



# Rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku prostřednictvím podpory podniků působících v cestovním ruchu

## Bakalářská práce

*Studijní program:*

B6208 Ekonomika a management

*Studijní obor:*

Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch

*Autor práce:*

**Pavλίna Dítětová**

*Vedoucí práce:*

Ing. Blanka Brandová, Ph.D.

Katedra ekonomie





## Zadání bakalářské práce

# Rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku prostřednictvím podpory podniků působících v cestovním ruchu

*Jméno a příjmení:* **Pavčina Dítětová**  
*Osobní číslo:* E17000131  
*Studijní program:* B6208 Ekonomika a management  
*Studijní obor:* Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch  
*Zadávací katedra:* Katedra ekonomie  
*Akademický rok:* **2019/2020**

### Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Teoretická východiska týkající se cestovního ruchu.
3. Deskripce a analýza cestovního ruchu regionu Broumovsko.
4. Případová studie.
5. Formulace závěrů a zhodnocení výzkumných otázek.

Rozsah grafických prací:  
Rozsah pracovní zprávy:  
Forma zpracování práce:  
Jazyk práce:

30 normostran  
tištěná/elektronická  
Čeština



### Seznam odborné literatury:

- BERÁNEK, Jaromír, et al. 2016. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha. GRADA Publishing. ISBN 978-80-86724-46-1.
- DAVID, Petr, Petr LUDVÍK a Vladimír SOUKUP. 2017. *Kladské pomezí: Náchodsko a Broumovsko*. Praha: Česko všemi smysly. ISBN 978-80-86899-73-2.
- RYGLOVÁ, Kateřina. 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: GRADA Publishing. ISBN 978-80-247-4039.
- COOPER, Chris a Colin Michael HALL. 2016. *Contemporary tourism: an international approach*. Third edition. Oxford: Goodfellow Publishers. ISBN 978-1-910158-59-3.
- PROQUEST. 2019. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Konzultant: Kateřina Agnolozi, Společnost pro destinační management Broumavska, o.p.s.

Vedoucí práce:

Ing. Blanka Brandová, Ph.D.  
Katedra ekonomie

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2021

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan

L.S.

prof. Ing. Jiří Kraft, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

5. května 2020

Pavλίna Dítětová

# **Rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku prostřednictvím podpory podniků působících v cestovním ruchu.**

## **Anotace**

Předkládaná bakalářská práce se zabývá problematikou rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím podpory podniků působících v cestovním ruchu v regionu Broumovsko. Hlavním cílem práce je zhodnotit cestovní ruch v regionu a navrhnout opatření vedoucí k jeho dalšímu rozvoji. Nejprve jsou vymezeny základní pojmy a definice, jako cestovní ruch a jeho typologie, cestovní ruch v České republice a jeho vliv na ekonomiku. Dále se bakalářská práce věnuje analýze regionu, rozsahu a kvalitě poskytovaných služeb. Na závěr je popsán a zhodnocen dosavadní rozvoj cestovního ruchu a vliv podniků působících v turismu na tento rozvoj. V závěrečné části jsou uvedeny výsledky dotazníkových šetření v regionu Broumovsko – dotazníky se zabývaly spokojeností turistů s rozsahem a kvalitou služeb v regionu a dále tím, jak podniky vnímají svůj přínos regionu a co dělají pro jeho další rozvoj. Kromě dotazníkových šetření bylo využito i jiných technik sběru dat, konkrétně rozhovorů a analýz dokumentů (rozvojové strategie, studie, publikace o regionu apod.).

## **Klíčová slova**

Broumovsko, cestovní ruch, destinační management, podpora podniků, rozvoj regionu

# **Development of Tourism in the Broumov Region Through Support of Companies Operating in Tourism**

## **Annotation**

Presented bachelor thesis deals with the development of tourism through businesses operating in tourism in the Broumov region. The main aim of the thesis is to evaluate tourism in the region and propose measures for further development. At first, the basic terms and definitions are defined, such as tourism and its typology, tourism in the Czech republic and its impact on the Czech economy. Furthermore, the thesis analyzes the region, range and quality of provided services. Finally, development of tourism and influence of companies on this development are described and valorized. The final part of the bachelor thesis presents the results of survey in the Broumov region – the survey dealt with the satisfaction of tourists with the range and quality of services in the region and it also examined how companies perceive their contribution to development of tourism in past years and what they do for its further development. In addition to questionnaire surveys, other data collection techniques were used – namely interviews and documents analyzes (development strategies, studies, publications about the region, etc.).

## **Key Words**

Broumov region, support of companies, development of the region, tourism, destination management

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Blance Brandové, Ph.D., za její vstřícnost a ochotu, s níž mi poskytovala cenné rady a připomínky při zpracovávání této bakalářské práce. Dále děkuji Kateřině Agnolozzi, manažerce Společnosti pro destinační management Broumovska a zaměstnankyním turistického informačního centra v Broumově, jmenovitě Bc. Lucii Lesákové a Janě Cónové, za poskytnutá data a informace sloužící jako podklad při psaní práce.

# Obsah

Seznam zkratek .....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam obrázků .....	12
Úvod .....	13
<b>1 Teoretická východiska zkoumané problematiky.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Typologie cestovního ruchu.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Předpoklady a faktory rozvoje cestovního ruchu .....</b>	<b>16</b>
1.2.1 Lokalizační předpoklady .....	16
1.2.2 Selektivní předpoklady .....	17
1.2.3 Realizační předpoklady .....	17
<b>1.3 Cestovní ruch v České republice .....</b>	<b>18</b>
<b>2 Region Broumovsko a cestovní ruch v regionu .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1 Vymezení regionu a jeho historie .....</b>	<b>20</b>
2.1.1 Geografické vymezení.....	21
2.1.2 Chráněná krajinná oblast Broumovsko.....	22
2.1.3 Geopark Broumovsko.....	23
2.1.4 Kladské pomezí.....	24
2.1.5 Dobrovolný svazek obcí Broumovsko.....	24
2.1.6 Správní obvod obce s rozšířenou působností Broumov.....	25
<b>2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku .....</b>	<b>25</b>
2.2.1 Lokalizační předpoklady .....	25
2.2.2 Selektivní předpoklady .....	30
2.2.3 Realizační předpoklady .....	32
<b>2.3 Doplnkové služby v regionu.....</b>	<b>34</b>
2.3.1 Zprostředkované zájezdy na Broumovsko.....	35
<b>2.4 Destinační management.....</b>	<b>35</b>
<b>2.5 Spolupráce s jinými regiony a přeshraniční spolupráce.....</b>	<b>37</b>
<b>2.6 Propagace a image regionu.....</b>	<b>38</b>
2.6.1 Regionální produkty .....	39
<b>2.7 SWOT analýza Broumovska .....</b>	<b>39</b>
<b>3 Případové studie týkající se turismu v regionu Broumovsko .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1 Statistiky návštěvnosti regionu.....</b>	<b>41</b>
3.1.1 Geolokační analýza .....	41
3.1.2 Návštěvnost TIC Broumov .....	43



<b>3.2 Vliv podniků na rozvoj regionu.....</b>	<b>45</b>
3.2.1 Rozvojové organizace.....	45
3.2.2 Podnikatelé v cestovním ruchu .....	46
3.2.3 Turistická informační centra .....	47
<b>3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....</b>	<b>48</b>
3.3.1 Turisté a jejich vnímání regionu.....	48
3.3.2 Podniky a jejich vliv na rozvoj regionu.....	56
3.3.3 Zhodnocení dotazníkového šetření.....	61
<b>4 Podpora podniků a její zhodnocení.....</b>	<b>63</b>
<b>Závěr .....</b>	<b>66</b>
<b>Seznam použité literatury.....</b>	<b>68</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>72</b>

## Seznam zkratek

CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
DSO	Dobrovolný svazek obcí
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
KČT	Klub československých/českých turistů
MICE	Meetings, incentives, conferenes and exhibitions
NPR	Národní přírodní rezervace
PR	Přírodní rezervace
MAS	Místní akční skupina
SDMB	Společnost pro destinační management Broumovska
TIC	Turistické informační centrum
TUL	Technická univerzita v Liberci
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation
AIEST	Association Internationale d'experts Scientifiques du Tourisme

## Seznam tabulek

<i>Tabulka 1: Podíl cestovního ruchu na HDP v letech 2005-2017 (v %)</i> .....	18
<i>Tabulka 2: Zaměstnanost v cestovním ruchu v letech 2005-2017</i> .....	19
<i>Tabulka 3: Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR v letech 2005-2017, v mld. Kč</i> .....	19
<i>Tabulka 4: Spotřeba výjezdového cestovního ruchu v ČR v letech 2005-2017, v mld. Kč</i> .....	19
<i>Tabulka 5: Vývoj počtu HUZ a lůžek v letech 2010-2018</i> .....	34

## Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu</i> .....	16
<i>Obrázek 2: Vymezení regionu Broumovsko</i> .....	22
<i>Obrázek 3: Geoparky v České republice</i> .....	24
<i>Obrázek 4: Vývoj počtu obyvatel na Broumovsku</i> .....	32
<i>Obrázek 5: Současný destinační management Broumovska</i> .....	36
<i>Obrázek 6: SWOT analýza Broumovska</i> .....	40
<i>Obrázek 7: Návštěvnost Broumovska v roce 2017 (domácí návštěvníci)</i> .....	42
<i>Obrázek 8: Návštěvnost Broumovska v roce 2017 (zahraniční návštěvníci)</i> .....	42
<i>Obrázek 9: Struktura zahraničních návštěvníků, 2017</i> .....	43
<i>Obrázek 10: Návštěvnost TIC Broumov v roce 2018</i> .....	44
<i>Obrázek 11: Návštěvnost TIC Broumov v roce 2019</i> .....	44
<i>Obrázek 12: Četnost návštěv Broumovska</i> .....	48
<i>Obrázek 13: Hlavní účel návštěvy</i> .....	49
<i>Obrázek 14: Spolucestující turisté</i> .....	50
<i>Obrázek 15: Získávání informací o regionu</i> .....	50
<i>Obrázek 16: Délka pobytu</i> .....	51
<i>Obrázek 17: Sledování účtu Broumovska na sociálních sítích</i> .....	51
<i>Obrázek 18: Zájem turistů o to, zda má destinace účet na sociálních sítích</i> .....	52
<i>Obrázek 19: Návrhy pro další rozvoj turismu v regionu</i> .....	54
<i>Obrázek 20: Pohlaví respondentů</i> .....	54
<i>Obrázek 21: Věková struktura respondentů</i> .....	55
<i>Obrázek 22: Trvalé bydliště respondentů</i> .....	55
<i>Obrázek 23: Převažující činnost podniků</i> .....	56
<i>Obrázek 24: Struktura klientů</i> .....	57
<i>Obrázek 25: Stálá klientela podnikatelů</i> .....	57
<i>Obrázek 26: Podpora činnosti od města Broumov</i> .....	58
<i>Obrázek 27: Rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku za posledních 5 let</i> .....	58
<i>Obrázek 28: Přínos daného podniku na rozvoj turismu na Broumovsku</i> .....	59
<i>Obrázek 29: Získávání dotací na provoz podniku</i> .....	59
<i>Obrázek 30: Zpracovávání marketingových nebo rozvojových strategií</i> .....	60
<i>Obrázek 31: Spolupráce s informačními centry/SDMB</i> .....	60
<i>Obrázek 32: Návrhy na rozvoj turismu na Broumovsku</i> .....	61

# Úvod

Cestovní ruch tvoří významnou část terciárního sektoru vyspělých zemí. Přispívá k růstu zaměstnanosti, mimo jiné i k využívání kapacity ubytovacích a stravovacích zařízení a infrastruktury.

Cestovní ruch se těší neustálému rozvoji, především vlivem politicko-ekonomické situace ve vyspělé společnosti, kdy mají zaměstnanci právo na každoroční dovolenou. Po druhé světové válce se zlepšila i finanční situace lidí, což umožnilo vynakládat finanční prostředky na krátkodobé cesty za účelem relaxace.

V posledních letech je trendem jezdit vícekrát ročně na krátkodobější dovolenou. Podle statistických údajů mají největší podíl na cestovním ruchu právě víkendové pobyty.

Cílem práce je zhodnotit cestovní ruch v regionu Broumovsko a navrhnout opatření vedoucí k jeho dalšímu rozvoji. Výzkumným předpokladem bude tvrzení, že podpora podniků působících v cestovním ruchu v regionu Broumovsko není dostatečná. K dosažení a ověření tohoto výzkumného předpokladu budou použity metody deskripce, analýzy, syntézy, dedukce a dotazníkového šetření.

Bakalářská práce se zpočátku věnuje teoretickým východiskům problematiky, jako je typologie cestovního ruchu a předpoklady rozvoje turismu. Dále je popsán cestovní ruch v České republice.

Další část práce se soustředí na Broumovsko, vyobrazuje region, jeho historii, předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu a služby v regionu. Soustředí se také na destinační management, spolupráci s jinými subjekty a na propagaci a image regionu.

V poslední části jsou uvedeny statistiky návštěvnosti regionu, je analyzován a zhodnocen vliv podniků podnikajících v cestovním ruchu na rozvoj turismu. Jsou vyhodnocena dotazníková šetření, týkající se turistů a podniků. V samém závěru práce je zhodnocena podpora podniků a uvedeny návrhy na zlepšení.

# 1 Teoretická východiska zkoumané problematiky

O odlišení pojmů „cestovní ruch“ (dále jen CR) a „cestování“ se odborníci pokoušeli už od počátků 20. století. V této době byl CR vnímán jako nový společenský jev, zároveň se objevily snahy o definování jeho ekonomických aspektů. Významným mezníkem ve zkoumání cestovního ruchu se staly definice švýcarských profesorů, kteří tím položili základy tzv. švýcarské školy cestovního ruchu. Postupem času tak vzniklo několik definic cestovního ruchu, nikoliv však jedna ucelená. (Beránek et al., 2013)

Na ucelené, mezinárodně uznávané definici se shodlo 250 představitelů z 91 zemí na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Konferenci pořádala Světová organizace cestovního ruchu UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) a vzešla z ní tato definice: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (Ryglová et al., 2011)

Dle Mezinárodního sdružení expertů cestovního ruchu AIEST (Association Internationale d'experts Scientifiques du Tourisme) je cestovní ruch „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.*“ (Ryglová et al., 2011)

Pro vymezení cestovního ruchu se někdy používají i další termíny, např. rekreace, turistika, které ale nelze chápat jako synonyma k pojmu cestovní ruch, na rozdíl od termínu turismus, který vznikl počestněním termínů pro cestovní ruch ve světových jazycích (francouzština – tourisme, němčina – Tourismus, angličtina – tourism). (Beránek et al., 2013)

## 1.1 Typologie cestovního ruchu

V literatuře existuje řada různých kritérií systematiky cestovního ruchu, podle níž lze cestovní ruch třídit do různých forem, typů a druhů. Každý autor systematizuje turismus dle svých kritérií.

Například Ryglová et al. segmentují cestovní ruch na formy, druhy a typy. Druhy turismu autoři dělí mimo jiné dle následujících charakteristik:

- dle vztahu k platební bilanci na
  - domácí CR,
  - zahraniční CR, který dále dělí na aktivní a pasivní,
  - tranzitní,
- dle místa realizace služeb se podle autorů cestovní ruch dělí na
  - vnitřní CR,
  - národní CR,
  - mezinárodní CR,
- dle způsobu financování lze CR dělit na
  - volný (komerční) cestovní ruch,
  - vázaný (sociální) cestovní ruch,
- dle počtu účastníků na
  - individuální,
  - kolektivní.

Autoři M. Foret a V. Foretová uvádí, že základní klasifikace druhů cestovního ruchu vychází z účelu (motivu) cesty, proto dělí CR na:

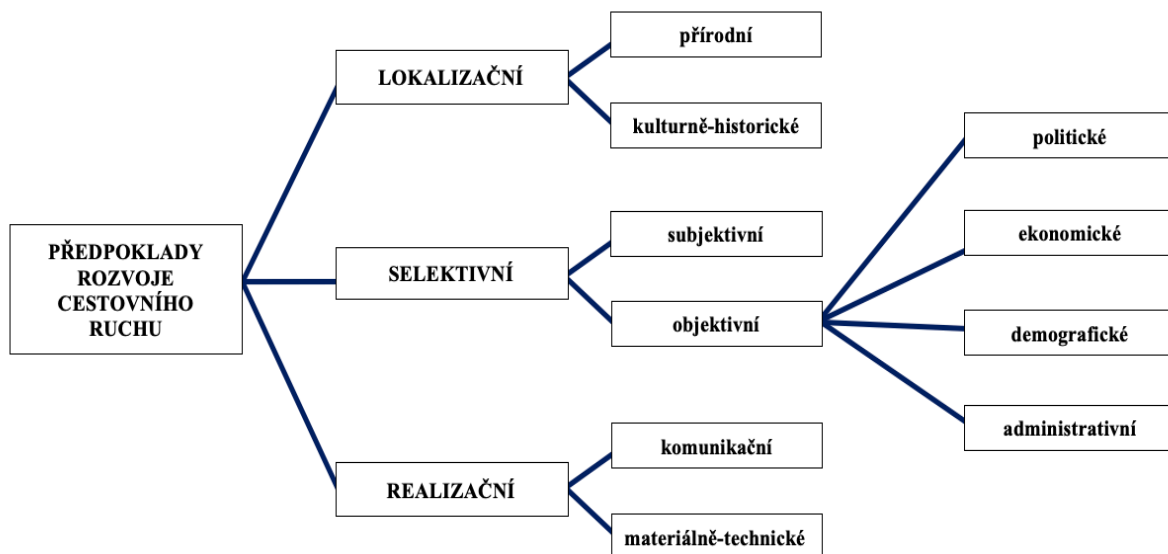
- rekreační,
- kulturně-poznávací,
- náboženský,
- vzdělávací,
- společenský,
- zdravotní (lázeňsko-léčebný),
- sportovní,
- poznávání přírody,
- dobrodružný,
- profesní,
- politický,
- nákupní,
- specifický.

J. Beránek a kolektiv uvádí tyto druhy cestovního ruchu:

- domácí CR,
- zahraniční CR, který dále dělí na příjezdový a výjezdový.

## 1.2 Předpoklady a faktory rozvoje cestovního ruchu

Faktory ovlivňující cestovní ruch se dělí do tří skupin: lokalizační, selektivní a realizační, jak lze vidět na obrázku 1. Lokalizační faktory tvoří základnu pro uspokojování poptávky, o využití těchto faktorů však rozhodují faktory realizační (zejména doprava, ubytování a stravování) a faktory selektivní (politická situace, vnímání destinace ze strany hostů apod.).



Obrázek 1: Předpoklady rozvoje cestovního ruchu  
Zdroj: vlastní zpracování dle (Rygllová et al., 2011)

### 1.2.1 Lokalizační předpoklady

Lokalizační faktory jsou dány územím a jsou prakticky neměnné. Mezi lokalizační faktory patří **přírodní podmínky** – klima, terén, fauna a flóra a přírodní atraktivita, **společenské (kulturně – historické) atraktivita**, tedy ty, které vznikly a fungují díky lidské činnosti – památky, slavnosti, zvyky.

Z pohledu turisty jsou tedy lokalizační předpoklady tím, co musí vidět, to, proč na dané místo jede. Lokalizační faktory předurčují, jaký druh cestovního ruchu se bude na území



vyvíjet a pro jaké druhy je lokalita vhodná. Lokalizační faktory také pomáhají k odlišení destinace od ostatních – lokalizačními faktory se oblast prezentuje a vymezuje se jimi vůči konkurenci.

### 1.2.2 Selektivní předpoklady

Nazývané také jako stimulační faktory, neboť stimulují vznik a rozvoj CR na daném území. Jak uvádí Ryglová (2011): „*Zatímco lokalizační faktory jsou tím, co se „musí vidět“, a realizační faktory tím, zda „k tomu“ cestovatel dojde a bude mít kde přespát či najíst se, selektivní faktory určují, zda někdo vůbec přijede.*“

Selektivní faktory tedy určují, zda někdo přijede, případně kdo to bude a v jakém počtu. Selektivní faktory lze dělit na subjektivní a objektivní. **Objektivními** faktory jsou například úroveň řízení destinace, spolupráce mezi jednotlivými subjekty a regiony, zákony a vyhlášky, a mnoho dalších. Tyto faktory turista nemůže ovlivnit.

**Subjektivní** selektivní faktory jsou především psychologického charakteru. Psychologické faktory ovlivňují rozhodování účastníků, velkou roli zde hrají reklama, propagace, zkušenosti či image destinace, a v neposlední řadě doporučení známých.

### 1.2.3 Realizační předpoklady

Realizační faktory dělají oblast dosažitelnou – **doprava** a využitelnou – **infrastruktura**. Je zřejmé, že nedostatečná kapacita služeb (ubytovacích, stravovacích i dalších) zabraňuje plnému využití potenciálu destinace. Důležitá je však i kvalita těchto služeb. Doprava zajišťuje styk mezi výchozím místem a cílovou destinací účastníka. Jednoduchost, pohodlnost, bezpečnost a rychlost je tak jednou ze základních otázek při rozhodování turisty.

Cílem destinace je maximalizace příjmů, proto je nutné soustředit se na ty služby, které tyto příjmy destinaci generují (bývají to zejména přepravní, ubytovací a stravovací služby).

