

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Management produktu turismu limitovaný fyzicko-geografickými  
faktory**

(Vývojové aspekty komplexu Kuks)

Bakalářská práce

Autor: Kateřina Prokorátová

Studijní obor: Management cestovního ruchu – německý jazyk

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Petera

Odborný konzultant: doc. PaedDr. Jiří Štýrský, CSc.

Hradec Králové

duben 2016

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 27.4.2016

*vlastnoruční podpis*

Kateřina Prokorátová

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce RNDr. Jiřímu Peterovi za metodické vedení práce a cenné rady a připomínky, kterými přispěl k vypracování této práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu v turistické oblasti komplexu Kuks. Na základě fyzicko-geografických faktorů této lokality bude navržen konkrétní produkt cestovního ruchu, který by měl podpořit lákavou image této destinace. Teoretická část práce vymezuje základní teoretické podklady, popisuje destinační management, marketing a proces tvorby produktu cestovního ruchu. Další kapitola je věnována představení národní kulturní památky Kuks, její historii a fyzicko-geografickým faktorům. V praktické části práce budou nejprve analyzovány vývojové aspekty komplexu Kuks, vytvořen přehled atraktivit v této oblasti a analyzován vývoj návštěvnosti. Následně bude proveden již zmíněný návrh konkrétního produktu cestovního ruchu zaměřený na komplex Kuks.

## **Annotation**

**Title: Management of the tourism product limited physical-geographical factors (Developmental aspects of the complex Kuks).**

This bachelor thesis deals with the analysis of the tourism in the tourist area of the complex Kuks. Based on the physical-geographical factors of this locality will be designed specific tourism product, which should support an attractive image of the destination. The theoretical part defines the basic theoretical grounds, describes destination management, marketing and the creation process of the tourism product. Next chapter is devoted to the presentation of the national cultural monument Kuks, its history and the physical-geographic factors. In the practical part will be first analyzed the developmental aspects of the complex Kuks, created an overview of attractions in this area and analyzed the development of traffic. Subsequently will be performed the above mentioned proposal of a specific tourism product aimed at the complex Kuks.

# Obsah

1	Úvod .....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování .....	3
3	Literární rešerše .....	4
	TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE .....	6
4	Vymezení základních pojmů .....	6
4.1	Cestovní ruch .....	6
4.2	Destinační management .....	7
4.3	Marketing destinace cestovního ruchu .....	8
4.4	Produkt cestovního ruchu .....	12
4.5	Fyzicko-geografické faktory .....	15
	PRAKTICKÁ ČÁST PRÁCE .....	20
5	Památková rezervace Kuks.....	20
5.1	Fyzicko-geografické faktory destinace Kuks .....	20
5.1.1	Charakteristika lokality.....	20
5.1.2	Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks .....	21
5.1.3	Minerální vody a lázeňství .....	24
5.2	Atraktivita Kuksu .....	27
5.2.1	Historické bohatství.....	27
5.2.2	Kulturní a sportovní vyžití.....	28
5.2.3	Infrastruktura cestovního ruchu v Kuksu .....	29
5.3	Destinační management Kuksu .....	30
5.4	Vývojové aspekty komplexu Kuks .....	32
6	Návrh konkrétního produktu cestovního ruchu .....	35
6.1	Rozhovor s projektovým manažerem .....	35

6.2	Tvorba produktu „Víkend na Kuksu“ .....	37
6.3	Možnost získání dotace pro společnost Revitalizace KUKS o.p.s. ....	40
7	Výsledky.....	42
8	Závěr.....	46
9	Seznam použitých zdrojů.....	47
10	Přílohy .....	50
	Příloha č. 1 - Strukturní schéma geologické stavby jeho okolí .....	50
	Příloha č. 2 - Přehled kulturních akcí Kuksu.....	51
	Příloha č. 3 - Přehled projektových záměrů .....	53
	Příloha č. 4 - Přehled projektů na revitalizaci barokního areálu v Kuksu .....	54
	Příloha č. 5 - Analýza rozhovoru s projektovým manažerem .....	55
	Příloha č. 6 - Harmonogram nového produktu .....	59

## **Seznam obrázků**

Obrázek 1 - Meteorologické stanice ČHMÚ .....	19
Obrázek 2 – Klimatická charakteristika Kukska .....	22

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 – Měsíční úhrn srážek.....	22
Tabulka 2 – Průměrná měsíční teplota vzduchu.....	23
Tabulka 3 - Počet návštěvníků Hospitalu Kuks .....	34
Tabulka 4 – Přehled projektových záměrů .....	53
Tabulka 5 – Přehled projektů na revitalizaci barokního areálu v Kuksu.....	54

# 1 Úvod

Cestovní ruch patří mezi nedílnou součást života dnešní společnosti. Představuje jednu z charakteristik životního stylu čím dál větší části obyvatel naší země, která s cílem vymanit se alespoň na chvíli z koloběhu každodenních povinností odjíždí načerpat síly, inspiraci nebo nové poznatky daleko od domova, mimo běžné prostředí svého pobytu. Cestovní ruch je zároveň součástí ekonomické spotřeby, způsobem obživy mnoha zaměstnanců i podnikatelů, předmětem managementu ze strany veřejné správy i mnohých politických rozhodnutí. Představuje ekonomický fenomén, jenž se stal významným doplňkem či dokonce motorem hospodářství zemí na celém světě. Hlavním a rozhodujícím subjektem, který určuje trendy v tomto odvětví je sám cestující. K jeho uspokojení postupně vzniklo mnoho profesí a podnikatelských subjektů zajišťujících a poskytujících dopravní, ubytovací, stravovací služby, služby cestovních kanceláří a agentur, nabízejících kompletní balíčky služeb cestovního ruchu svým klientům, průvodcovské služby, rozmanité informační systémy a programy.

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou cestovního ruchu v turistické oblasti komplexu Kuks, který se nachází v okrese Trutnov. Hlavním důvodem výběru tohoto tématu je jednak zájem autorky o rozsáhlý barokní komplex Kuks, který je pozoruhodný především částečně zachovalými barokními lázněmi a hospitém z přelomu 17. a 18. století, ale i krátká vzdálenost 52 km z autorčina rodného města Jičín. V obci Kuks se mimo jiné každý rok koná festival barokní hudby, divadla a tance Theatrum Kuks, hudební léto Kuks, Vinobraní na Kuksu a v roce 2013 byla také otevřena Labská cyklostezka mezi Kuksem a Hradcem Králové, která měří 26 km. Všechny tyto faktory představují zajímavý potenciál cestovního ruchu v této lokalitě.

Hlavním úkolem první části této bakalářské práce je vymezit základní teoretické podklady týkající se daného tématu. Autorka práce definuje cestovní ruch, který v dnešní době patří mezi jeden z důležitých dynamicky se rozvíjejících sektorů ekonomiky mnoha zemí. V dalších kapitolách čerpá autorka práce teoretické podklady, které ji pomohou při zpracování empirické části. Seznamuje se s pojmy destinační management, marketing destinace cestovního ruchu a produkt cestovního ruchu.



Vzhledem k tématu této bakalářské práce se autorka práce dále zaměřuje na faktory fyzicko-geografické a věnuje se charakteristice klimatologie a meteorologie.

V rámci praktické části práce si autorka práce stanovila několik otázek, na které se snaží najít odpověď a získat tak podklady pro navržení nového produktu cestovního ruchu, jenž je hlavním cílem této práce. Autorka zjišťuje, do které klimatické oblasti destinace Kukska patří a dále analyzuje geologickou stavbu okolí Kuksu a zjišťuje informace o zdroji minerálních vod, neboť dle historie je Kuks považován za lázeňské místo. Na základě analýzy měsíčního úhrnu srážek a průměrných měsíčních teplot vzduchu za období 2009 – 2014 může autorka odpovědět na otázku, v jakém měsíci by bylo nejvhodnější nově navržený produkt cestovního ruchu nabízet. Autorka práce dále hodnotí infrastrukturu cestovního ruchu z hlediska ubytovacích a stravovacích kapacit a možností kulturního a sportovního vyžití v této lokalitě, což ji napomůže při tvorbě nového produktu.

Z hlediska kulturního, historického, geografického a turistického je oblast Kukska jedinečnou a propojenou lokalitou, jehož dominantou je Národní kulturní památka Hospital Kuks a jeho okolí. Díky tomu, že se jedná o velmi cenný areál evropského historického a kulturního významu byla v roce 2009 založena obecně prospěšná společnost Revitalizace KUKS, jejímž cílem je obnova a rozvoj tohoto území. Autorka práce hledá odpověď na otázku, do jaké míry tato společnost pomáhá s rozvojem Kuksu tak, aby se tyto bývalé barokní lázně staly lákavým cílem turistů, a jaké služby cestovního ruchu vytváří a nabízí.

Jedním z dalších úkolů je provedení analýzy vývoje návštěvnosti Hospitalu Kuks a rozhovoru s vedoucím projektovým manažerem společnosti Revitalizace KUKS. Díky tomuto rozhovoru a předcházející analýze komplexu Kuks získá autorka práce odpovědi na další otázky, které ji následně pomohou k navržení konkrétního produktu cestovního ruchu v oblasti komplexu Kuks.

## 2 Cíl práce a metodika zpracování

Hlavním cílem této bakalářské práce je provést analýzu cestovního ruchu v turistické oblasti komplexu Kuks. Na základě této analýzy a fyzicko-geografických faktorů této lokality autorka práce navrhuje konkrétní produkt cestovního ruchu, který by měl podpořit lákavou image této destinace. K naplnění tohoto cíle je nejprve charakterizována lokalita komplexu Kuks, vyhodnocena dopravní dostupnost a popsány možnosti kulturního a sportovního využití v této lokalitě. Dojde také ke zhodnocení infrastruktury cestovního ruchu z hlediska ubytovacích a stravovacích kapacit. Díky provedené analýze měsíčního úhrnu srážek a průměrných měsíčních teplot v této oblasti za období let 2009 – 2014 bude možné navrhnout vhodný termín pro využití tohoto nově vzniklého produktu cestovního ruchu. Dílčím cílem této práce je provést analýzu geologické stavby okolí Kuksu a zjistit informace o zdroji minerálních vod.

Jedním z dalších cílů je analýza procesu tvorby destinačního managementu v obci Kuks. Autorka práce se zaměřuje na činnost destinační společnosti Revitalizace KUKS, o. p. s., tedy organizace, která má za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území za účelem efektivnějšího řízení turismu v regionu, a to s cílem zajistit udržitelný rozvoj území, konkurenceschopnost na trhu, ucelenou nabídku aktivit a spolupráci jednotlivých subjektů. Na základě této analýzy autorka práce stanovuje otázky a následuje rozhovor s projektovým manažerem společnosti Revitalizace KUKS. Posledním cílem této práce je analyzovat možnosti získání finančních prostředků pro tuto obecně prospěšnou společnost.

Jednou z prvních metod, která je v průběhu zpracování této práce použita, je metoda komparace. Tato metoda je použita v teoretické části jako obecné srovnání přístupů k oblasti destinačního managementu a marketingu. Další použitou metodou je analýza. Analyzovány jsou podmínky pro cestovní ruch v oblasti Kuksu, dopravní dostupnost, ubytovací a stravovací kapacity, teplotní a srážkové faktory, nebo možnosti kulturního a sportovního využití. Hlavní metodou, o kterou se opírá praktická část práce, je rozhovor s hlavním projektovým manažerem společnosti Revitalizace KUKS, který je jednou z klíčových metod při získávání informací.

### 3 Literární rešerše

Bakalářská práce je vytvořena na základě prostudování několika materiálů, a to jak ze zdrojů monografických, tak elektronických. Jako zdroje soudobé literatury jsou použity zejména publikace týkající se managementu a marketingu cestovního ruchu. Mezi autory, kteří se věnují této oblasti, patří např. M. Pásková a J. Zelenka a jejich publikace „*Výkladový slovník cestovního ruchu*“, ve které autoři při výkladu terminologie využívané v oblasti cestovního ruchu využívají materiály institucí, které v tomto oboru působí na mezinárodní či domácí úrovni. Ve slovníku jsou vysvětlovány termíny jak z oblasti geografie, ekonomie, tak i ze samotné techniky a metodiky cestovního ruchu. V práci jsou využity informace z rozsáhlé kapitoly „Slovník A-Ž“.

Za dalšího autora lze uvést A. Királ'ovou a její publikaci „*Marketing: destinace cestovního ruchu*“. Cílem této publikace je přispět k pochopení praktické aplikace marketingu destinace cestovního ruchu. Zdrojem pro tuto bakalářskou práci se stala zejména první část této publikace, která je věnována charakteristice destinace cestovního ruchu, podstatě marketingu cestovního ruchu a možnosti jeho využití v podmínkách destinace.

Autorka bakalářské práce dále čerpala z knihy D. Jakubíkové „*Marketing v cestovním ruchu – Jak uspět v domácí i světové konkurenci*“, ve které se autorka zabývá službami spojenými s cestovním ruchem, destinacemi a marketingovými principy. V knize je popsána podstata a funkce jednotlivých nástrojů marketingového mixu. V práci je využito zejména kapitol č. 1, 10 a 13.

V této bakalářské práci jsou dále čerpány informace z publikací autorů, jako jsou A. Franke (Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu), P. Kotler a G. Armstrong (Marketing), A. Morrison (Marketing pohostinství a cestovního ruchu), či S. Horner a J. Swarbrooke (Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času), kteří se zabývají danou problematikou.

Jako elektronický zdroj je použita např. publikace P. Kratochvíla a R. Pažouta „*Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*“, která je součástí projektu Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu financovaný Evropským sociálním fondem. Cílem tohoto projektu je definovat obsah a cílovou skupinu pro vytvoření destinačního produktu s dodržением marketingových zásad tvorby podniku. Autorka čerpá informace z první a druhé kapitoly této publikace.

Dalším elektronickým zdrojem se stala skripta M. Palatkové „*Prolínání destinací a destinační partnerství*“, která byla také vytvořena pro projekt Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. Autorka této bakalářské práce se zabývá kapitolou č. 2 (Management destinace), č. 3. (Marketing destinace cestovního ruchu) a č. 4 (Produkt destinace cestovního ruchu).

Autorka dále čerpá z Informační, marketingové a programové strategie rozvoje turistické oblasti Kukska od společnosti Revitalizace Kuks o.p.s. Tato publikace byla zpracována jako součást projektu *Kuks – Braunův kraj* realizovaného v rámci operačního programu Regionální operační program NUTS II Severovýchod. Jejím cílem je vytvořit ucelenou a vnitřně logicky propojenou informační, marketingovou a programovou koncepci destinačního managementu lokality Kuks. V práci je využito kapitol č. 2, 3, 4 a 6.

Obecně prospěšná společnost Revitalizace Kuks každým rokem vydává výroční zprávu, která je dalším elektronickým zdrojem této bakalářské práce. Autorka vychází z výročních zpráv za posledních 5 let a zdrojem informací jsou zejména kapitoly „*Vracíme život Kuksu*“, „*Co lze stihnout za rok*“, „*Projekty krok za krokem*“ a „*Šíříme slávu Kuksu*“.

Elektronickými zdroji jsou také webové stránky obce Kuks, Hospitalu Kuks a společnosti Revitalizace Kuks.

# TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE

## 4 Vymezení základních pojmů

Cílem této kapitoly je vymežit základní pojmy, které se vztahují k hlavnímu cíli bakalářské práce, kterým je navrhnout konkrétní produkt cestovního ruchu pro oblast komplexu Kuks. Teoretická část je z tohoto důvodu zaměřena zejména na pojmy destinace cestovního ruchu, management a marketing cestovního ruchu a produkt destinace cestovního ruchu.

### 4.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch v současné době představuje jeden z důležitých dynamicky se rozvíjejících sektorů ekonomiky mnoha zemí. Definovat cestovní ruch není snadné, neboť může nabírat mnoha různých forem. Z tohoto důvodu také vznikla řada definic, které se snaží tento pojem obsáhnout. Za všeobecně uznávanou definici je možné považovat definici Světové organizace cestovního ruchu (WTO), podle níž je cestovní ruch *„chápán jako činnost osob, které cestují na přechodnou dobu do místa mimo své bydliště, a to na dobu kratší než jeden rok u mezinárodního cestovního ruchu a kratší než 6 měsíců u domácího cestovního ruchu, za účelem jiným než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“* (Palatková, 2006).

Za výstižnější definici je možné považovat definici dle výkladového slovníku – Cestovní ruch od autorů Zelenky a Páskové, který byl vydán za podpory Ministerstva pro místní rozvoj. Cestovní ruch autoři považují za *„aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa) či jiným účelem“* (Pásková, Zelenka, 2002, s. 45).

## 4.2 *Destinační management*

V době, kdy se na jedné straně zvyšuje konkurenční boj a na straně druhé stále rostou nároky návštěvníků, mohou obstát pouze destinace, které jsou systémově řízené a orientované na trh. Pro tento případ vznikla disciplína, která se nazývá destinační management. Pro plné pochopení tohoto pojmu je vhodné nejdříve definovat pojem destinace cestovního ruchu.

