

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Fakulta zemědělská

Katedra cestovního ruchu v Táboře



Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání - cestovní ruch

Název bakalářské práce:

## **Přírodní atraktivita Národního parku Krkonoše a jejich propagace na trhu cestovního ruchu**

Vypracovala: Tereza Najbrtová

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Blažena Gehinová

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma  
„Přírodní atraktivita Národního parku Krkonoše  
a jejich propagace na trhu cestovního ruchu“  
jsem vypracovala samostatně.  
Použitou literaturu a podkladové materiály  
uvádím v příloženém seznamu literatury.

Na tomto místě bych chtěla poděkovat RNDr. Blaženě Gehinové za její připomínky, rady a odborné vedení při vzniku této bakalářské práce. Svůj dík bych chtěla vyjádřit také pracovníkům Správy Krkonošského národního parku a Svazku měst a obcí – Krkonoše za ochotu zodpovídat kladené dotazy.

## Obsah:

<b>1. ÚVOD .....</b>	<b>6</b>
<b>2. LITERÁRNÍ PŘEHLED .....</b>	<b>8</b>
<b>3. METODIKA .....</b>	<b>10</b>
3.1 SBĚR LITERATURY .....	10
3.2 NÁVŠTĚVA OBLASTI, PRŮZKUM .....	10
3.3 FORMULACE VÝSLEDKŮ A NÁVRHY OPATŘENÍ.....	10
<b>4. CESTOVNÍ RUCH .....</b>	<b>11</b>
4.1 PŘEDPOKLADY CESTOVNÍHO RUCHU .....	11
4.1.1 <i>Lokalizační předpoklady cestovního ruchu</i> .....	11
4.1.2 <i>Realizační předpoklady cestovního ruchu</i> .....	12
4.1.3 <i>Selektivní předpoklady cestovního ruchu</i> .....	12
4.2 HISTORIE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE, HISTORIE KRKONOŠ.....	13
4.3 REGIONY CESTOVNÍHO RUCHU, TURISTICKÝ REGION KRKONOŠE.....	14
4.4 TURISTICKÁ OBLAST CESTOVNÍHO RUCHU .....	14
4.5 NÁRODNÍ PARK A BIOSFÉRICKÁ REZERVACE, KRKONOŠSKÝ NÁRODNÍ PARK .....	15
4.6 STŘEDISKA CESTOVNÍHO RUCHU A PŘÍRODNÍ ATRAKTIVITY.....	16
4.6.1 <i>Harrachov</i> .....	17
4.6.2 <i>Rokytnice nad Jizerou</i> .....	18
4.6.3 <i>Vrchlabí</i> .....	18
4.6.4 <i>Špindlerův Mlýn</i> .....	19
4.6.5 <i>Pec pod Sněžkou</i> .....	19
4.6.6 <i>Janské Lázně</i> .....	20
<b>5. SOUČASNÝ STAV A VYUŽITÍ OBLASTI.....</b>	<b>21</b>
5.1 IMISNĚ EKOLOGICKÉ ZATÍŽENÍ.....	21
5.2 INTENZIVNÍ CESTOVNÍ RUCH .....	22
5.3 MONITORING A VÝZKUM .....	23
5.4 NÁVŠTĚVNOST.....	23
5.5 MOŽNOSTI UBYTOVÁNÍ.....	24

<b>6. PROPAGACE</b> .....	<b>25</b>
6.1 KOMUNIKAČNÍ MIX.....	25
6.1.1 Reklama.....	26
6.1.2 Brožury.....	28
6.1.3 Publicita.....	28
6.1.4 Public relations.....	28
6.1.5 Podpora prodeje.....	30
6.1.6 Osobní prodej.....	30
6.1.7 Zasilání propagačních materiálů.....	30
6.1.8 Sponzorování.....	30
6.2 PROPAGACE KRKONOŠSKÉHO NÁRODNÍHO PARKU.....	31
6.2.1 Oddělení ekologické výchovy a propagace.....	31
6.2.2 Oddělení redakce časopisu <i>Krkonoše</i> .....	32
6.2.3 Oddělení <i>Krkonošského muzea</i> .....	32
6.3 SPRÁVA KRKONOŠSKÉHO NÁRODNÍHO PARKU.....	33
6.4 KRKONOŠE – SVAZEK MĚST A OBCÍ.....	33
6.5 INFORMAČNÍ STŘEDISKA KRKONOŠSKÉHO NÁRODNÍHO PARKU.....	33
6.5.1 Stálá informační střediska <i>Krkonošského národního parku</i> .....	34
6.5.2 Sezónní informační střediska <i>Krkonošského národního parku</i> .....	34
6.6 KRKONOŠE – ORIGINÁLNÍ PRODUKT.....	36
6.7 VELETRHY.....	36
<b>7. VLASTNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ</b> .....	<b>38</b>
<b>8. HODNOCENÍ ÚČINNOSTI PROPAGACE</b> .....	<b>41</b>
8.1 NÁVRHY OPATŘENÍ.....	43
<b>9. ZÁVĚR</b> .....	<b>44</b>
<b>10. SUMMARY</b> .....	<b>46</b>
<b>11. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>48</b>
<b>12. SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>49</b>

## 1. Úvod

Cestovní ruch patří k významným složkám světové ekonomiky i hospodářství jednotlivých států. Je složitým sociálně-ekonomickým jevem, který se dotýká mnoha stránek společnosti. Na cestovní ruch je možné pohlížet jako na oblast spotřeby i jako na oblast nejrůznějších podnikatelských aktivit. Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, ubytovací a stravovací služby, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, informační systémy a další služby s cestovním ruchem spojené. Musí být založen na dlouhodobém šetrném využívání, ochraně a rozvoji potenciálu přírodního i společenského prostředí. (19)

Jedinečnost přírody České republiky vedla ke zřízení čtyř národních parků. Vedle nich existuje šest biosférických rezervací a řada chráněných krajinných oblastí. Statutem národního parku a biosférické rezervace se honosí Krkonošský národní park, který se stal předmětem této bakalářské práce.

Krkonošský národní park zabírá většinu území Krkonoš, jež jsou nejvýznamnější horskou oblastí České republiky s 80% využitelností území pro cestovní ruch. Rozprostírají se na území dvou krajů, a to Libereckého a Královéhradeckého kraje v severovýchodní části Čech. Region je mimořádně přitažlivý nejen bohatstvím přírodních krás, ale i silnou kulturní tradicí a množstvím stavebních uměleckých památek.

Tradice cestovního ruchu v Krkonoších přetrvává dvě století. Navazují na původní horské hospodaření, kdy boudy už v 19. století začaly přijímat turisty, lovce, umělce a jiné hosty. Díky hustému osídlení, manufakturní výrobě a průmyslu v Podkrkonoší byly brzy postaveny cesty, silnice, později i železnice. Na počátku padesátých let dvacátého století byla oficiálně zahájena příprava na vyhlášení Krkonošského přírodního parku, aby byl konečně v roce 1963 vyhlášen první národní park na území České republiky – Krkonošský národní park (KRNAP). Smyslem a cílem jeho zřízení bylo a zůstává zachovat přírodní hodnoty Krkonoš neporušené. Území parku je rozčleněno do tří zón podle stupně uplatňované ochrany, v první z nich je nejpřísnější. (3)

Jako v celé Evropě i zde se začíná prosazovat romantická idea návratu k přírodě, rodí se krkonošský turismus. Právě tato aktivita se rozvine do mnoha podob a projevů, život místních obyvatel a celé horské přírody bude ovlivňovat nadlouho a více než kterákoli jiná. Cestovní ruch se stal nejen nejvýznamnějším hospodářským činitelem působícím na další rozvoj Krkonoš, ale i faktor ohrožujícím jejich přírodní prostředí výstavbou komunikací a sídlišť, devastací rostlinného krytu a znečišťováním přírody odpady.

Pohyb návštěvníků v terénu a jejich chování je do značné míry závislé na jejich informovanosti a technickém stavu komunikací, po kterých se pohybují. Proto bylo nezbytné vyznačit hranice zón I a II v terénu se zákresem těchto území do turistických map, vybavit významná místa vysvětlujícími tabulemi se základními informacemi pro návštěvníky, zpracovat systém upozorňujících stabilních i mobilních tabulí se závaznými pokyny pro návštěvníky v terénu a zajistit návštěvníkům co nejvíce písemných i ústních informací.

Krkonoše mají vysokou návštěvnost krátkodobou i dlouhodobou, domácí i zahraniční. Podmínky pro letní a zimní turistiku i sport jsou dobré a při snadné dostupnosti z nitra Čech i Moravy, ze Saska, Slezska jsou Krkonoše mezi lyžaři i turisty nejoblíbenější. Přispívá k tomu i dobrá vybavenost službami, horský terén, množství přírodních zajímavostí, dlouho trvající sněhová pokrývka. (2)

Práce je zaměřena zejména na poukázání významu přírodních atraktivit Krkonošského národního parku. Konkrétním cílem je charakterizovat přírodní předpoklady Krkonoš, respektive jejich význam pro cestovní ruch a dále formu a účinnost jejich propagace v oblasti ochrany přírody, ale i cestovního ruchu. Následně bude současná situace a stav zhodnoceny a navrženy případné změny. Dále bude analyzován současný stav využití prostoru, zejména návštěvnost, ubytovací kapacity, apod. Propagace Krkonošského národního parku je představována Odborem pro styk s veřejností, který je tvořen třemi odděleními: oddělení ekologické výchovy a propagace, oddělení redakce časopisu Krkonoše a oddělení krkonošského muzea. V neposlední řadě hrají důležitou roli v propagační činnosti informační střediska, dále pak vydávané turistické průvodce a nespočet dalších publikací zaměřených na Krkonošský národní park. Na území se nachází i velké množství společenských atraktivit, ovšem v bakalářské práci jsou zmíněny jen okrajově, protože jak z názvu vyplývá, hlavní důraz bude kladen na přírodní atraktivitu. Z předloženého cílu práce plynou následující základní hypotézy:

- Přírodní atraktivita Krkonošského národního parku jsou určujícím faktorem pro cestovní ruch celé této oblasti.
- Význam ochrany přírody Krkonošského národního parku a rozvoj cestovního ruchu jsou dostatečně propagovány všemi dostupnými formami pro návštěvníky.

## 2. Literární přehled

Definování samotného pojmu **cestovní ruch** není jednoduché. Tento pojem bývá používán v různých souvislostech – jako označení pro pohyb osob, jako odvětví národního hospodářství, jako služby poskytované účastníkům cestovního ruchu i v dalších spojeních. Podle Holečka, Mariota a Střidy, kteří cestovní ruch definují v jejich publikaci „Zeměpis cestovního ruchu“ (2001), to je „komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev, který souvisí s narůstající mobilitou lidí motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznání“. Naproti tomu Horner a Swarbrooke vymezují v publikaci „Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času“ (2003) cestovní ruch jako „krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností“.

V „Geografii cestovního ruchu“ (2002) Hrala konstatuje, že „**Přírodní podmínky** mají ve vztahu k rozmístění cestovního ruchu význam v tom, že jsou stacionární, do značné míry konstantní a uplatňují se zpravidla v plošně rozsáhlejších areálech. Svým charakterem vytvářejí předpoklady pro jeho konkrétní formy i případnou rajonizaci. **Atraktivita** jsou jednotlivé přírodní zvláštnosti, jejichž ojedinělost a exotika činí konkrétní oblast pro cestovní ruch přitažlivější“.

**Národní park** je v publikaci „Národní parky a chráněné krajinné oblasti“ (2003) Rubínem charakterizován jako rozsáhlé území, jedinečné v národním i mezinárodním měřítku, jehož značnou část zaujímají přirozené nebo lidskou činností málo ovlivněné ekosystémy. Rostliny, živočichové a neživá příroda mají mimořádný vědecký význam.

V turistickém průvodci „Krkonoše a Jizerské hory“ (2002) prezentuje Podhorský Krkonoše jako naše nejnavštěvovanější pohoří rozkládající se na severovýchodě Čech podél státní hranice s Polskem, která je dělí na českou a polskou část. Značná část Krkonoš spadá do oblasti **Krkonošského národního parku** (KRNAP), který byl vyhlášen roku 1963. Jeho rozloha činí asi 38 500 ha, z toho více než dvě třetiny zaujímají zalesněné plochy. Zatímco nejvyšším bodem parku je Sněžka (1602 m), nejnižší bod se nachází u řeky Jizery (480 m). Vzhledem k tomuto velkému rozdílu je v parku zastoupeno několik vegetačních stupňů, což má velký vliv na druhovou rozdílnost živočichů a hlavně rostlin.

Dle Čihaře („Naše hory“, 2002) patří Krkonošim mezi českými horami výjimečné postavení. Jsou nejvyšší a jako v jediných se dokonale vytvořil subalpínský, u samých vrcholů dokonce alpínský vegetační stupeň. Jedinečnou přírodu Krkonoš pojí tajuplné pouto s drsnou severskou tundrou a nezapře spřízněnost s evropskými velehorami, vzdálenými Alpami.



Němčanský („Propagace v cestovním ruchu“, 1998) vymezuje **Propagaci v cestovním ruchu** jako „cílevědomou činnost zaměřenou specifickými prostředky na vyvolání a usměrnění potřeb lidí uspokojovaných účastí na cestovním ruchu. Jejím základním posláním je vyvolávat a usměrňovat nároky na služby cestovního ruchu, upoutat vznikající poptávku na určitou nabídku a přitom poskytovat všestranné informace“.

Horner a Swarbrooke („Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času“, 2003) prohlašují, že „pro mnoho lidí marketing znamená propagaci, protože propagace je velice viditelnou, veřejnou tvář marketingu. Propagace je však pouze jedním z jeho čtyř prvků, špičkou ledovce, kterou vidí téměř všichni, celý ledovec však málokdo“.

### **3. Metodika**

Každé fázi zpracování bakalářské práce zpravidla odpovídají určité metody práce. Metodika je konkrétně stanovený způsob řešení určitého problému.

#### **3.1 Sběr literatury**

První fáze zpracování se skládala ze shromáždění literatury a sběru veškerých informací k dané problematice. Základním pramenem informací byla odborná literatura, zejména vysokoškolské učebnice, které obsahují soubor trvalejších poznatků. Ostatní údaje byly získávány z časopisů, novin a v neposlední řadě z internetu, který se stal nejdůležitějším zdrojem informací.

#### **3.2 Návštěva oblasti, průzkum**

Po nastudování shromážděných materiálů byla získána určitá představa o řešené problematice a následně nastalo upřesnění cílů bakalářské práce. V druhé fázi došlo k návštěvě studované oblasti, kde byl proveden průzkum formou dotazníků, jež byly posléze zpracovány a staly se podkladem pro praktickou část. Byl navázán kontakt s pracovníky Správy Krkonošského národního parku, Svazku měst a obcí - Krkonoše a rozsáhlého informačního portálu Ergis, kteří ochotně pomohli formou odpovědí na kladené dotazy.

#### **3.3 Formulace výsledků a návrhy opatření**

Závěrečná fáze se specializovala na formulování výsledků, zevšeobecnění a vytvoření závěru. V neposlední řadě bylo navrženo několik opatření, která by měla pomoci řešit analyzovaný problém i v praxi.

## **4. Cestovní ruch**

Podle definice Mezinárodní organizace cestovního ruchu WTO (World Tourism Organization) je cestovní ruch „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a za jinými účely“. (2)

Cestovní ruch se řadí do nevýrobních činností, do služeb. Ve druhé polovině 20. století působily na jeho rozvoj příznivě tři důležité podmínky – delší období míru panující na většině povrchu Země, růst fondu volného času a růst průměrných příjmů u většiny obyvatel vyspělých států. Cestování, které bylo dříve omezeno na úzký okruh lidí, se stalo běžnou součástí životního stylu velkého počtu lidí dnešního světa, zejména ve vyspělých zemích. V současnosti se cestovní ruch řadí ve světovém měřítku k nejrychleji rostoucím odvětvím. (2)

### **4.1 Předpoklady cestovního ruchu**

Jednou z hlavních otázek jsou předpoklady (podmínky či faktory), které ovlivňují existenci a rozvoj cestovního ruchu, jejich obecné zákonitosti i uplatnění v konkrétních oblastech a střediscích. Podmínky pro cestovní ruch se obvykle člení na předpoklady lokalizační, selektivní a realizační.

#### **4.1.1 Lokalizační předpoklady cestovního ruchu**

Lokalizační předpoklady umožňují umístění aktivit cestovního ruchu do určité oblasti či lokality. Jejich příznivé hodnoty určují místo, kde se cestovní ruch může rozvíjet. Dělí se na předpoklady přírodní a kulturní.

Přírodní předpoklady cestovního ruchu přímo souvisejí s rozmanitostí přírodního prostředí na Zemi. Patří k nim zejména reliéf, nadmořská výška, poloha v rámci světadílu, poloha v určitém pásu, výskyt povrchových i podzemních vod, zastoupení rostlinstva a živočišstva. Kulturní předpoklady vyplývají z výsledků tvořivé činnosti člověka a souvisejí s historickým vývojem území. Předmětem zájmu turistů jsou architektonické památky, muzea a galerie, archeologické lokality, technické památky, významné parky i památky lidové architektury. Mezi nejvýznamnější cíle cestovního ruchu patří proto kromě přírodně zajímavých území také města soustřeďující větší množství kulturních památek i jednotlivé kulturněhistorické lokality. (2)

#### **4.1.2 Realizační předpoklady cestovního ruchu**

Realizační předpoklady umožňují uskutečnit nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech s příznivými lokalizačními podmínkami. Usnadňují dopravit se do těchto míst a využívat je k pobytu, k rekreaci a k dalším aktivitám. Dělí se proto na předpoklady dopravní a materiálně-technické.

