

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH,  
EKONOMICKÁ FAKULTA,  
KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU



**Studijní program:** N 6208 Ekonomika a management

**Studijní obor:** Obchodní podnikání

## **VÝZNAM STÁTNÍHO HRADU KŘIVOKLÁT PRO CESTOVNÍ RUCH NA MIKROREGIONÁLNÍ ÚROVNI**

Vedoucí diplomové práce:

**RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**

Autorka:

**Bc. Iva Hralová**

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu  
Akademický rok: 2006/2007

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Iva HRALOVÁ**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Význam státního hradu Křivoklát pro cestovní ruch na mikroregionální úrovni**

Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í :

**Cíl práce:**

Posouzení vlivu lokalizace hradu na cestovní ruch v mikroregionu. Posouzení hradu v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu. Zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v rámci mikroregionu. Zjištění institucí spolupracujících na tvorbě produktů s hradem a forem spolupráce.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury
2. Provedení marketingového výzkumu
3. Statistická analýza
4. Vypracování diplomové práce

**Rámcová osnova:**


1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Cíle a metodika. 4. Výsledky. 5. Diskuze. 6. Závěr. 7. Seznam pramenů a použité literatury. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 60 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

- Hesková, M. a kol.: Cestovní ruch. Praha: Fortuna, 2006.  
Kesner, L.: Marketing a management muzeí a památek. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005.  
Mourato, S., Ozdemiroglu, E., Hett, T., Atkinson, G.: Pricing Cultural Heritage: A new approach to managing ancient resources. World Economics, 2004.  
Poria, Y., Butler, R., Airey, D.: The core of heritage tourism. Annals of Tourism Research, 2003.  
Příbová, M. a kol.: Marketingový výzkum v praxi. Praha: Grada Publishing, a.s., 1996.

Vedoucí diplomové práce: **RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu  
Datum zadání diplomové práce: **30. března 2007**  
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2008**

  
prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDEJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Sídlo **L.S.** 13  
370 05 České Budějovice  
IČ 600 78 658, DIČ CZ60078658

  
doc. Ing. Marie Hesková, CSc.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 30. března 2007

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Význam státního hradu Křivoklát pro cestovní ruch na mikroregionální úrovni“ vypracovala samostatně na základě vlastního zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním mé diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou na veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou Univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

.....

V Českých Budějovicích dne 28. dubna 2008

## Poděkování

Děkuji vedoucímu diplomové práce RNDr. Josefovi Navrátilovi, Ph.D. za metodické vedení a účinnou pomoc při zpracování diplomové práce. Dále děkuji paní Libuši Vokounové, zaměstnankyni státního hradu Křivoklát, za ochotu a poskytnutí potřebných informací.

# Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Literární rešerše</b> .....	<b>7</b>
2.1 Definování cestovního ruchu.....	7
2.2 Kulturní cestovní ruch.....	9
2.3 Řízení kulturních zařízení .....	10
2.4 Destinační management a marketing.....	12
<b>3. Cíle a hypotézy</b> .....	<b>14</b>
<b>4. Metodika</b> .....	<b>15</b>
4.1 Studované území.....	15
4.1.1 Státní hrad Křivoklát .....	15
4.1.2 Mikroregion Křivoklátsko .....	16
4.2 Data.....	17
4.2.1 Význam státního hradu Křivoklát pro cestovní ruch v mikroregionu .....	17
4.2.2 Charakteristika respondentů .....	19
4.2.3 Řízené rozhovory se zástupci institucí řídících cestovní ruch v mikroregionu .....	24
<b>5. Výsledky výzkumu</b> .....	<b>26</b>
5.1 Posouzení postavení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu .....	26
5.2 Zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v mikroregionu.....	35
5.3 Charakter spolupráce státního hradu Křivoklát se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu .....	44
<b>6. Diskuse</b> .....	<b>46</b>
6.1 Posouzení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu .....	46
6.2 Zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v mikroregionu.....	47
6.3 Charakter spolupráce státního hradu Křivoklát se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu .....	48
<b>7. Závěr</b> .....	<b>50</b>
<b>Summary</b> .....	<b>53</b>
<b>Seznam pramenů použité literatury</b> .....	<b>54</b>

# 1. Úvod

Česká republika má díky své geografické poloze, snadné dostupnosti, přírodním předpokladům, existenci léčebných zdrojů a historickým památkám příznivé podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Disponuje také velkým bohatstvím kulturněhistorických památek. Celkově je evidováno 36 000 objektů, z čehož 2000 tvoří hrady a zámky. Podstatná část zájmu se však koncentruje jen na 200 zámků, 60 zachovalých hradů a zřícenin a 40 městských památkových rezervací (Hrala 2001). Některé z nich byly vyhlášeny Národní kulturní památkou. Tento statut od roku 1989 nese i státní hrad Křivoklát, který je historickou památkou Křivoklátska státního významu a hrál důležitou roli v českých dějinách.

Území Křivoklátska, které je vymezeno hranicemi stejnojmenné chráněné krajinné oblasti, láká návštěvníky v mnoha směrech. Může se pyšnit nejen rozmanitými přírodními krásami, ale také pestrou a bohatou minulostí, což dokládá množství archeologických nálezů a památek, které patří k nejznámějším a nejnavštěvovanějším v Čechách. Tím hlavním lákadlem, jež do oblasti přitahuje nemalou řadu návštěvníků je právě hrad Křivoklát, který zde představuje výraznou dominantu (Zíková 2005). V roce 2006 činila návštěvnost hradu 132 725 návštěvníků. S tímto počtem se tak dostal v pořadí zámků, hradů a památkových objektů na 22. místo z celkových 52 památek, které svou návštěvností překročily 50 000 osob (NIPOS 2006).

Toto vše, spolu s ideální polohou v blízkosti hlavního města, pak činí z tohoto mikroregionu mimořádně přitažlivou turistickou a rekreační oblast. Vyvstává zde proto otázka a hlavní cíl této diplomové práce, posoudit, jak dalece ovlivňuje lokalizace státního hradu Křivoklát cestovní ruch v tomto mikroregionu.

Hrad je proto porovnáván v systému atraktivit cestovního ruchu v mikroregionu Křivoklátsko tak, aby mohlo být dále posouzeno, jaké je jeho postavení mezi nimi. Stranou není ponechán ani zájem o návštěvníky mikroregionu a jejich vztah ke státnímu hradu mezi dalšími cílovými místy. Tento hrad vytváří také řadu zajímavých produktů, které pak svým návštěvníkům nabízí a pomocí nichž je zvyšována jeho atraktivita. Na nabídce těchto produktů hrad spolupracuje s různými zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu, a proto je nezbytné se věnovat způsobu, jakým se na tvorbě těchto produktů podílejí včetně forem jejich spolupráce.

Na základě informací získaných v těchto konkrétních zkoumaných oblastech, je pak posouzen celkový význam státního hradu Křivoklát pro cestovní ruch na mikroregionální úrovni Křivoklátska.

## 2. Literární rešerše

### 2.1 Definování cestovního ruchu

Jednotné definování cestovního ruchu vyčerpávajícím způsobem je velice obtížné. V průběhu jeho vývoje jako společensko ekonomického jevu, se tedy měnil přístup k jeho definování a vymezení (Malá 1999). Systematická pozornost cestovnímu ruchu se začala věnovat již začátkem 20. století. Snaha prvních autorů definic bylo odlišit cestovní ruch od pojmu cestování jako takového. V dalších letech autoři definic již více zdůrazňovali ekonomické, geografické, dopravní a sociologické aspekty cestovního ruchu. Velkým přínosem pro zkoumání cestovního ruchu v poválečném období zejména v evropských zemích bylo zpracování Všeobecné nauky cestovního ruchu švýcarskými autory W. Hunzikerem a K. Krapfem. Prezentovali v ní základy moderní tzv. švýcarské školy cestovního ruchu sloužící pro rozvoj vědy i praxe. Další poválečné definice vycházejí z předešlých autorů a v zásadě se od sebe nelišily (Hesková et al. 2006). Za mezník v definování cestovního ruchu i pro jeho statistické sledování lze považovat Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, kterou pořádala Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v Ottawě roku 1991. Tato konference vymezila a definovala základní pojmy související s cestovním ruchem. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací, které mají zdroj úhrady u z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště anebo firmy. Výše uvedená definice vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci (Malá 1999).

Cestovní ruch představuje z ekonomického aspektu souhrn aktivit s cílem prodat služby a zboží, které jsou jako výsledek promítnuté v produktech cestovního ruchu. Produkt cestovního ruchu je nabízen za účelem spotřeby konkrétním účastníkům cestovního ruchu na jedné straně a za účelem tvorby zisku podniku cestovního ruchu na straně druhé. Není potvrzeno, že by cestovní ruch mohl být výlučně jediným determinantem rozvoje ekonomiky



určitého státu, ale je zřejmé, že ve vzájemných vazbách multiplikačních efektů podmiňuje akceleraci rozvoje ekonomiky a může sehrávat výrazně stimulační úlohu. V mezinárodním cestovním ruchu se ukázalo, že cestovní ruch je jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit (Hesková et al. 2006).

V rámci celého světa se účast na cestovním ruchu zvyšuje. Rok 2007 zaznamenal oproti předcházejícímu roku 6 % nárůst. V roce 2007 dosáhly mezinárodní příjezdy 900 miliónů, což UNWTO World Tourism Barometr považuje za úspěch v porovnání s tím, že 800 miliónů příjezdů bylo dosaženo o dva roky dříve. Evropa jako největší cílový region měla v roce 2007 více než 50 % podíl na mezinárodních příjezdech a činily více než 480 miliónů. Oproti roku 2006 to byl 4 % nárůst (UNWTO 2008).

Hlavní *pozitivní ekonomické dopady* cestovního ruchu se týkají realizace příjmů v zahraniční měně, vylepšení obchodní bilance a vytváření pracovních a podnikatelských příležitostí (UNEP 2002). Vytváření těchto příležitostí je důležité i z toho důvodu, že je cestovní ruch vytváří i v ekonomicky méně rozvinutých oblastech a často i místech, která by byla obtížně jinak ekonomicky efektivně využitelná. Přínosem cestovního ruchu pro zaměstnanost patří i skutečnost, že jsou pracovní místa vytvářena v široké škále profesí a různorodé náročnosti (Malá 1999). Cestovní ruch dále přispívá k optimalizaci lokální infrastruktury a podílí se na diverzifikaci ekonomických aktivit. Cestovní ruch je také přispěvatelem lokálním ekonomikám a realizátorem neviditelného exportu (UNEP 2002). Tento neviditelný export spočívá ve vývozu imateriálních statků (služeb) a specifikem je tedy skutečnost, že si zákazník za spotřebou služeb musí dojet sám (Pásková & Zelenka 2002). Cestovní ruch dále působí na ekonomický rozvoj celé řady odvětví národního hospodářství, který se nejčastěji vyjadřuje pomocí multiplikátorů, a to především multiplikátoru příjmového, multiplikátoru zaměstnanosti, multiplikátoru investic a multiplikátoru mzdového (Malá 1999).

Na druhou stranu může mít cestovní ruch i *negativní ekonomické dopady*. Zejména u rozvojových zemích nejsou zisky cílových míst zdaleka tak velké jako příjmy z cestovního ruchu. Dále pak je problém s labilní strukturou zaměstnanosti (málo placená, nekvalifikovaná, sezónní, „ženská“). Svým charakterem zvyšuje labilitu už tak nestabilního trhu rozvojových ekonomik (vysoká závislost na zahraničním kapitálu, vysoká závislost lokálních komunit na cestovním ruchu). Dalšími problémy jsou pak růst cen v cílových oblastech a pohlcování jinak využitelných zdrojů (UNEP 2002).

## 2.2 Kulturní cestovní ruch

*Kultura* v nejširším smyslu poskytuje soubor materiálních a symbolických prostředků, které jsou bohaté na nabídku a jsou vysoce mobilní. Podle závěrů ze světových jednání a konferencí týkající se kulturní politiky by mohla být „kultura považována za soubor typických náboženských, materiálních, intelektuálních a emocionálních znaků společnosti nebo společenských skupin, a mimoto zahrnovat umění a literaturu, životní styl, způsob společného života, systémy hodnot, tradice a přesvědčení. Kultura je v základu mezinárodního cestovního ruchu a usnadňuje jeho růst a dovoluje jednotlivým společnostem účastnit se tak procesu rozvoje. Je však důležité uznat, že ačkoli je cestovní ruch založen na kultuře, existuje kultura nezávisle a z jiných důvodů než je cestovní ruch“ (Robinson & Picard 2006).

Podle hlediska motivů účasti na cestovním ruchu se rozeznávají různé typy cestovního ruchu, mezi které patří i kulturně poznávací cestovní ruch (nebo také kulturní cestovní ruch) (Malá 1999). *Kulturní cestovní ruch* je ve skutečnosti poměrně obtížné striktně klasifikovat a vydělovat ho od jiných komplementárních forem cestovního ruchu (Kesner 2005). Výkladový slovník cestovního ruchu vysvětluje kulturní cestovní ruch jako formu cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni především možností poznávání kulturního dědictví a kultury dané země a jejích rezidentů (Pásková & Zelenka 2002). Podle Malé (1999) je kulturně poznávací cestovní ruch takový typ cestovního ruchu, který je zaměřen především na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů. Plní významnou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Zahrnuje zejména návštěvu (Malá 1999):

- kulturně historických památek (hradů, zámků, staveb lidové architektury a dalších kulturně historických objektů),
- kulturních zařízení (muzea, galerie, obrazárny, knihovny a další),
- kulturních akcí (divadelní představení, festivaly, folklórní a lidové slavnosti), ale
- i návštěvu tzv. kulturní krajiny (parky, zahrady) a další.

Tyto definice by měly také zahrnovat i poznávání životních způsobů v destinaci (Kesner 2005).

Hlavní roli v kulturním cestovním ruchu sehraává *světové dědictví*, které zahrnuje přírodní a kulturní dědictví. Organizace spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu – (UNESCO) vyhledává podporu identifikace, ochrany a zachování tohoto přírodního a kulturního dědictví po celém světě vztahující se k existenci mimořádné hodnotě lidskosti.

Toto je obsahem dohody, která byla přijata touto organizací na konferenci v Paříži v roce 1972 pod názvem „Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage“ (UNESCO 1972). Problematiku přírodního a kulturního dědictví a důvody proč k nim přistupovat rozdílně v jejich ochraně a zachování, diskutuje ve své eseji Lowenthal (2005).

Problematiku cestovního ruchu, kultury a rozvoje řeší UNESCO ve čtyřech bodech:

- mobilizace kultury (úzce související s koncepcí dědictví) pro cestovní ruch a rozvoj,
- problémy a příležitosti vztahující se k používání kulturního cestovního ruchu jako těžiště a mechanismus pro ekonomický rozvoj,
- potenciál a realita kulturního cestovního ruchu jako forma inter-kulturního dialogu výměny,
- role kulturního cestovního ruchu v programech environmentální ochrany a biodiverzity.

Kulturní cestovní ruch má v rámci rostoucího cestovního ruchu důležitou roli, jelikož na rozdíl od masového turismu respektuje své přírodní a kulturní prostředí a vybízí národy k vzájemnému poznávání. Pokud je řízen v rámci udržitelného rozvoje, může prospívat místním obyvatelům prostřednictvím poptávky služeb (Robinson & Picard 2006). Důležitou problematikou související s udržitelným rozvojem cestovního ruchu a dědictvím je využívání tohoto dědictví jako vstupu do produkce představení života a jiných kulturních aktivit. Každý proces využití dědictví musí ale prokázat kulturní udržitelnost a zaručit tak předání materiální i nemateriální charakteristiky budoucím zájmovým skupinám (Trimarchi 2004).

V globálním smyslu mohou kultura a dědictví, přes udržitelný rozvoj, řešit i problémy bídy. Kulturní cestovní ruch je tedy potřeba podporovat, a to například vzděláváním v oblastech udržitelného rozvoje, lidských práv, demokracie, cestovního ruchu apod. (Robinson & Picard 2006).

### **2.3 Řízení kulturních zařízení**

Cestovní ruch zahrnuje vztahy mezi národy a lidmi a kulturami národů, společně s jejich charakteristikou spojující se na poli kultury, dědictví, ekonomiky a prostředí, je pak zřejmé, že jeho rozvoj je řízen, koordinován a monitorován. K dosažení strategických cílů ekonomického rozvoje, ekologického zabezpečení a sociálního zahrnutí, vyžaduje rozvoj udržitelného cestovního ruchu určitý stupeň integrace uvnitř celkového rozvoje na národních a mezinárodních úrovních (Robinson & Picard 2006).

Podstatnou část kulturně-historického dědictví nelze vnímat mimo jeho krajinný rámeček a naopak, jelikož *krajina* spoluutváří kulturní hodnotu a potenciál jednotlivých měst, památek a lokalit na jejím území. V České republice to pak platí ve větší míře než kdekoli jinde. Primární kulturní destinací v podmínkách České republiky nebývají izolované monumenty světového významu, ale ve většině případů města a sídla. Specifickým problémem českých měst a obcí z pohledu rozvoje kulturní turistiky je dominantní orientace na památky a urbanistické dědictví a zcela nedostatečné spektrum nabídky dalších kvalitních kulturních zdrojů. Jednotlivá města a obce ke svému potenciálu a jeho rozvoji v kontextu kulturního cestovního ruchu přistupují rozdílně. V České republice jsou památky spolu s muzei nejvýznamnějším typem kulturní destinace. Ve využití památkového fondu lze přitom spatřovat značné rezervy. Jedná se zejména o celkově malý počet přístupných památek a z toho plynoucí nerovnoměrnost jejich využití pro cestovní ruch a dále pak celková malá návštěvnost památek (Kesner 2005).

Využití kulturních nemovitých památek může být *komerční* či *nekomerční*. Mezi komerční patří pronájem prostor pro filmování, firemní a obchodní schůzky, svatební obřady, slavnosti, večírky, jednání, dále fungování jako zámecké hotely. Mezi nekomerční využití je zařazováno zpřístupnění historických objektů pro veřejnost za vstupné, pronájmy pro určité filmové účely, koncerty, výstavy a divadelní představení (Hrabánková & Hájek 2002).