Pod pojmem destinace cestovního ruchu si lze představit geograficky vymezené území, které se od ostatních území odlišuje svými podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu, na jejichž základě si účastník cestovního ruchu vybírá dané území jako cílové místo pro svou návštěvu. Také v případě pojmu destinace cestovního ruchu existuje celá řada definic od několika autorů. Nejprve je však vhodné uvést definici pojmu destinace, který se od pojmu destinace cestovního ruchu liší. Pojem destinace dle výkladového slovníku cestovního ruchu všeobecně „*označuje směřování, cíl cesty cestujícího či místo navštívené účastníkem cestovního ruchu*“ (Pásková, Zelenka, 2002, s. 59).

Destinaci cestovního ruchu poté Světová organizace cestovního ruchu (WTO) definuje jako „*místo atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh*“ (Királová, 2003, s. 15). Dle výkladového slovníku je destinace cestovního ruchu v užším smyslu označována jako cílová oblast v daném regionu, která je typická nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu. V širším smyslu se destinací cestovního ruchu dle Páskové a Zelenky (2002, s. 60) rozumí země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami cestovního ruchu a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků. K tomu, aby docházelo k rozvoji cestovního ruchu v dané destinaci, je nezbytná kvalitní nabídka, která bude účastníky cestovního ruchu dostatečně motivovat k návštěvě destinace a která bude zároveň uspokojovat jejich potřeby a přání.

Kromě dostatečné nabídky cestovního ruchu je k úspěšnému rozvoji cestovního ruchu v destinaci zapotřebí, aby byl cestovní ruch v rámci destinace kvalitně koordinován a docházelo zde ke spolupráci mezi jednotlivými podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty. Proces koordinace a sladování aktivit v destinaci cestovního ruchu jsou jedním z hlavních cílů destinačního managementu. Díky partnerství je rozvoj cestovního ruchu v regionu snazší, jelikož konkurenceschopnost se spojením sil, prostředků a úsilí subjektů zvyšuje, lze správně soustředit finanční prostředky, využít lidského potenciálu apod.

### **4.3 Marketing destinace cestovního ruchu**

V dnešní době tvrdé konkurence a vyrovnávání se s dopady světové krize a recese ekonomiky je na marketing kladen velký důraz. Co je možné chápat pod pojmem marketing? Mnoho lidí se domnívá, že se jedná pouze o nějaké techniky o prodeji či reklamě. Je mnoho definic marketingu, např. americký profesor Philip Kotler (2004, s. 79) definuje marketing jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.

Samotný marketing cestovního ruchu je např. dle Morrisona (1995, s. 16) definován „*jako plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování cílů činností potřebných k zajištění jak zákaznických potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se dále může zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací.*“ Dle Jakubíkové (2012, s. 38) je marketing cestovního ruchu považován za koordinaci všech zúčastněných subjektů cestovního ruchu, zejména tedy v oblasti stravování, ubytování, dopravy, atraktivit cestovního ruchu, zábavy a sportovního vyžití, na uspokojení potřeba a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. K zajištění tohoto cíle marketing destinace obsahuje „*analýzu místa plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezení lokalit a směřuje hlavně k silným stránkám konkurenční pozice současných míst v mezinárodním souboji o atraktivní cílové skupiny*“ (Jakubíková, 2012, s. 38).

Marketing destinace cestovního ruchu lze tedy všeobecně chápat jako řízený a ucelený soubor aktivit, který vede k uspokojení potřeb návštěvníků destinace a zároveň ke splnění cílů, které si určila destinace cestovního ruchu. Marketingové řízení je jedním z nástrojů realizace politiky cestovního ruchu v destinaci, kterým lze působit na poptávku po destinaci. Aby byl produkt cestovního ruchu úspěšný v tvrdém konkurenčním prostředí, je třeba, aby byly využívány principy destinačního marketingu a především nástrojů marketingového mixu, o kterém pojednává další část práce.

### **Marketingový mix v cestovním ruchu**

Marketingový mix je souborem taktických nástrojů, které slouží k získávání konkurenceschopnosti produktu nebo služby po uvedení na trh. Jedná se především o čtyři skupiny charakteristik, které jsou někdy označovány jako tzv. „čtyři P“. Patří sem produkt, cena, distribuce a propagace. V oblasti cestovního ruchu byl však marketingový mix rozšířen o další marketingové nástroje, kterými jsou lidé, balíčky služeb a tvorba programů a spolupráce. V následující části práce budou tyto jednotlivé marketingové nástroje blíže stručně charakterizovány.

#### **Produkt**

Produktem se rozumí zboží a služby, které jsou spotřebiteli nabízeny. Autoři Horner a Swarbrook (2003, s. 154) definují produkt jako vše výhodné i nevýhodné, co lidé získávají nějakou výměnou. Produktem dle autorů může být myšlenka, služba, zboží nebo jakákoli kombinace těchto tří kategorií. Za produkt lze však mimo výše jmenované považovat ještě výrobek, značku, osobu, organizaci, kulturní výtvar nebo i libovolné místo (jako je např. destinace cestovního ruchu, ale také kontinent, stát, region, kraj, město, obec). Produkt cestovního ruchu je tak souhrnem veškeré nabídky soukromého a veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovní ruch koordinujícího.



## Cena

Tvorba ceny v cestovním ruchu je věcí strategie a taktiky zároveň. Tato oblast podnikání vyžaduje nelehký úkol, kterým je vytvoření cen s časovým předstihem. O cenách by se tudíž mělo rozhodovat již na začátku plánování marketingové strategie. Jejich výše se řídí dlouhodobou strategií firmy, umístěním produktu a hodnotě peněz uvnitř cílového trhu. (Horner, Swarbrooke, 2003, s. 243). Typickým znakem cen v cestovním ruchu je, že většinou nejde o cenu za jeden produkt, ale o cenu za celý balík služeb a často i z různých odvětví služeb.

## Distribuce a místo prodeje

Distribuční cesty mohou být přímé a nepřímé. Při přímé distribuci dle Morrisona (1995, s. 293) „organizace sama přebírá veškerou odpovědnost za propagaci, zajištění poskytování služeb zákazníkům“. Při nepřímé je část této odpovědnosti přenesena na jednu nebo více jiných organizací. Kombinace přímých a nepřímých distribučních cest se nazývá distribuční mix a jeho cílem je propagovat organizaci a zajistit dodání jejích služeb. Cestovní kanceláře mohou své zájezdy prodávat samy (přímá distribuce) či za pomoci jiné cestovní kanceláře nebo cestovní agentury (nepřímá distribuce). Přímá distribuce je pro cestovní kanceláře výhodnější, protože se její marže nesnižuje o provizi poskytnutou prodejčům v případě nepřímé distribuce.

## Marketingová komunikace

Marketingová komunikace patří mezi nejčastěji využívané nástroje v rámci mixu. Jejím cílem je vhodným způsobem komunikovat se stálými zákazníky, oslovovat nové, navyšovat stávající frekvenci a objem nákupů. Marketingová komunikace se skládá z několika činností, které by se měly navzájem doplňovat a podporovat. Dle Jakubíkové (2012, s. 245) se jedná o tyto činnosti:

- *Reklama* – např. inzerce v tisku, televizní a rozhlasové spoty, billboardy apod.

- *Podpora prodeje* – např. kupony, prémie, slevy, vzorky, soutěže, věrnostní programy, bezplatné vyzkoušení, produktová garance, ochutnávky, dárkové a upomínkové předměty apod.,
- *Public relations (vztahy s veřejností)* – nástroji PR mohou být např. tiskové zprávy, rozhovory, tiskové konference, akce pro fotoreportéry, exkurze a cesty, mediální partnerství apod.,
- *Přímý marketing* - nástroji mohou být různé katalogy, telemarketing, teleshopping, SMS, reklama v tisku s kupony apod.,
- *Osobní prodej*

## Lidé

Jelikož se zaměstnanec v cestovním ruchu často stává součástí nabízené služby, je zákazníkovo konečné vnímání kvality poskytnuté služby ovlivněno nejenom službou samotnou, ale i chováním pracovníků. Záleží, jaký pracovník zrovna službu poskytuje, neboť může službu jak vylepšit, tak snížit její úroveň. Proto je vhodné investovat prostředky do důkladného školení personálu. Zaměstnanci musejí umět jednat se zákazníkem a poskytovat kvalitní služby.

## Balíčky služeb a tvorba programů

Balíček služeb je podle Morrisona (1995, s. 263) „*kombinací souvisejících a vzájemně se doplňujících služeb do komplexní nabídky za jednotnou cenu*“. Zákazníci kupují balíčky nejen z důvodu, že je to pro ně pohodlnější, ale hlavně proto, že cena balíčku je nižší, než by byl součet cen jednotlivých služeb. Dalším důvodem na straně spotřebitele, proč kupovat celé balíčky služeb, je zaručení kvality. Vztah mezi tvořením balíčku služeb a programováním může být velmi úzký. Programováním jsou dle Morrisona (1995, s. 263) myšleny „*specializované činnosti, programy, nebo události, které mají zvýšit konzumaci služeb zákazníkem nebo mají zvýšit přitažlivost balíčků nebo dalších služeb pohostinství a cestovního ruchu*“. Balíčky mohou a nemusí obsahovat programování. Příkladem balíčku bez programování může být např. zájezd,

který obsahuje pouze ubytovací a stravovací služby. Balíček s programem může být zájezd zaměřený na nějakou specifickou činnost, např. sport.

### Spolupráce

V oblasti cestovního ruchu je zastoupeno velké množství různorodých subjektů, které jsou na sebe vzájemně relativně silně závislé, z tohoto důvodu je kvalitní spolupráce mezi jednotlivými subjekty velmi důležitá. Správně zvolená spolupráce poté ve výsledku přináší výhody všem zapojeným subjektům, kdy například snižuje podnikatelské riziko, rozšiřuje možnosti nabídky či zvyšuje příjmy jednotlivým subjektům.

#### **4.4 Produkt cestovního ruchu**

Produkt cestovního ruchu je dle autorů Páskové a Zelenky (2002, s. 225) „*souhrnem veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu podnikajícího v cestovním ruchu.*“ Může se jednat o služby, místa, fyzické předměty, atd. Pro návštěvníka představuje produkt cestovního ruchu především zážitek, který získal při pobytu, tzn. souborný (komplexní) produkt cestovního ruchu. Ten představuje soubor služeb nebo zkušeností návštěvníka. Komplexní produkt může představovat i samotná turistická destinace. Produkt destinace cestovního ruchu je např. dle Királové (2003, s. 86) z hlediska návštěvníků představován souborem hmotných i nehmotných prvků, které vycházejí z dostupných možností destinace a které jsou návštěvníkům nabízeny. Hmotnými prvky jsou kulturní, přírodní či historické zdroje a infrastruktura. Nehmotné prvky poté dotváří atmosféru místa. Prostřednictvím těchto prvků následně návštěvníci získávají určitý souhrn zkušeností, který vnímají jako produkt destinace. Je tedy důležité, aby se hmotné i nehmotné prvky nacházely ve vzájemné harmonii. Návštěvník tedy nevnímá produkt destinace jako jednotlivou službu či jeden výrobek, ale jako soubor těchto služeb. Na základě toho je pak definován souborný produkt cestovního ruchu, který je dle Királové (2003, s. 87) tvořen následujícími složkami:

- primární nabídkou destinace, jež bývá pro návštěvníka základním motivem k návštěvě;
- sekundární nabídkou destinace; která vytváří podmínky pro pobyt a pro využití primární nabídky destinace;
- přístupností a imagem destinace;
- přiměřenou cenou, která tvořena veškerými náklady spojenými s návštěvou destinace.

### **Tvorba produktu v cestovním ruchu**

Tvorba nových produktů je nezbytnou reakcí na nepřetržitě se rozvíjející a měnící se trh cestovního ruchu. Novým produktem lze dle Jakubíkové (2012, s. 197) označit „*cokoliv, co zákazníci vnímají jako nové a odlišné od stávajících produktů.*“ Tvorba nového produktu by měla být založena zejména na analýze možností destinace a potřebách a přáních návštěvníků destinace. Tvorba produktu destinace cestovního ruchu představuje kontinuální proces, který je orientován na návštěvníka destinace. Za cílem dosažení určité kvality a komplexnosti produktu by se na jeho vytváření měly podílet všechny subjekty destinace cestovního ruchu. Nový produkt by též neměl negativně narušovat současnou image destinace a měl by zvyšovat konkurenceschopnost destinace, rozšiřovat současnou nabídku či poskytovat další přínosy pro destinaci cestovního ruchu. Při tvorbě nového produktu by měly dle Kratochvíla a Pažouta (2015) být respektovány tyto následující zásady:

1. SROZUMITELNOST - nový produkt by měl být sestaven tak, aby mu cílová skupina rozuměla;
2. BENEFITY - produkt by měl jasně popisovat užitky, které uživatelům i prodejcům přináší;
3. MÉDIUM - produkt by měl být komunikován tam, kde ho cílová skupina zaregistruje;
4. SDĚLENÍ - produkt by měl být komunikován tak, aby ho cílová skupina zaregistrovala;
5. ODLIŠENÍ - produkt by měl být na trhu odlišitelný od produktů konkurence;

6. JEDINEČNOST - produkt by měl být pro konkurenci co nejhůře napodobitelný;
7. EKONOMIKA - produkt by měl přinášet dostatečný zisk, obrat nebo jiný zvolený přínos;
8. FLEXIBILITA - produkt by měl být neustále analyzován a přizpůsobován potřebám zákazníků;
9. INOVACE - produkt by měl být nejpozději okamžitě po skončení životního cyklu nahrazen produktem novým;
10. KOOPERACE – pro efektivní nabídku je vhodné spojovat se v rámci destinačního managementu a tvořit doplňky a balíčky nabídek.

Návrh produktu by poté měl obsahovat zejména charakteristiku regionu, popis nového produktu zahrnující jeho popis, hlavní a vedlejší a doprovodný program. Samotný proces tvorby lze rozdělit na několik základních fází, kterými dle Királové (2003, s. 101) jsou:

- *identifikace možností trhu* - v tomto kroku dochází ke vzniku nápadu, stanovení cílového trhu, identifikací konkurence a odhadu finanční a časové náročnosti nového produktu.
- *tvorba nového produktu* - na základě předchozího kroku jsou následně zpracovány podrobné analýzy potřebné pro vypracování koncepce nového produktu. Nejčastěji se při tvorbě produktu využívá SWOT analýza produktu, analýza nejdůležitějších charakteristik produktu a jeho přínosů pro návštěvníka zahrnující atributy produktu, přínosy produktu a hodnoty produktu, a analýza životního cyklu produktu. V této fázi je následně stanovena koncepce produktu, která charakterizuje konkrétní provedení produktu, kvalitu, užité vlastnosti aj.
- *testování* - k testování koncepce nového produktu dochází v rámci cílového segmentu návštěvníků, který se k novému produktu může vyjadřovat a hodnotit jej. Na základě výsledků testování koncepce jsou zhotoveny marketingové a obchodní plány a v závěru je vytvořen prototyp produktu, který je dále testován v podmínkách, co nejvíce podobným skutečnému trhu.
- *zavedení na trh cestovního ruchu* - zavedení produktu na trh je též nazýváno komercializací a představuje poslední krok v procesu tvorby nového produktu.

## **4.5 Fyzicko-geografické faktory**

Faktory, které mohou ohrozit cestovní ruch, ať už jsou ovlivnitelné, nebo neovlivnitelné, je možné rozdělit do čtyř skupin, na faktory fyzicko-geografické; politické, ekonomické a sociální; zdravotní a faktory technologické spolu se selháním lidského faktoru. Vzhledem k tématu této bakalářské práce se autorka práce zaměřuje na faktory fyzicko-geografické. Skupina těchto faktorů, mezi které lze zařadit záplavy, zemětřesení, sopečnou činnost a hurikány, se vyznačuje hlavně tím, že je člověk může jen velmi málo ovlivnit. Objevují se bez předchozího varování a ohroží nejen místní obyvatele, ale i turisty a turistickou infrastrukturu v daném regionu. Přestože působí pouze několik minut nebo hodin, odstranění jejich následků, případně budování ochrany před nimi v budoucnu, může trvat léta i desetiletí. Pro cestovní ruch působení těchto faktorů znamená především vznik negativního image regionu, což se může projevit nedůvěrou turistů a poklesem návštěvnosti spojeným s poklesem příjmů z cestovního ruchu, na kterých je řada oblastí závislá. Tato kapitola se stručně věnuje charakteristice klimatologie, jako vědního oboru zabývajícího se studiem podnebí a dále meteorologie, která se zabývá zákonitostmi počasí.

