

Univerzita Hradec Králové  
Fakulta informatiky a managementu

# BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

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

**Destinační management Orlických hor a Podorlicka se  
zaměřením na dětského návštěvníka**

Bakalářská práce

Autor: Barbora Ludvíková

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.

Hradec Králové

listopad 2016

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně, pod vedením vedoucího práce a uvedla všechny použité zdroje.

V Hradci Králové dne 14. 11. 2016

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Lucie Kondrová", is written over a light-colored rectangular background.

**Poděkování:**

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce Mgr. Michalovi Trousilovi, Ph.D. za odborné rady a cenné připomínky, kterými přispěl k vypracování této práce. Dále ředitelce destinační společnosti za její telefonický rozhovor a poskytnutí užitečných informací potřebných pro vypracování práce.

## **Anotace**

### **Téma: Destinační management Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka**

Cílem bakalářské práce je zhodnocení aktivit destinačního managementu a analýza současné nabídky zaměřené na rodiny s dětmi v Orlických horách a Podorlicku. Teoretická část představuje problematiku destinačního managementu, hlavní funkce, aktivity a specifika cílové skupiny. Další část práce je zaměřena na fungování destinačního managementu a analýzu vnitřního a vnějšího prostředí destinace pro rozvoj cestovního ruchu dětského návštěvníka. Na závěr je zhodnocena úroveň a fungování destinačního managementu v destinaci a navržena doporučení do budoucna se zaměřením pro rodiny s dětmi.

### **Klíčová slova**

management destinace, marketing destinace, rodiny s dětmi, Orlické hory a Podorlicko

## **Annotation**

### **Title: Destination management of the Orlické mountain and Podorlicko focusing on child visitor**

The aim of the bachelor thesis is to evaluate the destination management activities and analysis of offers focusing on families with children in Orlické mountain and Podorlicko. The theoretical part deals with destination management issues, main functions, activities and specifications of the aim group. The next part focuses on destination management operations and the analysis of internal and external destination environment for the development of tourism for children. Finally, the level and operations of destination management are evaluated and recommendations for families with children for the future suggested.

### **Key words**

Destination management, destination marketing, families with children, Orlické mountain and Podorlicko

# Obsah

<b>1 Úvod</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Cíl práce a metodický postup</b> .....	<b>2</b>
<b>3 Teoretická východiska</b> .....	<b>3</b>
3.1. Destinace a rodiny s dětmi .....	3
3.2. Destinační management a rodiny s dětmi .....	6
3.2.1 Funkce destinačního managementu .....	7
3.2.2 Organizace destinačního managementu a financování .....	9
3.2.3 Spolupráce subjektů destinace.....	9
3.3. Destinační marketing a rodiny s dětmi .....	10
3.3.1 Marketingové nástroje .....	11
3.3.2 Specifika marketingu destinace a rodin s dětmi.....	13
<b>4 Případová studie destinačního managementu v Orlických horách a Podorlicku se zaměřením na rodiny s dětmi</b> .....	<b>15</b>
4.1. Sběr informací a průběh šetření .....	15
4.2. Základní výzkumné otázky .....	15
4.3. Charakteristika turistické oblasti Orlické hory a Podorlicko .....	16
4.4. Možnosti trávení volného času a přizpůsobení atraktivit rodinám s dětmi .....	17
4.5. Ubytovací a stravovací zařízení ve vazbě na rodiny s dětmi v destinaci Orlické hory a Podorlicko.....	22
4.6. Aktivity destinační společnosti Orlické hory a Podorlicko se zaměřením na dětského návštěvníka .....	23
4.6.1. <i>Projekty podporující rozvoj cestovního ruchu rodin s dětmi</i> .....	24
4.6.2. <i>Prezentace regionu a projektů</i> .....	27
4.6.3 <i>Spolupráce na rozvoji cestovního ruchu pro rodiny s dětmi</i> .....	30
4.6.4. <i>Financování</i> .....	33
4.6.5. <i>Shrnutí vývoje aktivit destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka</i> .....	34
<b>5 Shrnutí výsledků</b> .....	<b>35</b>
<b>6 Závěry a doporučení</b> .....	<b>38</b>
<b>7 Seznam použité literatury</b> .....	<b>40</b>
<b>8 Přílohy</b> .....	<b>I</b>
8.1. Seznam ubytovacích zařízení a zjištěná kritéria.....	I
8.2. Seznam tabulek.....	IV
8.3. Seznam grafů .....	IV
8.4. Seznam obrázků.....	IV
8.5. Zadání k závěrečné práci.....	V

# 1 Úvod

Pojem destinační management je často řešeným tématem v problematice cestovního ruchu, který se stává rychle rozvíjejícím ekonomickým odvětvím. Destinační management se snaží zlepšovat pozici na trhu cestovního ruchu a zajišťuje tak zvýšení ekonomického růstu v oblasti. Jeho hlavním úkolem je řízení destinace, které je nezbytné pro dobré fungování, protože konkurence na trhu je velká. Destinace tím tedy působí věrohodněji na budoucí návštěvníky díky zviditelnění nabídky atraktivit například právě pro sledovaný segment rodin s dětmi.

Destinační management oblasti by měl nabízet co nejlepší produkty. Přilákat svojí nabídkou a snahou všechny skupiny návštěvníků, mezi ně spadají i děti, čímž bude destinace kladně působit na kulturu, historii i místní obyvatelstvo. Není však lehké zařídit dobré fungování destinačního managementu, protože organizace se dost často potýká s problémy, jako jsou financování, hledání partnerů, nové projekty. Trend cestování s dětmi od útlého věku se musí odrážet v nabídce ubytovacích a stravovacích zařízení, které by měly být speciálně vybavené právě pro ně. Výzkumy agentury STEM/MARK prokazují,<sup>1</sup> že rodiny s dětmi patří mezi hlavní cílové skupiny v Královéhradeckém kraji. Cílem této práce je tedy zhodnocení fungování destinačního managementu pro rodiny s dětmi a zanalyzování nabídky v oblasti Orlických hor a Podorlicka. Destinaci Orlické hory a Podorlicko si autorka práce vybrala záměrně, protože v této oblasti žije a je jí blízká.

Práce se skládá ze dvou částí. První je teoretická, zabývá se vysvětlením základních pojmů. Jako je destinační management a jeho funkce, destinační marketing, spolupráce poskytovatelů služeb, životní styl současné rodiny a specifické potřeby pro cestování rodin s dětmi. K této kapitole byly použity odborné knižní zdroje.

Druhá – empirická část, je tvořena případovou studií. Popisuje vlastní průběh šetření. Stručně charakterizuje oblast Orlické hory a Podorlicko. Kapitoly jsou věnovány hodnocení nabídek turistických atraktivit vhodných pro rodiny s dětmi, dále hodnocení zařízení ubytovacích a stravovacích zařízení v destinaci a rozbohem fungování destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka. Ze zjištěných výsledků je provedeno shrnutí a v poslední kapitole je navrženo následné doporučení.

---

<sup>1</sup> STEM/MARK. *Statistická šetření a monitoring cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji v období 2011-2013* [online] 2013 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: [http://www.krakalovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/\\*kopie-1:-statistiky-86444/](http://www.krakalovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/*kopie-1:-statistiky-86444/)

## 2 Cíl práce a metodický postup

Cílem bakalářské práce je zhodnotit aktivity destinačního managementu a současné analýzy nabídky zaměřené na rodiny s dětmi v Orlických horách a Podorlicku a navrhnout případné změny na řízení destinačního managementu se zaměřením na dětského návštěvníka. Pro dosažení cíle byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

- Jakou roli může hrát destinační management v cestovním ruchu rodin s dětmi?
- Jaké aktivity vykonává destinační management Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka?
- Jaké možnosti trávení volného času mají rodiny s dětmi v Orlických horách a Podorlicku?
- Jak jsou přizpůsobeny atraktivity Orlických hor a Podorlicka pro dětského návštěvníka (snížené vstupné, rodinné vstupné a animační programy)?
- Jakým způsobem jsou upravena ubytovací a stravovací zařízení pro dětského návštěvníka (pokoje přizpůsobené rodinám s dětmi, pokrmy přizpůsobené dětem, výskyt dětských koutků, hřišť a dalšího vybavení pro děti)?

Odpověď na první výzkumnou otázku byla hledána pomocí odborné literatury a na zbytek výzkumných otázek autorka hledala odpovědi pomocí případové studie, která bude podrobněji popsána v kapitole 4.2. Mezi použité metody bylo zvoleno terénní šetření, které proběhlo během měsíce února až listopadu 2015, obsahová analýza webového obsahu oficiálních webových stránek zaměřených na nabídky turistických atraktivit vhodných pro rodiny s dětmi a oficiálních internetových ubytovacích zařízení. Obsahová analýza byla provedena během měsíce února 2015. Dále autorka navázala telefonní kontakt a elektronickou komunikaci s ředitelkou destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka a navštívila informační turistické centrum v Rychnově nad Kněžnou, kde také navázala kontakt s pracovníci centra.

Na základě provedených terénních šetření a zjištěných poznatků vznikly závěrečné výsledky práce. Dle výsledků práce byla navržena doporučení na zlepšení fungování destinačního managementu v Orlických horách a Podorlicku se zaměřením na dětského návštěvníka.



### 3 Teoretická východiska

Mezinárodním sjednocením pojmů v cestovním ruchu se zabývá UNWTO (Světová organizace cestovního ruchu). V České republice jsou tyto termíny vyjádřeny například ve Výkladovém slovníku pro cestovní ruch,<sup>2</sup> ze kterého vychází i většina definic pojmů v této bakalářské práci. Krátké seznámení s hlavními pojmy přináší následující kapitola.

#### 3.1. Destinace a rodiny s dětmi

Pojem destinace zahrnuje soubor atraktivit a na ně navázaných služeb cestovního ruchu na určitém geografickém území. Do destinace spadají kulturní památky, stravovací a ubytovací zařízení, tradice i historie místa. Ve výkladovém slovníku pro cestovní ruch se uvádí, že destinací se rozumí: „*Cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu. Jde v širším slova smyslu o země, regiony, lidská sídla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.*“<sup>3</sup> Destinace se tedy od sebe odlišují svým potenciálem a atraktivitami, čímž se stávají pro turistu (pro rodiny s dětmi) zajímavým cílem a je zde ochoten strávit svůj volný čas. Například stát, kraj, okres, vesnice, město. V některých zemích se území rozděluje na turistickou nebo historickou destinaci s tvorbou a propagací společného turistického produktu.

Podle Palatkové<sup>4</sup> je destinace představována jako soubor služeb soustředěných v určité oblasti, které jsou poskytovány v souvislosti na potenciál cestovního ruchu dané oblasti. Dále také uvádí, že se od sebe neliší jen velikostí, ale také fyzickými atraktivitami, ekonomickou závislostí na cestovním ruchu a úrovni infrastruktury. Návštěvníci destinaci vnímají podle svých potřeb, které vyhledávají. Palatková říká, že „*destinace jsou multiprodejné, je tedy možné prodávat různé kombinace výrobků a služeb v destinaci, ale je rovněž možné prodávat destinaci různými způsoby různým cílovým skupinám, kdy jedna a tatáž destinace může být prodána jako historická destinace, kulturní destinace nebo taky jako součást většího celku či samostatně*“.

Hrabánková a Hájek<sup>5</sup> popisují destinaci obdobně, tedy jako cílové místo, které označuje turistickou lokalitu, stát, region, okres, skupinu zemí nebo kontinent. A píše, že produktem destinace je ubytování, doprava, stravovací služby, překladatelské služby, průvodcovské služby a mnoho dalších.

---

<sup>2</sup> ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2.vydání. Praha: Linde, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2.

<sup>3</sup> tamtéž

<sup>4</sup> PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*, Grada, 2006, s. 98., ISBN 80-247-1014-5

<sup>5</sup> HRABÁNKOVÁ, M., HÁJEK, T. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2002, s. 35, ISBN 80-7040-580-5, 978807040580

Výzkumy zaměřené na cestování rodin s dětmi v České republice nejsou stále rozvinuty, tudíž není jednoduché přesně říci, které destinace jsou vhodné pro zkoumaný segment. Avšak jeden z nejrozsáhlejších výzkumů, který se soustředí i na cestování dětí, provedla agentura CzechTourism<sup>6</sup> v období roku 2005 – 2007. Konkrétně se jednalo o monitoring návštěvníků v turistických regionech České republiky, jehož cílem bylo mapovat skladbu návštěvníků turistických regionů, zjistit důvody návštěvnosti a úroveň spokojenosti s poskytovanými službami. Respondenti výzkumu byli rozděleni do několika skupin podle různých typologií, přičemž jednou z nich byla typologie věku a doprovodu. Výzkum tedy rozlišoval i typologii návštěvníků s dětmi.

- osoby do 50 let věku s dítětem předškolního věku
- osoby do 50 let s dítětem školního věku
- osoby starší 50 let s dětmi

**Tabulka č. 1: Typologie návštěvníků turistických regionů v České republice**

<b>Turistický region</b>	<b>Do 50 let s dítětem předškolního věku</b>	<b>Do 50 let s dítětem školního věku</b>	<b>Starší 50 let s dítětem</b>
Praha	5,6 %	11,2 %	3,8 %
Jižní Čechy	14,1 %	12,8 %	3,0 %
Šumava	13,0 %	14,6 %	3,2 %
Plzeňsko	6,2 %	6,2 %	1,3 %
Západočeské lázně	6,1 %	4,9 %	4,0 %
Severozápadní Čechy	11,6 %	7,7 %	3,3 %
Český ráj	9,9 %	12,8 %	2,7 %
Východní Čechy	12,9 %	11,3 %	3,9 %
Vysočina	8,0 %	10,9 %	4,9 %
Jižní Morava	11,5 %	10,0 %	3,0 %
Střední Morava	12,9 %	9,9 %	5,8 %
Severní Morava a Slezsko	13,9 %	9,5 %	5,1 %
Krkonoše	14,8 %	13,1 %	6,9 %

zdroj:<sup>7</sup> zpracováno podle agentury CzechTourism

Z tabulky, která byla vypracována pomocí informací zjištěných z výzkumu, jednoznačně vyplývá, že za nejvíce navštěvovaná místa osob s dětmi je Šumava, Krkonoše, Český ráj, Jižní Čechy, Východní Čechy a hojně navštěvovaným místem rodin s dětmi je hlavní město Praha.

## **Rodina**

Rodina je specifická malá sociální skupina,<sup>8</sup> ve které dítě žije a získává zkušenosti lidského soužití. V současné době je pod tímto slovem označován manželský pár s dětmi. Možný vysvětluje původní

<sup>6</sup> CzechTourism. *Výzkumy.CzechTourism* [online]. CzechTourism: smartlab solutions s.r.o., 2006 [cit. 2016-9-14]. Dostupné z: [http://vyzkumy.czechtourism.cz/0163\\_/monitoring-navstevniku-v-turistickych-regionech-cr](http://vyzkumy.czechtourism.cz/0163_/monitoring-navstevniku-v-turistickych-regionech-cr)

<sup>7</sup> tamtéž

<sup>8</sup> MOŽNÝ, Ivo. *Rodina a společnost*. Praha, Slon, 2006. s. 17. ISBN 978-80-86429-87-8.

významy slova rodina jako společenství lidí, kteří spolu žijí a hospodaří. Druhé pojetí chápe rodinu jako systém širokého pokrevního příbuzenství.

