

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Cestovní ruch v Krušných horách v letní a zimní sezóně

Bc. Jana Veletová

© 2021 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jana Veletová

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Cestovní ruch v Krušných horách v letní a zimní sezóně

Název anglicky

Tourism in the Ore Mountains in summer and winter seasons

Cíle práce

Hlavním cílem této diplomové práce je na základě zjištěných poznatků, provedení SWOT analýzy a rozhovorů se zástupci destinačních agentur zpracovat doporučení, která by do budoucna mohla přispět ke zvýšení návštěvnosti v oblasti Krušných hor.

Aby byli naplněny stanovené cíle, je důležité splnit následující dílčí úkoly:

- Charakteristika základních pojmů související s cestovním ruchem
- Charakteristika zvoleného území, kterými jsou Krušné hory
- Vytvoření otázek pro strukturované rozhovory se zástupci DA
- vyhodnocení rozhovorů
- Provedení SWOT analýzy
- provést diskusi a navrhnout možná doporučení, kterými by se Krušné hory dostaly více do podvědomí potenciálním návštěvníkům

Metodika

Metodika teoretické části vychází se studia odborné dostupné literatury, zejména odborných knih, článků a vhodných oficiálních internetových zdrojů zabývajících se daným tématem. Teoretická východiska jsou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a sekundárních zdrojů.

V praktické části práce dochází k aplikaci teoretických poznatků na území Krušných hor. Nejprve jsou Krušné hory stručně charakterizovány a následně popsány z hlediska lokalizačních, selektivních a realizačních předpokladů. Následuje provedená analýza současného stavu Krušných hor z pohledu zimní a letní sezóny. Ve druhé části praktické práce je vypracován kvalitativní výzkum, který bude spočívat ve formě rozhovorů s významnými subjekty cestovního ruchu v destinaci, s předsedou Petrem Židlickým za Destinační agenturu pro Karlovarský kraj a s Petrou Petrlíkovou za destinační agenturu působící v Ústeckém kraji. Na základě těchto rozhovorů a zjištěných poznatků ve vlastní části práce bude provedena SWOT analýza.

Doporučení do budoucna budou vycházet z použité literatury v teoretické části, ze sekundárních údajů v praktické části, rozhovorů se zástupci destinačních agentur a následné SWOT analýzy.

K naplnění cílů práce byly použity tyto metody:

- popisná analýza
- zkoumání dokumentů
- SWOT analýza
- pozorování
- marketingový výzkum



Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace CR, Krušné hory, SWOT analýza, UNESCO

Doporučené zdroje informací

HESKOVÁ, M. *Cestovní ruch : pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu : jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA, 2002. *Cestovní ruch: Výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. ISBN 80-239-0152-4.

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

VYSTOUPIL, J. – MASARYKOVA UNIVERZITA. EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6.

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Josef Abrhám, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 23. 11. 2021

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 25. 11. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 25. 11. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Cestovní ruch v Krušných horách v letní a zimní sezóně" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. 11. 2021

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu docentovi Josefovi Abrahámovi za odborné vedení mé práce, trpělivost, ochotu a poskytnutí cenných rad, které mi byly v průběhu psaní práce sděleny. Dále bych chtěla poděkovat pracovníkům Ski areálu Klínovec a pracovníkům destinačních agentur za poskytnutí potřebných informací pro zpracování diplomové práce. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině a přátelům, kteří mi byli oporou nejen při psaní této práce, ale i po celý čas studia.

Cestovní ruch v Krušných horách v letní a zimní sezóně

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá cestovním ruchem v Krušných horách v letní a zimní sezóně. V práci je v první řadě charakterizován pojem cestovní ruch, dále pak typologie cestovního ruchu, která se dělí na služby, formy a druhy cestovního ruchu. Teoretická část se dále zabývá účastníky cestovního ruchu, co je to destinace cestovního ruchu a rajonizace CR v České republice. Cestovní ruch je ovlivňován několika faktory, a to lokalizačními, selektivními a realizačními faktory. Diplomová práce na základě zjištěných poznatků o dané destinaci, provedení SWOT analýzy a marketingového výzkumu navrhuje možná doporučení, kterými by se Krušné hory staly jedny z nejnavštěvovanějších hor České republiky.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace CR, Krušné hory, SWOT analýza, UNESCO

Tourism in the Ore Mountains in summer and winter season

Abstract

The thesis deals with tourism in the Ore Mountains in the summer and winter seasons. In the thesis primarily characterizes the concept of tourism, then the typology of tourism, which is divided into services, forms and types of tourism. The theoretical part also deals with the participants of tourism, what is the destination of tourism and regionalization of tourism in the Czech Republic. Tourism is influenced by several factors, namely localization, selective and implementation factors. The thesis, based on the findings about the destination, SWOT analysis and marketing research suggest possible recommendations that would make the Ore Mountains one of the most visited mountains in the Czech Republic.

Keywords: tourism, destination of tourism, Ore Mountains, SWOT analysis, UNESCO

Obsah

1 Úvod.....	15
2 Cíl práce a metodika	16
2.1 Cíl práce	16
2.2 Metodika	16
3 Teoretická východiska	19
3.1 Cestovní ruch a vymezení základních pojmů.....	19
3.2 Typologie cestovního ruchu	20
3.2.1 Formy cestovního ruchu	20
3.2.2 Druhy cestovního ruchu.....	21
3.3 Účastníci cestovního ruchu	25
3.4 Rajonizace cestovního ruchu v České republice.....	26
3.5 Destinace cestovního ruchu.....	29
3.5.1 Vymezení destinace	30
3.6 Faktory ovlivňující cestovní ruch.....	30
3.6.1 Lokalizační faktory	30
3.6.2 Selektivní předpoklady	31
3.6.3 Realizační faktory	32
3.7 Služby cestovního ruchu	32
3.8 Destinační management	34
3.9 Organizace cestovního ruchu v destinaci.....	35
3.10 Destinační marketing	35
3.11 Marketingový výzkum	35
3.11.1 Zdroje marketingového výzkumu.....	36
3.12 Zimní sporty	37
3.13 Pěší a cykloturistika	39
3.14 SWOT analýza	41
4 Vlastní práce	42
4.1 Vymezení oblasti.....	42
4.2 Geografický popis Krušných hor	42
4.3 Charakteristika Krušných hor	43
4.4 Lokalizační faktory	43
4.5 Selektivní předpoklady.....	45
4.6 Realizační předpoklady	47
4.7 Analýza současného stavu Krušných hor z pohledu zimní sezóny.....	48
4.7.1 Lyžařské areály	49

4.7.2	Běžecské lyžování	55
4.7.3	Další zimní aktivity	57
4.8	Analýza současného stavu Krušných hor z pohledu letní sezóny	59
4.8.1	Naučné stezky	59
4.8.2	Cykloturistika.....	59
4.8.3	Turistická místa.....	60
4.9	Cestovní ruch v Ústeckém kraji	65
4.10	Cestovní ruch v Karlovarském kraji.....	65
4.11	Strukturované rozhovory se zástupci destinačních agentur	66
4.12	SWOT analýza Krušných hor.....	73
4.12.1	Silné stránky (Strengths).....	73
4.12.2	Slabé stránky (Weaknesses).....	73
4.12.3	Příležitosti (Opportunities).....	74
4.12.4	Hrozby (Threats)	74
4.13	Vyhodnocení SWOT analýzy.....	75
4.13.1	Silné stránky.....	75
4.13.2	Slabé stránky	76
4.13.3	Příležitosti	77
4.13.4	Hrozby.....	78
5	Výsledky a diskuse	80
5.1	Výsledky z provedených rozhovorů.....	80
5.2	Doporučení do budoucna.....	82
6	Závěr.....	84
7	Seznam použitých zdrojů.....	86
7.1	Literatura	86
7.2	Internetové zdroje.....	88
8	Přílohy	95

Seznam obrázků

Obrázek 1	Turistické regiony České republiky.....	27
Obrázek 2	Turistické oblasti České republiky	28
Obrázek 3	Kraje České republiky	29
Obrázek 4	Rozdělení služeb v cestovním ruchu	33

Obrázek 5 Logo DA Živý kraj	46
Obrázek 6 Logo Ski Areál Klínovec	50
Obrázek 7 Mapa Ski Areálu Klínovec	50
Obrázek 8 Skiareál Plešivec	51
Obrázek 9 Sportareál Klíny	53
Obrázek 10 Červené jámy	55
Obrázek 11 Psí spřežení	58
Obrázek 12 Cyklotrasy Krušné hory	60
Obrázek 13 Ježíškova cesta – mapa	96
Obrázek 14 Skimapa pro běžkaře	96

Seznam tabulek

Tabulka 1 SWOT matice	41
Tabulka 2 Počet hostů v UHZ Karlovarský a Ústecký kraj	65

Seznam příloh

Příloha 1 Otázky pro vedení hloubkových rozhovorů s destinačními agenturami	95
---	----

Seznam použitých zkratk

24/7–24 hodin 7 dní v týdnu

aj. – a jiné

apod. – a podobně

atd. – a tak dále

CR – cestovní ruch

ČR – Česká republika

D1 – dálnice

DA – destinační agentura

DAKH – destinační agentura Krušné hory o. p. s.

DMO – organizace destinačního managementu

EU – Evropská unie

FB – Facebook

ha – hektar

HDP – hrubý domácí produkt

hod – hodin

Kč – koruna česká

km/hod – kilometrů za hodinu

m – metr

m. n. m. – metrů nad mořem

např. – například

o. p. s. – obecně prospěšná společnost

TIC – turistické informační centrum

tzv. - takzvaný

UHZ – ubytovací hromadné zařízení

ZTP – zvlášť tělesně postižený

ZTP/P – zvlášť tělesně postižený s průvodcem

1 Úvod

V současné době je cestovní ruch nedílnou součástí každého z nás, ačkoliv v posledních dvou letech je výrazně ovlivněn COVID-19 (SARS-CoV-2) a vycestovat v tomto období bylo velmi náročné. Ovšem pokud opomineme tuto situaci, tak cestovní ruch je fenoménem 21. století a představuje součást životního stylu.

Česká republika bývá často označována za srdce střední Evropy a není divu, díky své poloze nabízí celou řadu historických a kulturních památek, rozmanitou krásu přírody a v neposlední řadě také disponuje svými lázeňskými městy, která jsou atraktivní zejména pro zahraniční účastníky cestovního ruchu. Zahraniční poptávka je silně orientována na známá místa, kterými jsou např. Praha, Brno, Krkonoše, Karlovy Vary a Český Krumlov.

Pro zpracování své diplomové práce jsem si zvolila téma týkající se nabídky cestovního ruchu v Krušných horách v letní a zimní sezóně, protože mám velice blízký vztah k zimním i letním aktivitám a Krušné hory jich nabízí dostatek. Krušné hory s nejvyšší horou Klínovec se rozprostírají na území Karlovarského a Ústeckého kraje ležící v těsné blízkosti německých hranic a německého hraničního přechodu Oberwiesenthal, který se nachází na Božím Daru.

Krušné hory disponují svou hornickou historií, krásnou přírodou a zachovalým kulturním dědictvím, které společně s jedinečným rázem krajiny vytváří neopakovatelný tzv. *genius loci* (duch místa). Toto území vykazuje příznivé podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a nabízí širokou škálu možností vhodné pro jeho realizaci. Přes uvedené skutečnosti jsou Krušné hory opomíjeny oproti jiným horám v České republice v rámci domácího cestovního ruchu.

Diplomová práce je zaměřena na cestovní ruch Krušných hor z pohledu letní a zimní sezóny a představuje základní pojmy cestovního ruchu, které s tímto tématem úzce souvisí. Je určena také pro potenciální návštěvníky dané oblasti, kteří by rádi navštívili toto místo v budoucnu. Diplomová práce je seznamuje s možností navštívení některých památek, skiareálu nebo letních aktivit. Diplomová práce je rozdělena na teoretickou část a vlastní část práce, která seznamuje čtenáře s oblastí Krušných hor, vypracovanou SWOT analýzou a následných doporučeních do budoucna.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem této diplomové práce je na základě zjištěných poznatků, provedení SWOT analýzy a rozhovorů se zástupci destinačních agentur zpracovat doporučení, která by do budoucna mohla přispět ke zvýšení návštěvnosti v oblasti Krušných hor.

Aby byli naplněny stanovené cíle, je důležité splnit následující dílčí úkoly:

- Charakteristika základních pojmů související s cestovním ruchem
- Charakteristika zvoleného území, kterými jsou Krušné hory
- Vytvoření otázek pro strukturované rozhovory se zástupci DA
- vyhodnocení rozhovorů
- Provedení SWOT analýzy
- provést diskusi a navrhnout možná doporučení, kterými by se Krušné hory dostaly více do podvědomí potenciálním návštěvníkům

2.2 Metodika

Metodika teoretické části vychází se studia odborné dostupné literatury, zejména odborných knih, článků a vhodných oficiálních internetových zdrojů zabývajících se daným tématem. Teoretická východiska jsou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a sekundárních zdrojů.

V praktické části práce dochází k aplikaci teoretických poznatků na území Krušných hor. Nejprve jsou Krušné hory stručně charakterizovány a následně popsány z hlediska lokalizačních, selektivních a realizačních předpokladů. Následuje provedená analýza současného stavu Krušných hor z pohledu zimní a letní sezóny. Ve druhé části praktické práce je vypracován kvalitativní výzkum, který bude spočívat ve formě rozhovorů s významnými subjekty cestovního ruchu v destinaci, s předsedou Petrem Židlickým za Destinační agenturu pro Karlovarský kraj a s Petrou Petříkovou za destinační agenturu působící v Ústeckém kraji. Na základě těchto rozhovorů a zjištěných poznatků ve vlastní části práce bude provedena SWOT analýza.

Doporučení do budoucna budou vycházet z použité literatury v teoretické části, ze sekundárních údajů v praktické části, rozhovorů se zástupci destinačních agentur a následné SWOT analýzy.

K naplnění cílů práce byly použity tyto metody:

- popisná analýza
- zkoumání dokumentů
- SWOT analýza
- pozorování
- marketingový výzkum

Popisná analýza

Popisná analýza byla využita v teoretické části práce, která se zabývá okruhem cestovního ruchu. Teoretická východiska byla zpracována na základě studií odborné literatury zabývající se problematikou cestovního ruchu. Veškeré odborné zdroje, které byly v práci použity, jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Popisná analýza byla využita také v praktické části, kde byla aplikována na charakteristiku zvolené oblasti, tedy Krušné hory v letní a zimní sezóně. Informace o oblasti byly zjišťovány hlavně z relevantních internetových zdrojů, odborné literatury, od tiskové mluvčí klínoveckého areálu Hany Hoffmanové a informačních brožur.

Zkoumání dokumentů

Ke studiu dokumentů je využíváno zjišťování informací, a to v tištěných zdrojích, propagačních materiálech, mediálních zprávách o zvolené oblasti, statistických údajích či úředních dokumentech (Jašíková, 2009).

Metodou zkoumání dokumentů byla zpracována praktická část práce, kde byla použita pro charakteristiku jednotlivých složek lokalizačních podmínek cestovního ruchu v Krušných horách.

SWOT analýza

Ve vlastní části práce byla zpracována SWOT analýza pro cestovní ruch v Krušných horách a na základě provedení analýzy byla v neposlední řadě navržena možná doporučení,

díky kterým by se Krušné hory mohly dostat na vyšší úroveň a zvýšit tak svou návštěvnost českých turistů.

Pozorování

K základním metodám pro sběr primárních dat patří kromě dotazování a experimentu, také pozorování, které nevyžaduje přímý kontakt se zkoumanými subjekty. Mezi výhodu pozorování patří, že pozorovaný nemusí odpovídat na otázky či spolupracovat, při čemž pozorovaný ani kolikrát neví, že je někým sledován, a tím nemůže záměrně změnit své chování a zkreslit sledované skutečnosti (Kozel, 2011). Pozorování proběhlo při návštěvě lyžařského střediska Klínovec v době začínající koronavirové pandemie a v červnu roku 2020, kdy jsem navštívila významné památky Krušných hor.

Marketingový výzkum

Marketingový výzkum byl proveden kvalitativní metodou prostřednictvím strukturovaného rozhovoru se zástupci destinačních agentur působících na území Krušných hor, jelikož koronavirová pandemie neumožnila osobní kontakt se zástupci.

3 Teoretická východiska

V této kapitole je definována problematika cestovního ruchu a pojmy, které s ním úzce souvisí. Teoretická východiska slouží jako podklad pro zpracování praktické části.

3.1 Cestovní ruch a vymezení základních pojmů

Cestovní ruch na rozdíl od pojmu cestování je daleko širší pojem. Obecně lze říct, že cestovní ruch je jevem masovým a je spojen s poskytováním specifických služeb a to ubytování, stravování, doprava a jiné (Kotíková, 2013).

Pro cestovní ruch existuje celá řada definic, paní Jakubíková ve své knize uvádí: „*Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálená od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce*“ (Jakubíková, 2008, s. 18).

Paní Malá ve své knize uvádí definici cestovního ruchu „*jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší, než je 1 rok u mezinárodního cestovního ruchu, 6 měsíců u domácího cestovního ruchu, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Malá, 2002, s. 10).

Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) lze cestovní ruch definovat jako „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání činnosti v navštíveném místě*“ (Palatková a Zichová, 2014, s. 45).

Cestovní ruch je interdisciplinárním jevem a zabývá se zkoumáním několika vědních disciplín, a to zejména ekonomii cestovního ruchu, geografii, sociologií či kulturní antropologií. Cestovní ruch je významným sektorem národního hospodářství, který se stal běžnou součástí života obyvatel a přispívá např. k tvorbě hrubého domácího produktu. Lze ho tedy považovat za společensko-ekonomický fenomén současné doby (Linderová, 2013).

Cestovní ruch je často označován i jinými pojmy, např. zotavení, rekreace, turistika apod., které nebývají synonymem k pojmu cestovní ruch, ani pokud jsou provozovány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. K nejvíce používanějšímu synonymu

cestovního ruchu patří pojem turismus, který je využíván téměř ve všech zemích (Hesková, 2011).

K 17. a 18. století se datují počátky moderního cestovního ruchu dle většiny autorů, kdy byla možnost práva volného pohybu osob po cizích oblastech převážně pro šlechtice a kupce. Koncem 17. století bylo cestování významně ovlivněno průmyslovou revolucí. Karl Baedeker vydal v roce 1827 prvního knižního průvodce, kde hlavním cílem bylo usnadnění a zpřístupnění cestování i méně bohatším vrstvám. První organizovaný výlet osobním vlakem po anglickém ostrově a první zahraniční zájezd na Světovou výstavu do Paříže uspořádal Thomas Cook, který založil v roce 1841 první cestovní kancelář a je s ním spojován organizovaný cestovní ruch. Kancelář Thomase Cooka patřila k nejvýznamnějším cestovním kancelářím světa, která bohužel v roce 2019 zkrachovala. Poznávací cesty mladých šlechticů do Itálie se uskutečňovaly v polovině 19. století. V této etapě se cestovního ruchu mohli účastnit pouze členové určité společnosti (šlechta, církve, buržoazie). V druhé polovině 19. století se začaly rozvíjet lázeňské služby, cesty za poznáním, horská a pěší turistika. Za hnací sílu rozmachu cestovního ruchu je považován rozvoj železniční dopravy. Ke konci 19. století nastal obrovský rozmach silniční dopravy a o něco později došlo k rozvoji letecké dopravy (Ryglová, 2011).

3.2 Typologie cestovního ruchu

V odborné literatuře lze najít spousta definic co se týče typologie cestovního ruchu.

3.2.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu podle Ryglové (2011) členíme na základní, které zaujímají široké spektrum potřeb účastníků a specifické formy, které uspokojují specifické potřeby účastníků. Obě formy cestovního ruchu zaujímají potřeby svých účastníků.

K základním formám cestovního patří:

- **rekreační CR:** Specifická regenerace člověka buď pasivním či aktivním odpočinkem v přírodním prostředí, kde dochází k načerpání duševních a fyzických sil člověka. Jeho realizace probíhá v rekreačním prostředí (voda, hory, lesy) a často mívá podobu rodinného či individuálního odpočinku. Pod tento druh CR spadá také chataření a chalupaření (Ryglová, 2011).

- **kulturně poznávací CR:** Uspokojuje duchovní potřeby lidí a je cílený na poznání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního či jiného státu. Patří sem návštěva hradů, zámků, muzeí, galerií, výstav, hudebních a filmových festivalů. Zajímavou formou je studium v zahraničí, odborné stáže apod. (Hesková, 2011).
- **sportovně-turistický CR:** Určen pro účastníky CR, kteří preferují aktivní odpočinek, aktivně se účastní na sportovních aktivitách a jeho náplní může být i organizace pasivní účasti na sportovních událostech (Ryglová, 2011).
- **léčebný a lázeňský CR:** Zaměřuje se na léčebné a preventivní programy za účelem zlepšení zdravotního stavu. Je zaměřen na celkovou obnovu fyzických a duševních sil člověka. K jeho rozvoji dochází pomocí existence přírodních léčivých zdrojů (léčivé vody, prameny, plyny, bahno). V lázeňských městech díky tomuto druhu CR dochází k rozvoji společenského a kulturního života (Hesková, 2011).

K uspokojení specifických forem CR je využíváno nejrůznějších speciálních cestovatelských segmentů, kde nabídka se rozšiřuje za pomoci nejnovějších trendů v cestovním ruchu. Patří sem např. cestovních ruch mládeže, seniorů, rodinný CR, CR pro handicapované, součástí specifický forem CR je agroturistika, která je spojená s pobytem na farmě a ekoagroturistika, která je spojená s farmami ekologicky hospodařící. Dále sem patří kongresový a incentivní CR, náboženský CR, cykloturistika apod. (Ryglová, 2011).

3.2.2 Druhy cestovního ruchu

Pan Vystoupil (2006) uvádí ve své knize, že druhy cestovního ruchu oproti formám cestovního ruchu nám ukazují převážně jevový průběh a způsob realizace závisí na geografických, ekonomických, společenských a ostatních podmínkách. Lze hovořit o rozdělení na základě vnějších faktorů.