### **Klimatologie**

Klimatologie (z řeckého "klíma" - sklon a "logos" - slovo, věda) je chápána jako nauka o podnebí. Pojem "klíma" zavedl řecký astronom Hipparchos (190-120 př. l.) a vyjádřil tak závislost klimatu na sklonu dopadajících slunečních paprsků. Klimatologie reprezentuje vědu na rozhraní mezi geofyzikálními a geografickými disciplínami. Klimatologii se obecně definuje jako věda o klímatach Země, o podmínkách a příčinách jejich formování a také jako vědu o působení klimatu na člověka, objekty jeho činnosti a naopak. Hlavní úkoly klimatologie podle Vysoudila (2016, s. 11) jsou:

- studium utváření klimatu na Zemi a popis jejich odlišností v jednotlivých regionech,
- klasifikace podnebí a vymezení klimatických oblastí,
- studium kolísání a změn klimatu, prognózy klimatu.

## Meteorologie

Meteorologie (z řeckého "meteoros" - vznášející se ve výši, "logos" - slovo, věda) je věda o zemské atmosféře, o jejím složení, vlastnostech, dějích a jevech v ní probíhajících. Meteorologie využívá především fyzikálních poznatků a metod řešení a je často označovaná za fyziku atmosféry. Meteorologie studuje především:

- složení a stavbu atmosféry,
- oběh tepla a tepelný režim atmosféry,
- oběh vody včetně její interakce se zemským povrchem,
- všeobecnou cirkulaci atmosféry a místní cirkulaci,
- elektrického pole atmosféry, optické a akustické jevy v atmosféře.

Meteorologie je vědní disciplína s širokým praktickým uplatněním. Řeší otázky související s hydrologií, geografii, geofyzikou, chemií, biologií atd. (Vysoudil, 2016, s. 9). Základní měřené nebo pozorované meteorologické prvky charakterizují fyzikální stav atmosféry nebo atmosférické jevy. Jejich soubor charakterizuje počasí. Jsou to sluneční záření, sluneční svit, teplota půdy, teplota vzduchu, tlak vzduchu, vlhkost vzduchu, výpar, oblačnost, atmosférické srážky, směr a rychlost větru. Jejich okamžitý stav i dlouhodobý režim je bezprostředně ovlivňován řadou faktorů, které se označují jako klimatotvorné. Klimatické prvky představují statistické charakteristiky stanovené z měřených nebo pozorovaných meteorologických prvků. Využívají se v klimatologii pro popis podnebí, jsou to např. průměrné teploty, srážkové úhrny<sup>1</sup>, relativní vlhkost, převládající směr větru atd.

Převážná část získaných meteorologických dat pochází z měřících stanic či z družic na oběžné dráze kolem Země. Hlavní institucí pro získávání těchto údajů v České republice je Český hydrometeorologický ústav a jeho pobočky po celé zemi. Tato instituce zahrnuje celou síť nejrůznějších typů stanic a v následující části je stručně představena.

---

<sup>1</sup> Průměrné teploty a srážkové úhrny v oblasti Kukska jsou analyzovány v kapitole 5.1.2 Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks.

## Český Hydrometeorologický ústav

Činnost Českého hydrometeorologického ústavu (ČHMÚ) je ustavena opatřením č. 15/15 Ministerstva životního prostředí o vydání úplného znění zřizovací listiny příspěvkové organizace Český hydrometeorologický ústav ze dne 30. prosince 2015, č. j. 4060/M/15; zřizovatelem ústavu je Ministerstvo životního prostředí. Podle zřizovací listiny je základním účelem ústavu vykonávat funkci ústředního státního ústavu České republiky pro obory čistota ovzduší, hydrologie, jakost vody, klimatologie a meteorologie, jako objektivní odborné služby poskytované přednostně pro státní správu (online: Strategie rozvoje ČHMÚ do roku 2012, 2016).

Hlavními předměty činnosti ústavu jsou:

- racionální, věcný a ekonomicky integrovaný výkon státní služby;
- zřizování a provoz státní monitorovací a pozorovací sítě pro sledování kvantitativního a kvalitativního stavu atmosféry a hydrosféry a příčin vedoucích k jejich znečištění nebo poškození;
- odborné zpracování výsledků pozorování, měření a monitorování při dodržování zásad legislativy EU;
- vytváření a správa databáze o stavu a kvalitě ovzduší a o zdrojích jeho znečištění, jakož i o stavu a vývoji atmosféry a o množství a kvalitě vody ve smyslu legislativy EU a mezinárodních smluv;
- poskytování informací o charakteristikách a režimech atmosféry a hydrosféry;
- poskytování operativních informací o stavu atmosféry a hydrosféry, předpovědi a výstrah upozorňujících na nebezpečné hydrometeorologické jevy;
- zajištění technologického rozvoje monitorovacích, komunikačních a informačních technologií provádění vědecké a výzkumné činnosti v příslušných oborech včetně projekční činnosti;
- na základě pověření nebo oprávnění vykonávání dalších speciálních odborných činností, které souvisejí se základními činnostmi ústavu a jsou vyjmenovány ve zřizovací listině ČHMÚ; a

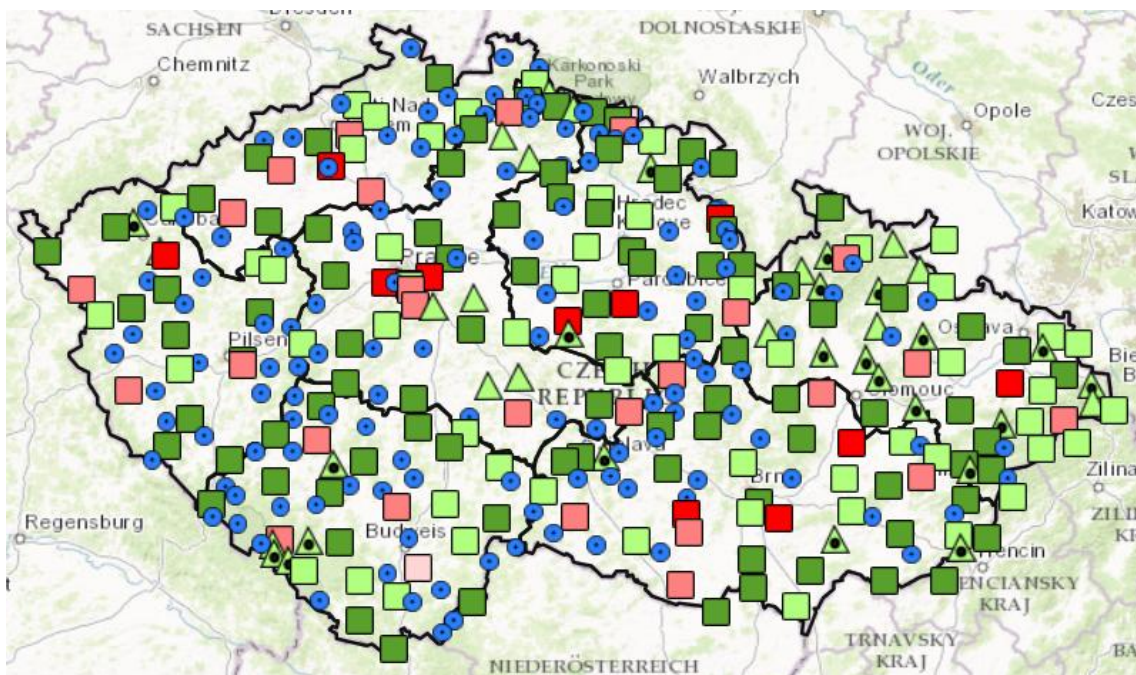


- pořádání odborných kurzů, exkurzí, školení a jiných vzdělávacích akcí pro veřejnost, včetně lektorské činnosti, environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty (online: Strategie rozvoje ČHMÚ do roku 2012, 2016).

Profesionální staniční síť zahrnuje stanice meteorologické, meteorologické letecké a observatoře. Jejich činnost se řídí předpisy Světové meteorologické organizace a metodickými předpisy ČHMÚ. Meteorologická a klimatologická měření probíhají v síti 802 stanic ČHMÚ. Nejvyšší postavení a nejrozsáhlejší pozorovací program má síť 38 profesionálních meteorologických stanic, z nichž část, celkem 6 stanic, je pod správou Armády ČR. Rozsáhlá klimatologická měření poskytuje síť 179 dobrovolnických klimatologických stanic, z nichž většina, 140 stanic, je plně nebo částečně automatizována. Pozorovací program 559 dobrovolnických srážkoměrných stanic (z toho 77 automatizovaných) je omezen jen na měření srážek a vlastností sněhové pokrývky. Doplňkové údaje o ročním úhrnu srážek navíc poskytuje i 26 totalizátorů, umístěných v obtížně přístupných horských lokalitách. (online: Mapy stanic ČHMÚ, 2016).

Nejstarší a historicky unikátní je stanice Praha - Klementinum. Stanice Dukovany a Temelín zajišťují kromě běžného programu meteorologické zabezpečení provozu jaderných elektráren, observatoř Doksany je součástí světové fenologické sítě. Hlavní náplní činnosti meteorologických stanic a observatoří je měření a pozorování stanovených meteorologických i jiných prvků, jejich základní zpracování a předávání do centra v ČHMÚ ve stanovené formě a termínech. V současnosti jsou všechny profesionální stanice a observatoře vybaveny automatickými měřicími systémy a měří nepřetržitě. Meteorologické stanice ČHMÚ jsou zobrazeny v níže uvedeném obrázku č. 1.

Obrázek 1 - Meteorologické stanice ČHMÚ



Zdroj: Mapy stanic ČHMÚ. (online). (citace březen, 29., 2016). Přístup z internetu: URL: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/mapy-stanic>

Stanice jsou řízeny a spravovány jednotlivými regionálními pobočkami ČHMÚ v bývalých krajských městech.

Pro zpracování praktické části byla použita data z pobočky ČHMÚ v Hradci Králové. Pracovníci této pobočky poskytli autorce práce data z meteorologické stanice Velichovky (299 m n. m. – okres Náchod), která se nachází necelých 12 km od Kuksu.

Na základě těchto dat je v kapitole 5.1.2 Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks provedena analýza měsíčního úhrnu srážek a průměrné měsíční teploty vzduchu v této lokalitě za období 2009-2014. Díky této analýze bude možné navrhnout nejvýhodnější období pro nově navrhnutý produkt cestovního ruchu v oblasti Kukska.

# PRAKTICKÁ ČÁST PRÁCE

## 5 Památková rezervace Kuks

Památková rezervace Kuks má za sebou slavnou uměleckou a společenskou minulost, založenou a udržovanou hrabětem F. A. Sporckem, který žil v letech 1662 – 1738. Jeho lázně Kuckus-Baade založené v roce 1694 pod léčivým pramenem jsou dodnes místem s největším soustředěním barokních památek na jednoho obyvatele v České republice. Pozůstatky zámku s funkčním kaskádovým schodištěm, lázeňské budovy, barokní sochy, ulici roubených domů, Rentzův nebo hofmistrův dům, zámeckou kuchyni, rekonstruovaný Comoedien-Haus a sporckovské lípy před bývalým hostincem U zlatého slunce umocňuje vyhlídka na překrásné průčelí hospitálu na protějším břehu Labe. Obec nabízí na každém kroku dotyky s jedinečnou barokní minulostí i výlety do nedaleké přírodní scenérie Braunova Betléma v Novém lese, či dál do okolí (online: Obec Kuks, 2015).

### 5.1 Fyzicko-geografické faktory destinace Kuks

V následující části práci bude charakterizována lokalita komplexu Kuks a analyzovány fyzicko-geografické faktory této lokality. Autorka práce analyzuje měsíční úhrny srážek a průměrné měsíční teploty za posledních 6 let. Poslední podkapitola je věnována získání informací k případnému hydrogeologickému průzkumu zaměřeného na vyhledání minerálních vod v oblasti Kukska a je popsána historie lázeňství v této lokalitě.

#### 5.1.1 Charakteristika lokality

Obec Kuks se nachází v malebném Podkrkonoší, v tichém sevřeném údolí horního toku Labe, mezi městy Jaroměř a Dvůr Králové cca 145 km severovýchodním směrem od Prahy na hlavním silničním tahu z Hradce Králové do Krkonoš. Okolí je proslulé krásnou přírodou, historickými a uměleckými památkami i možnostmi

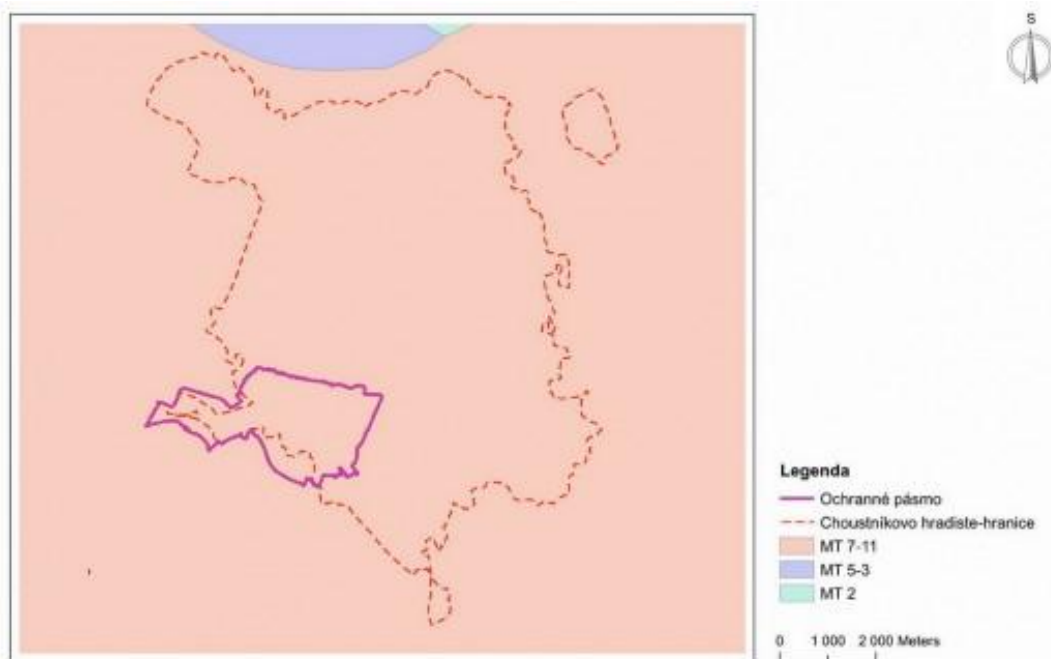
pro odpočinek a zábavu. Z Kuksu je blízko do Krkonoš, Babiččina údolí, východočeských zámků, Orlických hor a dalších turisticky atraktivních míst. Doma i v zahraničí je Kuks s nedalekou přírodní galerií Betlém proslulý množstvím uměleckých památek z doby baroka.

Dopravní dostupnost je dobrá, Kuks se nachází v Královéhradeckém kraji, 145 kilometrů severovýchodně od Prahy. Do obce Kuks se dá pohodlně dostat autem za přibližně 2 hodiny. Větší část cesty vede po dálnici D 11, která přechází před Hradcem Králové v rychlostní silnici. Po rychlostní silnici mohou návštěvníci dále pokračovat směrem na Jaroměř a Dvůr Králové. Kuks je dostupný také vlakem v čase 2 hodiny 20 minut a autobusem z autobusového nádraží Florenc nebo Černý most do cca 3 hodin. Dostupnost by se dále měla zvyšovat dostavěním dalších částí dálnice D11 a navazujících úseků rychlostní silnice R11. Dostavba dálnice D11 z Hradce Králové přes Jaroměř na státní hranici s Polskem byla zařazena mezi prioritní transevropské dopravní stavby a výstavba úseku Hradec Králové – Jaroměř je plánována na rok 2017 (online: Kuks – Braunův Kraj, 2014).

### **5.1.2 Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks**

Obec Kuks leží v malebném kraji Podkrkonoší, samotná obec se nachází v údolí horního toku Labe mezi městy Jaroměř a Dvůr Králové. Nedaleko se nacházejí Krkonoše, Orlické hory a Babiččino údolí. Podnebí je navzdory blízkým horám mírné, podobné jako v celé východočeské nížině. Z hlediska klimatického zařazení je oblast poměrně jednotvárná. Klimatickogeografické členění České republiky vymezuje tři základní klimatické oblasti – teplou, mírně teplou a chladnou. V každé oblasti je pak vymezeno několik podoblastí. Teplá oblast se dělí na 5 podoblastí (T1 – T5), kdy T5 je nejteplejší a také nejsušší a T1 je nejchladnější a nejvlhčí. Mírně teplá podoblast se dělí na 11 podoblastí (MT1 – MT11), kdy MT11 je opět nejteplejší a nejsušší a MT1 je nejchladnější a nejvlhčí. Chladná oblast je dělena na 7 jednotek (CH1 – CH7), z nichž CH1 je opět nejstudenější a CH7 nejteplejší. (online: Klimatické regiony ČR, 2015). Území Kukska se nachází v klimatické oblasti mírně teplé – MT, a to MT 7, 9, 10 a 11, což zobrazuje níže uvedený obrázek.

**Obrázek 2 – Klimatická charakteristika Kukska**



Zdroj: Geografická charakteristika objektu. (online). (citace duben, 19., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.kuks.estranky.cz/clanky/geografie.html>

Co se týče analýzy měsíčního úhrnu srážek a průměrné měsíční teploty vzduchu, autorka práce využila data z meteorologické stanice Velichovky, a to za období 2009-2014.