V rámci cestovního ruchu Ryglová, Burian a Vajčnerová<sup>9</sup> dělí tržní segmenty dětí a mládeže, které představují tyto věkové kategorie:

- **děti pod 10 let** – děti, za které zcela rozhodují a platí jejich rodiče, na některých místech České republiky se vyskytují hotely s označením kids friendly („přátelský k dětem“), jedná se především o nabídku vybavení
- **děti a mládež ve věku 10-19 let** – do jisté míry za sebe rozhodují, jejich útratu za sebe si hradí do jisté míry sami, do této skupiny spadají hlavně školní výlety, lyžařské výcviky, letní tábory, tato kategorie vyžaduje často adrenalinové zábavy

Výše uvedené kategorie mají možnost využívat různé slevy (na dopravu, vstupné, ubytování apod.) oproti jiným věkovým kategoriím.

### **Životní styl současné české rodiny**

Výzkum, který byl součástí projektu „*Rozvoj a podpora multidisciplinárního vědecko-výzkumného týmu pro studium současné rodiny na UHK*“,<sup>10</sup> dokládá, že 50,5 % dotazovaných rodin by ve svém volném čase rádo provozovalo cestování a výlety. Dále se umístil sport (40,2 %), včetně turistiky a cykloturistiky. Mezi typické společné rodinné aktivity patří procházky a výlety (87,9 %). Jen o necelé dvě procenta méně tráví volný čas sledováním televize. Nejčastějším důvodem, který brání v realizaci společných rodinných aktivit ve volném čase, byl uváděn nedostatek financí (33,1%), dále, pak byl nedostatek volného času (14,8 %).

Mezi nejdůležitější předávané hodnoty v každé kultuře patří výchova dalších generací, která ve většině společností probíhá v rodině.<sup>11</sup> Dítě v ní prožívá své dětství a stává se zdrojem názorů a postojů, které ovlivní jeho vlastní budoucí rodinu. Cestování rodičů s dětmi významně přispívá k budování pevných vztahů v rodině. Cestování a poznávání vlastní země, její kultury a historie ve společnosti rodiny přináší spoustu pozitivních zážitků a příjemně strávených chvil. Mimo to vytváří pozitivní vztah k vlasti, který vede k touze uplatnit se ve prospěch rodiny, obce a tím i k zvelebení celého národa. Lze tedy říci, že cestování rodin s dětmi je pro společnost přínosné a mělo by být podporováno.

<sup>9</sup> RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruchu - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. Praha: Grada, 2011. s. 188. ISBN 978-80-247-4039-3

<sup>10</sup> KRAUS, Blahoslav et al. *Životní styl současné české rodiny*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, s. 157. ISBN 978-80-7435-544-8.

<sup>11</sup> LAŠEK, Jan a Irena LOUDOVÁ. *Rodina jako základ vývoje morálky a občanských postojů dětí: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, s. 116. ISBN 978-80-7435-335-2.

### 3.2. Destinační management a rodiny s dětmi

Dle Zelenky a Páskové<sup>12</sup> je destinační management definován takto: „*Soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo, značka kvality, společný (sdílený) informačně – rezervační systém, tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru cestovního ruchu i podpora profesních spolků, sdružení a organizací.*“

Holešinská<sup>13</sup> popisuje destinační management jako „*specifickou formu managementu, která se zabývá procesem řízení destinace ve smyslu integrovaného řešení rozvoje turismu v destinaci*“.

Hrabánková a Hájek<sup>14</sup> zase uvádějí, že hlavním úkolem destinačního managementu je koordinace činností subjektů tak, aby byly splněny cíle rozvoje cestovního ruchu, byly pořád rozvíjeny a vytvářely pozitivní image dané destinace.

Hesková v jedné ze svých definic popisuje destinační management takto: „*proces vytváření a řízení silných, tržně orientovaných a systémově řízených destinací a je souborem řídicích opatření a nástrojů, které jsou využívány pro oblast plánování, organizování a rozhodovací procesy*“.<sup>15</sup> A řeší základní okruhy činností jako je:

- sociálně - kulturní sféra – udržování kulturních tradic, řemesel, akcí pro rodiny s dětmi, vytváření pracovních míst
- rozvoj s udržitelností životního prostředí
- podpora ekonomických subjektů

Vysekalová<sup>16</sup> popisuje, jak je důležité pro destinační společnost pochopit a poznat psychologii rozhodování dětských návštěvníků. Vědět, co si děti myslí o cestovní a co je vede k tomu, že některé destinace chtějí navštěvovat a některé naopak zase ne. Poznáním a zjištěním těchto faktů, může destinačním společnostem pomoci ve výběru poskytování služeb, nabízení vhodných produktů, vytvořit

---

<sup>12</sup> ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2.vydání. Praha: Linde, 2012, s.120, ISBN 978-80-7201-880-2.

<sup>13</sup> HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1.vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012,s.39. ISBN 978-80-210-5847-7

<sup>14</sup> HRABÁNKOVÁ, M., HÁJEK, T.: *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2002, s.38. ISBN 807040-580-5

<sup>15</sup> HESKOVÁ Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006, s. 42. ISBN 80-7168-948-3

<sup>16</sup> VYSEKALOVÁ, J.: *Psychologie spotřebitele. Jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Grada Publishing, a.s., Praha, 2004, s.120. ISBN 80-247-0393-9

odpovídající zázemí a kvalitnější organizaci CR v dané destinaci. V určitém věku se děti ztotožňují s rozhodnutím rodičů, ale v době, kdy začínají chodit do školy, jsou spíše ovlivňovány svými spolužáky a kamarády.

### 3.2.1 Funkce destinačního managementu

Dosažení stanovených cílů v destinaci jde na základě vykonání důležitých úkolů managementem destinace, tak aby se jejich výsledek prokázal na prosperitě destinace. Celá řada aktivit prováděných organizacemi vychází z jejich velikosti, vize, mise a zaměření dané destinace. Tedy jaký trh chce destinace oslovit. Aktivity se musí však plnit kvalitně, aby se konkurenceschopnost destinace neustále zvyšovala.

Dalším úkolem destinačního managementu na konkrétním území, podle Holešinské jsou hlavně tyto čtyři funkce:<sup>17</sup>

- plánovací funkce
- funkce nabídky
- marketingová funkce
- zastupování zájmů

Plánovací funkce destinačního managementu sehrává důležitou roli v tvorbě plánů a v komunikaci se spoluúčastníky na cestovním ruchu a se samotnými účastníky cestovního ruchu, kdy si stanovují plány a hlavní směr rozvoje turistické oblasti pomocí swot analýzy, monitoringu, atd. S čímž souvisí funkce nabídky pro účastníky cestovního ruchu. Marketingová funkce destinačního managementu je potřebná a velmi důležitá k tomu, aby destinace uspěla na trhu cestovního ruchu. Zakládá se na marketingovém plánu a marketingové strategii. Nejdůležitějším krokem v marketingové funkci je docílit prodeje nabídky spotřebiteli.

Obdobně popisuje funkce marketingu destinace i Biegera,<sup>18</sup> který říká, že je nutné zabývat se čtyřmi hlavními funkcemi vyvíjejícími dílčí produkty a služby, jejichž výsledkem je poté řetězec služeb nebo samotný produkt. Management destinace se tedy skládá z:

- plánovací funkce – sestavující vývojové koncepty a destinační strategii

---

<sup>17</sup> HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1.vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s.41. ISBN 978-80-210-5847-7

<sup>18</sup> BIEGER, T.: Destinationsstrategien – vom politischen Konsenspapier über die Geschäftsfeldstrategie zur Unternehmensstrategie mit Ausrichtung auf Kernkompetenzen. In: Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1995/96, 1996, St. Gallen, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Hochschule

- funkce nabídky – která zajišťuje provoz informačních center, vytvoření produktu, služby atd. Zajišťuje kvalitní personál, organizuje různé akce a zodpovídá případné stížnosti.
- funkce zastupování zájmů – zajišťuje podporu povědomí o destinaci, zastupuje politické zájmy, za účelem podpoření daného projektu a informuje ostatní subjekty z odvětví cestovního ruchu
- marketingová funkce – zajišťuje výzkum trhu, nezbytný pro tvorbu marketingové strategie, stará se o image značky, podporu prodeje a vztahy s veřejností. Stanovuje cenovou strategii nabídky destinace, stará se o distribuci produktu.

Destinační management destinace<sup>19</sup> se zabývá především realizací managementu a marketingu, k čemuž je zapotřebí využívat i jiné subjekty cestovního ruchu, kterým předává část své odpovědnosti. Všechny subjekty potom vytvářejí činnosti v zájmu větší konkurenceschopnosti destinace. Jejimi hlavními úkoly jsou:

- aktivně se věnují prodeji produktů
- propagují destinaci a starají se o image destinace
- řídí tvorbu produktů cestovního ruchu
- provádí cenovou politiku a aktivní prodej destinace

Další kdo popisuje funkce a aktivity, které by měla destinace realizovat mezi ostatními subjekty cestovního ruchu je Királ'ová,<sup>20</sup> která uvádí tyto funkce:

- podpora rozvoje a aktualizace nabídky CR
- společné podnikatelské myšlení všech členů
- formulace koncepce a strategie rozvoje CR
- znalost společných zájmů a stanovení společných cílů
- vypracování společných organizačních stanov
- tvorba a implementace strategie rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- systematická a kontinuální spolupráce všech zapojených subjektů

<sup>19</sup> ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012. s.768. ISBN 978-80-7201-880-2

<sup>20</sup> KIRÁL'OVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, s.173. ISBN 80-861-1956-4.

### 3.2.2 Organizace destinačního managementu a financování

Organizace destinačního managementu plní funkci řízení destinace a organizace. Hlavní rolí společnosti je spojení samostatných poskytovatelů služeb v destinaci do jednoho celku, cílem je pak koordinace a kooperace, tvorba služeb (jak využít volný čas) a vytváření zážitků pro cílové skupiny návštěvníků dané destinace, v tomto případě rodin s dětmi.

Pro výběr formy organizace destinačního managementu,<sup>21</sup> které souvisí s financováním, je spousta důležitých legislativních podmínek, které souvisejí se založením organizace. Při výběru formy organizace jsou hodně důležité tyto aspekty:

- legislativní normy, které omezují volbu právní formy organizace
- faktory a podmínky vzniku organizačních struktur
- předmět činností organizace destinačního managementu

V současné době je zde možná volba z těchto právních forem:

- příspěvková organizace
- obecně prospěšná organizace
- společnost s ručením omezením
- řídicí subjekt jako součást dobrovolného svazku obcí
- sdružení právnických osob

Co se týká financování organizace destinačního managementu, jsou možné tyto varianty:

- ze zdrojů EU
- členské příspěvky
- příspěvky od obcí, veřejné správy a orgánů krajské samosprávy
- z fondů a programů státu nebo krajů
- z nadačních programů
- z vlastních reklamní činnosti
- ze soukromých zdrojů
- z místních poplatků

### 3.2.3 Spolupráce subjektů destinace

Spolupráce subjektů cestovního ruchu v destinaci může být ve třech úrovních:

- spolupráce mezi podnikatelskými subjekty

---

<sup>21</sup> KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, s.173. ISBN 80-861-1956-4.

- spolupráce mezi veřejnoprávními subjekty
- veřejno – soukromá spolupráce

Podle Horner a Swarbrooke<sup>22</sup> spolupráce veřejného a soukromého sektoru v marketingu destinací, napomáhá koordinovat marketing destinací, lépe využít finanční zdroje soukromého sektoru jako doplňku omezených zdrojů marketingových organizací veřejného sektoru a využití odborných znalostí marketingu soukromého sektoru v oblasti marketingu veřejného sektoru.

### 3.3. Destinační marketing a rodiny s dětmi

Marketing je věda o prodejních technikách a reklamě.<sup>23</sup> Marketingem je dnes třeba nejen chápat nástroje ve smyslu přesvědčit a prodat, ale ve smyslu uspokojení potřeb zákazníka. Kotler a Armstrong definuje marketing jako společenský a manažerský proces, kterým uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků nebo jiných hodnot.

Palatková<sup>24</sup> uvádí, že destinační marketing je významný nástroj vstupu destinace na mezinárodní i domácí trh turismu na lokální, regionální i národní úrovni. Destinační marketing sdružuje strategickou, taktickou a administrativní rovinu s přihlédnutím k potřebám transformace na nové podmínky trhu cestovního ruchu. Destinace je katalyzátorem, který stimuluje všechny ostatní obory – stravování, ubytování, doprava, atraktivita cestovního ruchu, sportovní využití, atd. Nejdůležitější úlohou v marketingu destinace je společnost destinačního marketingu (managementu). Management destinace znamená širší pojem, zahrnující kromě marketingových aktivit i řízení veškerých vnitřních aktivit destinace, takže se více blíží politice turismu v destinaci, avšak i v praxi se oba pojmy často překrývají. Dále tvrdí, že úkolem marketingu není pouze tvorba produktů a jejich prodej, ale také přilákání nových investorů.

Základ marketingu destinace podle Morrisna<sup>25</sup> spočívá ve směru všech zainteresovaných subjektů pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků destinace za účelem dosažení zisku. Úspěchem destinace na trhu je schopnost správně propagovat vlastní produkt, službu pro potenciální návštěvníky, kteří chtějí využít svůj volný čas, utratit peníze a navštívit danou destinaci.

<sup>22</sup> HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1.vydání; Praha: Grada Publishing, a.s., 2003, s.294. ISBN 8024702029

<sup>23</sup> KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. 1. Příbram: Grada Publishing a.s., 2004 s.45, ISBN 8024705133.

<sup>24</sup> PALATKOVÁ M., *Marketingová strategie cestovního ruchu*. 1. Praha: Grada Publishing a.s., 2006. s.95, ISBN 80-247-1014-5.

<sup>25</sup> MORRISON, M. A. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1989. s.48. ISBN 80-85605-90-2.



Definice nám tedy říkají, že marketing tvoří základ celé destinace a bez něho by nebylo možné bojovat s konkurencí na trhu. Dokonalý marketing vyžaduje mnoho úsilí. Musejí se provádět různé analýzy, výzkumy a sbírat různé zkušenosti, které se postupem času můžou využít v marketingových strategiích. Dále je nutné sledovat nejnovější trendy v oblasti cestovního ruchu a tím zařizovat destinaci.

Důležitými fakty zviditelnění destinace zaměřené na přilákání rodin s dětmi tedy jsou:

- propagace směřovaná k cílové skupině (propagační materiály s nabídkou zajímavých atraktivit a služeb v dané destinaci se všemi potřebnými informacemi, které jsou důležité při rozhodování výběru, čímž je namysli snížené vstupné, rodinné vstupné, uvést věkové kategorie, pro kterou je atrakce vhodná a nabídku poskytovaných doplňkových služeb. Dále je vhodné, aby na propagační materiály doprovázely obrázky dětí, které rodiče při výběru hned zaujmou. Tyto kritéria by se měla objevovat i v televizních reklamách, tiskových zprávách, časopisech.
- soustředit se na potřeby žádané od návštěvníků a snažit jim vyhovět
- mít tým vzdělaných pracovníků v informačních centrech i u partnerů poskytujících služby, kteří podají návštěvníkům kvalitní informace a doporučení o možnostech trávení volného času, ubytovacích a stravovacích zařízení v destinaci vhodných pro rodiny s dětmi

### 3.3.1 Marketingové nástroje

Jak již bylo výše zmíněno, některé z níže uvedených marketingových nástrojů, které budou detailněji popsány, by mohly mít vliv na rozhodování rodin s dětmi.

#### CENA

Rodinné slevy<sup>26</sup> – zvýhodňují celou rodinu nebo alespoň některé její členy. Vyskytuje se hned několik typů rodinných slev, se kterými se můžeme setkat při placení.