Dopravní předpoklady patří mezi základní podmínky. O přitažlivosti území rozhoduje nejen možnost dopravního spojení, ale zejména hustota a kvalita dopravní sítě – čím je síť silnic, železnic, leteckých spojů hustší a její kvalita lepší, tím má oblast lepší předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Významná je nejen prostá dostupnost, ale také časová dosažitelnost území vyjadřující rozdíly v délce času potřebného na dosažení určitého místa. S dopravními předpoklady souvisí rovněž význam tranzitních území. Jejich poloha na důležitých tazích cestovního ruchu vyvolává potřebu kvalitních komunikací, vznik služeb a pracovních příležitostí.

Materiálně-technické předpoklady cestovního ruchu vyjadřují vybavení území infrastrukturou – ubytovacími, stravovacími, zábavními, sportovními a dalšími zařízeními, která uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu. Kapacita těchto zařízení je do jisté míry určující pro množství návštěvníků, kteří mohou území využít. Nejméně stejný význam jako existence zařízení má kvalita poskytovaných služeb včetně nových technologií v rezervaci, propagaci a organizaci. (2)

#### **4.1.3 Selektivní předpoklady cestovního ruchu**

Selektivní předpoklady cestovního ruchu vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti či země podílet se na cestovním ruchu aktivně i pasivně, tzn. přijímat účastníky cestovního ruchu i stávat se jimi. Člení se různě, nejčastěji na předpoklady objektivní a subjektivní. Objektivní předpoklady zahrnují celý soubor faktorů, ovlivňujících cestovní ruch v území. Patří mezi ně zejména politická a bezpečnostní stabilita oblasti, ekonomická a životní úroveň jejich obyvatel, stav životního prostředí apod. Subjektivní předpoklady ovlivňují rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast závisí na příslušnosti k sociální a profesní skupině, na rodinných poměrech, ale také na četných psychologických faktorech. Často v rozhodování hrají významnou roli módnost návštěvy určitého střediska nebo oblasti, vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří nebo středisek cestovního ruchu, ale i znalost jazyků. (2)

## 4.2 Historie cestovního ruchu v České republice, historie Krkonoš

Stručný pohled do historie naznačuje, že cestovní ruch se u nás rozvíjel už v 19. století. Tehdy návrat k romantismu znamenal počátky výletů do přírody a do hor, horolezectví, vznik horských bud, poskytujících skromné ubytování i stravování, a prvních turistických spolků a sdružení – Klub českých turistů byl založen v roce 1888. Oblíbené se staly i cyklistické zájezdy a kratší výlety do okolí měst spojené s občerstvením. K rozvoji cestování na přelomu století přispívalo rozšiřování veřejné dopravy, zkracování pracovní doby, růst mezd i volného času.

Po útlumu v období první světové války nastávalo v novém Československu rychlé oživení. Češi objevovali krásy Slovenska a Podkarpatské Rusi. Od roku 1920 fungoval Klub československých turistů, různé skautské, sokolské a další organizace propagovaly táboření, lyžování, cyklistiku, vodní sporty a pobyty v přírodě. Přijíždělo stále více cizinců a rozvíjelo se i lázeňství. Počátkem třicátých let přinesla krize s velkou nezaměstnaností útlum. Zároveň však nastal rozvoj neorganizovaného trempinku a chataření.

Po druhé světové válce, v padesátých letech, došlo ke znárodnování hotelů a k likvidaci soukromých cestovních kanceláří a zejména ke striktnímu omezení zahraničního cestovního ruchu. Rozvinul se vázaný cestovní ruch budováním sítě odborářských a podnikových rekreací. Toto období se vyznačovalo i velkým rozmachem chataření a chalupaření. Po vojenské okupaci v roce 1968 se nepříznivě projevovala normalizace i zesilováním „železné opony“. Teprve osmdesátá léta přinášela určité uvolňování mezinárodního napětí, které se přenášelo i do sféry cestovního ruchu. Jeho prudká exploze, kdy se mu otevřel celý svět, nastala u nás až v posledním desetiletí 20. století v nových podmínkách tržního hospodářství se všemi jeho přednostmi a nedostatky. (2)

Krkonoše patří k našim nejvýznamnějším oblastem cestovního ruchu s více než 200letou tradicí. Naše nejvyšší pohoří bylo dlouho neobydlenou pustinou. Do výšin začal člověk pronikat při hledání zlata a drahých kamenů, později při přírodovědeckém průzkumu. Vědecká expedice z roku 1786 přinesla množství geografických, geologických a biologických poznatků. První obyvatelé hor se nejdříve živili těžbou dřeva, později pastevectvím. Přicházeli zejména z alpských zemí a přinesli s sebou tamní způsob života a hospodaření. Stavěli si roubené chalupy na zděných podezdívkách, kterým se říkalo boudy. Počátkem 19. století bylo na území Krkonoš celkem 1621 bud. Ty později začaly poskytovat služby rozvíjející se turistice, až zcela ztratily svůj zemědělský charakter. Rostoucí návštěvnost si vyžádala zabudování řady nových komunikací, které doplnily původní síť stezek a průhonů vyšlapaných dobyt看. Byly postaveny i lanovky spojující turistická centra s vrcholovými partiemi Krkonoš.

V nižších polohách vznikla horská střediska, z nichž nejvýznamnější jsou Harrachov, Rokytnice nad Jizerou, Pec pod Sněžkou, Špindlerův Mlýn a Janské Lázně. Jsou středisky pobytové rekreace i turistickými východišti, Janské Lázně mají i funkci lázeňskou. (16)

### **4.3 Regiony cestovního ruchu, turistický region Krkonoše**

„Regiony cestovního ruchu jsou rozsáhlejší území, v nichž se výrazně uplatňují některé z předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Hlavní úlohu mají předpoklady lokalizační, ale značný význam má i existence předpokladů realizačních. V nejdůležitějších oblastech cestovního ruchu se obvykle uplatňuje jejich kombinace.“ (2)

Turistické regiony nekorespondují s územněsprávním členěním státu. Turista se nezajímá o administrativní hranice, ale o určité kompaktní území poskytující možnosti provozování specifických aktivit pro daný turistický region. Turistické regiony byly vymezeny v letech 1998 - 1999 na základě jednání v regionech - výsledkem je členění na 15 turistických regionů. Výsledkem jejich činnosti je tvorba propagačních tiskovin za celý region a společná prezentace regionálních expozic na zahraničních i domácích výstavách a veletrzích. Vznikly regionální internetové prezentace a nové regionální turistické produkty.

Turistický region Krkonoše leží v severní části Čech na obou stranách česko-polské hranice, přičemž na našem území jsou více než  $\frac{2}{3}$  pohoří. Podle geomorfologického členění patří ke Krkonoško-jesenické soustavě, kde tvoří samostatný geomorfologický celek, na jihu na ně navazuje Krkonošské podhůří. Krkonoše jsou členitá hornatina složená ze silně zvrásněných předprvohorních krystalických břidlic. Výrazný zásah do podoby Krkonoš přineslo třetihorní alpínské vrásnění, které způsobilo vyzdvižení pohoří a jeho rozlámání na menší kry. Tak vznikly dnešní hřbety, rozsochy i ploché pláně. Dnešní podobu dotvořily menší údolní ledovce z posledních dob ledových. Nejvyšší horou je pohraniční Sněžka (1602 m), druhou a třetí Luční a Studniční hora, které dělí jen metr nadmořské výšky (1555 a 1554 m). (3)

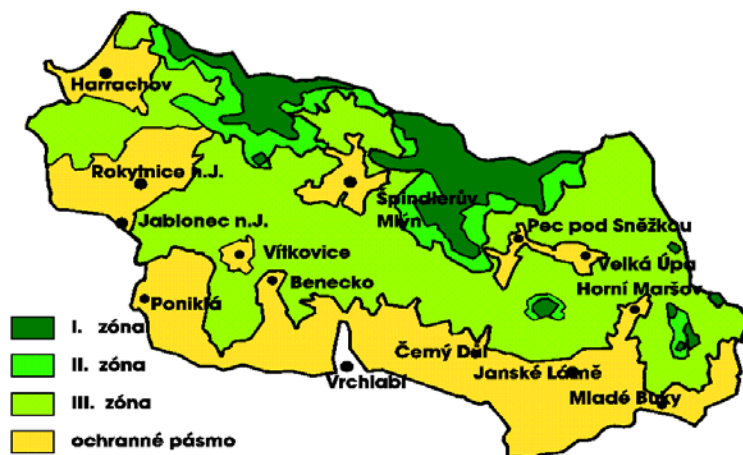
### **4.4 Turistická oblast cestovního ruchu**

Rozdělení oblastí cestovního ruchu podle sezónnosti je důležitým kritériem hodnocení jednotlivých oblastí cestovního ruchu. Toto dělení vychází zvláště z klimatických podmínek, charakteru reliéfu a nadmořské výšky. Rozlišujeme pět druhů oblastí, jejichž využití je vázáno na sezónu. Krkonoše patří do oblasti s celoroční sezónností a výrazným podílem cestovního ruchu v zimním období. Tato oblast je charakteristická vhodnými podmínkami pro zimní rekreaci, zimní sporty a turistiku.

Významný je i podíl cestovního ruchu v letním období, zimní sezóna je však hlavní, má velké nároky na ubytovací kapacity a horská zařízení jako jsou vleky a lanovky. Svůj podíl mají také lázně i kulturně-historické atraktivity. Z hlediska turistické oblasti se region Krkonoše dělí na oblast Krkonoše – západ, Krkonoše - střed a Krkonoše - východ.

#### 4.5 Národní park a biosférická rezervace, Krkonošský národní park

Obr 1



Zdroj: www.ergis.cz

„Národní park je rozsáhlé území, jehož značnou část zaujímají přirozené nebo lidskou činností málo ovlivněné ekosystémy, v nichž neživá příroda, rostliny i živočichové mají mimořádný vědecký a výchovný význam v mezinárodním či národním měřítku.“<sup>(3)</sup> Vyhláshuje se zákonem schváleným oběma komorami Parlamentu České republiky. V terénu jsou na přístupových cestách označeny zelenými tabulemi s velkým státním znakem a nápisem Národní park a názvem. (3) V České republice jsou čtyři národní parky (kromě KRNAP ještě NP Šumava, NP Podyjí a NP České Švýcarsko). Území národního parku je členěno do tří zón, z nichž první je nejpřísněji chráněná (obr.1). Ochranné pásmo není součástí území národního parku. Činnost člověka v národním parku je dále řízena plánem péče a návštěvním řádem. Termínu národní park se v mnoha místech světa užívá v podobném významu jako u nás, ale vzhledem k původu termínu v národní legislativě té které země existují odlišnosti prakticky mezi všemi zeměmi.

Biosférické rezervace jsou vyhlášovány Organizací spojených národů pro vzdělání a vědu (UNESCO) v rámci programu Člověk a biosféra. „Za přírodní dědictví jsou považovány přírodní jevy tvořené fyzickými nebo biologickými útvary, místa výskytu ohrožených druhů zvířat a rostlin, přírodní lokality či oblasti světové hodnoty z hlediska vědy, péče o zachování přírody nebo přírodních krás.“ (18)

Jako biosférická rezervace může být vyhlášeno pouze území dostatečně velké a chráněné národní legislativou (národní park a chráněná krajinná oblast). Území biosférické rezervace se dělí do 3 zón – jádrové, nárazníkové a přechodné. V České republice je v současné době 6 biosférických rezervací – Krkonoše, Šumava, Křivoklátsko, Třeboňsko, Pálava a Bílé Karpaty.

Statut národního parku chrání území málo narušená lidskou činností. Cílem ochrany je zachování přírody v maximální možné míře, zatímco síť biosférických rezervací (území již chráněných) dává přehled o přírodních poměrech v rámci celé zeměkoule a o vlivu lidské činnosti na přírodu ve všech koutech světa.

Pro výraznou přírodovědnou hodnotu byl již v r. 1963 vyhlášen Krkonošský národní park (KRNAP) jako první u nás. Jeho rozloha 36 327 ha zabírá spolu s ochranným pásmem (18 642 ha) prakticky celé pohoří a místy jeho vymezení i překračuje. Na severu navazuje na KRNAP menší, ale již v roce 1958 vyhlášený polský národní park, Karkonoski park narodowy, který s ním tvoří jeden přírodní celek. (4)

Z administrativního hlediska leží větší část parku na území bývalých okresů Trutnov, Semily a Jablonec nad Nisou, tzn. dnešní Liberecký a Královéhradecký kraj. Území KRNAP se podle stupně ochrany člení na tři zóny. I. a II. zóna mají nejpřísnější ochranný režim, kde je hospodářská činnost vyloučena a pohyb je povolen jen po značených turistických stezkách. I. zóna (4503 ha) zabírá především vrcholové části Krkonoš a několik menších ostrůvků, II. zóna (3416 ha) další cenná území. III. zóna (24 408 ha) se intenzivně využívá pro turistiku, zimní sporty a rekreaci a v omezené míře se zde připouští zemědělské a lesní hospodářství, pohyb v lese je povolen i mimo značené cesty. Do ochranného pásma (18 642 ha) se zahrnují okrajové partie Krkonoš a části Krkonošského podhůří a území největších krkonošských sídel s rekreační funkcí (např. Vrchlabí, Špindlerův Mlýn nebo Harrachov).

#### **4.6 Střediska cestovního ruchu a přírodní atraktivita**

Střediska cestovního ruchu se zpravidla ekonomicky a územně zformovala tak, že od počátku fungovala pro potřeby cestovního ruchu anebo se vytvářela postupně změnou struktury hospodářské aktivity na základě využívání přírodních a společenských podmínek, jejichž hodnota pro využití cestovním ruchem byla objevována. Tato střediska jsou významná z hlediska vnitrostátních či mezinárodních poměrů. Mají k dispozici atraktivní přírodní i společenské podmínky a vysokou úroveň vybavenosti v materiální základně. (6)

Přírodní podmínky (klíma, hydrologické poměry, reliéf, flóra a fauna) mají ve vztahu k rozmístění cestovního ruchu význam v tom, že jsou stacionární, do značné míry konstantní a uplatňují se zpravidla v plošně rozsáhlejších areálech.



Svým charakterem vytvářejí předpoklady pro jeho konkrétní formy i případnou rajonizaci. Přírodní atraktivita jsou jednotlivé přírodní zvláštnosti, jejichž ojedinělost a exotika činí konkrétní oblast pro cestovní ruch přitažlivější.

#### 4.6.1 Harrachov

Harrachov je významné rekreační středisko v nejzápadnější části Krkonoš při hranici s Polskem. Leží v kotlině při řece **Mumlavě** a jejích přítocích Milnici, Kamenici a Bílé vodě. Z jihu je ohraničen příkrým úbočím **Čertovy hory** (1021 m), na jejíž severovýchodních a severních svazích se nacházejí lyžařské sjezdové tratě, vleky a skokanské můstky. Ze sportovního areálu v Harrachově vede na vrchol čtyřsedačková lanovka. Od horní stanice lanovky vychází modře značená cesta, v zimě lyžařská magistrála. Ze severu pak mírnějšími svahy Slezského hřbetu (Mrtvý vrch - 1059 m, Jakšín - 1115 m). Důležitým sedlem je **Novosvětský průsmyk** (886 m), kterým přes hraniční přechod Harrachov - Jakuszyce probíhá mezinárodní silniční tah E-65 a také zatím nevyužívaná železniční trať do Jelení Hory. Nedaleko centra Harrachova v západní části Mumlavského dolu se nachází asi 10 m vysoký skalní stupeň v žulovém řečišti – **Mumlavské vodopády**. Přímo pod vodopádem i jinde v řečišti Mumlavy se nacházejí pěkné ukázky tzv. evorzních jevů - obří hrnce a ohlasy.

Mezi významné pojmenované turistické trasy patří Cesta hraběte Jana z Harrachu – **Harrachova cesta** vybudovaná již roku 1876 na příkaz jilemnicko-branského panství a po něm také pojmenována. Její trasa je téměř 19 km dlouhá a vede Labským dolem přes Lanbskou louku a Mumlavským dolem do Harrachova. Značena je modře.

Harrachov je známým centrem rekreace, zimní a letní turistiky, ale především zimních sportů. Proslulý je areál pěti skokanských můstků na severním svahu Čertovy hory, na největším (K-180) se konají závody světového poháru v letech na lyžích, v roce 1983 mistrovství světa. Tamtéž je i sedačková lanovka a sjezdové tratě, další vleky a sjezdovky jsou na severovýchodním svahu nad Rýžovištěm. Na mírnějším severozápadním úpatí Čertovy hory se nacházejí kvalitní standardní lyžařské běžecké tratě. Město je po celé Evropě i v zámoří proslavené krkonošským sklářstvím. Západně od skláren byla vybudována střelnice a tratě pro biatlon. Pro lyžařskou turistiku je kolem celého Harrachova udržována lyžařská magistrála o celkové délce 27 km. Dopravně je Harrachov dobře přístupný po již zmíněné mezinárodní silnici E65 od Prahy nebo silnici č. 14 od Trutnova a Jilemnice. (10)

#### 4.6.2 Rokytnice nad Jizerou

Horské městečko v západních Krkonoších, jižně od Harrachova. Rozkládá se v údolí potoka Rokytnice a na jeho přítocích Huťském a Černém potoce, částečně také v jizerském údolí a u pramenů Františkovského potoka. Rokytnické údolí je na jihu ohraničeno Sachrovým hřebenem a Stráží (782 m), na východě Vlčím hřebenem (1140 m) a na severu hřbetem rozsochy Čertovy hory, vybíhající z masívu Lysé hory (1344 m) a Kotle (1435 m). Tyto dva vrcholy tvoří dominantu kraje kolem Rokytnice. Řídkou klečí porostlý vrchol **Lysé hory** je dostupný pouze v zimě. Poblíž leží terminál lyžařských vleků a horní konec sjezdovek rokytnického sportovního areálu. Pod vrcholkem se na jižních expozicích rozprostírají louky se vzácnou květenou a nejstarší krkonošské boudy Dvoračky. **Kotel** budují svory a na jejich jihovýchodních sklonech jsou vyvinuty dva výrazné karoidy (Velká a Malá Kotelní jáma), útočiště vzácné flóry. Na severních expozicích je patrné kruhové uskupení balvanů (tzv. Růženčina zahrádka), jehož původ se dodnes nepodařilo objasnit. Vrchol Kotle není v současnosti zpřístupněn. Významná je **Krkonošova cesta**, která vede z Bedřichova přes Horní Mísečky Kotelními jámami a na Dvoračky do Horní Rokytnice. Její délka je 15 km a značena je zeleně.