### 1.3 Cestovní ruch v České republice

Cestovní ruch využívající domácí turistické zdroje, je považován za významnou položku příjmů do státního rozpočtu (přibližně 10 %), a to jak v České republice, tak v jiných vyspělých státech světa. K pozitivnímu ovlivňování ekonomiky bude docházet pouze tehdy, pokud se bude rozvíjet všestranně, tedy nezmění ekonomiku země na ekonomiku služeb.

Cestovní ruch patří mezi vedoucí odvětví národního hospodářství. Dochází k rychlému rozvoji a CR má velký význam ze sociálního i ekonomického hlediska především proto, že:

- zvyšuje příjmy místních,
- vytváří nová pracovní místa,
- rozvíjí odvětví spojená s poskytováním služeb CR,
- rozvíjí infrastrukturu v turistických střediscích,
- zvyšuje životní úroveň místních obyvatel,
- přispívá k přílivu zahraniční měny.

V roce 2017 se cestovní ruch na hrubém domácím produktu podílel téměř 3 %. Bylo to více než zemědělství či lesnictví, naopak méně než sektor vzdělávání či zdravotnictví. Podíl turismu na HDP lze komentovat jako v posledních letech stabilní, jak ukazuje tabulka 1. (Český statistický úřad, 2019a)

Tabulka 1: Podíl cestovního ruchu na HDP v letech 2005-2017 (v %)

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Podíl na HDP (v %)	3,3	3,1	2,9	2,8	2,9	2,7	2,7	2,7	2,9	2,8	2,8	2,9	2,9

Zdroj: (ČSÚ, 2019a)

Počet osob pracujících v cestovním ruchu se v posledních letech neustále zvyšuje, v roce 2017 pracovalo v turismu 238 843 osob, přičemž zaměstnanci tvořili 82 % a sebezaměstnané osoby, tedy podnikatelé, tvořili 18 %. Podíl turismu na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství činil 4,47 %, v odvětví tedy pracoval každý třináctý Čech. (Statistika&My, 2018)

Tabulka 2: Zaměstnanost v cestovním ruchu v letech 2005-2017

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Počet zaměstnaných osob (v tis.)</b>	237	236	236	241	239	236	232	230	228	225	229	233	239
<b>Podíl na celkové zaměstnanosti (v %)</b>	4,74	4,64	4,52	4,56	4,58	4,66	4,6	4,53	4,48	4,4	4,42	4,43	4,47

Zdroj: (ČSÚ, 2019a)

Jak vyplývá z projektu Tracking agentury CzechTourism, který se zabýval příjezdovým a domácím cestovním ruchem, v roce 2018 utratil domácí turista v průměru na osobu a den 852 Kč, zahraniční návštěvník průměrně 1 959 Kč. (Statistika&My, 2019)

Spotřeba cestovního ruchu v roce 2017 dosáhla téměř 240,4 mld. Kč, finanční prostředky byly vynaloženy na dopravu, stravování a ubytování, pohonné hmoty, ale také na směnárenské a pojišťovací služby a služby cestovních kanceláří a agentur. (Statistika&My, 2018)

Tabulka 3: Spotřeba příjezdového cestovního ruchu v ČR v letech 2005-2017, v mld. Kč

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Spotřeba v mld. Kč</b>	138	142	146	137	125	113	115	126	140	144	148	157	165

Zdroj: (ČSÚ, 2019a)

Tabulka 4: Spotřeba výjezdového cestovního ruchu v ČR v letech 2005-2017, v mld. Kč

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Spotřeba v mld. Kč</b>	67	70	81	87	77	68	62	63	62	62	64	71	75

Zdroj: (ČSÚ, 2019a)

## 2 Region Broumovsko a cestovní ruch v regionu

Broumovsko je známé především malebnou přírodou, nelze však opomenout množství církevních staveb a lidovou architekturu. Rozlehlé statky, aleje a barokní kostely rodiny Dientzenhoferů vytváří jedinečný genius loci regionu, který se stále častěji stává cílovou destinací mnoha turistů jak z Česka, tak ze zahraničí.

### 2.1 Vymezení regionu a jeho historie

Broumovský výběžek se nachází ve východních Čechách, v geomorfologickém celku Broumovská vrchovina a v turistickém regionu Kladské pomezí.

Region je ohraničen věncem Javořích, Stolových a Jestřebích hor a navštěvován je především díky malebné krajině, divoké přírodě, ale i unikátní lidové a církevní architektuře. Jedinečnost regionu souvisí s pestrá geologickou historií, stejně tak i s pohnutou minulostí zdejších obyvatel.

Broumovský výběžek byl od počátku pokryt neprostupným pralesem a velmi řídky obydlen pouze při stezkách, vedoucích z Čech do Slezska. Jediné prehistorické nálezy jsou mince z okolí Adršpachu z období 400 let př.n.l. (Baštecká, 2013)

Výběžek byl součástí Kladska, které se nejpozději ve 12. století stalo součástí českého státu a jako Hrabství kladské setrvalo jeho součástí až do 18. století. Po správní stránce se Broumovsko od Kladska osamostatnilo po roce 1920, hranice zde vytvořená byla však pouze zemská, nikoliv státní. (Baštecká, 2013)

Původní osídlení ze 13. století bylo dílem kolonizační činnosti břevnovského kláštera. Benediktini z Broumovska vytvořili místo trhů, soustředěné řemeslné výroby a centra správy řádového panství. Území bylo osidlováno převážně německými zemědělci a řemeslníky. (Baštecká, 2013)

Obrovského vzestupu se regionu dostalo v období baroka. Rozmohlo se podnikání, vystavěly se nové objekty kláštera, byly obnoveny všechny kostely a došlo k výstavbě několika nových kostelů pod vedením rodiny Dientzenhoferů. (Baštecká, 2013)

V 18. století postihly Broumovsko Slezské války, kdy obyvatelé trpěli vojenskými průtahy a drancováním. Válečné události byly také příčinou požáru města roku 1757. (Baštecká, 2013)

Broumov se osamostatnil v 19. století a začal se znovu rozvíjet ve všech oblastech. V tomto období zde Josef Schroll založil tkalcovnu VEBA, která funguje s jistými problémy dodnes. Od 70. let začalo docházet k násilným útokům vůči příslušníkům české menšiny. (Baštecká, 2013)

Během 2. světové války byl broumovský region součástí Sudet. Kousek od Broumova byl zřízen zajatecký tábor a 9. května 1945 obsadily Broumov jednotky Rudé armády. V následném organizovaném odsunu bylo během roku 1946 vysídleno více než 22 000 německých občanů. Státem zkonfiskovaná půda pak byla předána dosídlencům z přilehlých okresů východních Čech. (David et al., 2017)

### **2.1.1 Geografické vymezení**

Broumovský výběžek tvoří uzavřený a svébytný celek, na jihozápadě ohraničený Broumovskými stěnami s divokými labyrinty skalních útvarů. Na severu tvoří přirozenou hranici s Polskem zalesněné hřbety Javořích hor s nejvyšším vrcholem regionu, Ruprechtickým Špičákem (880 m.n.m.). Na východě odděluje Broumovsko a Polsko komplex Stolových hor. Hranice regionu se shodují s hranicemi Chráněné krajinné oblasti Broumovsko (dále CHKO), viz obrázek 2.

Pro potřeby bakalářské práce bude pojmem Broumovsko míněno pouze území SO ORP (Správní obvod obce s rozšířenou působností Broumov), tedy Adršpach, Božanov, Broumov, Hejtmánkovice, Heřmánkovice, Hynčice, Jetřichov, Křinice, Martínkovice, Meziměstí, Otovice, Šonov, Teplice nad Metují a Verněřovice.



Obrázek 2: Vymezení regionu Broumovsko  
 Zdroj: (Turistické informační centrum Broumov, 2020)

### 2.1.2 Chráněná krajinná oblast Broumovsko

Chráněná krajinná oblast Broumovsko byla založena 27. března 1991. Zaujímá plochu 43 000 ha a několik maloplošných chráněných území – národní přírodní rezervaci (dále NPR) Adršpašsko-Teplické skály, NPR Broumovské stěny a NPR Polické stěny, národní přírodní památku Polické stěny, přírodní rezervaci (dále PR) Ostaš, PR Křížová cesta, PR Farní stráž a několik přírodních památek (Borek, Kočičí skály, Šafránová stráž, Mořská transgrese, Pískovcové sloupky). Kromě toho CHKO Broumovsko zahrnuje Jiráskovy skály a Javoří hory.

Na území CHKO bylo v průběhu let vyhlášeno celkem osm Evropsky významných lokalit a jedna ptačí oblast. **Ptačí oblast Broumovsko** má rozlohu 9128 ha a předmětem ochrany jsou celoevropsky vzácní ptáci, kteří jsou vázání na skalní biotopy a lesní porosty – sokol stěhovavý a výr velký. Mezi **osm Evropsky významných lokalit** patří Adršpašsko-Teplické skály, Broumovské stěny, Kozínek, Metuje a Dřevíč, Řeřišný u Machova, Stárvkovské

bučiny, Vladivostok, Žaltman. Tyto lokality vyhlásila Rada Evropské Unie za účelem ochrany přírodních stanovišť, volně žijících živočichů a planě rostoucích rostlin. (Správa CHKO Broumovsko, 2020)

Území CHKO Broumovsko je rozděleno do čtyř zón ochrany přírody. Nejcennější je území I. zóny, která zahrnuje přírodní ekosystémy pískovcových skalních oblastí s vyšší biologickou rozmanitostí. Tato zóna tvoří přibližně desetinu plochy CHKO. II. zóna zabírá asi 14 % území a zahrnuje lesy – starší listnaté a smíšené porosty až po čistě jehličnaté lesy. Více než tři čtvrtiny území zaujímají III. a IV. zóna. Tyto zóny jsou tvořeny zemědělskými pozemky a vesměs jehličnatými lesy. (Správa CHKO Broumovsko, 2020)

### **2.1.3 Geopark Broumovsko**

Certifikát Národní geopark Broumovsko, vydaný Ministerstvem životního prostředí ČR, byl převzat v dubnu 2018 po sedmileté práci a přípravách. Tím se region stal již 9. takto chráněným územím v České republice. Na obrázku 3 lze vidět Národní geoparky v České republice, fialové zvýraznění zobrazuje již vyhlášené geoparky k prosinci 2019, zelené zvýraznění vyznačuje kandidáty na certifikát Národní geopark, těmi jsou v současné době Šumava a Geopark Joachima Barranda. (Geopark Broumovsko, 2020)

Geopark Broumovsko se rozkládá na území CHKO Broumovsko a nachází se zde nejrozmanitější geologické jevy. Postupně bylo vydáno několik brožur s informacemi a fotografiemi nejvýznamnějších míst a založeny webové stránky, kde je odborně popsáno a vyznačeno celkem 40 geologických lokalit Broumavska.



Obrázek 3: Geoparky v České republice

Zdroj: vlastní zpracování dle (Česká geologická služba, 2020)

#### 2.1.4 Kladské pomezí

Kladské pomezí je turistický region nacházející se v severovýchodních Čechách, na hranici s Polskem. V minulosti tudy procházela Kladská obchodní stezka, spojující Prahu s polským Kladskem (dnešní Kłodzko). Dnes toto významné území nabízí množství atraktivních míst – krajina protkaná systémy opevnění, romantická údolí řek Úpy a Metuje, hojně navštěvované stolové hory a skalní města, architektonické památky a množství kulturních a sportovních akcí. (Kladské pomezí, 2020)

#### 2.1.5 Dobrovolný svazek obcí Broumovsko

Mikroregion sdružující celkem 14 obcí Broumovska (Adršpach, Božanov, Broumov, Hejtmánkovice, Heřmánkovice, Hynčice, Jetřichov, Křinice, Martínkovice, Meziměstí, Otovice, Šonov, Teplice nad Metují, Vernéřovice) byl založen 6. listopadu 1997. Cílem DSO je koordinace rozvoje území na základě společné strategie, prosazování udržitelného života na území CHKO a společná propagace mikroregionu v rámci cestovního ruchu. (Galileo Corporations, 2020a)



### **2.1.6 Správní obvod obce s rozšířenou působností Broumov**

Správní obvod zahrnuje celkem 14 obcí, které jsou totožné s obcemi v DSO Broumovsko. SO ORP Broumov je osmým největším obvodem v rámci Královéhradeckého kraje a zaujímá 5,5 % rozlohy kraje. (Český statistický úřad, 2019b)

## **2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku**

V příhraničí kouznila hlavně příroda, lidé se proto museli velmi snažit, aby svými „výtvory“ nezaostávali za ostatními regiony.

Broumovsko je z hlediska turistiky velmi atraktivním regionem, nabízí vyžití pro letní i zimní turistiku, cykloturistiku a poměrně velké množství kulturně-historických atraktivit.

Velkou nevýhodou regionu je jeho geografická periferní poloha, především tedy vzdálenost od mezinárodního letiště v Praze či od větších měst. Kladně lze hodnotit vybavenost službami a hustotu dopravní sítě, problémem je však stav komunikací.

Nejvíce zahraničních turistů na Broumovsko přijíždí vzhledem k jeho poloze z Polska, v posledních letech roste počet turistů z Holandska, kteří přijíždí obdivovat venkovskou krajinu.

Území není turisticky využíváno tak intenzivně, jako sousedící Krkonoše nebo Orlické hory. Návštěvnost je sezónní a koncentrovaná do několika málo lokalit – za nejčastější cíle turistů se považují benediktinský klášter, hřbitovní kostelík Panny Marie a Adršpašsko-Teplické skály. (Vystoupil et al., 2011)

I přes nadprůměrnou vybavenost území ubytovací kapacitou, je návštěvnost lokality průměrná.

### **2.2.1 Lokalizační předpoklady**

Broumovský výběžek měl velmi zajímavý geologický vývoj. V prvohorách se zde rozkládaly rozlehlé tropické močály s bujnou vegetací, jejíž zbytky postupně zuhelnatěly. Tlaky v zemské kůře vyzdvihly z hlubin vrstvy ztvrdlých hornin a zformovaly hřeben

Jestřebích hor, na konci prvohor zemská kůra pukla a valící se žhavá láva vytvořila ostrý hřeben Javořích hor.

Zvrat nastal v třetihorách, kdy se krajina začala pozvolna ponořovat a zaplavilo ji mělké moře, kam řeky zanášely množství jemného písku, který časem ztvrdl v pískovec. Když zemské tlaky Broumovsko opět vyzdvihly a moře ustoupilo, zůstala mohutná pískovcová deska zajišťující zásobárnu kvalitní pitné vody.

Z fauny je důležité zmínit sokola stěhovavého, výra velkého, čápa černého a motýla perleťovce, zmiji obecnou a další běžné druhy zvířeny, v roce 2016 se na Broumovsko vrátili vlci. Ze vzácné flory lze uvést lilii zlatohlavou, mléčivec alpský a vstavače, masožravou rosnatku okrouhlostou, prstnatce májové a bezové. (Imlauf et al., 2004)

Na Broumovsku mají významné postavení dvě řeky: Stěnava a Metuje. Stěnava pramení v Polsku a po průtoku Broumovskem se do Polska opět vrací, zde se vlévá do Kladské Nisy a následně ústí do Baltského moře. Řeka Metuje pramení v Adršpašských skalách, protéká celým okresem Náchod a u Jaroměře se vlévá do Labe. Rybníků je na Broumovsku spousta, většinou jsou ale menších rozměrů. (David et al., 2017)

Zhruba třetinu území zabírají lesy, z 80 % jsou to smrkové monokultury, původní dřeviny (buky, jedle, lípy, duby, habry a jilmy) se zachovaly pouze v malém množství převážně v Broumovských stěnách. O likvidaci původních dřevin se postarala nejen intenzivní těžba, ale v posledních měsících se region potýká s invazí kůrovce. (David et al., 2017)

## **Broumov a okolí**

Broumov je městem s bohatou historií a množstvím kulturních památek. Historické centrum bylo vyhlášeno městskou památkovou zónou a je významné především měšťanskými domy a morovým sloupem. Z městských hradeb se dochovaly části zdí bran a vyhlídka „Hladomorna“. (Branka o.p.s., 2009)

Dominantou města je národní kulturní památka – benediktinský klášter, postavený v gotickém slohu, později přestavěn ve vrcholném baroku. Návštěvníci si mohou vybrat z několika okruhů prohlídek, základní okruh zahrnuje klášterní kostel sv. Vojtěcha, knihovnu s téměř 17 000 svazky a refektář s unikátní kopii Turínského plátna. V areálu se

nachází Muzeum Broumova, sál Dřevník, kde se pořádají různé akce a semináře, klášterní zahrada a Galerie Dům. V minulých letech proběhla rozsáhlá rekonstrukce areálu a z bývalých mnišských cel vzniklo ubytování Dům hostů, v prostorách bývalého klášterního gymnázia byla otevřena kavárna Café Dientzenhofer. (David et al., 2017)

Mimořádnou hodnotu má roubený hřbitovní kostel Panny Marie v Broumově, je to nejstarší celodřevěná stavba v České republice z roku 1449. Při jeho výstavbě nebyl použit žádný hřebík. (Branka o.p.s., 2009)

V městské části Velká Ves byla před několika lety zpřístupněna farma Wenet, lákající především rodiny s dětmi. Typická zvířata jako kozy, lamy, ovce nebo morčata, ale i lemuři, velbloudi, emu, dikobrazy a oslíci – to vše a mnohem více čeká na návštěvníky.

Další významnou částí Broumova je Olivětín, kde se nachází původně benediktinský pivovar Opat. V pivovarském muzeu se lze seznámit s místní historií pivovarnictví nebo absolvovat komentovanou prohlídku s ochutnávkou.

Broumovsko je region kostelů, jen v Broumově jich najdeme celkem pět – kromě dvou již zmíněných také kostel sv. Petra a Pavla na Kostelním náměstí, kostel sv. Ducha a kostel sv. Václava. (David et al., 2017)

Barokní perlou Broumova je skupina celkem devíti kostelů, vystavěných v okolních vesnicích v 1. polovině 18. století podle projektů Kiliána Ignáce Dientzenhofera a jeho otce Kryštofa. (Branka o.p.s., 2009)

Statky broumovského typu jsou dalším z turistických lákadel regionu, tyto typické venkovské stavby se dochovaly téměř ve všech vesnicích, nejcenějším a největším souborem se ale pyšní obec Křinice. (David et al., 2017)

Broumovské stěny jsou zalesněným skalnatým hřebenem táhnoucím se 12 kilometrů a oddělují tak Broumovskou kotlinu od zbytku regionu. Stěny jsou v sezóně hojně navštěvovány, především díky množství pískovcových skal, roklin, soutěsek, balvanů, cenných lesních porostů a věží s nádhernými vyhlídkami po okolí. Nejvyšším vrcholem je Božanovský Špičák (773 m.n.m.), který s četnými pískovcovými útvary utváří miniaturní skalní město s množstvím kamenných zvířátek, např. Ještěrka, Veverka, Želva nebo

Velbloud. Navštěvovány jsou ale i skalní útvary jako Koruna, Supí hnízdo, Kovářova rokle nebo Zaječí rokle. V okolí Slavného se tyčí největší koncentrace kamenných hřibů u nás. Výchozím bodem a také nejnavštěvovanějším místem Stěn je Hvězda, ta nabízí množství vyhlídek, barokní kapli Panny Marie s půdorysem pěticípé hvězdy a turistickou chatu ve švýcarském stylu. (Branka o.p.s., 2009)

Z broumovské strany je to na vrchol Stěn blíže než ze strany polické, terén je však z této strany mnohem náročnější. Z polické strany je terén mírnější, navíc je možné dojet i do nejvyšších poloh autem.

Javoří hory nejsou tak známé a navštěvované jako Broumovské stěny, přesto stojí za návštěvu. Jedná se o dlouhý zalesněný hřeben na hranicích Česka a Polska. Nejvyšším vrcholem je již zmíněný Ruprechtický Špičák s kovovou rozhlednou nabízející výhledy na polskou část Javořích hor, na Broumovskou kotlinu a v případě příznivého počasí i na Orlické hory.

Zhruba uprostřed Javořích hor leží obec Janovičky, středisko zimních sportů se dvěma sjezdovkami a snowparkem.

V podhůří Javořích hor lze navštívit městečko Meziměstí a jeho železniční muzeum v budově nádraží. Budova zdejšího nádraží je fenoménem, a to díky divadelnímu sálu, nikde jinde v Evropě totiž není divadlo umístěno v budově nádraží. Meziměstí je spojeno s textilním průmyslem, z bývalé tkalcovny rodiny Walzelů vzniklo volnočasové Centrum Walzel, které láká návštěvníky ze všech koutů republiky svou střelnicí, bowlingem, restaurací Švejk a lezeckou stěnou.