K nejzávažnějším společensko-kulturním problémům České republiky lze zařadit i nedobrý stav tohoto památkového fondu a nedostatečnou péči o něj. Za pozitivní trend je ale třeba považovat aktivity stále většího počtu různých neziskových organizací a občansko-právních sdružení, které přebírají starost o některé památky. Stěžejním cílem kulturního managementu a marketingu by mělo být zhodnocování a rozvoj kulturního kapitálu, který daná památka, sbírka nebo lokalita představuje – ve prospěch jeho vlastníků i širší veřejnosti a jeho budování na *udržitelném principu*. Kulturní kapitál zahrnuje hodnoty kulturní (hmotné i nehmotné) a hodnoty ekonomické. Možnosti jednotlivých muzeí, památek a kulturních organizací na poli marketingu jsou ovlivňovány a do jisté míry podmiňovány marketingem celé České republiky jako turistické destinace (Kesner 2005).

Masivní nárůst návštěvnosti některých významných památek a sídel ve vyspělém světě i rozvojových zemích upozornil na rozpory mezi ekonomickým přínosem cestovního ruchu pro obnovu a záchranu těchto památek a negativními dopady a ohroženími, které památkám přináší. Problematikou ochrany památek se zabývá nejen UNESCO, ale i Mezinárodní organizace pro ochranu památek – ICOMOS. Tato organizace se zabývá kulturním cestovním ruchem, zejména s důrazem na minimalizaci negativních dopadů

a rozvíjí různé programy zaměřené na management kulturních památek, výchovu specialistů a vzdělávání návštěvníků i místního publika (Kesner 2005). Kromě toho vydává mezinárodní dokumenty zaměřující se na jednotlivé oblasti památkové ochrany (ICOMOS 2001). Vztah mezi památkovou péčí a turismem umožňují rozlišovat dva z těchto dokumentů. Prvním z nich je Mezinárodní charta kulturního turismu (Brusel 1976), která má ostře ochranný charakter a její tón lze označovat jako útočný. Druhým dokumentem této organizace je Mezinárodní charta o kulturním turismu (Mexiko 1999), která je podstatně obezřetnější a přátelštější v chápání turismu jako historické šance pro uchování památkového fondu (Hrabánková & Hájek 2002).

## **2.4 Destinační management a marketing**

Význam cestovního ruchu je v poslední době více spojován s přímým rozvojem regionů. Jednou z nových disciplín, které by mohly nastartovat regionální rozvoj, je aplikace destinačního managementu a marketingu (Hesková 2006). *Destinace* je jedním produktem, který je zároveň složen z bezpočtu dalších produktů (Palatková 2006). Podle výkladového slovníku cestovního ruchu je destinace chápána jako směřování, cíl cesty cestujícího a místo navštívené účastníkem cestovního ruchu a nemusí souviset s cestovním ruchem (Pásková & Zelenka 2002). Destinace cestovního ruchu je pak podle Királ'ové (Királ'ová 2003) přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Výkladový slovník cestovního ruchu pod tímto pojmem v užším smyslu rozumí cílovou oblast v daném regionu s typicky významnou nabídkou atraktivit a infrastrukturou cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je dlouhodobá koncentrace návštěvníků (Pásková & Zelenka 2002).

*Managementem destinace* se pak rozumí soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v destinaci za účelem dosažení jeho udržitelného rozvoje a zachování konkurenceschopnosti na trhu (Királ'ová 2003). Výrazným prvkem v managementu destinací je vysoká míra spolupráce a kooperace jednotlivých subjektů účastnících se na řízení destinace. Podmínkou fungování kooperace a partnerství subjektů je výběr činností (produktů), ve kterých si podnikatelské subjekty nebudou konkurovat, ale naopak se vzájemně doplňovat. Spolupráce musí také vznikat na základě dobrovolnosti a na

tom, že nebude představovat v řízení destinací masový jev pro všechny subjekty, které v destinaci sídlí (Hesková 2006). Cestovní ruch je při kvalitním managementu přínosem především v oblasti ochrany životního prostředí, sociálně-kulturní a ekonomické oblasti (Királ'ová 2003).

*Marketing destinace* bývá označován jako duše marketingu v turismu. Stěžejní úlohu v marketingu destinace na národní/regionální/lokální úrovni hraje národní/regionální/lokální turistická organizace, neboli společnost destinačního marketingu (managementu) na národní/regionální/lokální úrovni (Palatková 2006). Marketing destinace je označován jako nejsložitější forma marketingu z oblasti cestovního ruchu, služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb. Tato složitost tkví ve čtyřech nejvýznamnějších příčinách, jimiž jsou:

- destinace existují na mnoha geografických úrovních;
- cíle marketingu destinací jsou poměrně složité (provádějí je spíše orgány veřejného sektoru než soukromé společnosti);
- organizace, provozující marketing destinací, nemají přímou kontrolu nad produktem a
- za návštěvu destinace se neplatí žádné přímé poplatky (Horner & Swarbrooke 2003).

Podstata marketingu destinace spočívá v orientaci všech zainteresovaných subjektů na uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Úspěch destinace na trhu cestovního ruchu závisí na schopnosti identifikovat vlastní nabídku – produkt, potenciální návštěvníky (disponující volným časem, penězi a ochotou navštívit destinaci), cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob, jak potenciální návštěvníky aktivizovat k návštěvě destinace. Základním předpokladem úspěšnosti destinace na trhu je zpracování, akceptace a aplikace reálné marketingové koncepce, která bude zabezpečovat koordinovaný postup na trhu cestovního ruchu (Királ'ová 2003). Profesionální uplatňování destinačního managementu a marketingu při řízení regionů a mikroregionů předpokládá aplikace diverzifikačních strategií s využitím regionálního potenciálu pro rozvoj nabídky produktů cestovního ruchu (Hesková et al. 2004).

### **3. Cíle a hypotézy**

Hlavním cílem diplomové práce je posouzení vlivu lokalizace státního hradu Křivoklát na cestovní ruch v mikroregionu. Na základě tohoto hlavního cíle byly dále stanoveny tři dílčí cíle a k nim hypotézy.

Prvním dílčím cílem bylo posoudit postavení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu v mikroregionu. Hypotéza – hrad má centrální postavení v systému atraktivit cestovního ruchu v mikroregionu.

Úkolem druhého dílčího cíle bylo zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v rámci mikroregionu. Hypotéza – hrad Křivoklát je navštěvován také návštěvníky ostatních atraktivit a v mikroregionu existuje více cílových míst.

Posledním dílčím cílem bylo zjištění institucí spolupracujících na tvorbě produktů s hradem a forem spolupráce. Hypotéza – státní hrad Křivoklát spolupracuje s několika typy institucí.

## 4. Metodika

Informace týkající se studovaného území byly získány především z knih, odborných publikací, propagačních materiálů a internetových stránek. Neméně důležitá byla i návštěva informačního a vzdělávacího střediska v Křivoklátu a rozhovor s oficiálním zástupcem státního hradu Křivoklát.

### 4.1 Studované území

K analýze vlivu lokalizace hradu na cestovní ruch na mikroregionální úrovni byla zpracována případová studie hrad Křivoklát a mikroregion Křivoklátsko. Pod pojmem mikroregion Křivoklátsko se bude dále rozumět území západní části Středočeského kraje, které administrativně spadá do okresů Rakovník a Beroun. Na severovýchodě svou jihozápadní částí do Křivoklátska zasahuje i okres Kladno, na jihozápadě severním Zbýšovským okresem Rokycany. Nepatrnou plochou – asi 10 km<sup>2</sup> – je na Křivoklátsku zastoupen též okres Plzeň-sever (Zíková 2005).

#### 4.1.1 Státní hrad Křivoklát

Státní hrad Křivoklát (příloha č. 2) se nachází v centru vymezené oblasti nad Rakovnickým potokem 15 km jihovýchodně od Rakovníka. Na blíže neurčeném místě v této lokalitě stávalo staré přemyslovské hradiště. První písemná zpráva o Křivoklátu pochází z období kolem roku 1100, kdy se kníže Vladislav rozhodl hrádek přestavět a opevnit. Mohutný gotický hrad byl vybudován za vlády krále Václava I. a jeho syna Přemysla Otakara II. někdy v letech 1230-80. V průběhu let byl Křivoklát několikrát těžce poškozen požárem a přestavěn. Po nástupu Habsburků na český trůn v roce 1526 byl Křivoklát také využíván jako státní vězení. Zásadních romantických přestaveb, které udávají hradu ráz dodnes, se hrad dočkal v 19. století, kdy byl koupen rodem Fürstenberků (Zíková 2005).

V současnosti je hrad majetkem státu. Díky své poloze náleží pod správu Národního památkového ústavu pod územní odborné pracoviště středních Čech v Praze. NPÚ se zároveň nachází na nejvyšší úrovni řízení. Sídlo organizace se nachází na Valdštejnském náměstí v Praze 1. Statutárním orgánem je generální ředitel, který je jmenován a odvoláván ministrem kultury. Současným ředitelem je MUDr. PhDr. Tomáš Hájek, který byl do své funkce jmenován 19. 1. 2006. Správcem památkového objektu, tedy kastelánem je do své funkce



jmenován na základě výběrového řízení generálním ředitelem NPÚ (MKČR 2006). V současné době je kastelánem od 22. 3. 2004 Luděk Frencl. Vedení státního hradu Křivoklát se snaží každým rokem připravovat pro své návštěvníky zážitky spojené s návštěvou hradu prostřednictvím různých kulturních a společenských akcí, které jsou pořádané v areálu hradu. Pomocí těchto obvykle pravidelných akcí se tak Křivoklát dostává k širšímu okruhu návštěvníků. V současné době běží projekt obnovy výroby piva na hradě pomocí něhož může být ještě atraktivnější (Křivoklátské noviny 2007). Státní hrad neponechává náhodě ani vlastní prezentaci hradu včetně jeho produktů. Ke komunikaci různé typy nástrojů od pohledů, letáků až po informační centra a veletrhy cestovního ruchu.

#### **4.1.2 Mikroregion Křivoklátsko**

Území mikroregionu Křivoklátska se kryje s Chráněnou krajinnou oblastí Křivoklátsko v povodí střední Berounky. Pro své přírodovědní a historické hodnoty byla oblast v roce 1977 organizací OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO) vyhlášena biosférickou rezervací (Zíková 2005). Toto území láká návštěvníky nejen jedinečnými přírodními krásami, ale i svou bohatou minulostí, což dokládá množství kulturně historických atraktivit (příloha č. 1). Co se týče kulturně historických památek, může návštěvník Křivoklátska kromě nejnavštěvovanějšího hradu Křivoklát navštívit i několik významných zřícenin hradů, které jsou spojeny zejména s pěší turistikou, cykloturistikou, návštěvou historických zajímavostí nebo účastí na kulturních a společenských akcích pořádaných na různá téma. Ty se týkají například hudby, divadelních představení, výstav, řemeslných jarmarků, šermířských klání, svátků jako Velikonoce, Vánoce apod. Kromě zřícenin a hradů zde může návštěvník nalézt i několik zámků, z nichž mezi nejvýznamnější patří lovecký zámek Lány s parkem. V oblasti je s turistikou dále spojeno poznávání přírodních krás a atraktivit. Křivoklátsko se pyšní především hustě zalesněnou krajinou se smíšenými lesy, což přímo vybízí k aktivitám jako je pozorování přírody, houbaření či sběr lesních plodů. Území je také protkáno sítí údolí, potoků a řek. Návštěvník se tak může věnovat rybaření, koupání, opalování nebo jízdě na loďkách. Vodní turistika je ale spojena především s řekou Berouňkou, která tvoří osu Křivoklátska. V této oblasti je možno se také pokochat pohledem na lidovou architekturu, která se nachází v řadě obcí. Nechybí zde ani možnost navštívit různá muzea, galerie a pomocí nich tak rozvíjet své znalosti o této oblasti. Návštěvník, který pěstuje oblibu v technických památkách, by jistě také nebyl zklamán. Nachází se jich zde celá řada od

pozůstatků koněspřežné dráhy až po mnoho rázovitých mlýnů na řece Berounce (Zíková 2005).

V mikroregionu se nachází několik informačních center, z nichž většina sídlí v samotném Křivoklátě. Každé z těchto center je zaměřeno na rozdílné aktivity. Jsou spojené s prezentací státního hradu Křivoklát i celého mikroregionu a rozvíjením povědomí o ochraně životního prostředí. Aktivity spojené s cestovním ruchem v oblasti nejsou koordinovány prostřednictvím zvláštní organizace cestovního ruchu. Koordinace těchto aktivit spočívá ve vzájemné spolupráci zainteresovaných subjektů ze soukromého (ubytovací a stravovací zařízení, sportovní zařízení apod.) a státního sektoru (obecní a městské úřady, svazky obcí, místní akční skupiny atd.).

## **4.2 Data**

K naplnění cílů této diplomové práce bylo třeba po analýze sekundárních dat přistoupit ke sběru dat primárních. Informace byli získávány od dvou skupin aktérů cestovního ruchu v mikroregionu – jeho návštěvníků a oficiálního zástupce hradu Křivoklát.

### **4.2.1 Význam státního hradu Křivoklát pro cestovní ruch v mikroregionu**

Dotazníkové šetření mezi návštěvníky bylo provedeno autorkou v letních měsících (červenec, srpen, září) roku 2007. Toto šetření proběhlo na třech významově podobných kulturně historických atraktivitách v mikroregionu. Kromě státního hradu Křivoklát jimi byly zříceniny hradů Krakovec a Točnick, Žebrák (přílohy č. 3 a 4). Šetření bylo realizováno u 50 návštěvníků na každém místě zvlášť. Výběr respondentů byl prostý a nahodilý. Časově bylo šetření prováděno v termínech, kdy se na žádné z hradů/zřícenin nekonaly žádné společenské či kulturní akce. Dotazování bylo prováděno osobně formou řízeného rozhovoru a odpovědi byly zaznamenávány do standardizovaného formuláře. Dotazovací formulář se skládá ze 17 otázek. Využito bylo uzavřených a otevřených. Nejčastějším typem uzavřených otázek byl výběr s jednou možností odpovědi, ojediněle se jednalo o vícenásobný výběr. Dotazník byl zaměřen na dva dílčí cíle a tomu odpovídala i jeho struktura. Dílčí cíle se týkaly posouzení postavení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu a zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v rámci mikroregionu.

## Posouzení postavení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu

K tomuto cíli bylo v dotazníku položeno sedm otázek. Dvě z těchto otázek byly uzavřené v kombinaci s otevřenou. První z nich zjišťovala, zda návštěvník navštívil atraktivitu již někdy v minulosti a na výběr bylo ze tří odpovědí – ne, jsem zde poprvé; ano, již jsem zde byl/a; ano, navštěvuji toto místo pravidelně a z jakého důvodu. Ta druhá měla zjistit, jaký dopravní prostředek návštěvník použil k cestě na svou dovolenou. Nabízela 5 možností odpovědí – vlak, automobil, linkový autobus a jiný dopravní prostředek, který nebyl zahrnut v nabídce odpovědí.

Otázky, které se týkaly postojů k tomu, co se návštěvníkovi v oblasti líbí či nelíbí byly otevřené a vyžadovaly pouze jednu odpověď. V případě, že respondent uvedl více odpovědí, byla vybrána ta, kterou uvedl na prvním místě. Další otevřené otázky zjišťovaly místa, která návštěvník v rámci své dovolené již navštívil a která místa ještě hodlal navštívit. Respondent v nich mohl uvést více odpovědí.

Důležité bylo zjistit s jakou mírou se návštěvníci na této dovolené věnují rekreačním aktivitám. Na to byla zaměřena poslední otázka vztahující se k tomuto cíli. Ta byla uspořádána do tabulky, kde bylo uvedeno patnáct nejruznějších letních rekreačních aktivit od opalování, koupání až po jízdu na koních. U každé aktivity byla stupnice možných odpovědí – věnuji se výhradně, věnuji se především, věnuji se často, věnuji se občas a nevěnuji se, které měly vyjádřit s jakou mírou se návštěvníci jednotlivým aktivitám věnují.

## Zjištění pohybu návštěvníků a jejich cílových míst v mikroregionu

Pro splnění tohoto cíle bylo návštěvníkům položeno šest otázek. V závěru je pak doplňovaly ještě další čtyři otázky k účelu statistického hodnocení návštěvníků a určení tak jejich struktury. Jednalo se o otázky vztahující se k pohlaví, věku, vzdělání, které byly uzavřené polytomické. U zjišťování obce a okresu bydliště byla otázka otevřená.

Většina otázek vztahujících se k tomuto cíli byla uzavřená polytomická. V první otázce byl primárně zjišťován typ výletu návštěvníka atraktivity. Byly zde čtyři možné odpovědi – navštívil/a jste toto místo na výletě v rámci dovolené, kterou trávíte v blízkém okolí; na výletě v rámci dovolené, kterou trávíte mimo mikroregion CHKO Křivoklátsko; v rámci svého jednodenního výletu z místa bydliště; jen projíždíte. Na základě odpovědi na tuto otázku se lišila následující verze dotazníku.

Některé další otázky byly uzavřené polytomické v kombinaci s otevřenou. Týkalo se to dvou otázek, první z nich zjišťovala způsob dopravy k dané atraktivitě, kde bylo na výběr z osmi možností – pěšky, kolo, vlak, automobil, linkový autobus, zájezdový autobus, jiné. Stejně formulována byla i ta druhá, která měla zjistit, z jakého informačního zdroje se návštěvníci o daném místě dozvěděli. Bylo zde na výběr z deseti odpovědí – přátelé a známí, informační a propagační materiály, televize, rozhlas, tisk, Internet, informační centrum v místě bydliště, informační centrum v mikroregionu, obecná znalost blízkého okolí, jiný.

Otázka, ve které měli návštěvníci uvést trasu svého aktuálního výletu, tedy hlavní místa, která v den výletu navštívili nebo ještě chtěli navštívit, byla otevřená.

Poslední otázka v rámci tohoto cíle byla opět uspořádána do tabulky a zjišťovala vztah návštěvníka k zajímavostem a pořádaným akcím v souvislosti s danou atraktivitou. Cílem otázky bylo zjistit, zda respondenti danou akci navštívili a zda ji považují za zajímavou či ne. V tabulce byl výčet produktů dané atraktivity a u každého uvedena škála odpovědí. Možnosti odpovědí se lišily podle samotné atraktivity.