1) Podle původu účastníků:

- domácí turismus
- zahraniční turismus

Domácí turismus je pobyt účastníků na CR mimo místo jejich trvalého bydliště v dané zemi za využitím volného času nebo pracovních povinností na dobu kratší, než je jeden rok.

Naopak zahraniční turismus se vyznačuje překročením státních hranic dvou zemí a zahrnuje příjezdový a výjezdový cestovní ruch. Příjezdový cestovní ruch spočívá v příjezdech zahraničních turistů do dané země, kdežto výjezdový cestovní ruch zahrnuje výjezdy domácích turistů za hranice daného státu, tedy do jiných zemí, než je jejich místo trvalého bydliště. Musí být, ale splněna podmínka, že pobyt či cesta jsou realizovány na dobu kratší, než je 1 rok (Vystoupil, 2006).

2) Podle počtu účastníků:

- individuální
- kolektivní cestovní ruch
- masový cestovní ruch

Individuální cestovní ruch zahrnuje cesty jednotlivců nebo malých skupin (rodin) do objektů individuální rekreace (chataření, chalupaření), kteří cestují samostatně, nikoliv v rámci organizované skupiny.

Kolektivní cestovní ruch je organizovaným typem CR, který zahrnuje cestování a pobyty v rámci větší skupiny. Často se setkáváme s pojmy tzv. skupinovým nebo společenským cestovním ruchem či klubovým cestovním ruchem v rámci tohoto typu CR.

Posledním typem je masový cestovní ruch, kde z názvu vyplývá, že jde o masovou účast turistů, která přináší negativní dopady na prostředí. Masový CR je opak individuálního cestovního ruchu (Vystoupil, 2006).

3) Podle věku účastníků:

- mládežnický
- seniorský

Mládežnický cestovní ruch je omezen věkovou hranicí 15–24 let, většinou se jedná o osoby, které cestují na dovolenou sami, nikoliv se svou rodinou. Jedná se např. o tábory, školní výlety apod.

Seniorský cestovní ruch odpovídá svým obsahem potřebám, zájmům, fyzickým a ekonomickým možnostem starší generace, které tento typ CR týká. Jedná se o osoby, které ukončili svou pracovní aktivitu dovršením svého důchodového věku (Vystoupil, 2006).

4) Podle doby trvání:

- krátkodobý
- dlouhodobý

Krátkodobý cestovní ruch členíme na tranzitní (pasažérský) cestovní ruch, který spočívá v průjezdu dané země, nikoliv návratu do místa pobytu, dále obchodní CR, který se uskutečňuje v průběhu 1 týdne, výletní CR bez noclehu a víkendový CR, který je typický 1 až 3 přenocováním.

Dlouhodobý cestovní ruch je typický s více než 4 přenocováními a zahrnuje lázeňský cestovní ruch, kde pobyt trvá většinou 3 týdny.

5) Podle převahy místa pobytu:

- městský cestovní ruch
- venkovský cestovní ruch

Městský cestovní ruch patří k nejrozšířenějšímu cestovnímu ruchu, který mívá krátkodobý charakter spojený s návštěvou měst a jejich památek, služeb a kultury.

Venkovský cestovní ruch je naopak realizován mimo město, tedy v přírodě. Tento typ CR je typický vícedenním pobytem a odpočinkovými aktivitami v přírodě (pěší turistika, cykloturistika, procházka). Turisté využívají ubytovací služby v soukromí nebo menších ubytovacích zařízeních. Mívá různé podoby jako je např. ekoturistika, kulturní CR nebo agroturistika (Vystoupil, 2006).

Do cestovního ruchu dle převahy místa pobytu můžeme zařadit např. lázeňský cestovní ruch, přímořský CR nebo horský CR (Vystoupil, 2006).

6) Podle ročního období:

Cestovní ruch se vyznačuje sezónností, a proto ho rozlišujeme na:

- letní CR
- zimní CR
- mimosezónní CR

Mimosezónní CR se vyznačuje obdobím s nízkou návštěvností daného území, což bývá často spojováno s nižší nabídkou služeb a nižšími cenami za služby (Ryglová, 2011).

Sezónním charakterem se rozumí letní a zimní CR, kde tyto období se vyznačují vysokou návštěvností daného území, ceny za služby jsou vysoké a nabídka služeb je maximální (Ryglová, 2011).

7) Způsob ubytování:

- hotelový
- parahotelový

Hotelový CR vyčleňujeme na základě jednotlivých typů ubytovacích zařízení. Účastníci bývají ubytováni v ubytovacím hromadném zařízení typu hotel, který poskytuje stravovací služby, doplňkové služby.

Parahotelový CR slouží účastníkům, kteří zvolí jiný typ ubytovacího zařízení, než je hotel (např. apartmá, chata, ubytování v přívěsu – karavan, v kempu pod stanem).

8) Podle vlivu na platební bilanci:

- aktivní turismus
- pasivní turismus

Aktivní turismus tvoří příjezdy zahraničních turistů do země, vyjadřuje kladné saldo platební bilance, tzn. příjmy z CR jsou vyšší než výdaje CR.

Pasivní turismus naopak od aktivního vyjadřuje záporné saldo platební bilance, tzn. výdaje na CR jsou vyšší než příjmy z cestovního ruchu. Dochází k odlivu finančních toků – obyvatelé tuzemské země vyjíždí do zahraničí (Vystoupil, 2006).

9) Dle způsobu zabezpečení cesty a cestování rozlišujeme CR:

- organizovaný
- neorganizovaný

Pokud zajišťuje cestu i dovolenou cestovní kancelář nebo podnikatelský subjekt, který poskytuje zprostředkovatelské služby (cestovní agentura) jedná se o organizovaný cestovní ruch, kde účastník kupuje kompletní produkt, tedy zájezd s nejméně dvěma základními

službami (doprava a ubytování). V případě, že účastník si jednotlivé služby nakupuje a zajišťuje sám, hovoříme o neorganizovaném cestovním ruchu (Vystoupil, 2006).

10) Dle způsobu financování:

- volný
- vázaný

Volný cestovní ruch, dříve nazýván jako komerční, je typ cestovního ruchu, kdy si účastník hradí vše sám ze svých finančních prostředků a účast není formálně nijak podmíněna (Ryglová, 2011).

Vázaný cestovní ruch, dříve nazýván jako sociální, je typ cestovního ruchu, kdy je účast podmíněna na turismu za určitých podmínek, kdy účastník si hradí část svých služeb a ostatní služby jsou hrazeny např. z podnikových fondů, nemocenského pojištění apod. Jedná se o účastníky, kteří jsou členem organizace nebo se podílejí na lázeňském cestovním ruchu (Ryglová, 2011).

3.3 Účastníci cestovního ruchu

Podle Heskové (2011) v praxi najdeme celou řadu typologií účastníků na cestovním ruchu, pro úspěšné podnikání na trhu CR je potřeba znát účastníky podle jejich chování a nákupního rozhodování.

- a) Stálý obyvatel (rezident):** dělíme na dva typy, a to stálý obyvatel v domácím CR, který žije minimálně šest po sobě jdoucích měsíců v daném místě před příjezdem do jiného místa na dobu kratší, než je 6 měsíců a stálý obyvatel v zahraničním CR, která žije v dané zemi minimálně 1 rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší, než je 1 rok (Linderová, 2013).
- b) Návštěvník:** osoba, která vycestuje z místa trvalého bydliště do jiné země, a to na dobu kratší než 1 rok, kde hlavním cílem cesty není výdělečná činnost (Beránek, 2013).
- c) Turista:** dělíme na dva typy, a to turista v domácím CR, který má místo trvalého bydliště v dané zemi a vycestuje na dobu minimálně jednoho přenocování, ne však na dobu delší než půl roku a turista v zahraničním CR je osoba, která cestuje do jiné

země s minimálně jedním přenocováním, nikoliv na dobu delší, než je 1 rok (Linderová, 2013).

- d) Výletník:** osoba, která cestuje bez přenocování a na dobu kratší, než je 24 hodin (Linderová, 2013).

Představitelé konference UNWTO v Ottawě v roce 1991 se shodli, že je důležité vymezit pojmy související s podrobným rozlišením účastníků CR, a proto mezinárodní rozdělení je následující: stálý obyvatel, návštěvník, turista, výletník neboli jednodenní návštěvník (Beránek, 2013).

3.4 Rajonizace cestovního ruchu v České republice

K první rajonizaci cestovního ruchu v ČR došlo koncem 50. let minulého století, kdy se zrodila myšlenka, aby došlo k rozčlenění České republiky na menší celky, díky rozšiřování životní úrovně a zájmu o cestování (Vystoupil, 2007).

Vaško (2002) uvádí, že vymezení oblastí, center cestovního ruchu a frekvence turistických aktivit bylo hlavním cílem rajonizace. Ve vývoji rajonizace docházelo k četným změnám, kde se objevily i negativa ve vývoji životního prostředí.

Vznik rajonizace probíhal na základě průzkumu, kde se přihlíželo k následujícím faktorům (Vaško, 2002):

přírodní podmínky – klima, vodstvo, klasifikace čistoty vody, charakteristika terénu apod.

vlastnosti území, spadající do podmínek vytvořených lidskou činností – lázeňská místa, zámky, hrady apod.

vybavenost zařízení, které umožňují provoz – ubytovací a stravovací zařízení, materiálně-technická základna pro sportoviště (lanovky) apod.

dopravní zařízení – přepravní kapacita apod.

hodnocení vlivů snižující kvalitu lokality – znečištění ovzduší, vod, přemnožený výskyt klíšťat apod.

Česká centrála cestovního ruchu (CzechTourism) rozdělila ČR na turistické regiony a turistické oblasti v roce 1999 pro lepší propagaci a regionální koordinaci turistické nabídky.

Turistický region je definován „jako území, kde cestovní ruch spojuje a sjednocuje jednotlivé typické prvky dané oblasti, ale zároveň je i odlišuje od ostatních regionů.“ Ucelená prezentace země v zahraničí a podpora domácího cestovního ruchu byla hlavním významem turistických regionů, kde jednotlivé regiony jsou představovány prostřednictvím turistických produktů, díky kterým by se měly vzájemně lišit (Ryglová, 2011).

V České republice je 17 turistických regionů.

Obrázek 1 Turistické regiony České republiky

Turistické regiony České republiky



zdroj: czso.cz, 2009

Turistické regiony dále dělíme na menší území, tedy **turistické oblasti**, které mají sloužit především k rozvoji domácího turismu. Turistických oblastí má Česká republika 40 podle CzechTourism, které disponují vlastními prostředky, plány i aktivitami na podporu a rozvoj cestovního ruchu, tudíž se nepřekrývají s administrativním uspořádáním země na samosprávné kraje (Ryglová, 2011).

Obrázek 2 Turistické oblasti České republiky

Turistické oblasti České republiky



zdroj: czso.cz, 2009

Na základě vzájemné dohody příhraničních regionů dvou nebo více zemí vznikl **euoregion**, tedy oblast přeshraniční spolupráce, která má vlastní stanovy. Hlavním cílem euoregionu je podpora měst a obcí, sdružení organizací i fyzických osob, kteří společně překonávají problémy ztěžující evropskou integrací. Hlavní náplní práce euoregionu je problematika zabývající se společným řešením strategického postupu v oblasti dopravy, životního prostředí či cestovního ruchu, která je řešena poměrně na obecné úrovni (Ryglová, 2011).

V České republice se nachází 14 krajů – Hlavní město Praha, Jihočeský kraj, Jihomoravský kraj, Karlovarský kraj, Kraj Vysočina, Královehradecký kraj, Liberecký kraj, Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj, Pardubický kraj, Plzeňský kraj, Středočeský kraj, Ústecký kraj a Zlínský kraj (asociacekrajů.cz).

Obrázek 3 Kraje České republiky



zdroj: statnisprava.cz, 2021

3.5 Destinace cestovního ruchu

Kiráľová (2003) uvádí definici destinace cestovního ruchu jako jedinečnou oblast s přirozeným celkem odlišnou od ostatních území specifickými vlastnostmi pro rozvoj cestovního ruchu.

Ve výkladovém slovníku cestovního ruchu uvádí Pásková (2002), že destinací cestovního ruchu rozumíme cílovou oblast v dané lokalitě, která je typická svou významnou nabídkou památek, atraktivit a v širším pojetí lze hovořit o regionech, které nabízí širokou škálu atraktivit, služeb a infrastruktury, kde výsledkem je dlouhodobá koncentrace turistů. Destinací rozumíme celou navštívenou zem či její konkrétní region, případně město.

Destinace cestovního ruchu je podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) definována jako „*místo s vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu zvolil sám pro návštěvu*“ (Ryglová, 2011, s. 42).

Ryglová se svými autory (2011, s. 43) definují destinaci z geografického hlediska jako: „*územní celek, který se vyznačuje společným postupem při využívání potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu, sdílenou kapacitu území pro tento rozvoj (únosnou míru aktivace zmíněného potenciálu), společným životním cyklem cestovního ruchu a společnými procesy cestovního ruchu (destinačními procesy)*.“

V širším slova smyslu při vymezení pojmu destinačního území lze utvářet několik možných pojetí destinace, kterou můžeme ztotožnit s administrativně vymezenou územní jednotkou, což jsou např. obce, kraje, účelově zaměřenou územní jednotkou např. sdružení obcí, mikroregion, chráněným územím, kam patří Národní parky nebo Chráněné krajinné oblasti či kulturně historicky vymezenou územní jednotkou což jsou etnografické oblasti. Destinaci je možné nechat vymezit primárními uživateli např. s použitím mentálních či kognitivních map (mmr.cz, 2007).

3.5.1 Vymezení destinace

Přístupy k vymezení destinací jsou různé a neexistuje žádný jednotný recept pro vymezení destinace. V geografickém prostoru se většinou nejedná pouze o vymezení jedné destinace, ale o hierarchii destinací, tedy o návaznost na vyšší a nižší stupeň v podobě nadnárodní – národní – regionální – místní – resort (Palatková, 2011).

Neplatí tedy žádná oficiální pravidla ani administrativní hranice pro vymezení destinace. Např. Český ráj je bezpochyby českou turistickou atraktivitou, kde jeho území spadá pod tři kraje z hlediska administrativního členění (Ryglová, 2011).

3.6 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Podle odborných publikací existují tři faktory, které ovlivňují cestovní ruch, a to faktory lokalizační, selektivní a realizační.

3.6.1 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory definuje Ryglová (2011) jako podmínky, které jsou dané lokalitou a jsou téměř neměnné. Patří sem zejména přírodní podmínky – klima, charakter terénu, vodní poměry, přírodní atraktivity, fauna a flóra a společenské atraktivity, které vznikly v důsledku lidské práce – památky, zvyky, slavnosti a gastronomie. Z pohledu návštěvníka lze říct, že za lokalizační faktor považují „to, co se musí vidět.“

Lokalizační faktory určují, čím je daná lokalita výjimečná a čím se odlišuje od konkurence. Zabývají se tím, je-li daná lokalita vhodná pro různé druhy aktivit. Lze je tedy možné odhadnout do jaké míry a jaký druh cestovní ruchu se v dané lokalitě bude rozvíjet a jaký charakter bude mít (krátkodobý, dlouhodobý pobyt) (Ryglová, 2011).

3.6.2 Selektivní předpoklady

Ke stimulaci vzniku a rozvoji cestovního ruchu dochází za pomoci selektivních neboli stimulačních faktorů, které rozdělujeme na dvě oblasti: na objektivní stimulační faktory a subjektivní stimulační faktory (Ryglová, 2007).

Selektivní faktory souvisí se nákupním chováním spotřebitelů, které je ovlivněno čtyřmi psychologickými faktory, a to motivací, vnímáním, učením a postoji, které umožňují lépe provádět marketingovou segmentaci. Selektivní faktory působí na mezinárodní či makroekonomické úrovni (např. soubor předpisů EU o praxi ve stravovacím zařízení či národní měna a její kurz) a také působí na regionální úrovni (např. vyhlášení památkové rezervace) (Ryglová, 2011).

Objektivní stimulační faktory členíme podle Ryglové (2011) na:

politické faktory: je to vnitropolitická situace či mírové uspořádání světa, možnost volného pohybu osob a kapitálu. Pokud je politická situace stabilní, dochází k rozvoji CR, naopak nestabilní situace znamená degradaci CR.

ekonomické faktory: k těmto faktorům řadíme výši reálné mzdy, směnitelnost měny, výši kupní síly obyvatelstva, míru investic do prezentace destinace a čerpání finančních prostředků na rozvoj CR z Evropských fondů. Řadou ukazatelů lze vyjádřit vztah mezi cestovním ruchem a ekonomikou kam patří např. podíl služeb CR na tvorbě HDP, výdaje obyvatelstva na služby související s turistikou, saldo ze zahraničního CR aj. Údaje o ČR jsou dohledatelné na Českém statistickém úřadu, které znázorňuje Satelitní účet cestovního ruchu.

demografické skutečnosti: kam řadíme např. počet obyvatel dané destinace a jejich ekonomická aktivita, mobilita apod. Lidský faktor vystupuje v cestovním ruchu jako pracovní síla na straně nabídky (poskytovatel služby) a jako účastník na straně poptávky (zákazník). Na rozvoj cestovního ruchu má velký vliv zvyšující se životní úroveň potencionálních návštěvníků. Bohatší sociální vrstvy cestují vícekrát do roka a vyhledávají dražší destinace s kvalitnějšími službami.

administrativní podmínky: patří sem např. právní předpisy, zákony, různé typy vyhlášek (pasové a vízové podmínky apod.), potřebná očkování apod.

Do subjektivních stimulačních faktorů patří řada psychologických faktorů, které ovlivňují rozhodování spotřebitelů služeb CR. Velký význam tu hraje reklama, propagace, zkušenost, módnost apod. (Ryglová, 2011).

3.6.3 Realizační faktory

Ryglová (2011) považuje za realizační faktory takové faktory, které umožňují danou lokalitu navštívit. Patří sem dopravní služby, infrastruktura služeb, ubytovací a stravovací služby, často se také můžeme setkat s pojmem materiálně-technická základna. Pokud daná lokalita nemá dostatečnou kapacitu služeb, nelze využít technický potenciál lokality. Bez kvalitní nabídky služeb nelze kvalitně sestavit turistické produkty a nabízet lokalitu na trhu. K hodnocení úrovně realizačních faktorů je využíváno mnoha ukazatelů – počet a skladba návštěvníků v určitém prostoru, počet ubytovacích zařízení, počet lůžek apod. Realizační podmínky jsou klíčové pro konečnou fázi uskutečnění různých forem CR.

3.7 Služby cestovního ruchu

„Služba je ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a jeho hodnota je určena užítkem, který přináší“ (Linderová, 2013, s. 61).

Hlavním předmětem v průmyslu cestovního ruchu je obchod a spotřeba služby. Služba v cestovním ruchu je definována jako nehmatatelná činnost, kterou může nabídnout jedna strana druhé (Francová, 2003).

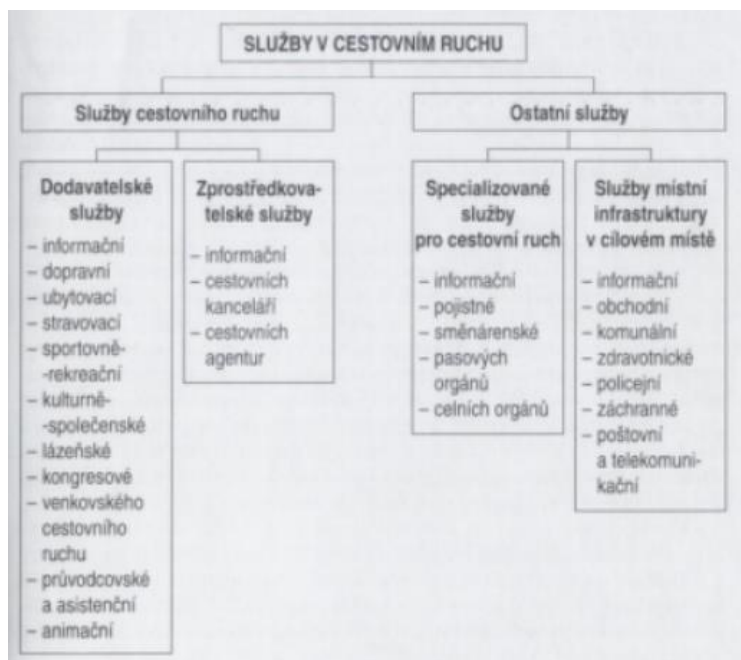
„Služba je velmi snadno napodobitelná, a proto jsou služby oblastí, ve které dochází k neustálým inovacím“ (Jakubíková, 2012, s. 70).

Služby cestovního ruchu jsou poskytovány mnoha podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty nejen v rekreačním prostoru, ale také v místě poptávky. Ke spokojenosti návštěvníku je nutná spolupráce mezi jednotlivými subjekty a koordinace činností v rekreačním prostoru, v určitém čase a je třeba koordinovat služby cestovního ruchu z hlediska funkcí. Tyto služby jsou službami komplexními (Jakubíková, 2008).

Klasifikace služeb

Do klasifikace služeb řadíme služby základní, kterými jsou ubytovací, stravovací a dopravní. Doplnkové služby pak tvoří zejména obchodní, sportovně-rekreační, společensko-kulturní, lázeňsko-léčebné, směnářenské, komunální, zprostředkovatelské a horské služby.

Obrázek 4 Rozdělení služeb v cestovním ruchu



zdroj: Oriška, 2010, s. 15

Služby mají v cestovním ruchu na rozdíl od hmotných produktů své základní specifické vlastnosti, ke kterým patří nehmotnost, nedělitelnost, proměnlivost a pomíjivost.