- dětské ceny jsou určeny dětem nejčastěji ve věku 6 až 12 let, kdy má v tomto věku dítě vstup do objektů úplně zdarma nebo je vstup částečně zvýhodněný. Někdy tento druh slevy může nabýt i formy, kdy pro druhé dítě v rodině je cena zcela nulová.
- ceny pro infanty, většinou jsou to ceny pro děti ve věku do 2 let, ty obvykle nemají nárok na čerpání služeb nebo opravdu minimálně. Zpravidla se za děti v tomto věku neplatí nic nebo jen minimální poplatek.

---

<sup>26</sup> ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch. Vývoj organizace a řízení*. 1.vydání. Praha: OFF, 2001.s. 252. ISBN 8023862758.

- sleva studenta – tato sleva ve většině případů platí pro držitele ISIC karty, se kterou se při vstupech prokazují a tím dosáhnou určité procentuální slevy. Hranice této slevy bývá vymezena 26. rokem, pokud je ještě člověk ve studijním procesu.

## **PROPAGACE DESTINACE**

Důležitým marketingovým nástrojem je propagace destinace. Podle Zelenky tento marketingový nástroj<sup>27</sup> slouží zejména ke komunikaci se zákazníky, ale také i jako podpora prodeje. „*Součástí propagace je reklama, vztahy s veřejností, osobní prodej, interní reklama a publicita.*“ Nástroje propagace jsou tištěné materiály – letáky, brožury, propagační materiály aj., ale také mediální materiály – reklama v televizi, rádiu, tisku a webové stránky.

Podle Királové<sup>28</sup> „*je jednou z nejefektivnějších forem komunikace ústní doporučení destinace někým, kdo ji navštívil. Navštěvníci, kteří se budou v destinaci cítit dobře, doporučí návštěvu svým přátelům a známým a sami ji znovu navštíví.*“

Nabídka služeb, turistických atraktivit a projektů založených destinační společnosti zaměřených na rodiny s dětmi by tedy měly být součástí propagace destinace. Měly by být propagovány na webových stránkách destinace a to nejlépe v samostatné rubrice rodiny s dětmi. Propagační materiály je vhodné umísťovat do informačních center, ubytovacích a stravovacích zařízení. Nabídku turistických atraktivit, služeb a dalších vhodných pro rodiny s dětmi lze tedy využít ve všech formách propagace.

## **NABÍDKA ATRAKTIVIT A DOPLŇKOVÉ SLUŽBY**

Jelikož v případě turistických atraktivit vhodných pro děti, s nimiž souvisí i jejich doplňkové služby, se autorce nepodařilo nalézt literaturu zabývající se touto problematikou, autorka práce tedy uvedla své vlastní vyjádření.

Atraktivita vhodná pro rodiny s dětmi by měla být přizpůsobena očekávání návštěvníků. Z hlediska rodin je to především dobrá dopravní dostupnost, společné zážitky, cenová dostupnost a bezpečnost. V muzeích a galeriích by aktéři měli brát zřetel na zajímavou formu výkladu. Bylo by vhodné, aby si děti některé vystavované exponáty mohly vyzkoušet. Totéž se týká například hradů a zámků, kdy by prohlídky měly být přizpůsobeny i dětem a zaujaly je, například formou výkladové pohádky v dobových kostýmech. Doplňkové služby pro rodiny s dětmi jsou nedílnou součástí při návštěvě destinace. V zábavních střediscích, ubytovacích zařízení by mělo být zajištěno hlídání dětí, pokud si rodiče potřebují něco zařídit

<sup>27</sup> ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch - marketing*. Vyd. ., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. s. 115. ISBN 978-80-7435-543-1.

<sup>28</sup> KIRÁLOVÁ, Alžbeta. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. s.173. ISBN 80-86119-56-4.

nebo si jen odpočinout. Dopravci by měli mít úložné prostory na kočárky, kola, dostatečné pokrytí spojů na trasách a spoje navazující s dostatečným časovým prostorem na přestup. Všichni aktéři by tedy měli být kreativní pro uspokojení potřeb dětí.

### **SPECIÁLNÍ SLUŽBY STRAVOVACÍCH A UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ**

Ubytovací zařízení by měla být uzpůsobena i dětem a v destinaci by jich měl být dostatek. Poskytovatelé těchto služeb by tedy měli brát ohled i na nabídku pobytu rodin s dětmi. (dětské koutky, dětské hřiště, postýlka, přebalovací pult, dětská jídla nebo možnost kuchyňky – pro přípravu vlastního jídla, dětská židlička, hračky) Dále mohou nabízet i netradiční atrakce pro rodiny s dětmi, například: pořádání táboráků, nocování v netradičním stavení a jiné. Neustále informovat návštěvníky o atraktivitách vhodných pro výlet s dětmi a mít dostatek propagačních letáků k dispozici. Ubytovací zařízení vhodná pro rodiny s dětmi by měla být označena.

Ve stravovacích službách je velkým plusem pro rodiny s dětmi rozšířená nabídka služeb - rozdělení kuřácké a nekuřácké místnosti, dětské židličky, dětský koutek, dětské menu, místo vyhrazené pro kojící matky a přebalovací pulty na toaletách.

#### **3.3.2 Specifika marketingu destinace a rodin s dětmi**

Morrison<sup>29</sup> ve své knize uvádí osm specifických rysů marketingu, jimiž jsou:

- kratší expozitura služeb – pro to, aby destinace udělala dobrý dojem na klienta, má kratší čas
- větší vliv psychiky a emocí v rozhodovacím procesu i během pobytu
- důraz na úroveň a image
- důraz na vnější stránku poskytovaných služeb – spočívá v tom, že si klient nemůže vyzkoušet produkt, proto se chytá různých bodů, důkazů, recenzí (např. vybavení hotelu, čistota hotelu...)
- složitější a proměnlivější distribuční cesty
- závislost na komplementárních firmách
- snazší kopírování služeb – není možné zakázat přístup konkurenci do daného subjektu
- důraz na propagaci mimo sezónu

Ubytovací, stravovací a rekreační služby<sup>30</sup> by měly být přizpůsobeny těmto požadavkům:

- chtějí aktivně trávit volný čas
- jejich požadavky se liší dle věku dětí

---

<sup>29</sup> MORRISON, M. A. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1989.s.52. ISBN 80-85605-90-2.

<sup>30</sup> Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE v Praze. *Cestovní ruch pro všechny*. 2008. Dostupné online z <http://kcr.vse.cz/wp-content/uploads/2010/11/CR-pro-vsechny-publikace.pdf>

- způsob dopravy závisí na finanční situaci rodiny a počtu dětí
- čisto a klid na ubytovacích zařízeních
- množství dětských hřišť a dětských koutků
- možnost využití různých zařízení a atraktivit při špatném počasí
- hlavním parametrem pro rodiny s dětmi je cena
- ubytovací a stravovací zařízení musí být přizpůsobena dětem
- doplňkové služby – hlídání, animační programy atd. - rodiče při výběru trávení volného času s dětmi, často koukají na to, aby si mohli od dětí na chvíli i odpočinout. V této souvislosti je nejdůležitějším požadavkem služba hlídání dětí, animační činnosti, které zaujmou děti a rodiče si tak mohou odpočinout.

Dle shrnutí teoretické části týkající se problematiky destinačního managementu vyplývá, že destinační management je soubor technik a nástrojů používaných při komunikaci, plánování, rozhodování a regulaci cestovního ruchu v destinaci. Destinační společnosti mohou z velké části podpořit rozvoj cestovního ruchu rodin s dětmi. Důležitou činností však je spolupráce poskytovatelů a zprostředkovatelů služeb. Právě poskytovatelé a zprostředkovatelé služeb jsou v přímém kontaktu s návštěvníky a tím pádem nejlépe znají jejich potřeby a přání, co by očekávali od návštěvy destinace. Pro poskytovatele služeb je důležité, aby vyšli co nejvíce vstříc potřebám rodin s dětmi, protože tím podpoří cestování rodin s dětmi. Neméně důležité je shromažďovat informace od poskytovatelů o potřebách a požadavcích zkoumaného segmentu, díky kterým může vymýšlet a realizovat nové projekty zaměřené na rodiny s dětmi a tím podporovat cestovní ruch rodin s dětmi do destinace.

Nastudovanou teorií autorka došla k odpovědi na první výzkumnou otázku:

- **Jakou roli hraje destinační management v cestovním ruchu rodin s dětmi?**

Destinační management v cestovním ruchu rodin s dětmi hraje významnou roli ve všech technikách a nástrojích používaných při komunikaci, plánování i rozhodování. Měl by nabízet co nejlepší produkty, přilákat svojí nabídkou a snahou rodiny s dětmi do destinace. Jak již bylo výše zmíněno, spolupráce s poskytovateli služeb by se měla odrážet ve speciální nabídce, která bude zaměřena na děti, čímž je myšleno speciální vybavení ve stravovacích a ubytovacích zařízeních a dále pak specifické nabídky atraktivit nabízených v destinaci, doplňkové služby a zvýhodněné vstupné pro děti.

## **4 Případová studie destinačního managementu v Orlických horách a Podorlicku se zaměřením na rodiny s dětmi**

### **4.1. Sběr informací a průběh šetření**

Na začátku bylo nutné nastudovat potřebnou literaturu a stanovit si základní cíl práce. Na základě zjištěných informací byly zformulovány základní výzkumné otázky.

### **4.2. Základní výzkumné otázky**

- **Jaké aktivity vykonává destinační management Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka?**

Odpověď na tuto výzkumnou otázku hledala autorka práce pomocí informací zjištěných od ředitelky destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka. Kvůli jejímu velkému zaneprázdnění autorka 15. 2. 2016 navázala pouze neformální telefonický rozhovor. Po domluvě byla autorce poskytnuta tisková zpráva za rok 2015, 2014 a 2013. Autorka v práci uváděla nejaktuálnější data z tiskové zprávy pro rok 2015. Údaje z roku 2014 a 2013 použila pouze jako závěrečné shrnutí na konci kapitoly 4.6.5. pro analýzu vývoje destinační společnosti. Dále jí ředitelka zaslala emailovou korespondencí webové odkazy, které pomohly lépe dohledat výsledky ke zkoumané problematice.

- **Jaké možnosti mají rodiny s dětmi na trávení volného času v Orlických horách a Podorlicku se zaměřením na dětského návštěvníka?**

Odpověď byla hledána pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek, které se zaměřují na turistické atraktivity vhodné pro rodiny s dětmi v oblasti Orlických hor a Podorlicka. Ty byly zjištěny pomocí klíčových slov zadaných do internetového vyhledávače Google, konkrétně se jednalo o tato slovní spojení: „*Cestování s dětmi v Orlických horách a Podorlicku.*“ a „*Kam s dětmi v Orlických horách a Podorlicku.*“ Průzkum probíhal v měsíci únoru 2015. Po sepsání seznamu turistických atraktivit v destinaci vhodných pro rodiny s dětmi se autorka práce sešla s pracovníci informačního centra v Rychnově nad Kněžnou, která jí doporučila 22 nejoblíbenějších a nejvíce navštěvovaných míst pro tuto cílovou skupinou.

- **Jak jsou přizpůsobeny atraktivity Orlických hor a Podorlicka pro dětského návštěvníka? (snížené vstupné nebo rodinné vstupné a animační programy atd....)**

Odpověď na tuto výzkumnou otázku byla hledána pomocí terénního šetření, kdy autorka osobně navštívila vybrané turistické atraktivity vhodné pro rodiny s dětmi a zjišťovala, zda splňují kritéria, která

byla zvolena podle veřejného dotazníku volně dostupného na webových stránkách [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz). Terénní šetření probíhalo v období od února do listopadu 2015. Atraktivita byly rozděleny na zimní, letní, hrady, zámky, muzea a galerie.

- **Jakým způsobem jsou upravena ubytovací a stravovací zařízení pro dětského návštěvníka? (pokoje přizpůsobené rodinám s dětmi, pokrmy přizpůsobené dětem, výskyt dětských koutků, hřišť a dalšího vybavení pro děti)**

Odpověď na tuto výzkumnou otázku autorka hledala pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek, které se zaměřují na nabídku ubytování v Orlických horách a Podorlicku vhodných pro rodiny s dětmi a to v měsíci únoru 2016. Ty byly vyhledány pomocí klíčových slov zadaných do internetového vyhledávače Google. Konkrétně se jednalo o spojení: „*Ubytování v Orlických horách a Podorlicku pro rodiny s dětmi*“. Autorka poté za pomoci pracovnice informačního centra vybrala 38 ubytovacích zařízení, které jsou nejvíce navštěvovány. 15 hotelů, 6 chat, 5 kempů a 12 penzionů osobně navštívila v měsících únor až červenec 2016 a provedla terénní šetření, kdy zjišťovala, jakým vybavením disponují.

### **4.3. Charakteristika turistické oblasti Orlické hory a Podorlicko**

Orlické hory jsou pohoří v severovýchodních Čechách, které prolínají státní hranice s Polskem. Z administrativního členění leží Orlické hory na rozmezí tří krajů – Královéhradeckého, Pardubického a Olomouckého. Krajinný celek, tvořený hřebenem Orlických hor, svahy před a za hlavním hřebenem a částečně podhůřím, spadá do Chráněné krajinné oblasti Orlické hory. Zde se nacházejí přírodní památky, přírodní rezervace a spousta dalších atraktivit.

Orlické hory a Podorlicko jsou charakteristické svojí původní a rozmanitou přírodou. Hřebeny hor se z nížin zvedají jen pozvolna, a proto je tato turistická oblast vhodná pro rekreaci a nenáročnou turistiku zejména pro rodiny s dětmi. Nabízí mnohá krajinná zákoutí, mnohdy i s původní lidovou architekturou. Avšak pro nic za nic se tu neříká: „*U nás jako v pohádce*“.<sup>31</sup> Nabídka cestovního ruchu pro rodiny v tomto turistickém regionu je opravdu pestrá. Je to ráj pro pěší turisty, cykloturisty, sjezdaře i běžkaře. Jsou zde obří hotelové komplexy, chatové sídliště, autokempy, ubytování v menších zařízeních a dalších. Městečka Orlických hor a Podorlicka jsou spíše menší, upravená a se zachovalou lidovou architekturou.

---

<sup>31</sup> LUKÁŠEK, Josef. *PRŮVODCE Orlickými horami a jejich podhůřím aneb pozvání do Kačenčiny pohádkové říše*. 1. vyd. Ústí nad Orlicí: OFTIS, 2013. ISBN 978-80-7405-605-4.

#### 4.4. Možnosti trávení volného času a přizpůsobení atraktivit rodinám s dětmi

Jak již bylo zmíněno v kapitole 4.2., odpovědi na tyto dvě výzkumné otázky byly zjišťovány pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek zaměřených na atraktivitu vhodnou pro rodiny s dětmi v destinaci Orlických hor a Podorlicku a dále terénním šetřením.

Pro obsahovou analýzu webového obsahu byly v průběhu února 2015 zadány do internetového vyhledávače Google pomocí klíčových slov, konkrétně těchto slovních spojení: „*Cestování s dětmi v Orlických horách a Podorlicku*“ a „*Kam s dětmi v Orlických horách*“ vyhledány webové stránky zaměřené na nabídku aktivit trávení volného času pro rodiny s dětmi v Orlických horách a Podorlicku. Byly nalezeny tyto weby [www.vylety-zabava.cz](http://www.vylety-zabava.cz), [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.kampocesku.cz](http://www.kampocesku.cz), [www.mojeorlickehory.cz](http://www.mojeorlickehory.cz), [www.kamsdetmi.cz](http://www.kamsdetmi.cz), [www.rodinnevylety.cz](http://www.rodinnevylety.cz), [www.vychodni-cechy.info-orlickehory.cz](http://www.vychodni-cechy.info-orlickehory.cz). Po prozkoumání těchto stránek lze říci, že uvedené weby se typy na výlety pro rodiny s dětmi zabývají, ale nejsou u všech úplně jejich předností. Například u webu [www.vychodni-cechy.info-orlickehory.cz](http://www.vychodni-cechy.info-orlickehory.cz) se zaměřují na všechny věkové kategorie všeobecně nejenom pouze na nabídku pro rodiny s dětmi. Ostatní uvedené odkazy mají na svých webových stránkách uvedené přímo tipy na výlet pro rodiny s dětmi. Uvedené webové portály byly vybrány z důvodu jejich kvality zpracování obsahu.

