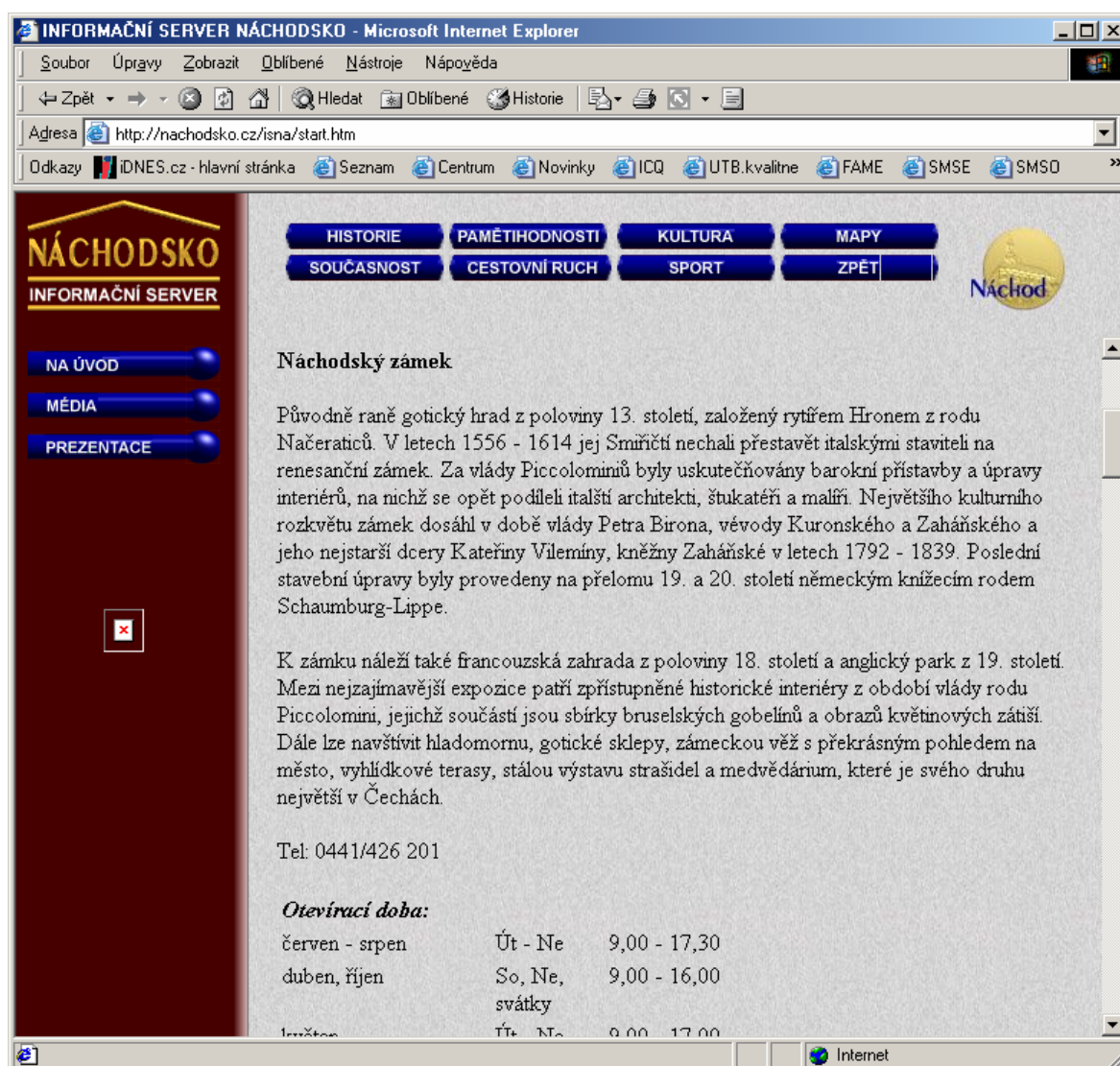
- Náchod – Malý obrazový průvodce městem – Struční popis Náchoda i blízkých měst s nejdůležitějšími turistickými zajímavostmi, vydalo nakl. JUKO, 2003.
- Náchod a Náchodsko – plán města, stručný popis Náchoda a blízkých měst, vydalo nakl. Garp 2003.
- Náchod – centrum města – mapa města s několika kontakty na ubytování a stravování v ČJ i PJ, 2004.
- Náchod – město na česko-kladském pomezí – mapa města s několika kontakty na ubytování a stravování v ČJ i PJ, 2003.
- Katalog ubytování v Kladském Pomezí 2004, 2005 – možnosti ubytování ve většině měst Náchodska i se stručným popisem (včetně cen ubytování a kontaktů), vydal Svaz cestovního ruchu Branka, v ČJ, AJ, NJ a PJ, 2004.
- Klodzko, Náchod, Hronov, Kudowa Zdroj – plán měst, stručný popis měst, v ČJ, AJ, NJ a PJ, vydalo nakl. Garp HK, s.r.o., 2003.
- Informátor Turystyczny 2003/2004 Ziemi Noworudzko-Radkowskiej i Zemi Broumovskiej w Euroregionie Glacensis – stručný popis měst a obcí Broumowska a Noworudzka a turistických zajímavostí v nich v ČJ, AJ, NJ a PJ, vydalo město Nowa Ruda 2004.
- Hronov – Vítejte „U nás“ – popis města Hronova, včetně jeho památek, mapy a kulturních a sportovních příležitostí, vydalo město Hronov 2004.
- Mapa Jaroměře – oboustranná mapa se stručným popisem historie a kulturních památek v Jaroměři včetně kontaktů a otevírací doby, 2004.
- Návštěvnícké menu Jaroměře – přehled kulturních památek, muzeí a akcí pořádaných v Jaroměři, 2004.
- Pevnost Josefov – vydalo Městské muzeum v Jaroměři, 2005.
- Orientační mapka Nového Města n.M. s obrázky p.Roštlapila – v ČJ, AJ, NJ a PJ, 2003.
- Brožura Nové Město n.M. – městská památková rezervace, 2003.