**Tabulka 1 – Měsíční úhrn srážek**

Měsíční úhrn srážek (mm) na meteorologické stanici Velichovky							
měsíc/rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Průměr
leden	28,3	39,6	44,5	56,7	36,8	20,9	37,8
únor	44,1	26,1	7,3	30,1	26,7	2,1	22,7
březen	52,5	37,2	29,1	5,0	16,8	40,5	30,2
duben	7,3	51,1	12,3	36,3	15,4	17,1	23,3
květen	60,6	131,5	53,8	56,9	129,6	86,7	86,5
červen	54,2	31,5	54,2	51,2	122,0	50,2	60,6
červenec	91,2	76,0	111,9	192,7	44,8	62,1	96,5
srpen	36,1	167,9	38,2	53,9	41,4	53,3	65,1
září	10,7	79,6	34,6	41,0	44,4	60,2	45,1
říjen	50,7	9,2	38,9	32,7	37,5	36,7	34,3
listopad	37,7	55,0	0,6	26,7	43,0	13,5	29,4
prosinec	58,3	51,1	46,6	53,5	16,3	27,7	42,3

Zdroj: ČHMÚ – Meteorologická stanice Velichovky

Z výše uvedené tabulky je patrné, že nejvyšší průměrné hodnoty je dosahováno v měsíci červenec, a to 96,5 mm. Rekordem je hodnota 192,7 mm srážek v červenci roku 2012. Nejnižší průměrné hodnoty jsou naopak v měsíci únor a duben.

Druhá tabulka poté ukazuje, že nejvyšší průměrná měsíční teplota vzduchu vychází v měsíci červenec, a to 19,6°C. Nejnižší průměrná teplota vychází na měsíc leden. Nejvyšší průměrná teplota za sledované období byla dosažena v červenci 2010 a naopak nejnižší v únoru 2012.

**Tabulka 2 – Průměrná měsíční teplota vzduchu**

Průměrná měsíční teplota vzduchu (°C) na meteorologické stanici Velichovky							
měsíc/rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Průměr
leden	-4,3	-4,5	-1,0	0,0	-1,6	0,9	-1,8
únor	-0,6	-1,5	-1,4	-4,8	-0,4	2,8	-1,0
březen	4,1	3,4	4,4	5,6	-0,2	7,2	4,1
duben	13,4	9,1	12,0	9,4	8,8	10,9	10,6
květen	13,8	12,3	14,5	15,6	12,9	12,8	13,7
červen	15,3	17,9	17,9	17,3	16,9	16,4	17,0
červenec	18,9	21,2	17,5	18,8	20,5	20,6	19,6
srpen	19,8	18,0	18,8	18,9	19,0	16,8	18,6
září	16,1	12,2	15,2	13,7	12,6	15,2	14,2
říjen	7,7	7,1	8,5	7,8	9,9	10,7	8,6
listopad	6,0	5,9	3,1	5,9	5,0	7,2	5,5
prosinec	-0,6	-4,6	2,3	-1,5	1,9	2,0	-0,1

Zdroj: ČHMÚ – Meteorologická stanice Velichovky

Díky této analýze je patrné, že nejvyšší průměrné teploty v oblasti Kukska jsou v měsících červenec, kdy ale na druhou stranu vycházejí nejvyšší průměrné úhrnné srážky. Z tohoto důvodu by autorka práce jako nejvhodnější termín pro nově navržený produkt cestovního ruchu v oblasti Kukska, o kterém je pojednáno v kapitole 6.2 Tvorba produktu „Víkend na Kuksu“, navrhla měsíc s nižší teplotou, ale s nižším úhrnem srážek, tedy duben případně září.

### 5.1.3 Minerální vody a lázeňství

V rámci této podkapitoly se autorka práce zaměřuje na získání informací k případnému hydrogeologickému průzkumu zaměřeného na vyhledání minerálních vod v oblasti Kukska. Pokud by došlo k obnově lázeňské tradice, vedlo by to k výraznému oživení této lokality. To by umožnilo návratnost investic vkládaných do záchranu barokních památek a usnadnilo shánění prostředků potřebných na jejich průběžnou údržbu. Hlavním zdrojem informací je publikace „*Hledání léčivých pramenů pro Hospital Kuks*“ od geologů P. Čížka a J. Matouše (online: 2015). Autoři se domnívají, že geologická stavba okolí Kuksu dává naději na to, že by zde mohly být nalezeny uhličitě kyselky. Z tohoto důvodu by stálo za to vyčlenit zlomek toho, co bude muset být proinvestováno pro záchranu komplexu Kuks, na hydrogeologický průzkum, zaměřený na vyhledání minerálních vod. Jejich zachycení by otevřelo možnost využít tento mimořádný areál pro exkluzivní lázeňské účely, kvůli kterým byl kdysi zřízen. To by umožnilo návratnost vložených investic a usnadnilo shánění prostředků potřebných na jeho rekonstrukci a údržbu.

#### **Historie lázní v Kuksu**

Barokní komplex léčebných zařízení byl hrabětem F. A. Šporkem budován v roce 1692 v malebném labském údolí, které se nehodilo pro zemědělství, protože bylo příliš zamokřené. Na levém břehu Labe byla postavena lázeňská budova a v údolí Labe byly zřízeny upravené stezky kolem zachycených léčivých pramenů. Lázně byly uvedeny do provozu již v roce 1695 a rychle získaly klientelu. Zřídelní základna lázní však byla už od počátku problematická, protože zachycené léčivé prameny v údolí Labe jímaly jen prostou mělkou podzemní vodu a z hlavních pramenů u lázeňské budovy dokonce vytékala zdravotně podezřelá voda, která napršela a vsákla do země přímo v městečku Kuks. Hrabě Špork se sice asi pokoušel nalézt pro své lázně skutečnou minerální vodu, ale bez úspěchu. Bez minerálního zřídla nemohl Kuks v narůstající konkurenci západočeských lázní obstát a tak už za dva roky po smrti hraběte Šporka dovršila úpadek lázní velká povodeň, která v roce 1740 zničila zachycené prameny v údolí Labe. Pro malý zájem klientů už nebyly nikdy obnoveny a lázně upadly

v zapomenutí. Tam, kde kdysi vedly upravené lázeňské cesty kolem léčivých pramenů a vytesaných kamenných plastik, je dnes v širokém okolí Kuksu jenom neschůdný lužní les a rozlehlá mokrá luka ležící ladem (online: Hledání léčivých pramenů pro Hospital Kuks, 2015). Léčivými prameny hraběte Šporka byly ve skutečnosti jenom vývěry mělkých podzemních vod, které vznikly v místech, ve kterých vycházejí do boků labského údolí skalní pukliny, protínající na velkou vzdálenost bloky svrchněkřídových hornin.

### **Možnost výskytu kyselek**

Kuks leží zhruba v polovině spojnice vedené mezi Lázněmi Bělohrad a mezi nejzápadnějším výskytem kyselek Náchodsko – Kladské oblasti ve Třticích. Přívodní cesty kysličníku uhličitého mohlo vytvořit mimořádné tektonické porušení území, protože u Kuksu vybíhá centrální křídová pánev k severozápadu a vytváří královédvorskou synklinálu - úzký dlouhý výběžek, jehož jihozápadní okraj je strmě vyzdvižen podle hlubinného zlomu. Geofyzik J. Matouš provedl rešerši regionálních geofyzikálních měření z širšího okolí Kuksu a vypracoval strukturní schéma geologické stavby jeho okolí, které je první přílohou této práce. Autor dospěl k závěru, že z magnetometrických, radiometrických, seismických a geoelektrických měření je patrné strukturní propojení Lázní Bělohrad na zájmovou oblast u Kuksu. Jižně od Kuksu probíhá buď přímo v podloží křída, anebo v hloubce do 300 m pruh hornin, které jsou v oblasti Nového Kašova a Zaloňova dislokovány příčným zlomem severojižního směru. Ten propojuje pokračování hlubinného Lužického zlomu s Kašovským a Vlčkovickým zlomem a může být místem výstupu plynů a minerálních vod, pocházejících z hlubinných struktur. Protíná údolí Labe asi 800 m západně od špitálu a je možné, že jeho podružné struktury zasahují i do prostoru špitálské zahrady. V nejbližším okolí Kuksu se může uhličitá kyselka vyskytovat podobně jako v Lázních Bělohrad v puklinách tektonicky porušeného krystalinika pod křídovými horninami. (online: Hledání léčivých pramenů pro Hospital Kuks, 2015).



## Návrh hydrogeologického průzkumu

Průzkum byl navržen ve třech navazujících etapách, přičemž zahájení každé další etapy je podmíněno úspěšnými výsledky předcházejících prací.

- *První etapa* – provedení geofyzikálních a plynometrických měření k vyhledání tektonických struktur, které by mohly být přírodními drahami minerálních vod. Náklady na tyto práce a na přípravu 2. etapy jsou odhadovány na 200 tis. Kč.
- *Druhá etapa* – provedení vyhledávacích vrtů v místech vytypovaných geofyzikálním měřením. V průběhu vrtání na nich budou prováděny orientační čerpací zkoušky s odběrem vzorků vody na základní chemický rozbor a na obsah kyslíčnicku uhličitého. Za předpokladu 4 pozitivních vrtů jsou náklady na druhou etapu odhadovány na 3,5 milionu Kč.
- *Třetí etapa* - uskutečnění společné dlouhodobé odběrové zkoušky z vybraných objektů s pravidelnými odběry vzorků vody na kompletní laboratorní rozbor.

Podnět k provedení hydrogeologického průzkumu v okolí hospitalu Kuks autoři publikace zaslali ministři kultury a ministři pro místní rozvoj, od kterých se však nedočkali pozitivní zpětné vazby. Zájem neprojevila ani obec Kuks, která se k věci nevyjádřila. Z tohoto důvodu se autorka práce v šesté kapitole této práce dotazuje hlavního projektového manažera, zda společnost Revitalizace KUKS má zájem o provedení tohoto hydrogeologického průzkumu a chtěla by tak zjistit, jestli mělo 300 let staré úsilí hraběte Šporka reálný podklad a pomocí moderní techniky vytvořit předpoklady pro to, aby kombinace lázeňství s barokními památkami vrátila regionu kolem Kuksu jeho někdejší lesk a slávu.

## **5.2 Atraktivita Kuksu**

Potenciál cestovního ruchu oblasti, ve které se Kuks nachází, je významný. Následující část práce představuje historické bohatství Kuksu a dále možnosti kulturního a sportovního vyžití v této lokalitě. Dojde také ke zhodnocení infrastruktury cestovního ruchu z hlediska ubytovacích a stravovacích kapacit. Tato analýza poslouží jako zdroj podkladů pro tvorbu produktu cestovního ruchu v šesté kapitole této práce.

### **5.2.1 Historické bohatství**

Kuks je známý především jako komplex barokních budov a soch. Jednotlivé budovy Kuksu byly vybudovány hrabětem Františkem Antonínem Šporkem na přelomu 17. a 18. století. Během třiceti let (v letech 1694–1724) vyrostly lázně, špitál, závodíště, řada domů pro lázeňské hosty, divadlo, hostinec, hospodářské budovy, roubené chalupy pro služebnictvo a mnoho dalších budov. Jižnímu břehu dominoval špitál se špitálním kostelem a hraběcí hrobkou. Budovy světské části barokního komplexu staveb se nedochovaly všechny. Dochované stavby (hostinec, divadlo a další budovy na severním břehu Labe) jsou dnes ve špatném technickém stavu – jejich rekonstrukce je zařazena na seznam nezbytných úkonů k úspěšnému využití areálu pro cestovní ruch.

Mezi nejvýznamnější památku v Kuksu lze zařadit Hospital Kuks. Tato stavba s kostelem nejsvětější Trojice, hrobkou a barokní lékárnou U Granátového jablka byla v roce 1995 vyhlášena Národní kulturní památkou a nyní je pod správou Národního památkového ústavu. Za další významnou památku je považován Braunův Betlém, který je ojedinělým přírodním souborem plastik poustevníků, svatých a reliéfů s biblickými výjevy. Tento betlém vznikl na přání hraběte Františka Antonína Šporka, který zadal sochaři Braunovi a jeho dílně zaplnit les nad vesnicí Žireč monumentálními plastikami a vytvořit tak jedinečný přírodně-kulturní areál (online: Braunův betlém, 2015). Za zmínku také stojí unikátní projekt u obce Stanovice, který ztvárňuje novodobou křížovou cestu. Patnáct sochařských zastavení k počtě Matyáše Bernarda Brauna a Františka Antonína Šporka tak znázorňuje Křížovou cestu 21. století s podtitulem „Příběh utrpení a nadějí člověka“ (online: 2015).

## 5.2.2 Kulturní a sportovní vyžití

Obec Kuks a další organizátoři se snaží přilákat výletníky různými kulturními akcemi, které jsou rozloženy od května do listopadu. Prvotními akcemi jsou vítání jara a zahradnické trhy. V Kuksu se dále koná Muzejní noc, Noc kostelů a Víkend otevřených zahrad. V červnu následuje festival Hudební léto Kuks a v srpnu poté festival barokního divadla, opery a umění Theatrum Kuks. Mezi největší akci patří Vinobraní na Kuksu, které je doprovázeno bohatým doprovodným programem a koná se v září. V říjnu se na Kuksu konají hojně navštěvované myslivecké Svatohubertské slavnosti, kdy návštěvníci mohou shlédnout vystoupení a ukázky výcviku loveckých psů, dravců, střelbu z historických loveckých zbraní a koncertní vystoupení pěveckých souborů. Koncem listopadu dále přichází na řadu Vánoční trhy v Kuksu.<sup>2</sup> Během rekonstrukce a restaurátorských prací na Hospitalu Kuks a na budovách čp. 57, 58 a 75 byly dočasně přerušeny některé aktivity v obci, např. rekonstrukce historické události roku 1729 – obsazení Kuksu. Co se týče sportovního vyžití, tak okolí Kuksu přeje především pěší turistice či cyklistice. Kuks je skvělým východiskem k mnoha zajímavým výletům. Krásu Podkrkonoší, Krkonoš a Podorlicka je možné objevovat autem, na kole, na běžkách nebo vlakem, autobusem a pěšky či na palubě vyhlídkového letadla ze Dvora Králové, Vrchlabí nebo z Hořic. K masivnímu rozvoji cykloturistiky v Kuksu přispěla zejména výstavba *Labské' stezky*, která je novou cyklostezkou spojující Kuks s Hradcem Králové.

Úspěch projektu lze považovat za fenomenální, neboť během prvního roku od uvedení do provozu z Hradce Králové až do Kuksu přijelo na 100 tisíc cyklistů. Toto číslo lze považovat za velice zajímavé, ačkoliv v té době byl již barokní areál kvůli probíhající rekonstrukci uzavřen. Další cílený rozvoj v této oblasti stanovuje "*Nadregionální strategie Královéhradeckého kraje v oblasti cyklo, in-line a bike produktů*", která zajistila připravenost realizace dálkových cyklotras a doprovodné infrastruktury na území Královéhradeckého kraje pro čerpání z evropských fondů v období 2014-2020. (online: Nadregionální strategie KHK, 2015). Strategie přímo

---

<sup>2</sup> Přehled kulturních akcí je druhou přílohou této práce.

navazuje na projekt „Česko jede“, který je zaměřen na komplexní podporu cykloturistiky a dalších sportů v ČR. Pro Kuks je klíčové pokračování Labské cyklotrasy č. 2 z Kuksu do Dvora Králové n. Labem k přehradě Les Království a dále k prameni Labe.

### **5.2.3 Infrastruktura cestovního ruchu v Kuksu**

Kapacita ubytovacích a stravovacích zařízení v Kuksu je v dnešní době nedostatečná a je tak velkou překážkou tvorby produktů cestovního ruchu a tedy i rozvoje cestovního ruchu v této lokalitě. V Kuksu ještě v roce 2015 nebylo žádné hromadné stravovací zařízení, otevřen byl pouze Kiosek u Fanánka u záchytného parkoviště a v aleji pod lipami nad kaskádovým schodištěm malý občůdek se smíšeným zbožím, který v letní sezóně doplňuje občerstvení s malým venkovním posezením. V roce 2015 došlo k otevření restaurace Baroque a Hospoda Na Sýpce.

V Kuksu se zároveň nenachází žádné hromadné ubytovací zařízení. Dnes si turisté mohou pronajmout jeden 4lůžkový pokoj v soukromí (Galerie Kuks) nebo jednu celou chalupu pro 12 osob (Chalupa v Kuksu). Turisté tak musí zvolit nabídku ubytování v okolí Kuksu. Nejbližší je penzion Šporkův Mlýn v sousední obci Stanovice (2, 3 a 4lůžkové pokoje) nebo penziony a hotely ve Dvoře Králové nad Labem a v Jaroměři (online: Kuks – Braunův Kraj, 2014).