#### Analýza získaných dat

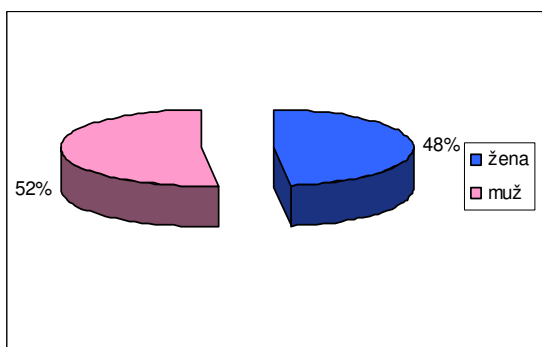
Získané údaje musely být nejprve upraveny. Tato úprava spočívala v ověřování úplnosti údajů a doplňování informací, které chyběly. Následně byly odpovědi kódovány podle typu otázky, aby bylo možné údaje převést do počítače a nadále s nimi pracovat. V případě otevřených odpovědí byly kódovány tím způsobem, že byly vytvořeny skupiny obsahově identických odpovědí a kódovaly se tyto skupiny. Takto označené typy odpovědí byly dále digitalizovány a četnostně zpracovány v programu Excel s využitím především kontingenčních tabulek. Takto zpracované údaje byly pak nadále převedeny do grafů. Byly použity především výšečové a sloupcové grafy. Numerické popisy sumarizovaných údajů byly vyjádřené v absolutní hodnotě i v relativní hodnotě pomocí procentuelního vyjádření.

Ke zpracování čtvrté otevřené otázky – uveďte trasu vašeho aktuálního výletu, bylo zapotřebí sestavit matici konektivity vzájemně propojených míst mezi sebou, ze které byla dále vytvořena výsledná mapa mikroregionu s vyznačením nejdůležitějších spojnic mezi zmíněnými cílovými místy. Tato mapa byla vytvořena pomocí programu PowerPoint.

#### **4.2.2 Charakteristika respondentů**

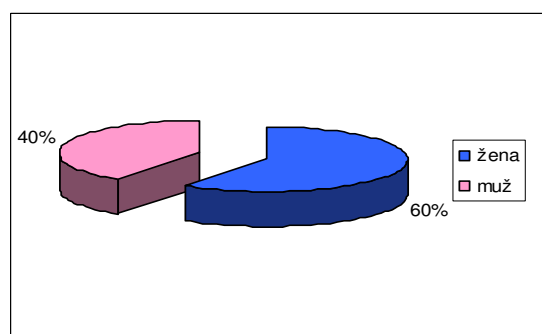
Základním sledovaným segmentačním znakem respondentů bylo pohlaví. V každém místě odpovědělo všech 50 návštěvníků (grafy č. 1, 2, 3).

**Graf č. 1: Pohlaví respondentů – Křivoklát, n=50.**



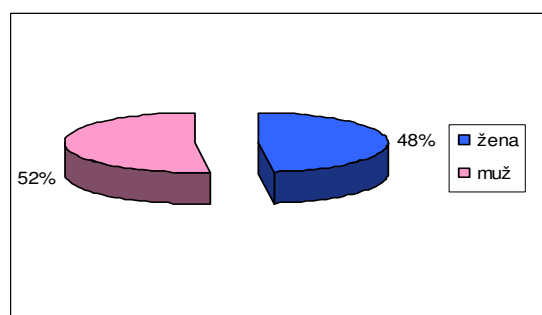
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

**Graf č. 2: Pohlaví respondentů – Krakovec, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

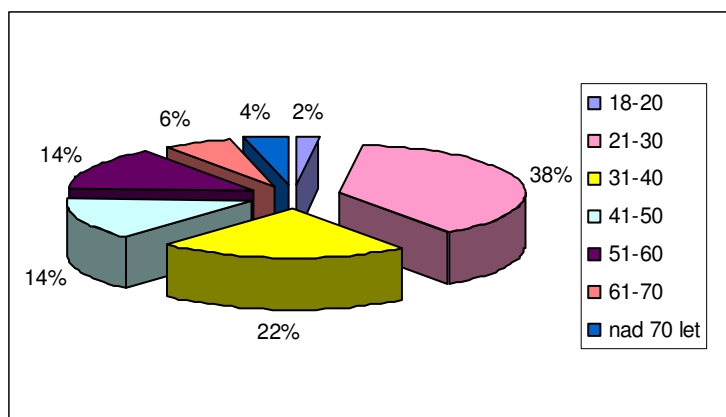
**Graf č. 3: Pohlaví respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

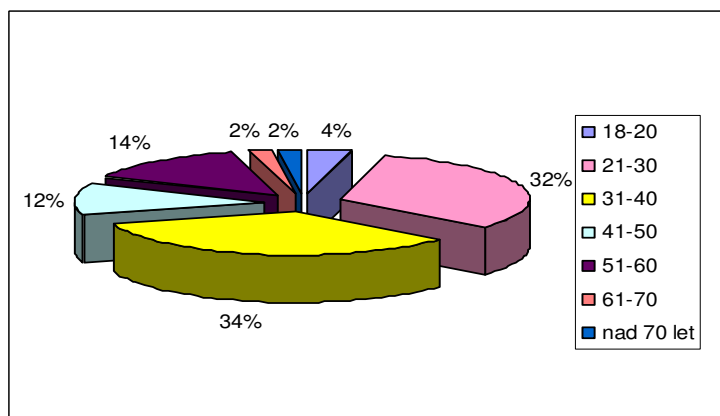
Věk návštěvníků byl sledován v sedmi skupinách. I na tuto otázku odpověděli všichni respondenti. Atraktivity jsou navštěvovány spíše návštěvníky mladšího věku. Téměř ve všech třech případech jsou nejpočetnější skupiny v rozmezí 21 – 30 a 31 – 40 let a tvoří více jak polovinu všech dotazovaných (grafy č. 4, 5 a 6).

Graf č. 4: Věk respondentů – Křivoklát, n=50.



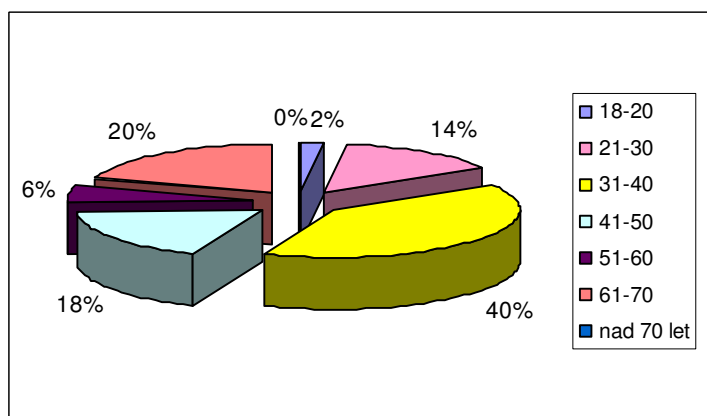
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 5: Věk respondentů – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

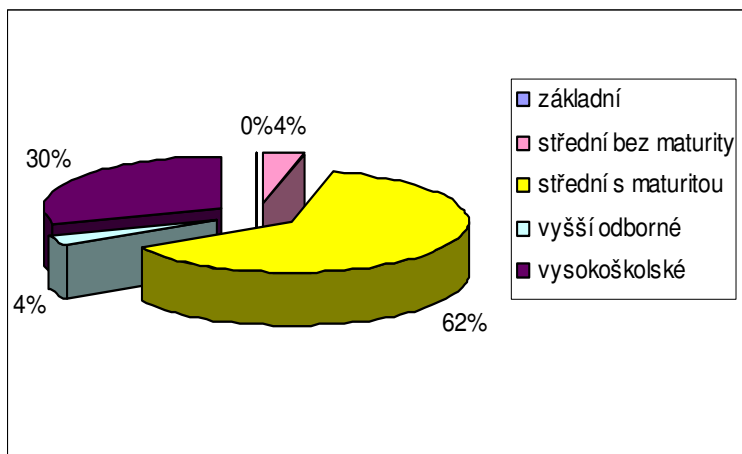
Graf č. 6: Věk respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

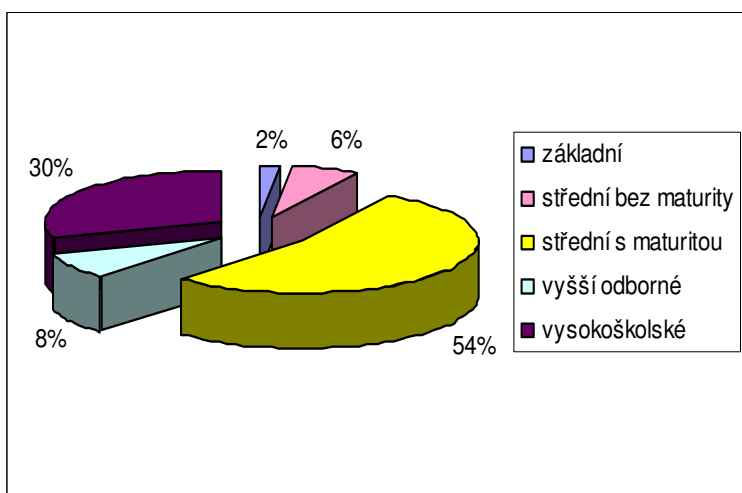
Vzdělání návštěvníků bylo rozděleno do pěti skupin. Určující bylo dosažené vzdělání v okamžiku dotazování. Nejpočetnější skupinu tvoří středoškoláci s maturitou. Vysoký podíl tvoří také vysokoškolské vzdělání (grafy č. 7 ,8 a 9).

Graf č. 7: Vzdělání respondentů – Křivoklát, n=50.



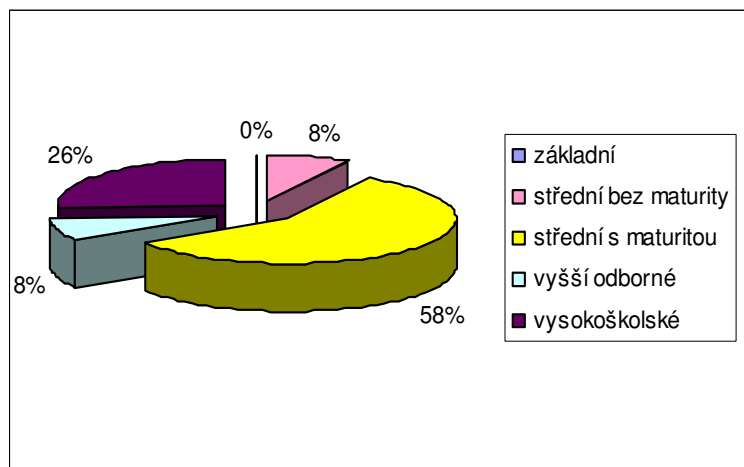
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 8: Vzdělání respondentů – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

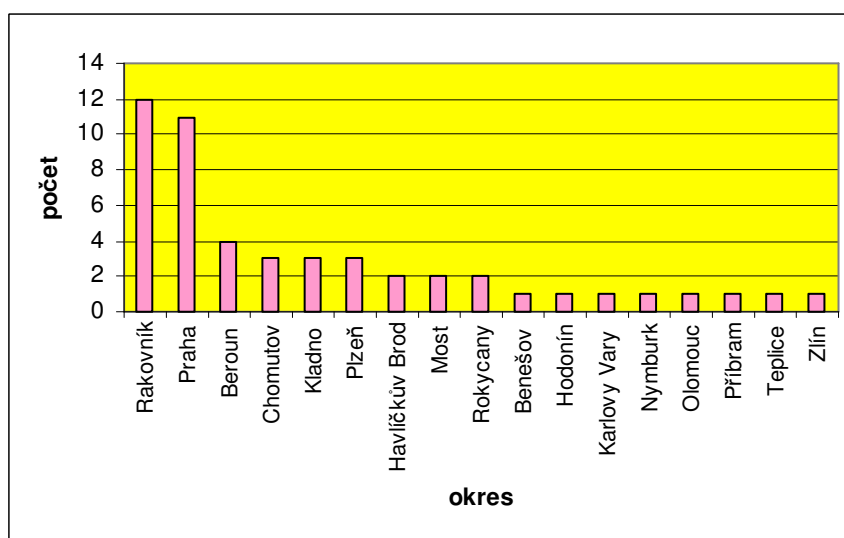
Graf č. 9: **Vzdělání respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Bydliště respondentů bylo sledováno do úrovně okresů. To se lišilo vzhledem k samotné atraktivitě, kde bylo šetření realizováno. V každé jednotlivé atraktivitě byla nepatrně odlišná skupina místa bydliště respondentů. Výsledky šetření, které proběhlo na hradě Křivoklát a zřícenině hradu Krakovec bylo obdobné. Nejpočetnějšími skupinami v obou případech tvoří návštěvníci z okresů Rakovník a Praha (grafy č. 10 a 11). U Točnicku a Žebráku vchází do popředí okres Praha a následuje okres Beroun (graf č. 12).

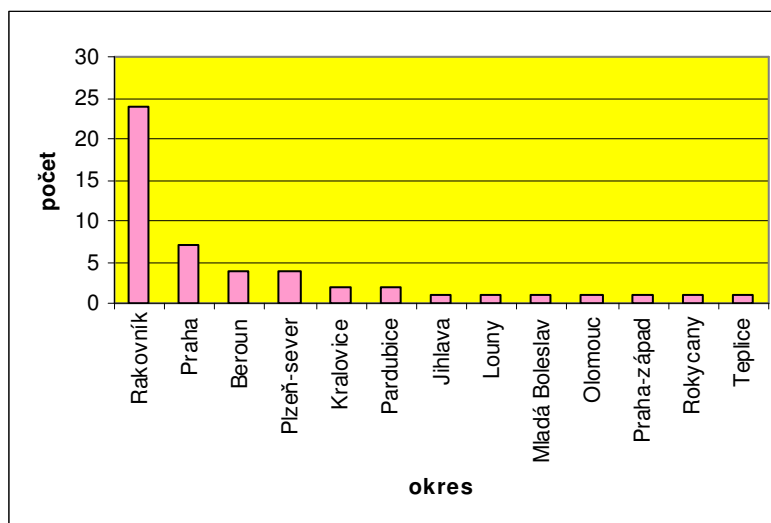
Graf č. 10: **Okres bydliště respondentů – Křivoklát, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

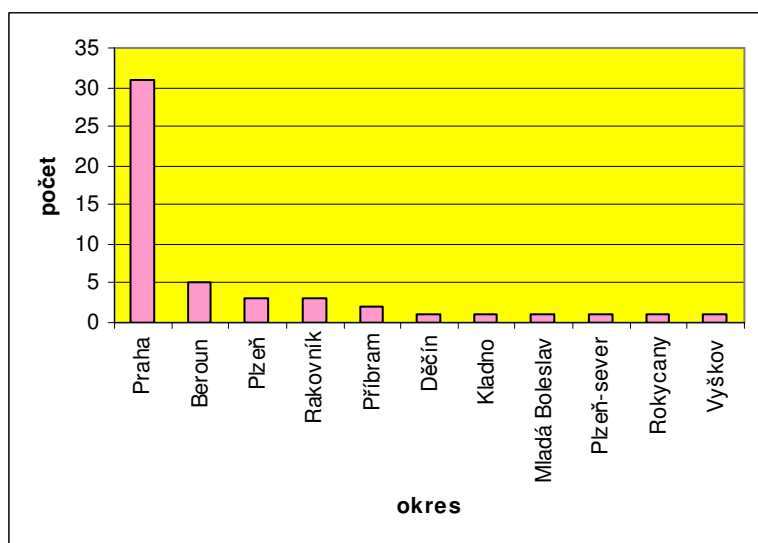


Graf č. 11: Okres bydliště respondentů – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 12: Okres bydliště respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

#### 4.2.3 Řízené rozhovory se zástupci institucí řídicích cestovních v mikroregionu

Kvalitativním výzkumem pomocí řízeného rozhovoru s oficiálním zástupcem státního hradu Křivoklát byla zjišťována forma spolupráce hradu se zainteresovanými institucemi, dále pak jaké produkty vlastně hrad nabízí a jaká je jeho marketingová činnost. Otázky byly

sestaveny podle výše zmíněných oblastí zkoumání. První otázka se tedy zjišťovala s kým státní hrad spolupracuje na tvorbě produktu a jaké jsou to typy institucí. Poté následovala otázka na formy jejich spolupráce. Dalším úkolem bylo zjistit jaké produkty hrad nabízí a jak probíhá jeho marketingová činnost. Odpovědi byly kvalitativně vyhodnoceny a na základě nich byl posouzen charakter spolupráce hradu se zainteresovanými institucemi jako jsou Obecný úřad, Svazky měst a obcí, informační centra, média apod.

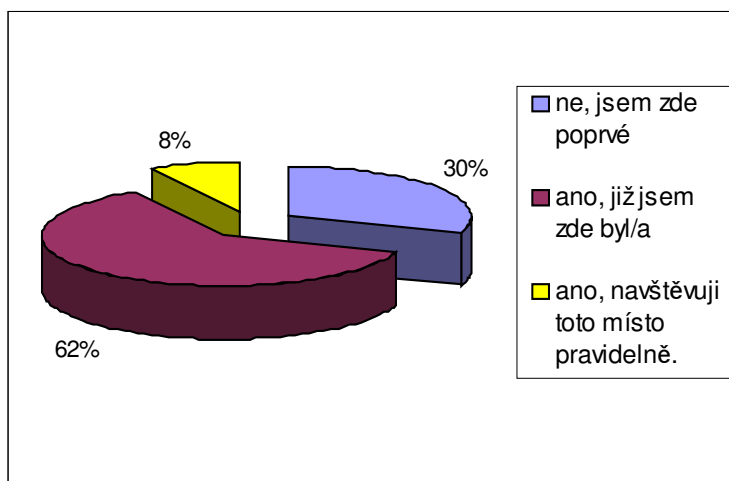
## 5. Výsledky výzkumu

Výsledky sběru primárních dat byly rozděleny do kapitol podle jednotlivých dílčích cílů diplomové práce. Tato data byla získána pomocí vlastního dotazníkového šetření od návštěvníků jednotlivých lokalit mikroregionu a řízeným rozhovorem se zástupcem státního hradu Křivoklát.