Na těchto stránkách byly hledány a sepsány tipy vhodné na výlety pro děti. Z následného seznamu bylo na doporučení pracovnice informačního centra vybráno 22 atraktivit, které autorka formou terénního šetření osobně navštívila. Z analýzy webového obsahu a terénního šetření vyplývají následující závěry, které jsou pro lepší přehlednost rozděleny na zimní a letní atraktivitu, hrady a zámky, muzea a galerie a jsou zpracovány do tabulek č. 2, 3, 4 a 5. Kritéria, která autorka zjišťovala, byla zvolena dle veřejného dotazníku, jenž je veřejně přístupný na webových stránkách [www.vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz)<sup>32</sup> pod názvem *Kritéria rodin s dětmi při rozhodování o výběru dovolené*. Nejdůležitější dle dotazníku je pro rodiny s dětmi zvýhodněná cena a speciální programové nabídky pro děti. Zjištěné informace jsou pro sezónu 2015/2016.

---

<sup>32</sup> Vyplnto.cz. *Vyplnto.cz* [online]. Praha: Marek Demčák, 2013 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <https://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/kriteria-rodin-s-detmi-pri-r/#00>

**Tabulka 2: Nabídka pro rodiny s dětmi\_letní atraktivity**

Název	Zvýhodněné vstupné – děti	Nabídka pro děti celkem	Rodinné vstupné
Lanové centrum Říčky	ANO	2	NE
Aquapark Žamberk	ANO	7	NE
Přehrada Pastviny	ANO	4	NE
České Petrovice	ANO	4	NE
Obec Potštejn	ANO	5	ANO

zdroj:<sup>33</sup> vlastní zpracování, 2016

Z tabulky vyplývá, že všechny navštívené letní atraktivity nabízejí zvýhodněné vstupné pro děti, ale pouze jedna z nich má ve svém ceníku možnost rodinného vstupného. Pouze jedna z navštívených letních atraktivit splňuje všechna hledaná kritéria.

České Petrovice nabízejí několik zajímavých atraktivit vhodných pro děti, které jsou dle pořadatelů u dětí hojně oblíbeny. Jedna z nich je letní tubing – zábavná jízda na 100 metrů na umělém povrchu ve vytyčené dráze. Dále jízda na kladce, vodní narážedla a jízda na horských terénních kárách, které jsou ale vhodné pro děti od 10 – ti let.

Zajímavou nabídkou disponuje i obec Potštejn – pro děti nabízí tematické prohlídky zámku Potštejn a okolní zajímavosti. Pro nejmenší je připravena expozice Bubákov, kde děti hledají pohádkové bytosti – princezny, draky, trpaslíky a čarodějnice. V cíli dostávají různé odměny. Během roku obec pořádá i tematické akce vhodné pro zkoumaný segment – divadelní pohádky, slavnosti v dobových kostýmech a noční prohlídky.

---

<sup>33</sup> Vlastní zpracování



**Tabulka 3: Nabídka pro rodiny s dětmi\_ zimní atraktivita**

Název	Zvýhodněné vstupné děti	Nabídka pro děti celkem	Rodinné vstupné
Ski centrum Říčky	ANO	3	ANO
Ski centrum Deštné v Orlických horách	ANO	6	ANO
Ski resort Buková hora	ANO	2	ANO
Šediváčkův long	Dobrovolné	1	NE
Rampušákovo loučení se zimou	Dobrovolné	2	NE

zdroj:<sup>34</sup> vlastní zpracování, 2016

Z tabulky zimních atraktivit vyplývá, že tři provozovatelé mají v ceníku zvýhodněné vstupné a dva mají vstupné pouze dobrovolné. Tři z pěti atraktivit splňují všechna zjišťovaná kritéria.

Všechna navštívená ski centra nabízejí lyžařskou školu a různé programy pro děti. Říčky mají také zajímavou nabídku možnost zapůjčení horských sněžnic, trasy pro sněžnice jsou vybírány podle věku dětí a na každé z nich je možné potkat různé zajímavosti jako například strašidelný mlýn, druidské menhiry nebo bývalé uranové doly.

Šediváčkův long, akce konaná za posledních 5 let každý rok, je nejdelší a nejtěžší závod psích spřežení v České republice a jeden z nejtěžších v Evropě. Závod je zajímavý a naučný pro děti a během akce je možné děti svést za psím spřežením. Také Rampušákovo loučení se zimou je atraktivním programem pro děti. Koná se každý rok na konci března a celá akce pro děti je doprovázena herci z divadla Ypsilon.

---

<sup>34</sup> Vlastní zpracování

**Tabulka 4: Nabídka pro rodiny s dětmi\_hrady a zámky**

Název	Zvýhodněné vstupné – děti	Nabídka pro děti celkem	Rodinné vstupné
Zámek Doudleby nad Orlicí	ANO	2	ANO
Zámek Opočno	ANO	1	NE
Zámek Častolovice	ANO	1	ANO
Zámek Rychnov nad Kněžnou	ANO	1	ANO
Zámek Potštejn	ANO	4	ANO
Hrad Litice	ANO	1	ANO
Zřícenina hradu Potštejn	ANO	2	NE

zdroj:<sup>35</sup> vlastní zpracování, 2016

Z tabulky číslo 4 vyplývá, že všechny navštívené zámky a hrady nabízejí zvýhodněné vstupné pro děti. Pouze zámek Opočno a hrad Potštejn nemá ve své cenové nabídce, možnost rodinného vstupného. Hrad Litice je pro sezónu 2015/2016 z důvodu oprav uzavřen.

**Obrázek č. 1: Expozice Bubákov pro děti na zámku Potštejn**



zdroj:<sup>36</sup> zámek Potštejn

<sup>35</sup> Vlastní zpracování

<sup>36</sup> ZamekPotstejn. *ZamekPotstejn* [online]. Potštejn: Copyright, 2013 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: <http://www.zamekpotstejn.cz/1309250156-bubakov.htm>

**Tabulka 5: Nabídka pro rodiny s dětmi\_muzea a galerie**

Název	Zvýhodněné vstupné	Dílna	Otevírací doba
Loutkové Pimprlaterium Častolovice	ANO	NE	květen – říjen
Muzeum a galerie Orlických hor a Podorlicka v Rychnově nad Kněžnou	ANO	NE	celoroční program
Muzeum hraček Rychnov nad Kněžnou	ANO	NE	květen – září
Středověký skanzen Villa Nova v Uhřínově	ANO	NE	duben – listopad (s omezením)
Přírodovědecké muzeum v Doudlebách nad Orlicí	ANO	NE	duben – říjen

zdroj:<sup>37</sup> vlastní zpracování, 2016

V nabídce muzeí a galerií v Orlických horách a Podorlicku všichni provozovatelé uvádějí zvýhodněné vstupné pro děti. Žádné muzeum ani galerie avšak nesplňuje jedno ze zjišťovaných kritérií a nenabízí dílny, které by děti mohly využít při návštěvě. V loutkovém Pimprlaterium v Častolovicích mají různé loutky volné k prodeji.

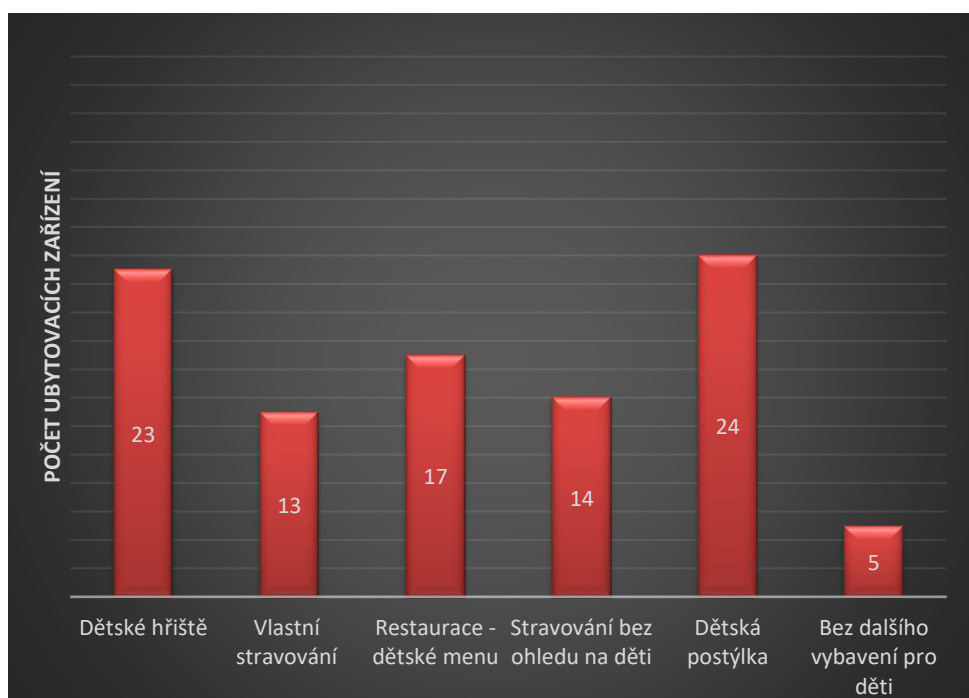
Z výsledků je zřejmé, že všechna navštívená místa, kromě muzeí a galerií mají ve své nabídce programy a akce zaměřené na rodiny s dětmi, ale nelze však jednoznačně určit, které z nich se specializují pouze na zkoumaný segment. Některá místa jsou právě zajímavá svým obsahem např. již výše zmíněné České Petrovice, kde mají pro rodiny s dětmi připravenou pestrou letní nabídku v podobě letního tubingů, jízdy na kladkách, vodních narážedlách nebo terénních kárách. Ski centrum Říčky má vlastní lyžařskou i snowboardovou školu, pořádá výlety pro děti na sněžnicích s možností navštívit strašidelný mlýn, druidské menhiry nebo bývalé uranové doly. Akce Rampušákovy loučení se zimou je provázána zábavným programem pro děti s herci z divadla Ypsilon. A další zajímavý program pro děti nabízí také zámek Potštejn, hranou prohlídkou expozice, při které děti budou mít možnost najít potštejnský poklad.

<sup>37</sup> Vlastní zpracování

#### 4.5. Ubytovací a stravovací zařízení ve vazbě na rodiny s dětmi v destinaci Orlické hory a Podorlicko

Zpracované údaje k této výzkumné otázce byly zjištěny pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek, jak již bylo zmíněno v kapitole 4.2. Zaměřují se na nabídku ubytování v Orlických horách a Podorlicku vhodných pro rodiny s dětmi. Při zadání klíčového spojení: „*Ubytování v Orlických horách a Podorlicku pro rodiny s dětmi*“ do vyhledávače Google, byly nalezeny tyto webové odkazy: [www.vylety-zabava.cz](http://www.vylety-zabava.cz), [www.vychodni-cechy.cz](http://www.vychodni-cechy.cz), [www.pocechach.cz](http://www.pocechach.cz), [www.mojeorlickehory.cz](http://www.mojeorlickehory.cz), [www.region-tour.cz](http://www.region-tour.cz), [www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz), [www.kampocesku.cz](http://www.kampocesku.cz), [www.vyletnik.cz](http://www.vyletnik.cz). Výše uvedené odkazy autorka vybrala z důvodu obsahu, avšak pouze dva z nich mají ubytování zaměřené opravdu na rodiny s dětmi, ostatní jsou pouze všeobecná doporučení ubytovacích zařízení. Autorka práce pomocí terénního výzkumu v období měsíců února až července 2016 navštívila 38 ubytovacích zařízení a to 15 hotelů, 6 chat, 5 kempů a 12 penzionů, které vybrala za pomoci pracovnice informačního centra v Rychnově nad Kněžnou a zjišťovala, jakým vybavením disponují. Seznam ubytování se zjištěnými kritérii budou přílohou práce. Z těchto informací vyplývá následující graf, který bude níže popsán.

Graf č. 1: Průzkum ubytovacích a stravovacích zařízení



zdroj:<sup>38</sup>vlastní zpracování, 2016

<sup>38</sup> Vlastní zpracování

Z výše uvedeného grafu a zjištěných informací vyplývá, že méně než polovina (44,74%) sledovaných ubytovacích zařízení má své vlastní restaurační zařízení spolu s nabídkou dětského menu. Dalších (36,84%) ubytovacích zařízení má své vlastní restaurační zařízení, ale bez nabídky dětského menu. A některá ubytovací zařízení mají ve své nabídce pouze vlastní stravování, s poskytnutím kuchyňky. Více než polovina (63,16%) sledovaných ubytovacích zařízení má ve své nabídce k zapůjčení dětské postýlky. A pouze (13,16%) zařízení nemá ve své nabídce žádné vybavení pro děti, jako je například dětská židlička, dětská vanička, přebalovací pult, dětský koutek, bazén, hry k zapůjčení a další vybavení. Mezi tato ubytovací zařízení se řadí například hotel Filipinum v Jablonném nad Orlicí, srub Karolína a penzion Na Staré cestě v Deštném v Orlických horách. K (61%) ubytovacích zařízení náleží dětské hřiště.

#### **4.6. Aktivity destinační společnosti Orlické hory a Podorlicko se zaměřením na dětského návštěvníka**

Odpověď na tuto kapitolu, jak již také bylo rozebráno v kapitole 4.2., hledala autorka práce pomocí informací zjištěných od ředitelky destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, se kterou se jí, bohužel kvůli velkému zaneprázdnění paní ředitelky, podařilo navázat pouze telefonický kontakt dne 15.2.2016. Poskytla několik informací o fungování společnosti se zaměřením na dětského návštěvníka a doporučila několik užitečných webových stránek, které by pomohly k zjištění výzkumné otázky. Webové odkazy byly následující: [www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem](http://www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem), [www.mojeorlickehory.cz/zazitky-pro-kazdy-den](http://www.mojeorlickehory.cz/zazitky-pro-kazdy-den), [www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/kouzelnny-les-na-tvrzi-orlice](http://www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/kouzelnny-les-na-tvrzi-orlice), [www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/potstejnsky-bubakov-pohadkov](http://www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/potstejnsky-bubakov-pohadkov), [www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/do-sypky/](http://www.krasnadikyhoram.cz/s-ditetem/do-sypky/). Dalším užitečným zdrojem byly poskytnuté tiskové zprávy destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka pro rok 2015, 2014 a 2013. V kapitolách jsou použita hlavně nejaktuálnější data pro rok 2015 a na konci kapitoly 4.6. bude krátké porovnání s předešlými roky, jak se dle tiskových zpráv společnost vyvíjela.

Destinační management Orlických hor a Podorlicka pro podporu cestovního ruchu v destinaci má spoustu iniciátorů jak mezi podnikatelskou sférou a samosprávou, tak i mezi neziskovými organizacemi. Podle informací ředitelky destinační společnosti se žádný ze subjektů nesoustředí přímo na segment rodiny s dětmi, avšak většina má mezi hlavní nabídkou i atraktivitu a zařízení přizpůsobené dětem, protože cílovou skupinou této destinace jsou hlavně rodiny s dětmi.