- Novoměstsko a Nové Město n.M. – pláněk města, mapa okolí, představení obcí spadajících do regionu Novoměstsko v ČJ, AJ, NJ a PJ, 2004.
- Aktivní dovolená na Náchodsku a Broumovsku – barevná skládačka, 2003.
- Kladským pomezím na kole i pěšky – cyklomapa 1:100 000, aktualizované vydání, 2004.
- Orientační mapa KČT Kladským pomezím – volné listy A3, 2004.
- Cyklotrasa č. 4095 Rtyň – Náchod – skládačka, 2003.
- Cyklotrasa č. 22, 4020, 4281 Okruh T.G.Masaryka – skládačka, 2004.
- Regiony Glasensis na kole – doporučené cyklotrasy v česko-polském příhraničí v ČJ i PJ, 2004.
- Hrnečky s logem „Kladské pomezí“, 2004.
- Dřevěné turistické známky s logem „Kladské pomezí“, 2004.
- A další.

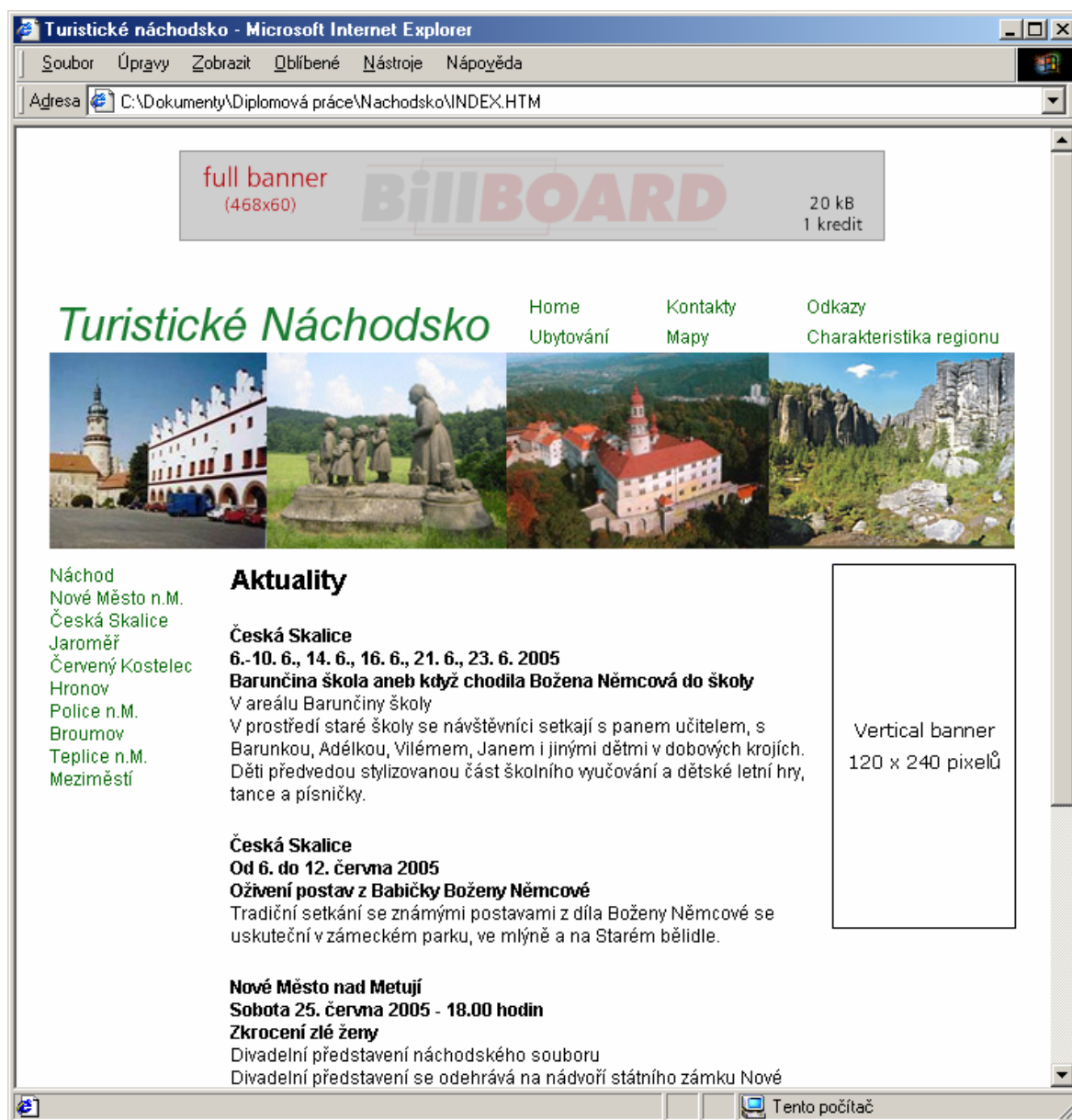
PŘÍLOHA P III: BROUMOV - kultura na www.nachodsko.cz