Tyto nedostatečné kapacity se tak opravdu stávají velkou překážkou při tvorbě nových produktů cestovního ruchu a tedy i rozvoji cestovního ruchu v této destinaci. Z tohoto důvodu autorka práce využije rozhovoru s hlavním projektovým manažerem společnosti Revitalizace KUKS, který je proveden v kapitole 6.1. Jedním z cílů tohoto rozhovoru bude zjistit, jak jsou tyto nedostatečné kapacity řešeny.

### **5.3 Destinační management Kuksu**

Jak již bylo uvedeno v teoretické části této práce, pro efektivní řízení destinace hraje velmi důležitou roli spolupráce jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. Jednotliví partneři by měli plně akceptovat formy vzájemné spolupráce a podřídit své aktivity strategickému řízení v rámci dané destinace. Cílem této kooperace je tvorba synergických efektů, jejichž základem je nabídka komplexních produktů, sdružování finančních prostředků pro možnost ucházet se o grantovou podporu, nebo například možnost provádění jednotné marketingové komunikace. Základním krokem procesu tvorby destinačního managementu v obci Kuks bylo vytvoření destinační společnosti Revitalizace KUKS, o. p. s. Tedy organizace, která má za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území za účelem efektivnějšího řízení turismu v regionu, a to s cílem zajistit udržitelný rozvoj území, konkurenceschopnost na trhu, ucelenou nabídku aktivit a spolupráci jednotlivých subjektů. Konečným cílem každého destinačního managementu je již zmíněné vytvoření ucelené nabídky produktů cestovního ruchu a zajištění udržitelného rozvoje destinace vycházející z koncepce destinačního managementu – ze stanovených cílů a vizí, jak se má destinační společnost a turistická destinace jako taková v budoucnu vyvíjet.

#### **Strategie rozvoje Kuksu**

Komplexní strategie destinace je založena na vizi, kterou dále rozvíjí strategické cíle destinace. Strategická vize popisuje žádoucí dynamický stav regionu, ke kterému by se měl vývoj cílevědomou aktivitou subjektů působících v regionu přibližovat. Správnou formulací vize je možné uvědomit si, kam by měl rozvoj destinace směřovat, a tedy i které aktivity mají být realizovány a co je třeba učinit v první řadě, aby šlo o proces logický a hospodárný. Kuks je destinací s bohatou historií a vysokou koncentrací kulturních památek a má velký potenciál k rozvoji cestovního ruchu. Do budoucna by mělo dojít k využití tohoto potenciálu a Kuks by se měl stát vyhledávanou destinací nejen domácím návštěvníků, ale také dosáhnout mezinárodního věhlasu. Vize pro Kuks je dle programové studie následující:

*„Kuks se díky kvalitnímu destinačnímu managementu do roku 2020 stane jedním ze tří nejnavštěvovanějších turistických cílů Královéhradeckého kraje“ (online: Kuks – Braunův Kraj, 2014).*

### Identifikace rozvojových problémů

Díky identifikaci rozvojových problémů je možné určit, v jakých oblastech se problémy nacházejí a na co je třeba při plánování dalšího rozvoje zaměřit pozornost. Problém je možné definovat jako rozpor mezi žádoucím stavem, neboli rozvojovou vizí a aktuálním stavem. Hlavní rozvojové problémy regionu Kuks je možné rozdělit do dvou hlavních problémových okruhů, a to dopravy a cestovního ruchu.

### Stanovené cíle

Formulace rozvojových cílů je prvním krokem po identifikaci hlavních a dílčích problémů. Pro oblast Kukska jsou stanoveny 2 oblasti cílů – doprava a cestovní ruch. V rámci dopravy je cílem zlepšit dopravní dostupnost a vnitřní propojenost destinace, zlepšit dopravní dostupnost osobní a hromadnou dopravou, zatraktivnit destinaci pro cyklo dopravu vč. vybudování potřebné infrastruktury a zajistit podmínky pro ekologické druhy dopravy. V rámci cestovního ruchu je cílem zvýšit potenciál cestovního ruchu a zajistit dlouhodobě udržitelný rozvoj destinace, posílit roli strategického řízení v obci, obnovit a vybavit veřejná prostranství a rozšířit nabídku služeb cestovního ruchu. Přehled projektových záměrů společnosti Revitalizace KUKS, které jsou rozděleny do 2 oblastí: doprava a cestovní ruch, jsou třetí přílohou této práce.

## 5.4 Vývojové aspekty komplexu Kuks

V rámci této kapitoly je nejprve pojednáno o revitalizaci Kuks, která začala již v roce 2004, kdy si Královéhradecký kraj nechal zpracovat marketingovou studii území v okolí Národní kulturní památky Hospital Kuks. Studie navrhla, aby byl ze sledované oblasti vytvořen nový turistický region zvaný Braunův kraj. Z hlediska kulturního, historického, geografického a turistického se jedná o jedinečnou a propojenou lokalitu, která se rozkládá v někdejším jádru Šporkova panství. Braunův kraj zahrnuje zejména Národní kulturní památku Hospital Kuks a její okolí, kde jsou ve volném terénu, u cest a v přilehlých vesnicích, barokní i moderní sochy a další tematicky související objekty. Jedná se o velmi cenný areál evropského historického a kulturního významu. V následujících letech vznikla myšlenka na založení zvláštní organizace, která by v této oblasti působila. V roce 2009 vznikla obecně prospěšná společnost Revitalizace KUKS.

### **Revitalizace KUKS**

Obecně prospěšnou společnost založili Královéhradecký kraj a obec Kuks. Jejím cílem je obnova a rozvoj celého území. Společnost pomáhá s rozvojem Kuksu tak, aby se tyto bývalé barokní lázně staly lákavým cílem turistů, ale přitom zůstaly příjemným místem pro život místních. Společnost je destinačním managementem a rozvojovou agenturou Kuksu. Vytváří a nabízí služby cestovního ruchu a provozuje turistické informační centrum Kuks.

Kuks a region Podkrkonoší společnost propaguje na veletrzích cestovního ruchu a dalších hojně navštěvovaných akcích, pořádá mezinárodní konference o cestovním ruchu a pracuje na projektech obnovy domů bývalé lázeňské kolonády, rekonstrukce cest, ulic a drobné architektury v Kuksu (online: Revitalizace Kuks, 2015). Společnost vydala svůj vlastní Strategický dokument a řídí se *Informační, marketingovou a programovou strategií rozvoje Kuksu a jeho okolí*. Popisuje vše, co se udělalo v Kuksu za posledních deset let a dále plány na dalších deset. Každý rok společnost Revitalizace KUKS dále vydává výroční zprávy, kde je velké množství fotografií

a desítky stran čtení o projektech, hospodaření a práci pro obnovu života a věhlasu místa barokního areálu v Kuksu.

Revitalizovat východočeský Kuks pomohlo již více než 630 milionů Kč. Ve čtvrté příloze této práce je uveden seznam s nejdůležitějšími projekty na revitalizaci barokního areálu v Kuksu za období 2005 až 2015, a to ukončené i probíhající. Revitalizace Kuksu však ještě neskončila. Společnost chce co nejvíce využít nové programovací období k dobudování infrastruktury v celém území a vytvoření nabídky atraktivních produktů a služeb cestovního ruchu. Bude se podílet na projektech, které jsou připravovány pro příštích 5 let. Přehled těch nejdůležitějších je uveden v publikaci VIZE KUKS (online: 2015).

Opravený Kuks spolu s nedalekou ZOO Dvůr Králové skrývají obrovský potenciál pro rozvoj turistického ruchu v celém královehradeckém kraji, se všemi pozitivy, které tato činnost přináší. Vzniknou např. nové restaurace, hotely, malé penziony a zázemí pro další služby cestovního ruchu. Tím zákonitě i nová pracovní místa. Synergické efekty spojené s téměř tři čtvrtě miliardovou investicí do revitalizace celého Kuksu se naplno projeví až za několik let. Je však třeba uznat, že prostředky vynaložené z několika zdrojů na pomoc významné kulturní památce a malebné obci Kuks jsou tím nejlepším příkladem efektivního a účelného využití dotačních titulů.

### **Výzkum návštěvnosti**

Návštěvnost destinace ukazují nejlépe údaje ze statistických ročenek Centra informací a statistik Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (online: 2015). Jedná se o údaje, které představují počet zakoupených vstupenek do dvou největších expozic v Kuksu. Z níže uvedené tabulky vyplývá, že návštěvnost barokního areálu v Kuksu od roku 2008 dlouhodobě klesá. Důvodem tohoto poklesu může být nedostatečná péče o stav památky, atraktivita expozice a dlouhodobě neřešená kvalita a nedostatek služeb cestovního ruchu. Z důvodu, že velká část areálu je volně přístupná (např. špitální zahrady, památky v obci Kuks a Braunův Betlém), týkají se statistické údaje pouze platící části návštěvníků barokního areálu.



**Tabulka 3 - Počet návštěvníků Hospitalu Kuks**

<b>Rok</b>	<b>Počet návštěvníků Hospitalu Kuks</b>
2014	zavřeno
2013	37 064
2012	29 266
2011	45 417
2010	55 457
2009	61 650
2008	63 205

*Zdroj: Vlastní zpracování autora na základě Kuks – Braunův Kraj. Informační, marketingová a programová strategie rozvoje turistické oblasti Kukska. Revitalizace KUKS o.p.s., 2014.*

Skutečná celková návštěvnost destinace je tedy mnohem vyšší, což potvrdil i Výzkum lokality Kuks – Braunův kraj, který monitoroval celkovou návštěvnost barokního areálu v Kuksu v průběhu srpna 2013 pomocí zbytkových dat mobilních operátorů a navíc sledoval typické chování návštěvníků dle vybraných kritérií (online: Kuks – Braunův Kraj, 2014). Z výsledků výzkumu vyplývá, že Kuks navštívilo za jediný měsíc 20 tisíc turistů, což odpovídá polovině všech platících návštěvníků Hospitalu Kuks za celý rok. Celkový počet návštěvníků destinace sice není znám, ale s přihlédnutím ke zjištění výše zmíněného výzkumu a znalostem počtu platících návštěvníků v průběhu roku společnost Revitalizace KUKS o.p.s. odhaduje, že v roce 2013 navštívilo destinaci Kuks 130 až 180 tisíc návštěvníků. A to v době, kdy v Kuksu chybělo jakékoli hromadné stravovací zařízení, turistům nebyly poskytovány téměř žádné služby a v obci probíhala rekonstrukce komunikací a budov.

Zde je vidět velký potenciál celé destinace do budoucna a po dokončení rekonstrukce a otevření areálu turistům na jaře 2015 to potvrdil výrazný skokový nárůst počtu platících i neplatících turistů a návštěvníků destinace. V říjnu 2010 opravený barokní hospital Kuks navštívilo 135 tisíc návštěvníků (online: Opravený hospital Kuks letos má historicky rekordní návštěvu, 2016).

## 6 Návrh konkrétního produktu cestovního ruchu

Poslední částí bakalářské práce a zároveň cílem této práce je návrh konkrétního produktu cestovního ruchu se zaměřením na komplex Kuks. Před samotným návrhem nového produktu je proveden rozhovor s vedoucím projektovým manažerem obecně prospěšné společnosti Revitalizace KUKS Ing. Martinem Pušem. Díky tomuto rozhovoru a předcházející analýze komplexu Kuks autorka práce navrhuje konkrétní produkt cestovního ruchu této destinace.

### 6.1 *Rozhovor s projektovým manažerem*

Rozhovor je jednou z klíčových metod při získávání informací a představuje formální komunikaci tváří v tvář mezi dvěma osobami. Nejedná se pouze o jednostranné získávání dat od dotazovaného, ale o společné vytváření smysluplných výpovědí. Rozhovor využívá techniku kladení otázek, které v rámci této práce budou otevřené. Rozhovor je veden jako částečně strukturovaný, tzn., že otázky jsou dopředu známé a zároveň tazatel může klást libovolné doplňující otázky. Dotazovaný je tak podněcován k vyprávění a tazatel se doptává.

Výběr právě této metody získávání informací spatřuje autorka v těchto bodech:

- rozhovor klade menší nároky na iniciativu dotazovaného,
- pro dotazovaného je obtížnější vynechat odpovědi na některé otázky a získaná data jsou komplexnější,
- ve srovnání s návratností dotazníků jde o úspěšnější metodu,
- eliminují se problémy související se špatným pochopením otázky,
- rozhovor umožňuje odhalovat řadu detailních informací a dle potřeby vést otázky příslušným směrem.

Rozhovor obsahuje celkem 12 otázek a jeho cílem je získat podklady pro návrh produktu cestovního ruchu s názvem „*Víkend na Kuksu*“. Odpovědi na tyto otázky jsou v páté příloze této práce.

Z analýzy rozhovoru je možné vyvodit několik závěrů. Co se týče otázek týkajících se fyzicko-geografických faktorů, tak společnost Revitalizace KUKS se jimi de facto nezabývá. Hlavním cílem je pomáhat s rozvojem Kuksu tak, aby se tyto bývalé barokní lázně staly lákavým cílem turistů. Z tohoto důvodu jsou hlavními prioritami zabezpečení dostatečných ubytovacích a stravovacích kapacit, které jsou dnes opravdu nedostatečné. Za velice pozitivní lze považovat snahu revitalizační společnosti o podporu služeb pro cyklisty, ať už jde o úschovu (a stavbu parkovacího cyklodому) či rozšíření Labské cyklostezky. Dalším pozitivním faktorem je snaha společnosti podporovat marketing cestovního ruchu destinace. Díky marketingové strategii se společnost snaží turisty do Kuksu nejen nalákat, ale také si je udržet. Společnost si je vědoma toho, že turisty musí do Kuksu nalákat na zajímavé služby, neobvyklé zážitky a dokonalý servis. Vytváření těchto služeb je jejich budoucností.

Na závěr lze říci, že opravený Hospital a celá řada dalších opravených budov a památek je od jara roku 2015 připravena na nápor turistů, kteří sem dorazí po dlouhé rekonstrukci areálu plni očekávání. Úkolem revitalizační společnosti je nyní zajistit kvalitní služby a zajímavé produkty, aby se návštěvníci z blízka či daleka do Kuksu vraceli. Hlavními úkoly společnosti bude koordinovat a podporovat místní veřejné i soukromé subjekty. Společnost by měla být důležitým partnerem pro všechny, kteří v kukském údolí působí nebo o nových aktivitách uvažují. Již dnes se v Kuksu koná celá řada zajímavých akcí s mnohaletou tradicí jako např. Vinobraní na Kuksu, Vítání jara, Vánoční trhy aj. a na mnohých z nich se společnost organizačně podílí. Lze se domnívat, že další akce budou s rostoucím zájmem o Kuks přibývat a revitalizační společnosti by tak jejich vzniku měla napomáhat.

## **6.2 Tvorba produktu „Víkend na Kuksu“**

Hlavním cílem této bakalářské práce je provést analýzu cestovního ruchu v lokalitě Kuks a navrhnout konkrétní produkt cestovního ruchu, který by měl podpořit lákavou image této destinace. Na základě analýzy atraktivit Kuksu v kapitole 5.2 a rozhovoru s vedoucím projektovým manažerem společnosti Revitalizace KUKS v kapitole 6.1 se autorka práce rozhodla navrhnout produkt cestovního ruchu s názvem „Víkend na Kuksu“.

### **Marketingový mix nového produktu**

V rámci této podkapitoly je proveden marketingový mix nového produktu. Jsou popsány 4 základní oblasti, o kterých bylo pojednáno v teoretické části, jsou jimi produkt, cena, distribuce a komunikace.

### **Charakteristika produktu**

Nový produkt cestovního ruchu s názvem „Víkend na Kuksu“ by se pro společnost Revitalizace KUKS mohl stát nástrojem, jak nalákat turisty do této destinace. Jedná se o třídní produktový balíček, který může být nabízen všem segmentům turistů, jak domácím, tak zahraničním. Cílem je představit podobu areálu bývalých lázní ve východočeském Kuksu. Představit jejich podobu v době jejich největší slávy, kdy byly jedním z evropských center kultury. Turisty zde dnes čeká majestátní hospital se zahradou, desítky barokních soch na každém kroku, dodnes tekoucí lázeňské prameny, ale také malebná zákoutí se studánkami, romantické roubenky, dobré víno, pohoda a klid.

Tento balíček by byl nabízen zejména jako víkendový. Příjezd by byl naplánován na pátek a v sobotu a v neděli by měli turisté stanoven harmonogram, který by si libovolně mohli upravit. Návrh takového harmonogramu je šestou přílohou této práce a je vypracován ve dvou variantách.

## Cena produktu

Cena je tvořena z nákladů na jednotlivé položky balíčku a je počítána na jednu dospělou osobu. Cenová strategie revitalizační společnosti by mohla pro začátek uvedení produktu na trh počítat např. s 15 % marží. Doporučením by však mohla být marže nulová, neboť hlavním cílem společnosti je turisty do Kuksu nalákat. Případně s nějakou marží počítat, ale domluvit např. množstevní slevu na ubytování či stravu pro turisty.