## Obrázek č. 2: Logo destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka



zdroj:<sup>39</sup> destinační společnost Orlické hory a Podorlicko

Společnost je zájmovým sdružením právnických osob,<sup>40</sup> které bylo založeno 21.dubna 2009 na valné hromadě v Letohradě. Její hlavní činností je podpora vzrůstu cestovního ruchu v Orlických horách a Podorlicku, spolupráce s podnikateli zaměřenými na cestovní ruch, s neziskovými organizacemi, tvorba a realizace projektů na podporu rozvoje regionu.

Členy sdružení jsou dobrovolný svazek obcí regionu Orlické hory, Sdružení obcí Orlicko, dobrovolný svazek obcí Orlice, dobrovolný svazek obcí Podorlicko, obec Olešnice v Orlických horách, Deštné v Orlických horách, Mikroregion Rychnovsko, město Opočno, město Dobruška, město Rychnov nad Kněžnou, město Rokytnice v Orlických horách, město Česká Třebová, město Choceň, město Lanškroun, obec Olešnice v Orlických horách, obec Orlické Záhoří, obec Deštné v Orlických horách, R.T.I.C. Kostelec nad Orlicí, Asociace hotelů a restaurací České republiky, Audis Bus s.r.o., CVS Žamberk s.r.o., Eywan s.r.o., Adventure Deštné s.r.o., hotel Studánka, hotel Panorama s.r.o., Skipark Červená Voda s.r.o., Scythia a.s., Ski klub Říčky s.r.o., Sporprofi s.r.o., Těsnění Hartman spol. s.r.o. a vlek Číhalka s.r.o. Všechna tato sdružení se podílejí na aktivitách společnosti.

### 4.6.1. Projekty podporující rozvoj cestovního ruchu rodin s dětmi

Níže budou zmíněny pouze ty projekty, které už byly zrealizovány.

#### **Kačenčina pohádková říše**

Tento projekt<sup>41</sup> vznikl hlavně díky tomu, že Orlické hory a Podorlicko jsou plné pohádek, které napsali známí spisovatelé, jako je například B. Němcová, V. Šplíchal, J. Lukášek a další autoři.

<sup>39</sup> Dsohp. *Dsohp* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners, s.r.o., 2012 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.dsohp.cz/>

<sup>40</sup> tamtéž

<sup>41</sup> Destne.info. *Destne.info* [online]. Deštné v Orlických horách: Sport Profi s.r.o., 2012 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.destne.info>

Pohádkové postavy jsou spojené se spoustou vsí v této destinaci. Toto vedlo Dobrovolný svazek obcí regionu Orlické hory v září roku 2002 k založení tohoto projektu.

Cílem projektu bylo zpříjemnit návštěvníkům destinace, a to hlavně dětem, pobyt pohádkou a přiblížit jim nejenom kraj a jeho pohádky, lidovou slovesnost i pohostinství místních horalů. Při různých slavnostech destinace, například rozloučení se zimou, se tedy návštěvníci mohou setkat s pohádkovými bytostmi jako je Kačenka, víly a bludičky nebo dokonce s Rampušákem a dalšími pohádkovými obyvateli hor a Podorlicka.

S projektem zároveň odstartovala i turistická pohádková hra, která se jmenuje „*Putování po Kačenčině pohádkové říši*“. Účastníci si zakoupí tzv. vandrovní knížku, do které během cestování po Orlických horách a Podorlicku budou sbírat razítka z horských obcí a kolky z restaurací, kulturních zařízení a dalších míst. Za získaná razítka si poté mohou vybrat ceny s tematikou Orlických hor v informačních centrech v Deštném v Orlických horách, Rokytnici v Orlických horách nebo v Novém Městě nad Metují. Dalším zajímavým bodem je, že v každé navštívené obci obdrží účastník pohádkový list. Tato pohádková hra má podle slov ředitelky velký úspěch.

Tento projekt je spolufinancován Evropskou unií a Královéhradeckým krajem.<sup>42</sup> V současnosti ředitelka destinační společnosti uvažuje o rozšíření stávajícího produktu Kačenčiny říše (hřeben Orlických hor a jejich podhůří), dále o Orlické cyklo a inline království na Podorlicku a říši na území Sdružení obcí Orlicko v jižní části destinace. Momentálně vše záleží na možnostech a úspěchu při získání dotačních zdrojů a spolupráci s polskými partnery.

### **„Rodinná dovolená na kole“ a naše Orlické cyklo a inline království**

Orlické hory i Podorlicko jsou destinací pro zábavnou dovolenou na kole nejen v podhůří, ale také i v horách. Pro cílovou skupinu rodin s dětmi je na trase spousta rozmanitých zastávek s aktivním programem a různými soutěžemi pro děti.

Na základě tohoto projektu<sup>43</sup> vznikly v roce 2015 nové geolokační hry pro cykloturistické rodiny. Jednotlivé hry jsou přístupné pomocí mobilní aplikace GEOFOUN a jsou určené pro uživatele chytrých telefonů. Hra je přizpůsobena tak, aby zábavnou formou seznámila návštěvníky s pozoruhodnými místy a příběhy oblíbených turistických cílů i s místními rodáky. Ve hře účinkují originální průvodci jako je

---

<sup>42</sup> Mojeorlickehory.cz. *Mojeorlickehory.cz* [online]. Orlické hory a Podorlicko: Word Media Partners s.r.o., 2016 [cit. 2016-09-04]. Dostupné z: <http://www.mojeorlickehory.cz/repository/4d0b954f0bef437c29dfa73fafdf3fa51fcf>

<sup>43</sup> Mojeorlickehory. *Mojeorlickehory* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World media partners s.r.o., 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.mojeorlickehory.cz/orlicke-cyklo-inline-kralovstvi/>

například Poláčkův Zilvar z chudobince, princezna Kačenka, Orlická cyklajn královna nebo místní aristokrat František Kinský. Průvodci při poznání Orlických hor a Podorlicka používají nevšední příběhy, které jsou spojené s daným místem. Hra byla vymyšlena tak, aby byla vhodná i pro děti. Při splnění tzv. „geosrand“ a hledání indicií se můžete stát fotografy, filmaři či spisovateli, ale hlavně ukazuje na místa, která by návštěvníci neměli vynechat.

Propagace tohoto projektu je vydáním letáků a map, které jsou dostupné v informačních centrech. Mapy jsou přehledné a dobře graficky zpracované, na propagačních letácích i mapách jsou obrázky dětí a rodičů nebo animační obrázky ve formě pohádkové postavy Kačenky na kole, tudíž z nich je jasné, že se tento projekt týká především dětí.

### **Rubrika s dítětem**

Součástí projektu „*Téma roku*“,<sup>44</sup> který se skládal ze tří témat, již výše zmíněného projektu „Rodinná dovolená na kole“ a Ženy regionu, byly destinační společností v roce 2015 vytvořeny tematické webové stránky [www.krasnadikyhoram.cz](http://www.krasnadikyhoram.cz), kde je založena rubrika „S dítětem“. V této rubrice je možné najít tipy na výlet s dětmi po Orlických horách a Podorlicku, dále pak možnosti vhodného ubytování, i pro dětského návštěvníka. Je zde i dostupný kalendář akcí, který je po celý rok aktuálně doplňován nabídkou výhodných balíčků pro dítě. Je nutné vše sledovat průběžně.

### **Žijeme spolu**

Do budoucna připravuje destinační společnost Orlických hor a Podorlicka rozšíření v rámci již podaného projektu z března 2015 Žijeme spolu, kde se chtějí zaměřit na výjezdové kurzy do sousedního polského Kladska pro děti a mládež z regionu Orlických hor a Podorlicka. Interreg V-A ČR-Polsko, prioritní osa 4. Tento program<sup>45</sup> byl schválen Evropskou komisí 23.června 2015. Cílem rozšíření tohoto projektu je zintenzivnění česko polské spolupráce v oblasti cestovního ruchu pro děti, důraz má být kladen i na společné vzdělávání a kvalifikaci žáků a studentů. Spolupráce bude probíhat s institucemi a komunitami, nikoliv jako podpora konkrétních marketingových témat a produktů.

---

<sup>44</sup> Krasnadikyhoram. *Krasnadikyhoram* [online]. Orlické hory a Podorlicko: dsoh, 2015 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.krasnadikyhoram.cz/>

<sup>45</sup> Kralovéhradecky. *Kralovéhradecky* [online]. Kralovéhradecký kraj: Copyright, 2008 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?id=72301>



## 4.6.2. Presentace regionu a projektů

Informace níže uvedené jsou z velké části čerpány z tiskové zprávy destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, autorka uvádí nejaktuálnější data pro rok 2015.<sup>46</sup> Není možné přesně zanalyzovat propagaci zaměřující se na rodiny s dětmi, protože ve všech níže zmíněných formách prezentace regionu a projektů, probíhá prezentace projektů a akcí, které jsou na tento segment zaměřené.

### Prezentace na veletrzích

Destinační společnost Orlických hor a Podorlicka se každoročně prezentuje na spoustě tuzemských i zahraničních veletrzích.<sup>47</sup> V roce 2015 se účastnila na 8 tuzemských veletrzích a 5 zahraničních. V domácím prostředí například na: GO a Regiontour Brno, Holiday World Praha, Dovolená a region lázeňství Ostrava, Infotour a cykloturistika Hradec Králové, Euroregiontour Jablonec nad Nisou, Regionpropag Pardubice, For Bikes Praha, Sportlife Brno. Na zahraničních veletrzích se destinace prezentuje například na: Slovakiatour Bratislava, Wrocław Polsko, Mezinárodní veletrh CR Opole. Ředitelka společnosti uvedla, že veletrhy jsou pro ně důležitou součástí propagace, protože zde představují svoje výše zmíněné projekty, a tak mohou navázat nové kontakty s budoucími partnery, kteří jsou finančním přínosem pro společnost.

### Propagační činnost

V prezentaci regionu nechybí ani vydavatelská činnost – propagační a informační materiály, které informují potenciální návštěvníky o atraktivitách a poskytovaných službách regionu, brožury týkající se projektů pro rodiny s dětmi nebo služby, které mohou využít i rodiny. Většinou jsou doplněny obrázky dětí.

Propagační materiály jsou vydávány na podporu projektů, jako je například Kačenčina pohádková říše. Jsou tištěny různé plakáty pro obce a města, mapy, propagační letáky o celém projektu, vandrovní knížka a také různé sošky pohádkových bytostí nebo turistické známky. Dále pak k projektu Rodinná dovolená na kole aneb naše Orlické cyklo a inline království jsou tištěny mapy a brožury, které popisují veškeré cyklotrasy. V rámci projektu Téma roku Orlických hor a Podorlicka je součástí propagace a podpory témat Ženy v regionu, kde je publikována Rubrika s dítětem nebo „Rodinná dovolená na kole a naše Orlické cyklo a inline království.“

<sup>46</sup> VANÍČKOVÁ, Eva. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2015

<sup>47</sup> Dsohp. *Dsohp* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners, s.r.o., 2012 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.dsohp.cz/ucast-na-veletrzich>

Mezi další propagační materiály patří od roku 2010 dvakrát ročně vydávané turistické noviny Orlických hor a Podorlicka. Pravidelně vycházejí jako číslo zima/jaro a léto/podzim. Mají rubriku i pro rodiny s dětmi (*Kam v zimě s dětmi, Kam v létě s dětmi*). Doporučují ubytovací a stravovací zařízení. Dále v nich je kalendář plánovaných akcí v daném období. Noviny jsou k dispozici zdarma v informačních centrech, na veletrzích nebo v obcích na místech jimi určených. Vycházejí okolo 10-15 tisíc kusů na jedno vydání. Další reklamou jsou reklamní plakáty v autobusech, které propagují značku „*Na křídlech Orlice*“ a nové geolokační hry pro cykloturistické rodiny. Spolupráce s kraji a dalšími organizacemi je formou článků v Turistických novinách Královéhradeckého kraje a turistických novin Východní Čechy, Malý špalíček výletů, trhací cyklomapa OHP s tipy na cyklovýlety.

### **Mediální kampaň**

K propagaci pro rozvoj cestovního ruchu destinace je využívána také mediální kampaň. Inzerce a upoutávky na pořádané akce, tipy na výlety pro rodiny. Jsou umístěny na internetu, na sociální síti Facebook, která má ke dni 4.11.2016 4 137 fanoušků,<sup>48</sup> dále v tisku – například v novinách Rychnovský deník, spoty v rádiu Express, Černá hora, Kiss Hády a v TV Óčko, kinokampaň v Cinestar Hradec Králové a Pardubice formou spotů, reklamními plakáty v metru v Praze a v tramvajích v Brně.

### **Public Relations**

Mezi další nástroj patří public relations. Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko komunikuje s press tripy pro slovenská média a media z Itálie, Polska. Fam tripy pro celostátní média a touroperátory. Pro rok 2015 to byla Rodinná dovolená na kolách. Podává tiskové zprávy, články do časopisů a deníků Právo, Mladá fronta, lifestyle – Žena a život, Chvilka pro Tebe, Překvapení a týdeník Květy.

### **Informační centra**

Informačních center pro rok 2015<sup>49</sup> v Orlických horách a Podorlicku je 16 celoročních a 6 sezónních, které spolupracují s destinační společností na různých úrovních. Základem je výměna informací pomocí grantového programu, kde informační centra plní datový sklad Czecot. Vkládají je do datového skladu, který je napojen i na webové stránky [www.krasnadikyhoram.cz](http://www.krasnadikyhoram.cz), [www.kdyzjezima.cz](http://www.kdyzjezima.cz), [www.vychodni-cechy.info.cz](http://www.vychodni-cechy.info.cz) a [www.hkregion.cz](http://www.hkregion.cz). Informační centra jsou poskytovateli různých

---

<sup>48</sup> Facebook. *Facebook* [online]. Orlické hory a Podorlicko: dsohp, 2014 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: <https://cs-cz.facebook.com/mojeorlickehory?fref=nf>

<sup>49</sup> VANÍČKOVÁ, Eva. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2015

propagačních materiálů, o pořádaných akcích a aktualitách, dále spolupracují na sestavení kalendáře akcí do Turistických novin. V některých centrech nabízejí i prodej suvenýrů.

### **Webové stránky**

Hlavní nástroj prezentující Orlické hory a Podorlicko jsou webové stránky [www.mojeorlickehory.cz](http://www.mojeorlickehory.cz),<sup>50</sup> které nabízejí různé typy, jak strávit aktivní či odpočinkovou, letní i zimní dovolenou. Je zde i možnost vyhledat si tipy na výlety a akce pro zkoumaný segment rodiny s dětmi nebo také pro seniory, firmy a pořadatele akcí, pro školy a jiné. Stránky také nabízejí seznam možností, kde se můžou potencionální návštěvníci ubytovat. To lze vyhledat podle filtru, kde se zadá typ ubytování například (hotely, chatové oblasti, penziony a další). Dále jsou zde k dispozici restaurační zařízení, místa půjčoven lyží, běžek, kol, bruslí, vodáckého zařízení atd. Velmi zajímavou a hodně používanou záložkou je kalendář akcí, kde opět podle filtru je možné vyhledat konané akce v Orlických horách a Podorlicku. Hlavní turistický portál destinace a produktová nabídka je ve 4 jazykových mutacích – v češtině, němčině, angličtině a polštině. Dle statistik destinační společnosti, které se uvádějí v tiskové zprávě z roku 2015, je nejvíce navštěvována rubrika kalendář akcí, Orlické cyklo-inline království a Kam s dětmi.