Důležitou úlohu v životě města hraje cestovní ruch a sportovní aktivity (především zimní). Své služby nabízí několik desítek restaurací, hotelů a penzionů. Rokytnice je důležitým střediskem sjezdového lyžování s velkým sjezdařským areálem pod Lysou horou, menším na Studenově a řadou kratších vleků. Rokytnice má přímá autobusová spojení s Prahou, Brnem, Ústím nad Labem a Hradcem Králové. Místní linky jezdí např. do Harrachova, Jilemnice, Vrchlabí. Velkokapacitní parkoviště jsou v Rokytnu pod lyžařským areálem. (10)

#### 4.6.3 Vrchlabí

Živé průmyslové město a středisko značné části krkonošského podhůří. Brána do centrální části Krkonoš v pěkné poloze kolem řeky Labe v jeho údolí, omezené rozsochou Žalého a Strážné hůry s Jankovým kopcem. Důležitá silniční křižovatka (Liberec-Trutnov, Špindlerův Mlýn atd.). Konečná železniční stanice odbočky trati Chlumec nad Cidlinou - Stará Paka - Trutnov. Výhodné a časté spojení se Špindlerovým Mlýnem a dalšími horskými středisky v Krkonoších. Dobré výchozí místo pro návštěvy zajímavých lokalit v podhůří: Hostinné, Dvůr Králové a barokní Kuks, Nová Paka, Teplicko - adršpašské skály. Sídlo Správy Krkonošského národního parku a jeho zařízení (Hlavní informační středisko, Krkonošské muzeum). (10)

#### 4.6.4 Špindlerův Mlýn

Nejvýznamnější horské středisko v Krkonoších. Překrásná poloha v údolí Labe na soutoku s Dolským potokem. Ze všech stran chráněno jednotlivými vrcholy Českého hřbetu (Kozí hřbety, Železná hora, Přední a Zadní Planina, Medvědíň atd.). **Medvědíň** je výrazný, převážně zalesněný vrchol (1235 m) s televizním převaděčem. Končí tu lyžařské vleky ze směru od Špindlerova Mlýna i od Horních Míseček. Z horní části Špindlerova Mlýna sem směřuje sedačková lanovka. Umožněn je tak pohodlný výstup na Zlaté návrší a dále pak na západokrkonoské hřebeny. V nejvyšších partiích Medvědína jsou dodnes patrné pozůstatky po těžební činnosti. Nedaleko od Špindlerova Mlýna se nachází nejvyšší vodopád (140 m) v České republice – **Pančavský vodopád**, který se v několika stupních řítí skalnatým srázem z hrany Pančavské louky na dno Labského dolu. Ze Špindlerova Mlýna se lze dostat k **Prameni Labe**, který byl slavnostně vysvěcen v roce 1648, do dnešní podoby bylo jeho okolí upraveno v roce 1968. Symbolický pramen v nadmořské výšce 1386 m je opatřen betonovou skruží, skutečný pramen leží o něco výš. Na kamenné zídce v blízkosti pramene je umístěno 26 barevných znaků měst, jimiž Labe protéká. Špindlerův Mlýn je ideálním východiskem pro pěší túry do horských údolí (Dlouhý důl, Důl Bílého Labe, Labský důl) a na hřebeny, zpřístupněné sedačkovými lanovkami (Medvědíň, Pláň) a horskou silnicí s autobusovým spojením do Slezského sedla na Špindlerovu boudu. Je zde množství ubytovacích možností i v jednotlivých částech rozlehlého areálu obce: Svatý Petr, Bedřichov, Labská a Volský Důl. Rozvoj od druhé poloviny 19. století s rozmachem cestovního ruchu, turistiky a zimních sportů byl dovršen v meziválečném období a po roce 1945. Středisko je přístupné dálkovými spoji a osobními auty údolím Labe od Vrchlabí. Nad Špindlerovým Mlýnem vede **Cesta česko-polského přátelství** značená červenou barvou. Začíná v západních Krkonoších na rozcestí pod Tvarožníkem a pokračuje po hlavním pohraničním hřbetu Krkonoš přes Sněžné jámy, Mužské a Dívčí kameny, Špindlerovku, Slonecznik, Sněžku, Soví sedlo na Pomezní Boudy ve východních Krkonoších. Je dlouhá asi 28 km. Trasa vede střídavě po českém a polském území, a proto pro případnou kontrolu je nutný občanský průkaz. (10)

#### 4.6.5 Pec pod Sněžkou

Horské rekreační středisko ve východních Krkonoších mezinárodního významu. Překrásná poloha na souběhu několika údolí pod nejvyšší horou Krkonoš. Ideální podmínky pro letní turistiku a lyžování. Velký rozvoj zejména po 2. světové válce po výstavbě sedačkové lanovky na Růžovou horu a Sněžku. **Sněžka** je nejvyšší horou v České republice (1602 m). Horu karlingového typu (přibližně trojboký jehlan modelovaný ledovci) budují svorové ruly. Vrchol na česko-polské hranici je turistickým magnetem a poutním místem.

Stojí tu památná rotundovitá kaple svatého Vavřince a dvě boudy, funkční Polská a v současnosti uzavřená Česká. Z české strany sem vede často diskutovaná dvojúseková sedačková lanovka z Pece pod Sněžkou. Po Sněžce a jen o metr přečnívající Luční hoře je **Studniční hora** třetí nejvyšší krkonošský obr (1554 m). Na severním úbočí a v předpolí Studniční hory spočívá mezinárodně významný komplex Úpské rašeliny. Pramení zde Bílé Labe a Úpa, která přepadává přes západní hranu Obřího dolu do Úpské jámy. V zimě se na stejném místě usazují mocné sněhové převěje s navazujícími lavinovými drahami. Pro turisty se jedná o velmi nebezpečné místo. (11)

#### **4.6.6 Janské Lázně**

Horské lázeňské město pod Černou horou s teplými a mírně radioaktivními prameny, západně od Svobody nad Úpou. Jejich léčivé účinky byly známy a využívány místním obyvatelstvem odedávna. V současné době se zde úspěšně léčí zejména následky dětské obrny. Městu dominuje pěkně upravené náměstí s lázeňskými budovami, secesní kolonádou a plastikou Krakonoše. Nejstarší lanovku v Krkonoších z roku 1928 vystřídala nová, kabinková, uvedená do provozu v osmdesátých letech. Vrcholová stanice na Černé hoře (1299 m) je východiskem řady překrásných hřebenových túr. (8)

## 5. Současný stav a využití oblasti

Přírodní prostředí Krkonoš je v současnosti ovlivňováno dvěma základními faktory – velkoplošně působícím imisně ekologickým zatížením a intenzivním cestovním ruchem, od nichž se odvíjí celý řetěz následných negativních reakcí vlastního přírodního prostředí i dalších doprovodných zásahů člověka.

Ochrana přírody Krkonoš je zcela jistě oprávněná, vždyť se zde vyskytuje přes 300 druhů obratlovců a více než 1200 druhů cévnatých rostlin, přičemž některé druhy nerostou nikde jinde na světě, neboť se vyvíjely v izolované oblasti hřebenů, která je zcela odlišná od ostatní střeoevropské krajiny. Ochranu výjimečného přírodního bohatství Krkonoš zabezpečují vzájemně spolupracující správy obou národních parků (Správa KRNAP ve Vrchlabí, Dyrekcja KPN v Sobieszowie) s pomocí existujících právních norem. Obě jsou přímo řízeny podobnými institucemi (národní ministerstva životního prostředí), mají srovnatelné pravomoci při uplatňování legislativy a managementu na svěřeném území národních parků a jsou nuceny řešit stejné problémy. Vzájemná spolupráce je proto nezbytným předpokladem ochrany přírodních hodnot celého krkonošského pohoří. (17)

### 5.1 Imisně ekologické zatížení

Znečištění ovzduší a odumírání lesních porostů mají za následek imise, které jsou největším faktorem ovlivňujícím celé území Krkonoš. Zdroje znečištění se nacházejí především v přilehlých oblastech České republiky, Polska a východní části Německa. Nejhuře jsou zasaženy hřebenové partie západní části Krkonoš, závětrné partie ledovcových karů a horských údolí. Ve východní části Krkonoš bylo zjištěno především působení místní tepelné elektrárny v Trutnově- Poříčí. V současné době je v Krkonoších v různém stupni poškozeno plných 100 % lesních porostů. Imise ve formě plynných exhalátů, kyselých dešťů, horizontálních srážek a prachových částic poškozují rostliny, narušují kořenové systémy a dlouhodobě ovlivňují půdní poměry. Výsledkem je odumírání stromů, oslabování porostů, jejich nižší odolnost vůči extrémním klimatickým podmínkám a zvýšená citlivost k houbovým onemocněním a k napadení živočišnými škůdci. S velkoplošným odumíráním lesů vzrůstá nebezpečí eroze a sněhových lavin. Rozpad lesních ekosystémů na hřebenech se dalekosáhle projevuje ve výrazném poklesu jímavosti půd i v množství a kvalitě vody.

Od roku 1994 je Správa Krkonošského národního parku odpovědná za lesní hospodaření na území biosférické rezervace. V souvislosti s tím se postupně mění i přístupy k péči o lesy v Krkonoších. Při rekonstrukci lesních porostů je zvýšená pozornost věnována druhovému, prostorovému a věkovému složení lesa, které by se mělo přibližovat přirozenému stavu.

Podklady pro nový plán péče o les jsou připravovány s ohledem na přírodovědně cenné lokality a zachování vysoké biologické rozmanitosti rostlinných i živočišných společenstev. (17)

## 5.2 Intenzivní cestovní ruch

Druhým nejzávažnějším faktorem, který ovlivňuje cenné partie biosférické rezervace, je intenzivní cestovní ruch. Každoročně navštíví území českého i polského národního parku zhruba kolem 10 miliónů návštěvníků (ČR: 6-8 mil., Polsko: 2-3 mil.). Na území horské části Krkonoš se nachází přibližně 6000 trvale obydlených nebo rekreačních objektů, z toho 1500 v národním parku, kolem 260 lanovek a vleků s celkovou přepravní kapacitou přesahující 100 000 osob za hodinu, asi 150 sjezdových tratí a lyžařských svahů o souhrnné délce kolem 130 kilometrů. Celá plocha biosférické rezervace je zpřístupněna turisticky značenými cestami s celkovou délkou přes 700 kilometrů. Pro Krkonoše je příznačné využití v letní i zimní sezóně. Z velkého zájmu rekreatantů a turistů vznikají problémy s hledáním rovnováhy mezi rekreační a poznávací funkcí národního parku a jeho posláním ochránářským, které občas sledují protichůdné tendence.

Negativní dopad cestovního ruchu na přírodní prostředí Krkonoš, a vegetaci především, není zanedbatelný. Převážná část turistických cest vede po svazích, dochází k narušování vegetačního krytu a likvidaci vegetace podél řady horských cest. Na plochách ovlivněných odpadními produkty dochází k výrazným změnám půdních poměrů. Botanický výzkum uvádí z území Krkonoš přes 1250 druhů vyšších rostlin, avšak plná třetina z nich není pro toto pohoří původní. Přímé působení návštěvníků národního parku na kvalitu vodních toků je zanedbatelné, ale projevuje se nepřímo přes rekreační zařízení.

Podobně jako v případě lesních porostů patří řešení problematiky rekreace a turistiky k prvořadým úkolům Správy KRNAP. Důležitou podmínkou jeho úspěšného plnění je dostatek informací a vstřícná komunikace mezi partnery v chráněném území. V posledních letech se pomalu zlepšuje komunikace především mezi krkonošskými obcemi a Správou KRNAP, vedená snahou nalézt pro obě strany přijatelná řešení řady problémů a střetů na území národního parku. Rovněž města a obce mají zájem na zvyšování rekreačních hodnot svého území. Na jedné straně se například redukuje či likvidují lokální zdroje znečištění ovzduší a stále zahušťuje síť čistíren odpadních vod, na straně druhé přetrvává snaha rekonstruovat či budovat nové, kapacitnější vleky, lanovky, sjezdové tratě i doprovodné objekty. (17)

### 5.3 Monitoring a výzkum

Zkoumání jedinečnosti krkonošské přírody přitahuje již více než čtyři století přírodovědce a odborníky všech oborů. Vzrůstající počet monitorovacích a výzkumných aktivit se zde soustřeďuje především v souvislosti s výrazným imisně ekologickým zatížením celého území a snahám o rekonstrukci základních ekosystémů. Na řešení úkolů se částečně podílí Správa KRNAP, především inventarizační průzkumy a monitoring, ostatní projekty (především výzkum) provádějí externí instituce. Významná je i výzkumná činnost vědeckých ústavů a vysokých škol. Jejich více než 300 monitorovacích stanovišť na území národního parku přináší komplexní klimatologické údaje, poznatky o kvalitě vody, půdy i ovzduší a vývoji lesních porostů. Získané poznatky, shrnuté ve více než 5000 dosud publikovaných pracích a studiích, slouží jako nenahraditelné podklady pro sestavování plánů péče o národní park, posuzování veškerých činností v chráněném území a zajišťování jeho nadnárodní ochrany.

Za management informací a dat je odpovědné oddělení informatiky Správy KRNAP, vybavené vhodným zázemím, včetně moderního geografického informačního systému ARC/INFO. Jeho hlavním cílem je evidovat a soustřeďovat veškerá data z výzkumných úkolů na území národního parku a biosférické rezervace, využívat je ke zpracování různých syntetických podkladů pro lesní hospodářství, ochranu přírody, státní správu i pro vyhodnocování výzkumných úkolů externích institucí. (17)

### 5.4 Návštěvnost

Vzhledem k dobré dopravní dostupnosti, vybavenosti a výhodné poloze návštěvnost Krkonoš rok od roku roste. Podle monitoringu návštěvníků, který prováděla agentura Czech Tourism v letní sezóně 2005 ve všech turistických regionech, návštěvníci Krkonoš pozitivně hodnotili ubytovací služby, rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit, poskytování informací o regionu, úroveň veřejného stravování, místní orientační značení, služby pro lyžaře a služby pro motoristy. Negativně hodnocena byla cenová úroveň služeb. Na darmo se Krkonoše nenazývají nejvyšším, nejnavštěvovanějším a nejdražším pohořím v České republice. Dle výzkumů návštěvnosti přijíždí do Krkonoš ze zahraničí nejvíce Němců, dále Poláků, Holanďanů a v nezanedbatelném množství také občanů Velké Británie a sousedního Slovenska. (19)

## **5.5 Možnosti ubytování**

Možnosti ubytování v Krkonoších jsou nepřehledné. Návštěvníkům se nabízí velké množství chat, penzionů, hotelů všech kategorií a v letní sezóně i kempů. Nejvíce těchto zařízení se nachází ve známých krkonošských střediscích. Existuje řada propagačních brožurek prezentujících jednotlivá ubytovací zařízení v Krkonoších a nabídku jejich služeb. K dostání jsou jak v jednotlivých informačních střediscích, tak na veletrzích cestovního ruchu, kde se Krkonoše prezentují. Nezanedbatelným zdrojem informací o ubytování je bezesporu internet a katalogy cestovních kanceláří. Podle monitoringu Czech Tourismu volili zahraniční návštěvníci oproti Čechům hotely vyšší i nižší kategorie a penziony. Češi více využívali ubytování u příbuzných či známých. (19)



## 6. Propagace

Propagace je jedním ze čtyř hlavních nástrojů marketingu, které organizace používají k přesvědčovací komunikaci s cílovými kupujícími a veřejností. Je to jakákoliv placená forma neosobní prezentace a podpory myšlenek, zboží nebo služeb konkrétním sponzorem.

Je velmi nesnadné zobecňovat marketing návštěvnických atraktivit, protože jde o velmi nesourodý sektor. Jeho nesourodost vyplývá ze skutečnosti, že existují čtyři odlišné typy atraktivit a že atraktivita jsou vlastněny a řízeny třemi odlišnými druhy organizací. Atraktivita se dělí na přírodní prvky krajiny, člověkem vytvořené artefakty, které původně nesloužily jako návštěvnické atraktivita, člověkem vytvořené artefakty, které byly vytvořeny speciálně jako návštěvnické atraktivita a speciální události a festivaly. Práce je zaměřena na přírodní atraktivita, v jejichž případě není obvyklým cílem marketingu přilákat co nejvíce lidí, ale spíše usměrňovat poptávku tak, aby atraktivita nebyla poškozována nadměrnou návštěvností. Existují tři typy organizací, které vlastní a řídí atraktivita – veřejný, soukromý a neziskový sektor. Mají odlišné motivy a cíle své činnosti. Správa Krkonošského národního parku patří do sektoru neziskového. Cestovní ruch často není její hlavní činností nebo zájmem, ale spíše jí slouží jako prostředek k dosažení cíle, kterým může být například zachování a rozvoj společenství. (1)

### 6.1 Komunikační mix

Efektivní komunikace s cílovými zákazníky se děje řadou metod, které se v souhrnu nazývají marketingová komunikace. Organizace používají různých metod marketingové komunikace k dosažení svých cílů. Chtějí-li vytvořit účinnou propagační kampaň, musí zvolit správnou kombinaci těchto metod, mezi něž patří reklama, brožury, média a public relations, podpora prodeje, osobní prodej, zasílání propagačních materiálů, sponzorování a reklama v místě prodeje.(1) Jednou z nejefektivnějších forem komunikace je ústní doporučení destinace někým, kdo ji navštívil. Návštěvníci, kteří se budou v destinaci cítit dobře, doporučí její návštěvu svým přátelům a známým a sami ji znovu navštíví.