### 5.1 Posouzení postavení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu

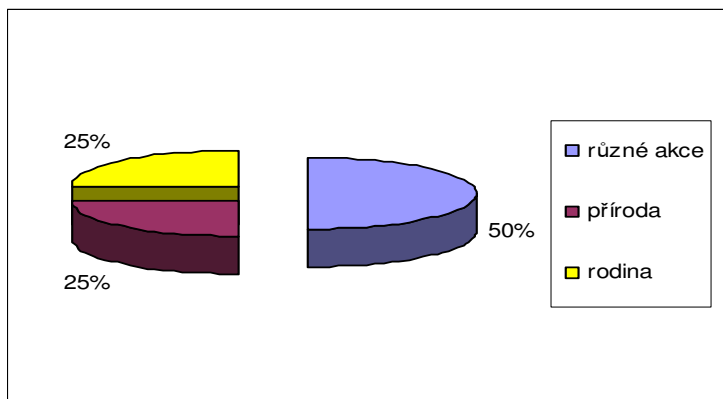
Na otázku, která zjišťovala s jakou pravidelností jsou lokality navštěvovány odpovědělo na všech třech lokalitách 50 návštěvníků. Přes 60 % návštěvníků ve všech třech případech odpovídalo, že dané lokality již dříve navštívili. Pravidelně je navštěvován pouze hrad Křivoklát, takto odpovědělo 8 % jeho návštěvníků (graf č. 13). Důvodem jejich pravidelného navštěvování jsou zejména pořádané akce na hradě. Takto odpověděla polovina pravidelných návštěvníků. Dalším důvodem byly příroda a rodina (graf č. 14). Zbytek návštěvníků byl na těchto atraktivitách poprvé.

Graf č. 13: Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Křivoklát, n=50.



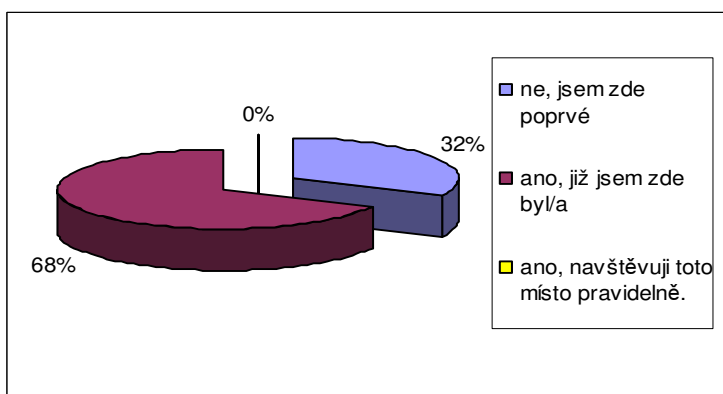
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 14: Z jakého důvodu navštěvují toto místo pravidelně – Křivoklát, n=4.



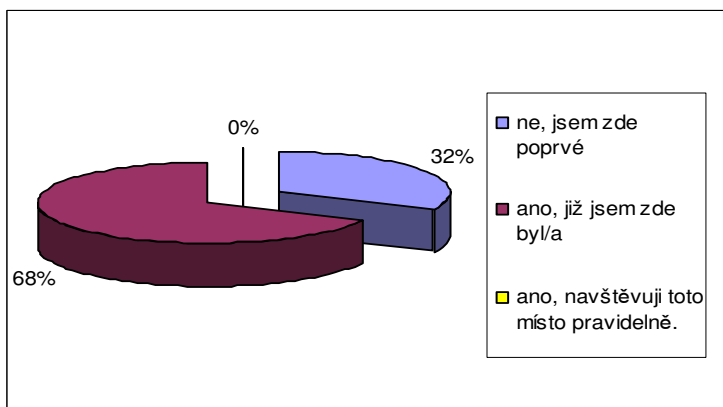
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 15: Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

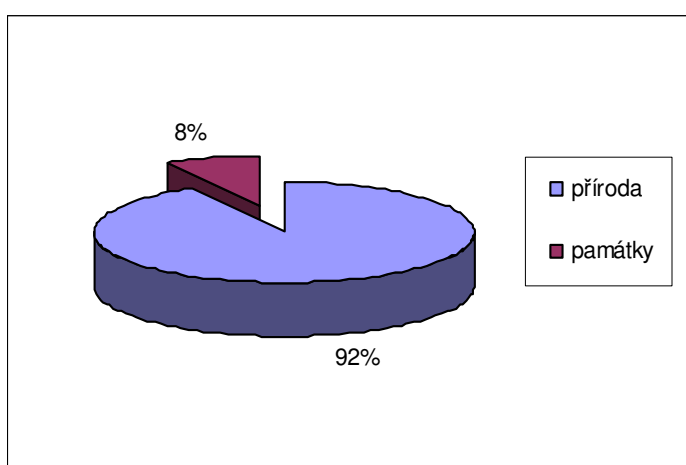
Graf č. 16: Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Točnick a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

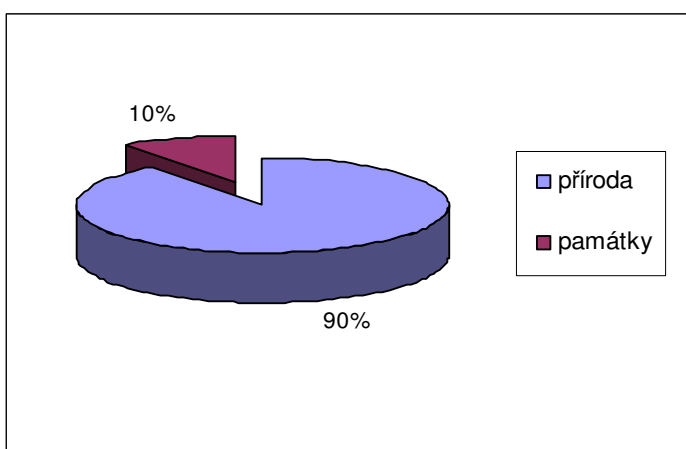
V otázce, kde měli návštěvníci zmínit jedinou věc, která se jim v oblasti líbí, tvořilo dominantní odpověď, kolem 90 % – příroda, a to na všech třech lokalitách. Už méně výraznou odpovědí byly památky, které tvořily 8 % na hradě Křivoklát (graf č. 17) a 10 % na Krakovci (graf č. 18). Na zříceninách hradů Točnick a Žebrák, tak odpovědělo pouhá 2 % respondentů. Další 2 % návštěvníků zde navíc zmínilo jako další odpověď ještě klid (graf č. 19). Na tuto otázku odpovědělo všech 50 respondentů na každém místě.

Graf č. 17: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Křivoklát, n=50.



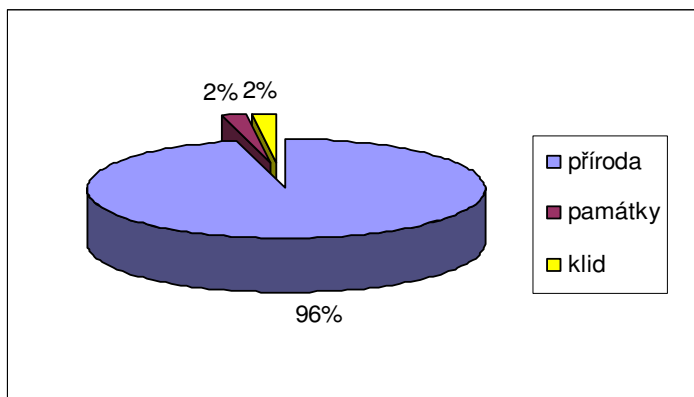
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 18: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

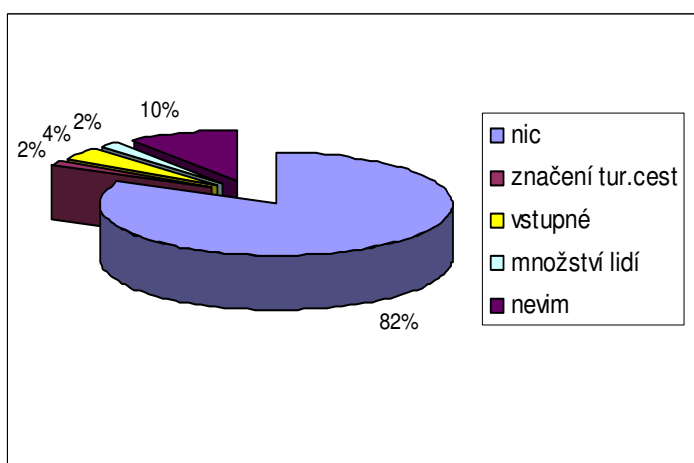
Graf č. 19: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Točnick a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

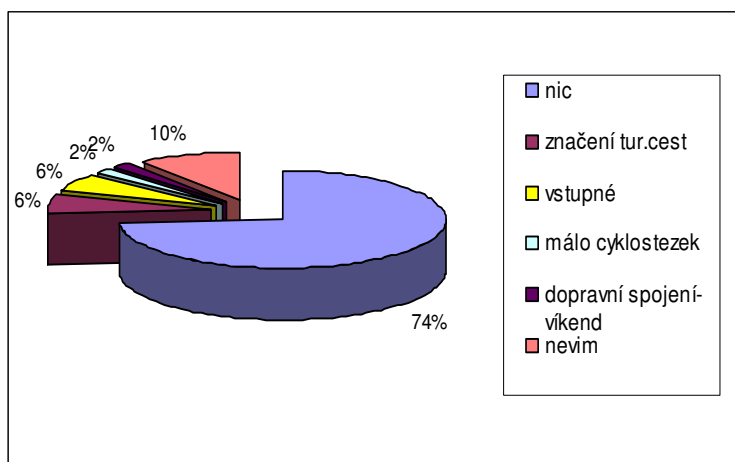
Na další otázku, která zjišťovala opak, tedy co se návštěvníkům v oblasti nelíbí, odpovědělo opět 50 návštěvníků na všech třech lokalitách. Odpovědi na tuto otázku se různily. Nejčastější odpovědí bylo na všech třech lokalitách – nic. Nejvýrazněji to bylo zaznamenáno na zříceninách hradů Točnick a Žebrák, kde takto odpovědělo 92 % respondentů (graf č. 22). Už méně častou odpovědí bylo – nevím. Odpovídalo tak shodně 10 % návštěvníků Křivoklátu i Krakovce (grafy č. 20 a 21). Na Točnicku a Žebráku tvořila tato odpověď 6 %. Návštěvníkům Křivoklátu a Krakovce se dále nelíbilo značení turistických cest a vstupné. Další odpovědi byly již ojedinělé a v poměru k ostatním téměř zanedbatelné.

Graf č. 20: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Křivoklát, n=50.



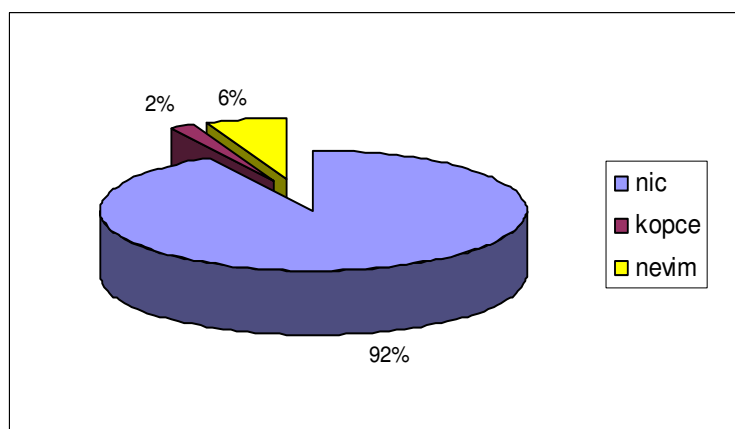
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

**Graf č. 21: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Krakovec, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

**Graf č. 22: Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Točnick a Žebrák, n=50.**

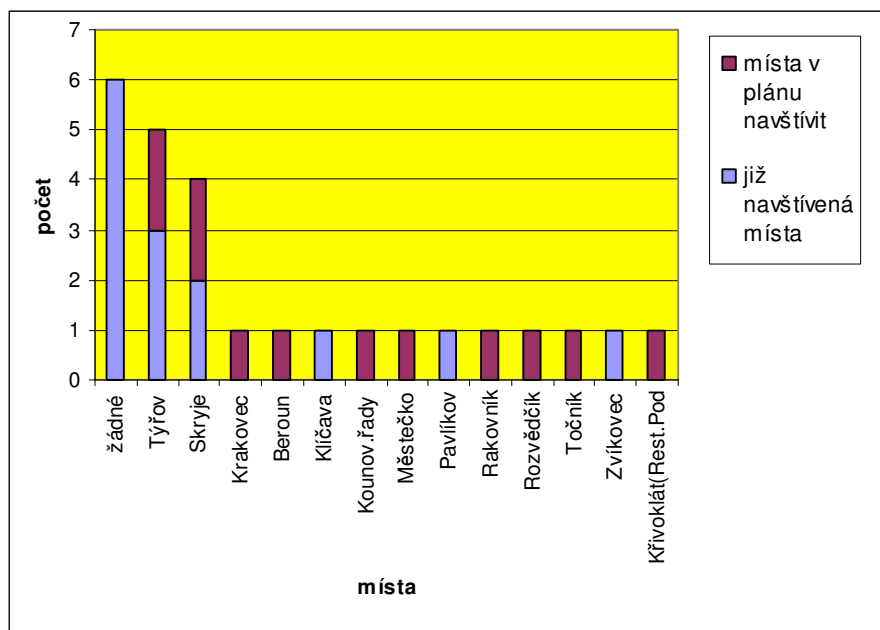


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Následující otázka se týkala navštívených míst a míst hodlaných ještě navštívit v rámci své dovolené. V případě státního hradu Křivoklát odpovědělo kladně na již navštívená místa 5 respondentů a na místa teprve hodlaná navštívit 6 návštěvníků z celkových 7 osob, které navštívily Křivoklát v rámci své dovolené. Nejčastější odpovědí na již navštívená místa byla – žádné a to 6x. Mezi navštívenými místy byl pak 3x zmíněn Týřov a 2x Skryje. Ostatní navštívená místa byla zmíněná pouze 1x (graf č. 23). Mezi místy, která návštěvníci měli

v plánu navštívit byla shodně 2x zmíněna místa Týřov a Skryje. Další místa byla pak zmíněna pouze 1x.

Graf č. 23: **Struktura míst, která návštěvníci v rámci dovolené již navštívili, n=5 a míst která v rámci dovolené hodlají ještě navštívit, n=6 – Křivoklát.**



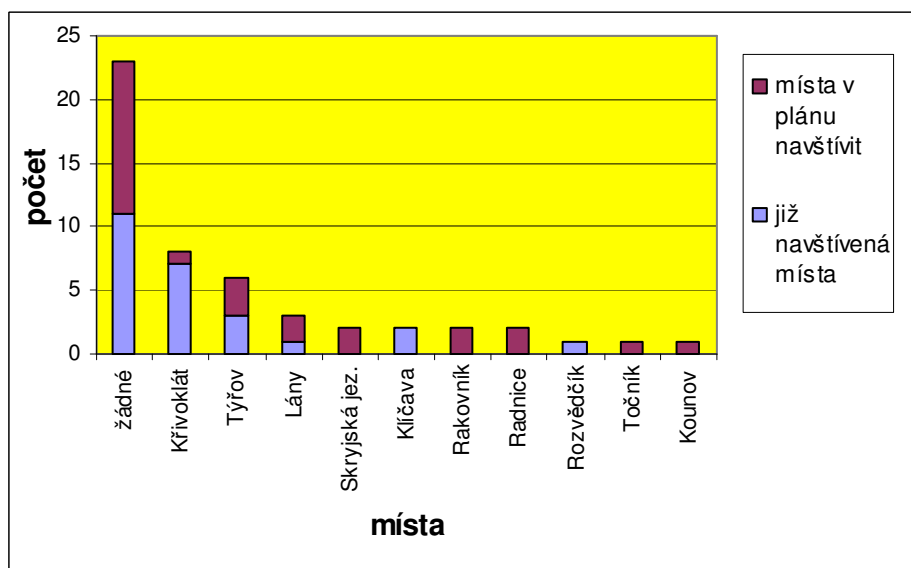
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

V lokalitě zříceniny hradu Krakovec odpovědělo shodně 8 respondentů na otázku již navštívených míst i míst hodlaných navštívit z celkového počtu 9 osob, kteří zde byly v rámci své dovolené. Opět nejčastěji zmíněnou odpovědí v otázce již navštívených míst bylo – žádné a to 11x. Dále byly zmíněny 7x hrad Křivoklát, 3x Týřov a 2x Klíčava. Ostatní odpovědi byly pouze 1x. (graf č. 24). V případě otázky na místa hodlaná navštívit byla opět nejčastější odpovědí – žádné, 12x. Návštěvníci dále zmínili 3x Týřov, shodně 2x Skryjská jezírka, Lány, Rakovník a Radnice. Ostatní místa byla zmíněna jen 1x.

V atraktivitě Točnick a Žebrák odpověděl na otázku již navštívených míst 1 respondent a na otázku míst hodlaných navštívit 3 návštěvníci, což byl celkový počet osob, kteří místo navštívili v rámci své dovolené. V prvním případě byla nejčastější odpovědí – žádné, a to 2x a pak 1x Český Šternberk. Nejčastějším zmíněným místem, které návštěvníci hodlali navštívit byl 2x Křivoklát. Ostatní místa byla zmíněna pouze 1x.