Tento web má pouze informativní charakter a není zde možnost například on-line rezervace, kde si potencionální návštěvník vybere některý z nabízených typů ubytování s následnou možností on-line rezervace. Autorka by také vytkla záložku virtuální prohlídky, kde se po rozkliknutí objeví pouze 3 virtuální prohlídky a to města Dobrušky, zámku Častolovice a tvrzi Bouda. To je z tolika atraktivit, které nabízejí Orlické hory, opravdu málo. Plusem webových stránek jsou dostupné on-line webkamery 26-ti atraktivit propagovaných na stránkách a také mapy, kde jsou vyznačeny památky, ubytování, služby, doprava, zdravotnictví a turistické trasy.

Doména funguje od roku 2012 a dle ředitelky destinační společnosti je stále co zlepšovat, server by měl tak neustále procházet modernizací a vývojem.

V rámci prezentace již výše zmíněného tematického portálu [www.krasnadikyhoram.cz](http://www.krasnadikyhoram.cz)<sup>51</sup> je zvlášť rubrika „S dítětem“, zde je opět možné vyhledat doporučené ubytování vhodné pro dětského návštěvníka, kalendář konaných akcí pro děti, výhodné balíčky pro rodiny s dětmi a tipy na výlet po zkoumané destinaci. Dle statistik je opět nejvíce navštěvována zejména rubrika S dítětem a tipy na výlety – s dětmi.

---

<sup>50</sup> Mojeorlickehory. *Mojeorlickehory* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners s.r.o., 2012 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.mojeorlickehory.cz/>

<sup>51</sup> Krasnadikyhoram. *Krasnadikyhoram* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Press Media s.r.o., 2014 [cit. 2016-10-09]. Dostupné z: <http://www.krasnadikyhoram.cz/>

### 4.6.3 Spolupráce na rozvoji cestovního ruchu pro rodiny s dětmi

Dle slov ředitelky destinační společnosti se žádný ze subjektů, s kterými spolupracují, nezaměřuje přímo na organizované pobyty pro děti a další činnosti zaměřené pouze na zkoumaný segment. Ale jak již bylo výše zmíněno, naprostá většina členů a partnerů ze strany samosprávy i podnikatelů mají nabídku pro rodiny s dětmi, neboť rodiny s dětmi jsou hlavní cílovou skupinou pro tuto destinaci.

#### Poskytovatelé služeb

Intenzivní spolupráce s podnikateli nad rozvojem cestovního ruchu v Orlických horách a Podorlicku je důležitou činností destinační společnosti<sup>52</sup> už od jejího založení. Každý rok od založení destinační společnosti tzn. od roku 2009 jsou připravovány a realizovány projekty spolupráce, společného vytváření marketingu a produkty cestovního ruchu. Podnikatelé prezentují své nabídky na webových stránkách, které vznikají za účelem propagace a komunikace. Příkladem těchto stránek je například: [www.krasnadikyhoram.cz](http://www.krasnadikyhoram.cz)<sup>53</sup>, které jsou zaměřené na cestování rodin s dětmi. Další jsou [www.mojeorlickehory.cz](http://www.mojeorlickehory.cz)<sup>54</sup>, kde je publikována rubrika nabídka pro rodiny s dětmi. Dále se dvakrát do roka distribuují propagační materiály poskytovatelů služeb do 16-ti informačních center a na tuzemské i zahraniční veletrhy. Během roku se vydávají tiskové zprávy s nabídkami podnikatelských subjektů.

Ze zjištěných informací tiskové zprávy pro rok 2015 vyplývá, že aktivní spolupráci destinační společnost udržuje s 30 podnikatelskými subjekty. Nabídky subjektů jsou však na různé úrovni, od zázemí pro děti typu dětských koutků, hřišť, nabídky dětských menu, dostupnost dětských postýlek na pokojích, kidzónami v lyžařských a sportovních areálech, přes certifikaci BabyFriendly, speciální rodinné vstupné, balíčků a slevových programů, až po konkrétní programy, které budou níže uvedeny. Níže uvedené organizace autorka práce vybrala dle svého uvážení podle nabídky služeb pro rodiny s dětmi. Výsledky byly zjištěny pomocí zanalyzování oficiálních webových stránek partnerů, které jsou uvedeny na webových stránkách destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka.

- **Audis bus s.r.o.**<sup>55</sup> – ve své nabídce myslí i na děti a maminky s kočárky, kdy jsou autobusy upraveny tak, aby se do něj vešel i kočárek. Společnost během roku organizuje projekty Skibus a Cyklobus, kdy se rodiny s dětmi mohou dopravit do středisek jejich autobusy.

<sup>52</sup> VANIČKOVÁ, Eva. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2015

<sup>53</sup> Krasnadikyhoram. *Krasnadikyhoram* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Press Media s.r.o., 2015 [cit. 2016-8-13]. Dostupné z: <http://www.krasnadikyhoram.cz/>

<sup>54</sup> Mojeorlickehory. *Mojeorlickehory* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners s.r.o., 2012 [cit. 2016-8-13]. Dostupné z: <http://www.mojeorlickehory.cz/>

<sup>55</sup> Audis. *Audis* [online]. Rychnov nad Kněžnou: ebrana.cz, 2016 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.audis.cz/projekty.htm>

- **Adventure Deštné s.r.o.**<sup>56</sup> – při pobytu zde mají pro děti připraveny aktivity pro volný čas a odpočinek rodičů formou plně vybaveného dětského hřiště, dětského koutku v restauračním zařízení, které je pohádkově vymyšlené, dětského koutku, který je připraven u wellness procedur. K dispozici je i lyžařská škola s pohádkovými bytostmi a dětským slalomem a také možnost využití služby hlídání dětí při speciálních akcích pořádaných poskytovatelem.
- **Ateliér zvonaře a hrnčířky v Deštném**<sup>57</sup> - nabízejí tvůrčí dílny pro děti, na přednášku o zvonech a zvonařích děti obdrží jako vstupenku zvoneček na krk
- **Muzeum Orlických hor Sypka**<sup>58</sup> - muzeum pořádá různé tematické akce a kreativní dílny vhodné pro děti – například dílna „*Vyrob si svého draka*“, kde je všechn potřebný materiál dostupný a děti mají vstup zdarma
- **Zámek Potštejn**<sup>59</sup>, je jeden z velkých partnerů destinační společnosti Orlické hory a Podorlicko podporující rozvoj cestovního ruchu pro segment rodiny s dětmi. Forma specifických prohlídek tzv. Bubákova, kde vstup je vhodný pro děti od 6-ti let. Prohlídka je doprovázena specifickými postavami a duchy z historie potštejnského sklepení. Pro děti už od 1 roku je připravena expozice zvaná Pohádkov. Je využitím hlavně pro ty, co čekají s nejmenšími dětmi na zbytek rodiny, až se vrátí z prohlídky zámku nebo zámecké cukrárny. Expozice je plná postav z 10-ti známých pohádek. Každý víkend je na zámku Potštejn hraná prohlídka. Děti mohou spolu s šaškem navštívit zámeckou jídelnu, pánskou pracovnu, zlatý salónek komnaty paní hraběnky a další. S dětmi se pohádkové postavy vrátí v čase a procházejí různými obdobími. Prohlídka hraná v kostýmech je zábavná a zážitková. V letních měsících probíhají v daných termínech noční prohlídky zámku, na které je nutné se přihlásit.
- **Mushing – Michal Pelant**<sup>60</sup> - nabídka je vhodná pro děti od 13-ti let nebo pro čtyřčlenné rodiny. Od prosince do března za příznivého počasí pořádá jízdy se psím spřežením po Orlických horách.
- **Villa Nova Uhřínov**<sup>61</sup> - další z partnerů destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka pořádá tematickou nabídku vhodnou pro děti pod názvem „*Víkend experimentálních technologií a archeologických objevů*“. Je to vhodné spíše pro děti školního věku se zájmem o technologii a objevy.

<sup>56</sup> Kozichlivek. *Kozichlivek* [online]. Deštné v Orlických horách: CS Technologies s.r.o., 2016 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/venovano-detem>

<sup>57</sup> Ateliérdestne. *Ateliérdestne* [online]. Deštné v Orlických horách: Ateliér zvonaře a hrnčířky, 2011 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.ateliérdestne.cz/>

<sup>58</sup> Sypka-moh. *Sypka-moh* [online]. Orlické hory: Muzeum a galerie Orlických hor, 2016 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.sypka-moh.cz/cz/>

<sup>59</sup> Zamekpotstejn. *Zamekpotstejn* [online]. zámek Potštejn: Copyright s.r.o., 2013 [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.zamekpotstejn.cz/>

<sup>60</sup> Alaskanhusky. *Alaskanhusky* [online]. Deštné v Orlických horách: Websnadno.cz, 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.alaskanhusky.websnadno.cz/Nabidka-produktu.html>

<sup>61</sup> Villanova. *Villanova* [online]. Orlické hory: Copyright, 2013 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.villanova.cz/>

- **Muzeum řemesel Letohrad**<sup>62</sup> - pořádá tematické řemeslné soboty, kde děti můžou vidět různá řemesla a některá z nich si můžou i vyzkoušet. Program je doprovázen i tematickým programem pro děti – jízda na oslíkovi, divadelní představení

### Města, obce a svazky obcí

Dle tiskové zprávy z roku 2015<sup>63</sup> je celkem 90 % obcí z regionu Orlické hory a Podorlicko zařazeno v členské základně Orlických hor a Podorlicka buď samostatně, nebo prostřednictvím dobrovolných svazků a obcí či mikroregionů. Tam, kde dostávají prostor poskytovatelé služeb, je i nabídka obcí pro rodiny s dětmi, avšak žádné nejsou zaměřeny jen na tento segment. Nabídky podporující rozvoj cestovního ruchu v destinaci uvede autorka níže dle svého uvážení po zanalyzování webových stránek, které jsou dostupné na oficiálních webových stránkách destinační společnosti.

- **Mikroregion Rychnovsko**- každé prázdninové pátky pořádá pro děti i jejich rodiče putování se Zilvarem.<sup>64</sup> Je to jejich vlastní projekt, kdy Zilvar animačně provádí děti po zajímavých místech města Rychnov.
- **Obec Deštné v Orlických horách** - na letní sezónu má připravený projekt pod názvem *S Kačenkou po stopách sklářů*.<sup>65</sup> Jedná se o zábavně naučnou stezku, která nahlíží do historie tavení skla. Na trase z Deštného v Orlických horách do Orlického Záhoří je v místech spjatých s historií sklářů umístěno sedm informačních tabulí. Každá z nich seznamuje hráče s historií a opisuje jednoduché soutěžní kódy, které hráči vyplňují do tabulky pravidel hry. Ta se odevzdává v informačních centrech v Deštném v Orlických horách nebo Orlickém Záhoří. Za odevzdanou tabulku děti získají skleněnou minci s motivem Kačenky a Pašeráků. Tato naučná stezka vznikla hlavně díky fondu mikroprojektů v Euroregionu Glacensis v letech 2007-2013 v rámci projektu „S Kačenkou po stopách sklářů. Další každoroční akcí pro děti je *Kačeničino loučení s létem* – pro děti je připraven pohádkový les, výtvarné dílny a tematické předání vlády Rampušákovi
- **Město Česká Třebová**<sup>66</sup> - pořádá muzejní soboty pokaždé na jiné téma. Jejich součástí jsou také tematické dílny. Vše je vhodné pro rodiny s dětmi.

<sup>62</sup> Muzeumremesel. *Muzeumremesel* [online]. Letohrad: Copyright, 2015 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.muzeumremesel.cz/aktualita/remeslnicka-sobota>

<sup>63</sup> VANÍČKOVÁ, Eva. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2015

<sup>64</sup> Kam po česku. *Kam po česku* [online]. Orlické hory a Podorlicko: redakce Kam po česku, 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.kampocesku.cz/clanek/19676/putovani-se-zilvarem-rychnovem-nad-kneznou>

<sup>65</sup> Obec-destne. *Obec-destne* [online]. Deštné v Orlických horách: Galileo Corporation s.r.o., 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.obec-destne.cz/urad-2/projekty/fond-mikroprojektu/s-kacenkou-po-stopach-sklaru/>

<sup>66</sup> Mmct. *Mmct* [online]. Česká Třebová: Copyright, 2016 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.mmct.cz/>

#### **4.6.4. Financování**

Na ředitelku společnosti byl po telefonické komunikaci ze dne 15.2.2016 vznesen dotaz na vyčíslení financování pouze pro zkoumaný segment rodin s dětmi. Odpovědí bylo, že nelze přesně říci kolik finančních prostředků jde pouze na tento segment, protože společnost se nezabývá dopodrobna touto analýzou, ale pouze všeobecně vyčísluje získané a vynaložené finance. Finanční zdroje tvoří tržby z marketingu, dotací a členských příspěvků, které budou níže více rozebrány. Na konci roku je vše detailně finančně rozebráno v tiskové zprávě. Pokud je projekt zaměřen pouze na rodiny s dětmi, je možné zjistit přesné vyčíslení nákladů na realizaci a propagaci projektu.

##### **Vlastní zdroje**

Níže uvedené údaje jsou pro rok 2015<sup>67</sup> a vyjadřují všeobecné financování společnosti.

- **Tržby z marketingu**

Podnikatelské subjekty přispívají dle svého uvážení nebo podle toho, kolik chtějí mít hlasů. Za jeden hlas přispívají částkou 5 000 Kč, za dva hlasy 10 000 Kč. Další partneři destinace přispívají na základě partnerských smluv. Tržby z marketingu pro rok 2015 tvoří 12 % z celkových výnosů destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka. Spolupráce s partnery a podnikateli byla tvořena částkou 77 185 Kč a z inzerce společnost získala 57 839 Kč.

- **Členské příspěvky**

Členové sdružení přispívají na základě svého členství. Částka, kterou přispívají, činí 4 Kč na osobu 1 krát za rok. V roce 2015 členské příspěvky tvořily 22 % z celkových výnosů destinační společnosti. Částka byla 775 900 Kč a z toho 105 000 Kč z členských příspěvků od podnikatelů. 71 % příspěvků bylo využito k finančním činnostem a aktivitám destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka.

##### **Cizí zdroje**

- **Dotace**

Velkou finanční podporou jsou také krajské dotace Královéhradeckého a Pardubického kraje a státní dotace od Ministerstva pro místní rozvoj České republiky – programy a dotace. Dalším zdrojem, který hodně pomáhá realizaci projektů, rozvoji cestovního ruchu a podpoře destinačního managementu, jsou především Evropské fondy. Velkorysost těchto fondů do cestovního ruchu bohužel nyní upadla a pravděpodobně jediným zdrojem na této úrovni v tomto období je Interreg V – A Česká republika –

---

<sup>67</sup> VANIČKOVÁ, Eva. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2015

Polsko nebo Fond mikroprojektů, který je kompaktní součástí iniciativy společenství Interreg. Dotace v roce 2015 tvořily 66 % z celkových výnosů destinační společnosti. Společnost v roce 2015 obdržela dotace od Královéhradeckého kraje a dotaci z Evropské unie na projekt Téma roku, který se skládal ze tří témat, jež se zaměřovala na cílovou skupinu cestování rodin s dětmi. Dotace za rok 2015 činily 1 616 809 Kč.