### **Adršpach a okolí**

Adršpašské skály jsou světoznámé pískovcové skalní město, spolu s Teplickými skalami patří mezi nejrozsáhlejší skalní města střední Evropy. Jednotlivá skalní města odděluje Vlčí rokle. Skalní města jsou zpřístupněna několika prohlídkovými okruhy. Mezi nejznámější skalní útvary v Adršpašských skalách patří Milenci, Starosta a Starostová, Homole cukru. (Branka o.p.s., 2009)

Návštěvu zpestřuje malý a velký vodopád a plavba pramicí po jezírku. Pískovna je zaplavený lom na sklářský písek s křišťálově čistou vodou, kde ovšem platí zákaz koupání z důvodu spodních proudů. Lze si ale půjčit loďku a po Pískovně se projet, či se vydat na 1,5 km dlouhý okruh kolem jezera. Za hezkého počasí lze na dně jezera spatřit zbytky kolejnic. (Galileo Corporations, 2020b)

Adršpašsko-Teplické skály se staly cílem několika filmařů a natáčely se zde filmy jako Princ a večernice (1978), Třetí princ (1982), O živé vodě (1987), Z pekla štěstí 2 (2001) Letopisy Narnie – Lev, čarodějnice a skříň (2005) a Peklo s princeznou (2009). (David et al., 2017)

Starozámecký vrch (681 m.n.m.) poskytuje velkolepé výhledy na okolí i na Sněžku. Nedaleko vrchu se nachází zřícenina hradu Skály.

Křížový vrch (667 m.n.m.) je jedinečný výrazným seskupením pískovcových kvádrů a bloků a otevírá nádherné výhledy. Na vrcholu se tyčí litinový kříž na kamenném podstavci s reliéfy sv. Anny, sv. Josefa a sv. Jana Nepomuckého. Přístupovou cestu lemují obnovené litinové reliéfy zasazené do pískovcových skal. (Branka o.p.s., 2009)

V Adršpachu je také renesanční zámek, objekt původně sloužil jako tvrz, byl přestavěn na zámek, chvíli sloužil jako škola nebo dokonce nemocnice a dnes je zde Horolezecké muzeum. Jedná se o jedinečnou expozici, která není k nalezení nikde jinde v republice. Návštěvníky seznamuje s historií lezení v regionu, vývojem jistících technik a pomůcek. Na vzniku expozice se podíleli místní lezci a Český horolezecký svaz. (David et al., 2017)

Z lidové architektury nelze nezmínit hrázděný dům s vysokým štítem a pavlačí, tzv. Umlaufův statek. (Branka o.p.s., 2009)

### **Teplice nad Metují a okolí**

K významným památkám v Teplicích nad Metují patří barokní Dolní zámek a renesanční Horní zámek s původní renesanční klenbou ve vstupní síni a portálem, jehož římsu nesou toskánské polosloupky. Horní zámek je dnes sídlem městského úřadu. Ve městě se každoročně pořádá Mezinárodní horolezecký festival, původně zamýšlený jako přátelské setkání horolezců. Od roku 2001 je festival členem Mezinárodní aliance pro horský film. (Galileo Corporations, 2020c)

V okolí se nachází Jiráskovy skály s barokním zámečkem Bischofstein, který ve své době sloužil jako letní sídlo biskupa a zříceninou hradu Skály. Z hradu se dodnes dochovaly části sklepa, zbytky studny, tesané místnosti a schodiště. Mimořádnou lokalitou vzhledem k výskytu vážek je Černé jezírko pod hradem Skály. Nedaleko se nachází vrch Čáp (786 m.n.m.) s 14 m vysokou dřevěnou rozhlednou. (David et al., 2017)

V Teplických skalách byl v letech 2006–2008 objeven pseudokrasový jeskynní systém, při detailním mapování bylo zjištěno, že se díky délce nejméně 27,5 km jedná o největší podzemní pískovcový systém v Evropě. Jednotlivé podzemní propasti jsou hluboké až 70 m.

V Teplických skalách se dochovaly zbytky skalního hradu Střmen. Přístup ke hradu je po dlouhém kovovém schodišti.

Památníkem je Kříž smíření na Bukové hoře, jedná se o kamenný kříž odhalený roku 2002 věnovaný obětem národnostních sporů na Broumovsku. Kříž smíření připomíná 30. června 1945, kdy bylo v lesním lomu zastřeleno 22 Němců a 1 Češka, převážně se jednalo o starce, ženy a děti. Jednotlivé oběti symbolizuje 23 nahrubo otesaných kamenů. (David et al., 2017)

Z kostelů je významný kostel sv. Vavřince v Teplicích nad Metují, poutní kostel Panny Marie Pomocné, taktéž v Teplicích nad Metují, jehož zvláštností je poloroubená poustevna. (Branka o.p.s., 2009)

Teplice nad Metují jsou také střediskem zimních sportů, a to díky Skiareálu Kamenec.

### **2.2.2 Selektivní předpoklady**

Jak již bylo zmíněno, selektivní předpoklady stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu v destinaci. Dělí se na objektivní a subjektivní.

#### **Objektivní selektivní předpoklady**

Politická a bezpečnostní situace je v České republice dlouhodobě stabilní a turistům nehrozí téměř žádné nebezpečí. Samozřejmě se doporučuje obezřetnost ve velkých městech.

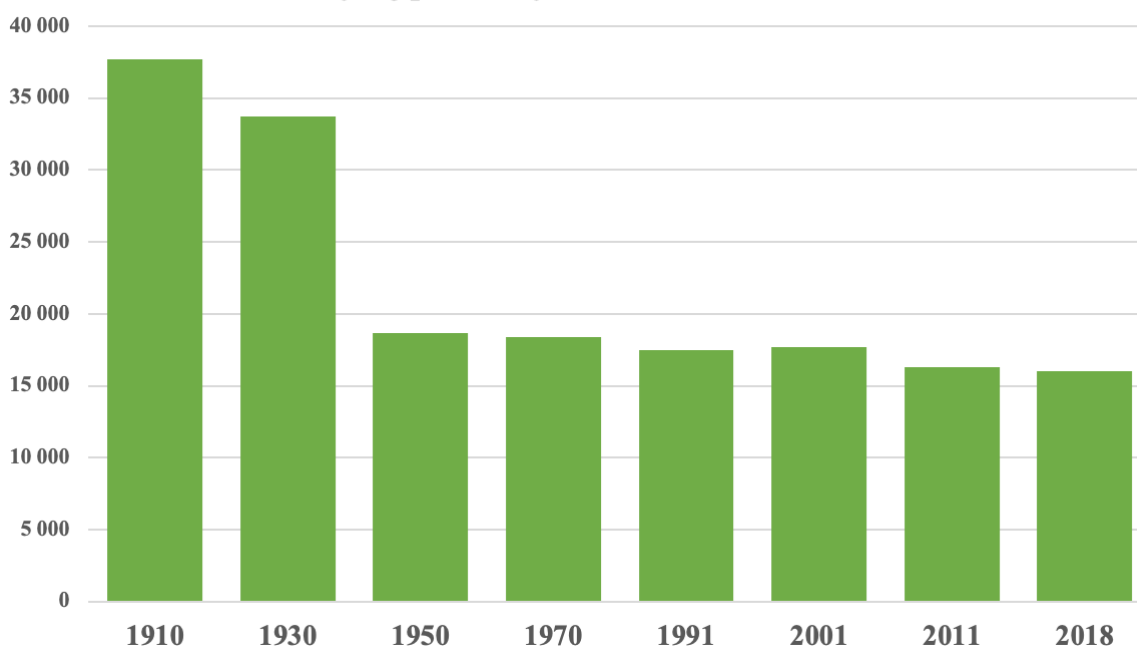
Jelikož je Česká republika součástí Schengenského prostoru a Evropské unie, je možné cestovat bez hraničních kontrol a pouze s platným občanským průkazem. Pro Broumovsko je členství v Schengenu důležité především pro spolupráci s polským příhraničím.

Česká republika je zemí s vyspělou tržní ekonomikou s orientací na průmysl. Toto tvrzení platí i pro Broumovsko, kde převládá průmysl nad službami. Na Broumovsku kromě živnostníků převažují malé a střední podniky, hlavně z oblastí strojírenství, stavebnictví, velkoobchodu a maloobchodu, zemědělství, lesnictví a rybářství. V posledních letech narůstá počet podnikatelských subjektů v oblasti ubytování, stravování a pohostinství.

Z podnikatelského hlediska je v regionu nejvíce živnostníků (cca 75 %). Mezi největší zaměstnavatele patří VEBA textilní závody a.s., Hardthmut a.s., PEPSICO CZ s.r.o. (Toma Natura), Dřevoterm s.r.o., Continental s.r.o. a Nemocnice Broumov.

Demografický vývoj byl silně ovlivněn 2. světovou válkou, následným odsunem německého obyvatelstva a dosídlováním z vnitrozemí (viz obrázek 4). Broumovsko se v posledních letech potýká s odchodem mladších obyvatel za vzděláním a za prací do vnitrozemí Čech. V důsledku toho dochází k celkovému stárnutí obyvatelstva a vysokému počtu neobydlených bytových jednotek a nemovitostí. Hustota zalidnění je přibližně 70 obyvatel/km<sup>2</sup> a cca 40 % obyvatel regionu jsou rodáci. Kvůli nedostatečnému středoškolskému a vysokoškolskému zázemí je Broumovsko regionem s nízkou úrovní vzdělání.

### Vývoj počtu obyvatel na Broumovsku



Obrázek 4: Vývoj počtu obyvatel na Broumovsku

Zdroj: vlastní zpracování dle (ČSÚ, 2020)

#### Subjektivní selektivní předpoklady

V této oblasti Broumovsko celkem zaostává. Do regionu se nejčastěji vrací turisté, kteří zde dříve žili. Propagace regionu se jeví jako nedostatečná a neefektivní. Spoustu turistů si navíc pod Broumovskem představí pouze Adršpašsko-Teplické skály nebo broumovský klášter.

#### 2.2.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady dělají destinaci dosažitelnou a využitelnou. Hlavními složkami realizačních předpokladů jsou doprava a materiálně-technická základna.

#### Doprava

Regionem prochází dvě komunikace II. třídy a to II/302 Polsko (Wałbrzych) – Meziměstí – Broumov – Polsko (Kłodzko) a II/303 Náchod – Hronov – Police nad Metují – Broumov – Polsko (Kłodzko). Na ně navazuje hustá síť silnic III. třídy.



Železniční tratě jsou opět dvě, jsou regionální a neelektrifikované, 026 Týniště nad Orlicí – Otovice a 047 Trutnov – Teplice nad Metují. Vlaková spojení zajišťuje národní dopravce České dráhy.

Přímých spojů z větších měst moc není, jako nejvýznamnější se jeví autobusová linka Broumov – Hradec Králové (Praha) a rychlík Meziměstí – Praha. Většinu autobusových spojů zajišťuje broumovská společnost P-transport s.r.o. či společnost CDS Náchod s.r.o. Nově byla v rámci česko-polské spolupráce zavedena přímá autobusová linka Meziměstí – Wałbrzych. V létě lze v rámci Kladského pomezí využít cyklobusy, které cyklisty dopraví z Adršpachu, Teplic nad Metují nebo Police nad Metují do Pece pod Sněžkou nebo Hradce Králové.

### **Materiálně-technická základna a infrastruktura**

Zdravotnickou péči zajišťuje Nemocnice Broumov a síť zdravotníků ve většině obcí. Stejně jako jinde v republice je množství lékařů nedostačující.

Ve městech i ve většině obcí fungují základní školy (v obcích převážně tzv. malotřídky), vyšší vzdělávací instituce chybí, v regionu se nachází pouze Gymnázium Broumov a Střední škola hotelnictví a společného stravování v Teplicích nad Metují.

**Sportovního vyžití** má naopak Broumovsko dostatek. Široká nabídka zahrnuje centrum Walzel a AQA Land v Meziměstí, sportoviště a koupaliště v Polici nad Metují, SPORTCENTRUM v Teplicích nad Metují, wellness, fitness a tenisový kurt v Kongresovém centru VEBA, golfové hřiště a sportovní halu v Broumově, lyžařské sjezdovky na Janovičkách a v Teplicích nad Metují. Sportovní vybavení půjčuje klášter Broumov, půjčovna funguje celoročně. Greenpoint v Teplicích nad Metují nabízí zapůjčení horských elektrokol. Další možností je půjčovna kol od Českých drah v železniční stanici v Adršpachu. Kola a zavazadla si lze uschovat v Cyklodomě nedaleko broumovského kláštera.

Jak již bylo uvedeno, počet **ubytovacích zařízení** je nadprůměrný – v roce 2018 působilo na Broumovsku celkem 48 hromadných ubytovacích zařízení s celkovým počtem 2 196 lůžek. Počet ubytovacích zařízení i lůžek v minulých letech kolísal, nejvíce jich však bylo v roce 2018 (viz tabulka 5). Region nabízí hotely, penziony, apartmány, ubytovny i kempy.

Nejvíce je kempů a penzionů, nejméně hotelů. Většina zařízení je v provozu celoročně, potýkají se však s nenaplněnými kapacitami mimo sezónu. Naopak v letních měsících a během květnových svátků jsou téměř všechna lůžka obsazena. V zimním období je poptávka po ubytování především na Silvestra a Nový rok, kdy na Broumovsko „utíkají“ lidé z větších měst za klidem. Nejvíce hromadných ubytovacích zařízení (dále HUZ) nabízí oblast Adršpašsko-Teplických skal, dále pak okolí Broumova.

V rámci ubytování jsou poskytovány i doplňkové služby, nejčastěji připojení k internetu, horolezecké kurzy, úschovny kol a zavazadel, pořádání společenských a kulturních akcí, relaxační služby či wellness, sportovní zázemí či půjčovny kol a sportovního vybavení.

Tabulka 5: Vývoj počtu HUZ a lůžek v letech 2010-2018

Rok	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
počet HUZ	21	27	44	44	36	38	37	37	48
počet lůžek	1475	1582	2333	2210	1739	2192	2064	1786	2196

Zdroj: (ČSÚ, 2019c)

Subjektů poskytujících **stravovací a pohostinské služby** je v regionu poměrně velké množství, většina ubytovacích zařízení disponuje také stravovacím zařízením. Nejvíce možností stravování lze nalézt v Broumově a u vstupu do Adršpašských a Teplických skal.

Co se týče **kongresových a konferenčních prostor**, jediným kongresovým centrem disponuje hotelový resort VEBA. V areálu nabízí konferenční prostory (multifunkční sál a dvě plně vybavené učebny s kapacitou 40 osob), gastronomický servis, ubytování i možnost doprovodného programu. Konferenční prostory nabízí také broumovský klášter (450 míst), centrum Walzel v Meziměstí (250 míst), konferenčním sálem disponuje také broumovské informační centrum (280 míst).

### 2.3 Doplňkové služby v regionu

Doplňkové služby zajišťují turistická informační centra (dále TIC), kterých je na Broumovsku celkem 8, většina z nich byla zřízena městy, některá podnikatelskými subjekty. Kompletní seznam TIC je k dispozici v příloze A. Všechna informační centra poskytují informace turistům a mimo jiné i tyto služby:

- upomínkové předměty a regionální produkty, mapy regionu, letáčky s informacemi o ubytovacích a stravovacích zařízeních, letáčky o atraktivitách regionu,
- prodej vstupenek na kulturní akce,
- služby pro veřejnost (internet, kopírování, tisk).

Vzhledem k rostoucímu počtu zahraničních návštěvníků byla v Broumově otevřena směnárna. Je otevřena během turistické sezony a lze zde směnit polské zloté nebo eura. V Adršpachu je směnárna hned několik, jedna v místním informačním centru, ostatní provozují soukromníci.

Průvodcovské služby v Broumově zajišťuje broumovský klášter, a to na objednávku. Dalším poskytovatelem průvodcovských služeb na objednávku je pan Pavel Košnar, který je také předsedou městské Komise cestovního ruchu a zahraniční spolupráce.

Areál Adršpašsko-Teplických skal nabízí své průvodce po skalních městech. Výklad nabízí v českém, polském a německém jazyce.

### **2.3.1 Zprostředkované zájezdy na Broumovsko**

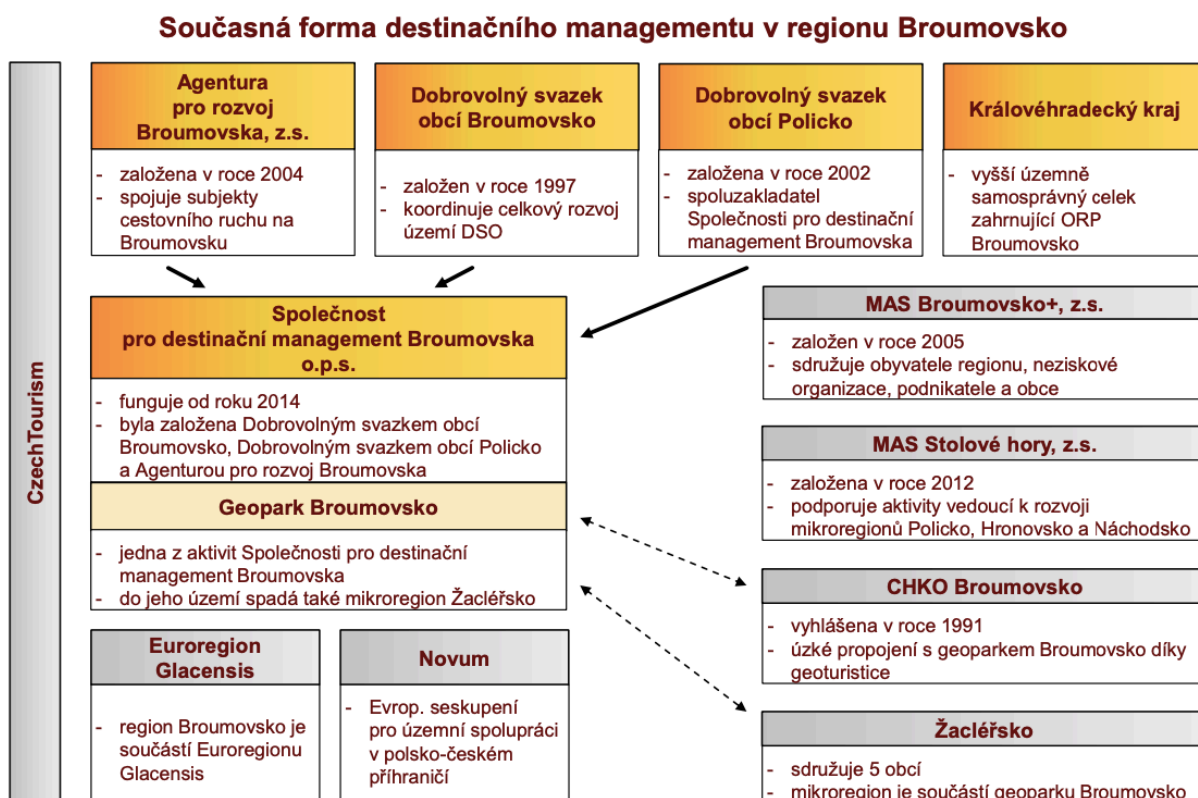
Přímo v Broumově se nachází CK Broumovsko, která se specializuje na zájezdy po Broumovsku a polském příhraničí. Nabízí jednodenní i několikadenní zájezdy nebo víkendové pobyty, dále kurz horolezectví, ochutnávku musheringu (jízdy psím spřežením) či relaxační balíčky.

Zájezdy na Broumovsko nabízí také cestovní kanceláře (dále CK) Redok Travel, Intertrans. Zprostředkování ubytování nabízí Invia, Booking nebo Travelportal. Nabídku pobytových balíčků nabízí slevový portál Slevomat.

## **2.4 Destinační management**

Pro oblast destinačního managementu byla roku 2011 **založena Společnost pro destinační management Broumovska o.p.s.** (SDMB), zakladateli tehdy byli DSO Broumovsko, DSO Policko a Agentura pro rozvoj Broumovska. Cílem společnosti je budování konkurenceschopné značky regionu, zvyšování povědomí na národní i mezinárodní úrovni,

propagace destinace u všech cílových skupin návštěvníků. Jak lze vidět na obrázku 5, SDMB a všechny zakládající organizace (i několik dalších) spolu spolupracují na současném managementu destinace.



Obrázek 5: Současný destinační management Broumovska  
Zdroj: (Společnost pro destinační management Broumovska, 2020)

SDMB spravuje webové stránky Broumovska, stála u zrodu Geoparku Broumovsko a marketingového produktu Bikeresort Broumovsko, zároveň je partnerem a koordinátorem Skalních měst.

Destinační společnost se zabývá strategiemi rozvoje cestovního ruchu a Geoparku, čtyřikrát ročně vydává elektronický bulletin o novinkách v regionu, vydává noviny Letní a Zimní Broumovsko, vytváří a zpracovává informační materiály a mimo jiné vede marketingovou kampaň na internetu.

V rámci destinačního managementu se společnost pravidelně schází s pracovníky informačních center regionu, tým SDMB se setkává každé dva týdny. Ve snaze o zapojení podniků a veřejnosti se pořádají různá setkání nebo semináře, nejen pro subjekty podnikající v cestovním ruchu.

Společnost získává podporu od Fondu destinace, ze získaných prostředků se pak vydávají noviny a propagační materiály.

Na prosincovém zasedání zastupitelstva Královéhradeckého kraje byl schválen vznik **krajské destinační společnosti** pro podporu cestovního ruchu. Nejpozději do konce března 2020 by měla Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje zahájit svou činnost. Kraj se tímto připojí k dalším osmi krajům ČR, které již svou společnost mají. Cílem destinační společnosti by mělo být lepší koordinace aktivit, efektivnější využití potenciálu cestovního ruchu a také získání finančních prostředků ze státního rozpočtu a evropských fondů. Broumov patří mezi sedm zakládajících měst v Královéhradeckém kraji. (Královéhradecký kraj, 2019)

## **2.5 Spolupráce s jinými regiony a přeshraniční spolupráce**

Na oblast Broumova plynule navazuje oblast polského příhraničí se zajímavými a snadno dostupnými lokalitami jako jsou Stolové či Soví hory. Polské příhraničí je snadno přístupné přes četné hraniční přechody určené převážně pro cyklistiku a pěší turistiku.