Přesné definování cíle, který chce sdružení aktivizací komunikačního mixu dosáhnout, je nevyhnutelné kvůli vyhodnocování a kontrole plnění přijaté strategie. Sdružení musí vědět, za jakým účelem vytváří komunikační mix, co od jeho aktivizace očekává, co musí udělat a jaké komponenty využít, aby bylo dosaženo cíle. (7)

### 6.1.1 Reklama

„Reklama je placená forma neosobní komunikace o produktu některé organizace prostřednictvím médií, ať jde o televizi, rádio, noviny, časopisy, veřejnou dopravu, veřejné informační plochy nebo katalogy.“(1) Volba médií závisí na cíli kampaně a na prostředcích, které na ni mají být vynaloženy.

Mezi výhody reklamy patří pružnost a schopnost zaměřit se na velké obecnost nebo na přesné tržní segmenty. Může být efektivní vzhledem k vynaloženým nákladům, jestliže cílovou skupinu tvoří velký počet lidí. Sdělení lze pravidelně opakovat prostřednictvím různých médií, mezi která se řadí televize, rádio, časopisy, noviny, periodika, průvodce a ročenky, plakáty a reklamní tabule. Nevýhodou reklamy je finanční náročnost na její návrh a provedení. Je relativně nesnadné sledovat její účinnost, zejména proto, že její cíle bývají dlouhodobé.

Venkovní reklama zahrnuje billboardy a bigboardy, značky na cestách, malované tabule, elektrické světelné značky, reklamu na vozech veřejné dopravy, na pouličních panelech, reklamní balony a vzducholodě, chodící reklamy, laserové projekce apod. Správa KRNAP tento prostředek propagace nepoužívá už jen pro jeho finanční náročnost.

Většina evropských organizací propagující přírodní atraktivitu, Krkonošský národní park nevyjímaje, má omezené prostředky na propagaci, takže televizní reklamy pro ně nejsou dosažitelné. Proto se jejich inzercí převážně soustřeďuje na tisková média jako noviny a časopisy. Správa KRNAP vydává měsíčník „Krkonoše a Jizerské hory“. Časopis obsahuje informace zejména o krkonošské přírodě, historii a jen okrajově o dění v národním parku.

Tištěné reklamní prostředky patří v destinaci k nejčastěji využívaným reklamním prostředkům. Nejdůležitějšími jsou leták, prospekt, katalog, kalendář, inzerát.

*Letáky* jsou obvykle využívány na podporu speciálních akcí. Mají za úkol vzbudit pozornost, vyvolat zájem, připomenout nebo upozornit na akci tam, kde krátkost času neumožňuje využít jiné prostředky. Text i grafická úprava letáku je co nejjednodušší, titulek výrazný, protože jestli nezaujme příjemce na první pohled, obvykle končí v koši. Důležitou součástí letáků jsou kontaktní údaje. Letáky týkající se Krkonošského národního parku, respektive celé oblasti Krkonoš jsou vydávány v návaznosti na konání speciálních akcí uskutečňovaných v průběhu celého roku, jejichž seznam pro rok 2006 je obsažen v příloze této práce. Dále za povedené lze považovat letáky seznamující návštěvníky s možnými turistickými trasami, např. Cesta česko-polského přátelství, Údolím Bílého Labe, Cesta k prameni Labe, Harrachova cesta. Každý z uvedených letáků obsahuje podrobný popis trasy a charakteristiku přírodních atraktivit, které se na trase vyskytují, délku trasy, převýšení a jednoduchou mapku cesty.

Nechybí ani znak národního parku a poznámka o Správě KRNAP jako vydavateli, avšak žádná zmínka o kontaktu a webových stránkách. Další skupinu letáků tvoří ty, jež nabádají k ochraně přírody a vysvětlují jisté pojmy jako například co jsou to zóny v Krkonošském národním parku spravující návštěvníky o jednotlivých zónách, jejich velikosti a významnosti. Do této skupiny dále patří leták o terénní službě Správy KRNAP a její činnosti, návštěvní řád Krkonošského národního parku obeznamující turisty o zákazech a omezeních některých činností na území parku a leták s turistickými hraničními přechody obsahující místo přechodu, režim a dobu provozu. Každé informační středisko je taktéž prezentováno prostřednictvím letáku informujícím o nabídce jejich služeb.

*Prospekt* podává vyčerpávající informace o destinaci a vede k rozhodnutí. Text prospektu je věcný, informativní, pravdivý, aktuální. Na kvalitu zpracování a design prospektu destinace je třeba klást velký důraz. Sdružení nesmí zapomenout na zpracování prospektu v různých jazykových mutacích podle toho, na kterých trzích destinaci nabízí. Prospekty vydávané na území národního parku jsou ve velké míře spojeny s jednotlivými krkonošskými středisky. Obsahují informace o městu obvykle doplněné o anglický a německý překlad, mapku, seznam hotelů, penzionů a restaurací, možné výlety do okolí a názorné fotografie.

*Kalendář* (nástěnný, stolní, diář, apod.) bude jeho majitel používat po celý rok, a proto by měl mít atraktivní námět. Text by se měl omezit na název a slogan destinace. Nesmí chybět logo. Na trhu je každoročně k dispozici nástěnný či stolní kalendář prezentující Krkonošský národní park pomocí fotografií, a to jak současných, tak i historických.

Titulek inzerátu vyjadřuje hlavní příslib (například sportovní nebo kulturní vyžití, ale i přijatelné ceny apod.). Měl by budit zvědavost, být jasný a lehce srozumitelný. Text inzerátu obsahuje fakta, neměl by obsahovat fráze, je věcný a psaný řečí cílového segmentu. Úspěšnost inzerátu ovlivňuje především výběr média, způsob propojení s jinými reklamními prostředky destinace, frekvence opakování, celkový design, srozumitelnost komunikačního sdělení apod. Správa KRNAP inzeráty jako formu propagace nepoužívá.

Informační technologie zásadně změnily každodenní život ve všech směrech. Změnilo se pojetí prostoru, času, rychlosti, vzdáleností. Virtuální realita vstoupila do reality. Zpřístupněním internetu pro veřejnost museli pracovníci marketingu od základu přehodnotit procesy, prostřednictvím kterých se svými zákazníky komunikovali. I sdružení cestovního ruchu musí bezodkladně reagovat na vývoj a využívání informačních technologií, protože nákupní chování stávajících i potenciálních návštěvníků tyto skutečnosti silně ovlivňují. Uvedené činnosti sdružení uskutečňuje prostřednictvím webových stránek destinace. Webové stránky destinace musí být atraktivní, aktuální a musí mít zajímavý obsah, aby přilákaly návštěvníky.

Je neodpustitelnou chybou, když sdružení webové stránky destinace pravidelně neaktualizuje.(7) Webových stránek informujících o Krkonošském národním parku existuje opravdu celá řada. Oficiální stránkou je [www.krnep.cz](http://www.krnep.cz), která je podrobně zhodnocena v osmé kapitole této práce.

### **6.1.2 Brožury**

*Brožury (katalogy)* jsou jednou z hlavních forem marketingové komunikace v průmyslu cestovního ruchu, služeb pro využití volného času, ubytovacích a stravovacích služeb. Podávají stručné informace o nabídce destinace tak, aby se potenciální návštěvník mohl lehce orientovat a měl usnadněný výběr. Textová část katalogu obsahuje základní informace a popis destinace, grafická část fotografie. Vzhledem k charakteru produktu musí sdružení klást na kvalitu fotografií v katalogu velký důraz. Různé jazykové mutace katalogů by měly být samozřejmostí.(7) Vytváření katalogů je spíše v kompetenci ubytovacích, stravovacích zařízení a cestovních kanceláří. Správa KRNAP katalogy nevydává.

### **6.1.3 Publicita**

Publicita je bezplatná zmínka o destinaci v tisku, veřejném projevu, rozhlase, televizi nebo filmu. Využívá všechny komunikační cesty. Vedle ostatních komponentů komunikačního mixu má obvykle podpůrnou roli. Zahrnuje pravidelné články v tisku, relace v rozhlase a televizi, speciální akce, návštěvy známých osobností, osobní rozhovory a projevy apod. Publicita je důležitá pro prodej – pomocí ní je možno zprostředkovat sdělení, které bude motivovat ke koupi. Může vytvořit veřejnou akceptaci destinace a připravit prostor pro další prodej.(9) Publicita Krkonošského národního parku je zabezpečována konáním různých speciálních akcí (viz. příloha). Území je též navštěvováno řadou známých osobností, které svou přítomností publicitu Krkonoš zvyšují.

### **6.1.4 Public relations**

Public relations – vztahy s veřejností jsou založeny na důvěře, pozitivních postojích a vzájemném pochopení. Jsou komplexem činností především v zájmu vytvoření a udržování oboustranné komunikace mezi destinací a jejími návštěvníky, založené na pravdivých a úplných informacích.

Sdružení cestovního ruchu si se zástupci sdělovacích prostředků buduje vztah vzájemné důvěry, kdykoliv je to možné. Obvykle s nimi komunikuje prostřednictvím tiskové konference nebo briefingu. Správa KRNAP společně se sdružením Krkonoše – svazek měst a obcí pořádá tiskovou konferenci dvakrát ročně vždy před sezónou.

Učitelská veřejnost může účinně přispět k posilování pozitivního image destinace. Sdružení by proto mělo poskytnout pro potřeby výuky tištěné materiály, filmy, údaje k vypracování seminárních, diplomových, výzkumných či jiných odborných prací. Správa KRNP byla jedním ze čtyř evropských národních parků podporujících projekt mladých strážců pro žáky základních škol. Cílem projektu bylo přiblížit místním obyvatelům práce strážců a tím i správy lesního parku, založit síť spolupracovníků a tím zlepšit image parku. Každé léto pracují mladí strážci ve věku 12 až 17 let pod vedením zkušených profesionálních strážců přímo v terénu a seznamují se s jejich prací v letní sezóně. Během dvou týdnů připravují a absolvují řadu přednášek, prezentací, zpracují návrhy na terénní vybavení, učí se pracovat se skupinou a hrají ekologicky zaměřené hry. Mladí strážci jsou potencionálními členy Sboru dobrovolné stráže. Projekt probíhá pod hlavičkou Europarc Federation (EF), která sdružuje chráněná území v Evropě. (17)

Předmětem veletrhů a výstav je široká škála událostí připravených tak, aby se na nich sešli ti, kteří si přejí diskutovat o věcech společného zájmu a budovat tak vzájemné dobré vztahy. Účastí na výstavě sdružení sleduje posílení kladných vztahů destinace s veřejností, budování dobrého jména, pověsti. Cílem účasti může být dosažení nového cílového trhu, zvýšení stupně známosti destinace na trhu, sledování aktivit konkurence, získání všeobecných informací o trhu, prosazení nových marketingových strategií, prosazení nového obrazu destinace, péče o kontakty, ale i motivace zaměstnanců a obyvatel destinace.

V destinaci se skýtá mnoho příležitostí na přípravu speciálních či slavnostních akcí. Tyto akce, když jsou připraveny s veškerou péčí, jsou pro destinaci významnou součástí public relations. Výhodou organizování speciálních akcí je, že se destinace dostává do povědomí návštěvníků, má vliv na návštěvnost destinace, upoutává pozornost médií, upevňuje vztahy s místními obyvateli, motivuje zaměstnance i místní obyvatele a upevňuje v nich hrdost na destinaci.

Oproti jiným součástem komunikačního mixu mají public relations své výhody i nevýhody. Výhodou je především možnost cílené komunikace, protože se obrací na specifickou veřejnost a někdy i nižší finanční náročnost. Nevýhodou je těžká kontrolovatelnost a měřitelnost výsledků, jakož i skutečnost, že je využívá i konkurence. (7)

### **6.1.5 Podpora prodeje**

Reklama, publicita a public relations mají v komunikaci s návštěvníky strategický charakter, aktivity podpory prodej reagují na změnu podmínek na trhu a mají taktický charakter. Aktivity podpory prodeje využívá sdružení cestovního ruchu na posílení efektivnosti ostatních složek komunikačního mixu. Týká se to především snížení cen, na které reagují návštěvníci nejcitlivěji.

Podpora prodeje využívá vouchery a kupony se slevou, prémie, skryté snížení ceny, poskytnutí určitého komponentu produktu navíc, bezplatné poskytnutí dárkového předmětu nebo suvenýru, soutěže, finanční i nefinanční loterie a hry, systém klubových průkazů, různé produktové balíčky, vzdělávací programy, semináře, workshopy a poznávací návštěvy. Na území národního parku je podpora prodeje záležitostí hlavně zařízení poskytujících různé služby od stravování, přes ubytování až po dopravu. Jejich ceny jsou ovšem vysoké a podporu prodeje to tudíž neusnadňuje. Návštěvníci si na ně často stěžují. (7)

### **6.1.6 Osobní prodej**

Techniky osobního prodeje mají zásadní význam pro organizace prodávající produkty služeb, protože jsou neoddělitelné od jejich nabízení. V porovnání s reklamou se osobní prodej zaměřuje jen na malé skupiny lidí nebo na jednotlivce, ale má výhodu větší účinnosti a okamžité zpětné vazby. V Krkonošském národním parku jsou jeho představiteli pracovníci informačních středisek. (1)

### **6.1.7 Zasilání propagačních materiálů**

Cílem metody je jednotlivě oslovit co největší počet pokud možno co nejpřesněji definovaných členů vybrané cílové skupiny. Je to velmi osobní typ média, který umožňuje efektivně komunikovat s vybraným segmentem. Zásilky je možné připravovat individuálně, což je přitažlivá metoda marketingové komunikace. Nevýhodou je, že lidé často považují zásilky za bezcenný odpad a neotevírají je.(1) Tato forma propagace není využívána Správou Krkonošského národního parku.

### **6.1.8 Sponzorování**

Sponzoring umožňuje destinaci komunikovat s částí veřejnosti, se kterou je obtížné spojit se běžnými marketingovými metodami. Sponzorské dohody jsou založené na důkladných komerčních úvahách – musí dojít k prospěchu jak na straně sponzora, tak i sponzorovaného. Protože sponzoring má vliv na image destinace, měl by být integrován do celkové taktiky public relations.(7)

Jediným sponzorem národních parků je firma Canon, ale podmínky pro parky nejsou výhodné. Firmy prostě nemají zájem podpořit projekty, respektive organizace v oblasti ochrany přírody, které jsou často kvůli svým aktivitám (zákonné povinnosti, pokuty) vnímány spíše negativně.

## **6.2 Propagace Krkonošského národního parku**

Propagace Krkonošského Národního parku je představována Odborem pro styk s veřejností.

Náměstek ředitele, který je přímo řízen ředitelem, je vedoucím odboru pro styk s veřejností a osobně řídí odbor, který tvoří tři oddělení:

- oddělení ekologické výchovy a propagace,
- oddělení redakce časopisu Krkonoše,
- oddělení Krkonošského muzea.

Do působnosti náměstka ředitele - vedoucího odboru pro styk s veřejností spadá zejména:

- zajišťování a koordinace spolupráce jím řízeného odboru s ostatními odbory Správy,
- přidělování písemnosti k vyřízení jednotlivým zaměstnancům,
- určování termínů k jejich vyřízení, pokud takové termíny neplynou přímo z právních předpisů,
- sledování způsobu a včasnosti jejich vyřizování. (17)

### **6.2.1 Oddělení ekologické výchovy a propagace**

Je přímo řízeno vedoucím zaměstnancem, podřízeným náměstkovi ředitele - vedoucího odboru pro styk s veřejností. Oddělení tvoří tři pracoviště:

- pracoviště ekologické výchovy a propagace
- pracoviště Hlavního informačního střediska
- pracoviště Krkonošského střediska ekologické výchovy

Pracoviště ekologické výchovy a propagace je přímo řízeno vedoucím oddělení. V rámci ekologické výchovy a působení na veřejnost zajišťuje výchovné programy, přednášky a semináře pro děti předškolního a školního věku v regionu Krkonoš. Organizuje semináře s ochránářskou tematikou, připravuje výchovné programy pro pedagogické pracovníky i pro místní obyvatele a návštěvníky regionu. Zajišťuje spolupráci s obdobnými organizacemi v ČR a v zahraničí. Podílí se na zajištění ekologické výchovy v Krkonošském středisku ekologické výchovy. Zajišťuje výrobu a distribuci audiovizuálních programů, propagačních a výchovných materiálů, realizaci výstav a ediční činnost Správy.

Pracoviště Hlavního informačního střediska je přímo řízeno vedoucím zaměstnancem podřízeným vedoucímu oddělení. Zajišťuje provoz informačních středisek Správy ve své působnosti včetně zajišťování podávání informací, prodeje vstupenek, propagačního a výchovného materiálu. Metodicky řídí činnost informačních středisek a prodejních míst v muzeích, které také zásobuje propagačním a výchovným materiálem.