PŘÍLOHA P IV: NÁCHOD – pamětihodnosti na www.nachodsko.cz

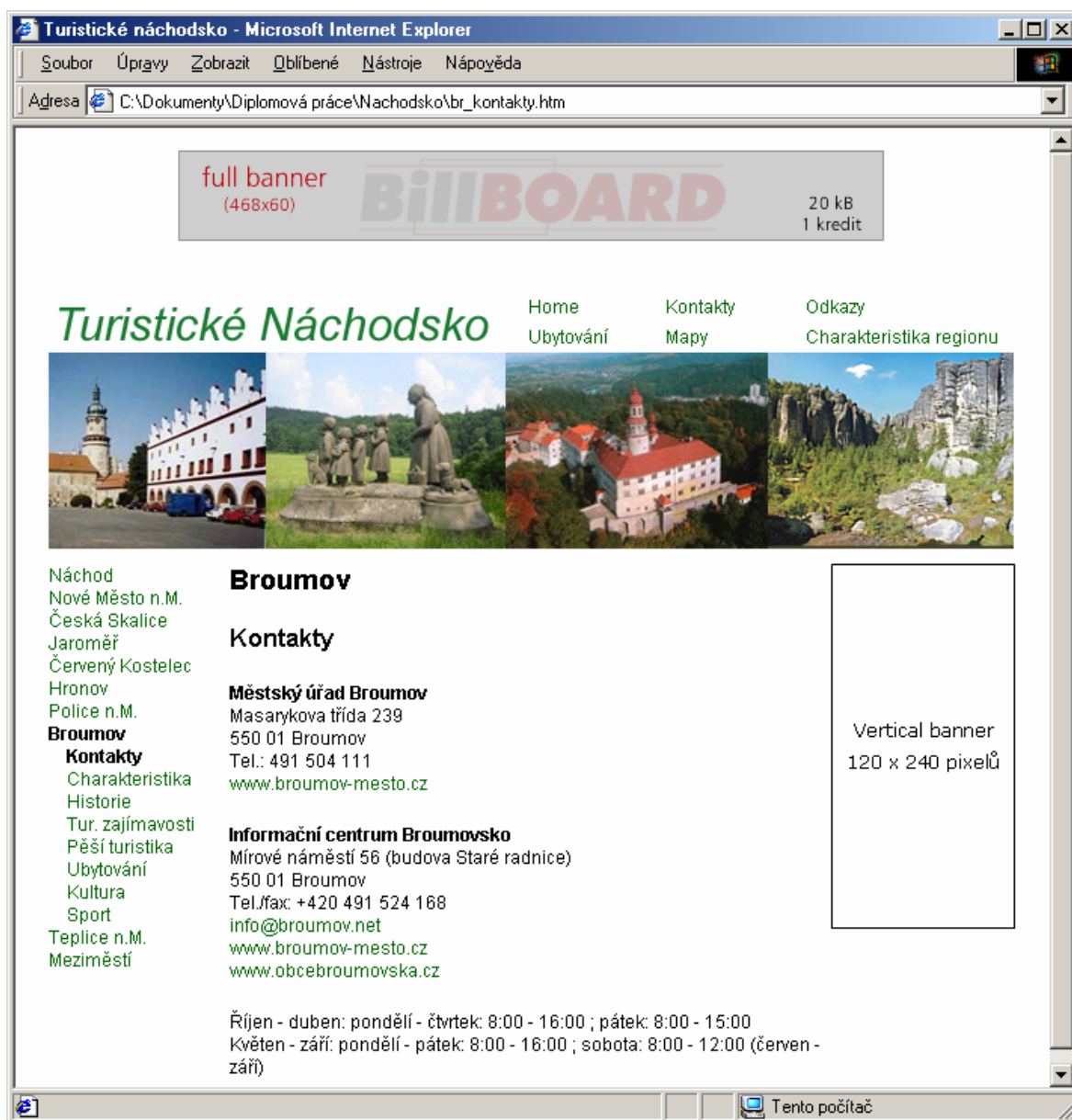


PŘÍLOHA P V: ÚVODNÍ STRANA na www.turistickenachodsko.cz



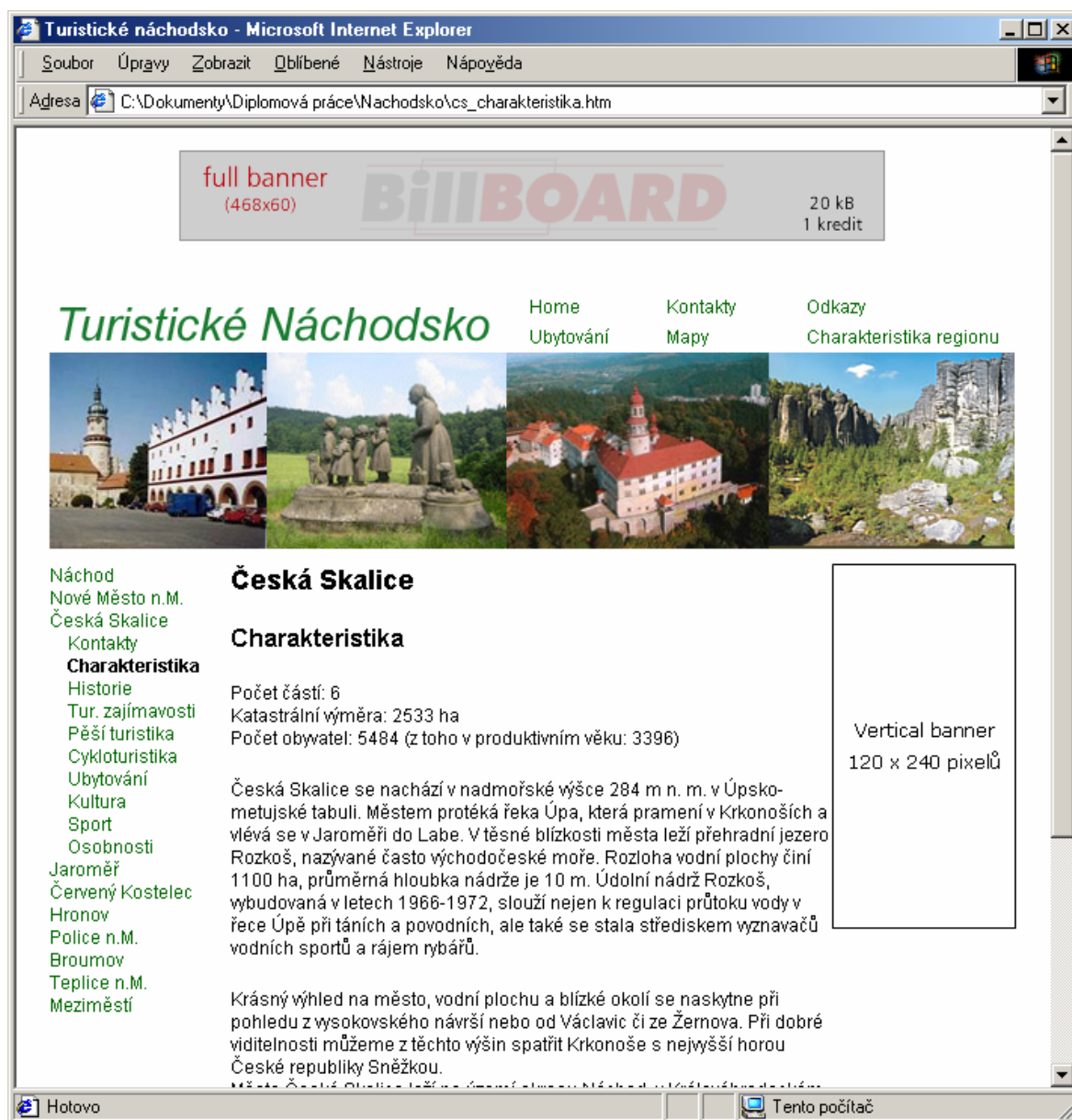
[Vlastní zpracování] a [36]