- nehmotnost – Zákazník nemá možnost si službu předem vyzkoušet, ochutnat či prohlédnout, tak hledá známky kvality v podobě referencí od předešlých zákazníků, v propagačních materiálech apod. (Křesťan, 2008).
- nedělitelnost – Výroba a spotřeba služeb v cestovním ruchu probíhá v jeden okamžik, současně za přítomnosti zákazníka. Službu nelze skladovat z důvodu, že ji prvně poskytneme a poté spotřebujeme (Křesťan, 2008).
- proměnlivost – Jedná se především o kvalitu služeb, která závisí na tom kdo, kdy a kde ji poskytuje. V rámci zlepšení kvality služeb je například u těchto dodavatelů proškolení jejich zaměstnanců (Křesťan, 2008).

- pomíjivost – Služby cestovního ruchu většinou lze poskytnout za přítomnosti zákazníka. Jedná se o služby jako jsou úklid v domě, návštěva stomatologa nebo služby v dopravě. Jak již bylo výše zmiňováno, služby nelze uchovávat a skladovat (Křest'an, 2008).

3.8 Destinační management

Destinační management zahrnuje koordinované a integrované řízení všech prvků destinace což jsou atraktivita a akce, vybavenost, doprava, infrastruktura a pohostinství. Efektivní destinační management vyžaduje strategický nebo dlouhodobý přístup založený na cílové vizi a plánování cestovního ruchu. Destinační management se provádí prostřednictvím specializovaných organizací destinačního managementu (M. Morrison, 2019).

Pásková a Zelenka (2002, str. 60) ve výkladovém slovníku definují destinační management jako *„soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci CR v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty CR, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat i oblasti CR, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru CR i podpora vzniku profesionálních spolků, sdružení a organizací.“*

Destinační management, jehož cílem je řízení destinace a koordinace činností zájmových skupin (poskytovatelé služeb, investoři, místní obyvatelstvo, ochránci životního prostředí), kteří se podílí na CR. Jedná se tedy o řízení dané destinace za účelem konkurenceschopnosti, pomáhá vytvářet společnou strategii a podporuje spolupráci mezi sektory (Ryglová, 2011). *„Lze říci, že destinační management je proces, který je založen na principu dobrovolné spolupráce mezi podnikatelskými a veřejnoprávními subjekty a optimálním zhodnocení a využití všech pozitivních dopadů tohoto spojení. Výsledkem je produkt obsahující specifickou přidanou hodnotu. Nabídku vytvářejí poskytovatelé služeb, avšak prostředí pro jejich poskytování vytvářejí samosprávné orgány“* (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 163).

3.9 Organizace cestovního ruchu v destinaci

V zájmu destinace je vytvořit takovou organizaci cestovního ruchu, která bude efektivně řídit, koordinovat činnost všech zainteresovaných subjektů a bude schopna se přizpůsobit změnám na trhu CR. Zároveň musí být schopna vést odpovědnost za dosažené výsledky, které je schopna ovlivnit. Všichni důležití aktéři – podnikatelské subjekty, občanské a kulturní organizace, orgány státní správy, orgány místních samospráv a obyvatelé destinace, kteří působí v dané destinaci by měli být uvnitř organizace (Kiráľová, 2003).

Podle Ryglové (2011) má organizace cestovního ruchu řídit a rozvíjet cestovní ruch v destinaci. Úkolem organizace je taktéž podpořit spolupráci a vytvářet turisticky atraktivní oblast, která generuje příjmy z CR pomocí prodeje společných produktů. Organizace cestovního ruchu působí na 4 úrovních:

- lokální turistická organizace (Pražská informační služba)
- regionální turistická organizace (VysočinaTourism)
- národní turistická organizace (CzechTourism)
- kontinentální turistická organizace (Evropská komise pro cestování)

3.10 Destinační marketing

Destinační marketing lze vymezit „jako filozofii řízení, stanovující umístění produktu na trh na základě spotřebitelské poptávky zjištěné výzkumem a předpověďmi s cílem realizace maximálního zisku“ nebo také „jako řízený souhrn cílených aktivit vyvažujících cíle destinace s potřebami klientů“ (Palatková, 2006, s. 81).

Morrison (2019) ve své knize uvádí, že destinační marketing je kontinuální a sekvenční proces pomocí kterého organizace destinačního managementu plánuje, zkoumá, kontroluje a vyhodnocuje programy zaměřené na uspokojení potřeb cestujících.

3.11 Marketingový výzkum

Definice marketingového výzkumu dle Americké marketingové asociace zní takto: „Marketingový výzkum je činnost, která spojuje zákazníky a společnost s marketéry prostřednictvím informací – informací použitých k identifikaci a definování marketingových příležitostí a hrozeb, vytvoření, vytříbení a ocenění marketingových akcí, monitorování

marketingových výkonů, a zlepšení porozumění marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace, určuje metody sbírání informací, řídí a uskutečňuje proces sbírání dat, analýzy, sdělování výsledků a jejich implementace“ (Kumar, Aaker, Day, 2002, s. 48).

„Marketingový výzkum poskytuje empirické informace o situaci na trhu, především o našich zákaznících. Tyto informace jsou získány na základě objektivizovaných a systematických metodologických postupů, které respektují specifika složitě sociálněekonomické reality“ (Foret, 2003. s. 66).

3.11.1 Zdroje marketingového výzkumu

Při realizaci marketingového výzkumu může výzkumník sbírat sekundární data, primární data nebo oboje. Většina výzkumníků začíná sběrem sekundárních dat, tedy dat, která už někde existují a jsou typické svými nízkými náklady a snadnou dostupností. Nově nashromážděná data, tedy primární data jsou nákladnější oproti sekundárním a je možné je získat pěti hlavními způsoby: pozorování, skupinové diskuse (focus groups), dotazování, z dat o chování zákazníků a experiment (Kotler, 2007).

Existují dva typy sběru primárních dat:

- Kvalitativní výzkum
- Kvantitativní výzkum

Cílem odpovědět na otázku „proč“ je typické pro **kvalitativní výzkum**, který se zaměřuje na hledání postojů, příčin a motivů, kde výzkumník pracuje s menšími skupinami respondentů nebo s jednotlivci. Cílem výzkumníka v kvalitativním výzkumu je zjistit co vede cílovou skupinu k nákupu, pozitivnímu vztahu k danému předmětu výzkumu, anebo ji naopak odrazují. K technikám využívaných v tomto výzkumu patří skupinové diskuse, individuální hloubkové rozhovory a expertní rozhovory (Tahal, 2007).

Na otázku „kolik“ se zaměřuje **kvantitativní výzkum**, kde získaná dat z tohoto výzkumu jsou statisticky zpracovatelná a vyhodnotitelná. Tabulky a grafy založené na statistické analýze dat jsou výstupem kvantitativního výzkumu. K technikám využívaných v tomto výzkumu patří dotazování, pozorování a experiment (Tahal, 2007).

3.12 Zimní sporty

Ať už běžecké lyžování nebo sjezdové lyžování patří k nejvýznamnějším a velmi oblíbeným zimním sportům jak v ČR, tak i zahraniční, neboť ČR je výrazně zapsaná v historii v oblasti těchto sportů, kde Svaz lyžařů ČR je nejstarším národním lyžařským svazem na světě. Oba tyto sporty spadají do kategorie lyžařský cestovní ruch.

Sjezdové lyžování

Předsportovní využití lyží zahrnuje období zhruba do poloviny 19. století už od objevu. Lyže v této době sloužily jako užitečný nástroj při dopravě a lovu, později i k válečným účelům. V tehdejší době obyvatelé nepoužívali lyže, jaké známe dnes, ale používali sněžnice, které byli využívány k chůzi po sněhu. Postupem času došlo k zdokonalení sněžnic a obyčejná schůze po sněhu se změnila ve skluz na lyžích. V roce 1843 proběhly první lyžařské závody v norském Tromsø, kde od této doby datujeme první sportovní využití. V Čechách a na Moravě se začalo sjezdové lyžování vyvíjet na konci 19. století. Nejvýznamnější osobou české lyžařské historie v oblasti Krkonoš byl Jan Buchar, který je společně s Josefem Alešem považován za tvůrce české lyžařské turistiky. V roce 1903 vznikl první národní lyžařský svaz v Evropě – Svaz lyžařů Království českého s předsedou Janem Bucharem (pf.ujep.cz, 2020).

Běžecké lyžování

Pro běžecké lyžování se stal zlomový okamžik v roce 1974, kdy poprvé byla použita kombinace běhu klasickou technikou a jednostranného bruslení při Dolomitském běhu. Prvně tuto kombinaci použil finský sportovec Pauli Sittonen. Americký závodník Billy Koch použil techniku oboustranného bruslení na Zimních olympijských hrách v Innsbrucku v roce 1976. Volný styl neboli skating používala většina závodníků na Mistroství světa v Tyrolsku v roce 1985. O dva roky později byli už závody rozděleny na klasické a bruslařské neboli skatingové (pf.ujep.cz, 2020).

Běžecké lyžování je samostatná závodní lyžařská disciplína, kde hlavním cílem běžkaře je zdolání běžkařské stopy v co nejkratším možném čase. Běžkař využívá upravených tratí tzv. „běžkařských drah“, kde využívá dva způsoby běžeckého lyžování, a to buď klasické, které probíhá v předem připravené běžkařské dráze s pomocí běžkařských holí, zatímco při bruslení jsou lyže v odvratu, ve tvaru písmene V. V běhu na lyžích lze

soutěžít v různých disciplínách, a to ve sprintu podle různých počtu km, štafetě a biatlonu (is.muni.cz, 2010).

Snowboarding

Snowboarding patří k velmi rozšířeným masovým zimním sportům, kde se jedná o profesionálně uznávaný sport. První zmínky o snowboardingu pochází ze 60. let 20. století s kořeny ze Spojených států. První sněžné prkno vyrobil v USA Tom Sims v roce 1963, kde jeho prkno bylo považováno spíše za kuriozitu. První modely snowboardu se do prodeje dostaly v roce 1966 v USA a zažívaly velký obchodní úspěch. V roce 1977 byla zavedena sériová výroba snowboardu, který se podobá už těm dnešním. Nepříjemná skutečnost pro vyznavače tohoto sportu přišla na začátku 80. let, kde většina amerických lyžařských středisek zakazovala snowboarding, a tak zájem díky bezpečnostním normám amerických úřadů poklesl. V Evropě se snowboarding začal rozvíjet v 80. letech minulého století a významnou osobností byl José Fernandez, který byl jediný, kdo se v té době dokázal měřit s americkými profesionály. První evropské mezinárodní závody se konaly ve Švýcarsku v roce 1986. Vůbec první snowboardová asociace JSBA vznikla v roce 1982 v Japonsku. Většina snowboardových závodů se odehrává pod záštitou Mezinárodní lyžařské federace (FIS), kde i tento sport byl přijat mezi olympijské sporty. Obří slalom a závod v U-rampě se poprvé uskutečnil na olympijských hrách v Naganu (Binter, 2012).

Největšího nárůstu počtu snowboardistů zažívaly lyžařská střediska v devadesátých letech. Lyžařská střediska začala návštěvníkům se snowboardem přizpůsobovat nabídku svých služeb, a to výstavbou různých snowboardových ramp, parků atd. Začaly vznikat snowboardové školy s profesionálními instruktory (Binter, 2012).

Český snowboarding se začal objevovat už v 80. letech minulého století a první sněžná prkna se na českých svazích poprvé objevila na přelomu roku 1979/80, která byla vyráběna svépomocí a inspirací byly převážně zahraniční časopisy. Mezi hlavní průkopníky českého snowboardingu patří Luděk Váša, bratři Včelákové a další. První závod v historii českého snowboardingu se uskutečnil v roce 1984 na Perninku v Krušných horách, tehdy významné snowboardové lokality, kde o rok později se uskutečnilo první Mistroství Československa ve snowboardingu. České snowboardové firmy měli významný vliv na rozvoj tohoto sportu, kde první firma vznikla pražská firma VASA a majitelem této firmy byl zmiňovaný průkopník snowboardingu Luděk Váša. Snowboardy se vyráběly v Jablonci nad Nisou pod

značkou BIG FOP a také v Hradci Králové pod značkou FROPLE. Kvalita výrobků byla odlišná a hlavní výhodou byla přijatelná cena, která se od konkurence ze zahraničí velmi lišila. Snowboarding nepodporovaly pouze závody, ale také snowboardové expedice. První expedice proběhla v roce 1989 v Kavkazu. Začátkem devadesátých let došlo na území ČR k prudkému nárůstu snowboardistů a s tím došlo k rozvoji závodního snowboardingu. V ČR se dnes starají o tento sport tři organizace, kde každá z nich má na starosti jiné závody: Asociace českého snowboardingu (AČS) se podílí na organizaci závodu ve snowboardcrossu a freestylu, Úsek snowboardingu Svazu lyžařů ČR (SLČR) jehož náplní je organizace závodu ve slalomových disciplínách a Snowboardová asociace se věnuje převážně závodům ve slalomu (Binter, 2012).

Snowkiting

Historie snowkitingu sahá mnoho let zpátky, kde první evropské zmínky tohoto sportu pochází z roku 1995. Prvními průkopníci byli francouzští snowboardisté, kteří využívali nafukovací draky k jízdě ve volném terénu. K hlavní výbavě pro provozování snowkitingu patří drak, a to buď nafukovací nebo komorový, který je podobný paraglidovým křídly, šňůry, řídicí systém, lyže nebo snowboard, sedák, ochranná helma a vhodné oblečení (Burian, 2008).

Snowkiting v České republice patří k relativně novým a rychle rozvíjícím se zimním sportům. Česká republika je vhodné místo pro provozování snowkitingu díky kulatým kopcům a nezalesněným planinám. V ČR si tento sport lze vyzkoušet v Krušných horách, na Vysočině, Šumavě, ale i na severní a jižní Moravě. Adrenalinový sport jistě zvládnou i menší děti, které váží více jak 30 kilogramů (denik.cz, 2018).

3.13 Pěší a cykloturistika

V 19. století napomohlo k rozvoji pěší turistiky průmyslový rozvoj společnosti, kde hlavním důvodem rozvíjející se turistiky byla železnice, která umožňovala přístup do vzdálených míst či do vysokohorských oblastí. Vznikala také organizace a hnutí, které se postaraly o pěší turistiku a různé formy pobytu v přírodě (kct.cz, 2021).

V první polovině 19. století se začala vyvíjet turistika i v ČR díky organizovaným výletům buď jednotlivců nebo uzavřených společností. Turistika hrála významnou roli ve vyšších vrstvách, kde Josef Kajetán Tyl byl vášnivým turistou, který pořádal výlety za

památkami jako byla hora Říp, Blaník nebo Radhošť. První, kdo na území ČR propagoval tělesný pohyb byla organizace Sokol, kde jejím cílem bylo posílit tělesnou i duševní stránku svých členů. Miroslav Tyrš napomohl k založení turistické organizace a byl hlavním propagátorem nácvičku soustavného a vytrvalého pochodu (kct.cz, 2021).

11. června 1888 byl založen Klub českých turistů (KČT) a začala se psát historie české turistiky. Předsedou KČT byl zvolen Václav Náprstek známý cestovatel a milovník přírody, který po půl roce opustil své předsednické místo kvůli svým dalším povinnostem a zájmům. Krátce po založení KČT na jaře r. 1889 proběhlo organizování velké výpravy českých turistů na jednu z hlavních senzací konce minulého století, na Světovou výstavu do Paříže, která se stala velkou inspirací pro další podnikání, protože zajistila první vyšší obnos do pokladny mladého klubu, a to ve výši 1 000 zlatých rakouské měny, což tehdy představovalo pro srovnání náklady na stavbu pěkného domku (kct.cz, 2021).

První výlety pod vedením KČT byly zejména pěší, později se vcelku rychle začala rozvíjet zimní turistika na lyžích, vodní turistika a v dalších letech došlo k rozvoji vysokohorské turistiky, krasové turistiky, mototuristiky a dalších forem turistiky (kct.cz, 2021).

V roce 1818 začíná historie jízdního kola s čímž je úzce spojena historie cyklistiky. Své říditelné běhací kolo, přihlásil Karl Friedrich Christian Ludwig Freiherr Drais von Sauerbronn jako patent. Později kolo bylo na jeho počest pojmenováno „drezína“, kde obě kola byla stejně velká a neumožňovala tak vysokých rychlostí. Bratři Josef a František Kohoutové ze Smíchova postavili koncem 70. let 19. století první vysoké kolo v Čechách, které se později stalo známým pod názvem „kohoutovka.“ Světová federace (ICEA) založena v roce 1893 byla později přetransformovaná na Světovou cyklistickou unii (UCI), která funguje dodnes. První ročník Tour de France se konal roku 1903. První mistrovství v dráhové cyklistice proběhlo v roce 1893 a v roce 1921 proběhlo mistrovství silniční cyklistiky. Cyklistika se z pohledu sportovního odvětví dělí na rychlostní, terénní a sálovou cyklistiku (kolemkola.cz, 2008).

Cykloturistika, při čemž se používá k cestování jízdní kolo, je druh turistiky. Dělíme ji na rekreační formu a výkonnostní formu, která vyžaduje speciální tělesnou přípravu, ale i speciální vybavení jízdních kol (kolemkola.cz, 2008).

Pěší turistika byla nejvíce populární v 70. letech a svou tradici si drží dodnes. Zejména senioři ji využívají více kvůli menšímu vybavení jen s použitím hůlek, tzv. nordic walking, které umožňují pohyb i méně zdatným osobám.

3.14 SWOT analýza

SWOT analýza je zaměřená na charakteristiku klíčových faktorů, které ovlivňují strategické postavení firmy. Zahrnuje silné a slabé stránky firmy vnitřní situace firmy, příležitosti a hrozby vnějšího okolí (Sedláčková, 2006).

SWOT analýza se skládá ze dvou typů analýz, a to analýzy OT – příležitosti a hrozby, které vychází z vnějšího prostředí firmy. Vychází z makroprostředí, a to z faktorů politicko-právních, ekonomických, sociálně-kulturních a technicko-technologických, dále pak z mikroprostředí, které tvoří zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence a veřejnost. Po provedení analýzy OT následuje analýza SW, která vychází z vnitřního prostředí firmy, které tvoří cíle, systémy, materiální prostředí, organizační struktura aj. (Jakubíková, 2008).

SWOT analýza je převzata z prvních písmen anglických názvů a tvoří zkratku prvních počátečních písmen v anglickém jazyce (Blažková, 2007).

S – strengths (silné stránky)

W – weaknesses (slabé stránky)

O – opportunities (příležitosti)

T – threats (hrozby) (Blažková, 2007)

Následující tabulka ukazuje jednotlivé faktory uspořádané do SWOT matice.

Tabulka 1 SWOT matice

Silné stránky (strengths) S	Slabé stránky (weaknesses) W
Příležitosti (opportunities) O	Hrozby (threats) T

zdroj: vlastní zpracování

4 Vlastní práce

Ve vlastní části diplomové práce se budu věnovat Krušným horám. Nejprve představím Krušné hory všeobecně, poté se zaměřím na území z pohledu letního a zimního využití a zpracování SWOT analýzy s jejím zhodnocení. Součástí vlastní práce jsou vypracovány rozhovory se zástupci destinačních agentur působících v oblasti Krušných hor, tedy na území Ústeckého a Karlovarského kraje. V závěru vlastní práce navrhu na základě zjištěných poznatků, z provedených rozhovorů a vypracované SWOT analýzy možná doporučení do budoucna, díky kterým by se středisko mohlo dostat více do podvědomí potenciálním návštěvníkům a oblast pozdvihnout na vyšší úroveň.

4.1 Vymezení oblasti

Oblast Krušné hory a Podkrušnohoří spadá podle Czechtourismu do turistického regionu Severozápadní Čechy. Dále pak do Karlovarského a Ústeckého kraje.

4.2 Geografický popis Krušných hor

Krušné hory tvoří přirozenou hranici mezi Čechami a Německem, kde je horské pásmo táhnoucí se v délce 130 km. Na německé straně hory klesají pozvolna do nížiny, kdežto na české straně je pokles mnohem strmější (ceskehory.cz, 2021). Krušné hory tvoří dva podcelky, na jihozápadě se nachází menší Klínovecká hornatina a severovýchod tvoří větší Loučenská hornatina. Do podhůří Krušných hor zasahuje také částečně Sokolovská pánev a výrazněji pak pánev Mostecká. Do oblasti pronikají lehce Doupovské hory a České středohoří. V západní části v okolí Jáchymova a Božího Daru dosahují Krušné hory svých největších výšek, kde nadmořská výška směrem k východu se postupně snižuje, svahy spadající do podhůří jsou výrazně strmější. Nejvyšší horou Krušných hor na české straně je Klínovec (1244 m), následuje Božídarský Špičák (1115 m) a Neklid (1099 m). Na německé části Krušných hor je to Fichtelberg (1215 m) nad Oberwiesenthalem. Na západě Krušných hor leží Lubské sedlo (636 m. n. m.), které odděluje Krušné hory od Halštrovských hor. Na opačné straně sousedí s Děčínskou vrchovinou Nakléřovský průsmyk (680 m) (Krušné hory, 2002).

4.3 Charakteristika Krušných hor

V této kapitole se zaměřím na charakteristiku Krušných hor, a to z pohledu lokalizačních, selektivních a realizačních předpokladů.

Historie Krušných hor

Na nejstarších mapách Evropy se lze setkat s vyobrazením pásma Krušných hor, kde nynější jejich název vznikl v 16. století. Ve 13. století zasáhla oblast Krušných hor zemědělská kolonizace, a ani hornictví nebylo do 15. století příliš rozšířeno. Krušné hory byly bohaté na přírodní zdroje, a to vedlo k tomu, že tato oblast se stala později středem strategických zájmů okolních útvárů. Obchodní cesty, které vznikaly přes Krušné hory a spojovali české kraje s okolními státy byly chráněny výstavbou strážních hradů, kde v jejich okolí vznikala města. Ve 12. století se v pohraničních oblastech začaly stavět kláštery, kde výstavbu vedl kolonizační postup církevních řádů (ceskehory.cz, 2021).