Pracoviště Krkonošského střediska ekologické výchovy je přímo řízeno vedoucím zaměstnancem podřízeným vedoucímu oddělení. Zajišťuje ekologickou výchovu v Krkonošském středisku ekologické výchovy ve spolupráci s pracovištěm ekologické výchovy a propagace. Zajišťuje provoz zařízení Rýchorská bouda. Oddělení ekologické výchovy pracuje při správě Krkonošského národního parku od poloviny 70. let. Jeho snahou je probouzet vztah k přírodě a motivovat k ochraně životního prostředí širokou veřejnost. Nejen turisty a návštěvníky parku, ale i místní obyvatelstvo a žáky škol vybavuje potřebnými informacemi (základními i odbornými), stále aktivuje ke spolupráci na ochraně životního prostředí. (17)

### **6.2.2 Oddělení redakce časopisu Krkonoše**

Oddělení je přímo řízeno vedoucím zaměstnancem podřízeným náměstkovi ředitele - vedoucímu odboru pro styk s veřejností. Zajišťuje redakční a autorské materiály, jejich úpravu po stránce stylistické a jazykové, pravidelně publikuje materiály informující od dění na území Krkonošského národního parku a o činnosti Správy. Zajišťuje grafickou úpravu časopisu, jeho výtvarné, technické zpracování a jeho distribuci. Rozšiřuje okruh externích spolupracovníků a spolupracuje s redakční radou. (17) Časopis vychází jednou měsíčně a obsahuje informace převážně o krkonošské přírodě a historii Krkonoš. K dostání je v informačních střediscích a novinových stáncích na území regionu.

### **6.2.3 Oddělení Krkonošského muzea**

Oddělení Krkonošského muzea je přímo řízeno vedoucím zaměstnancem podřízeným náměstkovi ředitele - vedoucímu odboru pro styk s veřejností. Oddělení tvoří čtyři pracoviště: pracoviště Krkonošského muzea Vrchlabí, expozice "Kámen a život", pracoviště Krkonošského muzea Jilemnice, Krkonošského muzea Paseky nad Jizerou a pracoviště Krkonošského muzea ve Vrchlabí. Jednotlivá pracoviště jsou přímo řízena vedoucím oddělení. Co spadá do jejich kompetencí je obsaženo v tabulce obsažené v příloze.



### 6.3 Správa Krkonošského národního parku



Príspevková organizace Ministerstva životního prostředí České republiky Správa KRNAP je odbornou organizací pro ochranu přírody, zabezpečení strážní, kontrolní a informační služby, provádění sanačních a údržbářských prací a kulturně výchovnou činnost. Současně zajišťuje potřebnou péči o lesní porosty na území KRNAP a jeho ochranného pásma. Člení se na 5 samostatných odborů: odbor ochrany přírody a informatiky, odbor péče o les, odbor správní správy, odbor práce s veřejností a odbor ekonomický. Podrobné informace o všech činnostech Správy KRNAP obsahuje periodicky vydávaná Ročenka Správy KRNAP. (17)

### 6.4 Krkonoše – svazek měst a obcí

Krkonoše – svazek měst a obcí je svazek osmatřiceti měst a obcí v Krkonoších i jejich podhůří, s více než 60 000 obyvateli, na území větším než 770 tisíc hektarů v Královéhradeckém a Libereckém kraji, od Kořenova po Žacléř. Svazek vznikl v roce 2000 se sídlem ve Vrchlabí. Hlavním cílem společného úsilí představitelů měst a obcí je komplexní rozvoj kvality života všech generací místních obyvatel, aby mohli být hrdí na místo, ve kterém žijí. Jde jim rovněž o to, aby vytvářeli dobré podmínky pro spokojenost víc než šesti milionů tuzemských i zahraničních návštěvníků, kteří ročně Krkonoše navštíví. Jednou z hlavních činností Svazku je uvádět do života projekty na podporu cestovního ruchu v turistickém regionu a zajištění jejich financování. (18)

### 6.5 Informační střediska Krkonošského národního parku

Prvořadým úkolem marketingu v cestovním ruchu na všech úrovních jsou informace pro veřejnost. Informační střediska jsou většinou jedním z prvních subjektů, kde dochází k seznámení návštěvníka s daným územím.

Nadstandardní vybavení terénu Krkonošského národního parku pro návštěvníky – odpočinková místa, informační tabule a další se počítá na stovky kusů. Celkem se do něj v posledních deseti letech investovalo přes šest milionů korun. Písemné informace však nenahradí lidskou řeč. Pokud nejde okolo strážce, zůstanou mnohé otázky návštěvníků nevyřčeny a nezodpovězeny. Proto Správa vyšla turistům vstříc zřízením sítě informačních středisek.

Informační střediska jsou určena především k poskytování informací a dalších služeb návštěvníkům Krkonošského národního parku. Dělí se na stálá a sezónní střediska. Terénní střediska zajišťují doprovody a přednášky pro širokou veřejnost. Přednášky a doprovody lze objednat na všech stálých informačních střediscích Správy KRNAP.

Kromě toho lze objednat přednášku přímo na horskou boudu, a to telefonicky, nebo e-mailem na příslušném středisku. Odborné doprovody a přednášky byly stanoveny na částku 220 korun za hodinu včetně DPH.

### **6.5.1 Stálá informační střediska Krkonošského národního parku**

Stálá informační střediska jsou spojena se strážní službou. Jejich provoz je celoroční. Správa Krkonošského národního parku umístila svá stálá informační střediska do Harrachova, Rokytnice nad Jizerou, Špindlerova Mlýna, Obřího dolu, Pece pod Sněžkou, Temného dolu a Vrchlabí.

### **6.5.2 Sezónní informační střediska Krkonošského národního parku**

Sezónní informační střediska mají podobu malých srubů. Na nástupových cestách do hor doplňují „kamenná“ informační střediska, provozovaná již tři desítky let ve velkých letoviscích. Posádka srubku, vítající návštěvníky v národním parku, by měla aktivně poskytovat informace o turistických zajímavostech, aktualitách v terénu a samozřejmě o poslání národního parku. Rozdává osvětové letáky (např. návštěvní řád nebo přehled turistických hraničních přechodů) a prodává pohledy, mapy a brožury – průvodce i obrazové publikace. Některá stanoviště vydávají a evidují placená jednorázová povolení k vjezdu automobilů na cestu, u níž stojí. Cestu u nich v tomto případě přehrazuje závora. Úkolem pracovníků je také evidence počtu průchodů a průjezdů pěších, cyklistů i motorových vozidel. Obsluhu srubků podle dostupných údajů osloví zatím asi 20 % průchozích turistů. Typickým úvodem konverzace je například návštěvníkův dotaz na počasí, který však často přeroste v živý dialog. Proto je nelehkým úkolem terénní služby získávat na sezónní sruby pracovníky komunikativní, kteří se také dobře orientují v místě a leccos o krajině vědí.

Mezi sezónní informační střediska patří *Zlaté návrší*. Srub z roku 1997 stojí v sousedství Vrbatovy boudy, na konci Masarykovy silnice. Využívají jej zejména návštěvníci, přicházející od lanovky na Medvědí. Cyklisté zde nechávají svá kola, neboť do oblasti Labské louky smějí pouze pěší a zásobování Labské boudy.

Srub v *Horních mísečkách* je schován v zeleni mezi Jilemnickou boudou a Cáchovonou (nyní v demolici). Obsluha poskytuje informace především turistům, kteří přijeli automobilem nebo autobusem, než se vydají do Kotelních jam (pouze pro pěší) nebo k Benecku (i pro cyklisty).

*Labský důl* byl postaven v roce 1994 jako první terénní informační středisko, na němž se vyzkoušely všechny provozní zádrhely. Nachází se u soutoku Labe a Bílého Labe, na začátku Labského dolu, na modře značené turistické Harrachově cestě ze Špindlerova Mlýna přes Labskou boudu do Harrachova. Stojí na strategickém místě - před více než sto lety tu hrabě Harrach dal zřídit mýto u nové cesty, od počátku zamýšlené pro turistický provoz. Posledním zbytkem mýta – boudy U Dívčí lávky – je kamenný sklep v sousedství sroubku.

Opodál jako memento vyčuhuje betonová pevnůstka se střílnou namířenou nad řeku. U sroubku začíná a končí osmikilometrová cyklistická a lyžařská běžecká stezka „Bud' fit!“. Na informačních panelech jsou proto k dispozici nejen základní informace o přírodě Labského dolu, ale i tabulky časových limitů, v jakých by zdravý člověk stezku měl absolvovat. Cyklisté se od vodopádu Pudlavy musejí vrátit. Stejně tak i běžkaři, neboť v zimě jsou horní partie Labského dolu z bezpečnostních důvodů uzavřeny.

*Čertova strouha* je srub výjimečný tím, že stojí u vstupu na zatím jedinou zpoplatněnou turistickou cestu v Krkonoších. Stezka včetně srubu byla zřízena v roce 1996 u příležitosti jubilejní exkurze České lesnické jednoty, veřejnosti slouží od roku 1997. Nachází se na ní unikátně dochované hrazenářské dílo z let 1901 – 1902, čítající na padesát kamenných stupňů, opěrné zdi a další stavby zabraňující škodám při velké vodě. Kamenná stezka začíná kousek nad boudou U Bílého Labe, na žlutě značené cestě ke Špindlerovce, a končí pod suťovými poli na úbočí Malého Šišáku. Obsluha je přítomna od 1. června do 11. září, na rozdíl od ostatních srubů, které jsou v provozu od 1. června do 30. září. Vstupné na stezku činí 10 korun, vstupenka má podobu pohlednice a stručného průvodce. Převýšení stezky je necelých 150 metrů. Čertův důl je nepřístupný pro cyklisty.

*Dlouhý důl* slouží od roku 2001. Stojí na turistické cestě pouze pro pěší ze Svatého Petra k Výrovce.

*Krakonošova snídaně* je nejnovější srub terénní služby, který byl otevřen na začátku července. Mezi další sruby poskytující informační služby patří srub u hotelu Děvín, srub Zelený potok, srub u hotelu Vápenka, srub pod Černou horou, srub v Černém dole, srub v Dolním Dvoře – Rudolfově, srub u lomu ve Strážném a informační středisko Strážné.

Služby sezónních informačních středisek lze využít v létě v období od 1. 6. – 30. 9. Denně jsou otevřeny od 9 do 17 hodin, nutno též počítat s půlhodinovou polední přestávkou. (12)

## 6.6 Krkonoše – originální produkt

Značení výrobků pomáhá zviditelnit region a zhodnotit jeho turistickou atraktivnost, která je mimo jiné tvořena zdravým životním prostředím, kvalitními a šetrnými formami hospodaření a tradičními výrobky. Krkonoše jsou prvním územím v České republice, které od října 2005 používá speciální označení výrobků z chráněného území zahrnutého do evropské sítě Natura 2000. To je označení pro celoevropskou síť významných chráněných území s výskytem nejvíce ohrožených druhů rostlin, živočichů a přírodních stanovišť v rámci zemí Evropské unie. Území soustavy Natura 2000 pokrývají cca 18 % celkové rozlohy České republiky, kromě Krkonoš ještě území Beskyd a Šumavy.

Značení produktů na území Krkonoš je součástí mezinárodního projektu, který realizuje nezisková organizace Regionální environmentální centrum České republiky se zaměřením na oblast životního prostředí a ochrany přírody. Projekt je podpořen Evropskou komisí. Smyslem je rozlišení domácích „původních“ výrobků od dovezených z jiných regionů nebo zemí. Místním živnostníkům, zemědělcům, malým a středním firmám certifikace přináší především propagaci a reklamu pro jejich produkty, získání konkurenční výhody, zvýšení odbytu, sounáležitost s regionem a vzájemnou spolupráci.

Značku mohou získat takové výrobky, které jsou kvalitní, šetrné vůči přírodě a životnímu prostředí, vyrobeny v hranicích konkrétního území a prokáží přímou vazbu s regionem, např. z pohledu tradice, použitím místních surovin, ruční výrobou, motivem či výjimečnou kvalitou a reprezentací regionu. Certifikovány jsou především potraviny a zemědělské produkty, řemeslné výrobky, umělecká díla a přírodní produkty. Přednost dostávají výrobky z místních surovin. Jako krkonošské výrobky mohou být označovány např. med, perníčky, výrobky ze slámy (ošatky), zelenina (vysoké zelí), ovoce, mléko, sýry, krajka, malované hedvábí, místní knihy, časopisy, dřevěné hračky, šperky, apod. Jejich seznam bude rozšiřován. Symbol otisku prstu použitý pro značení vyjadřuje osobní přístup výrobců a řemeslníků a zároveň jedinečnost každého výrobku spočívající v jeho původu v Krkonoších.

(16)

## 6.7 Veletrhy

Výstavy a veletrhy jsou jedním z nejvýznamnějších nástrojů podpory prodeje. Nabízí zákazníkovi motiv nebo impuls k okamžitému nákupu. Jedním z nejznámějších veletrhů v České republice je brněnský Regiontour. Naposledy se konal ve dnech 12. – 15. ledna 2006 a nechyběl zde ani stánek Krkonoš – svazku měst a obcí s ochutnávkou harrachovského piva a Krkonošské medoviny, ukázkou výroby skleněných ozdob z Poniklé, prezentací výrobků s certifikací „Made in Krkonoše“ a řadou propagačních tiskovin.

Stánek zaznamenal nejenom vysokou poptávku zákazníků o zimní i letní možnosti vyžití v českých nejvyšších horách, ale byl i místem setkání významných představitelů věnujících se resortu cestovního ruchu. Během prvních dvou dní určených pro odborníky byl zaznamenán zájem o spolupráci a osobně navázán kontakt s některými krkonošskými podnikateli. Druhým významným počinem byla aktivní účast na sedmi mítincích s touroperátory z Velké Británie, Polska a Německa. Nezanedbatelný byl ohlas na Krkonošské výrobky. Výrobci uzavřeli dohody s touroperátory, kteří zahrnou exkurse do výroben do programů turistických zájezdů. Dny určené široké veřejnosti měly také svůj důležitý smysl. Návštěvníci se zajímali o ubytování, cykloturistiku a oproti loňskému roku ještě více o možnosti běžeckého lyžování v souladu s projektem „Krkonoše lyžařský a běžecký ráj“.

Krkonoše – svazek měst a obcí prezentoval naše nejvyšší hory také na zahraničních veletrzích. Koncem roku 2005 měly Krkonoše svůj stánek v Lipsku v Německu.

K dispozici byly katalogy ubytovacích kapacit a ačkoliv se jednalo o období před zimní sezónou, největší zájem byl o léto 2006. Byla zaznamenána poptávka po materiálech cykloturistiky v Krkonoších. Zájemci chtěli seznam ubytovatelů specializovaných na cykloturisty, možnosti zapůjčení kola a dopravní obslužnost regionu. Z přímého kontaktu s návštěvníky lze uvést, že největší zájem byl o seznamy ubytovatelů. Dalším v řadě ze série veletrhů cestovního ruchu, kde Krkonoše – svazek měst a obcí ve spolupráci s Czech Tourismem zajistil prezentaci, byl Vacantie v Utrechtu v Holandsku. Uskutečnil se ve dnech od 9. do 16. ledna 2006. Holandské návštěvníky zajímala převážně nabídka kempů, letní nebo zimní dovolená. V případě letní se zaměřením na pěší turistiku. V zimě výhradně sjezdové lyžování. Řada dotazů směřovala na přírodu Krkonoš. (18)

Na výstavách a veletrzích se Krkonošský národní park prostřednictvím Správy KRNAP prezentuje většinou spolu se Svazkem měst a obcí Krkonoše. Ovšem je smutné, že k prezentaci dochází pouze v případě, že je umožněna zdarma nebo za výhodných podmínek. Důvodem je přirozeně nedostatek peněz. Seznam veletrhů s účastí představitelů Krkonošského národního parku pro rok 2006 je obsažen v příloze.

## 7. Vlastní dotazníkové šetření

Ke zjištění profilu návštěvníků, způsobu trávení jejich volného času, spokojenosti s nabídkou cestovního ruchu a kvality poskytovaných služeb byl sestaven dotazník obsahující sedmnáct jednoduchých otázek. V období letní sezóny, přesněji v sobotu a v neděli 13. - 14. srpna 2005, bylo osloveno celkem 50 respondentů. Průzkum proběhl v jednom z nejnavštěvovanějších středisek v Krkonoších - ve Špindlerově Mlýně. Cílem průzkumu bylo zjistit důvod návštěvy dotazovaných, preferované aktivity, hodnocení a připomínky. Z daných 50 respondentů bylo 29 mužů a 21 žen. Věkové složení dotazovaných a kraj, z kterého do Krkonoš přijeli, zobrazuje tabulka č. 1 a 2.

Tab 1 Věková skladba dotazovaných.

Věk	Počet respondentů
do 15	5
16 - 25	10
26 - 45	15
46 - 55	15
56 a více	5

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce byli oslovovali návštěvníci ve věku od 26 do 55 let, jež byla v Krkonoších většina.

Problém byl najít zastoupení ve věkové skupině do 15 let.

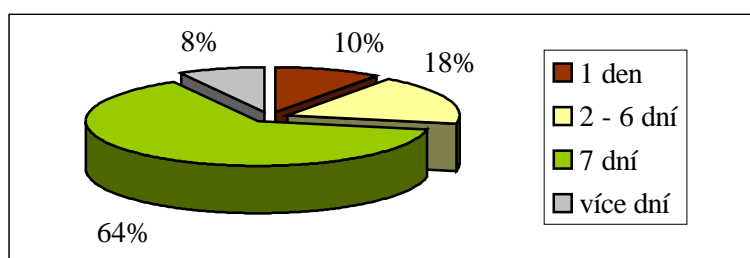
Tab 2 Místo bydliště dotazovaných.

Kraj	Počet respondentů	% vyjádření
Hlavní město Praha	12	24%
Jihočeský	1	2%
Královéhradecký	12	24%
Liberecký	7	14%
Olomoucký	1	2%
Středočeský	17	34%
Ostatní kraje	0	0%

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Nejvíce respondentů přijelo z nedalekého okolí, což může být zapříčiněno dobrou dopravní dostupností jak z Prahy, tak i z Hradce Králové a Liberce. Navíc ze všech těchto měst směřuje přímo do krkonošských středisek pravidelná autobusová linka.