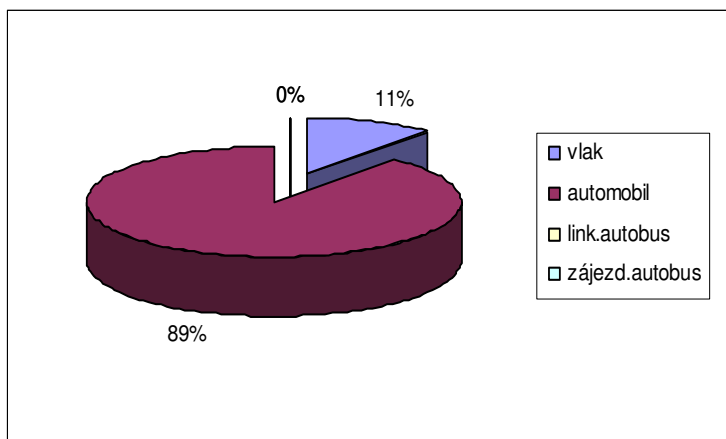
Graf č. 24: **Struktura míst, která návštěvníci v rámci dovolené již navštívili, n=8 a míst která v rámci dovolené hodlají ještě navštívit, n=8 – Krakovec.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

Další otázka se týkala způsobu dopravy na dovolenou. Zde odpovídali pouze návštěvníci, kteří dané atraktivitu navštívili v rámci své dovolené. Na hradě Křivoklát tedy opovědělo 7 respondentů, na Krakovci 9 a na Točnicku a Žebráku 3 návštěvníci. V lokalitách Křivoklát a Točnick a Žebrák odpověděli respondenti shodně ve 100 % – automobil. Na Krakovci tvořil automobil hlavní dominantu s 89 %, návštěvníci zde ale využili také jako dopravní prostředek vlak (graf č. 25).

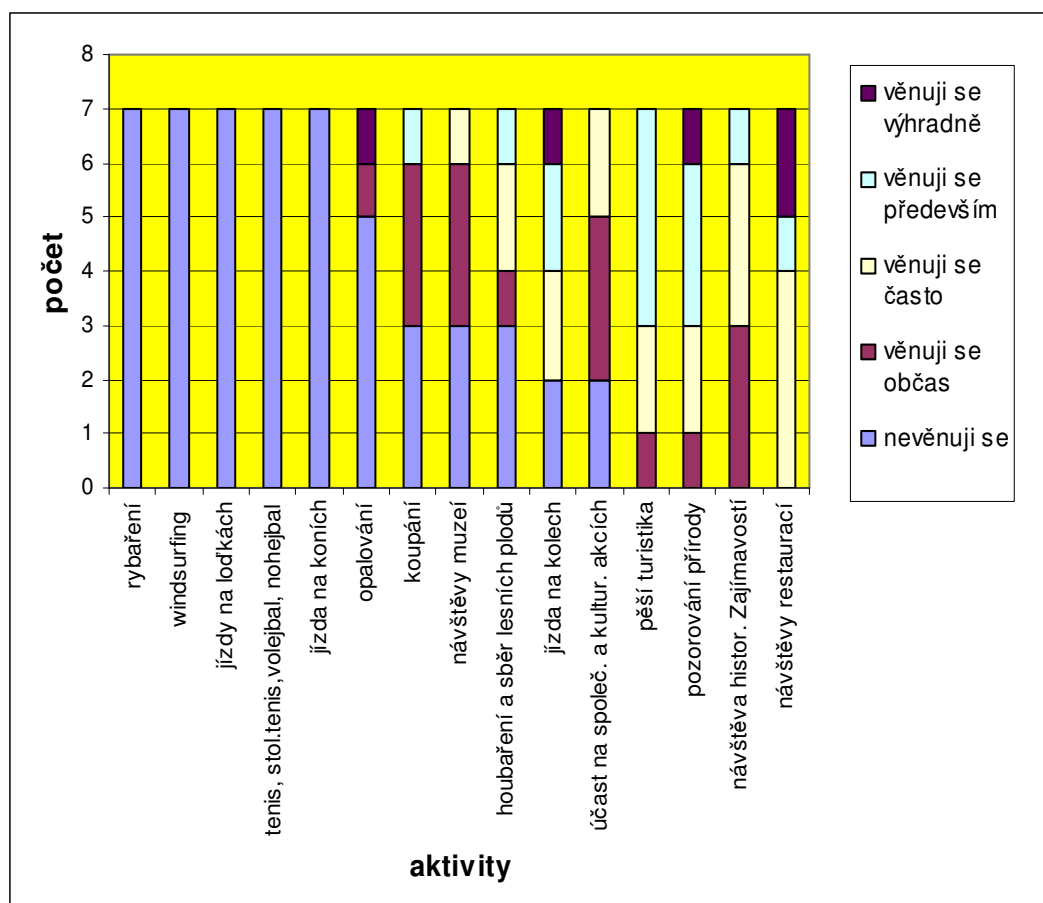
Graf č. 25: **Jak jste se na dovolenou dopravil/a – Krakovec, n=9.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Na další otázku odpovídali opět návštěvníci na dovolené. Týkala se rekreačních aktivit, kterým se respondenti na své dovolené věnují a s jakou mírou. V místě hradu Křivoklát respondenti zvolili jako aktivitu, které se věnují výhradně návštěvu restaurací. K aktivitě, které se věnují především, patřila pěší turistika a dále pak pozorování přírody a jízda na kolech. Jako dominantní aktivita, které se věnují často, byla návštěva restaurací a následně návštěva historických zajímavostí. Mezi občasně aktivity patřily shodně koupání, návštěva historických zajímavostí, muzeí a účast na společenských a kulturních akcích. Aktivity, kterým se žádný z dotazovaných návštěvníků nevěnuje vůbec, byly rybaření, windsurfing, jízda na loďkách, tenis, stol.tenis, volejbal, nohejbal, jízda na koních, opalování, koupání, návštěvy muzeí, houbaření a sběr lesních plodů, jízda na kolech, účast na společ. a kultur. akcích, pěší turistika, pozorování přírody, návštěva histor. Zajímavostí a návštěvy restaurací.

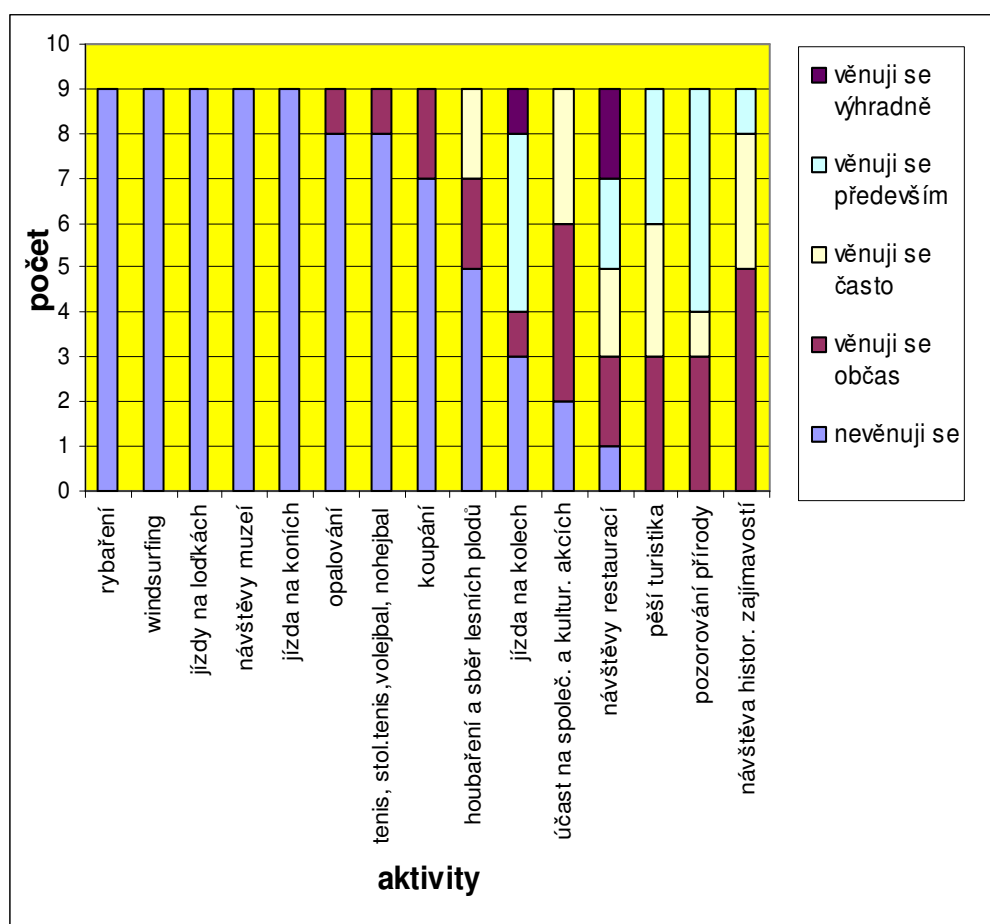
Graf č. 26: S jakou mírou se věnujete na této dovolené rekreačním aktivitám – Křivoklát, n=7 .



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

V místě zříceniny hradu Krakovec tvoří dominantní aktivitu, které se návštěvníci věnují výhradně návštěvy restaurací. Především se věnují zejména pozorování přírody, jízdě na kolech a pěší turistice. Často se věnují ve shodě pěší turistice, návštěvě historických zajímavostí a účasti na společenských a kulturních akcích. Mezi občasné aktivity patří především návštěva historických zajímavostí, účast na společenských a kulturních akcích, pěší turistika a pozorování přírody. Aktivity, kterým se žádný respondent nevěnuje byly rybaření, windsurfing, jízda na lodkách, návštěvy muzeí, jízda na koních, opalování, tenis, stol.tenis, volejbal, nohejbal, koupání, houbaření a sběr lesních plodů, jízda na kolech, účast na společ. a kultur. akcích, návštěvy restaurací, pěší turistika, pozorování přírody, návštěva histor. zajímavostí (graf č. 27).

Graf č. 27: S jakou mírou se věnujete na této dovolené rekreačním aktivitám – Krakovec, n=9.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

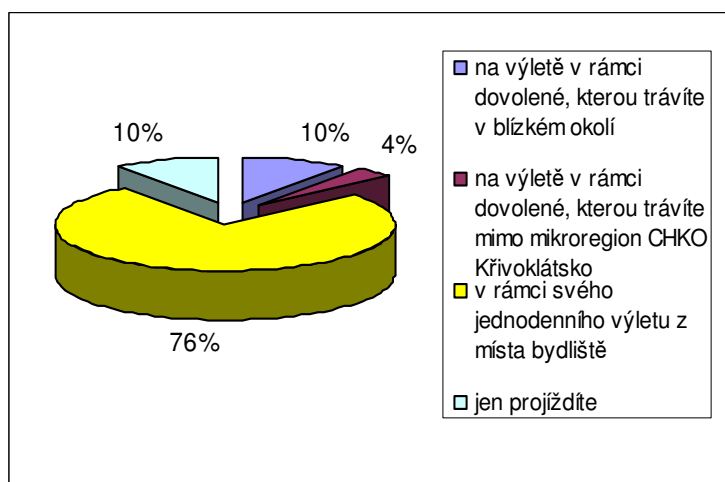
V lokalitě zřícenin hradů Točnick a Žebrák se návštěvníci věnují výhradně zejména pěší turistice a návštěvě historických zajímavostí. Především se věnují shodně pěší turistice, jízdě na kolech a návštěvě historických zajímavostí. Aktivitou, které se věnují často byla pěší

turistika. Mezi občasně aktivity patří se stejným počtem odpovědí návštěva muzeí, návštěva společenských a kulturních akcí a houbaření a sběr lesních plodů. Mezi aktivity, kterým se žádný z respondentů nevěnuje patří opalování, koupání, rybaření, windsurfing, jízda na loďkách, pozorování přírody, návštěva restaurací, tenis, stolní tenis, volejbal, nohejbal a jízda na koních.

## 5.2 Zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v mikroregionu

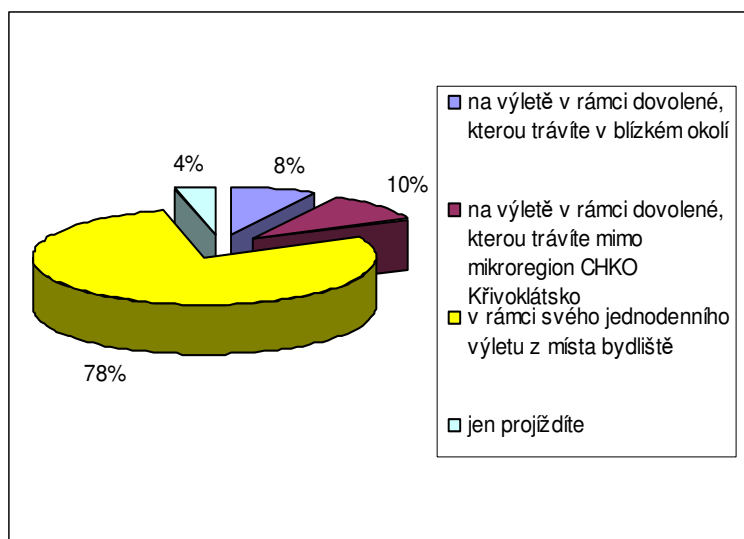
Na následující otázku odpovídalo 50 návštěvníků z každé atraktivity. Otázka zjišťovala typ návštěvy místa. Na všech třech místech bylo nejčastější odpovědí, tedy více než 76 %, že jsou zde návštěvníci v rámci svého jednodenního výletu z místa bydliště. Další odpovědi se mírně lišily. U hradu Křivoklát tvořily stejný podíl (10 %) odpovědi na výletě v rámci dovolené trávené v blízkém okolí a odpověď jen projíždíme (graf č.28). Na Točnicku a Žebráku projíždělo 16 % respondentů, což zde tvořilo druhý nejvýznamnější podíl (graf č. 30). V lokalitě zříceniny hradu Krakovec patřily pak k dalším početnějším odpovědím výlet v rámci dovolené trávené mimo mikroregion CHKO Křivoklátsko a výlet v rámci dovolené trávené v blízkém okolí. Tyto odpovědi měly dohromady 18 % (graf č. 29).

Graf č. 28: Typ návštěvy místa – Křivoklát, n=50.



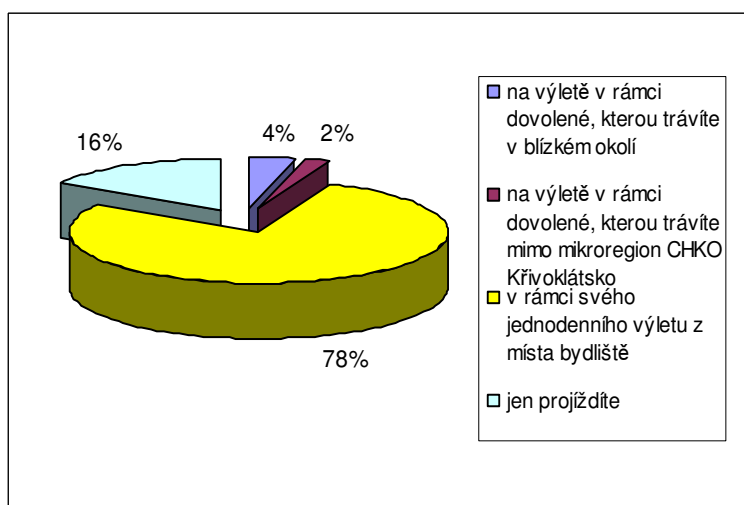
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 29: Typ návštěvy místa – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 30: Typ návštěvy místa – Točnick a Žebrák, n=50.

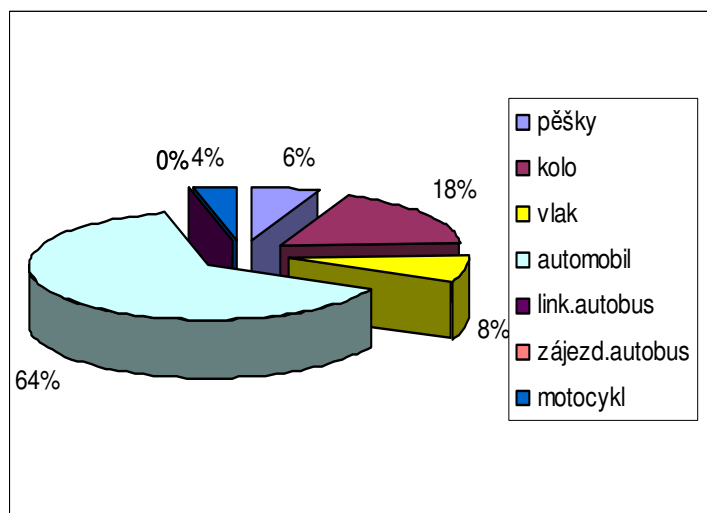


Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Další otázkou byl zjišťován způsob dopravy k cestě na dané místo. Na tuto otázku odpovědělo všech 50 dotázaných ve všech třech lokalitách. Ve všech třech případech byl nejčastějším způsobem dopravy automobil. Nejvýraznější podíl měl na atraktivitě Točnick a Žebrák, kde tvořil 88 % (graf č. 33). Dalším výrazným způsobem dopravy na všech místech bylo kolo. Značný podíl měl u Krakovce, a to 28 %. Dalším významným podílem zde byl

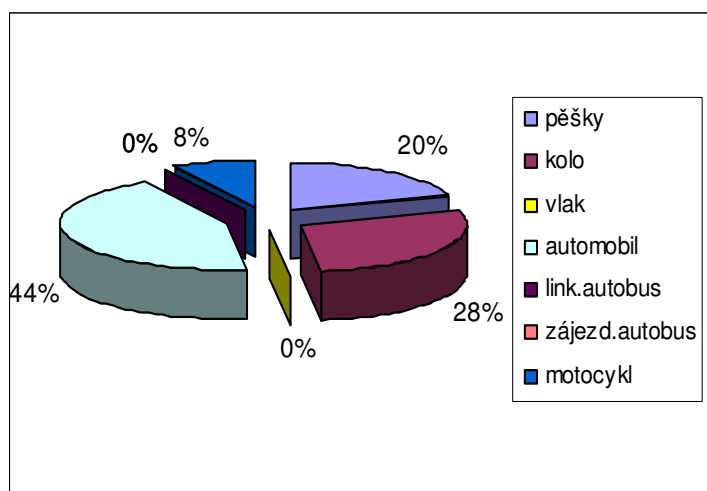
způsob dopravy pěšky, který tvořil 20 % (graf č. 32). K cestě na hrad Křivoklát byl s 8 % podílem využit i vlak (graf č. 31).