PŘÍLOHA P VI: KONTAKTY - Broumov na www.turistickenachodsko.cz



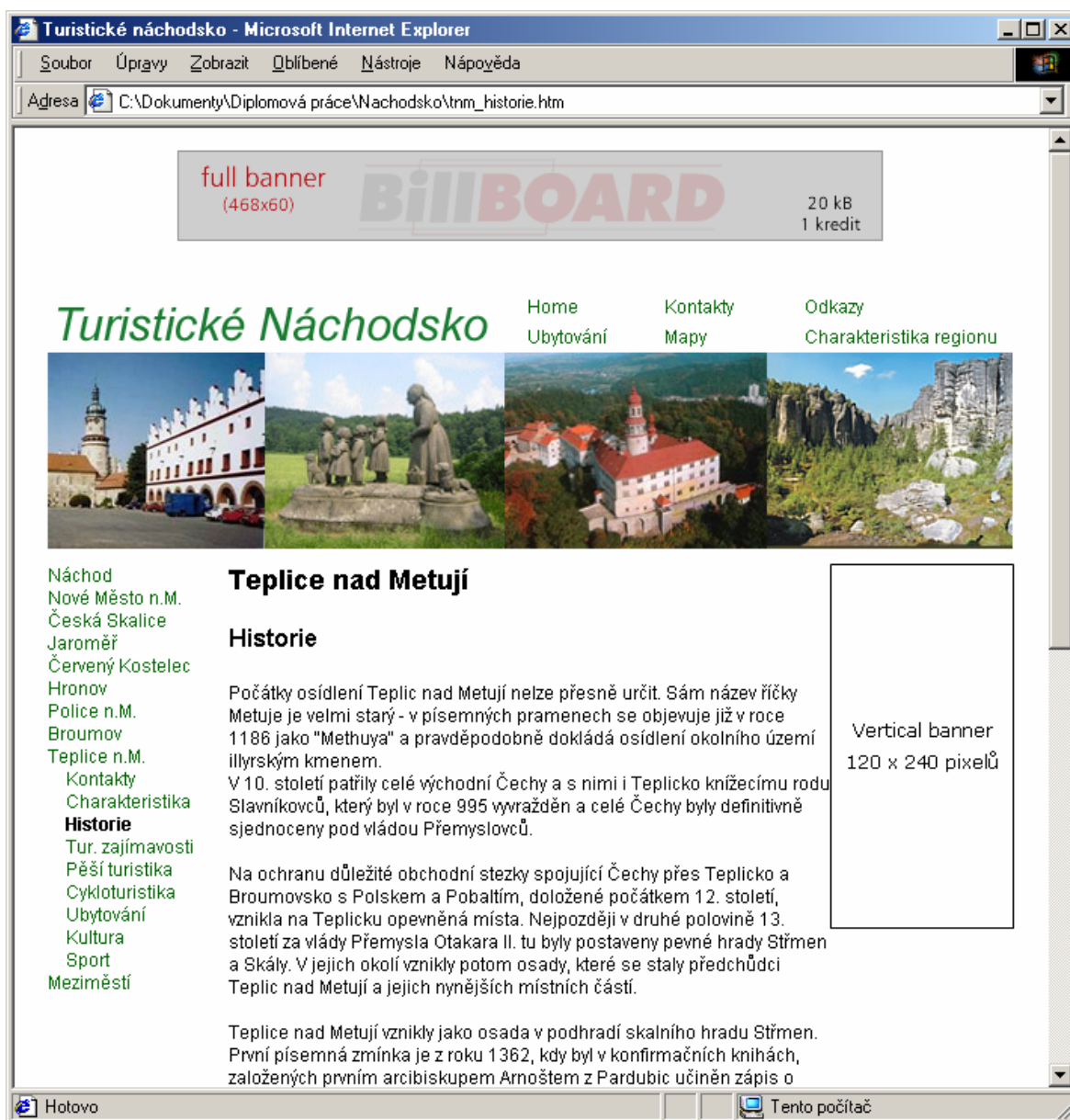
[Vlastní zpracování] a [45]