Před 15 lety započala česko-polská spolupráce v rámci projektu Interreg. Program umožňuje financování přeshraničních projektů. V současné době na Broumovsku probíhá program Interreg V-A 2014–2020, jehož cílem je vytvoření podmínek pro vznik Globálního geoparku UNESCO na území Středních Sudet do konce roku 2020.

**Společnost pro destinační management Broumova o.p.s.** je, jak je uvedeno výše, koordinátorem a partnerem Skalních měst České republiky. Pískovcová skalní města ČR jsou produktem, který podporují Středočeský, Liberecký, Ústecký a Královéhradecký kraj za podpory agentury CzechTourism. Cílem produktu je posílení marketingové značky „Pískovcová skalní města České republiky“ a propagace území, v současné době je do produktu zapojen Český ráj, České Švýcarsko a Broumovsko. S oběma regiony tedy SDMB spolupracuje, stejně tak i s Fondem destinace.

Destinační společnost spolupracuje také s orgány cestovního ruchu v ČR – Ministerstvem pro místní rozvoj, Fórem cestovního ruchu, Královéhradeckým krajem, agenturou CzechTourism, Agenturou ochrany přírody a krajiny ČR a s Asociací turistických regionů.

Broumovsko je chráněnou krajinou oblastí, proto je potřeba spolupracovat i se správou CHKO, která sídlí v Polici nad Metují.

**Město Broumov** má již 25 let partnerské město Nowa Ruda. Probíhají společné mikroprojekty pro rozvoj území, rekonstrukce informačních center, česko-polské olympiády a sportovní turnaje či různé kulturní akce. Region Broumovsko & Noworudsko bývá společně představován na veletrzích cestovního ruchu, dále pomocí reklamních materiálů či reklamních spotů. Posledním společným počinem byly QUESTY krajinou bílého a červeného pískovce, questy představují neotřelou formu poznání toho nejzajímavějšího během pěších a cyklistických výletů po okolí Broumovska a Noworudska. V roce 2019 byla také představena mobilní turistická aplikace Broumovsko & Noworudsko & Radkówsko, která opět poskytuje návštěvníkům tipy na výlety s informacemi o jednotlivých zastaveních, o převýšení a trase a délce výletu.

## **2.6 Propagace a image regionu**

O propagaci regionu se snaží většina subjektů sama, což vede k nejednotné a zmatečné propagaci. To se snaží změnit Společnost pro destinační management Broumovska, která reprezentuje region na veletrzích, aktualizuje a rozvíjí webové stránky a účty Broumovska na sociálních sítích (Facebook, Instagram). Mimo jiné také vede marketingovou kampaň na internetu, má svou fotobanku, pořádá setkání bloggerů a influencerů, pořádá semináře s poskytovateli služeb, inzeruje v celonárodním tisku, vytváří interaktivní hru zaměřenou na geoturistiku a památky, graficky zpracovává informační a propagační materiály a roll-upy.

SDMB se snaží využít konferenční prostory v regionu k rozvoji MICE (meetings, events, conferencing, exhibitions) turismu a komunikuje s majiteli a provozovateli konferenčních prostor o možnostech zvýšení počtu kongresových akcí, případně o konferenčních balíčcích (konference, ubytování + stravování, wellness, apod.).

Broumovsko je kromě nádherné přírody známé i filmovým turismem, i tento druh cestovního ruchu je podporován, např. areál Adršpašských skal nabízí „zapůjčení“ skal za 15 000 Kč/natáčecí den.

Svou roli v propagaci regionu mají i jednotlivá informační centra. Každé TIC si vydává své propagační materiály a informační letáčky (seznam ubytovatelů, kulturní program, ...). Zástupci infocenter se ale také účastní veletrhů cestovního ruchu a seminářů pro zlepšení služeb a propagace.

Každá obec má své vlastní webové stránky, kde je mimo jiné kalendář akcí a turistické zajímavosti. I toto chce SDMB sjednotit a na svém webu poskytuje informace o regionu jako celku.

### **2.6.1 Regionální produkty**

Od roku 2011 je Broumovsko členem Asociace značení regionálních produktů. Certifikáty uděluje Společnost pro destinační management Broumova, produkty musí splnit několik kritérií (výroba v regionu, proces výroby nepoškozuje přírodu, jedinečnost spojená s regionem, produkt z místních surovin, ...). Prozatím bylo uděleno celkem 12 certifikátů, jejich seznam lze vidět v příloze B, další regionální produkty by měly být certifikovány na jaře letošního roku.

## **2.7 SWOT analýza Broumova**

Analýzu si zpracovala SDMB na základě semináře s profesionály ze zainteresovaných oblastí cestovního ruchu, který se konal v dubnu 2018 v prostorech broumovského kláštera.

Silné stránky lze doplnit méně nákladnou pracovní silou, základní vybaveností pro cestovní ruch s možnostmi dalšího rozvoje a jedinečným prostorovým rozvržením sídel v krajině.

Do slabých stránek lze doplnit nízkou ekonomickou aktivitu obyvatel a související jevy (nezaměstnanost, kupní síla, kriminalita), vnímání a vztah k okolní přírodě a celkově uzavřenost regionu. Dále nedořešené vlastnické vztahy k nemovitostem, které mnohdy komplikují rekonstrukci jednotlivých objektů nebo komunikací. Rozvoj komplikuje také špatný technický stav dopravní infrastruktury a nedostatečná síť obchodů a služeb.

Významnou příležitostí mohou být volné pozemky a objekty volné k mnohostrannému využití, šíření potřebných informací pro podnikatele a pomoc začínajícím.

Ohrožením regionu může být znehodnocení krajiny a přírody, uzavírání se vnějším podnětům a mimo jiné také potíže největších zaměstnavatelů, což v současné době zažívá společnost VEBA.



Obrázek 6: SWOT analýza Broumova

Zdroj: (Společnost pro destinační management Broumova, 2020)



### **3 Případové studie týkající se turismu v regionu Broumovsko**

V rámci výzkumu rozvoje cestovního ruchu v regionu a zejména toho, jaký vliv na tento rozvoj mají jednotlivé podniky, proběhla dvě dotazníková šetření. První dotazníkové šetření se věnovalo turistům a jejich vnímání služeb a celkově jejich spokojenosti s regionem. Druhý dotazník byl určen pro subjekty podnikající v oboru a zkoumal jejich vnímání rozvoje cestovního ruchu, případně jejich přínos.

V rámci spolupráce se SDMB a TIC Broumov byla získána data o návštěvnosti regionu a řešeno zapojení jednotlivých podnikatelských subjektů do této problematiky.

#### **3.1 Statistiky návštěvnosti regionu**

V regionu převažují turistické cíle bez vstupného a objekty se vstupným nechtějí data o návštěvnosti sdělovat, proto je velmi těžké sledovat počty turistů. Společnost pro destinační management Broumovska proto využívá analýzu geolokačních signalizačních dat. Je to poměrně nová metoda využívající vysoce přesná statistická data mobilního operátora. Výhodou je i objektivnost a nezávislost na chování lidí.

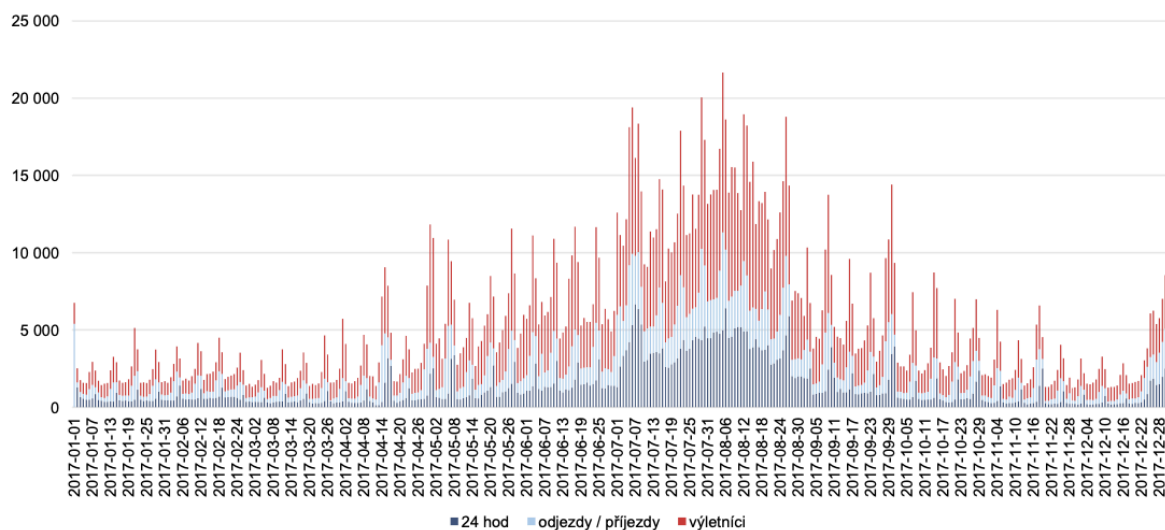
##### **3.1.1 Geolokační analýza**

Společnost T-Mobile provozuje unikátní systém kontinuálního on-line monitoringu aktuálního rozložení obyvatelstva, díky čemuž existuje alespoň částečný přehled o navštěvovanosti Broumovska. Dle těchto dat v roce 2017 region navštívilo celkem 787 221 návštěvníků, z toho bylo 430 410 návštěvníků domácích a 356 811 zahraničních.

Jak lze vidět na obrázku 7, hlavní turistická sezona je v období letních prázdnin, vysoký nárůst počtu návštěvníků lze vidět i v období Velikonoc, Vánoc a během některých státních svátků (1. a 8. května, 28. září). Během letní sezony dosahuje počet výletníků (jednodenních návštěvníků) mimořádně i 20 000.

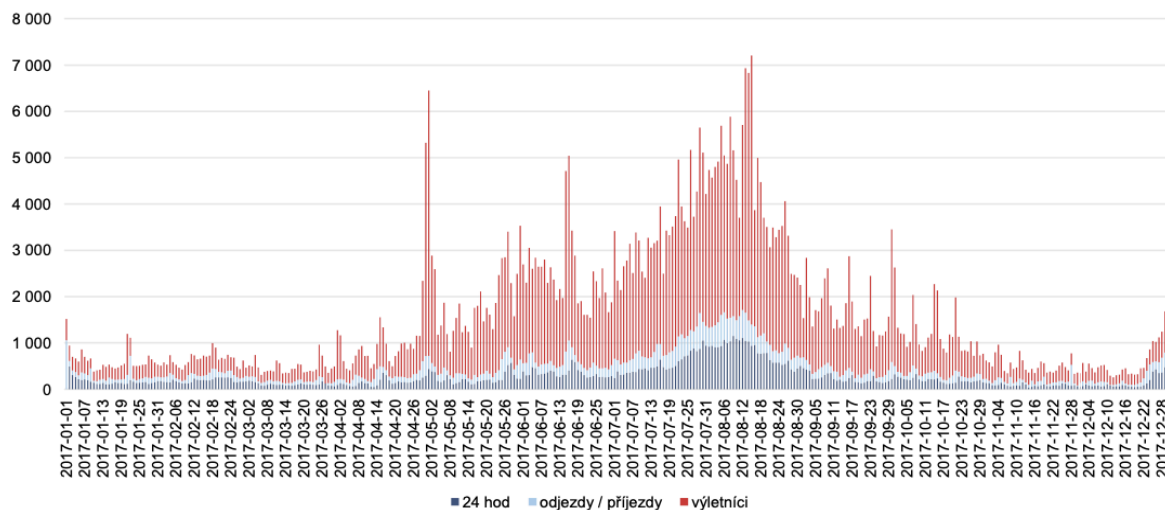
Obrázky 8 a 9 se věnují zahraničním návštěvníkům. Vysoký počet zahraničních návštěvníků je opět v letních měsících a v termínech státních svátků - 1. května (Svátek práce – ČR),

3. května (Svátek práce – PL), 15. června (Svátek Božího těla – PL) a 15. srpna (Nanebevzetí Panny Marie – PL).



Obrázek 7: Návštěvnost Broumovska v roce 2017 (domácí návštěvníci)

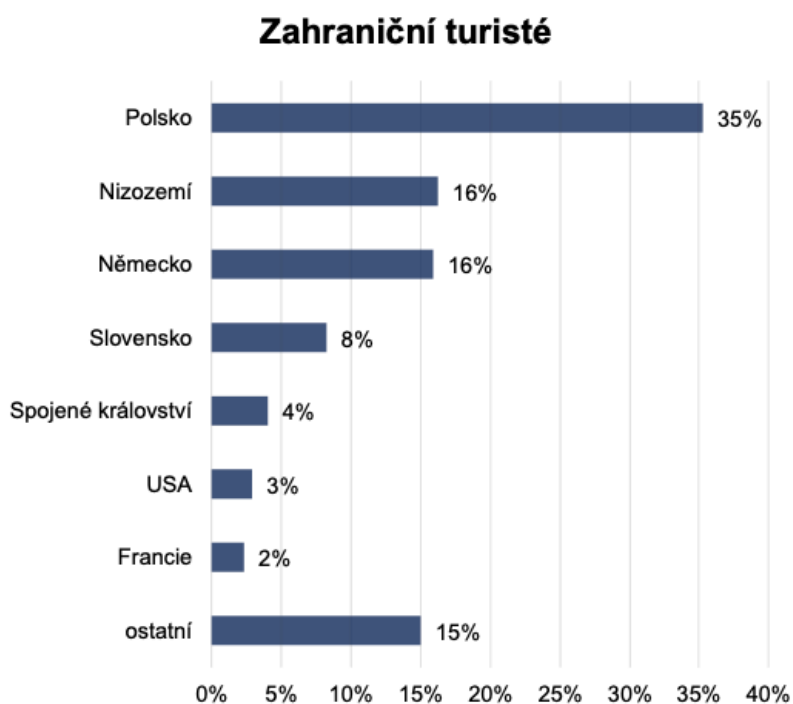
Zdroj: (Společnost pro destinační management Broumovska, 2020)



Obrázek 8: Návštěvnost Broumovska v roce 2017 (zahraniční návštěvníci)

Zdroj: (Společnost pro destinační management Broumovska, 2020)

Nejvíce turistů přijíždí z Polska, většinou jsou to právě jednodenní návštěvy. Na druhém místě jsou současně turisté z Nizozemí a Německa.



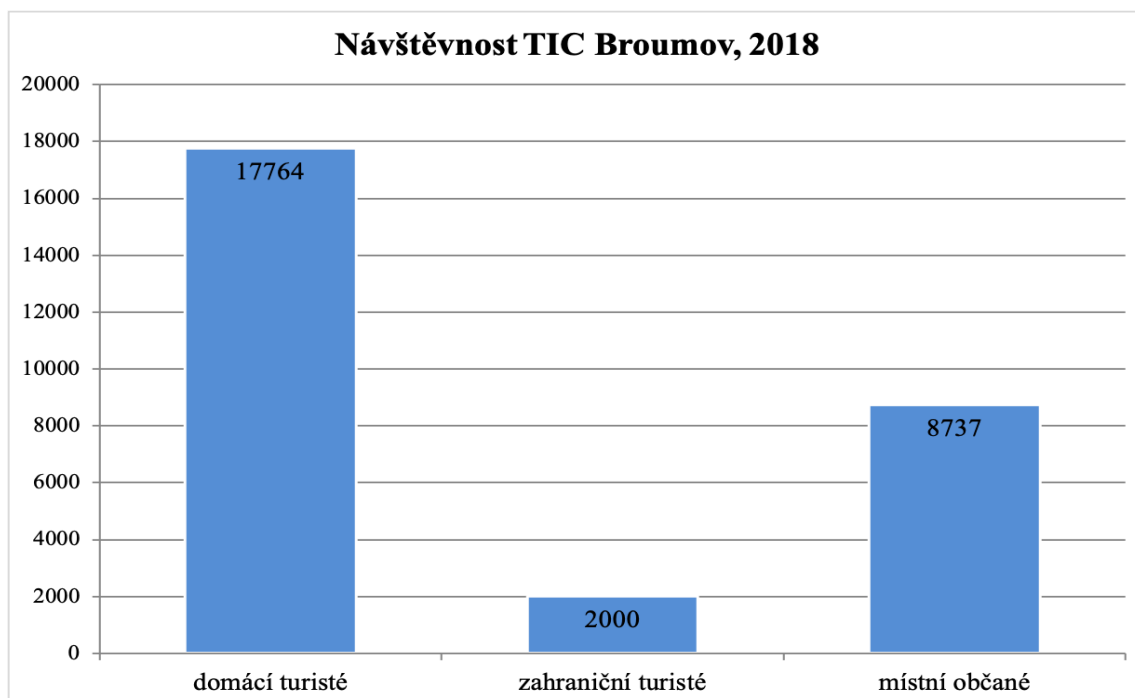
Obrázek 9: Struktura zahraničních návštěvníků, 2017

Zdroj: (Společnost pro destinační management Broumovska, 2020)

### 3.1.2 Návštěvnost TIC Broumov

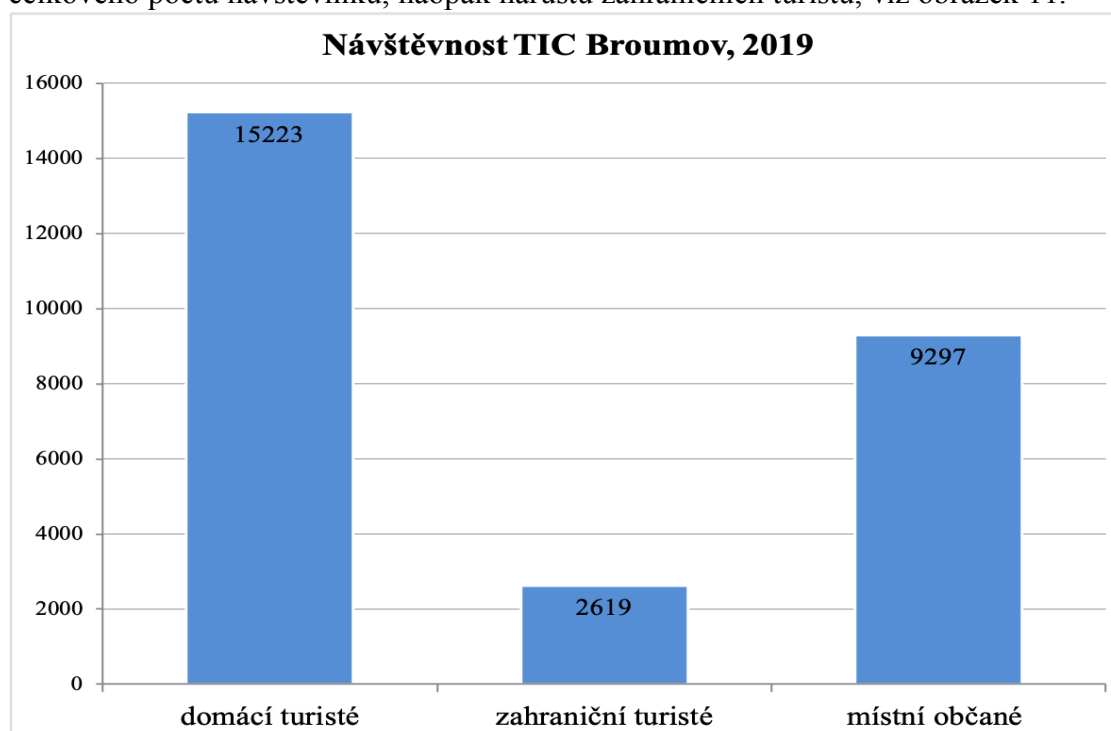
Broumovské informační centrum je v provozu celoročně, poskytuje služby jak turistům, tak místním občanům. Data o návštěvnosti byla vytvořena sčítáním návštěvníků zaměstnanci TIC.

V roce 2018 využilo služeb informačního centra celkem 28 483 osob, z toho 17 764 bylo domácích turistů, 2 000 turistů přijelo ze zahraničí a 8 737 osob byli obyvatelé Broumova, viz obrázek 10.



Obrázek 10: Návštěvnost TIC Broumov v roce 2018  
Zdroj: vlastní zpracování dle (TIC Broumov, 2020)

V roce 2019 do TIC zavítalo 27 139 osob. V porovnání s rokem 2018 došlo k poklesu celkového počtu návštěvníků, naopak nárůstu zahraničních turistů, viz obrázek 11.



Obrázek 11: Návštěvnost TIC Broumov v roce 2019  
Zdroj: vlastní zpracování dle (TIC Broumov, 2020)

## 3.2 Vliv podniků na rozvoj regionu

Největší podíl na rozvoji cestovního ruchu v regionu mají rozvojové organizace v čele se Společností pro destinační management Broumovska.

Několik podnikatelů spolupracuje buď s informačními centry nebo SDMB. Destinační společnosti dávají podniky finanční příspěvky na propagaci regionu, díky tomu jsou zmiňovány v článcích publikovaných SDMB a na sociálních sítích.