**Graf č. 31: Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Křivoklát, n=50.**



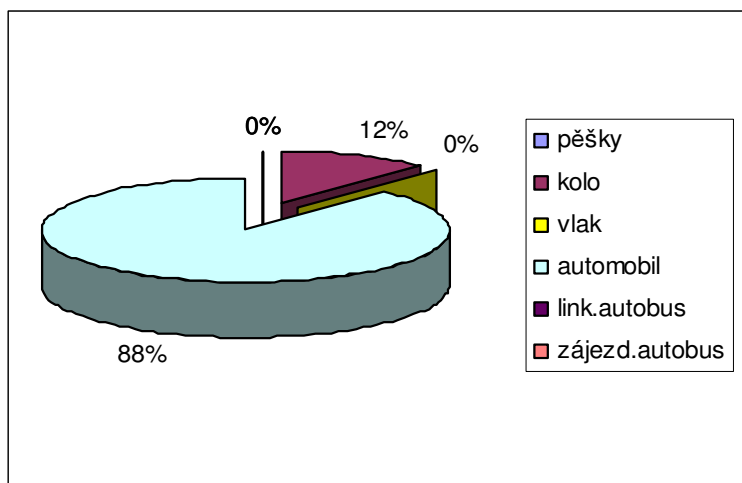
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

**Graf č. 32: Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Krakovec, n=50.**



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

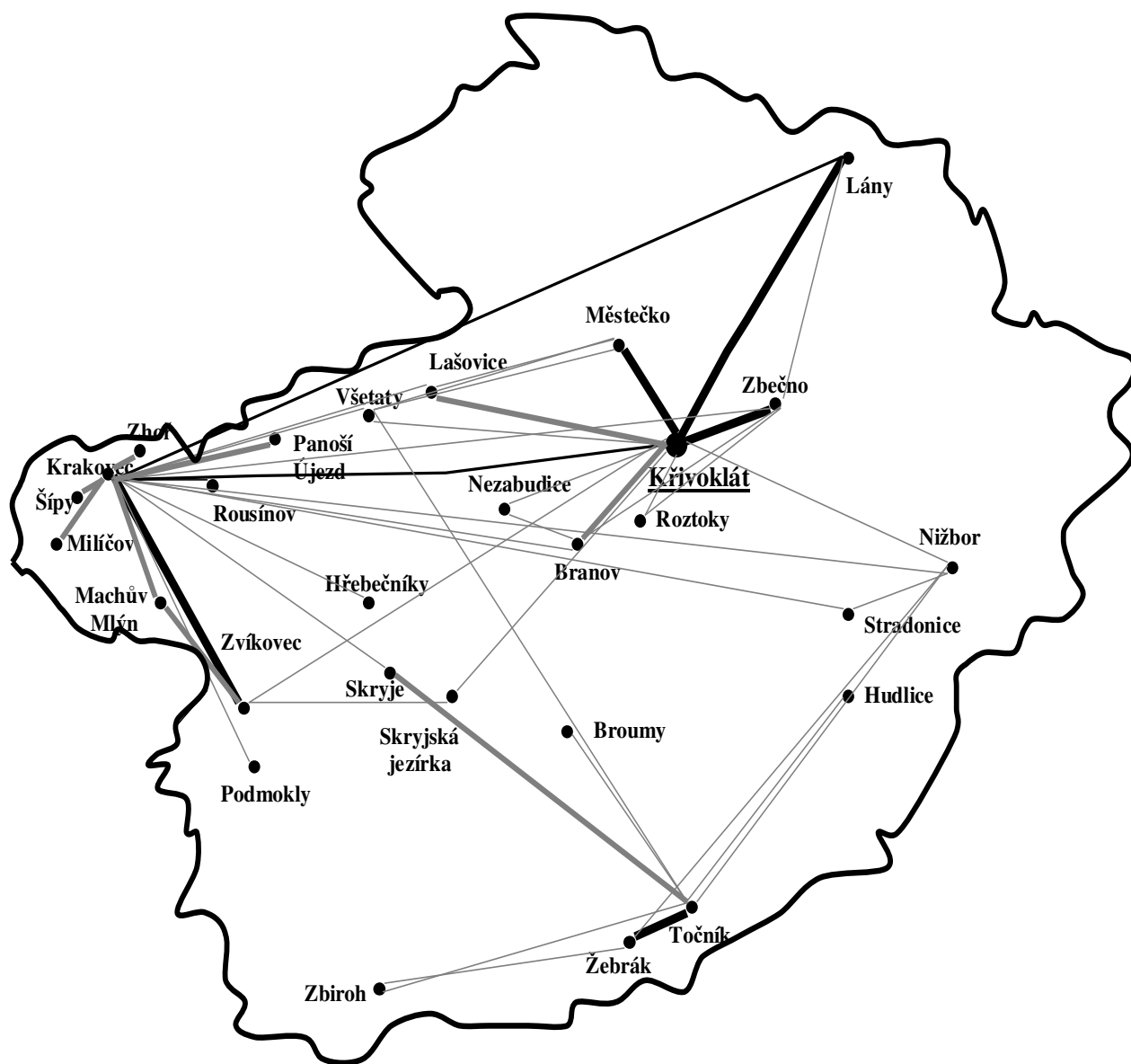
Graf č. 33: **Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Točnick a Žebrák, n=50.**






Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

V další otázce měli návštěvníci uvést trasu svého aktuálního výletu s místy, která v ten den již navštívili a která ještě hodlají navštívit. Nejdůležitější spojnice mezi zmíněnými cílovými místy, která se nacházejí v mikroregionu byly ty, u kterých bylo zaznamenáno 4 a více spojení. Tato spojení se týkala všech třech atraktivit. U Křivoklátu jsou nejdůležitější spojnice se Zbečnem, Lány a Městečkem. Krakovec má nejpočetnější spojnici se Zvíkovcem a nejpatrnější spojnice u Točnicku a Žebráku je mezi těmito místy samotnými (obrázek č. 1).

Obrázek č. 1: Mapa spojnic mezi cílovými místy v mikroregionu.



Kategorie čar:

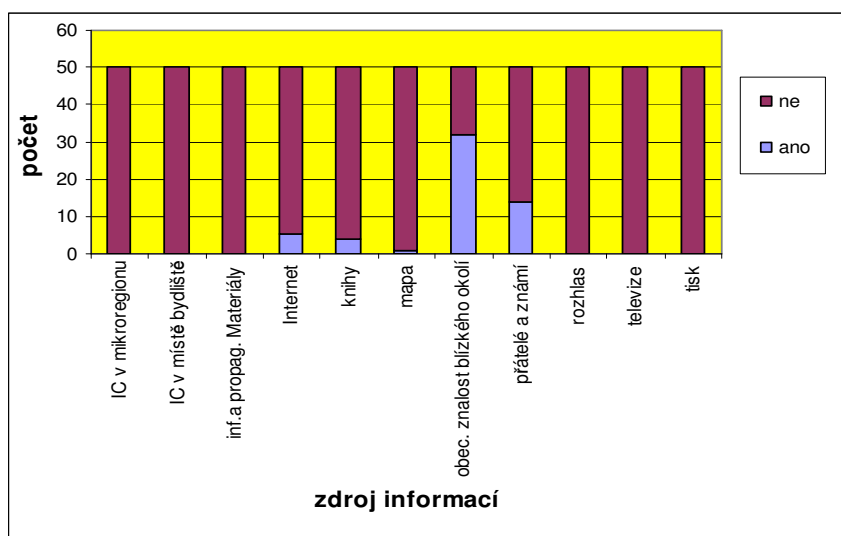
	1 spojení
	2 spojení
	3 spojení
	4 a více spojení

Zdroj: vlastní schéma.



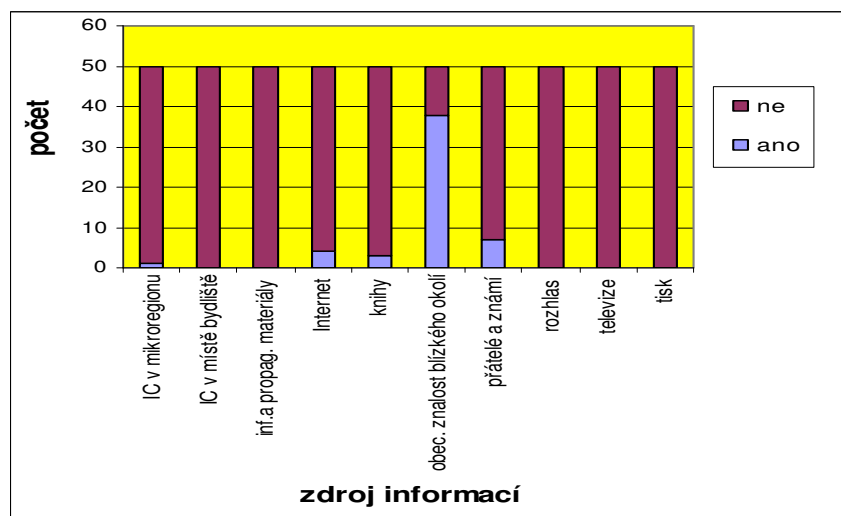
V dotazníkovém šetření bylo dále zjišťováno, odkud návštěvníci atraktivit získali informace o daném místě. Opět na tuto otázku odpovědělo 50 návštěvníků z každé lokality a každý mohl zvolit více odpovědí. Nejpočetnější odpovědí byla ve všech třech případech obecná znalost blízkého okolí. Dalším výraznějším zdrojem informací na všech místech byli přátelé a známí a také Internet (grafy č. 34, 35 a 36)

Graf č. 34: Informace o tomto místě jste získali odkud – Křivoklát, n=50.



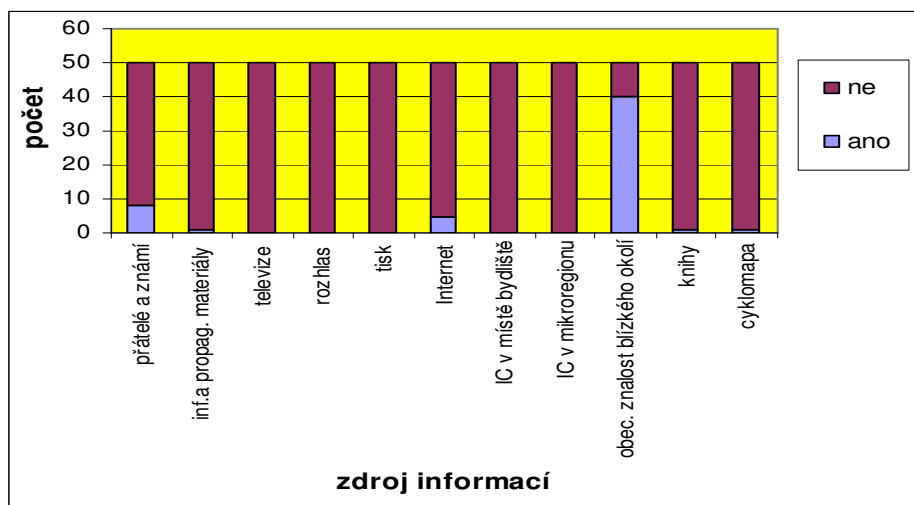
Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 35: Informace o tomto místě jste získali odkud – Krakovec, n=50



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

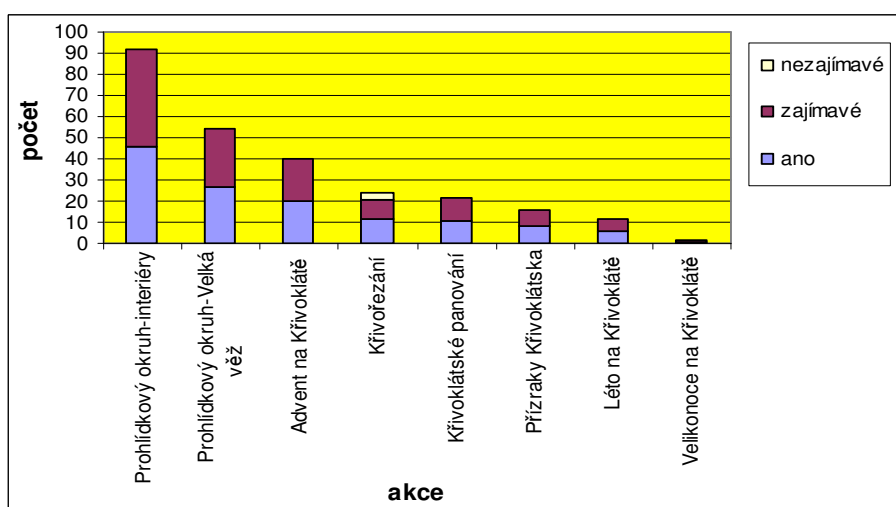
Graf č. 36: Informace o tomto místě jste získali odkud – Točnick a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

V následující otázce vyjadřovali návštěvníci vztah k zajímavostem a pořádaným akcím na jednotlivých atraktivitách. Odpovědělo opět všech 50 dotazovaných na všech místech. Na hradě Křivoklát bylo nejčastější odpovědí návštěva prohlídkových okruhů a zároveň je návštěvníci považovali za zajímavé. Výrazný podíl tvoří i Advent na Křivoklátě, který opět všichni, co ho navštívili považují za zajímavý (graf č. 37). Za nezajímavý označili návštěvníci pouze Křivořezání a to ve třech případech z 12 respondentů, kteří ho navštívili.

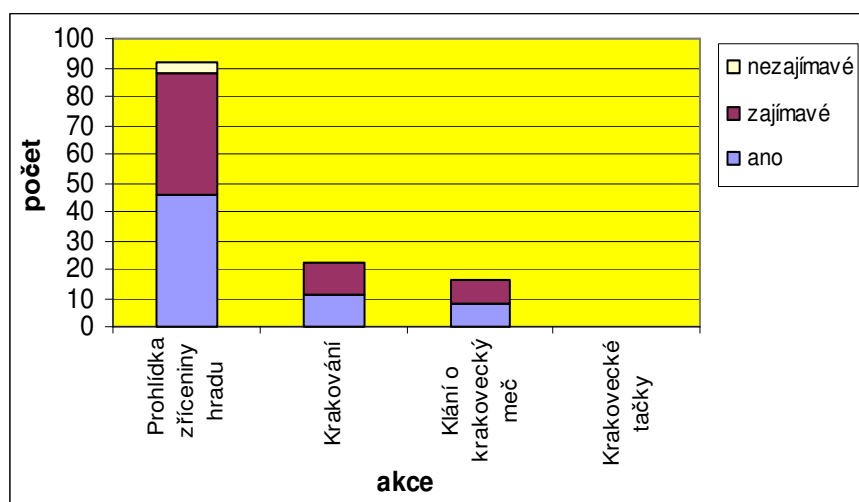
Graf č. 37: Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Křivoklát, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Nejvýraznější odpovědí u zříceniny hradu Krakovec byla také prohlídka, kterou většina považovala za zajímavou a pouze 4 respondenti za nezajímavou. Méně navštěvované akce byly pak Krakování a Klání o krakovecký meč, které považovali všichni návštěvníci, kteří se jich zúčastnili za zajímavé (graf č. 38).

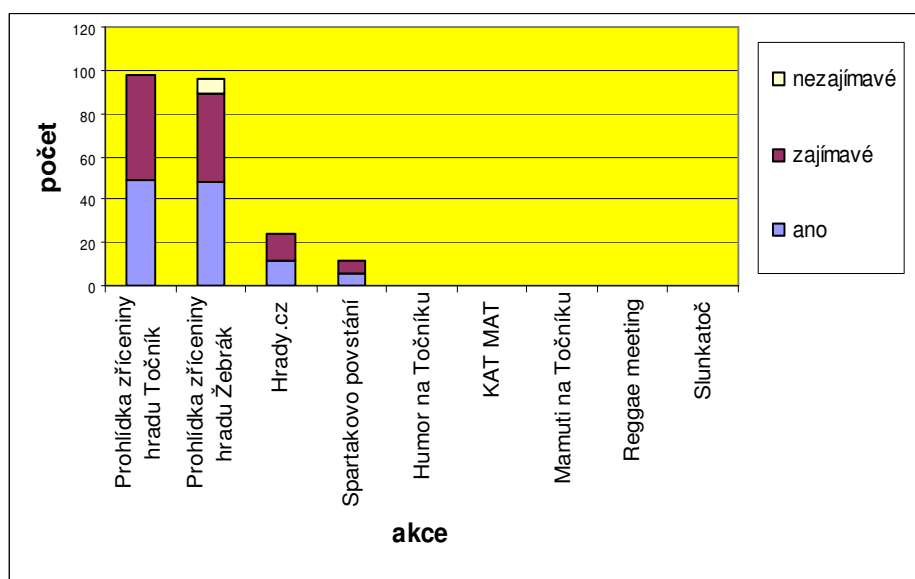
Graf č. 38: Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Krakovec, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření

V lokalitě Točnick a Žebrák byly opět nejčastější odpovědi prohlídky obou zřícenin. U Točnicku považují všichni respondenti, kteří se ji zúčastnili za zajímavou, na rozdíl od Žebráku, kde ji 7 návštěvníků považuje za nezajímavou (graf č. 39). Už méně častá odpověď byla ve vztahu k akci Hrady.cz, kterou navštívilo 12 návštěvníků. Všichni ji ale považují za zajímavou.