PŘÍLOHA P VII: CHARAKTERISTIKA – Česká Skalice na
www.turistickenachodsko.cz



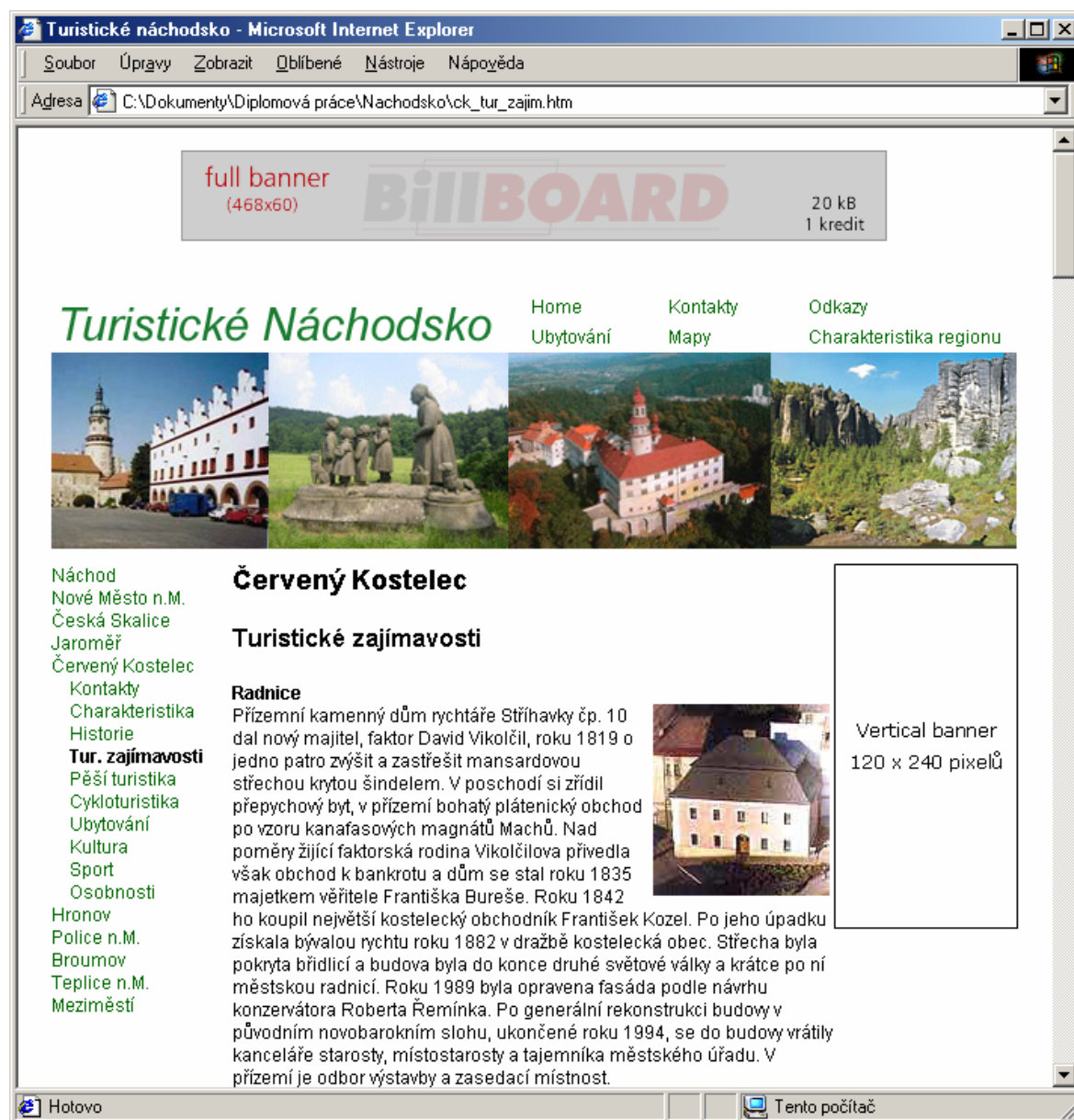
[Vlastní zpracování] a [36]

PŘÍLOHA P VIII: HISTORIE – Teplice nad Metují na www.turistickenachodsko.cz



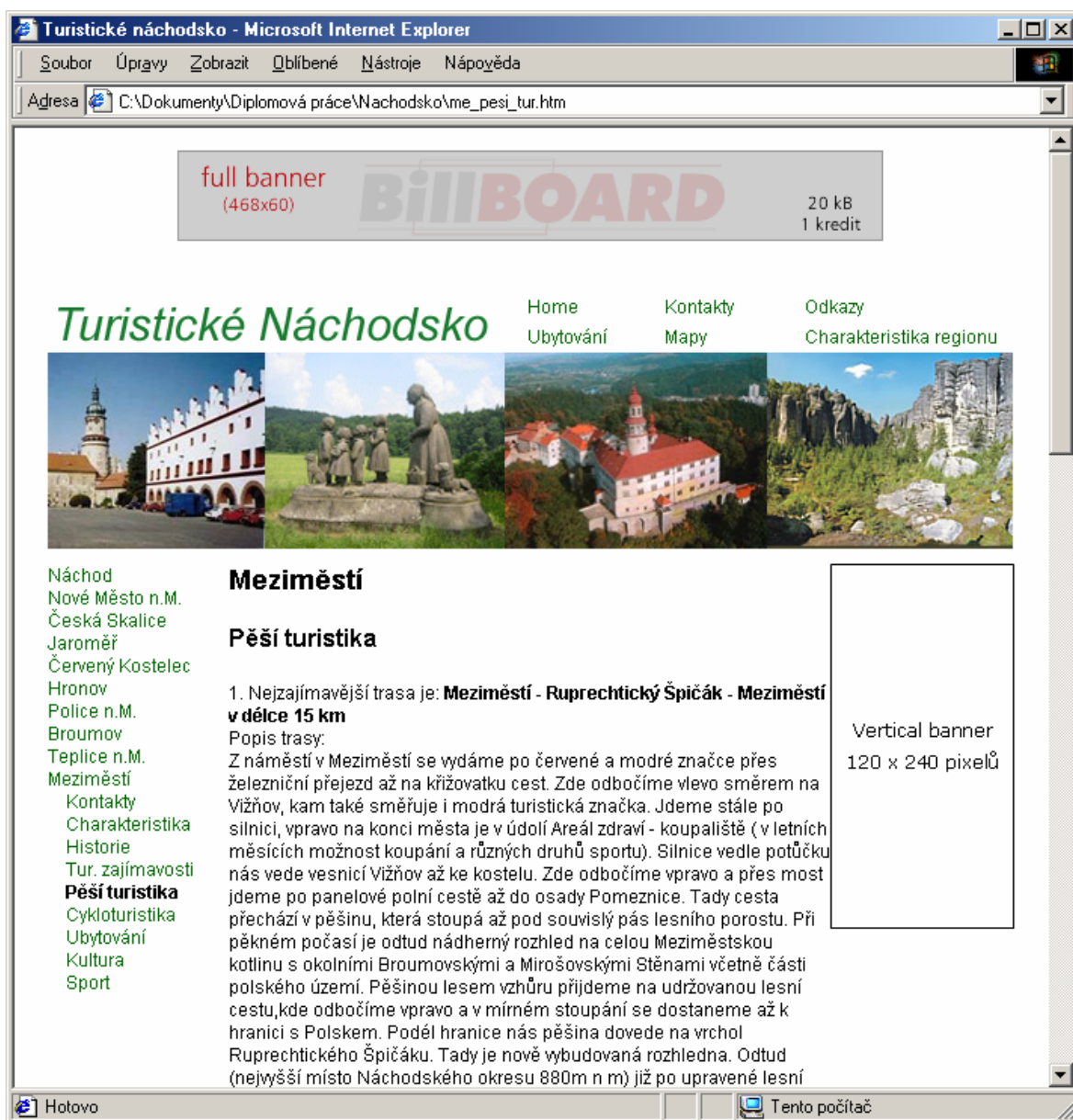
[Vlastní zpracování] a [46]