4.4 Lokalizační faktory

Přírodní podmínky

Reliéf – Reliéf Krušných hor byl vytvořen v období prvohor variským vrásněním, díky kterému došlo k vytvoření pohoří a v období třetihor tzv. alpinským vrásněním. Krušné hory svou dnešní podobu získaly v průběhu čtvrtohor vlivem neotektonického modelování, klimatických změn a vulkanické činnosti. Charakteristickým znakem pohoří Krušných hor je asymetrická stavba, kde mírně sestupující svahy jsou na straně německého Saska, kdežto na straně Čech jsou svahy prudké (geology.cz, 2014).

Klima – Klima v oblasti Krušných hor se vyznačuje drsnějším podnebím s prudkými bouřemi, kde na podzim a v zimě se vyskytují časté větrné a sněhové smrště. Typické pro oblast je studená zima, která tu trvá poměrně dlouho a sníh padá až 100 dní v roce. Léto je velmi krátké, ale ovšem poměrně docela teplé.

Vodstvo – Mezi dvě poměrně velké řeky v oblasti Krušných hor patří Ohře a Bílina. Do řeky Ohře ústí značné množství říček a potoků hlavně ve střední a východní části hor. Hlavním přítokem řeky Ohře je Bílina a Chomutovka s přítoky Kameničky a Křimovského potoka. K vodárenským účelům na území Krušných hor slouží několik významných přehrad. Největší přehradou je Přísečnická s rozlohou 364 ha, dále Flájská (149 ha) a Horka (130 ha).

V prostorách bývalých dolů vznikly rozsáhlé vodní nádrže, které jsou dodnes využívány k rekreaci. Mezi nejznámější vodní nádrže patří Barbora u Košťan, Bomba u Lomu či Vrbenská v Mostu. Na místě bývalého lomu Chabařovice vzniklo velké jezero o rozloze 250 ha, které dnes má název Milada a slouží k rekreačním účelům. Krušné hory mají své dvě retenční nádrže, které slouží pro zachycování dešťové vody, a to Modlanskou a Kateřinu u Modlan. Krušné hory disponují menšími rybníky, kterých tu je velké množství. V západní části najdeme rozsáhlejší rybníky, a to Velký (50 ha), Děpoltovický (17 ha) a Novorolský (19 ha). Na náhorních plošinách většinou blízko rašelinišť najdeme rybníky Starý a Nový, Novoveský, Dřevařský či Kachní. K rekreaci slouží rybník Osecký v Oseku. Zatopením dolu na kamenec vzniklo Kamencové jezero u Chomutova (16,3 ha), které je dodnes Evropskou zvláštností a také velmi oblíbeným koupalištěm (Krušné hory, 2002).

Fauna a flóra – Přírozené smíšené porosty s pralesovitým rázem byly káceny postupně od středověku, což souviselo především s těžbou a zpracováním rud. Postupem času přírozené smíšené porosty byly nahrazeny výsadbou smrkových monokultur, které byly ve 20. století těžce poničeny průmyslovými imisemi, kvůli kterým bylo nutno zlikvidovat velkou část poničených a odumřelých lesů. Zdejší klimatické podmínky lépe snášejí dřeviny, kterými se zalesňovaly vzniklé holiny a jsou odolnější vůči imisím. Zbytky krásných bučin najdeme zejména na svazích nad údolími horských potoků v oblasti Jezerka, Kameničky, Vlčí rokle aj. Geologické podloží krušnohorských lesů s kyselými půdami má na svědomí vegetaci, která je poměrně chudá a málo pestrá. V zachovalých smrkových lesích rostou borůvky, různé druhy kapradin a tráva třtina chloupkatá se rozmnožila na světlinách. Sedmikvítek evropský, podbělicí lékařskou nebo chráněný mléčivec alpský lze najít v zastíněném prostředí krušnohorských lesů. V blízkosti německých hranic jsou rozsáhlá rašeliniště na vysoko položených horských plošinách s porosty borovice bažinné a borovice kleče, brusnice vlohyně, přesličky říční či violkou bahenní aj. Vzácně ve středních polohách vlhkých luk se vyskytuje nejhojnější prsnatec májový. Horské prostředí tvoří také rostliny, které sem byly zavlečeny člověkem jako je např. jestřábník oranžový, náprstník červený nebo kosatce. Nejen že se měnila skladba lesů, ale také hub. Zcela vymizela liška obecná, ryzec pravý a zřídka se vyskytuje hřib smrkový, který tu dříve rostl poměrně v značné hojnosti. Poměrně zajímavé je stále zastoupení zvěřeny, která se v oblasti Krušných hor vyskytuje. Ze savců tu návštěvník může zahlédnout jelena lesního, prase divoké, daňka evropského či muflona. Běžnými živočichy v krušnohorských lesích jsou srnec obecný,

králík divoký, zajíc, křečci, rejsci, veverka obecná, liška obecná, kuna lesní aj. Z ptáků tu lze zahlédnout dravce káně lesní a poštolku obecnou, zřídka se tu objevuje jestřáb lesní a krahujec obecný. Rájem žab jsou mokřady, rašeliniště a rybníčky, kde také můžeme narazit na čolka a mloka skvrnitého. Zmije obecná patří v krušnohorské oblasti k nejhojnějšímu druhu hadů, běžně se tu vyskytuje i slepýš, naopak vzácně můžeme vidět ještěrku živorodou. Bohaté zastoupení tu má hmyz, kde bohatá je především fauna motýlů (Krušné hory, 2002).

Maloplošná chráněná území

V lokalitě Krušných hor a Podkrušnohoří se nachází celkem 5 národních přírodních rezervací mezi které patří Božidarské rašeliniště, Jezerka, Novodomské rašeliniště, Velké jeřábí jezero a Velký močál. Dále tu najdeme dvě národní přírodní památky: Ciboušov a Doupňák. Lokalita disponuje přírodními rezervacemi, kterých má daná lokalita celkem 13, kde mezi nejznámější patří např. Rýžovna či Vlčí důl. Najdeme tu taktéž 16 přírodních památek např. Vlčí jámy či Přebuzské vřesoviště. Ptačí oblasti, které jsou vyhlášeny za účelem ochrany ptáků mají Krušné hory celkem tři: Doupovské hory, Novodomské rašeliniště – Kovářská a Východ Krušných hor. K evropsky významným lokalitám v této lokalitě patří např. Pernink, Cínovecké rašeliniště či Šibeniční vrch. Krušné hory mají celkem 7 přírodních parků např. Jelení vrch či Údolí Prunérovského potoka (Časopis Ochrana přírody, 2009).

4.5 Selektivní předpoklady

Ekonomická situace

Hrubý domácí produkt v roce 2019 přesáhl 5 647 miliard korun. V roce 2020 došlo k nejhlubšímu poklesu výkonu ekonomiky kvůli pandemii koronaviru a HDP výrazně kleslo nejvíce od vzniku samostatné ČR. V porovnání s rokem 2019 došlo k poklesu o 5,6 %, který byl ovlivněn zejména spotřebou domácností, investičními výdaji, ale také propadem zahraniční poptávky (kurzy.cz, 2021).

V posledních letech je velice často diskutovaným tématem průměrná mzda. Podle Českého statistického úřadu byla ve 3. čtvrtletí roku 2020 průměrná hrubá měsíční nominální mzda 34 611 Kč. Minimální mzda se od 1. ledna 2021 zvýšila na 15 200 Kč, zaměstnanci si tedy oproti roku 2020 přilepšili o 600 Kč (aktualne.cz, 2021).

Krušné hory leží v Ústeckém kraji, kde v porovnání s Českou republikou byla průměrná hrubá měsíční nominální mzda nižší o 1 520 Kč. Průměrná hrubá měsíční nominální mzda dosahovala tedy 3. čtvrtletí roku 2020 33 091 Kč (czso.cz, 2021).

Demografie

V České republice v roce 2020 žilo 10 702 000 obyvatel. Největší nárůst obyvatel zaznamenal Středočeský kraj a Praha. Průměrný věk obyvatel byl 43 let. Ekonomicky aktivní obyvatelstvo ve věku 15 až 64 let představovalo 76,7 % všech obyvatel (czso.cz, 2021).

V Ústeckém kraji v roce 2020 žilo 817 004 obyvatel. Průměrný věk obyvatel byl 42,4 let a je tak třetím nejmladším krajem v ČR (czso.cz, 2021).

Reklama

V Krušných horách jsou v provozu dvě destinační agentury, které mají za úkol propagovat a zvyšovat kvalitu území z hlediska cestovního ruchu. Karlovarskému kraji se věnuje destinační agentura *Živý kraj*, která byla založena v roce 2016. Cílem DA Živý kraj je propagace kraje jako exkluzivní turistickou destinaci. DA chce svou činností prezentovat širokou nabídku atraktivit regionu a zvyšovat tak zájem návštěvníků o turistické produkty. Hlavní náplň práce destinační agentury spočívá zejména v obstarání marketingu pro Karlovarský kraj, organizace různých veletrhů, výstav, fam a pres stripů, účast na veletrzích CR v tuzemsku i zahraničí, zajištění propagačních materiálů atd. DA Živý kraj spolupracuje s Ministerstvem místního rozvoje ČR a s agenturou CzechTourism (zivykraj.cz, 2021). Na území Ústeckého kraje má stejný úkol destinační agentura Krušné hory. Turistický webový portál Ústeckého kraje zahrnuje destinační oblasti České Švýcarsko, České středohoří, Dolní Poohří a Krušné hory, tvoří projekt s názvem *Brána do Čech* (branadocech.cz, 2021).

Obrázek 5 Logo DA Živý kraj



zdroj: zivykraj.cz

Výše uvedené společnosti mají daný jasný cíl, a to posílit rozvoj regionu hned v několika směrech, kde na prvním místě je uvedena péče a ochrana přírodních a kulturních

hodnot, rozvoj šetrné turistiky a posílení všeobecných znalostí a vzdělání (gatetobohemia.com, 2010).

Oba kraje dle slov předsedy spolku Destinační agentury pro Karlovarský kraj Petra Židlického intenzivně pracují na vytvoření oblastní destinační agentury pro celé Krušné hory.

4.6 Realizační předpoklady

V následující části je popsána dopravní dostupnost, infrastruktura služeb a v neposlední řadě turistická informační centra na území Krušných hor.

Dopravní dostupnost

Do Krušných hor je možnost využít několik dopravních prostředků. Pokud k dopravě využijeme automobil, který vyjíždí z Prahy, tak se napojíme na dálnici D6 směr Karlovy Vary. Z Prahy jezdí pravidelně několikrát týdně expresní skibus „CITY SKI“, který vás doveze až na Klínovec za zimními radovánkami. Jedná se o největšího poskytovatele jednodenních lyžařských zájezdů v ČR. V zimní sezóně tu jezdí několik skibusu, které lze využít pro přepravu v Krušných horách. Skibusy je možné využít za dobrých sněhových podmínek většinou vždy od prosince do půlky března. Skibus InteSkiregion Fichtelberg – Klínovec přes Boží Dar jezdí od půl 10 ráno každou hodinu až do půl 5 do odpoledne. Skibus na trase Klínovec – Háj přepravuje cestující pouze se skibus kartou Klínovec, kterou je možné obdržet v určitých ubytovacích zařízení nebo ji lze zakoupit v infocentru. Pro skibus Klínovec – Loučná – České Hamry – Barborka platí stejná pravidla jako pro skibus Klínovec – Háj. Další skibus jezdí na trase Jáchymov – lanová dráha Prima Express, který vás doveze přímo pod sjezdovku na Klínovci. V letní sezóně je možné využít klasickou autobusovou linku, která vás přepraví do vámi požadovaného místa (klinovec.cz, 2021).

Z Prahy je možné využít železniční spojení, odkud jezdí rychlík „Krušnohor“ do Karlových Varů, kde poté přeseďte na vlak či autobus, který vás dopraví na cílové místo.

Infrastruktura služeb

Ubytovací

Z důvodu poměrně velké rozlohy Krušných hor byly ubytovací služby zkoumány v Ústeckém a Karlovarském kraji. V Ústeckém kraji se nachází celkem 535 hromadných ubytovacích zařízení, kde největší část tvoří penziony (228), hotely (153) a chatové osady společně s turistickými ubytovnami (67) (czso.cz, 2020).

V Karlovarském kraji se nachází o něco více hromadných ubytovacích zařízení, a to celkem 617. Karlovarský kraj nabízí ubytování v hotelech, převážně 3* a 4*, ale v centru města lze narazit i na 5* hotely. Dále nabízí ubytování v penzionech (227), kempech, chatových osadách či turistických ubytovnách (vdb.czso.cz, 2020).

Stravovací

Většina ubytovacích zařízení disponuje svým vlastním stravováním. Kromě hotelových restaurací, či restaurací v penzionu se lze také stravovat v přílehlých restauračních zařízeních, které nabízejí českou kuchyni, ale i zahraniční. Na území Krušných hor se též nachází několik kaváren, barů, bister a rychlých občerstvení.

Turistická informační centra

V Krušných horách se nachází přes 30 turistických informačních center, ať už certifikovaných podle Asociace turistických informačních centre, či necertifikovaných. Infocentrum se nachází např. v Loučné pod Klínovcem, v Ústí nad Labem, v Měděnci, v Teplicích, v Mostě, na Klínovci atd. TIC podávají řadu cenných, užitečných a zajímavých informací o daném místě. Návštěvníci si z informačního centra mohou odnést různé prospekty, mapy či průvodce o dané lokalitě. V těchto centrech je možnost zakoupení suvenýru, upomínkových předmětů (turistické známky, pohledy). Turistická centra běžně poskytují informace o ubytovacích a stravovacích zařízeních, kulturních akcích, dopravním spojení aj. (krusnehory.eu, 2021).

4.7 Analýza současného stavu Krušných hor z pohledu zimní sezóny

Krušné hory patří k českým opomíjeným horám na rozdíl např. od Krkonoš, Orlických hor nebo Šumavy. Krkonoše se vyznačují hlavně pořádáním různých Světových pohárů, Deštné nebo Rokytnice jsou známé Orlickými horami, a když se řekne Šumava, každý z nás

si jistě vybaví vodní nádrž a lyžařský areál Lipno či Kvildu, která je nejvýše položenou obcí v ČR a je známá svými vysokými mrazy v zimním měsících.

Krušné hory i tak jsou rájem pro nadšence zimních sportů ať už sjezdového či běžeckého lyžování. Pokud návštěvníka omrzí tyto běžné sporty může s dětmi vyzkoušet něco více adrenalinového, a to snowtubing, který si děti opravdu zamilují. Jedná se o jízdu na speciálních duších sněhovým korytem. Dospělé osoby pak mohou vyzkoušet např. snowkiting.

Při nepříznivém počasí malí i velcí ocení bruslení v KV Aréně v Karlových Varech, nebo na zimních stadionech např. v Ostrově a Sokolově. Odpočinout si po celodenních sportech můžete v lázeňských městech a wellness centrech Jáchymov, Karlových Varech, Mariánských či Františkových lázní (zivykraj.cz).

I přesto, že Krušné hory jsou mezi návštěvníky méně známé, mohou se pyšnit svými kvalitními skiareály, kterých je tu celkem 17. Ve své práci níže uvádím nejznámější tři skiareály z Karlovarského kraje a tři skiareály z Ústeckého kraje.

4.7.1 Lyžařské areály

Skiareál Klínovec

Skiareál Klínovec patří k nejznámějším lyžařským střediskům v Krušných horách a nachází se v Karlovarském kraji. Jeho sportovní využití se datuje už v počátku 20. století. První sjezdové tratě tu vznikly vykácením části lesů s názvy Dámská a U Zabitýho. Skiareál Klínovec byl v roce 1991 zakoupen soukromou společností, která areál vlastní dodnes. Areál udělal obrovský pokrok za dobu provozování a snaží se o neustálou modernizaci. Zasněžovací systémy v současné době pokrývají 80 % areálu s více než 60 sněhovými děly. V roce 2011 areál zřídil vlastní retenční nádrž, která slouží k zadržování dešťové vody a umožňuje tak zasněžovat sjezdové tratě i v případě, že nastane suchý podzim či začátek zimy. Areál se pyšní výbornými podmínkami pro snowboardové nadšence, kde na ně čeká moderní snowpark. Areál byl v roce 2005 oceněn ratingovou agenturou pro česká zimní střediska a až do současnosti si nese nejvyšší známku 5*. V posledních letech areál prošel velkou modernizací, kde došlo k rozšíření sjezdových tratí, výměnou vleků za moderní čtyřsedačkové lanové dráhy s oranžovou krycí bublinou. Nejvýznamnější událostí roku 2011

bylo propojení Ski areálu Klínovce se sousedním německým Fichtelbergem, kde vznikl nový název střediska „nový Skiareál Klínovec“ (klinovec.cz, 2021).

Obrázek 6 Logo Ski Areál Klínovec



zdroj: klinovec.cz, 2021

Skiareál Klínovec nabízí v současné době 32 sjezdových tratí v celkové délce 31,5 km třech obtížností a to modrou, která je vhodná pro začátečníky, červenou pro rekreační lyžaře a černou, která je určena pro výborné lyžaře. Pro přepravu lyžařů je využíváno 5 lanových drah, 11 vleků a 5 lyžařských pasů pro děti. Areál se může pyšnit nejdelší a zároveň nejnovější spojovací sjezdovou tratí Rondo, která umožňuje lyžařům přepravu z vrcholu Klínovce na Neklid a měří 5 200 m (klinovec.cz, 2021).

Obrázek 7 Mapa Ski Areálu Klínovec



zdroj: klinovec.cz, 2021

Skiareál Plešivec

Skiareál Plešivec se nachází v obci Abertamy v Karlovarském kraji, který byl otevřen v roce 2014 a je považován za nejhezčí skiareály na území České republiky (kudyznudy.cz).

Areál Plešivec nabízí celkem 9 upravovaných sjezdovek v délce 15 km se třemi lanovými dráhami, které jsou čtyřsedačkové. Pro snowboardisty je tu k dispozici Freestyle park. Nejenže se areál pyšní svými nejmodernějšími technologiemi, ale nabízí svým návštěvníkům také nejdelší černou sjezdovku na Karlovarsku. Pro děti je k dispozici dětský park, který nabízí pohyblivý pás a dětský vlek. Součástí je také skiservis, půjčovna lyží, lyžařská škola a dvě parkoviště, která jsou zdarma (skiarealplesivec.com).

Obrázek 8 Skiareál Plešivec



zdroj: skiarealplesivec.cz, 2021

Ski areál VELFINK PERNINK

Skiareál Velfink leží v obci Pernink vzdálené asi 30 km od Božího Daru v Karlovarském kraji. Skiareál je menšího typu, vhodný převážně pro rodiny s dětmi, lyžařské výcviky, ale vyřadí se tu i zdatní lyžaři. Skiareál je v zimních měsících uměle zasněžován z důvodu nižší nadmořské výšky (850 m. n. n.) a pravidelně strojově upravován. Lyžuje se tu každý den od 9 hod do 16 hod a ve dnech středa, pátek a sobota bývá večerní lyžování od 18 hod do 20.30 hod do večera. Součástí skiareálu je půjčovna lyží a lyžařská

škola, která nabízí své služby pod vedením zkušených instruktorů. V blízkosti skiareálu je možnost využít osvětlené kolečko pro běžecké lyžování (skiaarealpernik.cz).

Skiareál Klíny

Rodinné středisko Sport areál Klíny leží ve východní části Krušných hor v Ústeckém kraji 6 km od Litvínova, 95 km od Prahy a pouhých 5 km od německých hranic. Zejména rodiny s dětmi, a ti kteří touží po klidné dovolené si užijí letních a zimních radovánek, jak indoorových, tak outdoorových. Součástí areálu je tříhvězdičkový hotel Emeran s restaurací a Mammut bar, který se nachází u horní stanice lanovky. Areál Klíny disponuje 4 sjezdovkami, které jsou pravidelně udržovány a zasněžovány, jedním lyžařským vlekem (poma), čtyřsedačkovou lanovkou a pojízdným kobercem, který je určen pouze pro zákazníky lyžařské školy. Lyžování v areálu je vhodné jak pro začátečníky, tak pro pokročilé lyžaře s možností večerního lyžování (17 hod do 20 hod). Součástí je také placené parkoviště s kapacitou 500 osobních automobilů (kliny.cz, 2014).

Provoz vleků je každý den od 9 hod do 16 hod. Celodenní skipas pro dospělého stojí v hlavní sezóně (25. 12. – 14. 3.) 490 Kč, ve vedlejší pak 350 Kč. Pro děti od 6 do 15 let zaplatí rodiče v hlavní sezóně za celodenní skipas 350 Kč, ve vedlejší sezóně 250 Kč. Děti do 6 let mají lyžování zcela zdarma. V nabídce jsou pak dále skipasy na 3 hodiny, 4 hodiny, vícedenní či sezónní skipasy. Za skipas si provozovatelé střediska účtují vratnou zálohu 100 Kč (kliny.cz, 2014).

Obrázek 9 Sportareál Klíny



zdroj: klíny.cz, 2021

Rodinné středisko Klíny nabízí 10 % slevu pro seniory nad 70 let, držitele průkazu ISIC, ITIC, IYTC a ALIVE karet. Slevu 30 % pak mohou uplatnit držitelé průkazu ZTP a ZTP/P po předložení platného průkazu.

Novinkou pro letošní rok ve sport areálu je adrenalinová jízda dlouhá 2,2 km po ocelovém laně přes Šumenské údolí, a to ve výšce 150 m nad zemí s rychlostí až 75 km/hod. Návštěvník dostane od instruktora helmu, celotělový úvazek a zajistí se na kladku s elektropohonem. Zipline na Klínech má dvě trasy, a to delší úsek, který měří 1400 m a zároveň je nejdelší v ČR, 5. nejdelší v Evropě a 20. nejdelší na světě. Kratší úsek pak měří 800 m. Zipline na Klínech je vůbec první v České republice a je v provozu celý rok. Zipline single tedy jízda pro jednu osobu stojí 950 Kč a Zipline Tandem, což je společná jízda pro dospělého s dítětem stojí 1 450 Kč (klíny.cz, 2021).