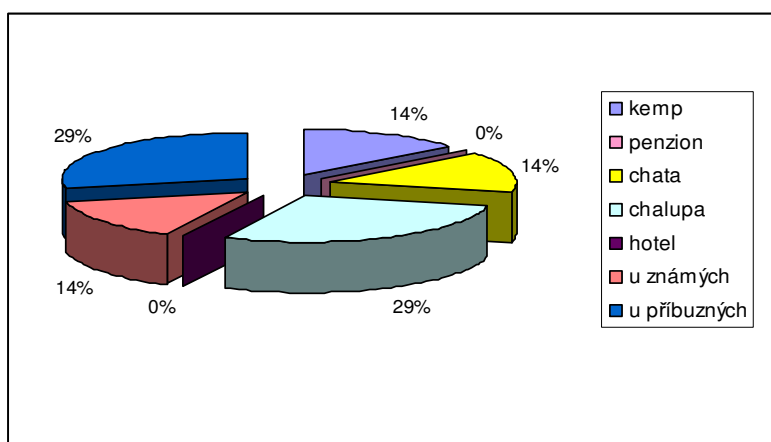
Graf č. 39: Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Točníka a Žebrák, n=50.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

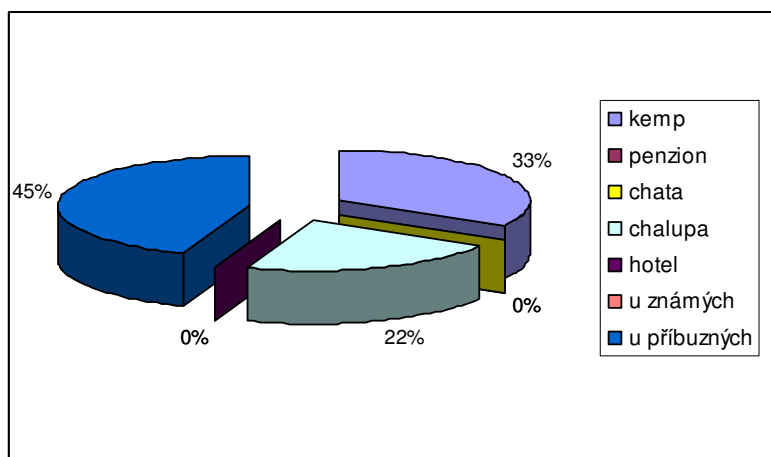
Následující otázka se týkala typu ubytování návštěvníků, kteří navštívili danou atraktivitu v rámci své dovolené. Návštěvníci byly ve všech třech případech nejčastěji ubytování u příbuzných. U Křivoklátu tvořilo výrazný podíl ubytování na chalupě (graf č. 40). V lokalitě zříceniny hradu Krakovec bylo druhou nejčastější odpovědí ubytování v kempu (graf č. 41).

Graf č. 40: Kde jste na dovolené ubytováni – Křivoklát, n=7.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

Graf č. 41: Kde jste na dovolené ubytování – Krakovec, n=9.



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření.

### 5.3 Charakter spolupráce státního hradu Křivoklát se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu

K zjištění charakteru spolupráce státního hradu Křivoklát se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu byl proveden kvalitativní výzkum prostřednictvím řízeného rozhovoru s oficiálním zástupcem hradu, kterým byla Libuše Vokounová ve funkci správce depozitáře. Otázky se týkaly nabídky produktu hradu, dále pak institucí, které spolupracují na jeho tvorbě, forem spolupráce a marketingové činnosti hradu.

Jaké další produkty mimo prohlídkových okruhů hrad nabízí?

*„Kromě prohlídkových okruhů (interiéry, věž, přízraky Křivoklátska) nabízíme samozřejmě možnost svatebních obřadů, firemních posezení či prezentací a jiných soukromých akcí v areálu hradu, pořádáme různé kulturní akce nad rámec našich povinností (Velikonoce na Křivoklátě, Léto na Křivoklátě, Křivořezání, Křivoklátské panování, Křivoklání, Advent na Křivoklátě). Jsme také k dispozici filmařům.“*

S jakými zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu hrad na tvorbě svých produktů spolupracuje a jakých forem spolupráce k tomu využívá?

*„Spolupracujeme s některými CK, které k nám jezdí již delší dobu. Letos prvně ale chystáme oslovit více cestovních kanceláří, protože v poslední době ubývá jejich klientela. Nabízíme jim některé výhody formou slev při určitém počtu osob. S konkrétními cestovními kancelářemi zatím žádnou smlouvu uzavřenu nemáme. V plánu sice uzavření smluv je, ale vše je zatím u zrodu, takže "na papíře" zatím není smlouva žádná. Spolupracujeme s Městysem Křivoklát, ať už v oblasti pořádání svatebních obřadů, a nebo i formou prezentace hradu v místních novinách. Nejvíce asi spolupracujeme se Svazkem měst a obcí Rakovnicka. Se Svazkem měst a obcí se připravuje partnerská smlouva, ale podepsaného v tuto dobu také zatím není nic. Naše spolupráce se Svazkem probíhá ve většině případů právě na poli propagace, ale i v jiných oblastech - např. akce pořádané Svazkem mají u nás mírně zvýhodněný pronájem prostorů apod. V současné době Svazek mapuje (nejen pro nás) poskytovatele kongresových prostor v blízkosti hradu, možnosti ubytování pro větší skupiny lidí atd. Společně pořádáme některé akce pro návštěvníky (Křivoklátské panování). V sobotu 29.3.2008 proběhlo slavnostní zahájení sezóny hradu a zároveň otevření řeky Berounky pro vodáky a otevření nové cyklotrasy, a to vše právě ve spolupráci se Svazkem. Spolupráci máme též s Českým rozhlasem (s Radiožurnálem), s tiskem regionálním (Raport a Rakovnický deník) i celorepublikovým (Mladá fronta).“*

Jak probíhá marketingová činnost hradu?

*„Účastníme se především veletrhů cestovního ruchu (Brno - Region Tour), své služby nabízíme v tisku, již dvakrát u nás proběhlo živé noční vysílání do rozhlasu (Radiožurnál), vydáváme různé propagační letáky, plakáty apod.“*

## 6. Diskuse

### 6.1 Posouzení státního hradu Křivoklát v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu

Většina návštěvníků zkoumaných historických atraktivit dané památky v minulosti již navštívila, z čehož vyplývá, že se do daného místa z nějakého důvodu vrátili. Hrad Křivoklát je dokonce navštěvován pravidelně a to zejména z důvodu pořádaných akcí. Další dvě atraktivity pravidelně navštěvované nejsou.

Mezi hlavní zjištění, které vyplynuly z exkluzivního výzkumu pro ČCCR, patřily i důvody, proč účastníci preferují trávit dovolenou pokaždé na jiném místě, ale také proč se na stejné místo i vrací. Důvody, které je vedou k opakovaným návštěvám byly: na daném místě se mi líbí, místo mají již vyzkoušené, při předchozí návštěvě nebylo navštíveno vše, u starších je často zmiňována touha vrátit se na ono místo po mnoha letech (ČCCR 2007).

Převážně většině návštěvníků těchto památek se v oblasti líbí především příroda a v menší míře také památky, což může být dáno zejména výrazným přírodním potenciálem mikroregionu. Tento potenciál je dán tím, že se mikroregion kryje s CHKO a je patrný už při vstupu do oblasti.

Atraktivity cílových míst cestovního ruchu, ať už jsou dané přírodou nebo vytvořené člověkem, jsou dominantní složkou nabídky v cestovním ruchu. Tyto atraktivity vytvářejí prostředí pro cestovní ruch, určují jeho vlastnosti a determinují i schopnost toho kterého prostředí realizovat cíle cestovního ruchu. Přírodní atraktivity jsou obvykle součástí širšího rekreačního prostoru a jsou nejvýznamnějšími předpoklady rozvoje cestovního ruchu. Kulturně historické atraktivity se stávají stále vyhledávanějším motivem účasti na cestovním ruchu (Malá 1999). Obecným problémem ČR je, že není destinací pro masovou oddechovou turistiku spojenou s pobytem u moře nebo ve velehorách. Je tedy pak zřejmé, že kultura, zejména ve smyslu památkového a historického dědictví, je jedním z rozhodujících zdrojů atraktivity ČR a jedním z hlavních motivačních faktorů pro zahraniční návštěvníky, ale i domácí turisty. Jelikož přírodní podmínky jsou více či méně dané, je kultura primárním zdrojem cestovního ruchu u nás (Kesner 2005).

Návštěvníci v mikroregionu naopak nedokázali jednoznačně určit svůj negativní postoj k něčemu, co by se jim zde nelíbilo. Několik návštěvníků však zmínilo jako věc, co se jim nelíbí vstupné za prohlídku památky.

Vstupné do muzeí, galerií a památek bylo v našem prostředí tradičně nízké a spíše symbolické. V posledních letech však dochází k jeho diferenciaci. Celá řada kulturních destinací v ČR klade důraz na ekonomický přínos a maximalizaci přínosů z cestovního ruchu a tomuto hledisku přizpůsobily ceny vstupného (Kesner 2005).

Počet návštěvníků, kteří navštívili jednotlivá místa na výletě v rámci své dovolené se lišil a lišila se i skladba míst, které v rámci své dovolené navštívili a která ještě měli v plánu navštívit. Na hradě Křivoklát byly v obou případech nejčastěji zmíněná konkrétní dvě místa, a to Týřov a Skryje. U zříceniny hradu Krakovec to byl v případě navštívených míst nejvícekrát zaznamenán hrad Křivoklát a mezi plánovanými místy pak Týřov. V místě zřícenin hradů Točnick a Žebrák měli návštěvníci ve většině v plánu návštěvu hradu Křivoklát. Z toho vyplývá skutečnost, že pokud je návštěvník v oblasti na dovolené, bude patřit mezi jeho cíl i státní hrad Křivoklát.

V současné době představuje silniční doprava nejrozšířenější druh přepravy osob v cestovním ruchu. Pro přepravu do míst cestovního ruchu jsou účastníky cestovního ruchu do značné míry využívány vlastní dopravní prostředky (Indrová et al. 2004). Nejinak tomu je i u návštěvníků mikroregionu Křivoklátsko, kteří ve všech případech použili jako způsob dopravy k cestě na svou dovolenou vlastní dopravní prostředek, a to automobil.

K nejčastějším aktivitám, kterým se návštěvníci na své dovolené věnují jsou spojené s pěší turistikou, návštěvou restaurací, jízdou na kole, návštěvou historických zajímavostí a různých akcí.

Podle závěrečné zprávy exkluzivního výzkumu pro ČCCR je v České republice nejoblíbenější volnočasovou aktivitou na dovolené pobyt u vody. Minimálně 3/4 populace podniká alespoň občas vycházky do přírody, pěší výlety, prohlídky památek, poznávací výlety, nakupování a zajímají se o gurmánství a místní speciality. Většina obyvatel alespoň občas také ráda kempuje, pěstuje cykloturistiku a účastní se různých společenských a kulturních akcí (ČCCR 2004).

Na základě výše zmíněných informací lze potvrdit hypotézu, že státní hrad Křivoklát má centrální postavení v systému atraktivit cestovního ruchu v mikroregionu.

## **6.2 Zjištění pohybů návštěvníků a jejich cílových míst v mikroregionu**

Návštěvy na všech zkoumaných lokalitách mají ve většině charakter jednodenního výletu z místa bydliště a jako dopravního prostředku využili návštěvníci zejména automobil a jízdní kolo. Nejsou tedy závislí na jízdních řádech a dostupnosti veřejné hromadné dopravy.



Podle monitoringu České centrály cestovního ruchu má i celý Středočeský kraj spíše průjezdový charakter z hlediska návštěvnosti a doby zdržení se v daném regionu. Návštěvníci se zde v převážné míře (kolem 65 %) zdrží jen na jednodenní návštěvu bez přespání (ČCCR 2006).

Zdrojem informací o daných lokalitách je především obecná znalost blízkého okolí, dále pak přátelé a známí.

Obdobné výsledky byly zaznamenány v exkluzivním výzkumu pro ČCCR, který se týkal procesů rozhodování pro trávení volného času v tuzemsku, kde se účastníci diskusí o nabídce možností, jak prožít dovolenou v ČR dozvídají nejčastěji ze dvou zdrojů – doporučení kamarádů, příbuzných, známých kolegů a pak z médií. Tato doporučení považují za nejvíce účinné a označují je za dobrý motivátor (ČCCR 2007).

Návštěvníci všech zkoumaných atraktivit se v převážné míře zúčastnili během svého výletu na dané místo prohlídek daných objektů a většina z nich je považovala za zajímavé. Už v menší míře se pak účastnili ostatních produktů spojených s danými atraktivitami. Největší návštěvnickou účastí na svých pořádaných akcích se může chlubit hrad Křivoklát.

Obecně, zejména u historických objektů, má převažující část návštěv spíše povahu relaxačních aktivit a není na prvním místě podnícena potřebou uspokojit niterní zájem o kulturní a historické hodnoty či potřebu setkáním s uměním (Kesner 2005). Dynamickou složkou nabídky kulturně-společenských služeb tvoří organizované akce, např. folklorní slavnosti, jarmarky, oslavy založení měst a obcí (Hesková 2006).

Návštěvníci na dovolené využili ke svému pobytu ve většině případů ubytování u svých příbuzných, dále pak chalupu a kemp.

Jako hlavní cílová místa v mikroregionu lze označit zejména významné historické atraktivity, mezi něž patří především hrad Křivoklát, zříceniny Krakovec, Točnick a Žebrák a dále pak také místa v blízkosti těchto atraktivit jako jsou Lány, Zbečno, Městečko, Zvíkovec a Skryje.

Potvrzuje se tím tedy hypotéza, že se v regionu nachází více cílových míst a že hrad Křivoklát je navštěvován také návštěvníky ostatních atraktivit.

### **6.3 Charakter spolupráce státního hradu Křivoklát se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu**

Spolupráce v rámci destinace je v marketingu jedním z nástrojů spolupráce podnikatelů, místní komunity a místní samosprávy v destinaci při vytváření regionálního

produktu a jeho promotion, spolupráce podnikatelů při realizaci balíků služeb apod. (Hesková 2006). Památkové objekty lokálního významu jsou stále více konfrontovány se skutečností, že prvotní zájem o základní produkt kulturních organizací založený na vnímání expozic, výstav či architektury není jediným a někdy ani hlavním motivem návštěvy. Ve snaze stát se pro tento typ publika atraktivnější, budují svou identitu turistických destinací posilováním a profilováním rozšířeného produktu (komplex doplňkových služeb od kulturních a zábavných programů přes obchod po občerstvení) (Kesner 2005).

Státní hrad Křivoklát se snaží o podobnou věc ve smyslu rozšiřování svého základního produktu. Na tvorbě svých produktů spolupracuje s městysem Křivoklát, dále pak se Svazkem měst a obcí Rakovnicko, s Českým rozhlasem, s regionálním i celorepublikovým tiskem.

S městysem Křivoklát je forma spolupráce zaměřená zejména do oblasti pořádání svatebních obřadů a prezentace hradu v místních novinách.

Spolupráce se Svazkem probíhá ve většině případů právě také na poli prezentace, ale i v jiných oblastech - např. akce pořádané Svazkem mají na hradě Křivoklát mírně zvýhodněný pronájem prostorů. Společně pak pořádají některé akce pro návštěvníky.

Spolupráce s tiskem a rozhlasem funguje zejména na základě prezentace hradu a akcí, které jsou na něm pořádány.

Lze tedy potvrdit hypotézu, že státní hrad Křivoklát spolupracuje s několika typy institucí. Svoji spolupráci směřuje hrad zejména do oblasti prezentace svých produktů.

## 7. Závěr

Hlavním cílem této diplomové práce je posouzení vlivu lokalizace hradu na cestovní ruch v mikroregionu. Aby mohl být tento cíl naplněn, musely být splněny jednotlivé dílčí cíle.

V prvním cíli měl být posouzen hrad v systému atraktivit cestovního ruchu v mikroregionu. Státní hrad Křivoklát se nachází v centru CHKO Křivoklátsko nedaleko řeky Berounky, což je jedním z předpokladů rozvoje cestovního ruchu. Kromě stálých expozic prohlídkových okruhů a výstav nabízí svým návštěvníkům bohatý výběr kulturních a společenských akcí. A právě ony jsou důvodem k pravidelné návštěvě této historické památky narozdíl od dalších zkoumaných atraktivit. Díky přírodnímu potenciálu CHKO je návštěva všech atraktivit spojována s požitkem z rozmanité přírody kolem. Návštěvníci na dovolené pak využívají tohoto potenciálu ke svým rekreačním aktivitám jako jsou pozorování přírody, jízda na kole a pěší turistika. Tyto aktivity jsou většinou propojeny s návštěvou kulturních zajímavostí, kulturních a společenských akcí a také návštěvou restaurací. Pokud návštěvník tráví svou dovolenou v oblasti nebo i mimo oblast v blízkém okolí, chtějí navštívit různé atraktivity mezi které patří především hrad Křivoklát. Na základě výše uvedených informací lze říci, že hrad má centrální postavení v systému atraktivit cestovního ruchu mikroregionu.

Úkolem druhého dílčího cíle bylo zjistit, jak se návštěvníci v mikroregionu pohybují a jaká jsou hlavní místa jejich návštěvy. Ve většině případů návštěvníci oblast a jednotlivé památky navštěvují v rámci svého jednodenního výletu z místa jejich bydliště. Jako dopravní prostředek ke své cestě na toto místo využívají především automobil a jízdní kolo. Zdrojem informací o daných lokalitách je zejména obecná znalost blízkého okolí, dále pak přátelé a známí. Lze tedy usoudit, že jde v převážné míře o návštěvníky z nedalekého okolí dané atraktivity a podle toho je také dána trasa jejich výletů. V celkovém pohledu měli návštěvníci na trase k cílovému místu několik zastávek. Mezi hlavní cílová místa v mikroregionu lze označit zejména významné historické atraktivity jako jsou hrad Křivoklát, zříceniny Krakovec, Točnick a Žebrák a dále pak také místa v blízkosti těchto atraktivit mezi které patřily Lány, Zbečno, Městečko, Zvíkovec a Skryje. Návštěvy těchto blízkých lokalit jsou většinou spojeny s návštěvami i těchto významnějších atraktivit. Na všech zkoumaných atraktivitách se návštěvníci účastní prohlídkových okruhů a o další produkty se více nezajímají nebo je možnost, že je neznají. Návštěvníci, kteří jsou na dovolené využívají většinou ubytování u příbuzných, v chalupě či kempu. Z těchto zjištění je tedy patrné, že se

v oblasti nachází více cílových míst a hrad Křivoklát v nich má důležité postavení, neboť je navštěvován i návštěvníky ostatních atraktivit.

Poslední dílčí cíl byl zaměřen na charakter spolupráce hradu se zainteresovanými institucemi v oblasti cestovního ruchu a na formu jejich spolupráce. Bylo zjištěno, že hrad Křivoklát s některými institucemi spolupracuje. Spolupráce se týká Městysu Křivoklát, Svazku měst a obcí Rakovnicka, Českého rozhlasu, regionálního a celorepublikového tisku.