Zde je zjednodušený výpočet nákladů na produkt:

Ubytování <sup>3</sup> na 2 noci:	2 x 350 Kč = 700 Kč
2 x večeře <sup>4</sup> :	2 x 200 Kč = 400 Kč
Vstupné do Hospitalu:	100 Kč
<u>Vstupné do ZOO:</u>	<u>195 Kč (případně vstupné do pevnosti Josefov 90 Kč)</u>
<b>Celkem</b>	<b>1 395 Kč (případně 1 295 Kč)</b>

Co se týče ceny za ubytování a večeři, tak společnost Revitalizace KUKS by mohla s jednotlivými vystavovateli domluvit výhodnější ceny z důvodu pravidelného zajištění turistů. Přidanou hodnotou pro turisty by bylo to, že by při příjezdu již obdrželi např. vouchery na večeři a vstupenky do jednotlivých objektů. Případně by mohli ještě např. obdržet láhev sektu zdarma do hotelového pokoje. Návrhem by také mohlo být zdarma zapůjčení kola oproti záloze.

## Distribuce produktu

Jak již bylo uvedeno v kapitole 4.3 Marketing destinace cestovního ruchu, tak distribuční cesty mohou být přímé a nepřímé. Při přímé distribuci by sama společnost Revitalizace KUKS přebrala veškerou odpovědnost za propagaci a zajištění poskytování služeb zákazníkům. Při nepřímé by tato odpovědnost byla přenesena na jednu nebo více

<sup>3</sup> Vzorový příklad – ubytování v Galerii Kuks (<http://www.galeriekuks.cz/ubytovani.html>)

<sup>4</sup> Vzorový příklad – restaurace Baroque (<http://www.baroque.cz/menu>)

jiných organizací, např. cestovní kancelář či agenturu. Přímá distribuce by však pro společnost mohla být výhodnější, protože by se její marže nesnižovala o provizi poskytnutou prodejčům v případě nepřímé distribuce.

### Komunikace produktu

Marketingová komunikace patří mezi nejčastěji využívané nástroje v rámci mixu a je klíčovým nástrojem pro prodej tohoto produktu. V případě přímého prodeje by produkt „*Víkend na Kuksu*“ mohl být inzerován v tištěné formě (regionální tisk, letáčky v informačním centru, kulturních institucích nebo roznáška letáků do schránek domácností apod.), na internetu (stránky obce Kuks, společnosti Revitalizace KUKS či Hospital Kuks) a v dnešní době zejména na Facebooku, Instagramu, Pinterestu apod. Možností může být také billboard na D11. Nepřímá komunikace by mohla komunikovat s cestovními kanceláři na veletrzích, direct mailem či telefonicky.

### Termín pro využití produktu

V rámci kapitoly 5.1.2 Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks byla provedena analýza měsíčního úhrnu srážek a průměrné měsíční teploty vzduchu v této oblasti za období let 2009-2014. Zdroji se stala data z meteorologické stanice Velichovky, které autorka práce získala z pobočky ČHMÚ v Hradci Králové. Díky této analýze bylo zjištěno, že nejvyšší průměrné teploty v oblasti Kukska jsou v měsících červenec, kdy ale na druhou stranu vycházejí nejvyšší průměrné úhrnné srážky. Z tohoto důvodu by autorka práce jako nejvhodnější termín pro nově navržený produkt cestovního ruchu v oblasti Kukska navrhla měsíc s nižší teplotou, ale s nižším úhrnem srážek, tedy duben případně září.

### **6.3 Možnost získání dotace pro společnost Revitalizace KUKS o.p.s.**

Posledním úkolem této bakalářské práce je analýza možností získání finančních prostředků pro obecně prospěšnou společnost Revitalizace KUKS. Autorka práce provedla analýzu a za zajímavou možnost získání finančních prostředků považuje získání dotace z Královéhradeckého kraje. Ten na základě Strategie rozvoje kraje a Programu rozvoje kraje každoročně podporuje veřejně prospěšné projekty formou dotací poskytnutých z rozpočtu Královéhradeckého kraje. Dotace jsou poskytovány zejména subjektům, jejichž projekty respektují mezinárodně uznávané principy trvale udržitelného rozvoje, na projekty přispívající k rozvoji občanské společnosti v oblastech ekonomické, sociální a životního prostředí (online: Krajské dotační tituly, 2016).

Níže jsou uvedeny vybrané dotační programy, u kterých je na webových stránkách uvedeno více informací o:

- Zaměření dotačního programu,
- okruhu způsobilých a nezpůsobilých žadatelů o dotaci,
- uznatelných výdajích na projekt,
- rozsahu a podílu dotace, veřejné podpoře, způsobu čerpání dotace,
- formálních náležitostech žádosti o dotaci a seznamu povinných příloh,
- způsobu podání žádosti o dotaci či
- vzoru žádosti o dotaci a kontaktní osoby pro účely konzultací.

#### **A) Oblast Program obnovy venkova**

Cílem dotačních programů v oblasti Program obnovy venkova je zkvalitnění technické a dopravní infrastruktury a zvýšení přitažlivosti a využití veřejných prostranství a kulturní krajiny. Možné dotační programy jsou představeny níže:

- Komplexní úprava nebo dovybavení veřejných prostranství a místních komunikací, infrastruktura

- tento program je určen pro komplexní úpravu veřejných prostranství a místních komunikací a pořízení, opravu a údržbu místní technické a dopravní infrastruktury,
- v rozpočtu Královéhradeckého kraje je na podporu vyčleněno 14 mil. Kč
- **Obnova a údržba venkovské zástavby a občanské vybavenosti**
  - dotační program je určen pro obnovu a údržbu venkovské zástavby a občanské vybavenosti,
  - v rozpočtu Královéhradeckého kraje je na podporu tohoto účelu vyčleněno 9 mil. Kč (online: Program obnovy venkova, 2016).

## **B) Oblast Regionální rozvoj**

- **Propagace cyklobusů v turistických regionech**
  - cílem je propagace přepravních možností pro turisty a cykloturisty hromadnými dopravními prostředky na území turistických regionů Královéhradeckého kraje s návazností na sousední kraje,
  - v rozpočtu Královéhradeckého kraje je na podporu tohoto účelu vyčleněno 0,5 mil. Kč
- **Rozvoj a budování dálkových a na ně navazujících cyklotras v Královéhradeckém kraji**
  - cílem je zkvalitnění infrastruktury dálkových cyklotras a zajištění větší bezpečnosti na těchto trasách,
  - v rozpočtu Královéhradeckého kraje je na podporu tohoto účelu vyčleněno 15 mil. Kč (online: Regionální rozvoj, 2016).

Existuje několik dalších oblastí, v rámci kterých by společnost Revitalizace KUKS mohla získat finanční prostředky. Dotační programy se navíc každý rok opakují a vznikají také nové, takže by společnost mohla o dotaci zažádat i několikrát. Vedle možnosti získání peněz z Královéhradeckého kraje by společnost mohla také využít možnost získat dotaci z EU. V programovém období 201-2020 může ČR čerpat až 24 miliard EUR.



## 7 Výsledky

Hlavním cílem této bakalářské práce je provést analýzu cestovního ruchu v turistické oblasti komplexu Kuks. Na základě této analýzy a fyzicko-geografických faktorů této lokality autorka práce navrhuje konkrétní produkt cestovního ruchu, který by měl podpořit lákavou image této destinace. K naplnění tohoto cíle si autorka práce stanovila několik úkolů.

Prvním z nich bylo zjistit, do jaké klimatické oblasti destinace Kukska patří. Klimaticko-geografické členění České republiky vymezuje tři základní klimatické oblasti – teplou, mírně teplou a chladnou. V každé oblasti je pak vymezeno několik podoblastí. Teplá oblast se dělí na 5 podoblastí (T1 – T5), kdy T5 je nejteplejší a také nejsušší a T1 je nejchladnější a nejvlhčí. Mírně teplá podoblast se dělí na 11 podoblastí (MT1 – MT11), kdy MT11 je opět nejteplejší a nejsušší a MT1 je nejchladnější a nejvlhčí. Chladná oblast je dělena na 7 jednotek (CH1 – CH7), z nichž CH1 je opět nejstudenější a CH7 nejteplejší, o čemž bylo zmíněno v kapitole 5.1.2 Klimaticko-geografické faktory destinace Kuks. Na základě získaných dat bylo zjištěno, že území Kukska se nachází v klimatické oblasti mírně teplé – MT, a to MT 7, 9, 10 a 11.

Dalším úkolem bylo provést analýzu měsíčního úhrnu srážek a průměrné měsíční teploty vzduchu. Pro zpracování byla použita data z pobočky ČHMÚ v Hradci Králové za období 2009 - 2014. Pracovníci této pobočky poskytli autorce práce data z meteorologické stanice Velichovky (299 m n. m. – okres Náchod), která se nachází necelých 12 km od Kuksu. Díky této analýze v kapitole 5.1.2 bylo zjištěno, že nejvyšší průměrné teploty v oblasti Kukska jsou v měsících červenec, kdy ale na druhou stranu vycházejí nejvyšší průměrné úhrnné srážky. Z tohoto důvodu autorka práce jako nejvhodnější termín pro nově navrhnutý produkt cestovního ruchu v oblasti Kukska navrhuje měsíc s nižší teplotou, ale s nižším úhrnem srážek, tedy duben případně září.

Autorka práce se dále zaměřila na získání informací k případnému hydrogeologickému průzkumu zaměřeného na vyhledání minerálních vod v oblasti Kukska. Pokud by došlo k obnově lázeňské tradice, vedlo by to k výraznému oživení

této lokality. Vyhledání minerálních vod by tak mohlo otevřít možnost využít tento mimořádný areál pro exkluzivní lázeňské účely, kvůli kterým byl kdysi zřízen. To by umožnilo návratnost vložených investic a usnadnilo shánění prostředků potřebných na jeho rekonstrukci a údržbu. Podnět k provedení hydrogeologického průzkumu v okolí hospitalu Kuks zaslali geologové P. Čížek a J. Matouš ministrowi kultury a ministrowi pro místní rozvoj, od kterých se však nedočkali pozitivní zpětné vazby. Zájem neprojevila ani obec Kuks, která se k věci nevyjádřila. Z tohoto důvodu se autorka práce dotázala hlavního projektového manažera, zda společnost Revitalizace KUKS má zájem o provedení tohoto hydrogeologického průzkumu a chtěla by tak zjistit, jestli mělo 300 let staré úsilí hraběte Šporka reálný podklad a pomocí moderní techniky vytvořit předpoklady pro to, aby kombinace lázeňství s barokními památkami vrátila regionu kolem Kuksu jeho někdejší lesk a slávu. O provedení hydrogeologického průzkumu však společnost zájem nemá, neboť má spoustu jiných konkrétních úkolů, které jsou pro ně v současné době prioritní.

Dalším úkolem bylo zanalyzovat atraktivitu Kuksu. Autorka v kapitole 5.2 Atraktivita Kuksu došla k závěru, že se zde nachází velmi široké historické bohatství. Mezi nejvýznamnější památku v Kuksu lze zařadit Hospital Kuks s kostelem nejsvětější Trojice, hrobkou a barokní lékárnou U Granátového jablka. Dále Braunův betlém či Křížová cesta 21. století. Co se týče společenského vyžití, tak obec Kuks a další organizátoři se snaží přilákat výletníky různými kulturními akcemi, které jsou rozloženy od května do listopadu. Široká škála těchto akcí je uvedena v příloze č. 2 této práce. Co se týče sportovního vyžití, tak okolí Kuksu přeje především pěší turistice či cyklistice. Kuks je skvělým východiskem k mnoha zajímavým výletům. K masivnímu rozvoji cykloturistiky v Kuksu přispěla zejména výstavba Labské stezky, která je novou cyklostezkou spojující Kuks s Hradcem Králové a během prvního roku od uvedení do provozu ji využilo na 100 tisíc cyklistů.

Z hlediska atraktivita Kuksu autorka práce dále provedla analýzu ubytovacích a stravovacích kapacit. Díky ní bylo zjištěno, že jejich kapacita je v dnešní době nedostatečná a je tak velkou překážkou tvorby produktů cestovního ruchu a tedy i rozvoje cestovního ruchu v této lokalitě. Na základě rozhovoru s projektovým

manažerem Revitalizační společnost KUKS bylo však zjištěno, že nedostatek stravovacích a ubytovacích zařízení považujeme za významný problém. V posledním roce však díky probíhající revitalizaci evidují velký zájem ze stran investorů a očekávají navýšení ubytovacích a stravovacích kapacit.

Jedním z dalších cílů této práce bylo analyzovat proces tvorby destinačního managementu v obci Kuks. Autorka práce se zaměřila na činnost destinační společnosti Revitalizace KUKS, o. p. s., tedy organizace, která má za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území za účelem efektivnějšího řízení turismu v regionu. Na základě informací získaných z výročních zpráv této společnosti, webových stránek, rozhovoru s projektovým manažerem společnosti a osobní návštěvy komplexu Kuks si autorka práce udělala obrázek o činnosti této destinační společnosti. Kuks a region Podkrkonoší společnost propaguje na veletrzích cestovního ruchu a dalších hojně navštěvovaných akcích, pořádá mezinárodní konference o cestovním ruchu a pracuje na projektech obnovy domů bývalé lázeňské kolonády, rekonstrukce cest, ulic a drobné architektury v Kuksu. Společnost dále vydala svůj vlastní Strategický dokument a řídí se *Informační, marketingovou a programovou strategií rozvoje Kuksu a jeho okolí*.

Společnost pravidelně popisuje vše, co se udělalo v Kuksu za posledních deset let a dále plány na dalších deset. Každý rok společnost Revitalizace KUKS dále vydává výroční zprávy, kde je velké množství fotografií a desítky stran čtení o projektech, hospodaření a práci pro obnovu života a věhlasu místa barokního areálu v Kuksu. Tuto národní památku pomohlo revitalizovat již více než půl miliardy korun. Ve čtvrté příloze této práce autorka uvedla seznam nejvýznamnějších projektů na revitalizaci barokního areálu v Kuksu za období 2005 až 2015. Je nutno podotknout, že revitalizace Kuksu však ještě neskončila. Společnost chce co nejvíce využít nové programovací období k dobudování infrastruktury v celém území a vytvoření nabídky atraktivních produktů a služeb cestovního ruchu a bude se podílet na projektech, které jsou připravovány pro příštích 5 let.

Před samotným návrhem nového produktu provedla autorka práce rozhovor s vedoucím projektovým manažerem obecně prospěšné společnosti Revitalizace KUKS Ing. Martinem Pušem. Rozhovor obsahoval celkem 12 otázek a z jeho analýzy je možné vyvodit několik závěrů. Co se týče otázek týkajících se fyzicko-geografických faktorů, tak společnost Revitalizace KUKS se jimi de facto nezabývá. Hlavním cílem je pomáhat s rozvojem Kuksu tak, aby se tyto bývalé barokní lázně staly lákavým cílem turistů. Z tohoto důvodu jsou hlavními prioritami zabezpečení dostatečných ubytovacích a stravovacích kapacit, které jsou dnes opravdu nedostatečné. Za velice pozitivní lze považovat snahu Revitalizační společnosti o podporu služeb pro cyklisty, ať už jde o úschovu (a stavbu parkovacího cyklodому) či rozšíření Labské cyklostezky. Dalším pozitivním faktorem je snaha společnosti podporovat marketing cestovního ruchu destinace. Díky marketingové strategii se společnost snaží turisty do Kuksu nejen nalákat, ale také si je udržet. Společnost si je vědoma toho, že turisty musí do Kuksu nalákat na zajímavé služby, neobvyklé zážitky a dokonalý servis. Společnost si uvědomuje, že vytváření těchto služeb je jejich budoucností.

Nově navržený produkt cestovního ruchu s názvem „Víkend na Kuksu“ by se pro společnost Revitalizace KUKS mohl stát nástrojem, jak nalákat turisty do této destinace. Jedná se o třídní produktový balíček, který může být nabízen všem segmentům turistů, jak domácím, tak zahraničním. Cílem je představit podobu areálu bývalých lázní ve východočeském Kuksu. Autorka práce provedla marketingový mix nového projektu, jehož teoretické podklady zmínila v kapitole 4.3 Marketing destinace cestovního ruchu.

Posledním cílem této práce bylo analyzovat možnosti získání finančních prostředků pro tuto obecně prospěšnou společnost. Vedle možnosti získání peněz ze strukturálních fondů EU, kde v programovém období 201-2020 může ČR čerpat až 24 miliard EUR, považuje autorka práce za zajímavou možnost získání finančních prostředků z Královéhradeckého kraje. Ten na základě Strategie rozvoje kraje a Programu rozvoje kraje každoročně podporuje veřejně prospěšné projekty formou dotací poskytnutých z rozpočtu Královéhradeckého kraje.

## 8 Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo provést analýzu cestovního ruchu v turistické oblasti komplexu Kuks. Na základě této analýzy a fyzicko-geografických faktorů této lokality autorka práce navrhla konkrétní produkt cestovního ruchu, který by měl podpořit lákavou image této destinace. K naplnění tohoto cíle si autorka práce stanovila několik úkolů, které byly zhodnoceny v předcházející kapitole 7 Výsledky. Z hlediska kulturního, historického, geografického a turistického je oblast Kuksa jedinečnou a propojenou lokalitu, která se rozkládá v někdejšímu jádru Šporkova panství. Komplex zahrnuje zejména Národní kulturní památku Hospital Kuks a její okolí, kde jsou ve volném terénu, u cest a v přilehlých vesnicích, barokní i moderní sochy a další tematicky související objekty. Jedná se o velmi cenný areál evropského historického a kulturního významu a potenciál cestovního ruchu oblasti, ve které se Kuks nachází, je velmi významný.