### 3.2.1 Rozvojové organizace

Všestranný rozvoj území, tedy i rozvoj cestovního ruchu, je cílem **Dobrovolného svazku obcí Broumovsko** (DSO Broumovsko). DSO sdružuje celkem 14 obcí. Pořádá různé kulturní a sportovní akce, zprostředkovává zapůjčení stanů a skákacích hradů. (Galileo Corporations, 2020a)

**Místní akční skupina Broumovsko** (MAS Broumovsko+) je spolkem, který již přes 15 let pomáhá rozvoji Broumovska. Spolek sdružuje obyvatele regionu, neziskové organizace, podnikatele, obce a v současné době má 58 partnerů. MAS funguje jako unikátní platforma pro setkávání lidí, zároveň aktivně získává a rozděluje dotační prostředky z evropských fondů. Seznam projektů, které byly v posledních letech podpořeny finančními prostředky Evropské Unie je k dispozici v příloze C. (MAS Broumovsko, 2020)

Nezisková organizace **Branka o.p.s.** podporuje trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu na území turistického regionu Kladské pomezí. Mezi hlavní činnosti patří marketing a komunikace, propojování veřejného sektoru se soukromým a vytváření produktů cestovního ruchu. V letním období organizace zajišťuje provoz cyklobusů, v zimním období zajišťuje úpravu běžeckých tratí. (Kladské pomezí, 2020)

Dalším spolkem je **BCB Broumov z.s.**, ten pořádá kulturní a sportovní akce. Board Club Broumov si svépomocí vybudoval areál v Božanově a v loňském roce také areál koupaliště na Janovičkách u Broumova. Cílem spolku je organizování kulturních, sportovních akcí a v současné době také budování zmíněného sportovně-kulturního areálu na Janovičkách. Areál bude sloužit veřejnosti jako celoroční nabídka trávení volného času, bude zde

víceúčelové sportovní hřiště, multifunkční pódium a společenská budova se sálem. (Board Club Broumov, 2019)

Další významnou organizací je **Agentura pro rozvoj Broumovska**. Ta se opět snaží přispět regionálnímu rozvoji, PR regionu a zapojení podnikatelských subjektů a veřejnosti. Agentura má webové stránky, kde turisté i místní mohou najít novinky a důležité informace z regionu. V roce 2018 si Agentura nechala zpracovat Koncepti práce s veřejností v CHKO a Geoparku Broumovsko. Cílem koncepce je

- posílit podporu pro ochranu a péči o přírodní a kulturně-historické dědictví v regionu,
- posílit vztah veřejnosti k místním přírodním a kulturně-historickým hodnotám CHKO a Geoparku Broumovsko,
- vedení návštěvníků i místních k většímu porozumění, péči a významu místa.

Podnikatelům v turismu se doporučuje dokument si pročíst a zjistit, jak podnikatelovy aktivity zapadají do společné komunikace v regionu. Následně, v plánovací části koncepce, lze najít doporučení, jak tyto aktivity vylepšit. (Klášter Broumov, 2020)

### 3.2.2 Podnikatelé v cestovním ruchu

Mezi nejvýznamnější podniky v cestovním ruchu by šlo zařadit **centrum Walzel** v Meziměstí. Již zmíněné víceúčelové centrum přitahuje pozornost domácích i zahraničních turistů. V Česku i Polsku zvou do „Walzlovky“ billboardy s maskotem Walzelu – Švejkm. Komplex se pyšní několika provozy, např. nejmodernějším komplexem krytých stělnic ve střední Evropě a prodejnou zbraní. Většina polských turistů míří do restaurace Švejk nebo do Bowling baru. (Centrum Walzel, 2020)

**Jízdárna Hejtmánkovice** byla vybudována v roce 2014 na typických českých základech. Areál disponuje penzionem se šesti apartmány, zážitek navíc obohacují Fríští koně chovaní na Jízdárně. Největší zájem je ale o svatby v areálu či o pronájem na různé akce. (Penzion Jízdárna Hejtmánkovice, 2020)

Rozvoji cestovního ruchu napomáhá i **farma Wenet** v Broumově. Do regionu jezdí hodně rodin s dětmi, které si farmu velmi oblíbily.

VEBA má dlouhou tradici a rozvoji turismu pomáhá především **VEBA HOTEL RESORT**. Moderní komplex celkem 2 hotelů představuje největší a nejkvalitnější ubytovací prostory v Broumově. Resort má svou restauraci, catering s regionálními produkty, wellness zónu a konferenční prostory. (Hotel Veba, 2020)

O nárůst počtu zahraničních turistů se částečně zasloužili v **kempu U Potoka** v Božanově. Majitelé jsou Holanďané žijící v České republice a hlavní klientelou jsou tedy zahraniční klienti (Holanďané, Němci, Britové, ...).

Dále lze zmínit golfové hřiště a penzion **Grosshof** v Broumově. Hřiště bylo zvoleno nejlepším devítijamkovým hřištěm České republiky za rok 2019, proto ho využívají hráči i rodiny z celé republiky. (Grosshof Golf Club, 2020)

Důležité je nevynechat **broumovský klášter**, který sice není podnikatelským subjektem, ale na rozvoj turismu v regionu má obrovský vliv. Klášter nabízí nejen prohlídkové okruhy, ale i ubytování, restauraci, kavárnu a konferenční prostory. Tedy vše, co turista při svém pobytu potřebuje. Zároveň pronajímá prostory pro pořádání akcí, natáčení nebo svateb. Klášter organizuje velké množství akcí během roku: večerní meditace, výstavy a koncerty, ochutnávky vín, hornové kurzy apod. Významný je letní hudební festival Za poklady Broumavska, deset výjimečných podvečerních koncertů českých i zahraničních umělců v unikátních broumovských kostelech. Koncerty přitahují pozornost turistů a zároveň oslavují a zvyšují povědomí o broumovské architektuře. (Klášter Broumov, 2020)

### 3.2.3 Turistická informační centra

Turistická informační centra bývají zřizována městy, tudíž spolupracují jak s městem, tak s rozvojovými organizacemi (Broumovské TIC spolupracuje se SDMB a nyní i s Centrálou cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, kde má Broumov zástupce v municipální komoře a samozřejmě s ostatními infocentry).

TIC také zdarma prezentují na webových stránkách a v tištěných letáčcích ubytovací a stravovací zařízení či jiné služby cestovního ruchu.

Broumovské informační centrum začalo ve spolupráci s panem Košňarem pořádat zájezdy do polského příhraničí, které jsou místními obyvateli hojně využívány.

### 3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Jak již bylo zmíněno, pro potřebu bakalářské práce proběhla dvě dotazníková šetření.

#### 3.3.1 Turisté a jejich vnímání regionu

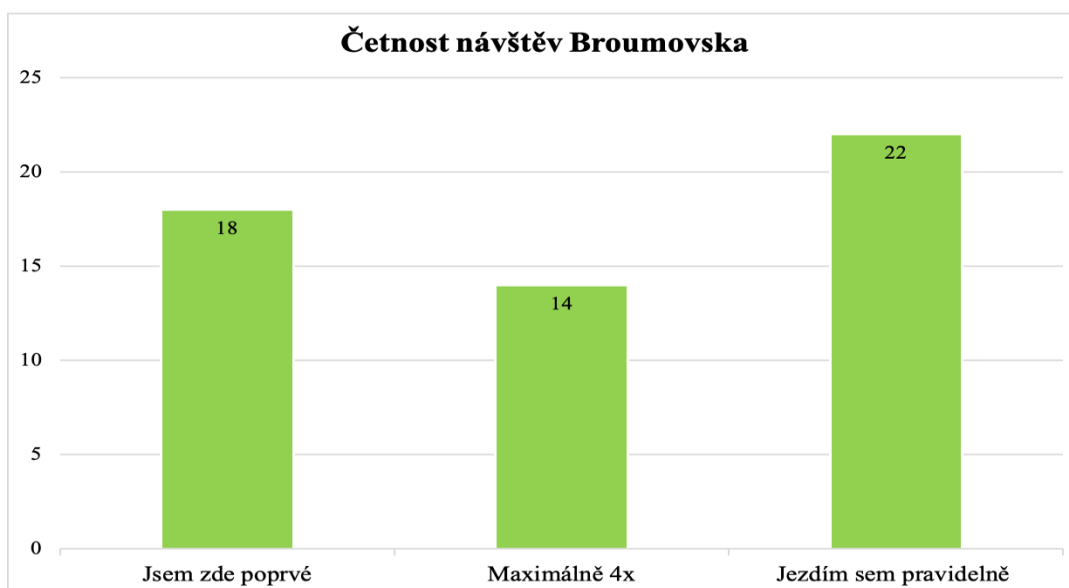
Cílem šetření bylo zjistit spokojenost návštěvníků s nabízenými službami a jejich celkové povědomí o regionu. Dotazování probíhalo od června 2019 do ledna 2020, během letní sezony byly dotazníky dostupné v informačním centru v Broumově, během podzimu a zimy probíhalo dotazování on-line, bylo využito facebookového profilu Broumovska a facebookové skupiny Cestování po ČR. Podařilo se získat celkem 54 odpovědí.

Výsledky šetření slouží k identifikaci toho, na co by se měly podniky a rozvojové organizace zaměřit a co turisté shledávají jako nevyhovující.

Pro přehlednost byly výsledky šetření zpracovány do sloupcových grafů. Vzor dotazníku je k dispozici v příloze D.

#### Otázka č.1: Kolikrát jste již byl/a na Broumovsku?

Nejvíce respondentů jezdí do regionu pravidelně, 18 turistů však uvedlo, že jsou v regionu poprvé.



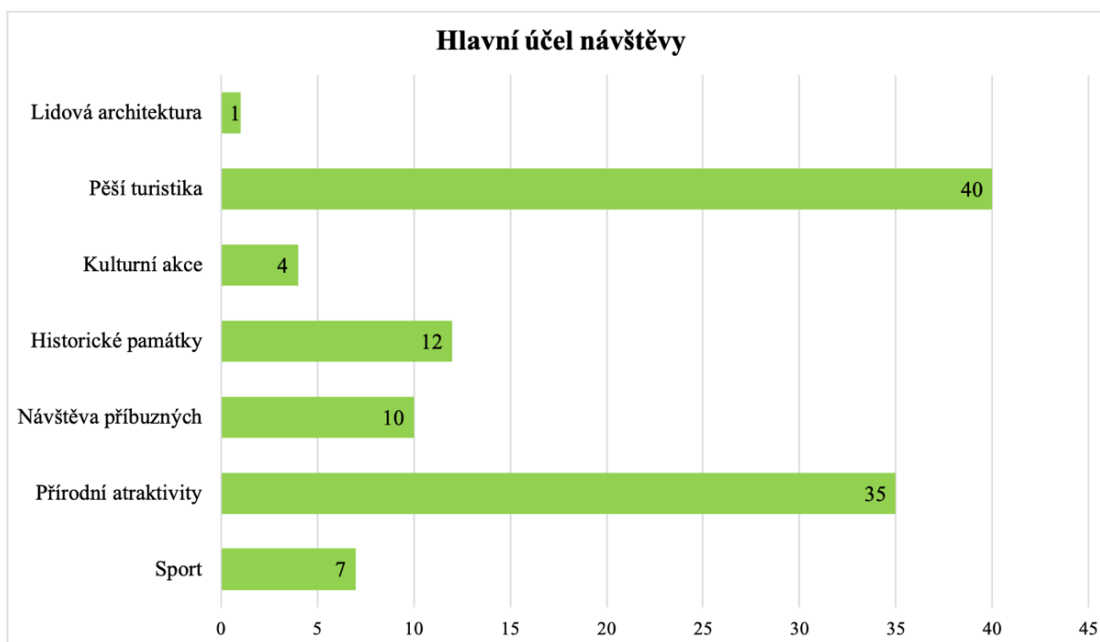
Obrázek 12: Četnost návštěv Broumovska

Zdroj: vlastní zpracování



### Otázka č.2: Za jakým účelem jste do regionu přijel/a?

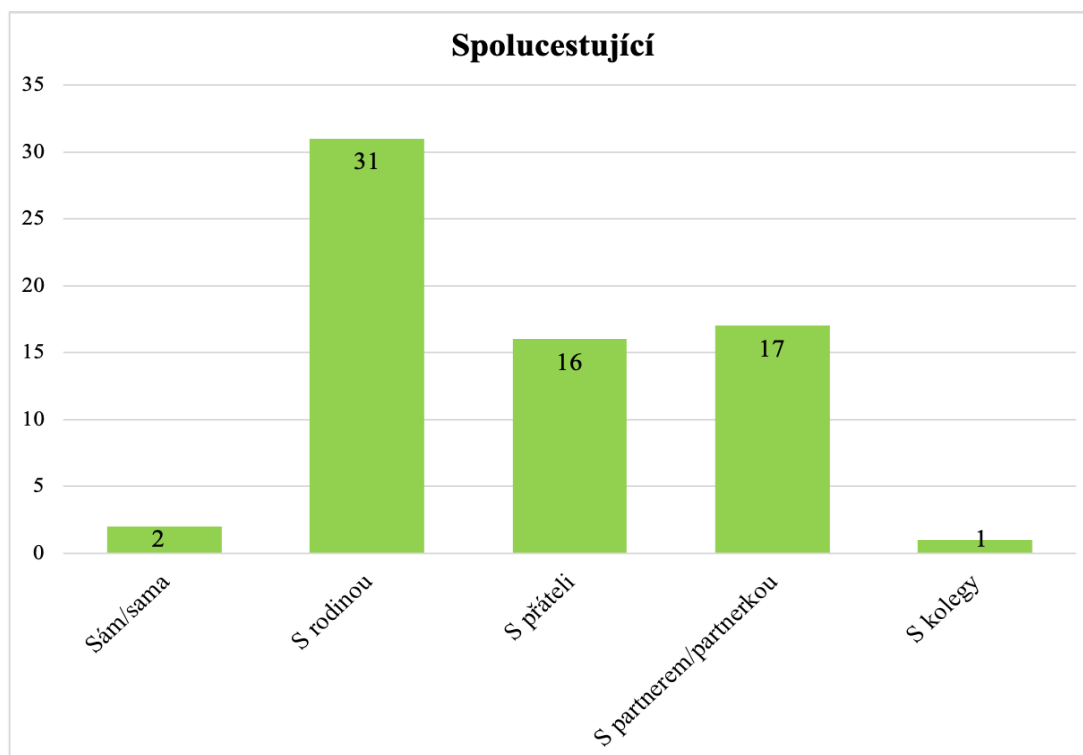
Respondenti mohli vybírat více možností, tudíž součet responzí je vyšší než počet respondentů. Hlavním účelem návštěvy regionu byla nejčastěji pěší turistika a přírodní atraktivita. Historické památky byly hlavním cílem pouze 12 respondentů.



Obrázek 13: Hlavní účel návštěvy  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.3: S kým jste do regionu přijel/a?

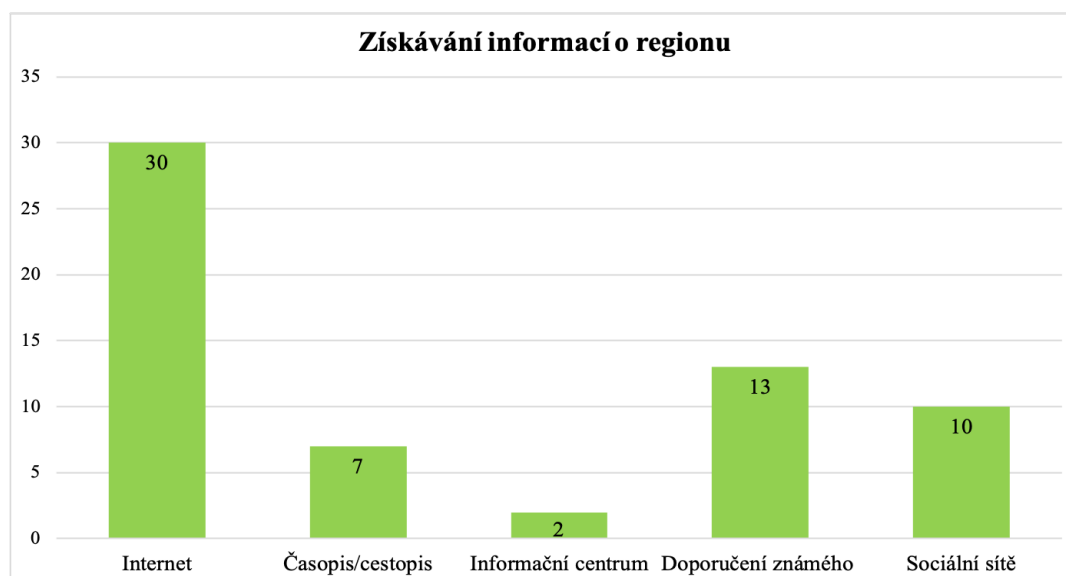
I u této otázky mohli respondenti vybrat více možností, nejvíce turistů na Broumovsko přijelo s rodinou, partnerem nebo partnerkou a s přáteli.



Obrázek 14: Spolucestující turisté  
Zdroj: vlastní zpracování

#### Otázka č.4: Kde jste se o regionu dozvěděl/a a odkud jste získával/a informace?

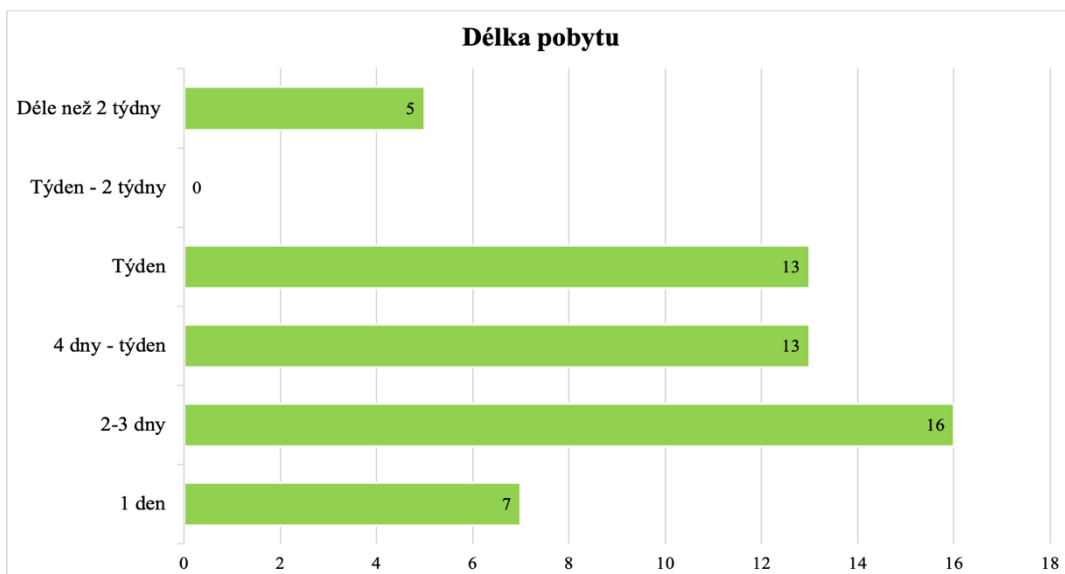
Mezi zdroji informací převládá internet, hned po něm doporučení známého nebo sociální sítě. Nejméně turistů využilo informační centrum (včetně webových stránek jednotlivých měst).



Obrázek 15: Získávání informací o regionu  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.5: Jak dlouhý je Váš pobyt v regionu?

Během letní sezony se nejčastěji objevovala odpověď 2-3 dny, 4 dny-týden nebo týden. Na dobu delší než 2 týdny do regionu přijelo pouze 5 osob.



Obrázek 16: Délka pobytu  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.6: Sledujete účet Broumovska na sociálních sítích?

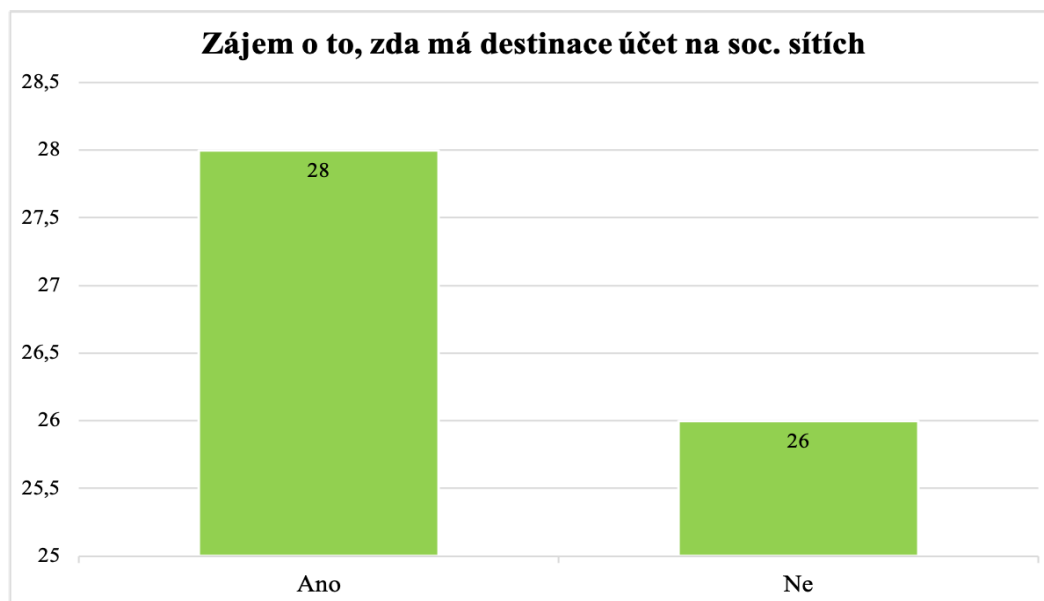
Profil Broumovska na sociálních sítích nesleduje téměř polovina (25) dotázaných.