Hlavním cílem této diplomové práce bylo tedy posoudit vliv lokalizace hradu na cestovní ruch v mikroregionu. Státní hrad Křivoklát má v oblasti jako nejvýznamnější kulturně historická atraktivita s řadou produktů centrální postavení mezi ostatními atraktivitami. Hrad díky svému umístění uprostřed CHKO s vysokým přírodním potenciálem dokáže přilákat značné množství návštěvníků. Bohužel je většinou jejich návštěva spojena pouze s jednodenním výletem z místa bydliště, ke kterému návštěvníci využívají jako dopravní prostředek především automobil. Na rozdíl od ostatních zkoumaných atraktivit je hrad navštěvován pravidelně, což je naopak pozitivní. Pozitivní je i zjištění, že návštěvníci, kteří se rozhodnou trávit v oblasti či blízko ní dovolenou, patří hrad Křivoklát mezi jejich hlavní cílová místa a většinou ho navštíví. I když hrad přesahuje význam všech ostatních atraktivit v mikroregionu není tak silným motivem, aby návštěvníky přiměl ke strávení dovolené v mikroregionu.

V celkovém shrnutí lze říct, že mikroregion Křivoklátsko má vhodný potenciál pro rozvoj cestovního ruchu a státní hrad Křivoklát s polohou v centru oblasti může být důležitým přínosem v celkovém rozvoji. Jednoznačným problémem této atraktivity i celé oblasti je, že ji návštěvníci navštěvují v převážné míře v rámci jednodenního výletu. Hrad je také mezi ostatními atraktivitami oblasti nejvíce navštěvován a tedy i zatěžován. Problémem je také malá informovanost návštěvníků o daných lokalitách v tom smyslu, že návštěvník daného místa neví o dalších možných atraktivitách v oblasti, které by mohl navštívit a tak se zdržet déle nebo si daný mikroregion vybrat pro svou dovolenou. Tato problematika může spočívat v tom, že jsou jednotlivé atraktivity prezentovány samy za sebe a chybí zde pak vzájemná spolupráce mezi nimi, která by mohla zvýšit jejich celkovou návštěvnost nebo dokonce přimět návštěvníky strávit v oblasti dovolenou. Bylo by tedy dobré zaměřit se i na méně navštěvované atraktivity oblasti a rozprostřít tak poptávku do více míst v mikroregionu. Státní hrad Křivoklát by se pak mohl stát základním kamenem v budování image ostatních lokalit, které by tak těžily z jeho významu. To vše by spočívalo ve vzájemné spolupráci památek, zejména tedy v jejich prezentaci s využitím aplikace nástrojů marketingové komunikace a základní spolupráce v cestovním ruchu. Ve výsledku by prostřednictvím této vzájemné

spolupráce památek vytěžil celý mikroregion, který by si tímto způsobem mohl udržet své návštěvníky a zvýšit tak i příjmy z cestovního ruchu. To by následně mohlo vyvolat multiplikační efekty, které by pomohly rozvíjet mikroregion jako destinaci cestovního ruchu s využitím daných atraktivit.

## Summary

The main aim of this work is to assess an influence of position of the castle Křivoklát for tourism in a region. When this aim should be fulfilled, they should be fulfilled three partial aims.

At first it was important to assess the castle in the system of the other sights in the region. Křivoklát lies in the center of The Protected landscape zone Křivoklátsko in the central Bohemia close to Prague and it belongs to the most noteworthy of the Czech royal castles with a rich history. Except two guided tours the castle offers various cultural events so the only castle Křivoklát has periodical visitors among the other sights. Thanks to the natural potential of this region the visitors on holiday combine their visit of the cultural sights and events with hiking, cycling and study of the nature. The castle Křivoklát rank among their main aims on holiday. Křivoklát has a central position among other sights in the region.

The second partial aim should discover the movements of visitor with their main destinations in the region. The majority of visitors visit this region on the one day trip by car. On their way there are a few stops. In the region there are more destinations and the castle Křivoklát has an important position among them because the visitors of the other sights visit this castle too.

The last partial aim was concentrated on the cooperation of the castle with the institutions in tourism. Than it was important to discover the manner of this cooperation. The castle cooperates with a few institutions for example Městys Křivoklát, Svazek měst a obcí Rakovnícka, radio and the press.

In the region there is a problem with a one day trips of its visitors because they have no theme to spend a holiday here. The reason of this reality could be a bad cooperation of the sights in the promotion. The solution could be to refine this cooperation. The castle Křivoklát could be a basic building stone of the construction of the image of the other sights in the region. Through this activity the region could keep the visitors for more time and increase revenues from tourism.

## Seznam pramenů použité literatury

### Knížní publikace:

- 1) HESKOVÁ, M. et al.: *Analýza destinačních managementů v cestovním ruchu na příkladech České republiky a Rakouska*. Bratislava: Kartprint, 2004. 83 s. ISBN 80-88870-42-9.
- 2) HESKOVÁ, M. et al.: *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
- 3) HRABÁNKOVÁ, M. & HÁJEK, T.: *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: JČU, 2002. 82 s. ISBN 80-7040-580-5.
- 4) HRALA, V.: *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis, 2001. 194 s. ISBN 80-85970-36-8.
- 5) INDROVÁ, J. et al.: *Cestovní ruch I*. Praha: VŠE, 2004. 113 s. ISBN 80-245-0799-4.
- 6) KESNER, L.: *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.
- 7) KIRÁL'OVÁ A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, s.r.o., 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4.
- 8) MALÁ, V.: *Cestovní ruch (Vybrané kapitoly)*. Praha: VŠE, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- 9) PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 342 s. ISBN 80-247-1014-5.
- 10) PÁSKOVÁ, M. & ZELENKA, J.: *Cestovní ruch, výkladový slovník*. MMR, 2002. 448 s.
- 11) PŘIBOVÁ, M. et al.: *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996. 238 s. ISBN 80-7169-299-9.
- 12) ZBOŘIL, K.: *Marketingový výzkum. Metodologie a aplikace*. Praha: VŠE, 1998. 171 s. ISBN 80-7079-394-5.
- 13) ZÍKOVÁ, M.: *Průvodce po České republice. Křivoklátsko*. Praha: Olympia, a.s., 2005. 132 s. ISBN 80-7033-116-X.

### Publikace a periodika v elektronické podobě:

- 1) LOWENTHAL, D.: *Natural and Cultural Heritage*. International Journal of Heritage Studies [online]. 2005, č. 1 [cit. 2008-02-20]. Dostupné na WWW: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=3&hid=101&sid=e1f56f2d-b801-4272-821c-9ae17378a3b9%40sessionmgr106>>. ISSN 1470-3610.

- 2) MĚSTYS KŘIVOKLÁT: *Jede král, jede král...aneb 4. ročník Křivoklátského panování*. Křivoklátské noviny [online]. 2007, září [cit. 2008-03-22]. Dostupné na WWW:<<http://www.mestys-krivoklat.cz/krivoklatske-noviny/rocnik-2007/>>.
- 3) ROBINSON, M. & PICKARD, D.: *Tourism, Culture and Sustainable Development* [online]. 2006 [cit. 2008-02-21]. Dostupné na WWW <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578E.pdf>>.
- 4) TRIMARCHI, M.: *Regulation, Integration and Sustainability in the Cultural Sector*. International Journal of Heritage Studies [online]. 2004, č. 5 [cit. 2008-02-20]. Dostupné na WWW: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=3&hid=106&sid=e49bfd60-cd97-4b80-b883-ee1c89948700%40sessionmgr102>>. ISSN 1470-3610.
- 5) UNWTO: *World Tourism Barometer* [online]. 2008, č. 1 [cit. 2008-02-14]. Dostupné na WWW <[http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom08\\_1\\_excerpt\\_en.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_excerpt_en.pdf)>. ISSN 1728-9246.

#### **Dokumenty a statistiky v elektronické podobě:**

- 1) ČCCR: *Monitoring návštěvníků v turistických regionech* [online]. 2006 [cit. 2008-03-03]. Dostupné na WWW <<http://www.monitoring.czechtourism.cz/tabs.php?x=22&y=&g=1&j0=on&k=2&r=>>.
- 2) ČCCR: *Motivace k návštěvě turistických regionů v České republice* [online]. 2004, květen [cit. 2008-03-03]. Dostupné na WWW <<http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/motivaceregiony.pdf>>.
- 3) ČCCR: *Procesy rozhodování pro trávení volného času v tuzemsku* [online]. 2007, září [cit. 2008-03-03]. Dostupné na WWW <[http://www.czechtourism.cz/files/regiony/srop1/10\\_10\\_07\\_medialni\\_podpora\\_dcr\\_zaver ecna\\_zprava.ppt](http://www.czechtourism.cz/files/regiony/srop1/10_10_07_medialni_podpora_dcr_zaver ecna_zprava.ppt)>.
- 4) ICOMOS: *Mezinárodní dokumenty ICOMOS o ochraně kulturního dědictví* [online]. 2001 [cit. 2008-03-16]. Dostupné na WWW<[http://muff.uffs.net/skola/muzeo/pamatkova\\_pece/icomos.rtf](http://muff.uffs.net/skola/muzeo/pamatkova_pece/icomos.rtf)>
- 5) MKČR: *Statut Národního památkového ústavu* [online]. 2006 [cit. 2008-01-26]. Dostupné na WWW<<http://www.npu.cz/prur/download/npuzakl/>>



- 6) NIPOS: *Statistika kultury 2006: Základní statistické údaje o kultuře v České republice* [online]. 2006 [cit. 2008-02-21]. Dostupné na WWW <[http://www.nipos-mk.cz/download/Statistika\\_kultury\\_2006.pdf](http://www.nipos-mk.cz/download/Statistika_kultury_2006.pdf)>. ISBN 978-80-7068-211-1.
- 7) UNEP: *Economic impact of tourism* [online]. 2002 [cit. 2008-02-25]. Dostupné na WWW<<http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm>>.
- 8) UNESCO: *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage* [online]. 1972 [cit. 2008-02-25]. Dostupné na WWW<<http://whc.unesco.org/archive/convention-eu.pdf>>.

## Seznam grafů

<b>Graf č. 1:</b> Pohlaví respondentů – Křivoklát, n=50. ....	20
<b>Graf č. 2:</b> Pohlaví respondentů – Krakovec, n=50. ....	20
<b>Graf č. 3:</b> Pohlaví respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.....	20
<b>Graf č. 4:</b> Věk respondentů – Křivoklát, n=50 .....	21
<b>Graf č. 5:</b> Věk respondentů – Krakovec, n=50. ....	21
<b>Graf č. 6:</b> Věk respondentů – Točnick a Žebrák, n=50.....	21
<b>Graf č. 7:</b> Vzdělání respondentů – Křivoklát, n=50. ....	22
<b>Graf č. 8:</b> Vzdělání respondentů – Krakovec, n=50.....	22
<b>Graf č. 9:</b> Vzdělání respondentů – Točnick a Žebrák, n=50. ....	23
<b>Graf č. 10:</b> Okres bydliště respondentů – Křivoklát, n=50.....	23
<b>Graf č. 11:</b> Okres bydliště respondentů – Krakovec, n=50. ....	24
<b>Graf č. 12:</b> Okres bydliště respondentů – Točnick a Žebrák, n=50. ....	24
<b>Graf č. 13:</b> Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Křivoklát, n=50. ....	26
<b>Graf č. 14:</b> Z jakého důvodu navštěvuji toto místo pravidelně – Křivoklát, n=4. ....	27
<b>Graf č. 15:</b> Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Krakovec, n=50. ....	27
<b>Graf č. 16:</b> Navštívili jste toto místo již někdy v minulosti – Točnick a Žebrák, n=50.....	27
<b>Graf č. 17:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Křivoklát, n=50. ....	28
<b>Graf č. 18:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Krakovec, n=50.....	28
<b>Graf č. 19:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti líbí, která by to byla – Točnick a Žebrák, n=50. ....	29
<b>Graf č. 20:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Křivoklát, n=50. ....	29
<b>Graf č. 21:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Krakovec, n=50.....	30
<b>Graf č. 22:</b> Kdyby jste měl/a zmínit jedinou věc, která se Vám v oblasti nelíbí, která by to byla – Točnick a Žebrák, n=50. ....	30
<b>Graf č. 23:</b> Struktura míst, která návštěvníci v rámci dovolené již navštívili, n=5 a míst která v rámci dovolené hodlají ještě navštívit, n=6 – Křivoklát.....	31
<b>Graf č. 24:</b> Struktura míst, která návštěvníci v rámci dovolené již navštívili, n=8 a míst která v rámci dovolené hodlají ještě navštívit, n=8 – Krakovec.....	32

<b>Graf č. 25:</b> Jak jste se na dovolenou dopravil/a – Krakovec, n=9.....	<b>32</b>
<b>Graf č. 26:</b> S jakou mírou se věnujete na této dovolené rekreačním aktivitám – Křivoklát, n=7 .....	<b>33</b>
<b>Graf č. 27:</b> S jakou mírou se věnujete na této dovolené rekreačním aktivitám – Krakovec, n=9. ....	<b>34</b>
<b>Graf č. 28:</b> Typ návštěvy místa – Křivoklát, n=50.....	<b>35</b>
<b>Graf č. 29:</b> Typ návštěvy místa – Krakovec, n=50. ....	<b>36</b>
<b>Graf č. 30:</b> Typ návštěvy místa – Točnick a Žebrák, n=50. ....	<b>36</b>
<b>Graf č. 31:</b> Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Křivoklát, n=50. ...	<b>37</b>
<b>Graf č. 32:</b> Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Krakovec, n=50. ...	<b>37</b>
<b>Graf č. 33:</b> Jaký dopravní prostředek jste použili k cestě na toto místo – Točnick a Žebrák, n=50. ....	<b>38</b>
<b>Graf č. 34:</b> Informace o tomto místě jste získali odkud – Křivoklát, n=50.....	<b>40</b>
<b>Graf č. 35:</b> Informace o tomto místě jste získali odkud – Krakovec, n=50.....	<b>40</b>
<b>Graf č. 36:</b> Informace o tomto místě jste získali odkud – Točnick a Žebrák, n=50. ....	<b>41</b>
<b>Graf č. 37:</b> Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Křivoklát, n=50.....	<b>41</b>
<b>Graf č. 38:</b> Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Krakovec, n=50.....	<b>42</b>
<b>Graf č. 39:</b> Vyjádřete vztah k několika zajímavostem a pořádaným akcím, které se na tomto místě konají – Točnicka a Žebrák, n=50. ....	<b>43</b>
<b>Graf č. 40:</b> Kde jste na dovolené ubytování – Křivoklát, n=7.....	<b>43</b>
<b>Graf č. 41:</b> Kde jste na dovolené ubytování – Krakovec, n=9.....	<b>44</b>

## **Seznam obrázků**

<b>Obrázek č. 1:</b> Mapa spojnic mezi cílovými místy v mikroregionu.....	<b>39</b>
---	-----------

## **Seznam příloh**

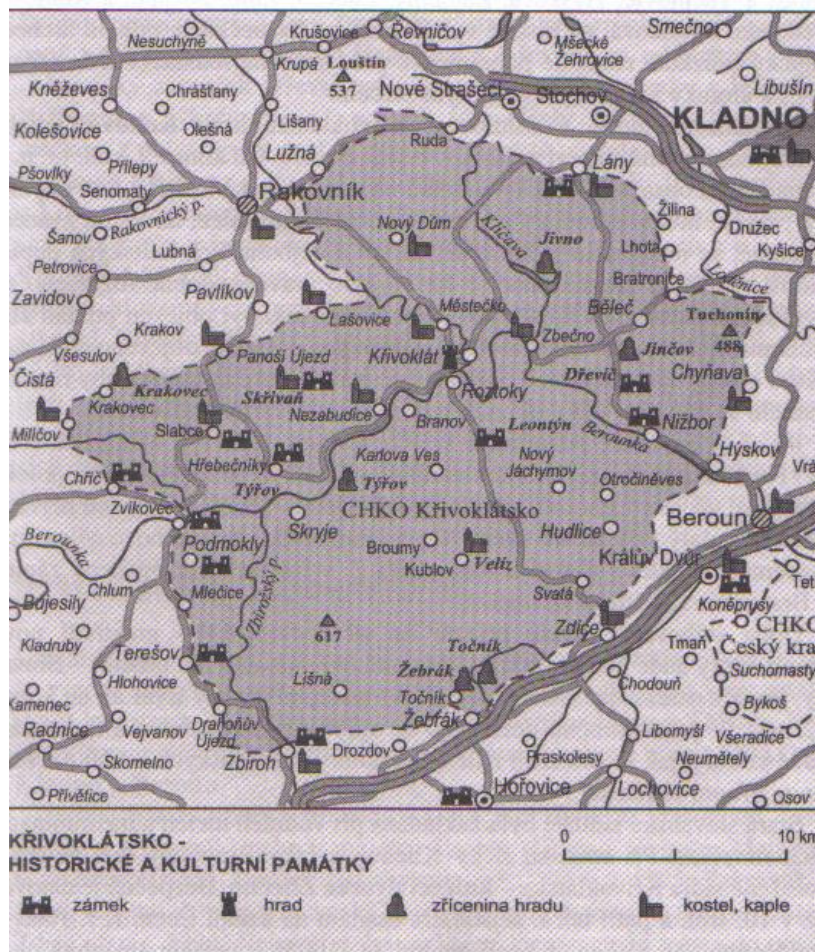
**Příloha č. 1:** CHKO Křivoklátsko – historické a kulturní památky

**Příloha č. 2:** Státní hrad Křivoklát

**Příloha č. 3:** Zřícenina hradu Krakovec

**Příloha č. 4:** Zříceniny hradů Točnick a Žebrák

Příloha č. 1 – CHKO Křivoklátsko – historické a kulturní památky.



Zdroj: Zíková, M.: Průvodce po České republice. Křivoklátsko. Praha 2005.

**Příloha č. 2 – Státní hrad Křivoklát.**



Zdroj: <http://www.krivoklat.cz/modules/tableadmin2/external/imageext.php?>.

**Příloha č. 3 – Zřícenina hradu Krakovec.**



Zdroj: <http://www.lazneprodva.com/krak2.jpg>.

Příloha č. 4 – Zříceniny hradů Točnick a Žebrák (vlevo).



Zdroj: [http://www.tocnik.com/zebrak/galerie/zebrak\\_19.jpg](http://www.tocnik.com/zebrak/galerie/zebrak_19.jpg).