Skiareál Telnice

Nejvýchodněji položené lyžařské středisko Krušných hor je Skiareál Telnice, který se nachází v Ústeckém kraji a je dobře dostupné po dálnici D8 jak pro návštěvníky z Prahy, tak z Drážďan. Součástí areálu je vysokokapacitní parkoviště vzdálené pár metrů od lyžařských vleků. Areál nabízí návštěvníkům přes 5 km sjezdových tratí různých obtížností, rozkušenými instruktory a pro snowboardisty je tu připravený snowpark (hory.cz, 2021).

V hlavní sezóně, která tu trvá od 24.12. do 28.2. je možné pořídit dospělý celodenní skipas za 500 Kč a pro dítě za 350 Kč. Ve vedlejší sezóně, tedy od 29.2. dospělí zaplatí za celodenní skipas 450 Kč a děti 250 Kč. Lze také zakoupit čtyřhodinový skipas nebo dvoudenní. Provozní doba vleku je každý den od 9 hod do 16 hod a ve dnech středa, pátek a sobota probíhá večerní lyžování od 17 hod do 20 hod (ceskehory.cz, 2021).

Ski areál Bouřňák

Ski areál Bouřňák se nachází v prostoru obcí Moldava a Mikulov v Ústeckém kraji. Nejvyšší horou je Bouřňák 869 m. n. m. nabízející v zimě výborné sněhové podmínky s umělým zasněžováním. Ve ski areálu je celkem 8 sjezdových tratí různé obtížnosti, takže si tu na své přijdou jak začátečníci, tak pokročilí lyžaři. Zdatní lyžaři mohou své dovednosti předvést na slalomovém svahu, který patří k nejstrmějším v České republice. Pro příznivce snowboardingu je tu přichystáno několik technických prvků v horní části Hrobské sjezdovky, která se nachází jako jediná na jižním svahu. Součástí jsou dvě placené parkoviště, a to v Mikulově a Moldavě – Novém Městě, které má ovšem omezenou kapacitu, dále pak půjčovna se servisem lyží a lyžařská škola se zkušenými instruktory (skiareály-sjezdovky.cz, 2021).

Ski areál je v provozu každý den od 8 hod do 16 hod s možností večerního lyžování od úterý do soboty od 18 hod do 21 hod za 350 Kč. Ceny skipasů jsou stejné jak pro děti, tak dospělé. Skipas na 6 hodin stojí 500 Kč, na 5 hodin 400 Kč, na 3 hodiny 300 Kč, na 2 hodiny 200 Kč a na hodinu 150 Kč. Centrum Bouřňák kromě provozu sjezdového areálu zajišťuje také úpravu běžeckých tratí mezi obcemi Dlouhá Louka a Cínovec, tedy část Krušnohorské magistrály (ceskehory.cz, 2021).

4.7.2 Běžecké lyžování

Nejen vyznavači sjezdového lyžování a snowboardingu mohou oceňovat krásy Krušných hor, ale také milovníci běžeckého lyžování si přijdou na své díky upraveným běžeckým trasám od méně náročných až po zkušené běžkaře. Pro sledování stavu běžkařských tratí slouží webový portál skimapa.cz (obrázek č. 14), na kterém jsou zaznamenány všechny upravené běžecké trasy v České republice nebo kde právě probíhá jejich úprava. V západní části Krušných hor je takto zaznamenáno 296 km a ve východní části Krušných hor je to o něco méně, a to 280 km z celkových 298 km (skimapa.cz, 2021).

Krušnohorská lyžařská magistrála

Krušnohorská lyžařská magistrála vede po hřebeni Krušných hor a je jejich páteří trasou v délce 41 km. Vede přes krušnohorská střediska: Bublavu, Rolavu, Jelení, Pernink, Hřebečnou až po Boží Dar. Magistrála je v zimě pravidelně udržována zimní technikou (rolba, skútr) a napojit se na ní mohou běžkaři z Abertam, Horní Blatné, Nových Hamrů a dalších přilehlých míst. Běžkaře zcela jistě potěší občerstvení podél magistrály, a to buď v obcích okolo kterých vede trasa nebo přímo u běžkařské stopy na Červených jámách, Hřebečné či na Jelení. V létě je Krušnohorská magistrála vhodná pro pěší turistiku a cykloturistiku (krusnehoryaktivne.cz)

Obrázek 10 Červené jámy



zdroj: vlastní fotoarchiv, 2020

Boží Dar

Boží Dar je nejznámější krušnohorské středisko, které nabízí kromě výborně udržovaných běžeckých tras také celou řadu zimních sportů. V okolí Božího Daru je nespočet upravovaných běžkařských tras, kde si na své přijdou rodiny s dětmi, tak i zdatní běžkaři. Po KLM od hospůdky Špičák směrem na Hřebečnou je možnost vidět nepřístupnou část Božídarského rašeliniště, které je národní přírodní rezervací a také vám nabídne výhled na Božídarský Špičák z hráze Mrtvého rybníku. Pro celodenní výlet na běžeckých lyžích či pro zdatné běžkaře jsou upravovány trasy směrem na Plešivec, Pernink nebo Mílov (krusnehoryaktivne.cz).

Ježíškova cesta byla otevřena 8. prosince 2007 a najdeme ji na Božím Daru, kterému se také říká „Ježíškovo městečko.“ Naučná stezka Ježíškova cesta (obrázek č. 13) je vhodná pro rodiny s dětmi, která je plná zábavy a úkolů jak pro děti, tak dospělé. Na výběr jsou dva okruhy, jeden kratší, který je určen převážně nejmenším dětem (5,6km) a druhý delší je určen zdatnějším návštěvníkům (12,9km). Rodiče svým dětem v Infocentru na Božím Daru zakoupí notýsek za 50 Kč, kam se zapisují splněné úkoly, kterých má Ježíškova cesta celkem 13. Děti poznávají stopy zvířátek, stromy podle listů nebo hádají co k sobě patří. Částka za notýsek je používána výhradně na údržbu, opravu a úklid Ježíškovy cesty. Po odevzdání vyplněného notýsku na Infocentru děti obdrží malou odměnu za splněné úkoly. Ježíškovou cestu lze absolvovat v zimních měsících na běžkách, v letních měsících pěšky, s kočárkem nebo na kole. Ježíšek na Božím Daru má svou poštu kam děti házejí své přání k Vánocům a rozesílá dopisy po celé zemi s razítkem, který má symbol Ježíška (bozidar.cz, 2021).

Okolí Klínovce

Oblast Loučné pod Klínovcem, Meluzíny a Macechy nabízejí 50 km pravidelně upravovaných běžeckých tras. Nejoblíbenější trasou je magistrála mezi Horní Halží a Selským lesem, kde nástup na trasu je cca 800 m od hotelu Nástup směrem na Měděnec. Trasa je oblíbená mezi návštěvníky svým nenáročným profilem terénu, který nemá prudké stoupání, ale také je oblíben pro svou šíři a kvalitu stopy pro běžkaře, kde mohou využít klasický styl běžeckého lyžování, tak i bruslení. Náročnější trasy se stoupáním do kopce jsou v okolí Meluzíny a Macechy, kde start je z Loučné pod Klínovcem směrem na Boží Dar nebo k Hotelu Nástup (krusnehoryaktivne.cz, 2021).

Okolí Abertam

Abertamy jsou ideální volbou pro rekreační běžkaře a rodiny s dětmi, kteří vyhledávají nenáročný terén s pohodlným parkováním přímo u běžecké stopy. Pro rekreační běžkaře je pravidelně upravován krátký okruh tzv. „okolo hroudy“, pro více nadané běžkaře je upravován okruh směrem na Červené Jámy, Blatenský vrch, Boží Dar, Mílov nebo Jelení. Díky široké síti upravovaných běžeckých tras v okolí Abertam si přijde na své každý běžkař, ať už méně zdatný nebo více (krusnehoryaktivne.cz, 2021).

Okolí Perninku

Obec Pernink patří k významným krušnohorským zimním střediskům, kde o této skutečnosti svědčí vysoká návštěvnost místních lyžařských areálů, tak i široká síť dostupných běžeckých tras. U Ski areálu Velflink přímo v obci je běžkařské kolečko dlouhé 800 m, které v zimních měsících je ve večerních hodinách osvětleno a je pravidelně udržováno rolbou. Díky své poloze, ve které se obec Pernink nachází, nabízí nespočet běžkařských tras všemi směry, a to na Jelení, Horní Blatnou, Abertam a Boží Dar, který je vzdálený cca 15 km. Z Perninku do Abertam je možnost využít cyklostezky, která je v zimě upravována pro běžkaře a vede podél hlavní silnice (krusnehoryaktivne.cz, 2021).

4.7.3 Další zimní aktivity

Snowkiting

Jedná se o relativně mladý a rychle rozvíjející se zimní sport ke kterému jsou zapotřebí pouze vhodné povětrnostní podmínky, prostor, tažný drak a lyže či snowboard. Tento sport si lze vyzkoušet v několika sportovních centrech, jako je Snowkite centrum Boží Dar, kde se nachází dvě centra, a to Best Snowkiting, který nabízí kurzy a zapůjčení vybavení a Harakiri Kite centrum, které nabízí půjčovnu i test centrum a láká návštěvníky na nejvýše položené kurzy. Poslední kite centrum je v Abertamech (zivykraj.cz, 2021).

Snowtubing

Snowtubing láká malé i velké na rychlou jízdu s pomocí nafukovacího kruhu zmrzlým korytem. Snowtubing se nachází ve skiareálu Novako na Božím Daru, kde jedna jízda stojí 50 Kč a pět jízd lze pořídit za zvýhodněnou cenu za 220 Kč, deset jízd pak za 400 Kč. Pro provoz tohoto sportu jsou nutné dobré povětrnostní podmínky. V sousedním

Německu je snowtubing provozován v největším skiareálu východního Německa – Fichtelberg, které leží pouze 6 km od Božího Daru (zivykraj.cz, 2021).

Psí spřežení

Psí spřežení neboli musherství lze vyzkoušet ve Sportovním areálu Eduard, který se nachází mezi Neklidem a Božím Darem. Návštěvníka zprvu čeká seznámení se s fascinujícím plemenem Husky, následuje jejich krmení, postrojení a zapřažení. Poté je návštěvník obeznámen technikou jízdy a základními povely. Po dokončení vyjíždky je nutné odstrojit čtyřnohého sportovce, vypráhnout a dát pamlsk za odvedenou jízdu. Celý program trvá něco málo přes hodinu, samotná jízda pak se psím spřežením zhruba dvacet až čtyřicet minut. Tento program stojí 2 300 Kč, pokud ovšem ale chcete zažít pořádný adrenalin, je možnost se stát musherem na saních za 3 200 Kč. Sportovní centrum Eduard nabízí mimo jiné i Skijoring, což je jízda na běžecích lyžích s jedním nebo dvěma psy. Hodina tohoto zážitku vyjde na 1 500 Kč (zivykraj.cz, 2021).

Obrázek 11 Psí spřežení



zdroj: zivykraj.cz, 2020

4.8 Analýza současného stavu Krušných hor z pohledu letní sezóny

Krajina Krušných hor nabízí návštěvníkům v letních měsících stejně bohatou nabídku aktivit, jako v těch zimních. Najdeme tu turistické a cyklistické trasy, které jsou vhodné i pro rodiny s dětmi. Krušné hory nabízí zajímavé přírodní pamětihodnosti, hrady a jejich zříceniny, stezky, herní a adrenalinové atrakce.

4.8.1 Naučné stezky

Na území Krušných hor a Podkrušnohoří vede více než 30 naučných stezek, které seznamují návštěvníky s historií, faunou a flórou, těžbou uhlí aj. v Krušných horách. K nejznámější naučné stezce patří Ježíškova cesta viz. kapitola 4.7.2. O zvláštnostech rašeliny a historii těžby rašeliny v Krušnohoří se dozvíte na naučné stezce Cínovecká rašeliniště a Božídarské rašeliniště, kde můžete vidět nenarušenou, současně těženou a vytěženou nebo postupně zarůstající rašelinu. Dominantou Božídarského rašeliniště je hora Špičák (1 115 m), která pochází z období druhohor a mladších třetihor (kudyznudy.cz, 2021).

4.8.2 Cykloturistika

Krušné hory se pyšní svou malebnou přírodou a širokou sítí cyklistických tras pro návštěvníky. V létě jsou trasy využívány cyklisty a v zimě jsou upravovány pro běžkaře.

Krušné hory nabízí více než 400 km cyklistických tratí, čímž dávají na výběr jak rodinám s dětmi, tak profesionálním cyklistům. Pro silniční a trekingová kola jsou k dispozici nenáročné okruhy vedeny po místních komunikacích a silnicích III. třídy s někdy vyskytující se lesní cestou. Pro lepší orientaci a bezpečnost na trasách je vhodné mít u sebe turistickou či cykloturistickou mapu oblasti. Cyklistických okruhů pro méně náročné cyklisty je tu celkem 5 různě dlouhých (22 km, 30 km, 38 km, 65 km, 18 km) (bozi-dar.eu).

Pro velmi náročné cyklisty nabízí Krušné hory Trail Park Klínovec, kde jsou nejdelší upravené trasy v Evropě. Jedná se o síť stezek určenou pro horská kola, která nabízí 30 km trailů různých obtížností a 70 km značených tras po lesních cestách. Z vrcholu Klínovce, kam vás vyveze lanová dráha i s vaším kolem, jsou upravovány čtyři trasy různé obtížnosti (trailpark.cz, 2021).

Obrázek 12 Cyklotrasy Krušné hory



zdroj: vlastní fotoarchiv, 2019

4.8.3 Turistická místa

Hornická minulost

Jak již bylo zmíněno, Krušné hory jsou spojeny s hornictvím, které ovlivňovalo krajinu i kulturu této oblasti celá staletí a na staré štolý narazíme na celém jejich území. Jáchymov nabízí zpřístupněnou štolu jako památku těžby stříbrných a uranových rud. Důl Mauritius v Abertamech je největší cínový důl v Krušných horách, dále štolu Johannes na Zlatém kopci je historií těžby kovů. Mezi další štolý patří štolu Lechnschafer v Mikulově, Starý Martin v Krupce což je nejstarší cínová hornická oblast v Krušných horách a poslední Štolý na Měděnci (kudyznudy.cz, 2019). V letošním roce byla nově otevřená štolu Astoria, v lázních Jáchymov (kudyznudy.cz, 2021).

UNESCO

Přes 800 let se na území Krušných hor soustavně těžilo a zpracovávala ruda, díky tomu vznikla na tomto území unikátní hornická krajina s hornickými památkami, které se nacházejí v nadzemí i podzemí a je zde hustá síť horních měst. Celkem 22 komponentů

(památek), které jsou součástí Hornického regionu Erzgebirge/Krušnohoří bylo po dlouhém úsilí 6. července 2019 zapsáno na Seznam světového dědictví UNESCO. Na saské straně Krušných hor se nachází 17 památek a mezi 5 památek na české straně Krušných hor patří:

- Hornická krajina Jáchymov
- Hornická krajina Abertamy – Boží Dar – Horní Blatná
- Hornická krajina Krupka
- Rudá věž smrti
- Hornická krajina na vrchu Mědník

K přidruženým objektům pak patří Vápenka v Háji u Loučné pod Klínovcem, která je v současnosti přístupná veřejnosti (montanregion.cz, 2021)

Rozhledny

Krušnohorské rozhledny nabízí nádherné výhledy do okolí a pozorování krušnohorských vrchů, z některých je možné za dobré viditelnosti dohlédnout na Slavkovský les, na České Švýcarsko nebo České středohoří. Mezi nejznámější rozhlednu v Krušných horách patří Klínovec, která se nachází na nejvyšším vrcholu Krušných hor a z vyhlídkového ochozu je krásný rozhled na Ještěd, Lužické hory a Děčínský Sněžník. Další rozhledny, které určitě stojí za návštěvu jsou Blatenský vrch, Cibulka, Plešivec, kamenná rozhledna Hláška u obce Hora Svaté Kateřiny, Jeřabina, Vlčí hora u Oseka a další (smilingway.cz, 2021).

Hrady a zámky

Česká republika je proslulá svou historií a velkým počtem zachovalých hradů a zámků, ovšem Krušné hory jich moc nenabízejí. Ke Karlovarskému kraji patří gotická perla, hrad Loket, ve kterém je možnost navštívit muzeum historických zbraní. Z hradu Cheb je dodnes dochováno torzo s obrannou Černou věží a kaplí. Horní hrad „Hauenštejn“ stojící na skále u Stráže nad Ohří je momentálně v rekonstrukci a je otevřena pouze hradní věž, zámecká kaple a přilehlé arboretum. Po stopách tajemné Bílé paní se můžete vydat na hrad Vildštejn, jeden z nejstarších hradů v Čechách (zivykraj.cz, 2021).

Na okraji Slavkovského lesa se nachází zámek Kynžvart, kde lze navštívit muzeum s historickými mincemi či exotickými zbraněmi. Druhá nejvzácnější památka ČR, tedy hned po korunovačnických klenotech se nachází v zámeckém areálu Bečov nad Teplou. Při návštěvě

Karlovarského kraje nesmíme zapomenout na zámek Chyš, Valeš, Sokolov a Ostrov (zivykraj.cz, 2021).

K nejznámějším hradům v Ústeckém kraji patří gotický hrad Hasištejn, Kostomlaty, hrad Budyně nad Ohří, hrad Kadaň nebo hrad Hněvín na kterém se nachází hvězdárna dr. Antonína Bečváře. Ve stejnojmenné vesnici Duchcov stojí zámek ze 13. století. K dalším zámkům v tomto kraji patří zámek Jezeří, Klášterec nad Ohří či zámek Valdštejnů (navylet.cz, 2021).

Zříceniny hradů

V Krušných Horách a Podkrušnohoří je k navštívení celá řada zřícenin hradů. K nejznámějším romantickým zříceninám patří Andělská hora, dříve nazývaná Engelsburg, kde dodnes jsou zachovány hradby, zbytky čtyřhranné věže a dvojice bran. Tato zřícenina je proslulá natáčením filmu Balada pro banditu v roce 1978. Hrad Neuberg byl ve 13. století původně vystaven s cílem střežit cestu z Aše do Elsteru v Sasku, který byl během své historie několikrát poškozen a v roce 1610 zničen požárem, kde od této doby chátrá až do dnešní zříceniny (zivykraj.cz, 2021).

Mezi další zříceniny, které se nachází ve sledovaném území patří zřícenina v Nejdku, Rýzmburku, Hasištejnu, Pernštejnu a Kyšperku (regiontourist.cz, 2021).

Lázeňská místa

Nedaleko Krušných hor leží největší lázně v České republice, které patří k nejkrásnějším evropským lázeňským městům, Karlovy Vary, které jsou lázním zasvěcené. Lázně v Karlových Varech ležící v malebném údolí řeky Teplé navštěvují každoročně tisíce lidí z celého světa (zivykraj.cz, 2021).

Kromě lázní Karlovy Vary jsou v Karlovarském kraji další 4 lázeňská města, kde každé z nich je něčím unikátní. Mariánské lázně jsou druhými největšími českými lázněmi, Františkovy lázně, které jsou obklopené rozsáhlými parky a lesoparky a lázně Kynžvart známé pro léčbu dětí od 2 do 15 let. Lázně Jáchymov jsou první radonové lázně světa, které se proslavily léčbou pomocí radonových koupelí (zivykraj.cz, 2021).

Ústecký kraj se pyšní nejstaršími lázněmi nejen v ČR, ale i v Evropě, které se nachází v Teplicích. Další lázeňská města, do kterých můžeme zavítat je lázeňský dům Evženie

v Klášterci nad Ohří, nebo využít širokou nabídku služeb Tereziny lázní v Dubí či v lázních Mšené (idatabaze.cz, 2021).

Další zajímavá místa

V Karlovarském kraji se nachází nespočet zajímavých míst v oblasti Krušných hor, které lze navštívit ať už v letním, tak zimním období. K těm zajímavým, které bych doporučila, patří následující:

Božídarské rašeliniště

Božídarské rašeliniště je národní přírodní rezervací od roku 1965 a patří k největším krušnohorským rašeliništím. Tímto územím prochází naučná stezka, která je vhodná pro matky s kočárky i pro vozíčkáře (kudyznudy.cz, 2021). Dominantou Božídarského rašeliniště je nejvyšší čedičová kupa sopečného původu, tedy Božídarský Špičák ve střední Evropě (viz kapitola 4.9.1.) (bozi-dar.eu, 2021).

Dračí skála

Dračí skála je 10 m vysoká malební skalní hradba, dlouhá přes 100 m, která byla dříve oblíbená mezi turisty díky svému vyhlídkovému místu. V současnosti je výhled omezen, kvůli vysokému lesnímu porostu (krusnohorci.cz, 2021).

Krušnohorské plató

Krušnohorské plató zahrnuje luční a lesní komplexy, rašeliniště ve vysokých polohách Krušných hor. K tomuto území patří národní přírodní rezervace (Velký močál, Božídarské rašeliniště, Velké Jeřábí oko), přírodní rezervace (Rýžovna a Malé Jeřábí oko) a přírodní památky Přebuzské vřesoviště a Vlčí jámy. Území Krušnohorské plató je velmi cenné území z hlediska botaniky a živočichů (krusnohorsky.cz, 2009).

Rýžovna

Obec Rýžovna leží na naučné stezce Blatenský příkop a svůj název si získala podle „rýžování“ krupek cínové rudy ze šterkových naplavenin. V dolech, které se nachází v této obci se dříve těžilo stříbro, kobalt i uran. Obec kdysi měla až 800 obyvatel, téměř v 70 domech se základními službami (kostel, škola), ale dnes je téměř zaniklou krušnohorskou obcí. Za návštěvu v Rýžovně stojí místní penzion a restaurace Salaš, pivovar Rýžovna s přílehlou restaurací a kostel sv. Václava (bozidar.cz, 2021).