Obrázek 17: Sledování účtu Broumovska na sociálních sítích  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.7: Zajímá Vás jako turistu, zda má destinace účet na sociálních sítích?

O to, zda má destinace profil na sociálních sítích se zajímá více než polovina dotázaných. To indikuje, že by měl být kladen větší důraz na online marketing a využívání soc. sítí.



Obrázek 18: Zájem turistů o to, zda má destinace účet na sociálních sítích  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.8: Jak hodnotíte jednotlivé služby na Broumovsku?

Jednotlivé kategorie služeb hodnotili turisté na škále 1 (nejlepší kvalita) – 5 (nejhorší kvalita). Navíc byla přidána možnost 0 (nemohu posoudit), protože ne všichni turisté využili všech služeb v regionu.

#### Otázka č. 8.1: Kultura

Co se týká počtu a kvality kulturních akcí a zájemů pro pořádání akcí, nejvíce respondentů zvolilo možnost 0, tedy nemohu posoudit. Dalo by se tedy říci, že většina respondentů na Broumovsku nenavštívila žádnou kulturní akci. Počet a kvalita akcí si pak „vysloužili“ průměrnou známku 1,7, zájemů akcí 1,5.

#### Otázka č. 8.2: Informační služby – TIC

V informačních centrech byli turisté nejvíce spokojeni s chováním personálu (modus = 1, průměr = 1,56). Rozsah služeb, kvalitu a množství informačních materiálů, rychlost

poskytnutí služby a ceny hodnotili turisté shodně nejčastěji známkou 2, průměrné hodnocení se pohybuje v rozmezí 1,66 – 2,16.

### **Otázka č. 8.3: Ubytovací služby**

I v této kategorii získalo nejlepší hodnocení chování personálu (modus = 1, průměr = 1,63). Kvalita ubytování a vybavení, doplňkové služby a ceny získaly nejčastěji známkou 2, průměr se oproti informačním službám pohybuje v nižším rozmezí, a to 1,74 – 1,94.

### **Otázka č. 8.4: Stravovací služby**

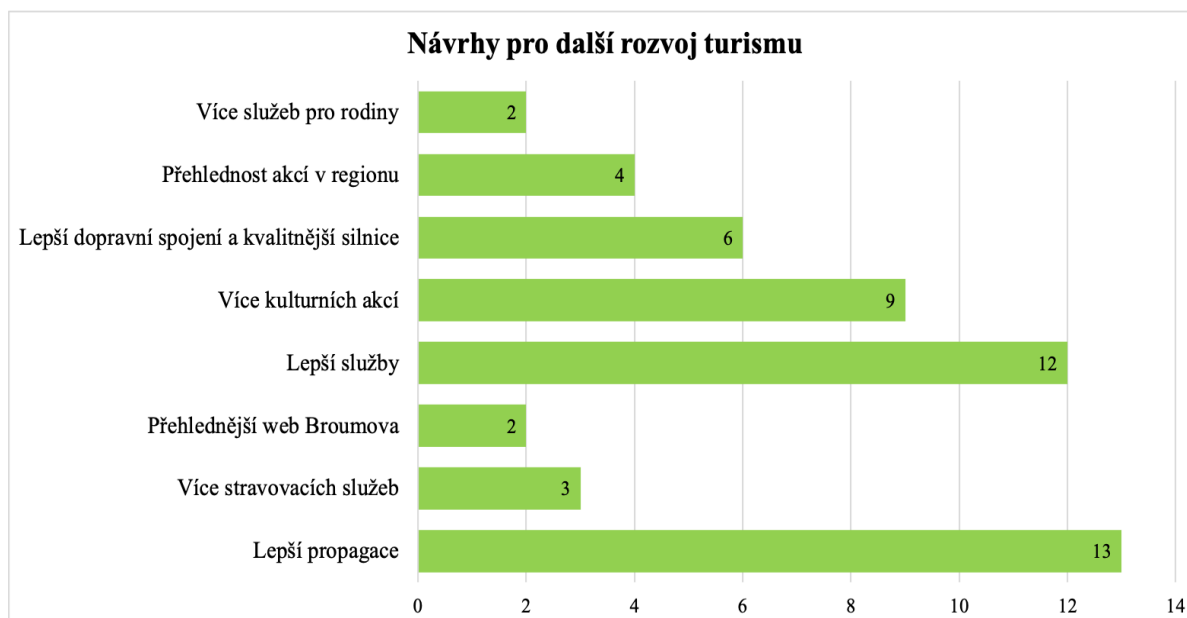
Stravovací služby získaly nejhorší hodnocení. Modus se u rozsahu a přehlednosti menu, cenového rozsahu, chování personálu i množství stravovacích zařízení rovná 2, průměr se pohybuje mezi 1,91 a 2,48. Kvalitu jídla hodnotilo nejvíce turistů známkou 3, průměrem 2,22.

### **Otázka č. 8.5: Jaká je Vaše celková spokojenost se službami?**

Celkovou spokojenost se službami v regionu respondenti hodnotili na škále 1-5. Nejvíce respondentů bylo se službami spokojeno (hodnocení 2), průměrné hodnocení je 2,3.

### **Otázka č.9: Co by dle Vašeho názoru pomohlo rozvoji cestovního ruchu na Broumovsku?**

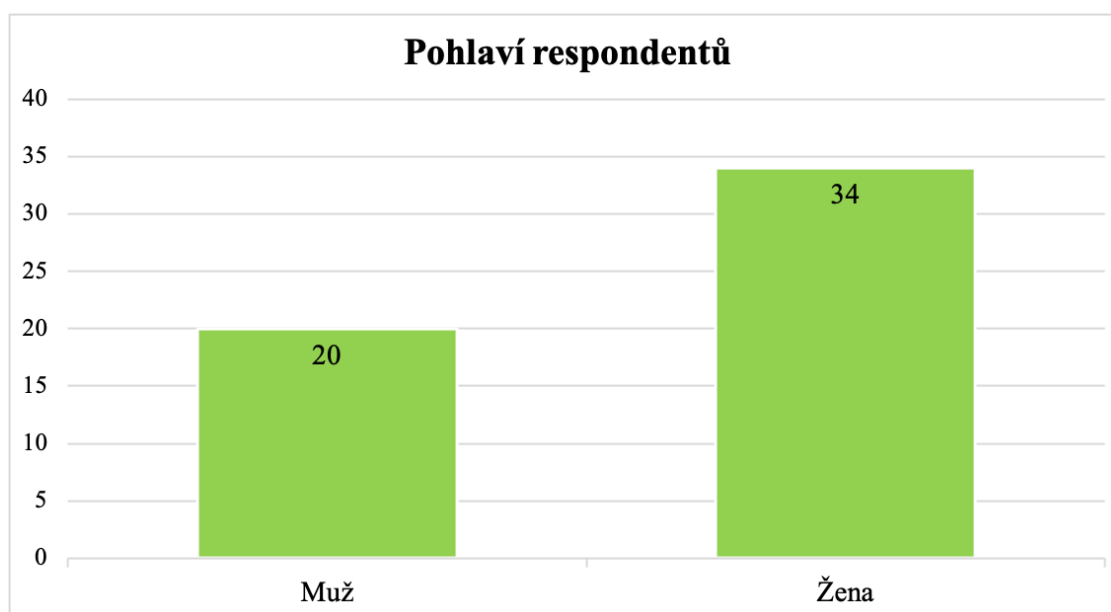
Jediná otevřená otázka v dotazníku se týkala návrhů na rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku. Nejvíce respondentů navrhlo lepší propagaci a lepší služby. Často se také objevoval nápad na pořádání více kulturních akcí, což koresponduje i s hodnocením kulturních akcí. Dalšími návrhy bylo lepší dopravní spojení a lepší kvalita komunikací, přehlednější web Broumova a přehled o akcích v regionu, více stravovacích služeb a více služeb pro rodiny, které jsou významnou částí turistů.



Obrázek 19: Návrhy pro další rozvoj turismu v regionu  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.10: Jaké je Vaše pohlaví?

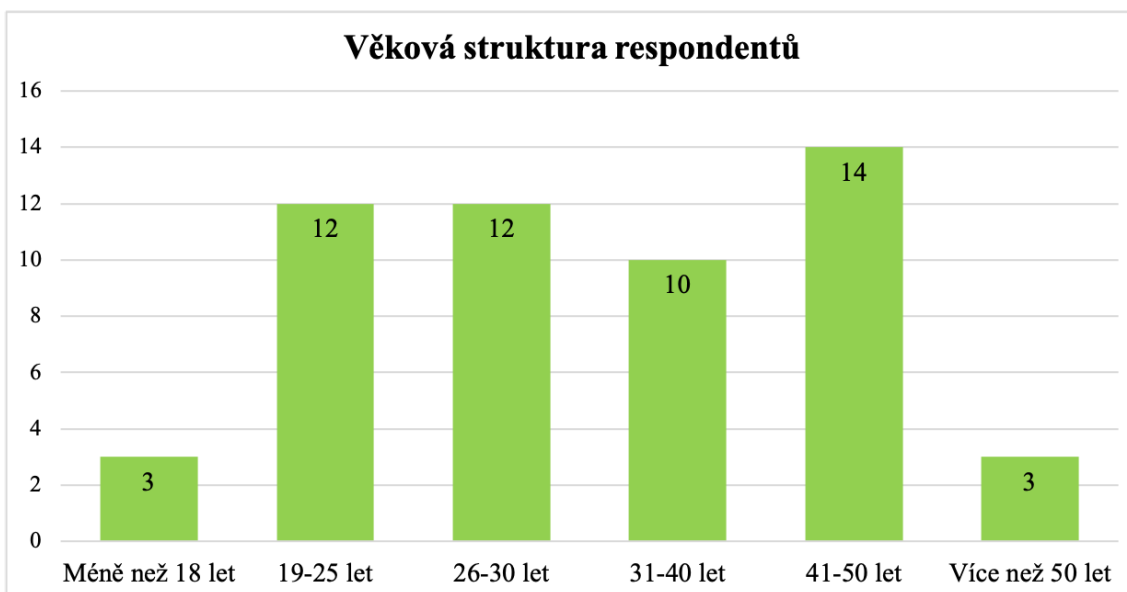
Mezi respondenty převládaly ženy (63 %).



Obrázek 20: Pohlaví respondentů  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.11: Jaký je Váš věk?

Naprostá většina respondentů byli lidé v produktivním věku (19-50 let).

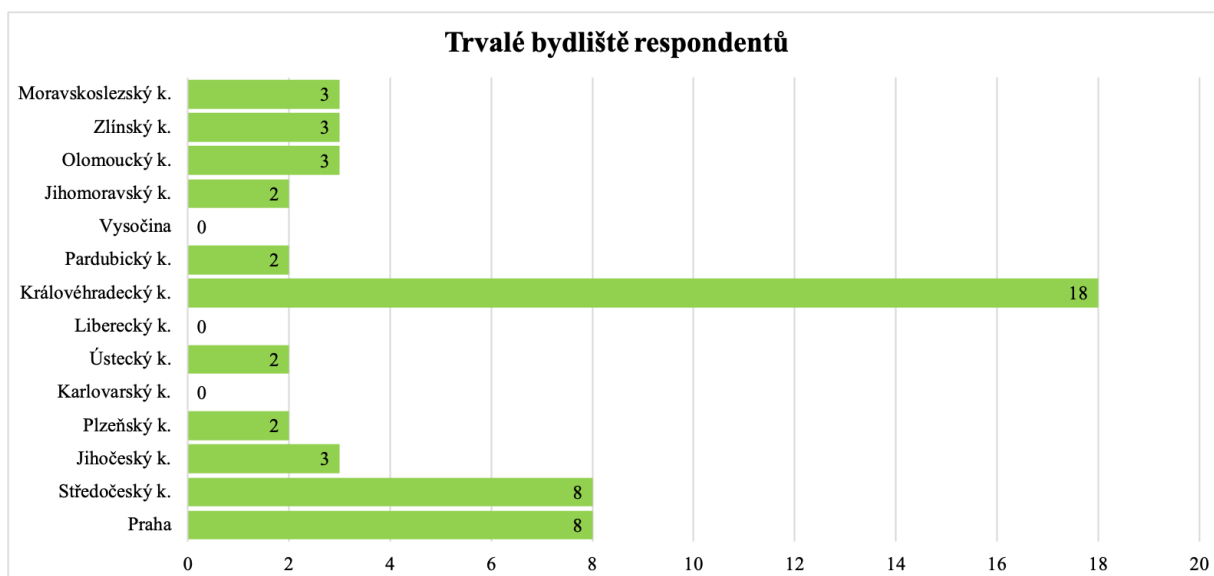


Obrázek 21: Věková struktura respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.12: Z jakého kraje jste na Broumovsko přijeli?

Nejvíce turistů do regionu přijelo z Královéhradeckého kraje. Naopak z Karlovarského kraje a z Vysočiny nepocházel nikdo z respondentů.



Obrázek 22: Trvalé bydliště respondentů

Zdroj: vlastní zpracování

### 3.3.2 Podniky a jejich vliv na rozvoj regionu

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, zda a případně jak moc ovlivňují podniky v cestovním ruchu rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku. Proto se druhé dotazníkové šetření zabývalo těmito podniky a jejich vlivem.

Dotazování probíhalo od podzimu 2019 do března 2020 formou on-line odkazu přes platformu Survio. Odkaz na dotazníky byl rozesílán e-mailem, dodatečné dotazování poté probíhalo návštěvou daného podniku. Celkem se podařilo získat odpovědi od 23 podnikatelů.

Pro přehlednost byly výsledky šetření taktéž zpracovány do sloupcových grafů. Vzor dotazníku je k dispozici v příloze E.

#### Otázka č.1: Jaké služby Váš podnik poskytuje?

Na první otázku mohli respondenti vybrat více odpovědí, protože mohou poskytovat více služeb. Nejvíce respondentů bylo ze sektoru ubytování a stravování.



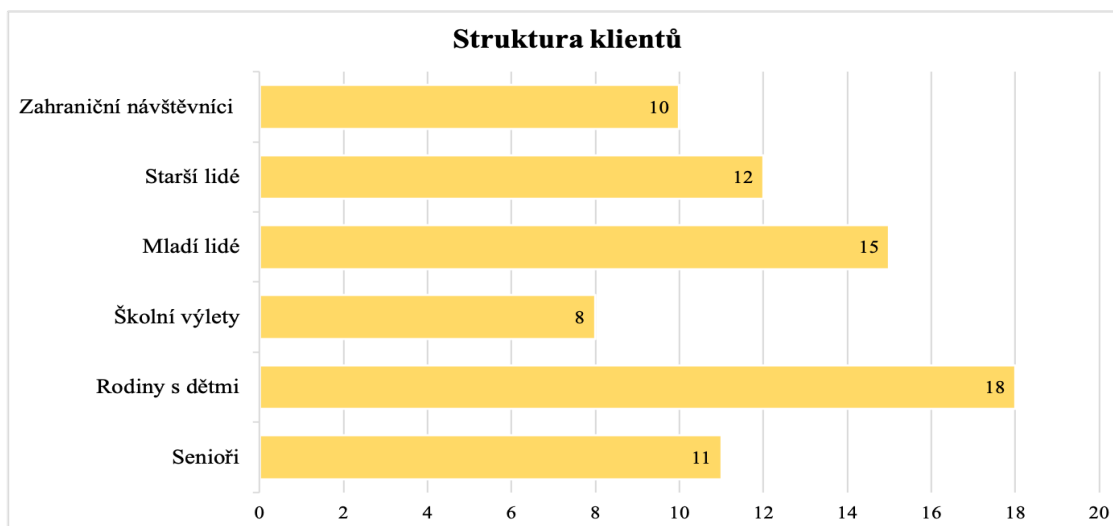
Obrázek 23: Převažující činnost podniků

Zdroj: vlastní zpracování



## Otázka č.2: Jací klienti nejvíce využívají Vašich služeb?

Struktura klientů je rozmanitá a jednotlivé skupiny jsou poměrně rovnoměrně zastoupeny. Nejvíce služeb respondentů využívají rodiny s dětmi, mladí lidé a starší lidé. Nejméně naopak školní výlety a školy v přírodě.



Obrázek 24: Struktura klientů  
Zdroj: vlastní zpracování

## Otázka č.3: Máte stálou klientelu nebo zákazníky, kteří se alespoň jednou vrátili?

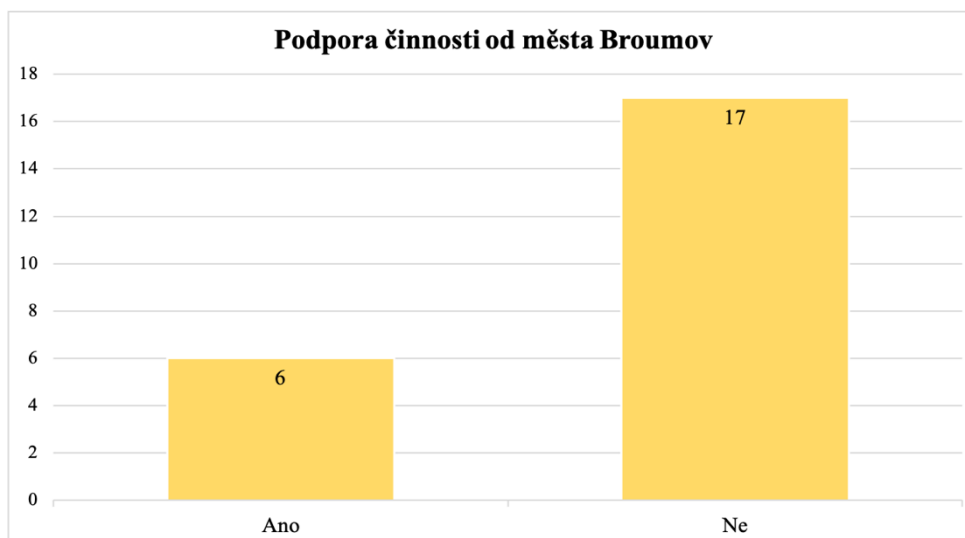
Většina podniků uvedla, že mají stálou klientelu. Pouze dva podniky nedokázaly určit, zda stálou klientelu mají či se k nim zákazníci alespoň jednou vrátili.



Obrázek 25: Stálá klientela podnikatelů  
Zdroj: vlastní zpracování

#### Otázka č.4: Podporuje nějakým způsobem město Broumov Vaši činnosti?

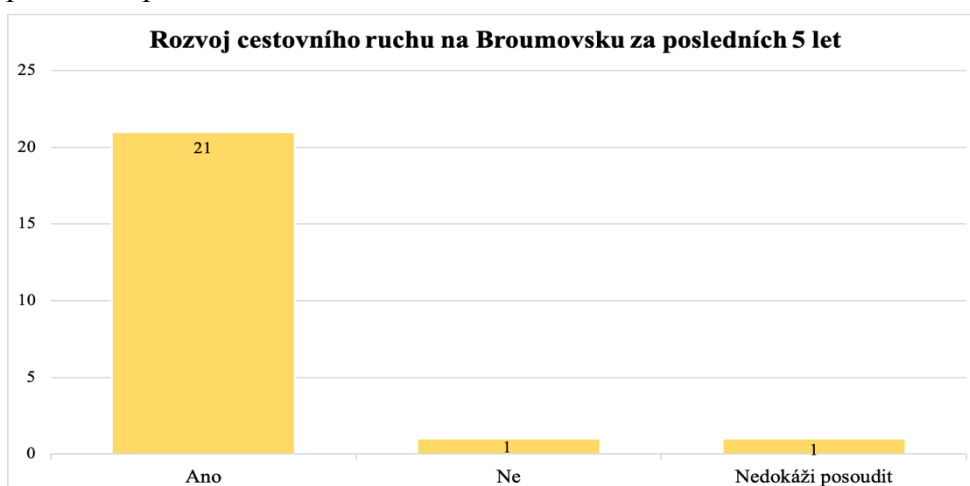
Většinu podnikatelů město Broumov žádným způsobem nepodporuje. Ti, co podporu města mají jsou většinou organizační složkou města či získávají finanční podporu.