Graf 1 Délka pobytu v Krkonoších (ve dnech)

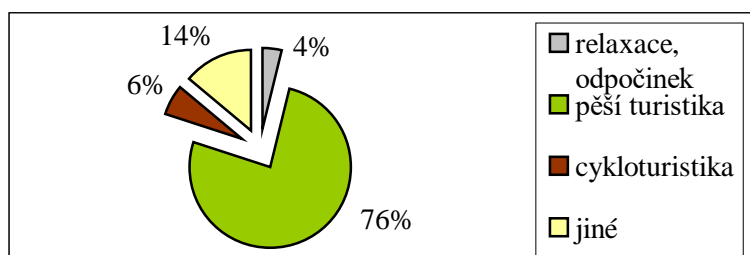


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Naprostá většina dotazovaných (64 %) tráví v Krkonoších jeden týden. Do této skupiny patří většinou rodiny s dětmi a na místě tedy chtějí strávit delší čas. Pobyt dalších 18 % se pohybuje od 2 do 6 dní, většinou trvá přes víkend čili ve dnech pracovního volna.

Celých 62 % respondentů bylo v Krkonoších poprvé. 12 % už zde jednou pobývalo a zbylých 26 % navštívilo v minulosti Krkonoše již vícekrát.

Graf 2 Účel návštěvy Krkonoš



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Většina dotazovaných přijela do Krkonoš za účelem pěší turistiky. Důvodem je zajisté velké množství značených tras od nenáročných až po ty náročné. Naopak pouhá 4 % v Krkonoších odpočívá. 14 % respondentů uvedlo jiný účel pobytu, z nichž téměř polovina (43 %) dorazila za poznáním, dalších 29 % na návštěvu příbuzných či známých, 14 % za zábavou a stejné procento dotazovaných pouze projíždělo.

O Krkonoších jako místu pro trávení volného času se 38 % respondentů dozvědělo od svých známých či rodiny. To je dáno množstvím soukromých chat, ve kterých jejich majitelé i příbuzní nebo známí, pravidelně tráví své dovolené. 30 % dotazovaných získalo informace o možnosti pobytu v Krkonoších z internetu, který nabízí nepřehledné množství ubytování a stručných i podrobných informací o Krkonoších. 18 % dotazovaných navštívilo Krkonoše na základě nabídky v tisku, 8 % využilo možnosti pobytu na firemní chatě a pouhých 6 % respondentů využilo nabídky z katalogu cestovní kanceláře.

Pouhých 22 % dotazovaných navštívilo webové stránky Krkonošského národního parku a devět lidí z deseti s nimi bylo spokojeno. Výstavy či veletrhu s krkonošskou tematikou se zúčastnilo celých 82 % dotazovaných a 36 % navštívilo Krkonošské muzeum. Sportovní nebo kulturní akce v Krkonoších se účastnilo pouhých 16 % respondentů, zbylých 84 % dalo přednost osobnímu programu.

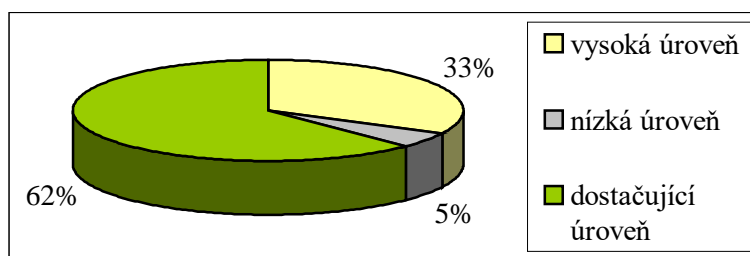
Tab 3 Nejčastěji využívané služby informačních středisek.

Využité služby v IS Krnapu	Počet respondentů
informace o autobusových, vlakových spojeních	4
informace o činnosti Krnap	10
informace o trasách, stezkách	22
informace o ubytování	0
nákup propagačního materiálu	36
prohlídka výstavy, expozice	28
účast na promítání videofilmu	5
účast na přednášce	0
využití směnárny	0
jiné	0

Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

80 % dotazovaných navštívilo alespoň jedno krkonošské informační středisko, z nichž většina využila nabídky propagačních materiálů. Žádný z respondentů nepožadoval informace o ubytování, neúčastnil se přednášky a nikdo též nevyužil směnárny, což je celkem logické, když všichni respondenti byli Češi.

Graf 3 Hodnocení úrovně služeb poskytovaných informačními středisky



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Většina dotazovaných (62 %) ohodnotila služby informačních středisek na dostačující úrovni. 33 % respondentů bylo velice spokojeno s nabízenými službami a pouhých 5 % by přivítalo zlepšení. Plných 100 % dotazovaných bylo spokojeno jak s množstvím nabízených propagačních materiálů, tak i s výkonem pracovníků informačního střediska.



## 8. Hodnocení účinnosti propagace

Dobré plánování a řízení propagace silně závisí na mírách účinnosti propagace. Jak již bylo v této práci řečeno, propagace v cestovním ruchu je prováděna prostřednictvím komunikačního mixu, který je tvořen reklamou, brožurami, médii, public relations, podporou prodeje, osobním prodejem, zasíláním propagačních materiálů a sponzorováním.

Co se týče reklamy, je Krkonošský národní park dostatečně propagován. Návštěvníkům je k dispozici bezpočet reklamních tiskovin, především letáků, které jsou obvykle využívány na podporu speciálních akcí. Každoročně jsou též Správou KRNAP vydávány prospekty, podávající vyčerpávající informace o národním parku, které jsou zdarma k dispozici návštěvníkům hor na informačních střediscích. V posledních letech to byly brožury týkající se například terénní služby Správy KRNAP, dále co jsou to zóny v Krkonošském národním parku, návštěvní řád, zimní sporty a rekreace, letní sporty a rekreace, turistické hraniční přechody a jiné. Vydávání těchto propagačních materiálů je samozřejmě nákladné. Správa KRNAP získává prostředky z grantů a dotací, zejména Evropské unie. Zmíněné prospekty se týkají projektu „Propagace Správy KRNAP“, kdy byla přiznána dotace ve výši téměř 1,3 mil. Kč. Dalším užitečným materiálem jsou bezesporu prospekty informující o známých turistických trasách, jako například Cesta česko-polského přátelství, Harrachova cesta, Údolím Bílého Labe, Weberova cesta a Cesta k pramenům Labe. Každý prospekt obsahuje podrobný popis cesty, přírodní památky, které se na ní vyskytují a zajímavosti o nich i názornou mapku trasy.

V současné době je na trhu mnoho publikací, průvodců a map týkajících se Krkonoš a Krkonošského národního parku. Jejich ceny se pohybují v různých výších. Největší problém je v nabídce knihoven, kde lze většinou najít jen zastaralé knihy a to ještě ve velmi nízkém počtu. Správa KRNAP vydává každý měsíc časopis „Krkonoše, Jizerské hory“. Časopis je zaměřen z velké části na historii a přírodu Krkonoš. Možná by bylo vhodnější, aby se věnoval spíše přítomnosti a budoucnosti a dal větší prostor cestovnímu ruchu v Krkonoších. Za mnohem zajímavější se dají považovat noviny „Krkonošská sezóna“, které bohužel vycházejí jen dvakrát do roka, jednou na sezónu jaro, léto, podzim a podruhé na zimní sezónu. K dostání jsou bezplatně v informačních střediscích. Tyto turistické noviny vydává, za finanční podpory Programu obnovy venkova Královéhradeckého kraje, Krkonoše – svazek měst a obcí. Navíc jsou k dispozici nejen v češtině, ale i v angličtině, němčině a polštině. Na svých šestnácti stranách obsahují zajímavé informace. Je možné dočíst se o aktuálních problémech, možných aktivitách a zajímavých místech.

Nechybí ani kalendář sportovních a kulturních akcí, seznam informačních center, v zimě přehled krkonošských skiareálů s podrobným popisem a mapa běžeckých cest, v létě zase mapa cyklistických tras.

Ohledně audiovizuální a zvukové reklamy by se dalo říci jen to, že v současné době nefunguje žádná regionální či jiná televizní stanice nebo rozhlas vysílající z Krkonošského národního parku a vyloženě se zaměřující na tuto oblast.

Internet je medium, které kombinuje text, obraz, zvuk, pohyb, apeluje na smysly, disponuje celosvětovým dosahem a v oblasti propagace by se mu mělo věnovat vysoké pozornosti. Informace o Krkonošském národním parku je možné najít hned na několika webových stránkách. Oficiální stránka má adresu [www.krnep.cz](http://www.krnep.cz). Název je trefný, stručný a jasný, proto by neměl být problém stránky najít i v případě neznalosti přesné adresy. Propagace webové stránky není o nic méně důležitá než její vytvoření. Při každé příležitosti by měla být propagována na všech reklamních prostředcích. V tomto směru není Správa KRNAP stoprocentní. I když vydává nemalé množství letáků a prospektů, ne na všech je webová stránka uvedena. Co se týče vzhledu a funkčnosti internetové stránky KRNAP, dala by se ohodnotit jako jednoduchá, ale přehledná. Obsahuje jak základní menu, tak i submenu, což uživateli usnadňuje zjistit, která specifická témata jsou vnitř každé oblasti pokryta. Na stránce nechybí ani nezbytná nabídka možnosti vyhledávání, která je dobrým způsobem, jak zrychlit uživateli cestu k informacím. Aktuálnost webových stránek KRNAP je udržována prostřednictvím vkládání současných událostí, akcí a zpráv o stavu oblasti. Jsou zde k dispozici i další odkazy na jiné webové stránky týkající se Krkonošského národního parku. Pro zahraniční návštěvníky mají stránky i anglickou verzi.

Publicita je bezplatná zmínka o destinaci v tisku, veřejném projevu, rozhlase, televizi nebo filmu. V tomto směru jednou z nejznámějších forem publicity bylo uvedení Krkonošských pohádek do televize. V čele s Krakonošem, symbolem Krkonoš a ochráncem přírody, se pohádkové příběhy z prostředí našich nejvyšších hor zapsaly do paměti nejen dětí, ale i dospělých a získaly si na oblibě po celé republice.

Dobrý vztah veřejnosti k destinaci je předpokladem úspěšnosti na trhu cestovního ruchu. Za tímto účelem se jak region Krkonoše pod záštitou Krkonoš – svazku měst a obcí, tak Krkonošský národní park zastoupený Správou KRNAP účastní několika domácích i zahraničních veletrhů ročně, jak již bylo zmíněno v šesté kapitole. Během roku se též pořádají různé kulturní a sportovní akce i se zahraniční účastí, z nichž za nejznámější se dá považovat mistrovství republiky, či Evropy ve skoku na lyžích v Harrachově nebo v akrobatickém lyžování ve Špindlerově Mlýně.

Podpora prodeje se týká zejména snížení cen, na něž reaguje zákazník nejcitlivěji. Obvykle jde o dopravní, stravovací a ubytovací služby. Z tohoto pohledu jsou Krkonoše hodnoceny spíše negativně, což se potvrdilo i při průzkumu Czech Tourism v létě roku 2005, kdy si dotazovaní nejvíce stěžovali na vysoké ceny služeb.

## 8.1 Návrhy opatření

Ke zlepšení a zefektivnění propagace Krkonošského národního parku je nutné soustředit pozornost především na spokojenost potenciálního návštěvníka, ovšem v souladu s ochranou přírody.

Nadále je třeba pokračovat ve vydávání informačních letáků, prospektů a brožur. Rozhodně by se měl změnit přístup knihoven spočívající ve výměně zastaralých publikací za novější. Nebylo by od věci vydávat noviny „Krkonošská sezóna“ častěji, a to alespoň jednou měsíčně. Zároveň by se zpoplatnily za rozumnou cenu, čímž by se pokryly náklady spojené s jejich tvorbou.

Co se internetových stránek týče příliš mnoho obrázků, které mohou způsobit pomalejší načítání stránek, by bylo lepší nahradit krátkými vizuálními náhledy fungujícími na bázi videa. Neškodilo by přidat k anglické verzi stránek ještě verzi německou, polskou, popřípadě holandskou. Co na stránce vůbec není, je možnost náhledu jakékoliv mapy. Chybí zde mapa oblasti s vyznačením jednotlivých zón, letní turistická mapa s vyznačenými pěšími i cyklistickými stezkami, stejně tak zimní mapa ukazující běžecké tratě a lyžařské areály.

Další z možností zefektivnění propagace by bezesporu bylo zřízení regionální rozhlasové stanice informující návštěvníky i místní obyvatele o aktuálním stavu a informacích týkajících se oblasti Krkonošského národního parku, popřípadě celého regionu Krkonoš. Tento projekt by byl finančně náročnější, ale za to účinný. Finančně vypomoci by mohli firmy formou sponzoringu. Je smutné, že zatím jediným sponzorem národních parků je pouze firma Canon.

## 9. Závěr

Krkonoše mají výhodnou geografickou polohu v rámci střední Evropy. Nacházejí se na hranicích mezi Českou republikou a Polskem, zároveň však nejsou příliš vzdáleny od Spolkové republiky Německo. Jedná se o oblast, v níž je významně zastoupena letní i zimní část sezóny s vhodnými podmínkami pro letní i zimní turistické a sportovní vyžití. V rámci území Krkonoš se nachází množství objektů, které se mohou zahrnout i do kategorie kulturněhistorických předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Hlavní hodnotou oblasti však zůstává krajina a příroda. Oblast uspokojí náročného rekreanta ve špičkově vybavených střediscích Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou či Janské Lázně i rodiny s dětmi hledající klidné formy rekreace.

Vzhledem k vysokému rekreačnímu potenciálu krajiny a na druhé straně k nutnosti ochrany přírodního bohatství je zřejmé, že existují konflikty mezi cestovním ruchem a omezujícími opatřeními. Jedná se o nadměrné využívání území pro potřeby turistického ruchu, který se pak dostává do konfliktu s ochranou přírody. Nejcitlivější lokalitou je masiv Sněžky, která je návštěvním bodem nejvyššího řádu.

Mezi hlavní hodnoty regionu patří jeho výhodná poloha, výjimečně dobré fyzicko-geografické podmínky pro rozvoj cestovního ruchu, dostatečná lůžková kapacita, členitá, pestrá a přírodně zajímavá krajina, příznivé klimatické podmínky v zimní části sezóny, zachování původního rázu venkovského osídlení, vysoká intenzita soukromého podnikání ve vazbě na cestovní ruch a v neposlední řadě dlouhá historie.

Propagace přírodních atraktivit ze strany Správy Krkonošského národního parku by se měla zaměřit na účinnější ochranu cenných přírodních lokalit zvyšujících přírodní atraktivitu Krkonoš. Pozitivním krokem k částečnému vyřešení toho problému by mělo být zpoplatnění určitých částí a cest národního parku. V polské části Krkonoš bylo vybírání poplatku již zavedeno a funguje bez sebemenších problémů. Dalším radikálním problémem, který se v současné době řeší je zastaralá lanovka vedoucí na Sněžku. Je jasné, že lanovka musí být odstraněna, ovšem probíhají diskuse, zda má nebo nemá být nahrazena novou lanovkou.

Z pohledu propagace ze strany Svazku měst a obcí - Krkonoše by určitě mělo dojít k jejímu zefektivnění. Pozitivní dopady na návštěvnost oblasti by měla účinnější propagace kulturních, sportovních a společenských akcí, zlepšení stavu místních komunikací, zavedení přijatelnějších cen za služby, zejména ubytování, zdokonalení značení tras a uvedení do souladu pěší turisty a cyklisty. Ke zdokonalení nabídky služeb chybí koupaliště a bazény. Dále by mělo dojít k dalšímu posunu v transformaci malých a vylidňujících se obcí na rekreační místa s možností venkovské turistiky, agroturistiky, chataření a chalupaření.

Podpora cestovního ruchu by měla probíhat nejen v samotném Krkonošském národním parku (samozřejmě s ohledem na životní prostředí), ale hlavně v krkonošském podhůří. Cestovní ruch by měl být rozložen souměrně po celém území. Naopak by mělo dojít k jisté regulaci zvláště v nejcennějších místech národního parku.

Z marketingového hlediska by v souvislosti s rozvojem cestovního ruchu mělo vzniknout Sdružení pro rozvoj cestovního ruchu v Krkonoších, jednotný informační systém cestovního ruchu a jednotný systém propagace produktů cestovního ruchu pro oblast Krkonoš.

Cílem této práce bylo představit nejvýznamnější přírodní atraktivity Krkonošského národního parku. Pro přehlednost a hlavně z hlediska cestovního ruchu byly rozděleny do skupin, z nichž každé vedlo známé turistické středisko. Kromě toho byl v práci objasněn současný stav oblasti, konkrétně negativní vliv imisně ekologického zatížení a intenzivního cestovního ruchu. Další část bakalářské práce se specializovala na propagaci národního parku, která byla následně zhodnocena a doplněna o návrhy opatření pro její zefektivnění. Základní otázkou bylo pochopit, že Správa KRNAP není instituce, která by měla dělat propagaci Krkonoším. Maximální propagace, kterou Správa KRNAP dělá, je ekologická výchova, vydávání tematických tiskovin a provoz sítě informačních středisek a muzeí.

Součástí práce se stalo i dotazníkové šetření, které proběhlo v letní sezóně 2005. Dotazník byl zaměřen na zjištění profilu návštěvníků, způsobu trávení jejich volného času, spokojenosti s nabídkou cestovního ruchu a kvality poskytovaných služeb informačních středisek. Z dotazníku vyplynulo, že do oblasti přijíždí většina návštěvníků z blízkého okolí hlavně za účelem pěší turistiky. Nabídka služeb informačních středisek byla hodnocena pozitivně.

Z hypotéz stanovených v úvodu vyplynulo, že přírodní atraktivity v Krkonošském národním parku jsou určujícím faktorem oblasti vzhledem k letní sezóně. V zimní sezóně jsou hlavním cílem návštěvníků především skiareály a běžecké tratě, čili atraktivity týkající se sportovního vyžití. Ohledně propagace využívá Správa KRNAP zejména tiskoviny, jež jsou pro ni nejdůležitějším propagačním prostředkem. Smyslem je vzbudit zájem lidí a nabídnout jim praktické informace, které využijí při návštěvě atraktivit. Ostatní typy propagace se příliš nevyskytují, hlavně z důvodu nedostatku finančních prostředků.