Vlčí a Ledová jáma

Na úbočí Blatenského vrchu najdeme Vlčí a Ledovou jámu, které jsou pozůstatky hornické činnosti. Vlčí jáma je skalnatou roklí s hloubkou 25 m, šířkou 40 m a její délka je 200 m, která vznikla při těžbě cínu, nikoliv dílem přírody. Rokle je nepřístupná, a to proto že z bočních stěn se uvolňují kameny. Pouze z vrchní části můžete obdivovat Vlčí jámu a její mohutnost propadliny. Bývalý důl sv. Jiří, dnes známý jako Ledová jáma, dosahoval dříve hloubky až 50 m. V letním období se tu uchovává led, a to díky teplotnímu režimu a nahromaděnému studenému vzduchu, který se vytváří v profilu této průrvy. K oběma jámám vede z náměstí Horné Blatné naučná stezka, která vede přes pozůstatky rýžovišť a vodního příkopu (krusnohorci.cz, 2021).

Vánoční dům na zámku Doubí

Vánoční dům na zámku Doubí najdeme v lázeňském městě Karlovy Vary, který je jediným Vánočním domem v České republice a skládá se z několika částí. První částí je Muzeum medvídků, kde je největší sbírka medvídků v ČR a je zapsána v „České knize rekordů.“ Druhou částí, kterou Vánoční dům nabízí je Muzeum Vánoc a vidět tu např. můžete staré ozdoby, pohledy, formičky na cukroví aj. Třetí částí je Kouzelné městečko, ve kterém je možno vidět svítící domečky, ledová kluziště, kolotoče nebo spousta barevných světýlek. Atmosféru Vánoc načerpáte na prodejní výstavě, která bývá mezi návštěvníky nejoblíbenější. K nejvoňavější a nejsladší části Vánočního domu patří kavárna, ze které je krásný výhled na řeku Ohři (vanocnidum.cz, 2021).

Rudá věž smrti

Rudá věž smrti se nachází v obci Ostrov v části Vykmánov, který leží v okrese Karlovy Vary. Sedmipatrová budova v 50. letech 20. století byla využívána jako třídírna uranové rudy, kde političtí vězni byli nuceni vyvážet rudu do nejvyššího patra věže, kde ji přesypávali do obrovských sít, kterými se ruda propadla až do přízemí, a to bez jakýchkoliv ochranných pomůcek. Kvůli těžké práci, špatné životosprávě a vysoké radioaktivity většina vězňů, kteří pracovali v Rudé věži zemřela. Kvůli velkému množství úmrtí a cihlové barvě zdiva, ze kterých byla věž postavena, ji vězni začali říkat „Rudá věž smrti.“ V roce 2008 byla Rudá věž smrti vyhlášena národní kulturní památkou a od 6. července 2019 je zapsána na Seznam světového dědictví UNESCO jako součást Hornického regionu Erzgebirge/Krušnohoří (vezsmrti.cz, 2021).

K nejnavštěvovanějším místům Ústeckého kraje patří bezpochyby příroda Národního parku České Švýcarsko, a to Soutěsky Kamenice, Pravčická brána, Rokle Soorgrund, řeka hřenská Kamenice, naučná stezka Okolím Hřenska, Gabrielina stezka aj. (kudyznudy.cz, 2021).

4.9 Cestovní ruch v Ústeckém kraji

V roce 2018 navštívilo Ústecký kraj celkem 630 896 hostů (tabulka č.2), kde necelých 64 % tvořili domácí hosté. Ze zahraničních hostů přijelo nejvíce návštěvníků z Německa, Slovenska a Polska (czso.cz, 2019).

Koronavirová pandemie v roce 2020 se dotkla nejen Ústeckého kraje, ale i celé České republiky. Došlo k poklesu jak domácích návštěvníků, tak i těch zahraničních. Ústecký kraj v tomto roce navštívilo pouze 378 035 hostů, což je o polovinu méně nežli v roce 2018 (czso.cz, 2021).

4.10 Cestovní ruch v Karlovarském kraji

V Karlovarském kraji v roce 2018 využilo 1 120 596 návštěvníků ubytovací hromadná zařízení (tab.č.2) a kraj je tak šestým nejnavštěvovanějším regionem České republiky podle počtu hostů. Nejvíce návštěvníků přijelo ze sousedního Německa, dále z Ruska a Číny. V Karlovarském kraji návštěvníci strávili průměrně 4,7 dne, kde tráví nejvíce času ze všech krajů ČR (czso.cz, 2019).

Tabulka 2 Počet hostů v UHZ Karlovarský a Ústecký kraj

	Hosté		
	celkem	nerezidenti	rezidenti
ČR celkem	21 274 686	10 635 645	10 639 041
v tom kraj:			
Hl. m. Praha	7 895 002	6 674 368	1 220 634
Středočeský	1 135 224	281 019	854 205
Jihočeský	1 729 447	644 163	1 085 284
Plzeňský	837 737	307 525	530 212
Karlovarský	1 120 596	684 960	435 636
Ústecký	630 896	215 515	415 381
Liberecký	1 005 093	211 409	793 684
Královéhradecký	1 343 124	301 952	1 041 172
Pardubický	463 686	63 995	399 691
Vysočina	602 225	79 066	523 159
Jihomoravský	2 039 833	685 494	1 354 339
Olomoucký	698 978	141 569	557 409
Zlínský	781 410	129 704	651 706
Moravskoslezský	991 435	214 906	776 529

zdroj: Český statistický úřad, 2018

Z tabulky č. 2 je patrné, že Karlovarský kraj patří k top navštěvovaným regionům. Před tímto krajem se umístila Praha, Jihomoravský kraj, Jihočeský kraj, Královehradecký a Středočeský kraj. Zahraničních turistů přijelo více než těch domácích.

V důsledku koronavirové pandemie došlo i v Karlovarském kraji k úbytku návštěvníků. V roce 2020 navštívilo ubytovací hromadná zařízení téměř polovina co v roce 2018, a to 677 441 návštěvníků. Průměrná doba přenocování se snížila ze 4,7 dne na 4,3 dne (vdb.czso.cz, 2021).

4.11 Strukturované rozhovory se zástupci destinačních agentur

Strukturované rozhovory se zástupci destinačních agentur byly realizovány za účelem zjištění současného stavu cestovního ruchu, jeho rozvoje do budoucna a marketingových aktivit krajů. Rozhovory byli provedeny celkem dva, a to v destinační agentuře Krušné hory o. p. s., která se zaměřuje na Ústecký kraj a v destinační agentuře Živý kraj, která působí na území Karlovarského kraje. Strukturovaný rozhovor obsahující 7 otevřených otázek byl původně plánován osobním kontaktem se zástupci, ale z důvodu epidemiologických opatření jsme se zástupci DA domluvili, že bude proveden emailovou komunikací. Cílem těchto rozhovorů bylo zjištění, v jaké situaci se cestovní ruch na území Karlovarského a Ústeckého kraje nachází, jak probíhá propagace krajů a jaké jsou slabé a silné stránky kraje, příležitosti a hrozby v oblasti cestovního ruchu. Dalším tématem rozhovorů bylo zhodnocení spolupráce subjektů v daném území a jak funguje destinační management na území Karlovarského/Ústeckého kraje.

Destinační agentura Živý kraj pro Karlovarský kraj byla založena v roce 2016 a svou činnost provozuje v Karlových Varech. Destinační agentura byla založena s hlavním cílem, a to propagovat kraj jako výjimečnou turistickou destinaci s pestrou nabídkou atraktivit regionu. Nyní má společnost 7 stálých zaměstnanců.

Destinační agentura Krušné hory, o. p. s. vznikla v roce 2010 a svou činnost provozuje v Litvínově. Destinační agentura byla založena s cílem podpořit udržitelný rozvoj tohoto regionu a zachování výjimečných přírodních a kulturních hodnot. Nyní má společnost 5 stálých zaměstnanců.

Jako destinační agentura máte plnit funkci koordinátora pro dané území Krušných hor (Karlovarský, Ústecký kraj) a zajistit tak rozvinutou lokalitou v oblasti CR. Jak vnímáte tuto roli a jaké jsou Vaše hlavní aktivity? Daří se Vám jednotlivé úkoly plnit?

Ing. Petr Židlický odpověděl, že „Živý kraj – Destinační agentura pro Karlovarský kraj, je krajskou DMO, a jako taková neplní, a ani nemá plnit, úlohu koordinátora pro území Krušných hor. Z důvodu absence oblastních DMO v regionu přesto částečně realizuje aktivity spojené s tímto územím, především ve smyslu propagace území pro trávení letní i zimní dovolené nebo v souvislosti s propagací Hornického regionu Krušnohoří /Erzgebirge. V tomto směru se nám daří jednotlivé úkoly plnit, ať už samostatně viz naše letní a zimní suplementy, PR a inzerce nebo naše online prezentace <https://native.seznamzpravy.cz/toulky-po-stopach-krusnohorskych-horniku/> , respektive <https://zivykraj.cz/vyletni-cile/krusne-hory/>.“

Paní Petrlíková za DA Krušné hory o. p. s. pro Ústecký kraj odpověděla: „Naše Destinační agentura Krušné hory o. p. s. je krajskou DMO, nikoliv však oblastní agenturou. Oblastní agentura pro Krušné hory zatím není, ale je ve fázi příprav. Zatím je pouze deklarována ochota na spolupráci obou krajů ležící na území Krušných hor. Přesto, ale realizujeme aktivity spojené s územím Krušných hor ve smyslu propagace území pro trávení zimní i letní dovolené. Nebo také propagujeme UNESCO – Hornickou krajinu Krušnohoří. Jednotlivé úkoly v tomto směru se nám daří plnit.“

Máte formulovanou marketingovou strategii? Jak se Vám daří tato marketingová strategie plnit?

„Každoročně připravujeme marketingový plán na nadcházející rok. Ten obsahuje nejen témata, která v daném roce hodláme komunikovat, ale také komunikační strategii a návrhy jednotlivých kampaní. Plán se zpravidla daří beze zbytku naplnit. V posledních dvou letech jsme pak dokázali velmi rychle reagovat na často se měnící protipandemická opatření a komunikaci rychle a efektivně měnit s ohledem na vývoj situace.“ Odpověděl Ing. Petr Židlický za DA pro Karlovarský kraj.

„Každý rok připravujeme marketingový plán na následující rok, který obsahuje aktivity, které chceme řešit, zahrnuje komunikační strategii, a i návrhy jednotlivých kampaní. Plán se daří vcelku dobře plnit, pokud tedy nepřijdou nečekané změny

(např. protiepidemická opatření). Na situaci ohledně COVID – 19 jsme dokázali relativně velmi rychle reagovat, kde se situace měnila pomalu ze dne na den.“ Odpověděla paní Petrlíková za DA pro Ústecký kraj.

Jaké projekty realizujete? Mají nějakou roli v těchto aktivitách vaši partneři?

Ing. Petr Židlický na tuto otázku odpověděl následovně: „*Nejsme realizátory konkrétních lokálních projektů. Toto nám nepřislouží. V rámci našich aktivit jsme nicméně v kontaktu s místními podnikateli a informačními centry, stejně jako partnery z Ústeckého kraje nebo Saska.*“

Paní Petrlíková odpověděla na otázku takto: „*Projekty jsou zaměřeny na seznámení s Krušnými horami, ale i podhůřím, s historií, která se prolíná do současnosti. Region je známý hornictvím a lázeňstvím. Projekt Hornická stezka Krušných hor – vznikla brožura, turistické vizitky. Soutěž Krušnohorská NEJ – Turisté nejen z Ústeckého kraje mohou nominovat do soutěže tu novinku, která je v uplynulém roce nejvíce oslovila. „Může to být akce, zážitek, nově otevřená restaurace, ubytování nebo třeba propagační materiál, nový časopis o cestování, aplikace, webové stránky, prostě cokoliv, co podporuje cestovní ruch v regionu. Podmínkou je, aby se jednalo o novinku z oblasti Chomutovska, Mostecka, Litvínovska, Bilinska, Teplicka a horské části Krušných hor.“ Soutěž Velká fotografická soutěž – soutěž pro všechny nadšené fotografy a youtubery jak z řad amatérů, tak profesionálů. Ze zaslaných fotografií se tiskne ve spolupráci s Nadačním fondem Obnova Krušnohoří kalendář Krásy Krušnohoří a na FB se vybírá nejsympatičtější fotografie a její autor dostává finanční cenu. Fotografie pak Destinační agentura využívá k propagaci Krušných hor.*

Podpora prodeje – využívání map, turistických průvodců, slevové systémy. Návštěvníká karta Karlovarský/Ústecký kraj? (slevová karta pro opakované návštěvníky Krušných hor) – máte nějaké? Popřípadě jaké?

Paní Petrlíková uvedla, že: „*V Ústeckém kraji jsou využívány tzv. rodinné pasy, které nabízí výhody a slevy pro rodiny s dětmi mající trvalý pobyt v Ústeckém kraji. Dále jsou využívány tzv. senior pasy určeny pro občany starší 55 let pak je to 4K karta poskytující slevy při návštěvě míst a měst Dolního Poohří. Ucelenou kartu pro návštěvníky Ústeckého kraje či oblasti Krušných hor jako takovou nemáme.*“

Ing. Petr Židlický za DA pro Karlovarský kraj uvedl: „Destinační agentura v rámci své ediční činnosti vydává řadu propagačních materiálů, ať už obecných nebo zaměřených na konkrétní nabídku (památky, tipy pro rodiny s dětmi, cyklovýlety, naučné stezky apod.) Tyto distribuujeme nejen v rámci veletrhů, ale jsou volně k dispozici také pro informační centra a podnikatelské subjekty. Zároveň jsme partnerem projektu Karlovy Vary Region Card viz <https://karlovyvarycard.cz/cs>, kde je zařazeno také několik nabídek z oblasti Krušných hor. Jinak neposkytujeme žádné jiné slevové karty pro pravidelně vracející se návštěvníky. Věřím, že kdyby tato skutečnost se stala realitou, tak by to přilákalo více turistů.“

Jak propagujete destinaci? Účastníte se veletrhů? (případně jakých)

Ing. Petr Židlický uvedl: „Zajišťujeme marketing pro Karlovarský kraj v oblasti ČR pomocí veletrhů, workshopů, výstav, fam a press tripů. Účastníme se různých veletrhů týkající se ČR jak v tuzemsku, tak i v zahraničí např. RegionTour Brno, Reisemesse Dresden v Německu, Holiday World Praha, Jarní Český den v Moskvě a Petrohradě, Euroregion Tour Jablonec a spousta dalších. V rámci veletrhů se regiony prezentují zpravidla samy. V rámci dílčích kampaní nebo společných propagačních materiálů je pak samozřejmě vždy postupováno společně s agenturou CzechTourism a jednotlivé návrhy jsou konzultovány např. v rámci zasedání koordinátorů cestovního ruchu. Kromě veletrhů se účastníme také různých akcí, kterými jsou např. Hornické dny, Mattoni ½ Maraton Karlovy Vary či Karlovy Vary City Triathlon. Ve spolupráci s agenturou CzechTourism jsme zrealizovali několik workshopů a zúčastnili se několika konferencí. Snažíme se jako DA propagovat na sociálních sítích, kam se snažíme přidávat několik zajímavých informací několikrát týdně, neboť sociální sítě jsou v dnešní době velmi populární. Bohužel situace ohledně COVID - 19 nebyla příznivá a v roce 2020 jsme museli zrušit několik veletrhů a akcí jak tady na domácím prostředí, tak v zahraničí. V následujících sezónách se chceme zaměřit hlavně na propagaci zdravého životního stylu a pohybu v přírodě.“

Paní Petříková za DA pro Ústecký kraj odpověděla: „Destinaci jako takovou nepropagujeme, snažíme se propagovat subjekty v destinaci. Veškeré finanční prostředky investujeme do propagace Krušných hor, jejich památek, podnikatelů, přírodních atraktivit. Propagace probíhá v lokálních médiích, celostátních médiích, na webu, FB a Instagramu DAKH. K propagaci využíváme i Ústecký kraj (Cyklotoulky, Běžkotoulky). Vyhlašujeme

soutěže na FB (např. zveřejnění fotografie s regionálním produktem). Pořádáme Cyklojízdy s průvodcem, kde seznamujeme účastníky s Krušnými horami.

„Veletrhů se účastníme v součinnosti s Ústeckým krajem. Při našem rozpočtu by samostatná účast na veletrhu byla finančně náročná a bez potřebného efektu. Běžně se účastníme veletrhu v Německu Reisemesse Dresden, Holiday World v Praze, ForBike v Praze.“

Prezentujeme se také v médiích, a to v magazínu KAM po Česku, TRAVEL EYE a Metro. Dále se prezentujeme v Chomutovském a Mosteckém deníku. V roce 2020 jsme natáčeli pro televizi Novu, pořad Snídaně s Novou. Pořádáme presstripy pro novináře v Holandsku a Polsku. Vydáváme pravidelný Magazín zábavy v Krušných horách každý měsíc, který je zveřejněný na webu a zasílán pravidelně novinářům.

Jak funguje na území Krušných hor destinační management? Chovají se subjekty spíše jako spojenci nebo jako konkurence?

Ing. Petr Židlický odpověděl takto: „Toto můžeme posuzovat pouze z pohledu krajské DMO. V řadě případů se jedná o vzájemnou spolupráci. Detailní vhled do oblasti nicméně nemáme. Z tohoto důvodu se aktuálně jedná o možném vzniku oblastní DMO Krušné hory, na které by se podílel jak Karlovarský a Ústecký kraj, tak společnost Montanregion o.p.s. Na ústecké straně tuto funkci již plní Destinační agentury Krušné hory se sídlem v Litvínově. V karlovarské části toto částečně doplňuje Lokální destinační agentura Centrální Krušnohoří z.s.“

Paní Petrlíková odpověděla takto: „Destinační management můžeme posoudit pouze z pohledu krajské DMO, jelikož nejsme oblastní DMO. V rámci krajské DMO se převážně jedná o vzájemnou spolupráci, nikoliv o konkurenci. Jak jsem již psala, je v jednání založení oblastní DMO pro Krušné hory.“

Jaké silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby si myslíte, že má Karlovarský/Ústecký kraj?

Ing. Petr Židlický z DA Karlovarského kraje odpověděl: „Silné stránky vidím v podobě lázeňství jako klíčové odvětví regionální ekonomiky, a to z hlediska počtu pracovních míst i ekonomického přínosu, dále lázeňství jako dlouholetou tradici s vysokou kvalitou přírodních léčivých zdrojů. Lázeňství je tedy pro Karlovarský kraj dominantním

postavením. K dalším silným stránkám řadím místní produkty, kterými jsou např. Becherovka, Mattoni, lázeňské oplatky či pivovary. Podotýkám také, že Karlovarský kraj se může pyšnit kvalitním značením turistických a lyžařských tras, dále i cyklotras. Karlovarský kraj si drží svou silnou pozici na vybraných zdrojových trzích CR (Německo, Rusko).“

„Ke slabým stránkám Karlovarského kraje patří nízká nabídka propojení tradičních služeb (wellness, lázeňství) s ostatními službami CR a volnočasovými aktivitami. Některé formy cestovního ruchu zaostávají, např. kongresový CR. Rád bych uvedl také pouze sezónně vytížené ubytovací kapacity, kvůli nerovnoměrné nabídce dalších služeb cestovního ruchu. S tím souvisí také doprovodná infrastruktura služeb jako jsou toalety, parkoviště či navigační systém a též dopravní infrastruktura, která je ve špatném stavu. Za velmi slabou stránku považuji nedostatek finančních zdrojů na obnovu a údržbu kulturních památek. Nemáme ani dostatek kvalifikovaných pracovníků, v CR a lázeňství, kteří by byli vybaveni dostatečnou jazykovou bariérou, tudíž máme slabou přeshraniční spolupráci.“

„Karlovarský kraj má několik příležitostí mezi hlavní bych zařadil rozvoj dopravního spojení v rámci ČR a Evropy, a to v podobě silniční, železniční a letecké sítě, neboť Karlovy Vary mají svoje letiště. Terénní cyklistika, nordic walking či lyžování jsou aktivity v přírodě ve kterých vidím velký potenciál v této době. Karlovy Vary, jak jsem již se zmiňoval mají velký potenciál v lázeňství, což je super, ale chybí nabídka jiných forem turismu (např. pobyty pro rodiny s dětmi, golf, cykloturistika). Chybí nám zapojení podnikatelských i neziskových subjektů do destinační spolupráce. Problém vidím ve slabší propagaci, na které bychom měli zapracovat, neboť dnešní potencionální návštěvníci tráví dost času na sociálních sítích.“

„Hrozby jsou v dnešní době opravdu vysoké, neboť sama vidíte, co se kolem nás děje. Obavy máme z dalšího zastavení ekonomiky, zastavení CR, uzavření hranic a také zhoršení bezpečnosti situace v regionu, neboť lidé jsou v dnešní době zlí a agresivní. S tím souvisí i to co se děje v zahraničí, zejména pokud nastanou ekonomické potíže v našich hlavních zdrojových oblastech, bude to mít dopad na náš CR. Hrozbou jsou i dnešní měnící se preference cílových skupin.“

Paní Petrlíková uvedla: „Mezi silné stránky Ústeckého kraje patří především pestrá nabídka atraktivit a aktivit pro trávení volného času. Nabízí se tu široký prostor pro rozvoj

cykloturistiky a agroturistiky díky příhodnému terénu pro provozování těchto aktivit. Dále bych uvedla dobrou dopravní dostupnost z velkých měst např. Praha, Drážďany či Kladno. “

„Ke slabým stránkám patří především zdevastovaná krajina, hlavně lesy kvůli kůrovcí. Potencionální turisté mají nízké či dokonce žádné podvědomí o atraktivních památkách v našem kraji. V našem kraji chybí vybavenost turistickou infrastrukturou, zejména pro zimní sezónu a s tím související nedostatečná nabídka hotelů s nedostatečnou kvalitou doprovodných doplňkových služeb ČR. Pro turisty v případě nepříznivého počasí je tu nedostatek alternativních atrakcí v podobě bazénu či zimních stadionů. Slabou stránkou vidím i nízkou úroveň propagace o možnostech a nabídce regionu v oblasti cestovního ruchu. „

„Hlavní příležitostí, jak se dostat více do podvědomí potencionálním turistům vidím v lepší propagaci oblasti. Příležitostí je i obnova a postupné zlepšení stavu památek a historických objektů. V souvislosti s rozvojem agroturistiky a cykloturistiky se tu nabízí budování a rozvoj cyklotras. „

„Největší hrozbou dnešní doby jsou protiepidemická opatření, která vznikají v souvislosti s nemocí COVID – 19. Kvůli protiepidemickým opatření hrozí nízká návštěvnost kraje, uzavření hranic, nízké příjmy populace, nízká návštěvnost ubytovacích a stravovacích zařízení z důvodu prokázání se dokladem o bezinfekčnosti aj. což má silný dopad na cestovní ruch kraje. Lze předpokládat, že dojde k nárůstu negativních jevů (např. terorismus), který negativně ovlivní rozvoj cestovního ruchu. „

4.12 SWOT analýza Krušných hor

Pomocí SWOT analýzy jsou hodnoceny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby na které bychom se měli zaměřit a věnovat jim pozornost. Analýzu jsem navrhla na základě zjištěných poznatků z vlastní části práce, mých pravidelných návštěv Krušných hor a také na základě provedených rozhovorů s destinační agenturou v Karlovarském a Ústeckém kraji.