#### **4.6.5. Shrnutí vývoje aktivit destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka**

Z poskytnutých tiskových zpráv pro rok 2015, 2014 a 2013 autorka udělala krátké shrnutí, jak se vyvíjely aktivity destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka. V roce 2013<sup>68</sup> společnost aktivně spolupracovala s 27 podnikatelskými subjekty, na oficiálním webovém portále založila několik nových rubrik, kde vznikla i rubrika pro rodiny s dětmi. Zúčastnila se 3 českých a 6 zahraničních veletrhů a spolupracovala s 15 -ti informačními centry. V létě 2013 probíhala v destinaci hra vhodná pro děti pod názvem „*Za Rampušákovým pokladem*“, kdy návštěvníci získali putovní kartu s mapou, podle které plnili úkoly během putování. Jejich splnění je dovedlo k pokladu. V roce 2014<sup>69</sup> se navýšily příjmy od poskytovatelů služeb s potencionálem dlouhodobé spolupráce. Zvýšila se marketingová aktivita určená na propagaci destinace, kdy společnost začala více přispívat do regionálních médií a umisťovat více bannerů uvnitř regionu. Zúčastnila se 5 českých a 5 zahraničních veletrhů. Aktivní spolupráci udržuje pouze s 25 podnikatelskými subjekty.

Z krátkého shrnutí lze uvést, že od roku 2013 se destinační společnost Orlické hory a Podorlicko vyvíjela k lepšímu vybudování a propagaci image destinace. Navázala více kontaktů s partnery a navýšila tak příjmy od poskytovatelů služeb s vidinou dlouhodobé spolupráce. Začala se více zaměřovat na propagaci destinace, vydáváním různých tiskovin a účastí na veletrzích. Nelze však zhodnotit vývoj v oblasti cestování rodin s dětmi, protože, jak již bylo zmíněno, tiskové zprávy informují o aktivitách společnosti všeobecně bez ohledu na rozdělení cílových skupin.

---

<sup>68</sup> SMRČKOVÁ, Petra. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2013

<sup>69</sup> SMRČKOVÁ, Petra. *Tisková zpráva*. Orlické hory a Podorlicko, Destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, 2014



## 5 Shrnutí výsledků

Tato bakalářská práce se zabývala fungováním destinačního managementu Orlických hor a Podorlicka a analýzou nabídky turistických atraktivit v destinaci, dále zanalyzováním vybavení vybraných ubytovacích zařízení. V rámci teoretické části se věnovala problematice destinačního managementu a marketingu a hledala v ní specifika pro uspokojení potřeb rodin s dětmi, které mohou ovlivnit fungování destinační společnosti pro rozvoj cestovního ruchu. Nejprve je definována destinace a dětský návštěvník, destinační management a marketing, přičemž rodiny s dětmi jsou zakomponovány do každé kapitoly. Trend cestování s dětmi už od útlého věku se musí odrážet jak v nabídce turistických atraktivit v destinaci, tak i v nabídce ubytovacích a stravovacích zařízení, které by měly být speciálně vybavené. V rámci dobrého fungování společnosti v destinaci i pro segment rodin s dětmi je důležité zaměřit se na vytváření projektů vhodných pro tuto skupinu. Pohádkové hry jsou pro zkoumanou destinaci vhodným tématem. Je nutné navazovat kontakty s podnikatelskými subjekty, které ve své nabídce neopomíjejí rodiny s dětmi. V rámci marketingu destinace je důležité zaměřit se především na propagaci turistických atraktivit a projektů zaměřených na rodiny s dětmi pomocí propagačních letáků, které by měly být umístěny do informačních center, dále na moderní webové stránky, kde budou i rubriky týkající se dětí.

V empirické části jsou hledány odpovědi na následující výzkumné otázky.

- **Jaké aktivity vykonává destinační management Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka?**

Odpověď na tuto výzkumnou otázku byla hledána pomocí informací zjištěných z telefonního rozhovoru s ředitelkou destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka, z poskytnutých webových odkazů, propagačních materiálů a tiskové zprávy z roku 2015, 2014 a 2013. Najít odpověď na tu toto otázku bylo těžké, protože většina informací z aktivit vykonávaných destinačním managementem je uváděna všeobecně a je tedy složité najít přesné informace týkající se pouze segmentu rodin s dětmi, protože destinační společnost se nezaobírá jednotlivým rozbořem této skupiny. Ředitelka společnosti říká, že rodiny s dětmi jsou však pro společnost cílovou skupinou. Pomocí zjištěných informací lze uvést, že se destinační společnost Orlické hory a Podorlicko může chlubit pestrou nabídkou projektů zaměřených na cestování rodin s dětmi. Velkým plusem je, že se stále zpětně obrací na již zrealizované projekty, které se snaží vylepšovat podle potřeb návštěvníků destinace, kterým chtějí co nejvíce vyhovět. Propagace projektů a destinace je podle autorky na dobré úrovni, je volena formou informačních letáků. U projektů týkajících se rodin s dětmi se většinou objevují obrázky dětí, které mají velký vliv při rozhodování výběru. Dále formou turistických novin, které se vydávají dvakrát ročně a v každém čísle jsou uvedeny zvlášť tipy pro rodiny s dětmi na připravované akce a výlety. Pak také pomocí TV spotů, které ale bohužel nejsou vidět na nejsledovanějších kanálech,

většinou pouze na městských a obecních kanálech, tudíž s největší pravděpodobností se tyto TV spoty nedostanou k potenciálním návštěvníkům z jiných destinací České republiky. Spolupráce destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka s poskytovateli a zprostředkovateli služeb zajišťuje společnosti značnou finanční i morální podporu a podílejí se na vzniku realizací projektů. Bohužel se však nepodařilo přesně zjistit, z jak velké části jsou finanční podporou pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci pro segment rodiny s dětmi. Partneri společnosti by měli více uvádět i nabídky pro rodiny s dětmi. Dle slov ředitelky destinační společnosti se většina jejich partnerů zaměřuje i na tento segment, ale po zanalyzování webových stránek nebo osobní návštěvy, není nabídka pro děti viditelná, tudíž se o ní návštěvníci jen zřídka dozvědí. Destinační společnost spolupracuje také mezinárodně s polskými sousedy. Nyní se snaží o spolupráci na již podaném projektu *Žijeme spolu*, který se bude zaměřovat na zkoumaný segment formou výjezdových kurzů do sousedního polského Kladska, jehož cílem je zintenzivnění česko polské spolupráce v oblasti cestovního ruchu pro děti. To může mít velký přínos pro rozvoj cestovního ruchu pro dětského návštěvníka v destinaci, protože Orlické hory a Podorlicko tak můžou být chápány jako jeden celek. Pomáhá to prohlubovat vzájemné vztahy. Mezi další hodnocené aspekty patřilo financování, které je velmi důležité pro dobré fungování destinačního managementu. Bez finančních prostředků by se neobešel ani jeden z projektů, ovšem zhodnocení financování pro segment rodin s dětmi opět nebylo možné, protože ve většině realizovaných projektů se společnost zaměřuje i na děti, ale částku, i po vznesení dotazu na ředitelku společnosti, nelze jednoznačně vyčíslit, jelikož se společnost nezaobírá detailnějšími rozbory financování. Destinační společnost je nejvíce závislá na výnosech získaných z dotací Evropské unie a z dalších veřejných zdrojů, kterými je hlavně Královéhradecký a Pardubický kraj. Z evropských fondů čerpají téměř všichni podnikatelé, tak členská i nečlenská města a obce na vytváření projektů a rozvoj podnikání.

- **Jaké možnosti mají rodiny s dětmi na trávení volného času v Orlických horách a Podorlicku se zaměřením na dětského návštěvníka?**

Odpověď byla hledána pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek zaměřených na výlety s dětmi v oblasti Orlických hor a Podorlicka. Analýza odhalila, že ze sedmi vybraných zdrojů, které byly vybrány kvůli pestrému obsahu, šest z nich doporučuje tipy na výlety pro cestování rodin s dětmi v Orlických horách a Podorlicku. Doporučení se na většině stránek shoduje. Z potřebných zdrojů tedy bylo zjištěno, že destinace disponuje širokou nabídkou možností trávení volného času pro rodiny s dětmi.

- **Jak jsou přizpůsobeny atraktivita Orlických hor a Podorlicka pro dětského návštěvníka? (snížené vstupné nebo rodinné vstupné a animační programy atd....)**

Pomocí terénního výzkumu, kdy autorka vybrala za pomoci pracovnice informačního centra 22 nejoblíbenějších a nejnavštěvovanějších atraktivit touto skupinou, navštívila atraktivitu a zjistila, že

všichni provozovatelé mají ve své nabídce alespoň jedno zpestření pro děti. Z výzkumu nelze stanovit, která atraktivita je zaměřena pouze na děti, protože všichni mají všeobecnou nabídku služeb pro různé věkové kategorie návštěvníků. Naprostá většina provozovatelů nabízí snížené vstupné pro děti a pouze 9 z nich má možnost využít rodinné vstupné.

- **Jakým způsobem jsou upravena ubytovací a stravovací zařízení pro dětského návštěvníka? (pokoje přizpůsobené rodinám s dětmi, pokrmy přizpůsobené dětem, výskyt dětských koutků, hřišť a dalšího vybavení pro děti)**

Nejdříve pomocí obsahové analýzy webového obsahu oficiálních webových stránek zabývajících se nabídkou ubytovacích zařízení pro rodiny s dětmi autorka vybrala webové odkazy, které byly zajímavé svým obsahem. Avšak pouze dva webové odkazy na ubytování splňovaly hledaná kritéria, kdy už v hlavní nabídce byla rubrika ubytování vhodné pro rodiny s dětmi. Ostatní webové odkazy byly zaměřené všeobecně bez doporučení, pro koho je ubytování vhodné. Autorka za pomoci pracovnice informačního centra v Rychnově nad Kněžnou vybrala 38 ubytovacích zařízení, které pomocí terénního výzkumu osobně navštívila a zanalyzovala, jakým disponují vybavením. Podrobné výsledky jsou zpracovány do grafu v kapitole 4.5. a seznam vybraných zařízení bude přílohou č. 1 práce. Ze zjištěných výsledků vyplývá, že více než polovina vybraných zařízení nemá možnost vlastního stravování, necelá polovina naopak vlastní restaurační zařízení, ve kterém nabízí dětská menu. Pouze necelých 13 % ubytování nemá k dispozici žádné vybavení pro děti, jako je postýlka, dětská židlička, dětský koutek a jiné. Lze však jednoznačně říci, že žádný z analyzovaných zařízení není zaměřen pouze na ubytování rodin s dětmi.

## 6 Závěry a doporučení

Cestování rodin s dětmi je specifickou jednotkou v cestovním ruchu. Vyznačuje se hlavně vysokými nároky na nabídku volnočasových aktivit v destinaci a infrastrukturu poskytovaných služeb, potřebou větší bezpečnosti při cestování a zajímavými cenovými nabídkami služeb. Je nutné podporovat dobré fungování destinačního managementu pro rozvoj cestovního ruchu se zaměřením na dětského návštěvníka. Tím, že děti spolu s rodiči cestují, v dětech vytváří touhu po poznání nových krajů, lidí, řemesel, kultur a spoustu jiného vyžití.

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jak funguje destinační management v oblasti Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka a dále zanalyzovat nabídku turistických atraktivit vhodných pro cestování rodin s dětmi. K tomu byly použity tyto metody šetření – obsahová analýza webového obsahu oficiálních webových stránek zaměřených na doporučení trávení volného času v destinaci pro rodiny s dětmi a oficiálních webových stránek zaměřených na ubytování v Orlických horách a Podorlicku, dále bylo provedeno terénní šetření vybraných turistických atraktivit a ubytovacích zařízení a navázání telefonického kontaktu s ředitelkou destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka.

Bez kvalitního partnerství a fungující spolupráce není možné zajistit dlouhodobý rozvoj cestovního ruchu, do kterého spadá i zkoumaný segment. Management destinace je stále se vyvíjející proces. Je těžké hodnotit fungování destinačního managementu Orlických hor a Podorlicka pouze se zaměřením na dětského návštěvníka. Orlické hory jsou jako stvořené pro cestování rodin s dětmi, a tak se dá říci, že je to pohádková oblast a činnost společnosti by měla být zaměřena hlavně na cestování této cílové skupiny. Destinační management by měl být prvkem, který spojuje a propojuje všechny zainteresované subjekty ve prospěch cílové skupiny, kterou pro Orlické hory jsou právě rodiny s dětmi tak, aby byl dosažen synergický efekt. Orlické hory a Podorlicko je destinací bohatou na turistický potenciál pro dětského návštěvníka a je velmi důležité jej v konkurenčním boji rozvíjet. Dosavadní kroky destinační společnosti ve prospěch dětského návštěvníka lze hodnotit jako příznivé. Doposud je zrealizováno několik projektů zaměřujících se na tento segment. Rozvoj cestování dětí je tak doprovázen různými formami zpestření a zaujetí. Například v projektu *Kačenčina pohádková říše* je destinace návštěvníkovi přiblížena formou pohádky a lidovou slovesností. S tím souvisí i turistická pohádková hra, která se jmenuje *Putování po Kačenčině pohádkové říši*, kdy si účastníci zakoupí tzv. vandrovni knížku, do níž při cestování po Orlických horách a Podorlicku sbírají razítka za navštívená místa. A každý návštěvník dostane pohádkový list a tematické ceny destinace, což je pro dětského návštěvníka velmi motivující a zábavný styl cestování za poznáním kraje i lidových kultur. Dalším zajímavým projektem zaměřujícím se na děti je *Rodinná dovolená na kole a naše Orlické cyklo a inline království*. Zde opět vznikly zajímavé naučné geolokační hry, které jsou pro děti přínosem.

Fungování destinačního managementu Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka lze hodnotit kladně.

Konkrétní doporučení, kterým by mohly rozhybat cestovní ruch rodin s dětmi jsou: v oblasti propagace destinace je se více zaměřit na kvalitní tvorbu tiskovin. I když většina z nich je obohacena o obrázky dětí a pohádkovými postavami, čímž rodiče zaujmou při vybírání destinace. Je také vhodné více propagovat atraktivní místa vhodná pro děti nejen pouze zrealizované projekty. Dále by měl destinační management systematicky vytvářet image destinace pro zkoumanou skupinu. Cílem je vnímání regionu jako jedné z nejlepších destinací cestovního ruchu ve své kategorii.

Jako zajímavý podnět, jak se dostat do povědomí rodin s dětmi v celé České republice i v zahraničí, autorka práce vidí možnost televizní reklamy, která se dostane do nejsledovanějších kanálů. Bude formou pozvání na vícedenní pobyty vytvořené v tematické a sezonní nabídce pro děti do pohádkové říše Kačenky a Rampušáka. Tím by se okruh diváků značně rozšířil a zaujal i děti a mohlo by to přispět k větší návštěvnosti destinace touto cílovou skupinou.

Mezi další doporučení autorka řadí hlavně lepší spolupráci s poskytovateli služeb. Většina z nich sice má ve své nabídce různé služby, které rodiny s dětmi využívají, ale propagace je velice malá. Pro potenciální návštěvníky je nemožné, aby se o nich dozvěděli. Destinační společnost by měla prezentovat výhody spolupráce s profesními organizacemi a oslovovat další potenciální zájemce. Důležité je, aby se destinace dostala do povědomí veřejnosti u nás i v zahraničí a to hlavně v rodinách s dětmi.

Přínosné by také bylo zaměřit se na samotného dětského návštěvníka a zjistit jeho potřeby, očekávání, jak prožívat volný čas v destinaci. Dle toho by bylo možné navrhnout marketing nabídky pro rodiny s dětmi v Orlických horách a Podorlicku.