Co se týče návštěvnosti, vybavenosti a dostupnosti nemá Krkonošský národní park v České republice žádnou velkou konkurenci, ovšem všichni, včetně Správy KRNAP, místních obyvatel i návštěvníků, by se měli snažit, aby nespěl do záhuby. Oblast má dlouhou historii, specifické tradice a mnoho přírodních krás, o nichž by se měly dozvědět i další generace.

## 10. Summary

The Krkonoše mountains are favourably located in the middle of Europe. They are situated on the Czech-Polish border, not far from Germany. It is a place with appropriate conditions for tourism and all kind of sport activities in both summer and winter season. However, it is nature what is the essential value of the territory. Any demanding holiday-maker or families can be satisfied in exceedingly equiped recreational centers as Špindlerův Mlýn, Pec pod Sněžkou or Janské Lázně.

In The Krkonoše mountains, there is a superior enviroment, that's why there are some limits for development of tourism. Because of a high recreational attraction and on the other hand an urgency of protection the natural treasure, it is obvious that there are conflicts between tourism and binding limits. Sněžka, the highest mountain, is in danger because it is the most visited.

Advantageous situation, exceptionally good physiological and geographical conditons for an expansion of tourism, satisfactory accommodation capacity, variegated and naturally interesting landscape, hospitable climate conditions in a winter season, a conservation of an original rural settlement, a high intensity of business enterprising in tourism and last but not the least its long history belong among general values of the region.

The Direction of The National park of The Krkonoše mountains should protect valuable natural localities more effectively. One of the steps how to achieve this should be setting up a charge for certain parts of tracks in the national park. It already works without any problem in the Polish section of the park. However, it would be nonsensical for aboriginals to pay it too. Nowadays, the next radical issue concerns a railway cable on Sněžka. It is too old and it must be demolished. There is a discussion about replacing it or not.

As far as promotion, it should be more efficient. Better promotion of social, cultural and special event should have a positive influence on a visit rate of the national park. It is necessary to mend local roads, to get better touristic tracks, to bring hikers and cyclists into harmony and to cut prices for services, especially for accommodations. Bathing and swimming pools are missing. Benefits of tourism should not develop only in the National park of the Krkonoše mountains, but mainly in the nearest surroundigns. Tourism should be collocated equable in the whole territory. At the same time, the most valuable places should be regulated from tourism.

From the economic aspect, an association for development of tourism in The Krkonoše mountains, an integral enquiry systém of tourism and an integral promotion systém should come into existence.

The aim of this bachelor work was to introduce the most significant natural attractivities of The National park of The Krkonoše mountains. Because of lucidity, the attracitivities were assorted to groups according to the nearest recreational centre. Besides this the work clarifies an actual condition of the territory, in the concrete negative influences of an ecological pollution and an intensive tourism. The next part of the work was focus on promotion of The National park of The Krkonoše mountains. The promotion was valorized and then there were offered some proposals. A question-form was a part of the work. Inquiry was realized in August of 2005 during the summer season.

There is no hard competition in the Czech Republic for The National park of The Krkonoše mountains, however, everybody including the Direction, local people and tourists should try to be considerate and not to destroy the park. This area has long history, specific traditions and lot of natural beauties which the next generations should see.

## **11. Seznam použité literatury**

1. Horner, S., Swarbrooke, J.: Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003.
2. Holeček, M., Mariot, P., Střída, M.: Zeměpis cestovního ruchu. Praha: nakladatelství České geografické společnosti, s.r.o., 2001.
3. Rubín, J. a kol.: Národní parky a chráněné krajinné oblasti. Praha: Nakladatelství Olympia, a.s., 2003.
4. Čihař, M.: Naše hory. Praha: OTTOVO nakladatelství, 2002.
5. Němčanský, M.: Propagace v cestovním ruchu. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 1998.
6. Hrala, V.: Geografie cestovního ruchu. Praha: IDEA SERVIS, 2002.
7. Kirařová, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, 2003.
8. Pohorský, M.: Krkonoše a Jizerské hory. Praha: nakladatelství freytag & berndt, 2002.
9. Hingston, P.: Efektivní marketing. Praha: Euromedia Group – Knižní klub, 2002.
10. David, P., Soukup, V. a kol.: Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku – Krkonoše západ. Praha: S & D, 1996.
11. David, P., Soukup, V. a kol.: Průvodce po Čechách, Moravě, Slezsku – Krkonoše východ. Praha: S & D, 1996.

### **Ostatní zdroje:**

12. Sezónní informační sruby. Krkonoše, Jizerské hory, 2005, roč. XXXVIII, č. 7, s. 24 – 25.
13. Grant na propagaci Správy KRNAP. Krkonoše, Jizerské hory, 2005, roč. XXXVIII, č. 9, s. 9.
14. Noviny Krkonošská sezóna, jaro/léto/podzim 2005
15. Noviny Krkonošská sezóna, zima 2005/2006
16. Propagační materiály

### **Internetové stránky:**

17. [www.krnep.cz](http://www.krnep.cz)
18. [www.ergis.cz](http://www.ergis.cz)
19. [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)



## **12. Seznam příloh**

Příloha 1 - Činnost jednotlivých pracovišť Krkonošského muzea

Příloha 2 – Turistický region Krkonoše - kalendář akcí 2006

Příloha 3 – Plánovaná účast turistického regionu Krkonoše na veletrzích CR v roce 2006

Příloha 4 – Dotazník

Příloha 5 – Mapa turistických regionů a oblastí České republiky

## Příloha 1

Pracoviště	Řízení	Hlavní činnosti
Krkonošské muzeum Vrchlabí	vedoucí oddělení	Zajišťuje sbírkotvornou činnost, prezentační a výzkumnou činnost se zaměřením na vývoj přírody a společnosti v regionu, spolupráci s ostatními muzei v regionu a vědecko-odbornými institucemi. V souladu s právními předpisy zajišťuje ochranu, evidenci a inventarizaci sbírek. Vytváří a spravuje regionální a studijní knihovnu, zpřístupňuje zpracované sbírky a knižní fondy externím badatelům.
expozice "Kámen a život"	zaměstnanec podřízený vedoucímu oddělení	Zajišťuje ve spolupráci s pracovištěm Krkonošského muzea ve Vrchlabí provoz expozice "Kámen a život", expozice "Člověk a hory" a přílehlých výstavních prostor.
Krkonošské muzeum Jilemnice	zaměstnanec podřízený vedoucímu oddělení	Zajišťuje sbírkotvornou činnost, prezentační a výzkumnou činnost se zaměřením na vývoj přírody a společnosti v regionu, spolupráci s ostatními muzei v regionu a vědecko-odbornými institucemi. V souladu s právními předpisy zajišťuje ochranu, evidenci a inventarizaci sbírek. Vytváří a spravuje regionální a studijní knihovnu, zpřístupňuje zpracované sbírky a knižní fondy externím badatelům.
Krkonošské muzeum Paseky nad Jizerou	vedoucí oddělení	Prezentace sbírkového fondu.

Zdroj: [www.knap.cz](http://www.knap.cz)

## **Turistický region Krkonoše - kalendář akcí 2006**

### **Leden 2006**

#### **Harrachov**

##### **„Světový pohár v severské kombinaci“**

Termín: 21.–22. 1. 2006

Charakteristika: Sprint, skoky na můstku K 90 (HS 101) a běh na 7,5 a 15 km.

Pořadatel: TJ Jiskra Harrachov

Kontakt: tel. 481 529 305, p. Jiroutek, [www.skiflying-harrachov.cz](http://www.skiflying-harrachov.cz)

#### **Špindlerův Mlýn**

##### **„II. Zimní olympiáda dětí a mládeže“**

Termín: začátek 5. 1. 2006

Charakteristika: Zimní sportovní klání mladých sportovců ČR nejenom ve sjezdovém lyžování. Na programu jsou závody v běhu na lyžích, hokej, apod.

Pořadatel: Královéhradecký kraj

Kontakt: Miloš Jon, e-mail: [jon@kr-kralovehradecky.cz](mailto:jon@kr-kralovehradecky.cz), tel. 736 521 895

### **Únor 2006**

#### **Špindlerův Mlýn**

##### **„World cup akrobatické lyžování“**

Termín: 1.–5. 2. 2006

Charakteristika: Světový pohár v akrobatickém lyžování v kategoriích skoky a jízda v boulicích.

Pořadatel: GSMA, BSS production

Kontakt: Libor Votruba, tel. 602 360 491 nebo Skiareál Špindlerův Mlýn, tel. 499 467 102

[www.skiarealspindl.cz](http://www.skiarealspindl.cz)

#### **Rokytnice nad Jizerou**

##### **„Sjezd pašeráků“**

Termín: únor 2006

Charakteristika: Sjezd pašeráků v maskách na lyžích na Studenově (v lyžařském areálu) a

Pašerácká zábava s hudbou.

Pořadatel: Sbor dobrovolných hasičů a Horská služba Rokytnice n. J.

Kontakt: tel. 481 522 445, [www.rokytnice.com](http://www.rokytnice.com)

#### **Vrchlabí**

##### **„Jazzlabí“**

Termín: únor 2006

Charakteristika: Čtvrtý ročník jazzového festivalku nabitý mladými energií nabitými jazzmany.

Pořadatel: Občanské sdružení NALADĚNO a ZUŠ Vrchlabí

Kontakt: tel. 499 421 937, [zus.vrchlabi@cmail.cz](mailto:zus.vrchlabi@cmail.cz), [www.zus-vrchlabi.cz](http://www.zus-vrchlabi.cz)

## ***Březen 2006***

### **Harrachov**

#### **„Setkání s Krakonošem“**

Termín: 4. 3. 2006

Charakteristika: V Harrachově má tradici příjezd bájného vládce hor Krakonoše s doprovodem, čerty a čerticemi, který je doprovázen pestrým průvodem dalších masek na sněhu. Připraveny jsou soutěže, atrakce, povyražení i společenský program.

Pořadatel: TJ Jiskra Harrachov

Kontakt: tel. 481 529 305, [www.harrachtour.cz](http://www.harrachtour.cz)

### **Špindlerův Mlýn**

#### **„Krkonošská 70“**

Termín: 4. 3. 2006

Charakteristika: Tradiční každoroční běh na lyžích - vytrvalostní závod družstev s trasou 25, 50 a 70 km vedoucí po vrcholových partiích hor.

Pořadatel: TJ Lokomotiva Trutnov

Kontakt: pí. Gärtnerová, tel. 499 811 396

### **Špindlerův Mlýn**

#### **„MČR snowboard FIS“**

Termín: 18.–19. 3. 2006

Charakteristika: Mistrovství České republiky v jízdě na snowboardu, závod zařazen do série závodu FIS.

Pořadatel: Svaz lyžařů ČR

Kontakt: Skiareál Špindlerův Mlýn, tel. 499 467 102, [www.skiarealspindl.cz](http://www.skiarealspindl.cz)

### **Harrachov**

#### **„Veterániáda – mezinárodní skoky veteránů“**

Termín: 25. 3. 2006

Charakteristika: Skoky na lyžích.

Pořadatel: TJ Jiskra Harrachov

Kontakt: p. Jiroutek, tel. 481 529 305, [www.skiflying-harrachov.cz](http://www.skiflying-harrachov.cz)

### **Trutnov**

#### **„Jazzinec“**

Termín: březen 2006

Charakteristika: Mezinárodní jazz, blues a funky festival.

Pořadatel: Dům kultury Trutnov

Kontakt: tel. 499 840 080

## ***Duben 2006***

### **Pec pod Sněžkou**

#### **„Pec nám spadla“**

Termín: konec března, začátek dubna 2006

Charakteristika: Rozloučení se zimní sezónou, lyžařské a snowboardové závody.

Pořadatel: Hotel Horizont, Pec pod Sněžkou

Kontakt: tel. 499 861 111, [marketing@hotelhorizont.cz](mailto:marketing@hotelhorizont.cz), [www.hotelhorizont.cz](http://www.hotelhorizont.cz)

## ***Květen 2006***

### **Jilemnice**

#### **„Májový jarmark“**

Termín: 14. 05. 2006

Charakteristika: Tradiční prodejní jarmark s kulturním programem zaměřeným na folkovou scénu.

Pořadatel: Společenský dům JILM Jilemnice, Roztocká 500, 514 01 Jilemnice, a Město Jilemnice, Masarykovo nám. 82, 514 01 Jilemnice

Kontakt: tel. 481 544 070, [ikscentrum@jilemnice.cz](mailto:ikscentrum@jilemnice.cz), [www.mestojilemnice.cz](http://www.mestojilemnice.cz)

### **Špindlerův Mlýn**

#### **„Mistrovství ČR - závod raftů“**

#### **„Závody ve vodním slalomu a sjezdu“**

Termín: polovina května 2006

Charakteristika: Tradiční závody jízdy kajaků, kanoe a raftů na divoké vodě na Labi v tzv. „Studeném koleni“.

Pořadatel: Svaz kanoistů ČR

Kontakt: Jaroslav Netík, tel. 603 228 996, TIC Šp. Mlýn, tel. 499 523 656

## ***Červen 2006***

### **Špindlerův Mlýn**

#### **„15. Špindlerovská pout“**

Termín: poslední víkend v červnu 2006

Charakteristika: Tradiční akce před začátkem letních prázdnin, provázená řadou pouličních vystoupení – mažoretky, kouzelník, flašinetář, divadlo, šermíři, aerobik, tanec, hasiči.

Nechybí výroba tradičních suvenýrů, kolotoče, stánky, občerstvení, ukázky krkonošských řemesel.

Pořadatel: Osvětová beseda při MěÚ, Špindlerův Mlýn

Kontakt: Milada Odvárková, tel. 606 921 455, 499 523 656, [www.mestospindleruvmlyn.cz](http://www.mestospindleruvmlyn.cz)

### **Trutnov**

#### **„Dětská scéna“**

Termín: červen 2006

Charakteristika: Celostátní přehlídka a dílna dětských recitátorů a 35. celostátní přehlídka dětského divadla

Pořadatel: Dům kultury Trutnov

Kontakt: tel. 499 840 080, [info@dktrutnov.cz](mailto:info@dktrutnov.cz), [www.dktrutnov.cz](http://www.dktrutnov.cz)

### **Janské Lázně**

#### **„Promenádní koncerty“**

Termín: nedělní odpoledne červen–srpen 2006

Charakteristika: Lázeňské promenádní koncerty na kolonádě v Janských Lázních.

Pořadatel: Státní léčebné lázně Janské Lázně

Kontakt: tel. 499 860 111, [www.janskelazne.cz](http://www.janskelazne.cz)

## **Pec pod Sněžkou - Velká Úpa**

### **„Divadelní léto“**

Termín: červen 2006

Charakteristika: Odpoledne s divadlem a zábavou, chutné občerstvení a vláček pro děti i dospělé.

Pořadatel: Chata Borůvka, Velká Úpa, Pec pod Sněžkou

Kontakt: tel. 499 736 157, [boruvka-velkaupa@volny.cz](mailto:boruvka-velkaupa@volny.cz), [chataboruvka.album.cz/u-nas-na-boruvce](http://chataboruvka.album.cz/u-nas-na-boruvce)

## **Horní Maršov**

### **„Doteky“**

Termín: červen 2006

Charakteristika: Benefiční festival na podporu obnovy staré fary a kostela v Horním Maršově.

Pořadatel: Středisko ekologické výchovy a Etiky Rýchory SEVER

Kontakt: Oú, tel. 499 874 156, [www.hornimarsov.cz](http://www.hornimarsov.cz)

## **Lánov**

### **"Výstup na Sněžku přes tři vrcholy"**

Termín: každoročně první neděli v červnu, 4. června 2006

Charakteristika: Nově zavedená akce s ambicí stát se tradicí - turistický výstup na nejvyšší horu Čech, který má i kratší variantu na Tetřeví boudy.

Pořadatel: Obec Lánov

Kontakt: tel. 499 432 083, [www.lanov.cz](http://www.lanov.cz)

## **Červenec 2006**

### **Dolní Kalná**

#### **„Noční výstup na Sněžku za východem slunce“**

Termín: začátek měsíce července 2006

Charakteristika: Dvacátý devátý ročník nočního 50 km pochodu a výstupu na nejvyšší horu Sněžku.

Pořadatel: TJ Sokol Dolní Kalná

Kontakt: Jiří Drahoňovský, tel. 499 448 155, [www.dolnikalna.cz](http://www.dolnikalna.cz)

## **Žacléř**

### **„Den lidových řemesel“**

Termín: 05. 07. 2006

Charakteristika: Tradiční akce na Rýchorském náměstí.

Pořadatel: Město Žacléř a Městské muzeum Žacléř

Kontakt: tel. 499 739 005, [www.zacler.cz](http://www.zacler.cz)

## **Harrachov**

### **„3. Harrachovské pivní slavnosti“**

Termín: červenec 2006

Charakteristika: Prodej piv z několika pivovarů, bohaté občerstvení, prase na grilu, živá hudba, příchod Krakonoše, soutěže, bohatá tombola a taneční zábava.

Pořadatel: Novosad a syn Harrachov

Kontakt: tel. 481 528 141, [person@sklarnaharrachov.cz](mailto:person@sklarnaharrachov.cz), [www.sklarnaharrachov.cz](http://www.sklarnaharrachov.cz)

## **Vrchlabí**

### **„Vrchlabský jarmark“**

Termín: červenec 2006

Charakteristika: Umělecká řemesla, bohatý program a chutné občerstvení naplňující sobotní den.