PŘÍLOHA P IX: TURIST. ZAJ. – Červený Kostelec na www.turistickenachodsko.cz



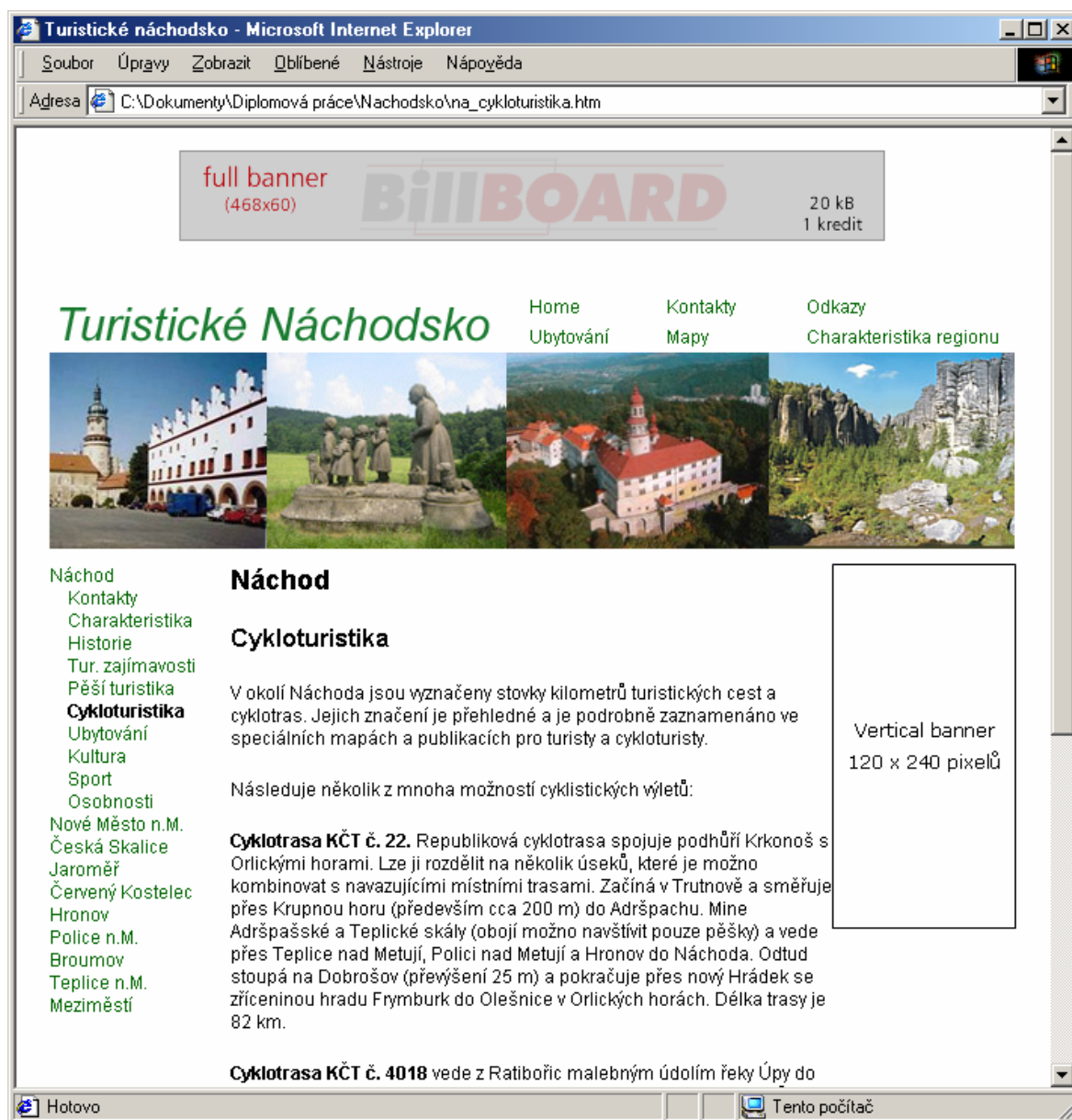
[Vlastní zpracování] a [48]