4.12.1 Silné stránky (Strengths)

- dostatečná nabídka ubytovacích kapacit
- výborné podmínky v zimní sezóně
- dobrá dopravní dostupnost
- široká nabídka letních i zimních aktivit
- velké množství kulturně-historických památek, zřícenin a rozhleden
- bohatá historie hornictví
- lázeňství
- místní produkty
- rozvoj agroturistiky na území Ústeckého kraje
- filmový festival Karlovy Vary
- Krušnohorská magistrála (letní a zimní sezóna)
- Seznam světového dědictví UNESCO
- Přehledné webové stránky Destinační agentury Krušné hory

4.12.2 Slabé stránky (Weaknesses)

- nedostatečná reklama
- absence zámku či hradu, který je pro turisty silnou motivací k návštěvě města
- nízká kvalifikovanost pracovní síly v oblasti cestovního ruchu
- žádný velký hudební festival
- nízké podvědomí o atraktivních památkách
- nedostatek alternativních atrakcí při nepříznivém počasí
- špatný stav některých historických objektů

- sezónní nezaměstnanost

4.12.3 Příležitosti (Opportunities)

- výstavba nové infrastruktury – nové hotely, apartmány, penziony
- konání sportovních akcí (závody)
- historie
- inovace lyžařských areálů
- vznik turistických informačních materiálů ve více jazycích
- organizace kulturních, sportovních i společenských akcí nabídnuta i cestovním kancelářím jako atraktivní bod zájezdů do Krušných hor
- dobrá poloha (blízkost německých hranic)
- využívání sociálních sítí k propagaci lokality
- aktivity v přírodě
- založení oblastní destinační agentury pro Krušné hory
- karta návštěvníka

4.12.4 Hrozby (Threats)

- přírodní živly (vichřice, kůrovcová kalamita)
- extrémní výkyvy počasí (např. zimní období bez sněhu)
- zpřísnění vstupních podmínek do ČR (pandemie koronaviru)
- konkurence (jiné oblasti v ČR)
- nedostatečná propagace místa
- nedostatek finančních prostředků na zlepšení stavu historických památek
- zvýšení cen skipasů
- vandalismus

4.13 Vyhodnocení SWOT analýzy

4.13.1 Silné stránky

Ze SWOT analýzy vyplývá, že vybraná lokalita Krušné hory a Podkrušnohoří se nachází ve velmi dobré lokalitě, která je výhodná díky poloze v hraniční oblasti a je tak výborně dostupná ze sousední země, což svědčí o tom, že návštěvníky této lokality jsou převážně němečtí turisté. Dobrá dopravní dostupnost neomezuje ani české turisty, kde z hlavního města ČR do největšího Skiareálu v horách tedy Klínovce, je to pouze 135 km vede nově zrekonstruovaná mezinárodní silnice E48. Využit lze také dopravu expresním skibusem „CITY SKI“, který vyjíždí z Prahy směr lyžařské středisko Klínovec.

Díky své nadmořské výšce, dlouhé pokrývce sněhu, která se tu drží již několik měsíců nabízí skvělé podmínky pro zimní radovánky. Svědčí o tom i letošní rok, kdy 4.11 se objevili na nejvyšším bodě Krušných hor – Klínovci první sněhové vločky.

Krušné hory nabízí nespočet běžkařských tras, které se navzájem protínají a na své si tu přijdou jak zdatní běžkaři, tak i rodiny se svými ratolestmi. Krušnohorská magistrála je v zimním období využívána právě běžkaři, kde na ní navazují různé okolní běžkařské trasy a v letním období je využívána jako cyklotrasa.

Další silnou stránkou je bezesporu lázeňství s dlouholetou tradicí, kde právě tato oblast se může pyšnit několika lázeňskými městy, kde mezi nejznámější patří Karlovy Vary, které leží v západočeském lázeňském trojúhelníku společně s Františkovými lázněmi a Mariánskými lázněmi byli zapsány na Seznam světového dědictví UNESCO.

K návštěvě Karlových Varů neodmyslitelně patří také místní produkty, kterými jsou např. Becherovka, Mattoni či lázeňské oplatky.

Na území Ústeckého kraje dochází díky příhodnému terénu k rozvoji agroturistiky, což je forma venkovského cestovního ruchu. Aktivní odpočinek, relaxace a poznání venkova je typické pro agroturistiku.

Díky své proslulé hornické historii byl zapsán Montanregion Krušné hory – Erzgebirge, o. p. s. na Seznam světového dědictví UNESCO v roce 2019, jako hornický region což by mohlo vést ke zvýšení návštěvnosti, neboť památky UNESCO jsou tahákem

pro návštěvníky ze zahraničí. Památky zapsané na Seznam světového dědictví UNESCO mohou být předpokladem k vyšší návštěvnosti oblasti.

4.13.2 Slabé stránky

Za velmi slabou stránku považují nedostatečnou propagaci, blíže řečeno reklamu. Reklamu v televizi, na sociálních sítí a v rádiu využívají pouze konkrétní lyžařská střediska, nikoliv oblast jako celek, proto je pak zapomínáno na další atraktivitu území. Právě reklama na sociálních sítí je v dnešní době nejvíce efektivní z důvodu, že pomalu každý druhý člověk má telefon připevněn ke své ruce 24/7 a využívá právě sociálních sítí (Facebook, Instagram), kde tráví poměrně dost času.

V dané oblasti se nachází několik hradů, zámků či jejich zřícenin, ovšem nenachází se tu žádný, který by byl pro turisty silnou motivací k jeho návštěvě. Některé historické objekty jsou ve špatném stavu, jelikož oblast nemá finanční prostředky na opravu a hrady se zámky bývají skupované soukromníky, kteří se alespoň snaží postupně chátrající objekty vrátit do původního stavu.

Slabou stránkou této oblasti je také sezónní nezaměstnanost v dané lokalitě, kde poptávka po zaměstnancích je v zimních obdobích silnější z důvodu provozu lyžařských středisek a v létě naopak nižší.

V dané lokalitě se kromě Filmového festivalu v Karlových Varech nekoná žádný jiný velký hudební festival např. hudební festival Hrady CZ, který by v letním období přilákal návštěvníky.

Potencionální turisté Ústeckého kraje mají nízké či dokonce žádné podvědomí o atraktivních památkách kraje z důvodu nedostatečné informovanosti pomocí propagace.

4.13.3 Příležitosti

Lokalita Krušných hor má poměrně dost příležitostí, které může uchopit a dále na jejich základě více rozvíjet cestovní ruch. První velmi významnou příležitostí je bezesporu Skiareál Klínovec, nejvyšší hora Krušných hor a největší lyžařské středisko dané lokality, který neustále inovuje a snaží se ho něčím vylepšit. Letošní inovací skiareálu je výstavba nové modré sjezdovky se šířkou 25 m, její kompletní dokončení bude zrealizováno na zimní sezónu 2022/2023.

Další příležitostí je hornická historie lokality, která je velmi bohatá, především díky těžbě rudy, která obsahovala měď, cín, stříbro, olovo, železo, kobalt, nikl a později také uran. Především se jedná o hornickou krajinu v Jáchymově, Abertamech, Krupce, Mědníku a Rudou věž smrti. Ze všech těchto aspektů je možné čerpat inspiraci pro tvorbu produktu cestovního ruchu.

Velmi významnou příležitostí je založení oblastní destinační agentury pro Krušné hory, na které Ústecký a Karlovarský kraj velmi intenzivně pracují podle slov předsedy spolku DA Karlovskeho kraje Petra Židlického je zatím ve fázi příprav. Neboť zatím není jasné sídlo, počet zaměstnanců ani termín založení. Prozatím je deklarována ochota na spolupráci obou krajů, které chtějí pro území Krušných hor jednotný destinační management a spolu s nimi by měla být zákládajícím členem také společnost Montanregion o. p. s.

Mezi další příležitosti oblasti patří využívání sociálních sítí k propagaci, protože v dnešní době většina lidí tráví svůj čas právě na sociálních sítích.

Karlovarský kraj využívá turistickou kartu destinace Karlovy Vary, kde návštěvníci mají při svém pobytu možnost výhodně navštívit různé atraktivity Karlovarského kraje. Návštěvníci mají možnost využívat volných vstupů nebo slev do více než 60 památek. Součástí KarlovyVary REGION CARD je zdarma tištěný průvodce s mapami, který ho provede po Karlovském kraji a podrobně seznámí s jednotlivými návštěvními místy. Jako příležitost vidím vytvoření karty pro celou oblast, která by návštěvníkům nabídla volné vstupy a slevy po celé sledované oblasti.

Příležitostí je i obnova a postupné zlepšení stavu některých památek a historických objektů.

Velkou příležitostí v dnešní době je rozvoj aktivit v přírodě v podobě nordic walkingu, tzv. severské chůze, kde se jedná o běžnou chůzi se speciálními holemi, kterou lze provozovat po celý rok. Další rozvíjející aktivitou v přírodě je agroturistika, kde Ústecký kraj nabízí vhodný terén pro rozvoj této formy venkovského cestovního ruchu. V souvislosti s rozvojem agroturistiky a cykloturistiky se tu nabízí možnost budování a rozvíjení cyklotras a také ekoturistiky. Jedná se o formu, která je agroturistice velmi blízko. Minimálním dopadem na životní prostředí a poznávání odlehlejších částí krajiny se zabývá právě zmiňovaná ekoturistika, kde její produkty jsou vhodné jako doplňková aktivita k agroturistickým pobytům.

Poslední příležitostí je pořádání nových a obnova tradičních kulturních akcí, které mohou přilákat do oblasti více turistů.

4.13.4 Hrozby

Hrozby pro oblast nejsou moc příznivým pojmem, ale pokud je oblast tyto hrozby definovat, může se pokusit těmto hrozbám předejít, vyvarovat se jim anebo se naučit s nimi pracovat.

První hrozbou, která ze SWOT analýzy vyplývá, patří zejména nepříznivé počasí v zimním období. I když většina velkých lyžařských středisek leží ve vysoké nadmořské výšce, kde sněhová pokrývka se drží od listopadu do dubna, tak počasí je tu zcela nevyzpytatelné. Lyžařské středisko Klínovec a Boží Dar na německých hranicích bývají často postiženy přírodními živly v podobě vysokého větru, který dosahuje až síly vichřice či orkánu, dále sněhovou vánicí či mlhou, kterým se bohužel oblast neubrání a nijak je neovlivní. Výkyvy počasí v zimním období často komplikují dopravní situaci a příjezdové cesty do těchto lyžařských středisek. Kvůli nepříznivému počasí dochází k uzavírání lanových drah, kde hrozí utržení lana se sedačkou či pád stromů.

Kvůli koronavirové pandemii hrozí, že dojde k uzavření hranic a sníží se tak návštěvnost dané oblasti, což může mít negativní dopad na provoz lyžařských středisek, neboť návštěvníky Krušných hor bývají hlavně němečtí turisté. Z důsledku koronavirové pandemie lze očekávat zvýšení cen skipasů v zimním období a zvýšení jednotlivých cest lanovou dráhou v letním období což je zapříčiněno nevydařenou loňskou sezónou, zdražováním energií, ale i mzdovými náklady. Hrozí, že dojde k navýšení cen skipasů podle

období, např. o prázdninách a víkendech si návštěvník lyžařského střediska připlatí více nežli v pracovních dnech. Doposud byla cena skipasů stejná bez ohledu na to, zda jsou prázdniny či nikoliv.

Další hrozbou, kterou bych ráda zmínila je konkurence, se kterou se potýká každé lyžařské středisko v rámci sledované oblasti ale i v rámci celé České republiky. Skiareál Klínovec jakožto největší skiareál dané oblasti se snaží čelit konkurenci neustálou modernizací areálu. Největšími konkurenty v oblasti je Skiareál Plešivec a sousední lyžařské areály v Německu. V rámci celé České republiky je konkurence opravdu vysoká, neboť největší skiareál ČR Špindlerův mlýn se nachází v Krkonoších a zároveň patří k těm nejznámějším a nejdražším. Krkonoše, Orlické hory a Šumava jsou největšími konkurenty Krušných hor neboť např. Krkonoše jsou proslulé nespočtem konání lyžařských závodů, mistrovství světa atd.

Poslední hrozbou sledovaného území je vandalismus, kterému se těžko předchází. Hrozí, že vandalové poničí památky sprejem, odloupenutím určité částky památky, osahávání některých památek, které poté ztrácí hodnotu, anebo ničí přírodní památky, v podobě přelepování informačních cedulí.

5 Výsledky a diskuse

Výzkumná metoda vybrána pro tuto práci je kvalitativního charakteru, formou rozhovoru, který byl proveden se zástupcem destinační agentury Živý kraj s Ing. Petrem Židlickým na území Karlovarského kraje a na území Ústeckého kraje se zástupkyní destinační agentury Krušné hory o. p. s. s Petrou Petrlíkovou. Pro účely šetření byli účastníci vybráni tak, aby byly zahrnuty oba kraje, které tvoří území Krušných hor. Rozhovory se zástupci destinačních agentur probíhaly telefonickou a emailovou formou s každým zástupcem individuálně.

5.1 Výsledky z provedených rozhovorů

Destinační agentura pro Karlovarský a Ústecký kraj jsou agentury na krajské úrovni, nikoliv však oblastní. Obě DA realizují aktivity spojené s územím Krušných hor ve smyslu propagace pro trávení letní a zimní dovolené. Podílí se také na propagaci Hornického regionu Krušnohoří/Erzgebirge, který byl v roce 2019 zapsán na Seznam světového dědictví UNESCO. Oběma agenturám se daří jednotlivé úkoly plnit.

DA pro Karlovarský i Ústecký kraj si každoročně připravují marketingový plán pro nadcházející rok, který zahrnuje komunikační strategii, návrhy jednotlivých kampaní, ale i aktivity, které chtějí v daném roce řešit. Destinační agentury zasáhla protiepidemická opatření, na která musela velmi rychle reagovat, což se jim dle provedených rozhovorů povedlo.

Destinační agentura Živý kraj nerealizuje žádné konkrétní lokální projekty, jelikož jim to nepřísluší. V rámci aktivit DA jsou v kontaktu s místními podnikateli, informačními centry a s partnery z Ústeckého kraje nebo Saska. Kdežto DA Krušné hory o. p. s. realizuje projekty, které jsou zaměřeny na seznámení s Krušnými horami, ale i podhůřím. Realizuje projekt např. Hornická stezka Krušných hor, kde vznikla brožura či turistické vizitky. Dále pak Krušnohorská NEJ, kde turisté mohou nominovat do soutěže tu novinku, která je v uplynulém roce nejvíce oslovila. Realizuje také Velkou fotografickou soutěž, kde nejlepší fotografie využívá DA k propagaci Krušných hor.

Z provedených rozhovorů vyplývá, že území Krušných hor nemá žádnou návštěvnickou kartu pro pravidelně vracející se návštěvníky. DA Živý kraj je partnerem

projektu Karlovy Vary Region Card, kde je zařazeno několik nabídek z oblasti Krušných hor. Ústecký kraj nabízí pouze tzv. rodinné pasy, senior pasy a 4K kartu, která poskytuje slevy při návštěvě míst a měst Dolního Poohří.

Marketing pro Karlovarský kraj je zajišťován pomocí veletrhů, workshopů, výstav, fam a press tripů. DA se účastní domácích i zahraničních veletrhů, stejně jako DA pro Ústecký kraj, která se oproti Živému kraji snaží propagovat subjekty v destinaci.

Destinační management v obou krajích lze posoudit pouze z pohledu krajské DMO, nikoliv oblastní. V rámci krajské DMO se jedná o vzájemnou spolupráci mezi subjekty, nikoliv o konkurenci. Z důvodu, že krajská DMO nemá vzhled do oblasti se aktuálně jedná o možném založení oblastní DMO Krušné hory, na které by se podílel jak Ústecký a Karlovarský kraj, tak společnost Montanregion o. p. s.

K silným stránkám Karlovarského kraje hor patří bezpodmínečně lázeňství s dlouholetou tradicí s vysokou kvalitou přírodních léčivých zdrojů a je tak dominantním postavením Karlovarského kraje. K dalším silným stránkám řadíme místní produkty, kterými jsou např. Becherovka, Mattoni či lázeňské oplatky nebo také kvalitní značení turistických a běžeckých tras. Naopak Ústecký kraj se může pyšnit příhodným terénem, který je vhodný pro rozvoj cykloturistiky a agroturistiky. Oba kraje jsou velmi dobře dostupné z velkých měst (Praha, Drážďany).

Slabou stránkou Karlovarského kraje je nedostatečná nabídka propojení tradičních služeb (wellness, lázeňství) s ostatními službami ČR. Některé formy CR tu zaostávají např. kongresový CR. Nedostatečné finanční zdroje znemožňují údržbu a obnovu kulturních památek. Lázeňství, jako dominanta Karlovarského kraje, se potýká s nedostatkem kvalifikovaných pracovníků, kteří nemají dostatečně vybavenou jazykovou bariéru. Ústecký kraj shledává největší problém v nízké propagaci kraje, kde potencionální turisté nemají žádné nebo jen malé podvědomí o atraktivních památkách v kraji. Další slabou stránkou je nedostatek alternativních atrakcí v případě nepříznivého počasí.

Největší příležitostí pro Karlovarský kraj se jeví rozvoj dopravního spojení v rámci ČR a Evropy, neboť Karlovy Vary mají své letiště, což přináší velké výhody pro turisty z celého světa. Aktivita v přírodě jsou v této době velkou příležitostí, jak přilákat návštěvníky, neboť pobyt na čerstvém vzduchu je zdraví prospěšný. Příležitostí se jeví i lepší

propagace na sociálních sítí na které by Karlovarský i Ústecký kraj měl zapracovat, neboť právě sociální sítě jsou v dnešní době stále více využívány.

Největší hrozbou dnešní doby je situace ohledně nemoci COVID – 19. Přichází obavy ze zastavení ekonomiky, zastavení cestovního ruchu, uzavření hranic, zhoršení bezpečnosti situace v regionu aj. což vede k zastavení CR a lidé nebudou moci smět nikam vycestovat z důvodu protiepidemickým opatření a podniky CR budou opět zavřené.

5.2 Doporučení do budoucna

Doporučení do budoucna, kterými by se Krušné hory dostaly více do podvědomí potenciálních návštěvníků vychází především z teoretické části, ze současného stavu destinace a SWOT analýzy.

Aktivnější marketing zejména v oblasti reklamy. V současnosti nemá destinace Krušné hory žádného mediálního partnera jak v televizi, rádiu nebo v tisku. I když je tento druh reklamy finančně náročný, tak zaujímá široký obsah veřejnosti. V současné době je velice účinná reklama na internetu a sociálních sítí (Facebook, Instagram). Oblast Krušných hor nemá v provozu žádnou sociální síť, pouze Karlovarský kraj a Ústecký kraj mají svou stránku na Facebooku. Doporučila bych, aby se oblast prezentovala i na sociálních sítí, neboť tam v dnešní době lidé tráví nejvíce svého volného času.

Benefity pro pravidelné návštěvníky oblasti Krušných hor, které by nabízely možnost opakovaně využívat volné vstupy a slevy na vstupné či ubytovací služby, případně zavést kartu návštěvníka lyžařských areálů, kde by byl např. desátý skipas zcela zdarma. Pro návštěvníka je to důvod proč se znovu vrátit do dané oblasti.

Tvorba informačního a rezervačního systému pro oblast, která nemá vytvořený žádný komplexní informační a rezervační systém. Na webových stránkách Karlovarského a Ústeckého kraje nejsou nabízeny žádné odkazy na možnosti ubytování, stravování, využívání služeb aj. Webové stránky Krušných hor krusnehory.eu nabízí sice přehled o možnostech ubytování, stravování a akcích s jejich odkazy, ale nenabízí však rezervaci. Do budoucna by tak jednotlivá sdružení mohla vytvořit na webových stránkách jednotlivých krajů a portálu Krušných hor rezervační systém, kde by si zákazníci jednoduše vybrali a zarezervovali hotel anebo např. zakoupili skipas či další služby.

Propagace v zahraničí ale i v tuzemsku, kde významnou zahraniční klientelou Krušných hor jsou Němci, Slováci, Poláci a Rusové. Konkrétně zacílená propagace na tyto segmenty návštěvníků ale není. Propagace se zaměřuje spíše na české turisty, ale i tak není dle mě dostačující. Kromě veletrhů v zahraničí by se dala ještě zaplatit reklama např. na internetu nebo v zahraničním tisku.