Obrázek 26: Podpora činnosti od města Broumov  
Zdroj: vlastní zpracování

#### Otázka č.5: Vnímáte rozvoj cestovního ruchu a nárůst počtu turistů na Broumovsku za posledních 5 let?

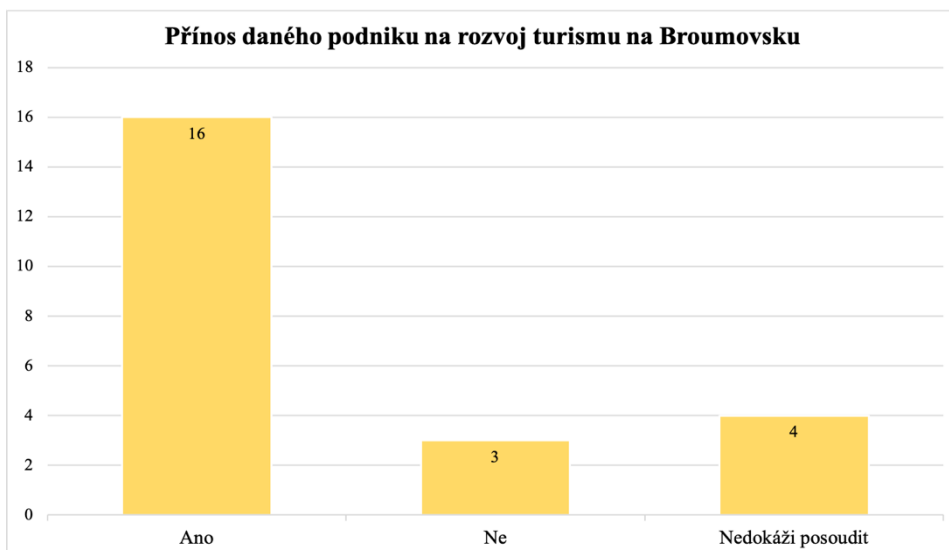
Odpovědi na tuto otázku byly poměrně jednoznačné – 21 ze 23 respondentů uvedlo, že vnímají rozvoj turismu v regionu za posledních 5 let. To je pro region i rozvojové organizace pozitivní zpráva.



Obrázek 27: Rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku za posledních 5 let  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.6: Vnímáte přínos Vašeho podniku na rozvoj cestovního ruchu v regionu?

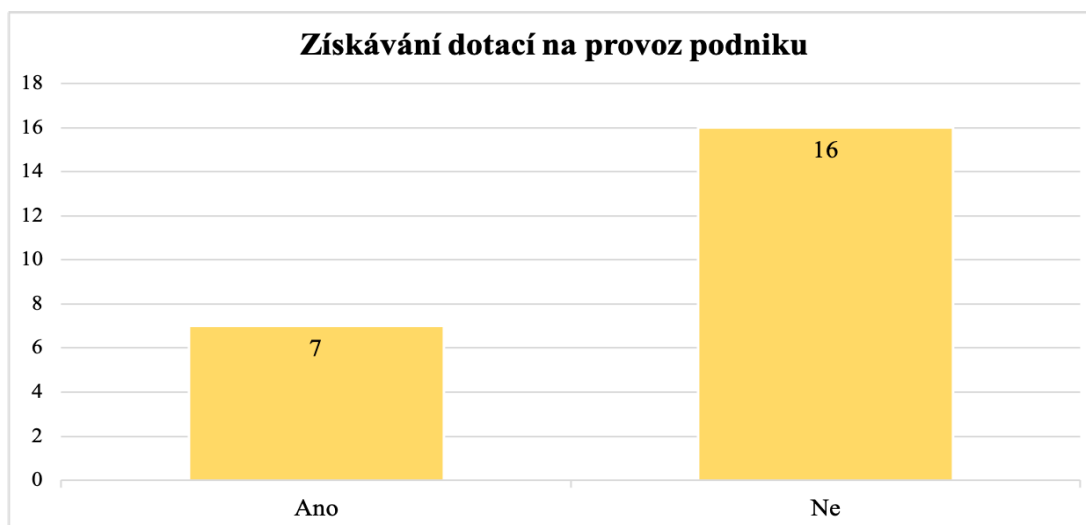
Na otázku, zda mají podnikatelé pocit, že na rozvoji cestovního ruchu mají svůj podíl, odpověděla většina kladně. Tři podniky uvedly, že ne a čtyři tuto skutečnost nedokázaly posoudit.



Obrázek 28: Přínos daného podniku na rozvoj turismu na Broumovsku  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.7: Získáváte dotace na provoz podniku?

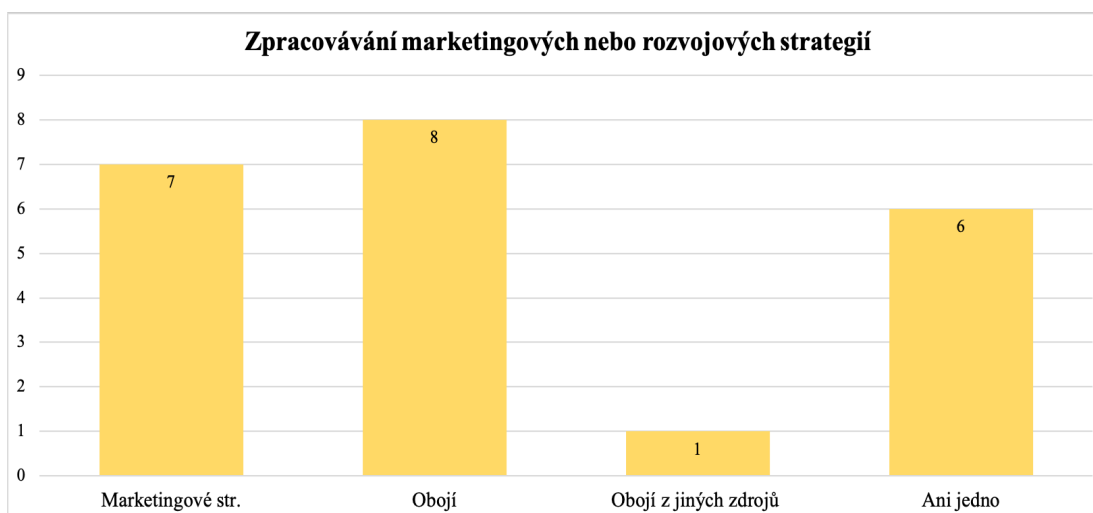
V problematice dotací uvedla většina podniků, že dotace na svůj provoz nezískává. Sedm podniků dotace získává, většinou se jedná o TIC, která využívají prostředky Evropské Unie.



Obrázek 29: Získávání dotací na provoz podniku  
Zdroj: vlastní zpracování

**Otázka č.8: Zpracováváte si vlastní marketingové nebo rozvojové strategie nebo využíváte strategie zpracované jiným subjektem?**

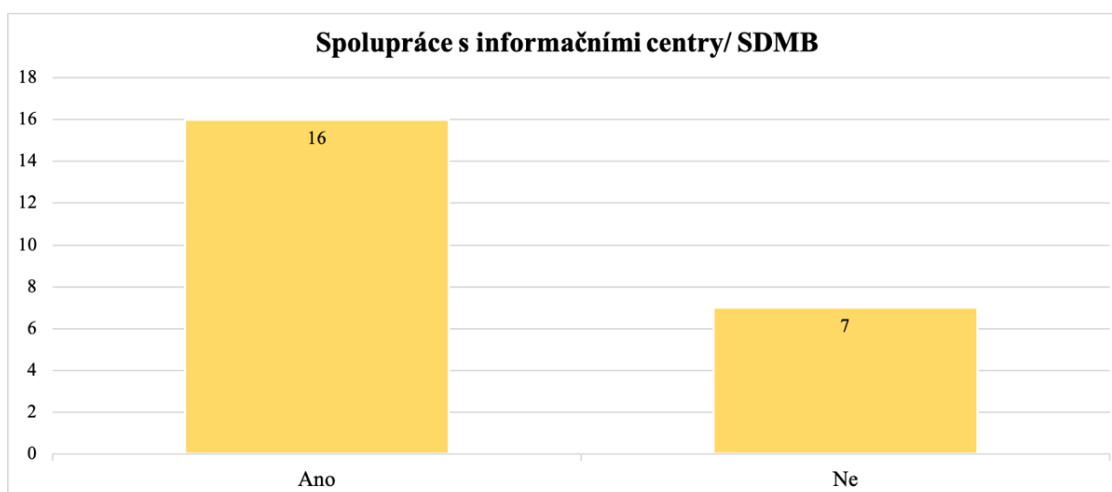
Nikdo z respondentů si nezpracovává pouze rozvojové strategie, nejvíce podnikatelů si samo zpracovává marketingové i rozvojové strategie. Sedm respondentů uvedlo, že si zpracovávají pouze marketingové strategie, šest zvolilo možnost, že si nezpracovávají ani jedno ani nevyužívají tyto dokumenty z jiných zdrojů.



Obrázek 30: Zpracovávání marketingových nebo rozvojových strategií  
Zdroj: vlastní zpracování

**Otázka č.9: Spolupracujete s informačními centry nebo Společností pro destinační management Broumovska?**

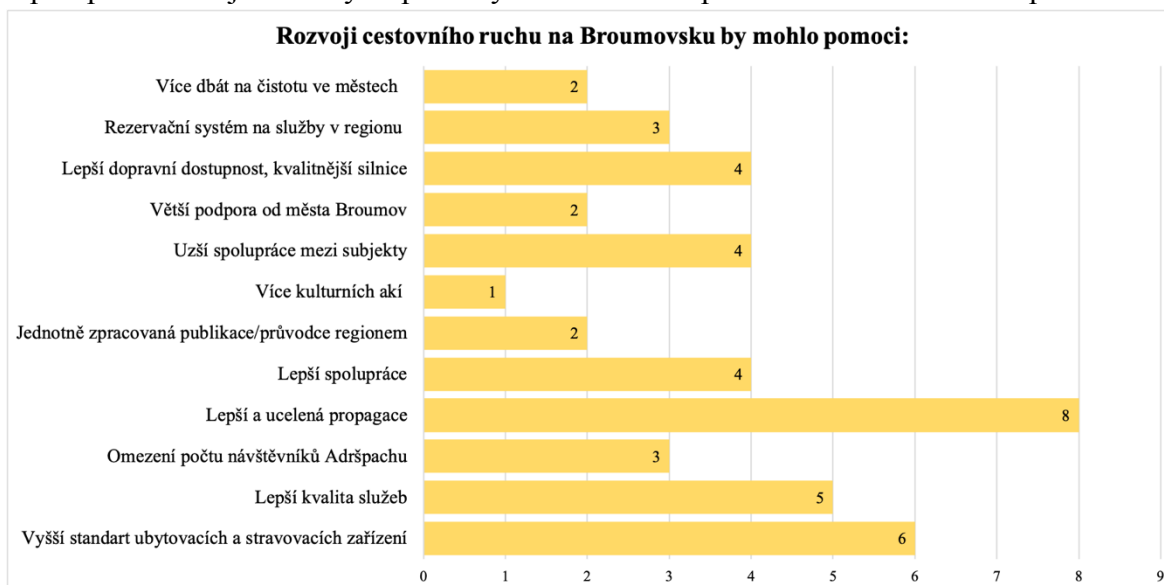
S informačními centry nebo SDMB spolupracuje 16 respondentů.



Obrázek 31: Spolupráce s informačními centry/SDMB  
Zdroj: vlastní zpracování

### Otázka č.10: Co by podle Vašeho názoru pomohlo rozvoji cestovního ruchu na Broumovsku?

I podniky měly možnost uvést návrhy na rozvoj turismu. Nejvíce podniků by zlepšilo a ucelilo propagaci. Dále podniky uváděly zlepšení standartu ubytovacích a stravovacích zařízení či celkově lepší kvalitu služeb, lepší dopravní dostupnost a kvalitnější silnice, lepší spolupráci mezi jednotlivými podniky nebo omezení počtu návštěvníků v Adršpachu.



Obrázek 32: Návrhy na rozvoj turismu na Broumovsku  
Zdroj: vlastní zpracování

#### 3.3.3 Zhodnocení dotazníkového šetření

Výsledky dotazníkového šetření ohledně turistů a jejich vnímání regionu mohou sloužit jako podklad pro informační centra, rozvojové organizace i podnikatele v cestovním ruchu k identifikaci hlavních problémů a jejich řešení.

Z vyhodnocení lze říci, že region není moc známý, většina turistů přijela z Královéhradeckého kraje a do regionu jezdí pravidelně. Cílem turistů jsou převážně přírodní atraktivity a pěší turistika, historické památky bývají často alternativou pěším výletům při špatném počasí.

Na Broumovsko jezdí převážně rodiny na kratší dovolené, nejčastěji na 2-3 dny (prodloužený víkend).

Služby pro turisty byly nejčastěji hodnoceny známkou 2, dalo by se tedy říci, že mají dobrou kvalitu. I přesto se mezi návrhy na zlepšení často objevoval návrh na lepší služby.

Lze tedy říci, že Broumovsko disponuje dostatečným množstvím předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, byť mnohdy v nedostatečné kvalitě.

Dotazníky určené podnikatelským subjektům dokazují, že v regionu převládají ubytovací a stravovací zařízení. Mezi klienty převládají rodiny s dětmi, což koresponduje i s dotazníky pro turisty.

Skutečnost, že se turisté do regionu vrací dokazuje i to, že téměř všechny podniky mají svou stálou klientelu nebo klienty, kteří se alespoň jednou vrátili.

Většinu podniků město Broumov nijak nepodporuje, což může být podnětem pro vylepšení. Stejně tak i skutečnost, že více než polovina podniků nezískává dotace na provoz nebo rozvoj podniku.

Významným zjištěním bylo vnímání rozvoje cestovního ruchu a přínosu podniků tomuto rozvoji. Téměř všechny podnikatelské subjekty vnímají rozvoj turismu v regionu od roku 2014 (za posledních 5 let), více než polovina subjektů pak věří, že přímo oni mají na tento rozvoj vliv.

Snahu o zlepšení propagace a spolupráce lze potvrdit tím, že nadpoloviční většina dotázaných nějakým způsobem spolupracuje s turistickými informačními centry nebo Společností pro destinační management Broumovska.

Návrhy na další rozvoj cestovního ruchu v regionu by měly být podkladem pro města a obce na Broumovsku, rozvojové organizace, informační centra ale i pro další podnikatelské subjekty.

Obě dotazníková šetření měla významný přínos. Poskytují jasný pohled jak na kvalitu a rozsah služeb na Broumovsku, tak na celkovou image a vnímání regionu. Výsledky budou kromě této práce sloužit také informačním centrům a rozvojovým společnostem pro další zpracování.

## 4 Podpora podniků a její zhodnocení

Královéhradecký kraj představil koncepci Chytrého regionu, jejíž cílem je pomáhat vytvářet optimální podmínky pro zavádění chytrých technologií a přístupů na území kraje. V rámci koncepce buduje síť partnerů, poskytuje informační servis a napomáhá konceptům chytrých přístupů.

Čerpání více finančních prostředků a lepší koordinaci aktivit za účelem lepšího využití potenciálu cestovního ruchu v kraji má za úkol Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje.

Královéhradecký kraj tedy poskytuje především podporu finanční, kromě financí poskytuje i informace, rady a tipy na získání finančních prostředků ze státního rozpočtu, nebo z rozpočtu Evropské Unie. Kraj ročně na rozvoj cestovního ruchu vynaloží přibližně 10 milionů korun.

Město Broumov dříve vyhlášovalo dotační programy, kterými podporovalo projekty zaměřené na veřejně prospěšnou činnost, především v oblasti kultury, sportu, volnočasových a společenských aktivit. Obdobný systém provozovalo i město Teplice nad Metují. V roce 2020 má však město Broumov pouze program pro poskytování dotací na opravu a údržbu vzhledu budov historické či architektonické hodnoty.

Informační podporu poskytují jednotlivá informační centra – podnikatelům nabízí zdarma inzerci na webových stránkách či v tištěných materiálech. Taktéž poskytují informace turistům, kteří se přijdou do TIC zeptat například na dobrou restauraci či jiné služby. Informační centra také zpracovávají kulturní přehled na daný měsíc a některá nabízí možnost vylepení plakátů na plochách před infocentry.

Podpora není dostatečná, finanční příspěvky jsou nedostačující a spojené s množstvím administrativních požadavků. Finance z kraje bývají přednostně poskytovány větším regionům, propagace kraje jako celku se o Broumovsku také příliš nezmiňuje (kromě Adršpašsko-Teplických skal). Ani jednotlivá města a obce podniky finančně téměř nepodporují, finanční podpora je určena pouze spolkům. Informační podpora je podmíněna návštěvou webových stránek jednotlivých měst a obcí nebo přímo informačních center.

Propagace od Společnosti pro destinační management je taktéž podmíněna, a to finančním příspěvkem společnosti.

V dotazníkovém šetření turisté navrhovali více kulturních akcí, řešením by mohla být větší podpora pořádání akcí ze strany měst a obcí, a to jak finanční, tak např. propagační. Na akcích pořádaných městy by také mohly vzniknout reklamní plochy, které by si mohly jednotlivé podniky pronajmout a využívat k propagaci.

V rámci větší propagace regionálních produktů, které získávají čím dál větší význam, lze doporučit městům při jarmarcích, trzích ale i během jednotlivých akcí, nabízet stánky právě regionálním produktům.

V informačních centrech lze koupit některé regionální produkty, prodávají se pouze jednotlivě. Vhodným suvenýrem by mohly být balíčky s těmito regionálními produkty, kterých je nyní 12, přičemž téměř všechny mohou být v balíčku kombinovány.

Zvýšení finanční podpory by mohlo vést ke kvalitnějším službám, mimo jiné i ke zlepšení stavu komunikací, které většinou financují právě kraje. Finanční podpora by jistě byla využita i pro stavbu více parkovišť a parkovacích ploch, kterých je převážně v sezoně nedostatek.

V regionu se nachází velké množství zchátralých a nevyužitých staveb. Ty, co jsou ve vlastnictví měst by měly být nabídnuty právě podnikatelům za výhodnější ceny. To by přispělo nejen k celkovému zlepšení vzhledu jednotlivých měst, ale zrekonstruované stavby mohou sloužit právě cestovnímu ruchu a dala by se tak zvýšit ubytovací kapacita a také větší rozmanitost ubytovacích zařízení (hotelů je v regionu velmi málo, naopak kempů a penzionů velké množství).

Broumovsko má nevyužitý potenciál kongresového cestovního ruchu (MICE turismu). V regionu je dostatek konferenčních prostor, většina ubytovacích zařízení v regionu nabízí ve dvoulůžkových pokojích manželské postele, což podkopává základy MICE turistiky. Vzhledem k lokalitě a nedostatku dálnic je nutné v regionu po konferenci přespat, proto i tato skutečnost by měla být podnětem pro zlepšení. Rozvoji kongresové turistiky by mohly pomoci i jednotlivá informační centra, a to vytvořením nabídky kongresových prostor či



vytvořením kongresových balíčků a tyto nabídky následně rozesílat velkým společnostem po celé republice.

Turismu i podnikům by také mohly pomoci pobytové balíčky vytvořené společně všemi subjekty, např. týdenní pobyt s ubytováním, stravováním, mapkami a letáčky z regionu, regionálními produkty, vstupenkami na prohlídky nejvýznamnějších památek apod. V rámci tohoto se Broumovsko zúčastnilo evropské soutěže Eden s produktem dobře fungujícího turismu. Produktem bylo Broumovsko – meditace, jóga, magický Adršpach. Produkt postoupil do TOP 5, bohužel nevyhrál.

Zlepšit by se měla i spolupráce mezi podnikatelskými subjekty, městy a krajem. Podnikatelé nyní nemají dostatečnou motivaci se setkávat s představiteli měst. Motivaci by mohly zvýšit například články o jednotlivých setkáních, kde by byli zúčastnění podnikatelé jmenováni, což by jim přineslo větší publicitu.

Provozovatelům ubytovacích a stravovacích zařízení by mohl pomoci krajský či regionální systém kvality služeb, který by certifikoval a hodnotil jednotlivá zařízení dle jednotných kritérií. Na webu kraje či regionu by pak měl být k dispozici seznam ubytovacích a stravovacích zařízení s možností vkládání hodnocení. Turisté by tak měli možnost rychle a přehledně zobrazit tato zařízení a vybrat to nejvhodnější. Kromě webových stránek by mohla být využita také mobilní aplikace.

Informace o možnostech ubytování a stravování by měly být zakomponovány i do dalších, již existujících turistických aplikací. Aplikace Broumovsko & Noworudsko & Radkówsko se soustředí pouze na cyklo a pěší výlety, turistům nabízí několik tras výletů s informacemi o délce, převýšení, náročnosti a o jednotlivých zastaveních, nicméně informace o restauracích v okolí by jistě turisté i podniky ocenily.

Fenoménem poslední doby je gastro turistika a zapojily se i podniky na Broumovsku. Ačkoliv si několik respondentů stěžovalo na kvalitu jídla, mnoho restaurací se snaží akcemi nalákat turisty. Centrum Walzel například pořádá Slávu českého piva a polských klobás, Hovězí hody či Vinnou bránu. Degustační menu organizuje i restaurace Zámeček Janovičky. Tyto akce velmi výrazně pomáhají rozvoji turismu a jistě by si zasloužily finanční podporu kraje či měst.

## Závěr

Česká republika je na 36. místě v žebříčku nejoblíbenějších destinací mezinárodního turismu. V roce 2018 se cestovní ruch podílel na HDP 2,8 %, celková produkce byla 337 mld. Kč. Mezi návštěvníky převládali domácí turisté (85,83 milionů) nad zahraničními (36,27 milionů).

Sezona 2020 může být pro Broumovsko velmi významná vzhledem k současné situaci a pandemii nového koronaviru SARS-CoV-2. Ta totiž znamená trávení dovolené v České republice, což může přinést nové návštěvníky, kteří budou chtít objevovat nové kouty republiky a podpořit tak národní cítění.

Velkým problémem do budoucna se jeví kůrovcová kalamita, v několika lokalitách se již začalo s kácením porostů, bohužel byly zasaženy i nejcennější oblasti Broumovska a Policka – Ostaš, Ruprechtický Špičák, Broumovské stěny i Adršpašsko-Teplické skály.