Během neformálního rozhovoru s ředitelkou destinace společnosti Orlických hor a Podorlicka byla autorka požádána o zaslání výsledků šetření. Tato práce by mohla sloužit jako podklad pro rozvoj destinace zaměřené na cestování rodin s dětmi. Orlické hory a Podorlicko jsou totiž krásnou pohádkou krajinou vhodnou právě pro děti a bylo by dobré zapsat se této cílové skupině co nejvíce do povědomí.

## 7 Seznam použité literatury

### Knížní zdroje:

- [1] BIEGER, T.: *Destinationsstrategien – vom politischen Konsenspapier über die Geschäftsfeldstrategie zur Unternehmensstrategie mit Ausrichtung auf Kernkompetenzen*. In: *Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1995/96*, 1996, St. Gallen, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft an der Hochschule
- [2] ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: Vývoj organizace a řízení*. 1. vydání. Praha: OFF, 2001. ISBN 80-2386-275-8.
- [3] HESKOVÁ Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
- [4] HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7
- [5] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vydání; Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. ISBN 8024702029
- [6] HRABÁNKOVÁ, M., HÁJEK, T. *Management cestovního ruchu*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 2002. ISBN 80-7040-580-5, 978807040580
- [7] KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-861-1956-4.
- [8] KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. 1. Příbram: Grada Publishing a.s., 2004. ISBN 8024705133.
- [9] KRAUS, B, a ŽUMÁROVÁ. M. *Životní styl současné české rodiny*. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-544-8.
- [10] LAŠEK, Jan a Irena LOUDOVÁ. *Rodina jako základ vývoje morálky a občanských postojů dětí: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, ISBN 978-80-7435-335-2.
- [11] LUKÁŠEK, Josef. *PRŮVODCE Orlickými horami a jejich podhůřím aneb pozvání do Kačenčiny pohádkové říše*. 1. vyd. Ústí nad Orlicí:OFTIS, 2013. ISBN 978-80-7405-605-4. Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
- [12] MORRISON, M. A. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1989. ISBN 80-85605-90-2.
- [13] MOŽNÝ, Ivo. *Rodina a společnost*. Praha: Studijní texty, 2006. ISBN 978-80-86429-87-8.
- [14] PALATKOVÁ, M.: *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*, Grada, 2006, ISBN 80-247-1014-5
- [15] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3

- [15] VYSEKALOVÁ, J.: *Psychologie spotřebitele. Jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Grada Publishing, a.s., Praha, 2004. ISBN 80-247-0393-9
- [16] ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch - marketing*. Vyd. ., přeprac. (Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. s. 115. ISBN 978-80-7435-543-1.
- [17] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2.vydání. Praha: Linde, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

### **Webové zdroje:**

- [1] Alaskanhusky. *Alaskanhusky* [online]. Deštné v Orlických horách: Websnadno.cz, 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.alaskanhusky.websnadno.cz/Nabidka-produktu.html>
- [2] Atelierdestne. *Atelierdestne* [online]. Deštné v Orlických horách: Ateliér zvonáře a hrnčírky, 2011 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.atelierdestne.cz/>
- [3] Audis. *Audis*[online]. Rychnov nad Kněžnou: ebrana.cz, 2016 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.audis.cz/projekty.htm>
- [4] CzechTourism. *Výzkumy.CzechTourism* [online]. CzechTourism: smartlab solutions s.r.o., 2006 [cit. 2016-9-14]. Dostupné z: [http://vyzkumy.czechtourism.cz/0163\\_/monitoring-navstevniku-v-turistickych-regionech-cr](http://vyzkumy.czechtourism.cz/0163_/monitoring-navstevniku-v-turistickych-regionech-cr)
- [5] Destne.info. *Destne.info* [online]. Deštné v Orlických horách: Sport Profi s.r.o., 2012 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.destne.info>
- [6] Dsohp. *Dsohp* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners, s.r.o., 2012 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.dsohp.cz/>
- [7] Facebook. *Facebook* [online]. Orlické hory a Podorlicko: dsohp, 2014 [cit. 2016-11-04]. Dostupné z: <https://cs-cz.facebook.com/mojeorlickehory?fref=nf>
- [8] Kam po česku. *Kam po česku* [online]. Orlické hory a Podorlicko: redakce Kam po česku, 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.kampocesku.cz/>
- [9] Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE v Praze. *Cestovní ruch pro všechny*. 2008. Dostupné online z <http://kcr.vse.cz/wp-content/uploads/2010/11/CR-pro-vsechny-publikace.pdf>
- [10] Kozichlivek. *Kozichlivek* [online]. Deštné v Orlických horách: CS Technologies s.r.o., 2016 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.kozichlivek.cz/cs/venovano-detem>
- [11] Krasnadikyhoram. *Krasnadikyhoram* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Press Media s.r.o., 2014 [cit. 2016-10-09]. Dostupné z: <http://www.krasnadikyhoram.cz/>
- [12] Kr-kralovehradecky. *Kr-kralovehradecky* [online]. Královehradecký kraj: Copyright, 2008 [cit. 2016-06-08]. Dostupné z: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?id=72301>
- [13] Mojeorlickehory. *Mojeorlickehory* [online]. Orlické hory a Podorlicko: World Media Partners s.r.o., 2012 [cit. 2016-01-24]. Dostupné z: <http://www.mojeorlickehory.cz/>

- [14] Mmct. *Mmct* [online]. Česká Třebová: Copyright, 2016 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.mmct.cz/>
- [15] Muzeumremesel. *Muzeumremesel* [online]. Letohrad: Copyright, 2015 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.muzeumremesel.cz/aktualita/remeslnicka-sobota>
- [16] Obec-destne. *Obec-destne* [online]. Deštné v Orlických horách: Galileo Corporation s.r.o., 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.obec-destne.cz/urad-2/projekty/fond-mikroprojektu/s-kacenkou-po-stopach-sklaru/>
- [17] Stemmark. *Statistická šetření a monitoring cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji v období 2011-2013* [online] 2013 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: [http://www.krkralovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/\\*kopie-1:-statistiky-86444/](http://www.krkralovehradecky.cz/cz/krajsky-urad/cestovni-ruch/statistiky/*kopie-1:-statistiky-86444/)
- [18] Sypka-moh. *Sypka-moh* [online]. Orlické hory: Muzeum a galerie Orlických hor, 2016 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.sypka-moh.cz/cz/>
- [19] Villanova. *Villanova* [online]. Orlické hory: Copyright, 2013 [cit. 2016-10-14]. Dostupné z: <http://www.villanova.cz/>
- [20] Vyplnto.cz. *Vyplnto.cz* [online]. Praha: Marek Demčák, 2013 [cit. 2016-04-14]. Dostupné z: <https://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/kriteria-rodin-s-detmi-pri-r/#oo>
- [21] Zamekpotstejn. *Zamekpotstejn* [online]. zámek Potštejn: Copyright s.r.o., 2013 [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.zamekpotstejn.cz/>



## 8 Přílohy

Příloha č. 1

### 8.1. Seznam ubytovacích zařízení a zjištěná kritéria

zdroj: Vlastní zpracování

Název	Typ ubytování	Stravování		
		Dětské menu	Bez nabídky pro děti	Vlastní stravování, kuchyňka
Barto 21	Chata			x
Panorama	Hotel	x		
Tvrz Orlice	Hotel	x		
Zámek Potštejn	Hotel		x	
Alfa resort	Hotel	x		x
Eduard	Hotel	x		
Havel	Hotel	x		
Pánský dům	Hotel	x		
Krajka	Hotel		x	
Alba	Hotel	x		
Filipinum	Hotel	x		
Hartman	Hotel	x		
Říčky	Hotel	x		
Studánka	Hotel	x		
Anenský mlýn	Hotel		x	
Rokytenka	Hotel		x	
Jülinčino údolí	Chata			x
Modrý dům	Chata			x
chalupa Sněžné	Chata			x
Na Vyhliďce	Chata	x		
Krárnářova chata na Suchem vrchu	Chata	x		
AMK Žamberk	Kemp		x	x
Orlice	Kemp		x	x
Šlechtův palouk	Kemp		x	x
Vochtánka	Kemp		x	
Petrův palouk	Kemp		x	
Skála	Penzion			x
Penzion Pod Rozhlednou	Penzion	x		
Pašta	Penzion	x		
Kohler	Penzion		x	x
Anička	Penzion		x	
Na staré cestě	Penzion		x	
Srub Karolína	Penzion		x	
Koží chlívěk	Penzion	x		x
Wellnes hotel pod Rozhlednou	Penzion	x		
Penzion u Pastvin	Penzion			x
Samota Adelheid	Penzion			x
U Zvonu	Penzion		x	

Název	Dětské hřiště		Postýlka	
	ANO	NE	ANO	NE
Barto 21	x		x	
Panorama	x		x	
Tvrz Orlice	x		x	
Zámek Poštejn		x		x
Alfa resort	x		x	
Eduard		x		x
Havel		x	x	
Pánský dům		x	x	
Krajka		x	x	
Alba	x		x	
Filipinum	x		x	
Hartman		x	x	
Říčky		x	x	
Studánka	x			x
Anenský mlýn		x		x
Rokyteňka	x		x	
Jülinčino údolí	x		x	
Modrý dům	x		x	
chalupa Sněžné	x			x
Na Vyhlídce	x		x	
Krámařova chata na Suchem vr	x		x	
AMK Žamberk	x			x
Orlice	x		x	
Šlechtův palouk	x			x
Vochtánka	x			x
Petrův palouk	x			x
Skála		x		x
Penzion Pod Rozhlednou	x		x	
Pašta		x	x	
Kohler		x	x	
Anička		x		x
Na staré cestě		x		x
Srub Karolína		x	x	
Kozí chlívek	x		x	
Wellnes hotel pod Rozhlednou	x		x	
Penzion u Pastvin	x			x
Samota Adelheid	x			x
U Zvonu		x	x	

Název	Další vybavení pro děti
Barto 21	-
Panorama	malá lanovka, zvířátka , dětská židlička
Tvrz Orlice	hraná pohádka přímo na zámku, trampolína, soukromá prohlídka bubáková,dětská židlička
Zámek Potštejn	bazén vnitřní, dětská židlička, dětský koutek (vnitřní), lyžařský vlek, programy pro děti, sportovní hřiště, stolní tenis, zahrada, dětská židlička
Alfa resort	dětský koutek, bazén, dětská židlička
Eduard	dětský koutek
Havel	úschovna kočárků
Pánský dům	dětský koutek
Krajka	dětská židlička
Alba	dětský koutek, možnost zapůjčení sportovních pomůcek, možnost zapůjčení vaničky i kočárku na golf a další
Filipínium	-
Hartman	koupaliště
Říčky	Přehrada, šlapadla, lodičky
Studánka	Bazén s tobogány, stolní tenis
Anenský mlýn	nic navíc
Rokytenka	dětská židlička
Jálmčino údolí	dětská židlička
Modrý dům	vanička, dětské hřiště, vyhříváný venkovní bazén, trampolína a další sportovní vybavení, dětská židlička
chalupa Sněžné	-
Na Vyhlídce	dětská židlička, dětský koutek
Krámařova chata na Suchem vrchu	krytý bazén, zahrada
AMK Žamberk	bazén, skluzavky, dětský bazének
Orlice	bazén venkovní, dětský koutek (vnitřní), hračky, vanička, zahrada
Šlechtův palouk	herní prvky na dvoře, zahrada s vrbovým iglú, kontakt se zvířaty, tvůrčí programy
Vochtánka	dětský koutek
Petrův palouk	stolní tenis, stolní fotbal, zahrádka
Skála	dětský koutek, trampolína
Penzion Pod Rozhlednou	dětský koutek, bowlingová herna, dětská židlička
Pašta	dětský koutek, dětský lanový okruh
Kohler	dětská chůvička, deskové hry, dětský koutek,
Anička	dětský koutek
Na staré cestě	-
Srub Karolína	-
Kozí chlívěk	bazén
Wellnes hotel pod Rozhlednou	dětská stolička, dětské hry, pískoviště, skluzavka
Penzion u Pastvin	dětská stolička, dětské hry, pískoviště, skluzavka
Samota Adelheid	skluzavka, pískoviště, dětský bazének, dětská herna
U Zvonu	dětský koutek, bazén

## **8.2. Seznam tabulek**

Příloha č. 2

Tabulka 1: Typologie návštěvníků turistických regionů v České republice.....	5
Tabulka 2: Nabídka pro rodiny s dětmi _letní atraktivita .....	19
Tabulka 3: Nabídka pro rodiny s dětmi _zimní atraktivita .....	20
Tabulka 4: Nabídka pro rodiny s dětmi _hrady a zámky .....	21
Tabulka 5: Nabídka pro rodiny s dětmi _muzea a galerie .....	22

## **8.3. Seznam grafů**

Graf 1: Průzkum ubytovacích a stravovacích zařízení .....	23
---	----

## **8.4. Seznam obrázků**

Obrázek 1: Expozice Bubákov pro děti na zámku Potštejn.....	21
Obrázek 2: Logo destinační společnosti Orlických hor a Podorlicka .....	25

Univerzita Hradec Králové  
 Fakulta informatiky a managementu  
 Akademický rok: 2014/2015

Studijní program: Ekonomika a management  
 Forma: Kombinovaná  
 Obor/oblast: Management cestovního ruchu - anglický jazyk  
 (mar-k-a)

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Levíčková Barbora	Kolářova 444, Vamberk	11561024

**TÉMA ČESKY:**

Destinační management Orlických hor a Podorlicka se zaměřením na dětského návštěvníka

**TÉMA ANGLICKY:**

Destination Management of the Orlická mountain and Podorlicko focusing on child visitor.

**VEDOUcí PRÁCE:**

Mgr. Michal Tronall, Ph.D. - KRČR

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ**

Cílem bakalářské práce je zhodnotit aktivitu destinačního managementu a současně analyzovat nabídky zaměřené na rodiny a děti v Orlických horách a Podorlicku.

**Obsah práce:**

1. Úvod
2. Cíl práce a metodický postup
3. Teoretická východiska
  - 3.1. Specifika cestovního ruchu rodin a dětí
  - 3.2. Role destinačního managementu v cestovním ruchu rodin a dětí
4. Empirická část
  - 4.1. Základní výzkumné otázky
  - 4.2. Sběr informací a průběh šetření
  - 4.3. Charakteristika turistické oblasti Orlické hory a Podorlicka
  - 4.4. Výsledky šetření
5. Shrnutí výsledků
6. Závěry a doporučení
7. Seznam použité literatury
8. Přílohy

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

- Hamer, Susan. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha, 2003. ISBN 80-247-0202-9.  
 Hrab, Václav. Geografie cestovního ruchu, 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha, 2013. ISBN 978-80-85970-79-1.  
 Kol. Cesty za krásou a poznáním. Turistický lexikon ČR. Praha: Olympia, 2011.  
 Langhammerová, Jiřina. Lidové zvyky. Vyd. 1. Praha, 2004. ISBN 80-7106-525-0.  
 Patočka, Jiří. Lokální a regionální kultura v České republice. Vyd. 1. Praha, 2008. ISBN 978-80-7357-347-8.  
 Zelinka, Josef. Marketing cestovního ruchu. Vyd. 1. Hradec Králové, 2007. ISBN 978-80-7041-070-7.  
 Pásková, M., Zelinka, J. Výsledkový slovník cestovního ruchu. Praha: MAMR 2002  
 J. Pásková, B. Hájek, B. Hofbauer, V. Hrdličková, A. Pavlíková, Pedagogika volného času, ISBN-10: 80-7178-711-6  
 Jan Válek, Marie Leuchinger, Východní Čechy a okolí, 2011, 978-80-903652-8-5

Podpis študenta:

Ludobond

Podpis vodoučiteľa práce:

Michal Vasil

Datum:

13.10.2021

Datum:

13.10.2021