PŘÍLOHA P X: PĚŠÍ TURISTIKA – Meziměstí na www.turistickenachodsko.cz



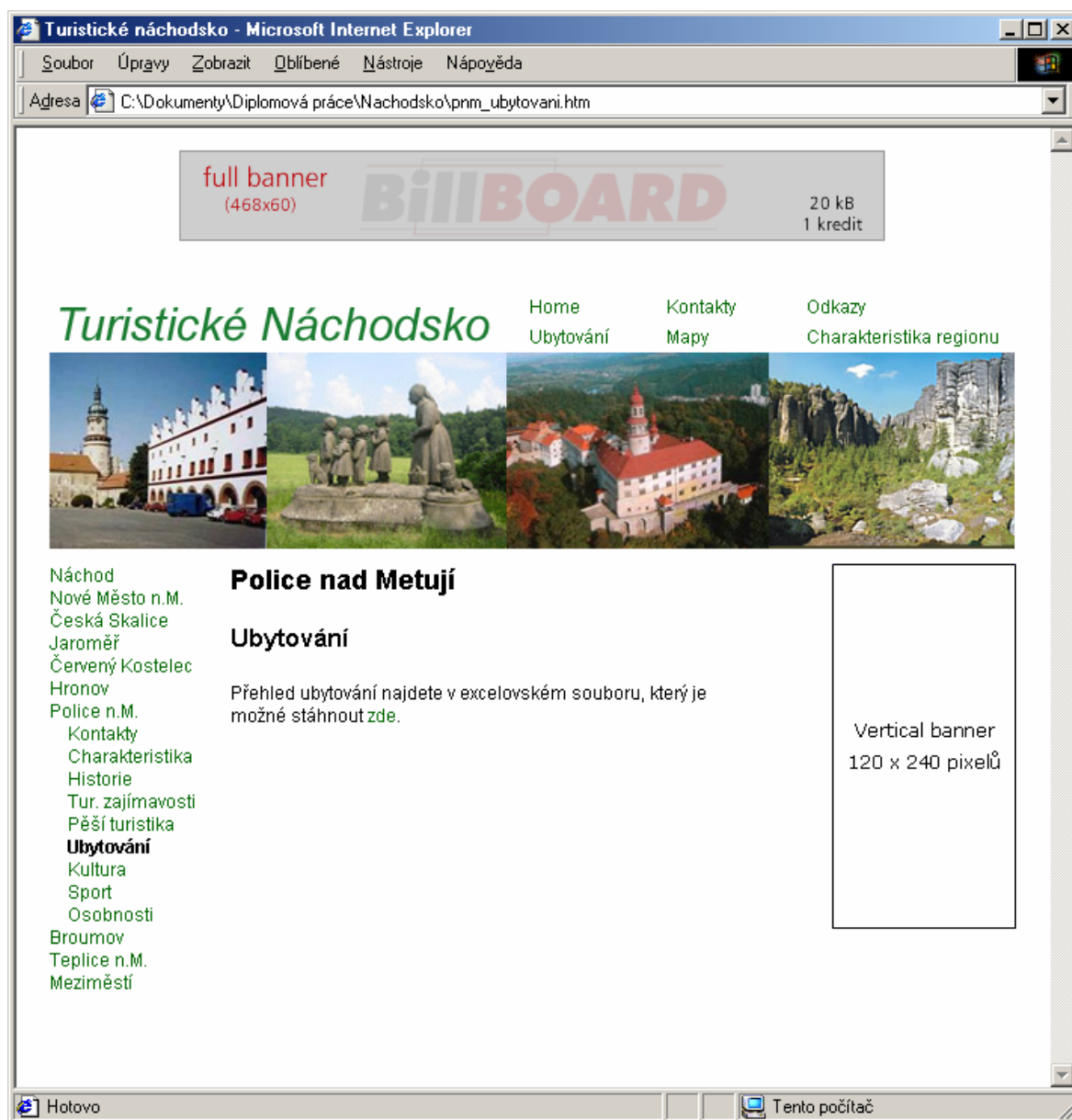
[Vlastní zpracování] a [44]

PŘÍLOHA P XI: CYKLOTURISTIKA – Náchod na www.turistickenachodsko.cz



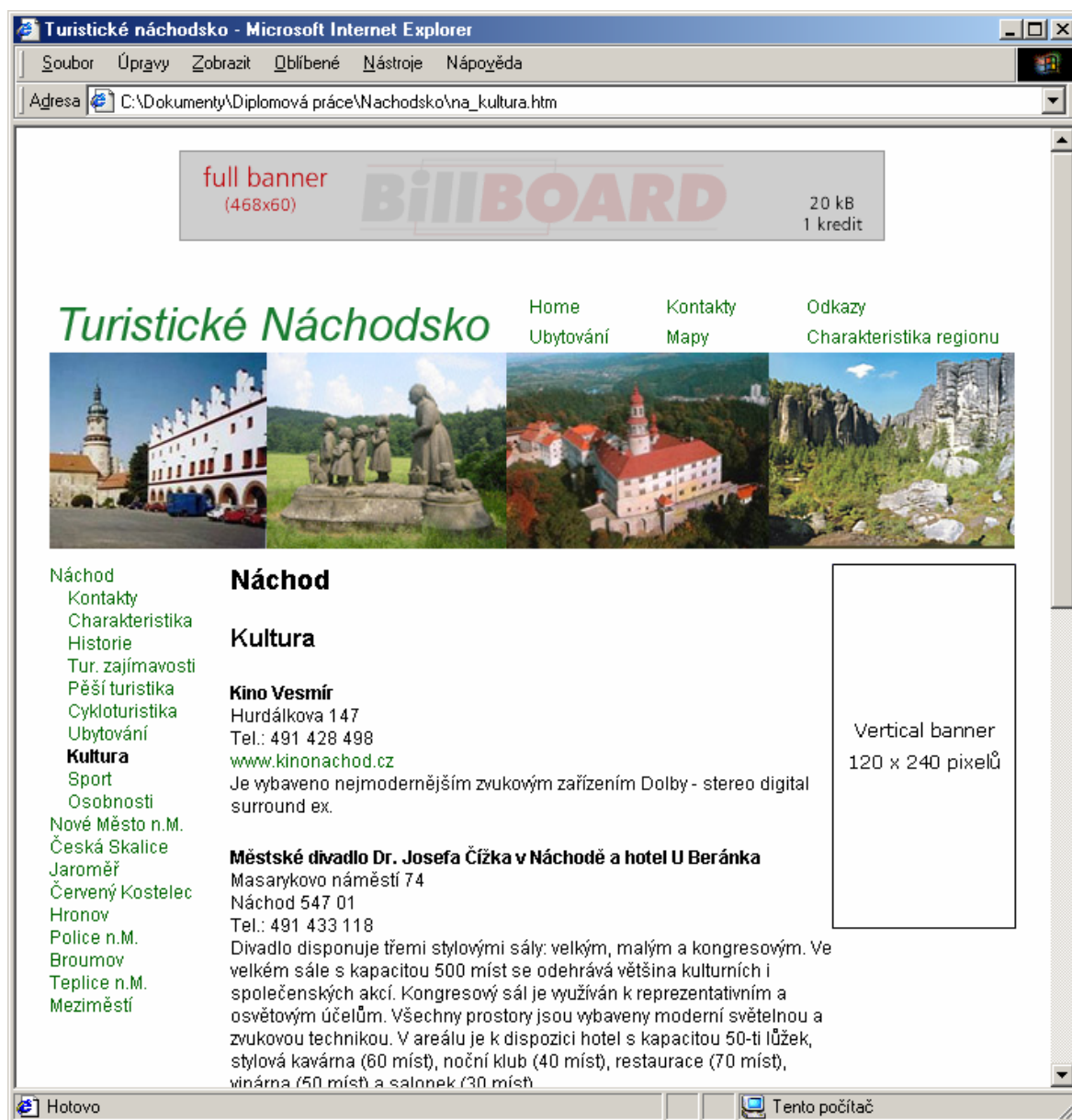
[Vlastní zpracování] a [14]