Bakalářská práce se zabývala regionem na severovýchodě Čech – Broumovskem. Cílem práce bylo na základě teoretických znalostí a použitím různých metod zhodnotit cestovní ruch v regionu a zhodnotit výzkumný předpoklad, že podpora podniků na Broumovsku je nedostatečná. Tento předpoklad se podařilo pomocí dotazníkového šetření, deskripce, analýzy, syntézy a dedukce potvrdit. Finanční podpora podniků je nedostačující, informační podpora je na lepší úrovni.

V první kapitole byli čtenáři seznámeni s cestovním ruchem obecně a s turismem v České republice. Další kapitolou bylo představení regionu Broumovsko, jeho geografické vymezení, historie, předpoklady cestovního ruchu. Práce se poté věnovala destinačnímu managementu, tedy Společnosti pro destinační management Broumovska a okrajově také Krajské destinační společnosti, spolupráci s jinými regiony a polským příhraničím a mimo jiné i a propagaci regionu.

Následovala analýza návštěvnosti regionu, a to využitím geolokačních dat mobilních operátorů a statistik návštěvnosti turistického informačního centra v Broumově. Navázala vyhodnocení dotazníkových šetření, která se týkala turistů a podnikatelů v turismu.

Návrhem na zlepšení podpory podniků jsou například pobytové balíčky, zaměření se na kongresový cestovní ruch (např. rozesíláním nabídek kongresových balíčků společností), balíčky regionálních produktů prodávané v informačních centrech. Dále také prodej a rekonstrukce nevyužitých budov pro využití v cestovním ruchu, krajský či regionální systém kvality služeb. Pravděpodobně nejúčinnějším opatřením by byla větší finanční podpora aktivit v regionu.

Nic z toho však nepůjde bez vzájemné spolupráce podniků, Královéhradeckého kraje, měst a obcí.

## Seznam použité literatury

Agentura pro rozvoj Broumovska. 2010. *Zahájena unikátní spolupráce v rozvoji cestovního ruchu na Broumovsku* [online]. [cit. 2020-03-15]. Dostupné z: <https://aprb.broumovsko.cz/cestovni-ruch/zahajena-unikatni-spoluprace-v-rozvoji-cestovniho-ruchu-nabroumovsku>.

BAŠTECKÁ, Lydia a Barbora TRENČANSKÁ. 2013. *Broumov*. Praha: Paseka. Zmizelé Čechy. ISBN 978-80-7432-304-1.

BERÁNEK, Jaromír. 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1.

Board Club Broumov. 2019. *BCB Janovičky* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.bcb-janovicky.cz>.

BRANKA o.p.s. 2009. *Kladské pomezí – turistická oblast*. Náchod: Svaz cestovního ruchu Branka.

Broumovsko. 2020. *Geopark Broumovsko* [online]. [cit. 2019-11-09]. Dostupné z: <https://geopark.broumovsko.cz>.

Broumovsko připravuje zajímavé novinky. Na co se můžete těšit? Třeba na pout' do minulosti. *Český rozhlas Hradec Králové*. 2020 [online]. [cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://hradec.rozhlas.cz/broumovsko-pripravuje-zajimave-novinky-na-co-se-muzete-tesit-treba-na-pout-do-8137732>.

COOPER, Chris a Colin Michael HALL. 2016. *Contemporary tourism: an international approach*. Third edition. Oxford: Goodfellow Publishers. ISBN 978-1-910158-59-3.

Centrum Walzel. 2020. *Walzel: Fabrika na zážitky* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://walzel.cz>.

ČSÚ. 2019a. *Satelitní účet cestovního ruchu* [online]. [cit. 2019-12-10]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu).

ČSÚ. 2019b. *SO ORP Broumov* [online]. [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xh/so\\_orp\\_broumov](https://www.czso.cz/csu/xh/so_orp_broumov).

ČSÚ. 2019c. *Hromadná ubytovací zařízení České republiky – okres Náchod* [online]. [cit. 2020-01-01]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0523>.

ČSÚ. 2020. *Veřejná databáze* [online]. [cit. 2020-01-20]. Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz#>.

DAVID, Petr, Petr LUDVÍK a Vladimír SOUKUP. 2017. *Kladské pomezí: Náchodsko a Broumovsko*. Praha. Česko všemi smysly. ISBN 978-80-86899-73-2.

DUBSKÝ, Kamil. 2018. Nejlíp se žije v Rychnově, na chvostu je Broumov. *Hradecký deník.cz* [online]. [cit. 2020-03-01]. Dostupné z: <https://hradecky.denik.cz/z-regionu/nejlip-se-zije-v-rychnove-na-chvostu-je-broumov-20180615.html>.

EDPP. 2018. Charakteristika zájmového území. *SO ORP Broumov: Povodňový plán SO ORP* [online]. [cit. 2020-02-09]. Dostupné z: [https://www.edpp.cz/orpbro\\_charakteristika-zajmoveho-uzemi/](https://www.edpp.cz/orpbro_charakteristika-zajmoveho-uzemi/).

*European Tourism Planning and Organisation Systems: The EU Member States*, edited by Assoc. Prof. Carlos Costa, et al., Channel View Publications, 2014. online]. [cit. 2020-02-09]. ProQuest Ebook Central, <https://search.proquest.com/legacydocview/EBC/1693698?accountid=17116>.

FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0207-X.

Galileo Corporation s.r.o. 2020a. *DSO Broumovsko* [online]. [cit. 2019-12-15]. Dostupné z: <http://www.dsobroumovsko.cz>.

Galileo Corporations. 2020b. *Adršpašské skály* [online]. [cit. 2020-01-06]. Dostupné z: <https://www.skalyadrspach.cz>.

Galileo Corporation s.r.o. 2020c. *Teplické skály* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.teplickeskaly.com>.

GROSSHOF. 2020. *Grosshof: Golf club* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.grosshof.cz>.

HOLEŠINSKÁ, Andrea. 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.

IMLAUF, Lubomír a Petr ČUHANIČ. 2004. *Skalní města severovýchodních Čech*. Nové Město nad Metují: Fotoateliér Imlauf. Zmizelé Čechy. ISBN 80-902-9415-4.

IMLAUF, Lubomír a Petr SUCHÁNEK. 2009. *Skalní města Broumovska*. Nové Město nad Metují: Fotoateliér Imlauf. ISBN 978-80-903514-7-9.

Kladské pomezí o.p.s. 2020. *Kladské pomezí: Krajina příběhů* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://kladskepomezí.cz>.

Královéhradecký kraj. 2020. *Královéhradecký kraj* [online]. [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <http://www.kr-kralovehradecky.cz>.

Královéhradecký kraj. 2009. Základní charakteristika území: ORP Broumov. *Královéhradecký kraj* [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <http://mapy.kr-kralovehradecky.cz/prumzony/cz/BR-zakladni-charakteristika.html>.

LEJSEK, Zdeněk. 2018. Ekonomika cestovního ruchu. *STATISTIKA&MY*. 2018(5), 17-23.

MACHOVÁ, Soňa. 2019. Tracking příjezdového a domácího cestovního ruchu. *STATISTIKA&MY*. 2019 (7-8), 28-30.

MAS Broumovsko+, z.s., 2020. *MAS Broumovsko: Podporujeme rozvoj regionu* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.mas.broumovsko.cz>.

MORRISON, Alastair M. 2013. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge. ISBN: 978-0-203-08197-6.

ORIEŠKA, Ján. 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika. 2011. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3749-2.

Penzion Jízdárna Hejtmánkovice. 2020. *Jízdárna Hejtmánkovice* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.jizdarna-hejtmankovice.cz>.

PETRŮ, Zdenka. 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-55-5.

RYGLOVÁ, Kateřina. 2009. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3.vyd. Ostrava: Key Publishing. ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina a Ida RAŠOVSKÁ. 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Grada. ISBN 978-80-271-9923-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.

SDMB, 2020. Data z interní databáze Společnost pro destinační management Broumovska [CD-ROM]. Společnost pro destinační management Broumovska.

TIC Broumov, 2020. Data z interní databáze Turistického informačního centra Broumova [CD-ROM]. Turistické informační centrum Broumov.

VEBA textilní závody a.s. 2020. *Hotel Veba* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <http://www.hotelveba.cz>.

WEBHOUSE. 2020. *Broumov* [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z: <https://www.broumov-mesto.cz>.

VKCB. 2020. *Kláster Broumov: Vzdělávací a kulturní centrum* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://www.klasterbroumov.cz>.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. 2011. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-340-7.

## Seznam příloh

<b>Příloha A</b>	<b>Seznam turistických informačních center .....</b>	<b>73</b>
<b>Příloha B</b>	<b>Držitelé certifikátu Regionální produkt, březen 2020 .....</b>	<b>74</b>
<b>Příloha C</b>	<b>Seznam projektů podpořených ze zdrojů EU .....</b>	<b>75</b>
<b>Příloha D</b>	<b>Vzor dotazníku pro turisty .....</b>	<b>76</b>
<b>Příloha E</b>	<b>Vzor dotazníku pro podniky .....</b>	<b>79</b>



## Příloha A Seznam turistických informačních center

Město	Název informačního centra	Provoz
<b>Broumov</b>	Regionální informační centrum Broumova	duben-říjen ÚT-PÁ, červenec-srpen denně
<b>Broumov</b>	Infocentrum Broumov	celoročně, denně
<b>Teplice nad Metují</b>	Infocentrum Teplice nad Metují	celoročně, denně
<b>Meziměstí</b>	Infocentrum Walzel	celoročně, PO-PÁ
<b>Meziměstí</b>	Infocentrum Meziměstí	celoročně, denně
<b>Police nad Metují</b>	Infocentrum Police nad Metují	celoročně, PO-PÁ, víkendy zajišťuje Muzeum papírových modelů
<b>Adršpach</b>	Infocentrum Adršpach	celoročně, denně
<b>Adršpach</b>	Regionální informační centrum zámek Adršpach	celoročně, denně

## Příloha B Držitelé certifikátu Regionální produkt, březen 2020

Držitel certifikátu	Regionální produkt
Lucie Bošinová – Eko farma Bošina	Bio hovězí a bio vepřové maso
Monika Menčíková	Ovčí, kozí a kravské mléčné výrobky
Ines Šťovíčková	Výrobky z ovčího rouna, tkané výrobky
Kvíčerozská pekárna s.r.o.	Polický chléb a cukrářské výrobky
Dřevoterm, s.r.o.	Stínící technika pod značkou Pavon
Martina Frydrychová, Hana Váňová	Malované kraslice
PEJSKAR & spol.,s.r.o.	Trvanlivé salámy Ostaš, Polický uherák, Poličan
Hana Paštálková	Dekorace ze sena
Simona Adamcová	Rokytnický med a medovina
Ottomar Černý	Divoká kosmetika
Květuše Belánová	Malba a kresba na bavlněné tašky
Martin Netík, Martin Weber	Farma Wenet

Zdroj: (SDMB, 2020)

## Příloha C Seznam projektů podpořených ze zdrojů EU

Název projektu	Období	Příjemce	Částka celkem	Částka	
				Dotace EU	Veřejné zdroje ČR
Marketing cestovního ruchu Broumovska	2007-2013	DSO Broumovsko	2 371 846,00 Kč	2 016 069,86 Kč	355 776,00 Kč
Pro život kostelů Broumovska	2014-2020	Římskokatolická církev - děkanství Broumov	31 956 380,00 Kč	27 162 923,41 Kč	4 793 456,59 Kč
Pro život kostelů Broumovska II	2014-2020	Římskokatolická církev - děkanství Broumov	9 774 069,00 Kč	9 285 365,85 Kč	488 703,47 Kč
Rozvoj turistické a rekreační infrastruktury v příhraniční oblasti Broumovska a Mieroszowska	2007-2013	město Meziměstí	14 395 866,00 Kč	12 236 480,00 Kč	2 159 386,00 Kč
Podpora rozvoje cestovního ruchu v regionu Stolových hor a Broumovských stěn	2007-2013	město Broumov	24 832 111,00 Kč	21 107 285,00 Kč	3 724 826,00 Kč
Vzdělávací a kulturní centrum Broumov - revitalizace kláštera	2007-2013	Benediktinské opatství sv. Václava v Broumově	195 607 654,00 Kč	166 321 329,00 Kč	29 286 325,00 Kč
Obnova dřevěného kostela P. Marie v Broumově	2014-2020	Benediktinské opatství sv. Václava v Broumově	1 894 151,00 Kč	1 799 443,78 Kč	94 707,57 Kč
Rozvoj cestovního ruchu a geoturistiky v regionu Středních Sudet	2014-2020	SDMB o.p.s.	1 040 783,00 EUR	884 665,50 EUR	156 117,59 EUR
Spot nás sbližuje	2014-2020	město Broumov	43 959,00 EUR	37 364,85 EUR	6 593,80 EUR
Sportujeme a bavíme se společně v česko-polském pohraničí	2014-2020	BCB Broumov, z.s.	607 436,00 EUR	516 319,27 EUR	91 116,44 EUR
Pod jednou střechou	2014-2020	město Meziměstí	215 565,00 EUR	183 230,49 EUR	32 334,86 EUR
Turistický region Noworudsko-Broumovsko	2014-2020	Nowa Ruda	69 135,00 EUR	58 764,41 EUR	10 370, 19 EUR
QUESTY KRAJEM BÍLÉHO A ČERVENÉHO PÍSKOVCE	2014-2020	Radkow	67 181,00 EUR	57 104,22 EUR	10 077,23 EUR
Kulturní atraktivita regionu Noworudsko-Broumovsko	2014-2020	Nowa Ruda	70 580,00 EUR	59 993,00 EUR	10 587,00 EUR
Společně kulturní!	2014-2020	Nowa Ruda	460 987,00 EUR	391 839,21 EUR	69 148,11 EUR

## Příloha D Vzor dotazníku pro turisty

Dobrý den,

jmenuji se Pavlína Dítětová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci a v současnosti zpracovávám bakalářskou práci na téma rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku prostřednictvím podniků působících v cestovním ruchu. Cílem dotazníkového šetření je zjistit rozsah a kvalitu služeb v regionu. Ráda bych Vás tedy poprosila o vyplnění krátkého dotazníku, jehož výsledky budou použity výhradně pro bakalářskou práci. Za vyplnění děkuji.

1) Kolikrát jste již byl/a na Broumovsku?

- Jsem zde poprvé.                       Maximálně 4x.                       Jezdím sem pravidelně.

2) Za jakým účelem jste do regionu přijel/a? (Vyberte jednu nebo více odpovědí.)

- Sport.                                       Přírodní atraktivita.                       Návštěva příbuzných.  
 Historické památky.                       Kulturní akce.                               Wellness.  
 Pěší turistika.                               Lidová architektura.                       Jiné .....

3) S kým jste do regionu přijel/a?

- Sám/Sama.                               S rodinou.                               S přáteli.  
 S partnerem/partnerkou.                       S kolegy z práce.

4) Kde jste se o regionu dozvěděl/a a odkud jste získával/a informace?

(Vyberte jednu nebo více odpovědí.)

- Internet.                                       Časopis/cestopis.                               Informační centrum.  
 Doporučení známého.                       Sociální sítě.                               Jiné  
.....

5) Jak dlouhý je Váš pobyt v regionu?

- 1 den.                                       2 - 3 dny.                                       3 dny - týden.  
 Týden.                                       Týden - 2 týdny.                               Delší než 2 týdny.

6) Jaké dopravní prostředky jste využili při cestě do regionu?

(Vyberte jednu nebo více odpovědí.)

- Autobus.                                       Vlák.                                       Automobil.  
 Jízdní kolo.                                       Šel/šla jsem pěšky.                               Motocykl.

7) Sledujete účet Broumova na sociálních sítích? (Facebook, Instagram,...)

- Ne a ani nechci.                               Ne, ale chtěl/a bych.                               Ano.

8) Zajímá Vás jako turistu, zda má destinace účet na sociálních sítích?

- Ano.                       Ne.

9) Jakou známkou byste ohodnotili rozsah a kvalitu služeb v regionu?

0 - nemohu posoudit, 1 - nejlepší kvalita, 5 - nejhorší kvalita

a) Kultura	0	1	2	3	4	5
Počet a kvalita kulturních akcí						
Zázemí pro pořádání akcí						

b) Informační služby - IC	0	1	2	3	4	5
Rozsah služeb						
Kvalita a množství informačních materiálů						
Rychlost poskytnutí služby						
Chování personálu						
Ceny						

c) Ubytovací služby	0	1	2	3	4	5
Kvalita ubytování a vybavení						
Doplňkové služby						
Chování personálu						
Cena ubytování a služeb						

d) Stravovací služby	0	1	2	3	4	5
Kvalita jídla						
Rozsah a přehlednost menu						
Cenový rozsah						
Chování personálu						
Množství str. zařízení						

10) Jaká je Vaše celková spokojenost se službami v regionu?

1 - absolutní spokojenost, 5 - absolutní nespokojenost

1	2	3	4	5

11) Co by podle Vašeho názoru mohlo pomoci rozvoji cestovního ruchu na Broumovsku? (Např. lepší propagace, lepší služby, více kulturních akcí,...)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

12) Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž.             Žena.

13) Jaký je Váš věk?

- Méně než 18 let.                       19 - 25 let.                       26 - 30 let.  
 31 - 40 let.                               41- 50 let.                       více než 50 let.

14) Z jakého kraje jste na Broumovsko přijeli?

- Praha.                                       Středočeský kraj.                       Jihočeský kraj.  
 Plzeňský kraj.                               Karlovarský kraj.                       Ústecký kraj.  
 Liberecký kraj.                               Královéhradecký kraj.                       Pardubický kraj,  
 Vysočina.                                       Jihomoravský kraj.                       Olomoucký kraj.  
 Zlínský kraj.                                       Moravskoslezský kraj.

V případě zájmu o výsledky dotazníkového šetření uveďte svůj e-mail:  
(Případně uveďte připomínky k dotazníku.)

.....  
.....

Děkuji Vám za Váš čas.

## Příloha E Vzor dotazníku pro podniky

Dobrý den,

jmenuji se Pavlína Dítětová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci a v současnosti zpracovávám bakalářskou práci na téma rozvoj cestovního ruchu na Broumovsku prostřednictvím podniků působících v cestovním ruchu. Cílem dotazníkového šetření je zjistit vliv podniků na rozvoj cestovního ruchu v regionu. Ráda bych Vás tedy poprosila o vyplnění krátkého dotazníku, jehož výsledky budou použity výhradně pro bakalářskou práci. Za vyplnění děkuji.

Název podniku: .....

1) Jaké služby Váš podnik poskytuje? (Vyberte jednu nebo více odpovědí.)

- |                                     |   |   |
|-------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ubytování. | <input type="checkbox"/> Stravování.                    | <input type="checkbox"/> Informační služby. |
| <input type="checkbox"/> Kultura.   | <input type="checkbox"/> Půjčovna sportovního vybavení. | <input type="checkbox"/> Wellness.          |
| <input type="checkbox"/> Jiné ..... |   |   |

2) Jací klienti nejvíce využívají Vašich služeb? (Vyberte jednu nebo více odpovědí.)

- |   |                                      |  |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Studenti.                      | <input type="checkbox"/> Senioři.    | <input type="checkbox"/> Rodiny s dětmi. |
| <input type="checkbox"/> Školní výlety/školy v přírodě. | <input type="checkbox"/> Mladí lidé. | <input type="checkbox"/> Starší lidé.    |
| <input type="checkbox"/> Zahraniční návštěvníci.        |                                      |  |

3) Máte stálou klientelu, nebo zákazníky, kteří se k Vám alespoň jednou vrátili?

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ano, máme obojí.   | <input type="checkbox"/> Ano, máme stálou klientelu. | <input type="checkbox"/> Ano, máme zákazníky, kteří se k nám vrátili. |
| <input type="checkbox"/> Ne, nemáme ani jedno. <input type="checkbox"/> Nedokážeme určit. |  |   |

4) Podporuje nějakým způsobem město Broumov Vaši činnost? Pokud ano, jakým způsobem?

- Ne.     Ano, .....

5) Vnímáte rozvoj cestovního ruchu a nárůst počtu turistů na Broumovsku za posledních 5 let?

- Ano.     Ne.     Nedokážeme posoudit.

6) Vnímáte přínos přímo Vašeho podniku na rozvoj cestovního ruchu v regionu?

- Ano.     Ne.     Nedokážeme posoudit.

7) Získáváte dotace na provoz podniku a investice?

- Ano.             Ne.

8) Zpracováváte si vlastní marketingové nebo rozvojové strategie nebo využíváte strategie zpracované jiným subjektem?

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Zpracováváme si marketingové strategie. | <input type="checkbox"/> Zpracováváme si rozvojové strategie. | <input type="checkbox"/> Zpracováváme si obojí.           |
| <input type="checkbox"/> Využíváme cizí marketingové strategie.  | <input type="checkbox"/> Využíváme cizí rozvojové strategie.  | <input type="checkbox"/> Využíváme obojí z jiných zdrojů. |
| <input type="checkbox"/> Ani jedno nezpracováváme a nevyužíváme. |   |   |

9) Spolupracujete s informačním centrem nebo Společností pro destinační management Broumova?

- Ano.             Ne.             Spolupráci jsme ukončili.

Pokud jste spolupráci ukončili, z jakého důvodu?

.....  
.....

10) Co by podle Vašeho názoru pomohlo rozvoji cestovního ruchu na Broumovsku?

.....  
.....  
.....  
.....

Děkuji Vám za Váš čas.