Zviditelnění UNESCO, kde Montanregion Krušné hory tvoří 5 významných českých komponentů, které jsou poměrně čerstvě od roku 2019 zapsány na Seznam světového dědictví UNESCO, ale bohužel to málo kdo ví. Bylo by vhodné tuto informaci efektivněji rozšířit mezi veřejnost, protože právě tato významná skutečnost může do oblasti přilákat nové návštěvníky. O této skutečnosti se dozvíme něco málo na webových stránkách DA Živý kraj, ale na webových stránkách destinační agentury na území Ústeckého kraje budeme hledat těžko. Přímo na oficiálních webových stránkách unesco-czech.cz je vyobrazena mapa s památkami v ČR, kde je označena hornická oblast Erzgebirge/Krušnohoří, kde po rozkliknutí je pár základních informací.

Hornická oblast Erzgebirge/Krušnohoří má své oficiální webové stránky <http://montanregion.cz/cs/>, které působí jednoduše, přehledně a jde si zarezervovat prohlídku na určité památky, které jsou součástí UNESCA.

Rozvoj cykloturistiky na elektrokolech, kde v posledních letech vzrostl zájem o cykloturistiku provozovanou na elektrokolech, díky kterým roste zájem o trasy s členitějším a náročnějším terénem, tudíž elektrokola jsou pro návštěvu Krušných hor jako stvořená. V tuto chvíli podél Krušnohorské lyžařské magistrály je rozmístěno 10 nabíjecích stanic u restaurací, hotelů či informačních center pro elektrokola, neboť tvoří pro horské oblasti mají obrovský potenciál. Doporučila bych rozmístit nabíjecí stanice i mimo Krušnohorskou lyžařskou magistrálu, neboť ne každý je zastáncem masového vytížení cyklotrasy. Řada návštěvníků uvítá raději méně vytížené cyklotrasy, než je KLM. Z míst s nabíjecími stanicemi se mohou do budoucna stát významné cílové body při celodenním výletu na elektrokole nebo je umístit u významných památek, což by přimělo turisty zaparkovat elektrokolo a vyrazit na památku.

6 Závěr

Cestovní ruch je součástí životního stylu každého z nás a tvoří významnou část národního hospodářství, zejména ve vyspělých zemích. Bohužel nynější koronavirová pandemie k rozvoji cestovního ruchu moc nepřispívá o čemž svědčí, že zahraničních turistů navštívilo Českou republiku o více než polovinu méně lidí než v letech, kdy tu ještě koronavirová pandemie nebyla. Postiženou touto pandemií jsou všechny státy světa, nejvíce však dolehla na ty, které jsou na turismu nejvíce závislé (Španělsko, Itálie, Řecko, Francie).

Tato diplomová práce byla zaměřena na cestovní ruch Krušných hor v letní i zimní sezóně, které se rozprostírají na území Ústeckého a Karlovarského kraje. Cílem bylo na základě zjištěných teoretických poznatků, z vypracování vlastní části práce, provedených rozhovorů se zástupci DA pro Karlovarský kraj Ing. Petrem Židlickým a Petrou Petrlíkovou za DA pro Ústecký kraj vypracovat SWOT analýzu a na základě zjištěných faktů vypracovat možná doporučení, kterými by se Krušné hory dostaly více do podvědomí potenciálním návštěvníkům.

Samotná práce byla rozdělena do celkem 5 kapitol a postupně přecházela od teoretických poznatků týkající se cestovního ruchu, přes daná zkoumaná témata cestovního ruchu v Krušných horách ve vlastní části práce až po výsledky a úplný závěr. Součástí diplomové práce byl i vlastní výzkum, který byl proveden formou strukturovaného dotazníku se zástupci destinačních agentur působících na území Krušných hor.

Krušné hory s nejvyšší horou Klínovec nabízí svým návštěvníkům pestré využití jak v letní, tak zimní sezóně. Krušnohorská lyžařská magistrála má celoroční využití, kdy v zimě je využívána běžkaři a v létě slouží návštěvníkům jako cyklostezka. Disponují bohatou historií hornictví, díky které se dostaly na Seznam světového dědictví UNESCO pod názvem Hornická kulturní krajina Krušnohoří/Erzgebirge. Jsou proslulé tradičním lázeňstvím s dlouholetou tradicí s pestrou nabídkou přírodních léčivých zdrojů. Ovšem jejich slabou stránkou je nedostatečná propagace jako celého území, jelikož nemají založenou oblastní destinační agenturu, která by propagovala území jako celek.

Na základě provedených rozhovorů se zástupci destinačních agentur a vypracování SWOT analýzy byly navrženy možná doporučení do budoucna, kterými by se Krušné hory dostaly více do podvědomí potenciálním návštěvníkům.

Doporučení do budoucna, která vzešla z provedených rozhovorů se zástupci DA a vypracované SWOT analýzy je několik. Prvně co bych doporučila je aktivnější marketing zejména v oblasti reklamy obou krajů, kdy dnes je velmi účinná reklama na sociálních sítích a propagace je velmi slabá na těchto platformách. Druhým doporučením je zavedení benefitů pro pravidelné návštěvníky v oblasti Krušných hor, dále tvorba informačního a rezervačního systému pro oblast, což by potenciálním návštěvníkům ušetřilo čas. Dalším doporučením, které navrhuji je propagace v zahraničí, ale i v tuzemsku. DA sice využívají veletrhy, workshopy, média, ale dala by se zaplatit ještě reklama na internetu, která je sice nákladnější, ale nejvíce efektivní. Jak jsem již psala výše, 5 významných českých komponentů bylo zapsáno na Seznam světového dědictví UNESCO, ale bohužel málo kdo to ví. Bylo by vhodné tuto skutečnost rozšířit mezi veřejnost pomocí médií, článků či internetových reklam. Jako poslední doporučuji vybudovat nabíjecí stanice pro elektrokolá i mimo KLM, např. u významných památek, což by přimělo turisty památku navštívit.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Literatura

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: MAG CONSULTING. ISBN 978-80-86724-46-1.

BINTER, Lukáš a kolektiv, 2012. *Snowboarding*. 4. upravené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3981-6.

BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1535-3.

BURIAN, David, 2008. *Historie a metodika snowkitingu v České republice*. Brno. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita v Brně.

FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ, 2003. *Marketingový výzkum: Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0385-8.

FRANCOVÁ, Eva, 2003. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 80-244-0719-1

HESKOVÁ, Marie a kolektiv, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2008. *Strategický marketing: Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2690-8.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAŠÍKOVÁ, Veronika, 2009. *Úvod do tvorby empirických prací pro cestovní ruch*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-020-7.

JOHNOVÁ, Radka, 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-2724-0.

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta, 2003. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. ISBN 80-86119-56-4.

- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2007. *MARKETING MANAGEMENT*. 12. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1359-5.
- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3527-6.
- Krušné hory: *s mapovým atlasem*, 2002. Číslo 6. Praha: Soukup&David. ISBN 80-86050-23-8.
- KUMAR, V., D. AAKER a G.S. DAY, 2002. *Essentials of Marketing Research*. 2. vydání. John Wiley. ISBN 0-471-41235-X.
- LINDEROVÁ, Ivica, 2013. *Cestovní ruch: Základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava. ISBN 978-80-87035-82-5
- M.MORRISON, Alastair, 2019. *Marketing and managing tourism destinations*. 2. vydání. New York: Routledge. ISBN 978-1-138-89728-1.
- MALÁ, Vlasta a kolektiv, 2002. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, s. 98. ISBN 80-245-0439-1.
- ORIEŠKA, Ján, 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. 2. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-643-3.
- PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1014-5.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SEDLÁČKOVÁ, Helena a Karel BUCHTA, 2006. *Strategická analýza*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-367-1.
- SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ a kolektiv, 2010. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3339-5.

VAŠKO, Martin, 2002. *Cestovní ruch a regionální rozvoj: Vysoká škola ekonomická v Praze*. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0445-6.

VYSEKALOVÁ, Jitka, 2006. *Marketing pro střední a vyšší odborné školy*. Praha: Fortuna. ISBN 80-7168-979-3.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2006. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. ISBN 80-210-4205-2.

VYSTOUPIL, Jiří, Andrea HOLEŠINSKÁ, Josef KUNC a Martin ŠAUER, 2007. *Návrh nové rajonizace Cestovního ruchu ČR*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4263-6.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. ISBN 80-239-0152-4.

ZELENKA, Josef, 2015. *Cestovní ruch: Marketing*. 3. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-543-1.

7.2 Internetové zdroje

Aktuálně.cz: *Průměrná měsíční hrubá mzda* [online], 2021. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/finance/minimalni-mzda-pro-rok-2021/r~a02230c01a9111ea8d520cc47ab5f122/>

Aktuální zprávy z hor: *Skiareál Telnice* [online], [cit. 2021-11-15]. Dostupné z: <https://www.hory.cz/strediska/krusne-hory/telnice/>

Asociace krajů České republiky, 2013. *Asociace krajů České republiky* [online]. Praha [cit. 2021-02-25]. Dostupné z: <http://www.asociacekrajů.cz/kraje-cr/>

Běh na lyžích: *Historie běžeckého lyžování* [online]. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: <http://pf.ujep.cz/~nosek/bezky/historie.html?fbclid=IwAR3cfdb5-BqERQ6hJI6fT7bjwIRYBY-5wCPIXwQgFJ1HKTu4H61qRFNiwVc#2.1>

Běh na lyžích: *Historie sjezdového lyžování* [online]. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: <http://pf.ujep.cz/~nosek/bezky/historie.html?fbclid=IwAR3cfdb5-BqERQ6hJI6fT7bjwIRYBY-5wCPIXwQgFJ1HKTu4H61qRFNiwVc#2.1>

- Běh na lyžích: *Techniky běžeckého lyžování* [online], 2010. Masarykova univerzita Brno [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/fsps/ps10/fyziol/web/sport/zima-bezky.html?fbclid=IwAR0HVe2ZpjDpGoSUwpBdIU0W3H0m9ARq58viAvtpkY3qvvBpMkXg-RjFIpE>
- Boží Dar: *Božidarský Špičák* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <http://www.bozi-dar.eu/cz/bozidarsky-spicak>
- Boží Dar: *Cykloturistika* [online]. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <http://www.bozi-dar.eu/cz/cykloturistika>
- Boží Dar: *Ježíškova cesta* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.bozidar.cz/cs/zajimavosti/nejen-pro-deti/jeziskova-cesta-a-jeziskova-posta.html>
- Boží Dar: *Rýžovna* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.bozidar.cz/cs/zajimavosti/okoli/ryzovna.html>
- Brána do Čech: *Destinační agentura Krušné hory o.p.s* [online], 2010. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: <https://www.gatetobohemia.com/cs/article/turistum-vstrie-vznikla-nova-destinacni-agentura-krusne-hory-a-dalsi-budou-nasledovat/98/0/1>
- Cestovní agentura JH: *Historie cyklistiky* [online], 2008. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.kolemkola.cz/historie-cyklistiky.html>
- Cestovní agentura JH: *Historie cyklistiky* [online], 2008. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.kolemkola.cz/historie-cyklistiky.html>
- České hory: *Krušné hory* [online], 2021. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.ceskehory.cz/krusne-hory/pruvodce-sever.html>
- České hory: *Skiareál Bouřňák* [online], [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.ceskehory.cz/ski-areal/popis/bournak.html>
- České hory: *Skiareál Telnice* [online], [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.ceskehory.cz/ski-areal/telnice.html>

Český statistický úřad: *CR v Ústeckém kraji* [online], 2019. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/cestovni-ruch-v-usteckem-kraji-ve-4-ctvrtleti-2018-predbezne-udaje>

Český statistický úřad: *CR v Ústeckém kraji* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/cestovni-ruch-v-usteckem-kraji-ve-4-ctvrtleti-2020-predbezne-udaje>

Český statistický úřad: *CR v Karlovarském kraji* [online], 2019. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xk/navstevnost-v-karlovarskem-kraji-v-roce-2018>

Český statistický úřad: *Demografie ČR* [online], 2021. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/pohyb-obyvatelstva-rok-2020>

Český statistický úřad: *Demografie Ústecký kraj* [online], 2021. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/vekova-struktura-obyvatel-usteckeho-kraje-v-roce-2020>

Český statistický úřad: *Hromadná ubytovací zařízení Ústecký kraj* [online], 2020. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/141845530/33008621q1n5.pdf/e6d0ad72-95cb-49c6-961b-ce3afa4c0755?version=1.4>

Český statistický úřad: *Průměrná hrubá mzda v Ústeckém kraji* [online], 2021. Ústí nad Labem [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xu/prumerna-mzda-a-pocet-zamestnancu-v-usteckem-kraji-ve-3-ctvrtleti-2020>

Denik.cz: *Snowkiting v ČR* [online], 2018. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/snowkiting-nemusite-platit-za-vleky-a-prece-si-muzete-uzivat-20180115.html

Destinační agentura Brána do Čech: *Brána do Čech* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.branadocech.cz/>

Destinační agentura Živý kraj: *Karlovarský kraj - žijeme regionem* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/>

Geology: *Reliéf* [online], 2014. [cit. 2021-10-3]. Dostupné z: http://www.geology.cz/svet-geologie/ucitele/miniprojekty/Geologicky_vyvoj_a_stavba_uzemi_CR_Chomutov_Zahradni.pdf

Idatabase.cz: *Lázně Ústecký kraj* [online], © 2005–2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.idatabase.cz/katalog/zdravi/lazne-a-lecebna-zarizeni/ustecky-kraj/>

Karlovarský kraj - žijeme regionem: *Zimní radovánky* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/aktivity-a-zazitky/zimni-sporty/>

Klub českých turistů: *Historie* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: (<https://kct.cz/historie#zacatky>)

Klub českých turistů: *Historie* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: (<https://kct.cz/historie#zacatky>)

Krušné hory: *Krušnohorská lyžařská magistrála* [online]. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: http://krusnehoryaktivne.cz/?page_id=110

Krušné hory: *Okolí Abertam, Klínovce a Boží Dar* [online]. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: http://krusnehoryaktivne.cz/?page_id=110

Krušné hory: *Skiareál Velflink Pernink* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://skiarealpermink.cz/cs/skiareal-velflink-pernink>

Krušné hory: *Turistická informační centra* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.krusnehory.eu/sluzby>

Krušnohorci: *Dračí skála* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.krusnohorci.cz/vylet/1056-draci-skala>

Krušnohorci: *Vlčí a Ledová jáma* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.krusnohorci.cz/vylet/137-vlci-a-ledova-jama>

Krušnohorský myslet, žít a snít: *Krušnohorské plató* [online], 2009. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <http://www.krusnohorsky.cz/2009/03/26/krusnohorske-plato/>

Kudyznudy.cz: *Skiareál Plešivec* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/skiareal-plesivec-v-krusnych-horach>

Kudyznudy: *Hornická činnost* [online], 2019. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/podzemi-krusnych-hor-aneb-temer-nezname-skvosty-un>

Kudyznudy: *Lázně Jáchymov* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/lecebne-lazne-jachymov-specialista-na-lecbru-pohy>

Kudyznudy: *Naučná stezka Božídarské rašeliniště* [online], Copyright © 2021. CzechTourism [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/naucna-stezka-pres-unikatni-raseliniste-na-bozim-d>

Kudyznudy: *Nejnavštěvovanější místa Ústeckého kraje* [online], Copyright © 2021 CzechTourism. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktuality/nejnavstevovanejsi-mista-usteckeho-kraje-soutesky>

Kurzy.cz: *Hrubý domácí produkt* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>

MELICHAR, Vladimír a Petr KRÁSA, 2009. Ochrana přírody: Krušné hory - smutné pohoří. *Ochrana přírody*. 2009(6), 6.

Montanregion: UNESCO Krušné hory [online], Copyright 2021 ©. Montanregion Krušné hory [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <http://montanregion.cz/cs/>

Na výlet: *Hrady a zámky Ústecký kraj* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.navylet.cz/cs/hrady-a-zamky/ustecky-kraj>

Regiontourist.cz: *Co podniknout?: Zříceniny* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.regiontourist.cz/co-podniknout/hrady-a-zriceniny/lokalita/krusne-hory-a-podkrusnohori/>

Skiareál: *Skiareál Plešivec* [online]. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: <https://skiarealplesivec.com/cs>

Skiareály a sjezdovky: *Skiareál Bouřňák* [online]. [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: <https://www.skiarealy-sjezdovky.cz/ski-areal/bournak/>

Skimapa: *Mapa běžkařských tras* [online]. [cit. 2021-10-27]. Dostupné z: <https://www.skimapa.cz/#>

SmilingWay: *Rozhledny Krušných hor* [online]. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://smilingway.cz/krusne-hory-rozhledny/>

Sportareál Klíny [online], 2021. Klíny [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.kliny.cz/zima/lyzovani-zabava>

Trailpark: *Klínovec* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.trailpark.cz/>

Vánoční dům: *Karlovy Vary* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.vanocnidum.cz/>

Veřejná databáze ČSÚ: *Hosté a přenocování v UHZ v Karlovarském kraji* [online], 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&katalog=31743&pvo=CRU03&str=v285&u=v285_VUZEMI_100_3051

Veřejná databáze ČSÚ: *Hromadná ubytovací zařízení Karlovarský kraj* [online], 2020. [cit. 2021-10-30]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31742&str=v42&c=v3~8_RP2020&u=v42_VUZEMI_100_3051

Věž smrti: *Rudá věž smrti* [online], 2021. Konfederace politických vězňů ČR [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://www.vezsmrti.cz/historie>

VYSTOUPIL, Jiří, Andrea HOLEŠINSKÁ a Martin ŠAUER, 2007. Destinační management a vytváření produktů v CR: Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace CR v destinaci. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2021-02-25]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/656473c9-3527-4007-aafd-b09f029ea418/getfile2_3.pdf

Živý kraj - žijeme regionem: *Hrady a zámky* [online], © Živý kraj 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/pamatky-a-kultura/hrady-a-zamky/>

Živý kraj - žijeme regionem: *Lázeňství* [online], © Živý kraj 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/poznejte-kraj/lazenstvi-a-wellness/>

Živý kraj - žijeme regionem: *Psí spřežení* [online], © 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/zima/divoka-zimni-jizda/>

Živý kraj - žijeme regionem: *Snowkiting* [online], © 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/aktivity-a-zazitky/zimni-sporty/zimni-aktivity/>

Živý kraj - žijeme regionem: *Snowtubing* [online], © 2021. [cit. 2021-11-04]. Dostupné z: <https://zivykraj.cz/zima/divoka-zimni-jizda/>

Živý kraj - žijeme regionem: *Zříceniny* [online], © Živý kraj 2021. [cit. 2021-11-04].

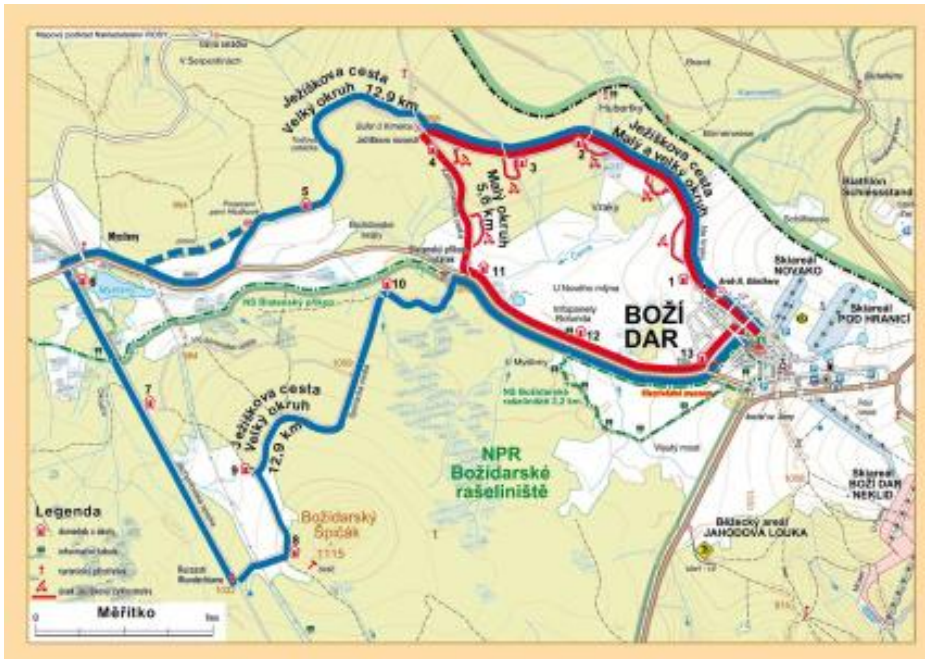
Dostupné z: <https://zivykraj.cz/cestovani/tajemne-zriceniny-kraje/>

8 Přílohy

Příloha 1 Otázky pro vedení hloubkových rozhovorů s destinačními agenturami

1. Jako destinační agentura máte plnit funkci koordinátora pro dané území Krušných hor (Karlovarský, Ústecký kraj) a zajistit tak rozvinutou lokalitou v oblasti ČR. Jak vnímáte tuto roli a jaké jsou Vaše hlavní aktivity? Daří se Vám jednotlivé úkoly plnit?
2. Máte formulovanou marketingovou strategii? Jak se Vám daří tato marketingová strategie plnit?
3. Jaké projekty realizujete? Mají nějakou roli v těchto aktivitách vaši partneři?
4. Podpora prodeje – využívání map, turistických průvodců, slevové systémy. Návštěvnická karta Karlovarského kraje/Ústeckého kraje (slevová karta pro opakované návštěvníky kraje) – máte nějaké? Popřípadě jaká?
5. Jak propagujete destinaci? Účastníte se veletrhů? (případně jakých)
6. Jak funguje na území Krušných hor (Karlovarského/Ústeckého kraje) destinační management? Chovají se subjekty spíše jako spojenci nebo jako konkurence?
7. Jaké silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby si myslíte, že má Karlovarský/Ústecký kraj?

Obrázek 13 Ježiškova cesta – mapa



zdroj: bozidar.cz, 2021

Obrázek 14 Skimapa pro běžkaře



zdroj: skimapa.cz, 2021