Opravený Kuks spolu s nedalekou ZOO Dvůr Králové skrývají obrovský potenciál pro rozvoj turistického ruchu v celém Královéhradeckém kraji, se všemi pozitivy, které tato činnost přináší. Vzniknou např. nové restaurace, hotely, malé penziony a zázemí pro další služby cestovního ruchu. Tím zákonitě vzniknou i nová pracovní místa. Synergické efekty spojené s téměř tři čtvrtě miliardovou investicí do revitalizace celého Kuksu se naplno projeví až za několik let. Je však třeba uznat, že prostředky vynaložené z několika zdrojů na pomoc významné kulturní památce a malebné obci Kuks jsou tím nejlepším příkladem efektivního a účelného využití dotačních titulů. Na závěr je nutné podotknout, že rozvoj Kuksu jako turistické destinace se neobejde bez další finanční i morální podpory kraje, obce a dalších partnerů. Revitalizační společnost by měla co nejvíce využít nové programovací období k dobudování infrastruktury v celém území a vytvoření nabídky atraktivních produktů a služeb cestovního ruchu. Od roku 2009, kdy byla tato obecně prospěšná společnost založena, neuplynula dlouhá doba, ale Kuks se proměnil tak, jak to možná nečekal ani největší optimista. Autorka je přesvědčena o tom, že oblast Kuksa má do budoucna potenciál stát se jedním z nejnavštěvovanějších turistických regionů v této oblasti, k čemuž by mohla napomoci i tato bakalářská práce.

## 9 Seznam použitých zdrojů

### Monografické publikace

- FRANKE, Antonín. *Zmírňování regionálních disparit prostřednictvím rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, x, 301 s. ISBN 978-80-7357-718-6.
- HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 8024702029.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012, 313 s. ISBN 9788024742090.
- KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, c2004, 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
- KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.
- PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Vyd. 2. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, 298 s. ISBN 9788074350061.
- MORRISON, Alastair M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995, 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

### Internetové zdroje

- Braunův betlém. (online). (citace duben, 16., 2015). Přístup z internetu: <http://turistika.hradeckralove.cz/braunuv-betlem-12688/>;
- Centrum informací a statistik kultury. (online). (citace duben, 16., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=54>;
- Geografická charakteristika objektu. (online). (citace duben, 16., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.kuks.estranky.cz/clanky/geografie.html>;

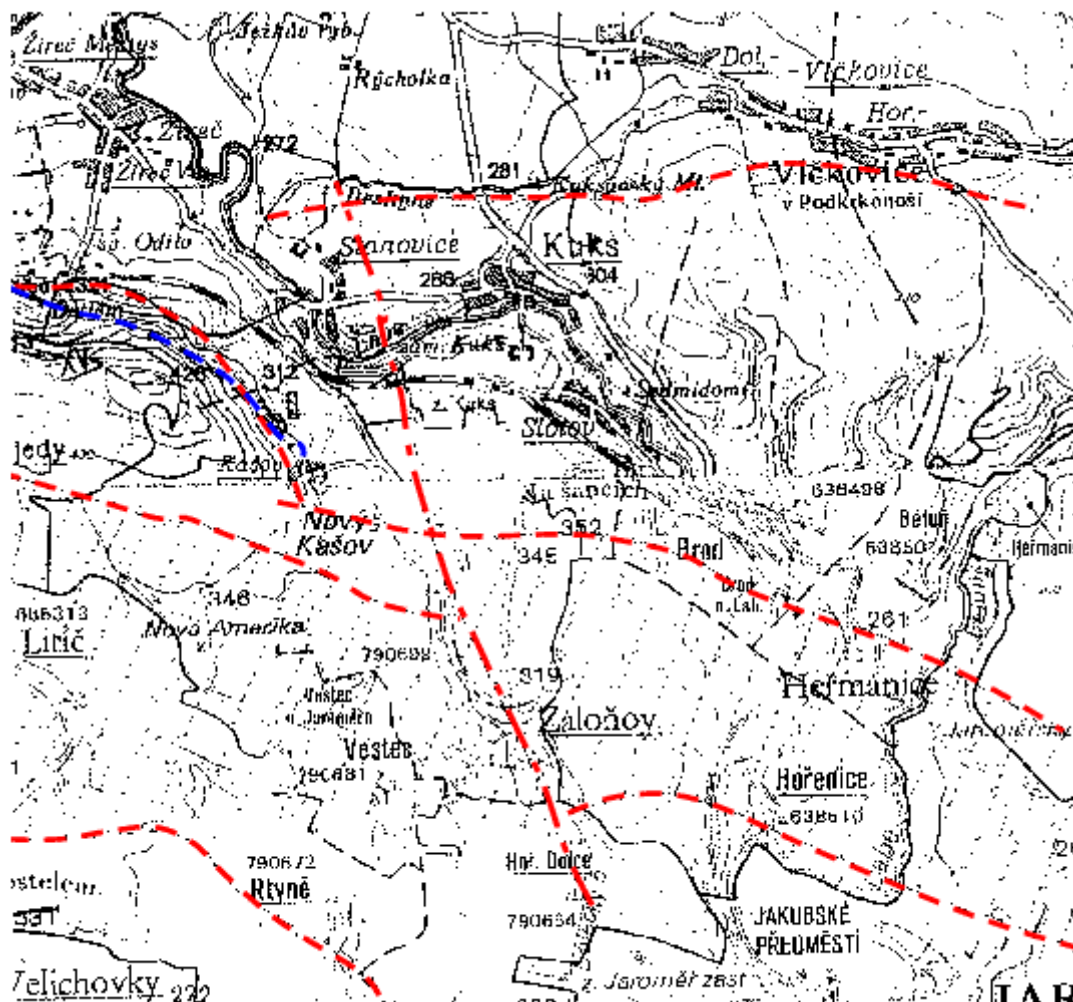
- Hledání léčivých pramenů pro Hospital Kuks. (online). (citace květen, 12., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.geolog.cz/kuks/#Historie>;
- *Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku* (online). CzechTourism, Ostrava 2010, 274 s. (citace březen, 5., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.czechtourism.cz/getmedia/26d3b784-dae3-4fa6-9c09-d7c89780a21d/22\\_04\\_13\\_didakticke\\_metody.pdf.aspx](http://www.czechtourism.cz/getmedia/26d3b784-dae3-4fa6-9c09-d7c89780a21d/22_04_13_didakticke_metody.pdf.aspx);
- Klimatické regiony ČR. (online). (citace duben, 19., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.migesp.cz/klimaticke-regiony-cr>;
- Krajské dotační tituly. (online). (citace březen, 30., 2016). Přístup z internetu: URL: <https://dotace.kr-kralovehradecky.cz/Modules/DOTIS/Pages/Public/GrantPrograms.aspx>;
- KRATOCHVÍL, P., PAŽOUT, R.: *Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*. (online). (citace březen, 30., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5_3.pdf);
- *Kuks – Braunův Kraj. Informační, marketingová a programová strategie rozvoje turistické oblasti Kukska*. Revitalizace KUKS o.p.s., 2014. (online). (citace březen, 29., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.revitalizacekuks.cz/e\\_download.php?file=data/editor/1cs\\_2.pdf&original=Kuks+Braunuv+kraj+\\_+strategie+2014.pdf](http://www.revitalizacekuks.cz/e_download.php?file=data/editor/1cs_2.pdf&original=Kuks+Braunuv+kraj+_+strategie+2014.pdf);
- Mapy stanic ČHMÚ. (online). (citace březen, 29., 2016). Přístup z internetu: URL: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/mapy-stanic>;
- Nadregionální strategie KHK v oblasti cyklo, in-line a bike produktů. (online). (citace březen, 29., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/regionalni-rozvoj/cyklodoprava/Nadregionalni-strategie-KHK\\_1.pdf](http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/krajsky-urad/regionalni-rozvoj/cyklodoprava/Nadregionalni-strategie-KHK_1.pdf);
- *Obec Kuks*. (online). (citace březen, 6., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.kuks.cz/spolky-sdruzeni-nadace/obec-kuks-/>;
- PALATKOVÁ, M., *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Prolínání destinací a destinační partnerství*. Praha 2006, Hospodářská komora hlavního města Prahy, 96 stran. (online). (citace březen, 16., 2015).

- Přístup z internetu: URL: [http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7\\_3.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf);
- Program obnovy venkova. (online). (citace duben, 14., 2016). Přístup z internetu: <https://dotace.kr-kralovehradecky.cz/Modules/DOTIS/Pages/Public/ProjectList.aspx?Id=9>;
  - Příběh utrpení a nadějí člověka. (online). (citace březen, 16., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.galeriehk.cz/index.php?con=13>;
  - Regionální rozvoj 2016. (online). (citace duben, 14., 2016). Přístup z internetu: URL: <https://dotace.kr-kralovehradecky.cz/Modules/DOTIS/Pages/Public/ProjectList.aspx?Id=1>;
  - Revitalizace Kuks. (online). (citace květen, 14., 2015). Přístup z internetu: URL: <http://www.revitalizacekuks.cz/kdo-jsme/>;
  - Strategie rozvoje ČHMÚ do roku 2020. (online). (citace duben, 23., 2016). Přístup z internetu: URL: [http://portal.chmi.cz/files/portal/docs/reditel/strategie/Strategie\\_do\\_2020.pdf](http://portal.chmi.cz/files/portal/docs/reditel/strategie/Strategie_do_2020.pdf);
  - Vítání jara. (online). (citace březen, 30., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.hospital-kuks.cz/kulturni-a-jine-akce-1/vitani-jara-76\\_81cs.html](http://www.hospital-kuks.cz/kulturni-a-jine-akce-1/vitani-jara-76_81cs.html);
  - Vize KUKS. (online). (citace květen, 14., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.revitalizacekuks.cz/e\\_download.php?file=data/editor/37cs\\_1.pdf&original=VIZE+KUKS+2015-2020.pdf](http://www.revitalizacekuks.cz/e_download.php?file=data/editor/37cs_1.pdf&original=VIZE+KUKS+2015-2020.pdf);
  - Zahradnické trhy. (online). (citace březen, 30., 2015). Přístup z internetu: URL: [http://www.hospital-kuks.cz/kulturni-a-jine-akce-1/zahradnicke-trhy-v-kuksu-75\\_80cs.html](http://www.hospital-kuks.cz/kulturni-a-jine-akce-1/zahradnicke-trhy-v-kuksu-75_80cs.html)
  - VYSOUDIL, M.: Základy fyzické geografie – meteorologie a klimatologie. (online). (citace březen, 23., 2016). Přístup z internetu: URL: <http://distgeo.upol.cz/uploads/vyuka/skripta-vysoudil.pdf>



## 10 Přílohy

### Příloha č. 1 - Strukturní schéma geologické stavby jeho okolí



Zdroj: <http://www.geolog.cz/kuks/images/mapa.htm>

Vysvětlivky:



Strukturní diskontinuita - předpokládaná tektonika



Blok vulkanosedimentárních hornin



Pravděpodobný průběh příčné tektoniky - výstup kyselek ?



Linie Kašovského zlomu podle geologické mapy

## ***Příloha č. 2 - Přehled kulturních akcí Kuksu***

- ***Zahradnické trhy***

- Bohatá nabídka balkonových rostlin, bylinek, kaktusů, stromků a dalšího sortimentu včetně doplňků, které by v zahradách neměly chybět. V rámci akce nebude chybět doprovodný program.

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č. p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 6 hodin

- ***Vítání jara***

- Akce se jmenuje „Přijďte se podívat na Vítání jara na Kuksu – Tradiční otvírání pramenů na lázeňském schodišti!“ Akce zahrnuje pochůzkovou degustaci vín v hospitálu a u Galerie českých vín, komentovanou prohlídku Naučné vinařské stezky, řízenou degustaci vín v Galerii českých vín.

**Místo konání:** Obec Kuks, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 7 hodin

- ***Muzejní noc***

- Mezinárodní svátek doprovázený zvláštními prohlídkami Českého farmaceutického muzea.

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č.p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 180 minut

- ***Noc kostelů***

- Mezinárodní svátek doprovázený speciálními prohlídkami a koncerty Královedvorského chrámového sboru a orchestru pod vedením Víta Havlíčka.

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č.p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 120 minut

- ***Víkend otevřených zahrad***

- Speciální komentované prohlídky v areálu a Bylinkové zahradě Kuks, prohlídka nového zázemí zahradníků.

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č.p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 2 dny

- ***Festival Hudební léto Kuks***

- Koncert komorní hudby.

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č.p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 60 minut

- ***Festival Theatrum Kuks***

- Festival barokního divadla, opery a hudby.

**Místo konání:** Obec Kuks, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 3 dny

- ***Vinobraní na Kuksu***

- Celodenní akce doprovázená bohatým kulturním programem a prezentací vinařství.

**Místo konání:** Obec Kuks, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 9 hodin

- ***Svatohubertské slavnosti***

- Celodenní akce doprovázená bohatým kulturním programem a aktivitami z oblasti myslivosti a poznání přírody.

**Místo konání:** Obec Kuks, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 9 hodin

- ***Vánoční trhy v Kuksu***

- Trhy s prodejem tradičních řemeslných výrobků doprovázené kulturním programem (koncerty, prohlídky).

**Místo konání:** Hospital Kuks, Kuks č.p. 81, 54443 Kuks

**Doba trvání:** 2 dny

### Příloha č. 3 - Přehled projektových záměrů

**Tabulka 4 – Přehled projektových záměrů**

<b>Prioritní oblast – Doprava</b>	<b>Projektové záměry</b>
<i>Osobní a hromadná doprava</i>	
– vyřešit parkování pro osobní auta i autobusy	– parkovací systém
– zlepšit dostupnost rychlíkovými spoji	– rychlíková zastávka Kuks
<i>Cyklodoprava</i>	
– vybudovat cyklistickou infrastrukturu	– biketower
– podpořit pokračování páteční cyklotrasy	– Labská stezka
<i>Alternativní doprava</i>	
– rozvinout prvky ekodopravy	– ekodoprava / půjčovna kol a lodí
– využít potenciál Labe a otevřít Kuks vodáctví	– vodácký Kuks
<b>Prioritní oblast – Cestovní ruch</b>	<b>Projektové záměry</b>
<i>Strategické řízení s dopadem na cestovní ruch</i>	
– zpracovat a implementovat strategické dokumenty destinace a obce	– marketingová strategie
	– strategie rozvoje obce
	– pasport a generel zeleně
– navázat lokální i přeshraniční partnerství	
<i>Obnova a vybavení veřejných prostranství</i>	
– opravit komunikace pro pěší	– most na spadnutí
	– kaskádové schodiště
	– stezky v Braunově Betlémě s rozhlednou
– obnovit veřejný prostranství vč. drobných památek	– úprava zahrad a lázeňského pramene
	– záchrana drobných památek
– doplnit mobiliář a orientační systém	– orientační systém, mobiliář
<i>Integrace nabídky služeb v cestovním ruchu</i>	
– provést segmentaci návštěvníků a vytvořit jednotlivým segmentům produkty přímo "na míru" (školní výlety, rodiny s dětmi, senioři atd.)	– Děti v Kuksu (bludiště, hřiště, vzdělávací programy)
	– Akce pro turisty
	– Zacílené produkty cestovního ruchu

Zdroj: Vlastní zpracování autorky na základě publikace *Kuks – Braunův Kraj. Informační, marketingová a programová strategie rozvoje turistické oblasti Kukska. Revitalizace KUKS o.p.s.*

#### ***Příloha č. 4 - Přehled projektů na revitalizaci barokního areálu v Kuksu***

**Tabulka 5 – Přehled projektů na revitalizaci barokního areálu v Kuksu**

<b>Projekt</b>	<b>Výše investice v mil. Kč</b>
Kuks – Granátové jablko	453
Cyklostezka Hr. Králové – Josefov – Kuks	67,4
Braunův kraj II.	45,1
Zajištění dostupnosti atraktivit cest. ruchu v obci Kuks	22,5
Rentzova barokní tiskárna a pouliční divadlo v Kuksu	19,5
Kuks – Braunův kraj	8
Česko-polská informační centra	4,5
Záchrana drobné architektury a sochařských děl v obci Kuks	3,8
Baroko bez hranic	0,9
Vytvoření nové expozice Českého farmaceutického muzea v Kuksu	0,9
Žena na cestách	1,1
Naučná vinařská stezka v Kuksu	1,6
Voda a cestovní ruch	0,9
Historie a současnost vína východních Čech v obrazech dějin Země koruny české	0,8
Šlechtická sídla a cestovní ruch	0,5
Voda a cestovní ruch	0,9
Příběh utrpení a naděje člověka, křížová cesta 21. století	1,5
Vojenské památky a pevnosti jako turistické cíle	0,9