PŘÍLOHA P XII: UBYTOVÁNÍ – Police nad Metují na www.turistickenachodsko.cz



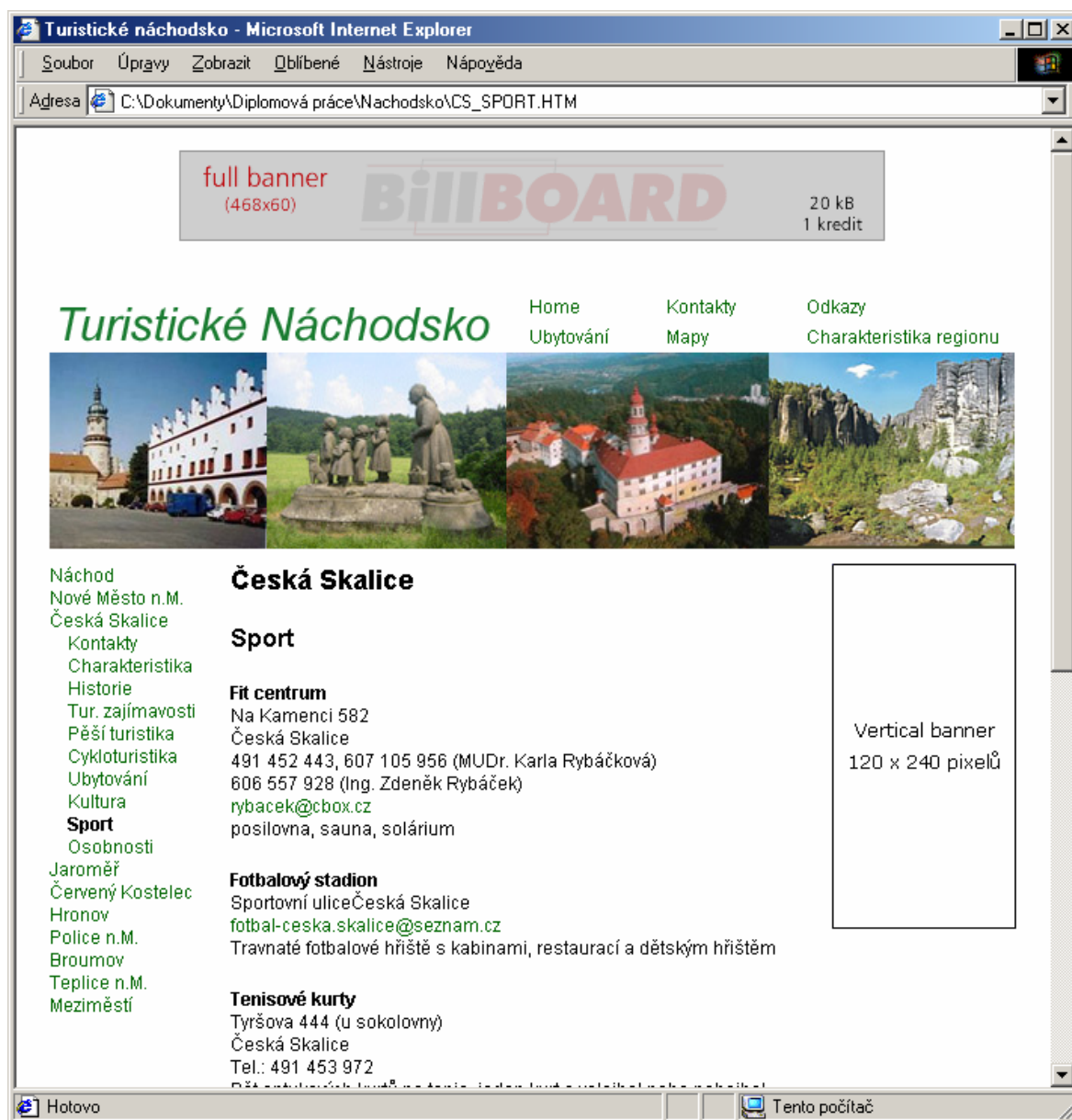
[Vlastní zpracování] a [30]

PŘÍLOHA P XIII: KULTURA – Náchod na www.turistickenachodsko.cz



[Vlastní zpracování] a [14]

PŘÍLOHA P XIV: SPORT – Česká Skalice na www.turistickenachodsko.cz



[Vlastní zpracování] a [36]

PŘÍLOHA P XV: OSOBNOSTI – Hronov na www.turistickenachodsko.cz



[Vlastní zpracování] a [64]