Pořadatel: KD Střelnice Vrchlabí

Kontakt: tel. 499 422 126, [kdstrelnice@muvrchlabi.cz](mailto:kdstrelnice@muvrchlabi.cz)

## **Roztoky u Jilemnice**

### **„Krakonošova tržnice“**

Termín: druhý víkend v červenci 2006

Charakteristika: Dvacátý čtvrtý ročník tradiční prodejní akce, stánkový prodej květin, zahrádkářských a chovatelských potřeb a jiného zboží.

Pořadatel: ČSCH Roztoky u Jilemnice

Kontakt: Oú Roztoky, tel. 481 587 296

## **Vrchlabí**

### **„Týden řemesel“**

Termín: červenec–srpen 2006

Charakteristika: V podloubí tří historických domů ve Vrchlabí ukázky typických krkonošských řemesel: drátování, malování hraček, paličkování, pletení ošatek, výroba skleněných figurek, aj. Na vše dohlíží pán hor Krakonoš.

Pořadatel: Správa Krnap, Vrchlabí

Kontakt: tel. 499 421 474, [www.krnap.cz](http://www.krnap.cz)

## **Vrchlabí**

### **„Vrchlabské hudební léto“**

Termín: červenec–srpen 2006

Charakteristika: Série nedělních koncertů vážné hudby v Klášterním kostele sv. Augustina ve Vrchlabí.

Pořadatel: KD Střelnice Vrchlabí

Kontakt: tel. 499 422 126, [kdstrelnice@muvrchlabi.cz](mailto:kdstrelnice@muvrchlabi.cz)

## ***Srpen 2006***

### **Hostinné**

#### **„Letní slavnost - Porciunkule“**

Termín: 05.–06. 08. 2006

Charakteristika: Tradiční pout' - kolotoče, houpačky, atrakce v centru města, kulturní program na náměstí a koupališti, půlnoční ohňostroj a rozhovor obrů na hostinském náměstí.

Pořadatel: Město Hostinné

Kontakt: tel. 499 441 333, [www.infocentrum.hostinne.info](http://www.infocentrum.hostinne.info)

## **Pec pod Sněžkou**

### **„Pout' sv. Vavřince“**

Termín: 10. srpna 2006

Charakteristika: Pěší pout' na Sněžku nejvyšší horu ČR a mše svatá.

Pořadatel: Město Pec pod Sněžkou

Kontakt: tel. 499 736 280, [www.turistapec.cz](http://www.turistapec.cz)

### **Horní Maršov**

#### **„Maršovská pouť“**

Termín: druhý víkend v srpnu 2006

Charakteristika: Obnovená tradice pouti s bohatým programem u příležitosti svátku Nanebevzetí Panny Marie. Varhanní koncert, dechovka, rock, divadlo, setkání rodáků i návštěvníků.

Pořadatel: Obec Horní Maršov

Kontakt: tel. 499 874 298, [www.veselyvylet.cz](http://www.veselyvylet.cz)

### **Jilemnice**

#### **„16. Festival dechových hudeb“**

Termín: 06. 08. 2006

Charakteristika: První srpnová neděle se stala již tradičně setkáním milovníků dechové hudby. Program dechových souborů a hostů z řad populárních osobností.

Pořadatel: Společenský dům JILM Jilemnice, Roztocká 500, 514 01 Jilemnice Kontakt: tel. 481 544 070, [ikscentrum@jilemnice.cz](mailto:ikscentrum@jilemnice.cz), [www.mestojilemnice.cz](http://www.mestojilemnice.cz)

### **Rokytnice nad Jizerou – Františkov**

#### **„Keltská noc“**

Termín: srpen 2006

Charakteristika: Jedenáctý ročník hudebního, rockového, open air festivalu s nejlepším výhledem!

Pořadatel: Pension a Hostinec u Hásků, Františkov

Kontakt: tel. 481 522 662, [haskov@rokytnice.com](mailto:haskov@rokytnice.com), [www.keltskanoc.cz](http://www.keltskanoc.cz)

### **Chotěvice**

#### **„Motosraz Kateřina“**

Termín: srpen 2006

Charakteristika: Pátý motosraz se soutěžemi v přetahování silných družstev lanem, v tradičním jedení vánoček na čas, hodů sudem, soutěži o největší prsa a upek, pití piva na čas, atd. Nechybí ani koncerty výborných kapel k tanci a poslechu.

Pořadatel: MK Černí jezdci

Kontakt: [mk@cernijezdci.cz](mailto:mk@cernijezdci.cz), [www.cernijezdci.cz](http://www.cernijezdci.cz)

### **Trutnov**

#### **„Open air music festival“**

Termín: srpen 2006

Charakteristika: Dvacátý ročník tradičního rokového hudebního Open air music festivalu, který se koná na PKS Bojišti v Trutnově. Vystupuje množství českých a zahraničních hudebních skupin na čtyřech pódíích.

Pořadatel: Geronimo Agency

Kontakt: tel. 499 811 810, [geronimoagency@vol.cz](mailto:geronimoagency@vol.cz), [trutnov.openair.cz](http://trutnov.openair.cz)

### **Paseky nad Jizerou**

#### **„Pasecké hudební slavnosti“**

Termín: první polovina srpna 2006

Charakteristika: Tradiční pasecké hudební slavnosti trávající tři dny. Jejich součástí, kromě dvou koncertů, je vernisáž výstavy. Na závěr zazní některé z velkých děl duchovní hudby při slavnostní mši svaté.

Pořadatel: Svatováclavský sbor, Paseky nad Jizerou, kontakt: tel. 481 523 738



## **Vrchlabí**

### **„Krkonošské pivní slavnosti“**

Termín: 12. 08. 2006

Charakteristika: Prezentace osmi pivovarů, ochutnávky piva, soutěže, bohatý doprovodný program.

Pořadatel: Sdružení pivní slavnosti

Kontakt: p. Chuchlík, tel. 603 249 461, p. Doubek, tel. 777 713 200

## **Jablonec nad Jizerou**

### **„Krkonošův festival dechových hudeb“**

Termín: srpen 2006

Charakteristika: Jedenáctý ročník přehlídky dechových hudeb z okolních měst.

Pořadatel: Krkonošská dechovka Jablonec nad Jizerou

Kontakt: Josef Ulrich, tel. 481 591 293, [dechovka@ulrichovi.cz](mailto:dechovka@ulrichovi.cz)

## **Září 2006**

### **Janské Lázně**

#### **„Krkonošská 70 MTB“**

Termín: září 2006

Charakteristika: Cyklistický závod na horských kolech tříčlenných družstev na 70 km. Ženy a veteráni 37 km.

Pořadatel: TJ Lokomotiva Trutnov, další partneři

Kontakt: pí. Gärtnerová, tel. 499 811 396

### **Janské Lázně**

#### **„Výstup na Mont Blanc v Krkonoších“**

Termín: září 2006

Charakteristika: Vytrvalostní závod (6x pěšky na vrchol Černé hory – dolů vždy zdarma lanovkou, maximálně za 9 hodin). Počet účastníků limitován 50.

Pořadatel: Mega Plus Janské Lázně

Kontakt: tel. 499 875 152, [www.cerna-hora.cz](http://www.cerna-hora.cz)

## **Jilemnice**

### **„Po stopách řídícího učitele Jana Buchara“**

Termín: sobota v první polovině září 2006

Charakteristika: Devatenáctý ročník tradičního pochodu po krásách západních a středních Krkonoš je určen pro širokou veřejnost.

Pořadatel: KČT Jilemnice

Kontakt: p. Libek, tel. 481 544 029

## **Jilemnice**

### **„Běh do vrchu Jilemnice - Žalý“**

Termín: sobota v září 2006

Charakteristika: Třicátý devátý ročník běhu pro všechny kategorie včetně nejmladších žáků, pro nejmenší Lízátkový běh na jilemnickém náměstí.

Pořadatel: ČKS SKI Jilemnice

Kontakt: p. Henych, tel. 481 544 114

## **Říjen 2006**

### **Svoboda nad Úpou**

#### **„Rudolfovy slavnosti“**

Termín: říjen 2006

Charakteristika: V říjnu 1580 byla Svoboda nad Úpou povýšena císařem Rudolfem II. na město. Celý den plný zábavy: ukázky těžby zlata a rýžování, historický šerm, lidová řemesla a výtvarné umění, pro děti a dospělé zábavný a kulturní program - taneční soubor, živá muzika, přetahování lana, horolezecká stěna, bowling, kuželky, občerstvení s rožněním selete, degustace vína.

Pořadatel: Město Svoboda nad Úpou

Kontakt: tel. 499 871 105, [www.musvoboda.cz](http://www.musvoboda.cz)

### **Vysoké nad Jizerou**

#### **„Krakonošův divadelní podzim“**

Termín: říjen 2006

Charakteristika: 36. národní přehlídka venkovských divadelních souborů je setkáním nejlepších amatérských divadelních souborů s představeními nominovanými během roku z krajských přehlídek. Ve Vysokém n/ Jiz. se koná od roku 1971.

Pořadatel: Občanské sdružení Větrov a Město Vysoké nad Jizerou

Kontakt: tel. 481 593 903

## **Prosinec 2006**

### **Malá Úpa**

#### **„Malá Úpa není malá“**

Termín: prosinec 2006

Charakteristika: Již tradiční akce, pátý ročník zahájení zimní sezóny 2006/2007. Závody v super obřím slalomu, občerstvení zajištěno.

Pořadatel: Obecní úřad Malá Úpa

Kontakt: Lubomír Mocl, [malaupa@malaupa.cz](mailto:malaupa@malaupa.cz)

### **Jilemnice**

#### **„Vánoční jarmark“**

Termín: 10. 12. 2006

Charakteristika: Tradiční jarmark s celodenním kulturním programem pro děti i dospělé.

Pořadatel: Společenský dům JILM Jilemnice, Roztocká 500, 514 01 Jilemnice, a Město Jilemnice, Masarykovo nám. 82, 514 01 Jilemnice

Kontakt: tel. 481 544 070, [ikscentrum@jilemnice.cz](mailto:ikscentrum@jilemnice.cz), [www.mestojilemnice.cz](http://www.mestojilemnice.cz)

### **Černý Důl**

#### **„Vánoční stan“**

Termín: 24.–31. 12. 2006

Charakteristika: Již tradiční akce – velký stan s kulturním programem a pohoštěním

Pořadatel: Obec Černý Důl a TES s.r.o. Černý Důl

Kontakt: tel. 499 435 164 a 499 435 066

Zdroj: Svazek měst a obcí - Krkonoše

### **Příloha 3**

#### **Plánovaná účast turistického regionu Krkonoše na veletrzích CR v roce 2006**

##### **Zahraniční veletrhy**

- Vacantie Utrecht (10.–15. leden 2006)
- Reisen Hamburk (8.–12. únor 2006)
- CBR Mnichov (18.–22. únor 2006)
- ITB Berlin (8.–12. březen 2006)
- TT Varšava (září 2006)
- TUC Lipsko (listopad 2006)

##### **České mezinárodní veletrhy**

- Region Tour Brno (12.–15. leden 2006)
- Holiday World Praha (23.–26. únor 2006)

##### **Regionální veletrhy**

– volba pouze některých z uvedených výstav podle konkrétní situace a nabídek v průběhu roku

- MADI Praha (jednodenní workshop)
- Olomouc
- Jablonec nad Nisou
- Pardubice
- Hradec Králové
- Lysá nad Labem
- Ostrava
- České Budějovice

Zdroj: Svazek měst a obcí - Krkonoše

## Příloha 4

### Dotazník



### Katedra cestovního ruchu Zemědělská fakulta JČU

Dobrý den, jsem studentka Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity. V rámci své bakalářské práce na téma Přírodní atraktivita Krkonošského národního parku a jejich propagace provádím výzkum spokojenosti návštěvníků Krkonoš.

Mohu Vás požádat o zodpovězení několika otázek? Zabere to jen pár minut a pro mou práci je to zásadní.

#### 1. Jaká je délka Vašeho pobytu v Krkonoších?

- a) 1 den
- b) 2 – 6 dní
- c) týden
- d) více

#### 2. Kolikrát jste již byli v Krkonoších?

- a) jednou
- b) vícekrát
- c) nyní poprvé

#### 3. Jaký je účel Vaší návštěvy / pobytu v Krkonoších? (lze zaškrtnout více možností)

- a) rekreace, odpočinek
- b) turistika
- c) cykloturistika
- d) jiné - .....

#### 4. Krkonoše navštěvujete (lze zaškrtnout více možností)

- a) v letní sezóně
- b) v zimní sezóně
- c) mimo sezónu

#### 5. Odkud jste se dozvěděli o místě Vašeho pobytu?

- a) internet
- b) tisk
- c) teletext
- d) známí
- e) rodina
- f) zaměstnání
- g) katalog cestovní kanceláře, cestovní agentury
- h) jiné - .....

#### 6. Navštívili jste internetové stránky KRNAP?

- a) ano
- b) ne

#### 7. Jste s nimi spokojeni?

- a) ano
- b) ne – důvod: .....

#### 8. Účastnili jste se někdy výstavy, veletrhu na téma Krkonoše?

- a) ano
- b) ne

**9. Navštívili jste Krkonošské muzeum?**

- a) ano
- b) ne

**10. Zúčastnili jste se někdy nějaké sportovní či kulturní akce v Krkonoších?**

- a) ano
- b) ne

**11. Navštívili jste zdejší, popř. jiné informační středisko v Krkonoších?**

- a) ano
- b) ne

**12. Pokud ano, jakých služeb jste využili? (lze zaškrtnout více možností)**

- a) účast na přednášce
- b) informace o ubytování
- c) informace o činnosti KRNAP
- d) prohlídka výstavy, expozice
- e) využití směnárny
- f) nákup propagačního materiálu, mapy, průvodce, pohlednice, suvenýry...
- g) informace o autobusových, vlakových spojeních
- h) informace o trasách, stezkách
- i) účast na promítání videofilmu
- j) jiné - .....

**13. Jak byste ohodnotili nabízené služby?**

- a) vysoká úroveň
- b) nízká úroveň
- c) dostačující úroveň

**14. Využíváte nabídky propagačních materiálů?**

- a) ano
- b) ne

**15. Pokud ano – jakých? (lze zaškrtnout více možností)**

- a) mapy
- b) průvodce
- c) pohlednice
- d) knihy
- e) plakáty
- f) leporela
- g) odznaky
- h) suvenýry
- i) podkrkonošská keramika
- j) turistické známky
- k) jiné - .....

**16. Jste spokojeni s nabídkou těchto propagačních materiálů?**

- a) ano
- b) ne – důvod: .....

**17. Byli jste spokojeni s pracovníky informačního střediska (jejich ochotou, schopností pomoci...)?**

- a) ano
- b) ne

---

**Informace pro statistické účely:**

**Pohlaví:** muž žena  
**Věk:** do 15 let 16 – 25 let 26 – 45 let 46 – 55 let 56 a více let  
**Kraj:** .....

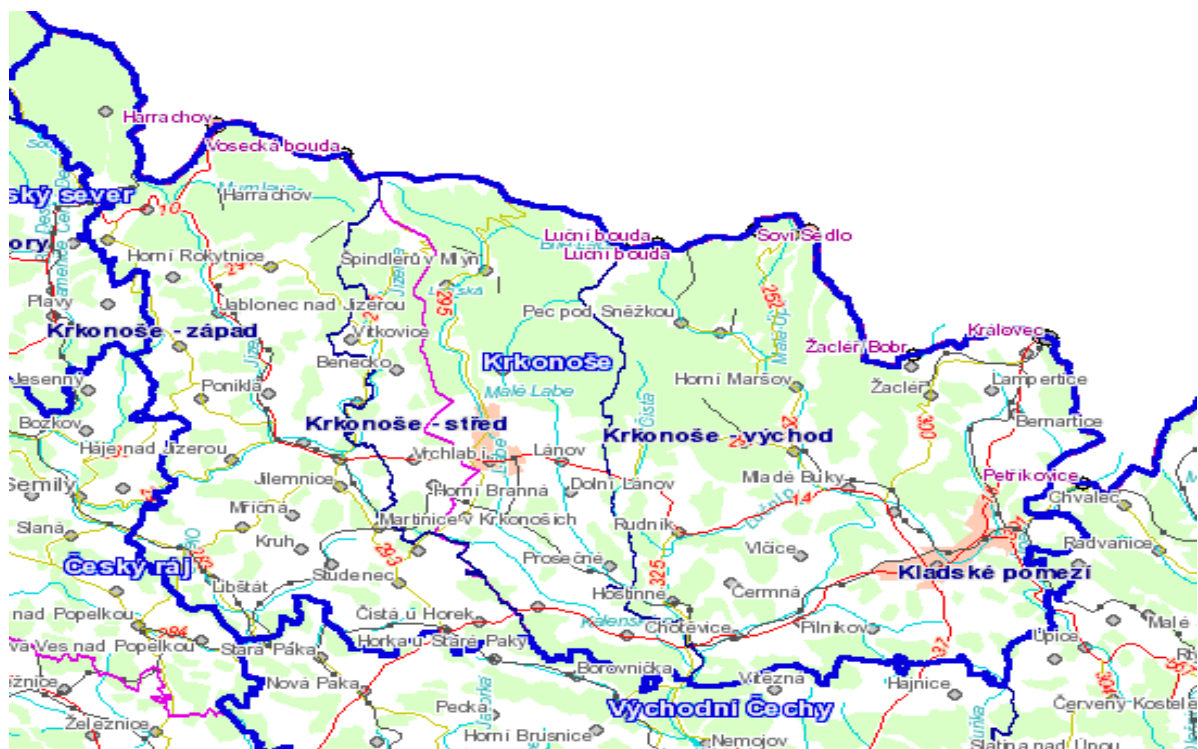
**Děkuji Vám za Váš čas a velmi si cením Vaší spolupráce!**

## Příloha 5

### Turistické regiony České republiky



### Turistické oblasti České republiky



Zdroj: Svazek měst a obcí - Krkonoše