*Zdroj: Vlastní zpracování autorky na základě publikace Kuks – Braunův Kraj. Informační, marketingová a programová strategie rozvoje turistické oblasti Kukska. Revitalizace KUKS o.p.s.*

## ***Příloha č. 5 - Analýza rozhovoru s projektovým manažerem***

**Otázka č. 1 – Je v zájmu společnosti Revitalizace KUKS o.p.s. nechat si provést hydrogeologický průzkum zaměřený na vyhledání minerálních vod v oblasti Kukska?**

Odpověď: *„O provedení hydrogeologického průzkumu zájem nemáme. Máme spoustu jiných konkrétních úkolů, které jsou pro nás v současné době prioritní.“*

**Otázka č. 2 – Nechává si společnost Revitalizace KUKS o.p.s. zpracovávat analýzu vývoje měsíčních srážek a průměrných teplot v oblasti Kukska?**

Odpověď: *„Tyto analýzy si v současné době zpracovávat nenecháváme, nemají pro nás význam. Je možné, že tyto analýzy sledují a vyhodnocují organizátoři různých kulturních akcí, které se na Kuksu konají.“*

**Otázka č. 3 - Jakým způsobem budete řešit nedostatek parkovacích míst v okolí Kuksu?**

Odpověď: *„V novém programovacím dotačním období budeme žádat o dotaci na tvorbu nových parkovacích míst, akce je plánována v období 2016-2020. V plánu je oprava stávajícího parkoviště, kde je 50 parkovacích míst. Součástí projektu bude oprava stávajícího parkoviště při vjezdu do obce, instalace parkomatu a úprava navazujícího veřejného prostranství a veřejné zeleně. Dále bude postaveno nové parkoviště u hlavní silnice s kapacitou 250 míst. Počítáme také s výstavbou parkoviště pro hendikepované a účastníky kurzů s kapacitou 30 míst, které vznikne u vlakového nádraží v Kuksu, jen pár desítek metrů od Hospitalu Kuks.“*

**Otázka č. 4 - Jakým způsobem budete řešit nedostatečnou úschovu kol pro cyklisty?**

Odpověď: *„Chybějící služby pro cyklisty jsou pro nás jedním z palčivých problémů, neboť víme, že si nemají kam bezpečně uschovat kola během prohlídky celého komplexu. Do Kuksu přitom ročně přijede 100 tis. cyklistů po nové cyklostezce. Proto vytvoříme Kukský biketower - parkovací cyklotdům. Novou budovu v památkové zóně postavit nemůžeme, a tak využijeme objekt hasičské zbrojnice. V budově č. p. 85 vznikne plně*

*automatizovaný krytý parkovací dům, který nabídne bezpečnou, rychlou a pohodlnou úschovu kol při návštěvě barokního areálu v Kuksu. “*

**Otázka č. 5 – Jak hodnotíte Labskou cyklostezku? Plánuje se další rozšíření?**

*Odpověď: „Úspěch projektu považujeme za fenomenální, neboť během prvního roku od uvedení do provozu z Hradce Králové až do Kuksu přijelo na 100 tisíc cyklistů. V plánu máme nový úsek cyklostezky, který by měl propojit tři turisticky cíle vzdálené od sebe jen 15 km: barokní areál v Kuksu, ZOO Dvůr Králové, přehrada Les Království. Výstavba cyklostezky je základním předpokladem pro realizaci některých projektových záměrů Revitalizace KUKS směřujících k rozvoji turismu v Kuksu. Realizace této investice je naplánována v letech 2015-2020 a budeme na ni čerpat cca 30 mil. Kč z evropských fondů. “*

**Otázka č. 6 – Jak budete řešit nedostatek stravovacích a ubytovacích zařízení?**

*Odpověď: „Nedostatek stravovacích a ubytovacích zařízení považujeme za významný problém. V posledním roce však díky probíhající revitalizaci evidujeme velký zájem ze stran investorů. Turistická sezóna 2015 tak slibuje velkou změnu. V létě 2015 se plánuje otevření restauračního provozu v rekonstruované budově lázeňského domu č. p. 57 (bývalá restaurace U Prd'oly), během roku 2015 by měla být dále zprovozněna velkokapacitní restaurace v objektu bývalé barokní sýpky v sousedství Hospitalu Kuks, zrekonstruována v rámci projektu Kuks – Granátové jablko (kapacita 60-70 míst). Probíhá i rekonstrukce historického objektu Restaurace U Zlatého slunce. Co se týče ubytovacího zařízení, tak na jaře 2015 budou v provozu 2 apartmány v rekonstruované budově tzv. Jeschkeho vily v č. p. 72, další ubytovací kapacity vzniknou po dokončení rekonstrukce v budově Hostince u Zlatého slunce a v sousední budově měšťanské školy. Připravuje se přeměna č. p. 25 na rodinný penzion (otevření pravděpodobně na sezónu 2016). V budově Hospitalu Kuksu v rámci projektu Kuks – Granátové jablko vznikají ubytovací prostory pro 30 osob. “*

**Otázka č. 7 – Jakým způsobem navazujete partnerství se soukromými subjekty?**

*Odpověď: „V současné době spolupracujeme spíše s veřejnými subjekty. Zejména s obcí Kuks, se kterou je spolupráce na vysoké úrovni. Obec je zřizovatelem naší společnosti*

*Revitalizace KUKS. Spolupracujeme také s krajem. Začínáme také spolupracovat s městem Dvůr Králové nad Labem, které je od Kuksu vzdálené 6 km a chceme využít spolupráce se ZOO. Je pro nás také důležitá spolupráce s městem Jaroměř, kde se nachází pevnost Josefov. Dále spolupracujeme s Národním památkovým ústavem, který spravuje Hospital Kuks.“*

**Otázka č. 8 – Navrhuje společnost Revitalizace KUKS o.p.s. nové produkty cestovního ruchu?**

*Odpověď: „Na nové produkty cestovního ruchu a balíčky služeb v Kuksu se zaměřujeme a připravujeme. Víme, že turisty musíme do Kuksu nalákat na zajímavé služby, neobvyklé zážitky a dokonalý servis. Jen za opravenými budovami nepřijedou. Vytváření těchto služeb je budoucností naší destinační společnosti Revitalizace KUKS. Připravujeme různé balíčky pro malé i velké návštěvníky, k poučení, k pobavení, aktivně i k relaxaci, ale hlavně každému na míru. Připravíme produktové balíčky pro rodiny, školy, firmy. Chceme, aby si návštěvníci odnesli zážitky, kvůli kterým se k nám budou vracet. Připravujeme zábavně vzdělávací pracovní listy pro školní výlety, hlídání dětí pro rodiny, cyklistické a turistické trasy po okolí – zkrátka propracovaný servis pro každého. Při tvorbě produktů cestovního ruchu vidíme velký potenciál ve spolupráci se ZOO Dvůr Králové a dalšími poskytovateli služeb cestovního ruchu z okolí. Nejprve se ale zaměříme na průzkum potřeb turistů, abychom věděli, které služby by v Kuksu chtěli mít, a jak bychom je mohli uvést do života.“*

**Otázka č. 9 – Jakým způsobem podporujete marketing cestovního ruchu destinace Kuks?**

*Odpověď: „Marketingová strategie Kuksu je pro nás velice důležitá a víme, že destinační management Kuksu se bez ní neobejde. Tato strategie určí, jak oslovovat turisty a lákat je do Kuksu. Kvalitní marketing je dnes alfou a omegou každého úspěšného turistického cíle. Propagaci revitalizované národní kulturní památky nacházející se na evropské cyklotrase nelze dělat na koleně. Turisté, návštěvníci, ale i štedří mecenáši znovuoživení Kuksu očekávají profesionální přístup a služby. Marketingová strategie nám pomůže nejen turisty do Kuksu nalákat, ale také je u nás udržet. Zevrubná analýza potenciálu Kuksu určí směr, kterým by se destinační*



*management v Kuksu měl ubírat v příštích letech. Realizace marketingové strategie probíhá v roce 2015.“*

**Otázka č. 10 – Jak budete řešit špatný stav Braunova betlému?**

*Odpověď: „Špatný stav Braunova betlému vnímáme. Jedná se o vrchol barokní tvorby M. Brauna a je památkou evropského významu. Na turisty ale čeká bláto a louže. Upravíme cesty v okolí Braunových soch a na vycházkovém okruhu z Kuksu. Postavíme i novou poustevnu s vyhlídkou pro turisty na bývalé Šporkovo panství – připomene historii a význam pousteven v kraji. Plánovaná realizace je v letech 2016-2018 a budeme čerpat 5 mil. Kč z evropských fondů.“*

**Otázka č. 11 – Budete mít možnosti dalších dotací z EU?**

*Odpověď: „Ano, další možnosti připadají v úvahu. Chtěli bychom využít Operační program Interreg V-A Česká republika – Polsko, který navazuje na Operační program přeshraniční spolupráce Česká republika - Polská republika 2007-2013. V současné době probíhá intenzivní příprava nového programu. Chtěli bychom vybudovat nové přístupové komunikace k vybraným památkám a vytvořit doplňkové stavby k cyklostezkám.“*

**Otázka č. 12 – Jak motivujete návštěvníky k vícedennímu pobytu?**

*Odpověď: „Připravujeme různé balíčky pro různé cílové skupiny návštěvníků. Díky tvorbě balíčků služeb tzv. na míru věříme, že návštěvníci zde stráví celý víkend. Připravujeme i produktové balíčky pro rodiny, školy, firmy, nabízíme hlídání dětí pro rodiny, cyklistické a turistické trasy po okolí – zkrátka propracovaný servis pro každého.“*

## ***Příloha č. 6 - Harmonogram nového produktu***

### ***Produktový balíček „VÍKEND NA KUKSU“***

#### ***PÁTEK – 1. den***

- příjezd do Kuksu mezi 17 – 20 hod.
- ubytování v budově Hostince u Zlatého slunce, kde vznikly nové ubytovací kapacity,
- předpokládaná cena bude nižší než obvyklá, a to z důvodu pravidelného zajištění hostů,
- po ubytování bude ve stejné budově v rámci ceny balíčků večeře v restauraci U Zlatého slunce

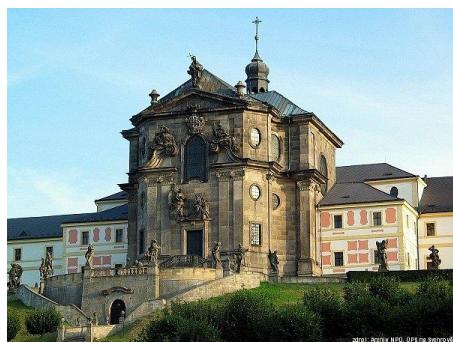


#### ***SOBOTA – 2. den***

Sobotní den začne snídaní v restauraci U Zlatého slunce a poté bude patřit poznávání komplexu Kuks.

- **Národní kulturní památka Hospital Kuks**

- špitální budova plní především muzeální funkce a prezentuje historii v podobě expozičních barokního umění a vývoje lékárenství,
- 4 prohlídkové okruhy – Hospital, Šporkovská hrobka, Historie lékáren, Historie výroby léků



Vstupné: Hospital – 100 Kč, Šporkovská hrobka - 30 Kč, Historie lékáren – 40 Kč, Historie výroby léků – 30 Kč

Otevírací hodiny – denně 9:00 – 17:00

Webové stránky: [www.hospital-kuks.cz](http://www.hospital-kuks.cz)

- **Ctnosti a neřesti**

- duší Kuksu jsou sochy, kterých je zde desítky doslova na každém kroku,
- největší atrakcí jsou Ctnosti a Neřesti – sochy 24 žen představující dobré i špatné lidské vlastnosti,
- vytvořil je umělec Matyáš Bernard Braun a patří k vrcholu českého baroka.



- **Špitální zahrada**

- pravidelný půdorys, štěrkové cestičky, pečlivě střižený zimostráz, obří obelisky a celá řada soch,
- zámecká zahrada na Loiře? Kdepak, tohle je špitální bylinková zahrada v Kuksu,
- velký křesťanský bojovník uprostřed a další sochy byly do bezpečí zahrady přeneseny



- **Braunův betlém**

- sochařská rezervace zvaná podle svého autora,
- vycházku lze absolvovat přímo z Kuksu buď po naučné stezce na červeně značeném labském břehu do Šporkových lesů nad Stanovice, nebo okolo skály sv. Františka lesem po žluté od hospitalu jako jeden z možných výšlapů po okolí (3 km),



- **Křížová cesta 21. století**

- **3 km z Kuksu; prohlídka 30 min.**
- na půli cesty mezi Kuksem a Braunovým Betlémem stojí moderní sochy vytvořené



předními českými sochaři, k sochám turisty zavede naučná stezka z Kuksu nebo Braunova Betléma

## **NEDELE – 3. den**

### **Varianta č. 1**

První variantou může být návštěva ZOO ve Dvoře Králové nad Labem a dále návštěva přehrady Les Království.

- **ZOO Dvůr Králové nad Labem**

- vzdálenost 13 km z Kuksu;  
prohlídka 2–4 hod.
- Afrika všemi smysly. Exotické pavilony a velká stáda antilop, zeber, žiraf a nosorožců. A také jediné Africké safari v Česku.



Otevírací doba: denně 9 – 18 hod.

Vstupné: dospělí 195 Kč

Webové stránky: [www.zoodvurkralove.cz](http://www.zoodvurkralove.cz)

- **Přehrada Les Království**

- **13 km z Kuksu, prohlídka 30 min.,**
- Les Království je údolní přehradní nádrž na řece Labi vystavěná v roce 1920,
- z dálky přehrada vypadá jako zámek. Pohádková stavba nedaleko Dvora Králové nad Labem je patrně nejkrásnější přehradou v Česku.



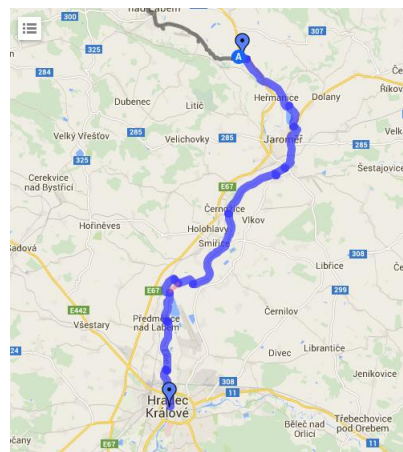


## **Varianta č. 2**

Druhou variantou může být výlet na kole po Labské cyklostezce s návštěvou pevnosti Josefov v Jaroměři. Zájemci by mohli dále pokračovat k zámecké kapli do Smiřic, nebo až do Hradce Králové.

- **Labská cyklostezka**

- 30 km dlouhá stezka po rovině podél řeky Labe z Kuksu až do Hradce Králové,
- cestou je možné navštívit barokní pevnost Josefov nebo např. zámeckou kapli ve Smiřicích,
- stezka je vhodná i pro bruslaře, handbiky a kolečkové vozíky,
- auta na cyklostezku nesmí
- cesta z Kuksu do Jaroměře k pevnosti je 10,4 km,
- k zámecké kapli do Smiřic dalších 6,7 km,
- do Hradce Králové je to poté cca 13 km



- **Pevnost Josefov**

- 10 km z Kuksu, prohlídka 60 min.
- Barokní pevnost s unikátním labyrintem obranných podzemních chodeb. Návštěvníky čeká dobrodružná prohlídka podzemí se svíčkou v ruce.



Otevírací doba: 9:00 – 12:00 a 13:00-18:00

Vstupné: 90 Kč/osoba, rodinné vstupné 230 Kč, děti do 6-ti let vstup zdarma

V ceně vstupného je návštěva prvního vojenskohistorického muzea M. Frosta, muzea W. Matušky a Bastion I a podzemí.

Webové stránky: [www.pevnostjosefov.cz](http://www.pevnostjosefov.cz)

14.10.2014

Tisk zadání závěrečných prací



UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ  
Fakulta informatiky a managementu  
Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové, tel: 493 331 111, fax: 493 332 235

## Zadání k závěrečné práci

Jméno a příjmení studenta: **Kateřina Prokorátová**

Obor studia: **Management cestovního ruchu**

Jméno a příjmení vedoucího práce: **Jiří Petera**

Název práce:  
**Management produktu turismu limitovaný fyzicko-geografickými faktory**

Název práce v AJ:  
Product management of Tourism limited by physical geography factors

Podtitul práce:  
Vývojové aspekty komplexu Kuks

Podtitul práce v AJ:

Cíl práce: Zhodnocení vývojových faktorů ve vztahu k managementu komplexu Kuks

Osnova práce:

1. Úvod
2. Cíl a metodika
3. Literární rešerše
4. Teoretická část
  - Obecná teoretická východiska
  - Diskuze teoretických přístupů
5. Praktická část
  - Systém získávání informací a jejich zpracování
  - Zhodnocení a interpretace výsledků
  - Shrnutí a diskuze výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Seznam použitých zdrojů
8. Přílohy

Projednáno dne: *14. 10. 2014*

Podpis studenta *Prokorátová*

Podpis vedoucího práce